

T.C
TOROS ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI



KÜRESEL REKABET ORTAMINDA OTOMOTİV PAZARLAMA
SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN FİRMALARIN AR-GE VE
İNOVASYON ALGILARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: MERSİN ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan: Tuncay KANTOS

Danışman: Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU

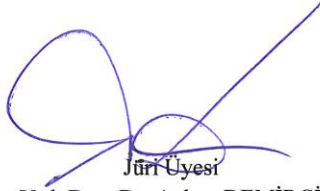
Mersin, 2016

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

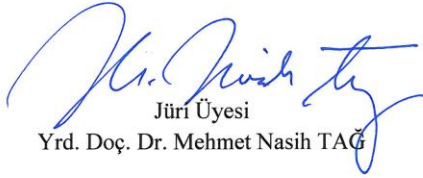
Tuncay KANTOS tarafından hazırlanan “Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların AR-GE ve İnovasyon Algıları Üzerine Bir Çalışma: Mersin Örneği” başlıklı bu çalışma 12/08/2016 tarihinde yapılan savunma sınavı sonunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.



Jüri Başkanı (Danışman)
Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU




Jüri Üyesi
Yrd. Doç. Dr. Ayhan DEMİRCİ



Jüri Üyesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Nasih TAĞ

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.



Enstitü Müdürü V.
Prof. Dr. Süleyman TÜRKEL

ETİK BEYAN

Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.


Tuncay KANTOS

ÖNSÖZ

Tez çalışmasının konu seçiminde bana ışık tutan, çalışmalarımın her aşamasında bilgi ve tecrübesiyle yardımcı olup ufkumu açan, bana yol gösteren danışman hocam Sayın Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU'na şükranlarımı ve saygılarımı sunarım.

Ayrıca her zaman yapıcı eleştirileriyle çalışmama katkı sağlayan ve destekleyen değerli hocalarım Sayın Prof. Dr. Haluk KORKMAZYÜREK, Sayın Doç. Dr. Köksal HAZIR, Sayın Yrd. Doç. Dr. Ayhan DEMİRCİ'ye teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimim boyunca bilgi ve deneyimlerini aktaran Mersin Toros Üniversitesi İşletme Anabilim Dalında yer alan öğretim üyelerine sonsuz teşekkür ederim.

Tez çalışmamın araştırma bölümüne katkı sağlayan Mersin Yetkili Otomotivciler Derneği (MODER)'ne üye ve Mersin ili Mezitli ilçesinde bulunan otomotiv firmalarının değerli personeli ile Mersin Teknopark'ın değerli personeline teşekkürlerimi sunarım.

Benden desteklerini asla esirgemeyen arkadaşlarıma ve sevdiklerime en içten teşekkürlerimi sunarım.

Bugünlere gelmemde büyük emekleri olan ve her zaman yanımda olan eşim Elif KANTOS'a, babam Yüksel KANTOS'a ve annem Nuriye KANTOS'a sevgilerimi, saygılarımı ve şükranlarımı sunuyorum.

12 Ağustos 2016

Tuncay KANTOS

ÖZET

KÜRESEL REKABET ORTAMINDA OTOMOTİV PAZARLAMA SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN FİRMALARIN AR-GE VE İNOVASYON ALGILARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: MERSİN ÖRNEĞİ

Tuncay KANTOS

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU

Ağustos 2016, 88 Sayfa

İnovasyon Latince bir kelime olan *innovatus*'tan türetilmiştir. Sosyal, kültürel ve idari hayatta yeni yöntemlerin ve tarzların kullanılmaya başlanması manasına gelmektedir. Ar-Ge kavramı küresel pazardaki tüm sektörler için önemli bir kavram olmasıyla birlikte, otomotiv sektörü gibi değişime ve yeniliğe sürekli açık olan bir küresel sektör için de hayati öneme haiz bir kavram olduğu değerlendirilmektedir. Özellikle büyük otomotiv firmalarının son yıllarda yaptıkları Ar-Ge harcamaları incelendiğinde, sektör için Ar-Ge ya da inovasyonun giderek önem kazandığı açıkça görülmektedir.

Bu çalışma ile küresel rekabet ortamında Ar-Ge ve inovasyon algısı, otomotiv pazarlama sektörü örnek alınarak irdelenmiştir. Araştırma konusu irdelenirken, Mersin ilinde faaliyet gösteren otomotiv pazarlama firmaları üzerinden özel sektörün ve Türkiye örneği üzerinden de ülkemizin son yıllardaki Ar-Ge ve inovasyon algıları incelenmiştir. Bahse konu incelemeleri desteklemek için, Mersin ili *evren* olarak, bu ildeki otomotiv bayileri ile Mersin Teknopark ise *örneklem* alınarak iki adet mülakat çalışması icra edilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, ulusal ve uluslararası araştırmaların sonuçları dikkate alınarak, küresel rekabet bağlamında, ülkemizin ve ülkemizdeki otomotiv pazarlama firmalarının Ar-Ge ve inovasyon algılarını, Mersin örneği üzerinden incelemektir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Küresel Rekabet, Teknoloji, Araştırma-Geliştirme.

ABSTRACT

ON THE PERCEPTIONS OF INNOVATION OR AR-GE OF MARKETING COMPANIES OPERATING IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY IN THE GLOBAL COMPETITIVE ENVIRONMENT: MERSİN EXAMPLE

Tuncay KANTOS

Master's Thesis, Department of Business Administration

Supervisor: Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU

August 2016, 88 Pages

Innovation is derived from the Latin Word *inovatus*. It means the beginning of the use of new methods and styles in cultural, social and official life. While research-development is an important concept in all the fields in the industrial bazaar, it becomes strategically important especially in the automotive sector, which is a global industry constantly open to change and innovation. Especially, when the expenditures of big automotive firms on research-development are examined, it is evident that research-development or innovation has become increasingly important for the sector.

In this thesis, the perception of innovation or Ar-Ge in the global competitive environment is examined in automotive marketing sector as an example. In examining this, through the marketing companies operating in the automotive industry in Mersin province, the perception of innovation or Ar-Ge of both the private sector and also in general our country are examined. Mersin province is chosen as our universe and all the automotive marketing districts in Mersin and Mersin Teknopark are chosen as our sample. Two interviews are conducted for the research.

The aim of this thesis is to examine the perception of innovation of marketing companies operating in the automotive industry in Turkey through the example of Mersin Province in the global competitive environment by taking into consideration of research conducted both in Turkey and internationally.

KeyWords: Innovation, Global Competition, Technology, Research-Development

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ	x
EKLER LİSTESİ	xi
BÖLÜM I.....	12
GİRİŞ.....	12
1.1. Problem.....	15
1.2. Araştırmanın Amacı.....	15
1.3. Araştırmanın Alt Amaçları.....	16
1.4. Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi.....	16
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	17
1.6. Varsayımlar (Sayılıtlar).....	17
BÖLÜM II.....	18
KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	18
2.1. Sistem Yaklaşımı Kavramının Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi.....	18
2.2. İnovasyon ve Araştırma-Geliştirme Faaliyetlerinin Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi.....	20
2.3. Küresel Rekabetin Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi.....	24

2.4. Küresel Rekabetin Temel Kavramları.....	26
2.5. Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporlarıyla İlgili Genel Hususlar.....	36
2.5.1. 2014-2015 Dönemi Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporuyla İlgili Genel Hususlar.....	36
2.5.2. 2015-2016 Dönemi Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporuyla İlgili Genel Hususlar.....	41
2.6. Otomotiv Sektörü İçin Ar-Ge ya da İnovasyon Faaliyetlerinin Önemi ve Bu Kapsamda Sistem Yaklaşımı-Otomotiv Sektörü İlişkisinin Değerlendirmesi.....	47
2.7. Mersin İlindeki Ar-Ge Faaliyetlerinin Genel Olarak Değerlendirilmesi.....	48
2.8. Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Teknopark/Technoscope) İle İlgili Genel Hususlar.....	49
2.9. İlgili Araştırmalar.....	51
2.9.1. Küresel Rekabet Ortamında Türkiye'nin Devlet Olarak Ar-Ge Yaklaşımı İle İlgili Yapılan Araştırmalar.....	51
2.9.1.1. Türkiye'nin Ar-Ge Faaliyetleri İle İlgili Yapılan Araştırmalar.....	51
2.9.1.2. Türkiye İstatistik Kurumu 2011-2014 Dönemi Ar-Ge Faaliyetleri Araştırmaları.....	53
2.9.1 2.1. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2011.....	53
2.9.1 2.2. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2012.....	54
2.9.1 2.3. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2013.....	56
2.9.1 2.4. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2014.....	58
BÖLÜM III.....	60
YÖNTEM.....	60
3.1. Araştırmanın Modeli.....	60

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	60
3.3. Veri Toplama Araçları.....	60
3.4. Verilerin Toplanması.....	61
3.5. Verilerin Analizi.....	61
BÖLÜM IV.....	62
BULGULAR.....	62
4.1. Mülakat Çalışması : Mersin'deki Otomotiv Bayileri Örneği.....	62
4.1.1. Mülakatın Uygulanması İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular.....	62
4.1.2. Mülakat Sonuçları İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular.....	62
4. 2. Mülakat Çalışması : Mersin Teknopark ve Ar-Ge.....	70
4.2.1. Mülakatın Uygulanması İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular.....	70
4.2.2. Mülakat Sonuçları İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular.....	70
BÖLÜM V.....	77
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	77
5.1. Ar-Ge ve İnovasyon Farkındalığı Yetersiz Olduğunda Oluşabilecek Sorunlar.....	77
5.2. Ar-Ge ve İnovasyon Farkındalığı Algısı Yetersiz Olduğunda Oluşabilecek Sorunlara Yönelik Çözümler.....	77
5.3. Sonuç ve Değerlendirme.....	78
KAYNAKLAR.....	82
ÖZGEÇMİŞ.....	85
EKLER.....	83
EK-I : Mersin'deki Otomotiv Bayileri Örneği Mülakat Çalışması Soru Kağıdı.....	86
EK-II : Mersin Teknopark ve Ar-Ge Mülakat Çalışması Soru Kağıdı.....	89

TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1. Bazı Ülkelerin Küresel Rekabet Endeksi (GCI) Sıralaması (2014-2015).....	38
Tablo 2.2. Küresel Rekabetçilik Alt Endeksler (2014-2015).....	40
Tablo 2.3. Bazı Ülkelerin Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi (GCI) Sıralaması (2015-2016).....	43
Tablo 2.4. Küresel Rekabet Edebilirlik Alt Endeksleri (2015-2016).....	45
Tablo 2.5 2011-2014 Dönemi TÜİK Araştırmalarına Göre Ülkemizin Ar-Ge Harcamaları.....	53
Tablo 2.6. Türkiye'nin Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması (2013).....	56
Tablo 4.1. Mülakatın Birinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	63
Tablo 4.2. Mülakatın İkinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	63
Tablo 4.3. Mülakatın Üçüncü Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	64
Tablo 4.4. Mülakatın Dördüncü Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	64
Tablo 4.5. Mülakatın Beşinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	65
Tablo 4.6. Mülakatın Altıncı Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	65
Tablo 4.7. Mülakatın Yedinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	66
Tablo 4.8. Mülakatın Sekizinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	66
Tablo 4.9. Mülakatın Dokuzuncu Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	67
Tablo 4.10. Mülakatın Onuncu Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	67
Tablo 4.11. Mülakatın Onbirinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	67
Tablo 4.12. Mülakatın Onikinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı.....	68
Tablo 4.13. Mersin Teknopark'ın Planlama Aşamasında Olan Ar-Ge / İnovasyon Projeleri.....	74

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
AB	:	Avrupa Birliği
AR-GE	:	Araştırma-Geliştirme
BSTB	:	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı
BRICS	:	Brezilya-Rusya-Hindistan-Çin-Güney Afrika
CPI	:	Rekabet Bileşenleri Endeksi
DDY	:	Devlet Demir Yolları
GCI	:	Küresel Rekabet Endeksi
GSYİH	:	Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla
IMF	:	Uluslararası Para Fonu
İKY	:	İnsan Kaynakları Yönetimi
İNOMER	:	Rekabet ve Kalkınma İçin İnovasyon Merkezi
MTOSB	:	Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi
MODER	:	Mersin Yetkili Otomotiv Bayileri Derneği
OECD	:	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
TOFAŞ	:	Türk Otomobil Fabrikası Anonim Şirketi
TÜBİTAK	:	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
TZE	:	Tam Zaman Eşdeğeri
vb.	:	ve benzeri/benzerleri

EKLER LİSTESİ

EK-I.....	83
EK-II.....	86



BÖLÜM I

GİRİŞ

Kâinatın bir bütün olarak, devamlı bir oluş ve değişim içinde olduğu birçok düşünür ve filozof tarafından çok eski çağlarda ifade edilmiştir. Ünlü düşünür Herakletios “*Aynı ırmakta iki kez üst üste yıkanamazsınız*” diyordu. Neden? Çünkü ırmağa ikinci kez girildiğinde ırmaktaki su da değişmiştir (Çelebioğlu, 1982:1’den akt. Tokat, 2012:23).

Doğanın en bilinen özelliği değişimdir. İktisadi koşullar, sosyal kurumlar, kültürel yapı, politik mekanizmalar, dış çevremiz, rakiplerimiz, müşterilerimiz devamlı değişmektedir. Bu nedenle her defasında ve dahası değişmiş yeni bir insan olarak, yeni bir ırmakta yıkanmak zorundayız. Değişimi yakalamak zor bir iştir. Çünkü dış çevreyle, zamanla, rakiplerimizle yarışmayı, onların değişimine ayak uydurmayı, bu değişimi onlardan önce hissetmeyi hatta yönlendirmeyi gerektirir. 21.yüzyılda bulunan dünyamız belki de insanlık tarihinde bir benzerini görmediğimiz, hızlı bir değişimi yaşamaktadır. Öyle ki bazı bilim adamları bu değişimin yarattığı sancıları, yeni ekonomik-kültürel ve sosyal oluşumları haber veren sıkıntılar olduğuna dikkati çekmekte, 19.yüzyıl kuramlarının, artık gereksinimlere karşılık verme ve dengeler kurma gücüne sahip olmadığını ileri sürerek, yeni ekonomik kuramların gerekliliği üzerinde bile durmaktadırlar (Tokat, 2012:23).

Araştırma-Geliştirme faaliyetlerinin kısaltılmış ifadesi olarak bilinen *Ar-Ge* kavramının, 21.yüzyıla girilmesiyle birlikte küresel pazar ortamında özellikle ABD, AB ülkeleri, Japonya, Kanada vb. gelişmiş ülkelerde; değişim, yenilik vb. terimleri içinde barındıran *inovasyon* kavramıyla birlikte kullanıldığı görülmektedir. İnovasyon kavramının gelişmesinde ulusal ve uluslar arası rekabetin yani bir diğer deyişle *küresel rekabet* kavramının büyük ölçüde etkin olduğu, rekabet edebilmek ya da hayatta kalabilmek için özel ve kamu sektör firmalarının Ar-Ge ve inovasyon konularındaki farkındalıklarının ve bunun paralelinde yatırımlarının, yıllar içinde giderek artması gerektiği değerlendirilmektedir.

Bu çalışma sırasıyla; *Giriş, Kuramsal Açıklamalar ve İlgili Araştırmalar, Yöntem, Bulgular ve Sonuç ve Değerlendirme* olmak üzere beş bölümden oluşmaktadır.

Giriş ana başlığı altında sırasıyla; *Problem, Araştırmanın Amacı, Araştırmanın Alt Amaçları, Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi, Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımlar (Sayıltular)* olmak üzere altı alt başlık yer almaktadır. *Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Alguları ile Farkındalıkları Ne Düzeydedir?* cümlesi bu çalışmanın ana problemini, *Mersin'in ve Mersin'deki Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Alguları ile Farkındalıkları Ne Düzeydedir?* cümlesi ise bu çalışmanın alt problemini ifade etmektedir. Bahse konu ana ve alt problemleri incelemek ve bu kapsamda iki adet mülakat çalışması gerçekleştirmek ise bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Birinci mülakat çalışması, *Mersin İli Otomotiv Bayileri Örneği* üzerinden gerçekleştirilmiştir. İkinci mülakat çalışması ise, *Mersin İli Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Teknopark/Technoscope) Örneği* üzerinden gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda yapılan mülakat ve diğer araştırma çalışmaları sırasında, otomotiv sektörü çalışanları, Mersin Teknopark Proje Müdürü ve konuyla ilgisi olan diğer çalışanların, araştırmada uygulanan ölçme araçlarına samimi ve doğru cevaplar verecekleri varsayılmıştır.

Küresel ekonomik göstergeler dikkate alındığında, Ar-Ge ve inovasyona yeterince önem verilmediğinde ya da bu konulardaki farkındalık düzeyi yetersiz olduğunda, rakiplere oranla daha az Ar-Ge ve inovasyon yatırımı yapıldığında, firmaların ve ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeylerinin, kısa vadede, çoğu kez ise uzun vadede düşeceği, küresel ve yerel ekonomik krizleri iyi yönetemeyerek iflas noktasına gelebileceği hususlarındaki sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözümlerin anlatılması, bu araştırmanın önemini ve gerekçesini özetlemektedir.

Bu çalışma oluşturulurken araştırmanın sınırlılığı kapsamında; Mersin ilinde bulunan otomotiv pazarlama şirketleri ile ülke olarak Türkiye örneği üzerinden araştırma sınırlılığı yapılarak *Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Alguları Üzerine Bir Çalışma : Mersin Örneği* konusu irdelenmiştir.

Çalışmanın *Kuramsal Açıklamalar ve İlgili Araştırmalar* isimli bölümünde sistem yaklaşımı, inovasyon ve küresel rekabet kavramları genel hatlarıyla açıklanmaya çalışılmış, ayrıca bu kavramlarla ilgili yapılmış olan bir takım araştırmalara yer verilmiştir. Bu bölümde *Kuramsal Açıklamalar ve İlgili Araştırmalar* ana başlığı altında sırasıyla; *Sistem Yaklaşımı*

Kavramının Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi, İnovasyon ve Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Faaliyetlerinin Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi, Küresel Rekabetin Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi, Küresel Rekabetin Temel Kavramları, Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporlarıyla İlgili Genel Hususlar (2014-2015 / 2015-2016), Otomotiv Sektörü İçin Ar-Ge ya da İnovasyon Faaliyetlerinin Önemi ve Bu Kapsamda Sistem Yaklaşımı-Otomotiv Sektörü İlişkisinin Değerlendirmesi, Mersin İlindeki Ar-Ge Faaliyetlerinin Genel Olarak Değerlendirilmesi, Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Teknopark/Technoscope) İle İlgili Genel Hususlar ve İlgili Araştırmalar olmak üzere dokuz alt başlık yer almaktadır. İlgili araştırmalar alt başlığı altında; Para Analiz, TÜİK, TÜBİTAK, Otomobil Sayfası, Mevzuat, Rekabet gibi bir takım ekonomi dergileri ve devlet kurumlarının özellikle Ar-Ge, inovasyon ve küresel rekabet konularında yaptıkları araştırmalara yer verilmiştir.

Çalışmanın *Yöntem* isimli bölümü altında sırasıyla; *Araştırmanın Modeli, Araştırmanın Evreni ve Örneklemi, Veri Toplama Araçları, Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi* olmak üzere beş alt başlık yer almaktadır. Bu çalışma hazırlanırken kullanılan yöntem ve teknikler kapsamında; Otomobil Sayfası, TOFAŞ, Para Analiz Dergisi ve TÜİK isimli kurumlara ve dergilere ait internet sitelerinden, konu ile bir takım yazı ve makalelerden faydalanılarak literatür taraması yapılmıştır. Ayrıca *Mersin İli Otomotiv Bayileri Örneği ve Mersin Teknopark ve Ar-Ge* üzerinden nitel bir veri toplama tekniği olan *Mülakat* tekniği de uygulanmıştır.

Çalışmanın *Bulgular* isimli bölümü altında; *Mersin'deki Otomotiv Bayileri Örneği ile Mersin Teknopark ve Ar-Ge* konuları içeren iki adet mülakat çalışması ve bu mülakat çalışmalarına ilişkin değerlendirmeler yer almaktadır.

Çalışmanın *Sonuç ve Değerlendirme* isimli son bölümünün altında sırasıyla; *Ar-Ge ve İnovasyon Farkındalığı Yetersiz Olduğunda Oluşabilecek Sorunlar, Ar-Ge ve İnovasyon Farkındalığı Yetersiz Olduğunda Oluşabilecek Sorunlara Yönelik Çözümler* ile *Sonuç ve Değerlendirme* olmak üzere üç alt başlık yer almaktadır.

Devletlerarasındaki ekonomik ve ticari sınırlar küreselleşme ile beraber, anlamını yitirmeye başlamıştır. Bu olgu, firmaların hem milli olan karşı firmalarla hem de milletlerarası olan karşı firmalarla devamlı olarak ekonomik mücadele içinde bulunmalarına ortam sağlamıştır. Dolayısıyla firmaların gelişmelerini ve devamlılıklarını sürdürebilmeleri için, günümüzde daha zorlu ve daha sıkı bir rekabet zemini içinde bulunmaları zorunludur. Firmaların sürekli bir yenilik ve değişim içinde olmalarının zorunlu nedeni, küresel rekabet stratejilerini etkin bir şekilde kullanabilmek ve bu sonucunda başarılı bir firma olmaktır. Firmaların global rekabet ortamında başarılı olmalarını zorlaştıran; ortaklaşa rekabet, standartlaşma, hız gibi yeni kavramların ve yaklaşımların değer kazanmasıdır. Firmaların bu hızlı değişime ayak uydurabilmeleri için; pazar paylarını, karlarını arttırmaları ve sürekliliklerini devam ettirmeleri zorunludur.

1.1. Problem

Bu çalışmayla cevap aranan temel soru ve aynı zamanda ana problem cümlesi; *Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Algıları ile Farkındalığı Ne Düzeydedir?* şeklindedir. Ana problem cümlesinin yanında araştırma sınırlılığı da yapılarak, *Mersin'in ve Mersin'deki Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Algıları ile Farkındalığı Ne Düzeydedir?* cümlesi ise bu çalışmanın alt problemini ve aynı zamanda cevap aranan diğer bir sorusunu oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı; ulusal ve uluslararası araştırmaların sonuçları dikkate alınarak, küresel rekabet bağlamında, ülkemizin ve ülkemizdeki otomotiv pazarlama firmalarının Ar-Ge ve inovasyon farkındalıklarını, Mersin örneği üzerinden incelemek ve bu inceleme kapsamında *Mersin İli Otomotiv Bayileri Örneği* ile *Mersin Teknopark ve Ar-Ge* üzerinden mülakat çalışmalarını gerçekleştirmektir.

1.3. Araştırmanın Alt Amaçları

Aşağıda belirtilen soruların cevaplanması, bu araştırmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır :

- Küresel rekabet ortamı çerçevesinde, Mersin ili örneği üzerinden Türkiye'nin Ar-Ge ve inovasyon konularındaki algıları ve farkındalığı yeterli düzeyde midir?
- Mersin ili ve bu ildeki otomotiv pazarlama sektöründe hizmet veren firmalar incelendiğinde; bahse konu firmaların ve bununla birlikte firmalardaki çalışanların, Ar-Ge ve inovasyon konularındaki algıları ve farkındalıkları yeterli düzeyde midir?

1.4. Araştırmanın Önemi ve Gerekçesi

Araştırma-Geliştirme faaliyetlerinin kısaltılmış ifadesi olarak bilinen *Ar-Ge* kavramının, 21.yüzyıla girilmesiyle birlikte küresel pazar ortamında özellikle ABD, AB ülkeleri, Japonya, Kanada vb. gelişmiş ülkelerde; değişim, yenilik vb. terimleri içinde barındıran *inovasyon* kavramıyla birlikte kullanıldığı görülmektedir.

Ar-Ge kavramı küresel pazardaki tüm sektörler için önemli bir kavram olmasıyla birlikte, otomotiv sektörü gibi değişime ve yeniliğe sürekli açık olan bir küresel sektör için de hayati öneme haiz bir kavram olduğu değerlendirilmektedir. Özellikle büyük otomotiv firmalarının son yıllarda yaptıkları Ar-Ge harcamaları incelendiğinde, sektör için Ar-Ge ya da inovasyonun giderek önem kazandığı açıkça görülmektedir.

Bu çalışma ile; *Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Algıları Üzerine Bir Çalışma : Mersin Örneği* konusu, araştırma konusu olarak irdelenmek istenmiştir. Bahse konu araştırma konusu irdelenirken, otomotiv pazarlama sektörünün Mersin ilindeki temsilcileri üzerinden özel sektörün, Mersin ili ve Mersin Teknopark örneği üzerinden de ülkemizin son yıllardaki Ar-Ge ve inovasyon konularındaki farkındalık düzeyleri; yapılan iki adet mülakat çalışması ve konuyla ilgili literatür taraması sonucu elde edilen bulgular çerçevesinde incelenmiştir. Mülakat çalışmanın ilki, Mersin ilinde bulunan onbir adet otomotiv bayisinin çalışanlarıyla, ikincisi ise Mersin Teknopark Proje Müdürü ile icra edilmiştir.

Bu çalışma ile; küresel ekonomik göstergeler dikkate alındığında, Ar-Ge ve inovasyona yeterince önem verilmediğinde, bu konulardaki farkındalık düzeyi yetersiz

olduğunda ya da rakiplere oranla daha az Ar-Ge ve inovasyon yatırımı yapıldığında, firmaların ve ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeylerinin, kısa vadede, çoğu kez ise uzun vadede düşeceği, küresel ve yerel ekonomik krizleri iyi yönetemeyerek iflas noktasına gelebileceği hususlarındaki sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözümlerin anlatılması amaçlanmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışma Mersin ili ile sınırlandırılmış olup, aynı zamanda literatür taraması, konuyla ilgili internet siteleri ve diğer ölçeklerle toplanan bilgiler ile sınırlandırılmıştır.

1.7. Varsayımlar (Sayıtlar)

Otomotiv pazarlama sektörü çalışanları, Mersin Teknopark Proje Müdürü ve konuyla ilgisi olan diğer çalışanların, araştırma sırasında uygulanan ölçme araçlarına samimi ve doğru cevaplar verecekleri varsayılmıştır.

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

İnovasyon ve Küresel Rekabet kavramları hakkındaki kuramsal açıklamalar ile yurt dışında ve yurt içinde icra edilmiş araştırmalara ait özetlerin bir kısmına bu bölümde yer verilmiştir.

2.1. Sistem Yaklaşımı Kavramının Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi:

Bu araştırma hazırlanırken kuramsal yaklaşım modellerinden *Sistem Yaklaşımı* modeli tercih edilmiştir.

Klasik örgüt kuramcılarının örgütü ancak biçimsel çatısıyla, neo-klasik kuramcıların ise insan davranışlarını açısından ele alıp incelemelerine karşın, modern örgüt kuramcılarının örgütü, o örgütün üyesi bireyleri, grupları ve örgütün bütün birimlerini, amaçları, davranışları ve örgütün tümüyle aralarındaki ilişkileri ve etkileşimleri bütünüyle bir sistem olarak görmüş ve incelemiştir. Özellikle neo-klasik (davranışsal) yaklaşımın doğuş ve gelişme yıllarında insan ögesinin esas alınması, bu ögede görülen tutum ve davranışlar, bu yaklaşımın da dikkatle incelenmesi ve değişik bir örgüt kuramının ya da yaklaşımının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Modern örgüt kuramı ya da modern yönetim düşünce sistemi olarak adlandırılan bu yaklaşım, davranış kuramı, rol yaklaşımı, birleşme yaklaşımı, güdüleme yaklaşımı, karar verme, yöneylem araştırması, matematik araçları, kompütere giriş ve sibernetiğin yanı sıra, modern yönetim kuramlarının en önemlileri olarak nitelendirilen *sistem yaklaşımı* ve *durum-sallık* yaklaşımından oluşmaktadır. Bu iki yaklaşım, hem klasik, hem de neo-klasik kuramın ileri sürdüğü fikir ve görüşleri, varsayımları, yeni ve değişik bir çerçeve içinde inceleme konusu yapmaktadır (Tokat, 2012:75).

Sistem kavramı, modern örgüt kuramında, örgütlerdeki insan davranışının sırlarını çözecek bir anahtar olarak görülmüştür. Sistem kuramına göre örgütler, aynı canlı organizmalar gibi dış çevreden belirli girdiler (enerji, hammadde, bilgi gibi) alıp, bunları kendilerine özgü dönüşüm süreçlerinden geçirerek dış çevreye çıktılar biçiminde sunan ve kendi içinde birbirleriyle ilişkili alt sistemler ve işlevlerden oluşan, toplumsal sistemlerdir. Şu

halde sistem denildiği zaman belirli parçalardan (bölümlerden, alt sistemlerden) oluşan bir bütün anlaşılmaktadır. Burada önemli olan, bütünü oluşturan bu parçaların her birinin kendine özgü işleyiş özelliği olması, fakat her birinin etkinliğinin de birbirine bağlı olmasıdır. İşte sistem yaklaşımı bütünü oluşturan bu parçaları, bunların birbirleri ile olan ilişkilerini bir arada incelemektedir. Sistem yaklaşımını diğer yaklaşımlardan ayıran özellik budur (Tokat, 2012:76).

Sistem yaklaşımının kullanılması ve örgütlerin birer sistem olarak ele alınmaları ile bakış açısı, alt sistemlerin analizi ve tanınmasından bu alt sistemler arasındaki ilişkilerin incelenmesine kaymıştır. Birbirleri ile karşılıklı bağlı ve ilişkili parçaların bir araya gelmesi ile oluşan ve *sistem* adı verilen *bütün*'e ilişkin çeşitli özellikler söz konusudur (Tokat, 2012:76-78).

- Sistem alt sistemlerden oluşur. Başka bir deyişle her sistem kendisinden daha büyük bir sistemin alt sistemidir.
- Her sistemin bir çevresi vardır. Çevre bir sistemin içinde faaliyette bulunduğu ortamı ifade eder. Bu ortam (dış çevre) sisteminin faaliyetlerini etkiler.
- Sistemler kapalı veya açık olabilir. Kapalı sistem, dış çevresi ile herhangi bir alışverişi olmayan sistemdir. Açık sistem ise, dış çevresinden etkilenen, ondan enerji, bilgi ve malzeme alan sistemlerdir.
- Sistemlerde olumlu ve olumsuz *entropi* görülür. Entropi, herhangi bir sistemin çalışmalarındaki belirli bir eğilimi (yönelişi) ifade eder. Her sistemde faaliyetlerin bozulması, dengenin kaybolması, karışıklık ve aksamaların belirlenmesi ve sonunda sistemin faaliyetlerinin durması yönünde bir eğilim vardır. Bu eğilime entropi denir. Bu durumda kapalı sistemlerde entropi, açık sistemlerde olumsuz entropi vardır.
- Her sistemde girdi-süreç-çıkı-geri bildirim ilişkisi vardır. Her sistemin girdisi vardır. Bu girdiler belirli süreçler (teknoloji) içinde bir araya getirilir ve işlenir. Bunun sonunda çıktı meydana gelir. Bu akışın sürekli ve düzenli olmasını sağlayan mekanizmalardan birisi elde edilen sonuçların değerlendirilmesi ile ilgili geriye doğru bilgi akışıdır.

Sistemin dengesi vardır ve bu dinamik bir dengedir. Her sistem, belirli bir ortamda belirli amaçları gerçekleştirmek için çalışır. Ancak kapalı sistemlerde entropi nedeniyle bazen sistemin çalışması bozulmakta ve amaç gerçekleşmemektedir. Oysa açık sistemler, olumsuz

entropinin yardımıyla, çevreleri ile denge içindedir. Çevrelerindeki değişmelere karşı kendi içlerinde önlem aldıkları için, bu denge dinamik bir dengeye dönüşür. Başka bir deyişle, çevre koşullarındaki her değişme karşısında, işletmeler kendi içlerinde önlem alarak çevreleri ile yeni bir denge içine girerler (Tokat, 2012:78).

2.2. İnovasyon ve Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Faaliyetlerinin Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi:

Araştırmanın bu kısmında, inovasyon ve Ar-Ge faaliyetlerinin genel olarak tanımı ve değerlendirilmesi yapılırken; *İNOMER (İnovasyon Merkezi)* ve *Ar-Ge Nedir?* isimli internet kaynaklarından sıklıkla faydalanılarak literatür taraması yapılmıştır.

İnovasyon teriminin kaynağı, Latince bir sözcük olan *innovatus* sözcüğü olarak bilinmektedir. Kültürel, toplumsal ve bürokratik yaşamda yeni metotların ve tutumların tercih edilmesi sürecinin başlaması anlamını taşımaktadır (Elçi, 2007:1).

Günümüz dünyasında süratli bir şekilde yenilene ekonomik mücadele zemininde devamlılığını sürdürebilmek amacıyla firmalarımızın hizmetlerini, mamullerini ve imalat metotlarını devamlı bir şekilde geliştirmeleri ve yenilerini ortaya çıkarmaları zorunlu bir durumdur. Bahse konu yenileme veya değiştirme faaliyeti *inovasyon* şeklinde ifade edilir (URL 4; E.T.:30.04.2015).

Dünya genelinde kullanılan anlamıyla inovasyon; Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ile Avrupa Komisyonu (Eurostat)'nun birlikte yayımladığı Oslo Kılavuzu'nun TÜBİTAK tarafından yapılan çevirisinin temel tanımlar kısmında şu şekilde ifade edilmektedir: *Bir yenilik, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir* (TÜBİTAK, 2006: 50).

İnovasyon, iyileştirilmiş ya da yeni hizmet, ürün veya üretim yöntemi geliştirmek ve bunu ticari gelir elde edecek hale getirmek için yürütülen tüm süreçleri kapsar. İyileştirilmiş ya da yeni hizmet, ürün veya üretim yöntemi geliştirme, yeni düşüncelerden doğar. İnovasyon devamlılığı olan bir etkinliktir. Bu nedenle, ortaya atılan, geliştirilerek işler hale getirilen ve sonuçta firmaya rekabet gücü kazandıracak şekilde pazarlanan bu fikirlerin ve sonuçlarının tekrar tekrar değerlendirilmesi ve yeni getiriler için yaygınlaştırılarak

kullanılması gerekir. Bu sayede doğacak yeni fikirlerse yeni inovasyon faaliyetlerini doğurur (URL 4; E.T.:30.04.2015).

Araştırma ve Geliştirme faaliyetleri özetle Ar-Ge olarak ifade edilir. Kurum ve kuruluşlarda oldukça mühim bir yere sahiptir. Herhangi bir kurum ya da kuruluşun bilim insanları ve mühendisler çalıştırmak marifetiyle, kurum ya da kuruluşun iş sahası doğrultusunda teknoloji ve bilimin ilerlemesini sağlayacak yeni verilere sahip olmak ya da var olan verilerle yeni materyal, mamul ve vasıtalar imal etmek, yazılım imali de dahil olmak üzere yeni süreç, hizmet ve sistemler ortaya çıkarmak veya var olanları ilerletmek, icra ettiği iş ve etkinlikleri ifade etmek maksadıyla tercih edilen, aynı zamanda oldukça bilinen bir deyimdir (URL 1; E.T.:30.01.2016).

Ar-Ge etkinlikleri kendine has ve yenilikçi düşünceler sunmak savıyla başlatılacağı için, türlü olasılıklar göz önüne alınarak icra edilen ve deneye dayalı faaliyetlerden meydana gelir. İcra aşamasındaki ekonomik girişimlerin sonucu olarak sağlanan reformist ya da yenilikçi mamuller, rekabet üstünlüğü getirir. Bahse konu sebepten dolayı, firmalar için gelişme amaçlarına uygun olmakla birlikte, neticelerine ilintili olarak riskleri de olan bir oluşumdur (URL 1; E.T.:30.01.2016).

Bu riskli çalışmaları sistematik bir şekilde uygulayan ve birikimlerini sürekli yenilikçi çözümlere odaklayan ülkelerde refah seviyesi artış göstermiştir. Çünkü araştırma ve geliştirme ile doğrudan kalite ve verimlilik artar. Bu sayede katma değer oluşturan ürünler için bilginin ve deneysel çalışmaların önemi artar. Bu ilerlemeyi bir kültür haline getiren toplumlar doğal bir sonuç olarak, hayat kalitelerini sürekli yükseltme eğiliminde olurlar (URL 1; E.T.:30.01.2016).

İnovasyon, Ar-Ge etkinliklerinin bir bileşeni şeklinde ifade edilmektedir. Mevcut Ar-Ge çalışmaları genellikle kamu sektörü, özel sektör, uluslararası sektör ve yüksek öğretim sektörü şeklinde dört kısım ile tasnif edilebilir. Özellikle 1980 yılından bu yana dünyanın geneli itibarıyla Ar-Ge sahasında icra edilen çalışmalarda büyük bir artış olduğu gözlemlenmektedir (Bernay, 2005: 40).

İnovasyon sözcüğü teknik bir manadan öte daha çok toplumsal ve ekonomik bir terimdir. İnovasyon yeni bir mamul, hizmet ya da sürecin piyasaya arz edilmesidir. Yalnızca yenilik, yeni bir veriden daha çoğu anlamına gelmektedir. İşletmeler açısından yenilik; yeni bir aksiyon potansiyeli ya da yeni bir refah varlığı anlamına gelmektedir. Yenilik ve buluş

terimleri incelendiğinde ise: Buluş; hizmet, mamul ve süreç için yeni bir bakış açısının meydana çıkartılmasıdır. Buluş bazı talepleri karşılayan, daha önce var olan verinin yeni bir bileşimidir. Buluş, yeni bir hizmet ya da mamul arz eden veya yeni bir yol ya da yöntem kullandığında girişimcinin icra ettiği teknolojik bir değişimdir. Bahse konu durumu gerçekleştiren girişimciye *mucit*, icra ettiği çalışma ise *buluş* olarak ifade edilmektedir (Durna, 2002: 10).

İnovasyonlar için şansın yaşamsal önemi olduğu kesindir. Sanatçılar, girişimciler ya da bilim insanları yaratıcı başarılarından söz ettiklerinde, hepsinin de üzerine basa basa ve defalarca bunun şans eseri olduğunu vurguladıklarını duyabilirsiniz (Johansson, 2015: 91).

İnovasyon, ya aykırı düşünceler neticesinde önceden denemesi yapılmamış ve geliştirilmiş mamul ya da imalat yollarının belirgin hale getirildiği önemli gayretlerle gelişir (radikal inovasyon), ya da evre evre icra edilen, bir takım iyileştirme ve geliştirme etkinliğini kapsayan işlevlerin bir neticesi şeklinde meydana çıkar (artımsal inovasyon) (URL 4; E.T.:30.04.2015).

İnovasyon firmanın tam ortasında değil, dağıtılmış sistemin kapsamı dahilinde ya da herhangi bir yerindeki işbirliğinden kaynaklanabileceğinin anlaşılması gerekmektedir. İdare etme hususunda düşünce beyan edenler, firmanın merkezinden yönlendirilen inovasyonun güçsüzlüğüne anlatmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir (Earls, 2009: 323).

İnovasyon için gereken en önemli etkinliklerden birisi de Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge)'dir. Fakat girişimsel inovasyon mevcut değilse, başka bir ifadeyle Ar-Ge'yi icra edenlerin girişimcilik özelliği bulunmuyorsa, yeni bir ürün ya da hizmet oluşturulamaz; Ar-Ge'ye ait neticeler inovasyona döndürülemez. Aynı zamanda, teknolojiye dayalı işletmeler haricinde bulunan bütün işletmelerde devam eden inovasyon faaliyetleri yalnızca *teknolojik inovasyon*'u değil, *pazarlama inovasyonu ve organizasyonel inovasyonu*'nu da içerir. Ayrıca, teknolojiye dayalı işletmelerde her ne kadar da olsa *teknolojik inovasyon*'na daha çok önem veriliyorsa da, *pazarlama ve organizasyonel inovasyon*'a yeteri kadar sermaye ayrılmadan hedeflere ulaşılması beklenmemelidir (URL 4; E.T.:30.04.2015).

İnovasyon buluş değildir. Buluşların sonuçlarından faydalına bilir ancak asıl mühim olan ekonomik getirisi olan, henüz yapılmamış, bilinmeyen bir şeyleri yapmaktır. Bu nedenle de fikirler ve kavramlar önem kazanır. Elektrikli süpürge J. Murray Spengler tarafından icat edilmiş olsa da ticarileştirilmesini ve satışını W. H. Hoover adlı bir deri üreticisi

gerçekleştirmiştir. Bunun için de Spengler adı değil, Hoover adı dünya genelinde bilinmiştir ve yayılmıştır (URL 4; E.T.:30.04.2015).

İnovasyonun büyüklüğü oluşturacağı tesirin büyük olacağı manasına gelmez. Var olan hizmetlerde, mamullerde ve süreçlerde bitmeyi bekleyen küçük parçalar, büyük inovasyonları meydana getirir. Küçültülmüş kulaklı kasetçalar (Walkman)'ın, Sony'nin milyarlarca dolara sahip olmasını sağlaması örnek gösterilebilir. İnovasyon adına olanakları ararken bir şirketin *Şimdi muhtemel olanı daha çok değer elde eder duruma nasıl getirebiliriz?, Ne çeşit bir adım atarsak ekonomik neticelerimizde pozitif yönde değişim yaşanır?, Bütün varlıklarımızın potansiyelini ne çeşit bir değişiklik yükseltir?* suallerine cevap bulması gerekir. Başarılı bir inovasyon, radikal düşünmek ve radikali yapmakla oluşur. Einstein'ın söylediği gibi *“Bugün ortaya çıkardığımız dünyanın sorunları, bu sorunları ortaya çıkarırken düşündüğümüz biçimde düşünürsek çözülemezler”* (URL 4; E.T.:30.04.2015).

Rekabet etmek ve piyasada kalabilmek adına müşterilerin mamullerimizi seçmeleri sağlanmalıdır. Seçilmek adına mamullerimize kattığımız nitelikler inovasyonun bir türüdür. İnovasyon, bir firmanın daha fazla kâr marjı elde etmesine sebep olsa da bunun ne kadar devam edeceğini öngörmek olanaksızdır. 21.yüzyılda ilerleyen teknolojinin, değişen tüketici taleplerinin, teknolojiye ve bilgiye rahatlıkla ulaşan karşı firmaların inovasyonu kopyalama yeteneklerinin ivmesini azaltırsanız, yalnızca bir inovasyonla sağlanan rekabet üstünlüğünün ne kadar kısa devam edeceğini öngörebilirsiniz. Bahse konu sebeple, devamlı bir şekilde inovasyon icra etme zorunluluğu vardır (URL 4; E.T.:30.04.2015).

Kamu kurum ve kuruluşlarında; ihtiyaçlara daha etkin cevap vermek, daha fazla değer yaratmak, varlıkları en üretken ve etkin biçimde kullanmak, sorun çözmek, çalışanlarının ve yurttaşların hayat kalitesini artırmak hedefiyle ürünleri, hizmetleri ve bunların sunuş şekillerini; süreçleri ve örgütü geliştirmeye ve iyileştirmeye dönük düşüncelerin geliştirilip pratiğe dökülmesi faaliyeti ise “kamuda inovasyon” şeklinde tanımlanmaktadır (URL 4; E.T.:30.04.2015).

Globalleşmeye bağlı iktisadi ve sosyal gelişimler, ekonomi dünyası için olduğu kadar kamu kurum ve kuruluşları için de aşılması zorunlu mühim zorlukları ve ulaşılması gereken olanakları birlikte sunmaktadır. Global piyasalar, milletler arası paydaşlar, harici varlık kullanımları, milletler arası ekonomik mücadele ve bununla bağlantılı tüketicilerin artan ve değişen istekleri, işletmelerin süratli bir şekilde inovasyon faaliyetine girişmelerini zorunlu kılarken, yine daha çok globalleşmeyle ilişkilendirilen gelişmeler ve yurttaşların umut ve

isteklerindeki yükseliş, kamu kurum ve kuruluşlarında da inovasyonu yapmayı zorunlu hale getirmektedir. Birleşmiş Milletler (BM)'e göre bu zorunluluk üç ana evreyi alakadar etmektedir:

1. Oldukça az varlık ve kısıtlı operasyon el imkânlarla daha fazla geniş kesimlere daha ileri kalitede hizmet sağlama zorunluluğu (ki bu, varlıkların daha faal kullanımı ve kapasitenin daha etkin meydana getirilmesiyle kısıtlı olmayıp, daha farklı ve yaratıcı çözümlerin geliştirilmesini de zorunlu kılmaktadır),

2. Yurttaş eğilimli devlet idaresiyle daha hesap verebilir, görev bilinci olan ve faal bir sisteme ulaşma gerekliliği,

3. Yurttaşların isteklerine daha iyi cevap verme zorunluluğu.

Kamu kurum ve kuruluşlarında, inovasyon yönetim sistemlerini kurmayı ve inovasyon kültürünü oluşturmayı gerekli kılan bahse konu zorunlu haller, yeni iş yapış yöntemlerinin oturtulmasını, yeni bir yönetim yaklaşımının benimsenmesini, farklı stratejilerin ve prensiplerin geliştirilmesini ve bunların icra edilmesini zorunlu bir duruma dönüştürmektedir. Yeni devlet idaresi davranışı da bahse konu zorunluluklardan başlayarak kabul edilmeye çalışılan bir konudur (URL 4; E.T.:30.04.2015).

2.3. Küresel Rekabetin Genel Olarak Tanımı ve Değerlendirmesi:

Araştırmanın bu kısmında, küresel rekabetin genel olarak tanımı ve değerlendirilmesi yapılırken; *Mevzuat Dergisi* isimli internet kaynağından sıklıkla faydalanılarak literatür taraması yapılmıştır.

Rakipler gelenek haline gelmiş olan bir görüş açısıyla, birbirlerini düşmanı gibi görürler. Bu bakış açısı çok sınırlayıcı olabilir. Örneğin, Japon gıda firmaları bir araya geldi ve perakendecilere mal dağıtımını ortaklaşa yapmaya karar verdiler. Daha önce birden çok araçla yaptıkları dağıtımı daha az sayıda araçla yapmaya karar verdiler. Bu kararlar mal teslim harcamalarında %80 avantaj sağladılar (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Rekabetin gerekli ve gereksiz olduğu zamanı ayırt etmede Japon firmaları rakiplerine göre daha çok başarılıydılar. Japon otomobil firmalarını örnek alacak olursak, kendi aralarında fiyat, model vb. her türlü düşünce ve eylemde birbirlerini acımasızca eleştirirler. Ancak bu firmaların yöneticileri, üye oldukları otomobil imalatçıları derneğinde bir araya

geldiklerinde oturup sektörün ortak problemlerini tartışırlar. Dernek dışındaki ortamda yine rakiptirler (De Bono, 2000).

Ülkeler, firmalar, bireyler vb. arasında benzer üstünlükleri, benzer başarıları elde etmek amacı güderken, aralarında yaşadıkları yarışmaya, çekişmeye, mücadeleye rekabet denir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Bir iş kolundaki rekabet, yatırılmış ana paranın getirisini devamlı olarak aşağıya, rekabet tabanı getirisine veya ekonomisinin “mükemmel rekabetçi” diye tanımladığı sektör tarafından kanılacak getiriye doğru çekmeye çalışır. Bu rekabet tabanına veya “serbest piyasa” getirisine, sermaye kaybı riski ile yukarıya doğru ayarlanmış olan uzun vadeli devlet tahvillerinin getirisi ile yaklaşılr (Uludağ, 1998).

Firmaların içinde buldukları sektörün yapısını anlayabilmek ve geleceğe dair tehdit ve fırsatların belirlenebilmesi, global rekabet teriminin anlaşılabilmesi ve bu sektörde başarının sağlanabilmesi için gereklidir. Bir sanayi ya da endüstri iş kolu, genelde birbirinin yerine konulabilen, yakın özelliklere sahip, ürün ve hizmet imalatı yapan firmalar topluluğu olarak tanımlanabilir. İdarecilerin endüstri iş kolundaki tehdit ve fırsatları tahlil edebilmeleri için, Michael E. Porter, tarafından beş faktör modeli olarak da bilinen bir teknik geliştirmiştir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Michael E. Porter’a göre, ulusal veya uluslararası olsun, hizmet veya mal imal eden, bir endüstri kolunda rekabet kurallarını belirleyen beş rekabetçi güç vardır:

- * Olası Rakipler
- * Hâlihazırdaki Rakipler Arasındaki Rekabet
- * Tüketicilerin Pazarlık Etme Kuvveti
- * Tedarikçilerin Pazarlık Etme Kuvveti
- * Birbirinin Yerine Geçen Hizmet ve Malların Tehdidi

Sektörde yer alan firmaların sermaye giderlerinin üstünde yatırımlarından elde edecekleri geliri, bu beş etmenin toplam kuvveti belirlemektedir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Doğal olarak, her bir iş kolundaki rekabeti şekillendirmekte farklı kuvvetler ya da etmenler rehberlik eder. Lastik iş kolunda anahtar kuvvet, zorlu rakiplerle ilişkilendirilen güçlü malzeme alıcılarıyken, okyanusta seyreden tankerler iş kolunda, olası alıcılar öne çıkar

(önde gelen petrol firmaları). İkame malzemeler ve yabancı rakipler ise, çelik iş kolundaki anahtar kuvvetlerdir.

Gore Vidal'ın ve Bernard Bruch'un birbirine zıt olan ve küresel rekabetten bahseden basit iki tanımına incelemek gerekir. Bu inceleme kapsamında:

Gore Vidal'a göre “iş savaştır ve bu savaşta başarılı olmak için mutlaka küresel rekabete girilmeli, rakiplere öldürücü darbeler indirilmelidir. Başarılı olmak yeterli değildir, diğerlerini de başarısız kılmak gerekmektedir.”

Bernard Bruch ise Vidal'ın aksine “kendi ışığının parlamaya devam etmesi için diğerlerinin ışığının sönmesine gerek yoktur” görüşünü savunmaktadır (Moore, 1973'den akt. URL 6; E.T.:03.03.2015).

2.4. Küresel Rekabetin Temel Kavramları:

Araştırmanın bu kısmında, küresel rekabetin temel kavramları açıklanırken; *Mevzuat Dergisi* isimli internet kaynağından sıklıkla faydalanılarak literatür taraması yapılmıştır.

a. Rekabetin Zorunluluğu:

Yoğun bir şekilde ihraç iktisatlarını gündeme getiren en önemli husus; globalleşme ve bölgesel birleşmelerdir. Bu şekildeki bir oluşumun, göz önünde bulundurduğu ana stratejik etmen, rekabet kuvvetidir (Ekin, 1997).

Hiper-rekabet ortamları kavramı, günümüzde rekabetin varmış olduğu büyüklük olarak anlatılmakta ya da ifade edilmektedir. Hiper-rekabet ortamına entegrasyon sağlayabilecek firmalar: piyasadaki dinamizmi örgüt içinde taşıyabilen, sıra dışı düşünebilen, düşündüğünü pratiğe dökabilen ve olanaksız denileni başarabilen firmalardır (Akat, 1996).

Rekabet avantajı yalnızca bir endüstri içerisinde anlam bulabilir. Mesela havacılık endüstrisinde Airbus-Boing çekişmesi sonucu meydana çıkan rekabet avantajının, yalnızca bahse konu endüstride geçerliliği vardır.

Mevzuat Dergisine göre rekabet avantajı bir firmaya aşağıda belirtilen konularda katkı sağlar :

- * Kârlılık yükselişi,
- * Gelir tabanının (Pazar payının) artması,
- * Fazla sürede iş gelişiminin sağlanması ve bu gelişimin sürekliliğinin gerçekleştirilmesi.

Rekabet avantajı bilhassa global iktisatlarda orijinal faktörlerle bağlantılıdır. Bahse konu faktörlerden bir kısmı taklidinin mümkün olamayacağı seviyede teknolojik bir değişim ya da firmaya üstünlük verecek ayrı bir birliktelik de olabilir. Örnek vermek gerekirse, müşterilerle, perakendecilerle veya tedarikçilerle kurulacak taklit edilemeyen bir birliktelik, firmaya rekabet avantajını getirecektir. Bahse konu faktörler ancak karşılaştırmalı avantaja dayanırsa devamlılığı sağlanabilir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

b. Maliyetlerin İdare Edilmesi:

Giderlerin ya da maliyetlerin idare edilmesiyle ilgilenen bir stratejistin amacı açıktır: Firma genelinde muhtemel olan en az giderlere ya da maliyetlere varmak veya ulaşmak. En az net giderlere varabilmek için ele alınması gereken faktörler aşağıda belirtildiği gibi açıklanabilir:

b.1. Faktör Giderleri:

Faktör giderleri ya da maliyetleri bir imalatçının konumuna bağlı olarak elde ettiği avantajlar olarak anlatılabilir. Faktör giderlerinin kapsamı dahilinde yedek imalat sahalarındaki çalışan giderleri kaleminde ayrışmalar bulunur. Güney Kore ya da Singapur'da iş gücü giderleri ABD'deki iş gücü giderlerinin hemen hemen çeyreğine denktir. İşçiliğin fazla olduğu imalat evrelerinde gider ayrımı oldukça mühim etmen ya da faktörlerden birisidir. Avrupa ve ABD firmalarının fason imalat yapmalarının en önemli nedenini bu ayrım oluşturmaktadır. 21.yüzyılda bahse konu coğrafyalardaki iş gücü giderleri kısmen artmış olsa da halen önemli bir üstünlükten bahsetmek ya da söz etmek mümkündür (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Ekonomik veya ucuz işlenmemiş ya da yarı işlenmiş kaynaklar edinmek, oldukça mühim coğrafik bir avantajdır. Ortadoğu'daki doğal gazın varlığı veya mevcudiyeti, Çin, Güney Kore ve Japonya'dan ucuz veya ekonomik çelik elde edilmesi, bu coğrafyalarda yatırım yapacak firmalar için rekabetçi maliyet avantajı getirebilir.

Firmalar için daha ekonomik ana para temini, vergi avantajı vs. rekabetçi üstünlükleri belli bölgeler sağlayabilmektedir. Global firmaların, okyanus ötesi girişimcilere sağlanan vergi avantajları sebebiyle İrlanda Cumhuriyeti'ne yerleşmeleri bu durum için misal gösterilebilir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

b.2. Döviz Kuru Üstünlüğü:

Dünyanın değişik coğrafyalarında oluşan mühim döviz dalgalanmaları zaman zaman bazı imalat sahalarında müteşebbis olmayı çekici gösterebilir. Örneğin, 1984'ün sonunda ve 1985'in neredeyse tamamında dolardaki oldukça fazla olan değerlenmeden dolayı, bilhassa Avrupa Birliği (AB)'nde girişimci olmak, oldukça çekici bir durumdur. (URL 6; E.T.:03.03.2015).

b.3. Ölçek Üstünlüğü:

Karmaşık tekniklerin ya da teknolojilerin kullanılması, imalathane veya atölyelerin ömrü, iş gücü ya da ekipmanın doğru kullanımı neticesinde sahip olunacak üretkenlik avantajı, ölçek üstünlüğü şeklinde kabul edilmektedir.

Yukarıda bahsedilen üç unsurun beraber ele alınması, giderlerden elde edilecek rekabet avantajı bakımından önemlidir. İmalat teknikleri ve yöntemleri, gider tablosunun bahse konu evreler; imalat teknolojisi ve ölçeği, iş gücü giderleri ve kur hareketlenmelerini ortalayacak şekilde oluşturulmaktadır (URL 6; E.T.:03.03.2015).

c. Fiyatların İdare Edilmesi:

Bir stratejistin fiyatların idare edilmesi hususunda alakadar olacağı asıl mesele, bahse konu sahada olası maksimum ederi ne şekilde sağlayabileceğidir. Değişik pazarlarda benzer mal ya da fonksiyonlara ait mühim eder ayrışmaları yer aldığından, stratejik manada idareci var olan pazarların bir menkul değerler toplamını yaparak, bütünlük içinde piyasadaki olası maksimum değerleri tespit etme olanağına sahip olabilir. Fiyatların idaresiyle alakadar unsurlar ya da etmenler aşağıda belirtildiği gibi açıklanabilir:

c.1. Piyasaların Biçimi ya da Yapısı:

Rekabetçi yapı bakımından, her devletin piyasası kendine hastır. Rakiplerin tür ve sayısı ve rekabetin yoğunluğu, değişik piyasalarda fiyat seviyesinin belirlenmesini

sağlayabilmektedir. Singapur veya ABD'deki piyasalar, açık ya da rekabetçi özellikte piyasalardır. Bu tür piyasalara oranla, Hindistan örneğindeki güvenlikçi pazarlarda ya da piyasalarda, yalnızca ulusal işletmelerle ticari mücadeleye girmek maksimum değerler oluşturmayı sağlayacağından, Hindistan bu bakımdan daha dezavantajlı olacaktır.

c.2. Marka Bedeli ve Gönderim Kanalları:

Sony gibi kalite imajı ile birlikte tüketici elektroniği iş kolundaki güçlü ürün gamını elinde bulunduran firmaların, oldukça mühim sayılabılacak rekabet avantajını elinde bulundukları bilinmektedir. Televizyon setleri esas manada; Samsung, Philips veya Sony vb. imalatçılar eliyle imal edilebilen ileri teknoloji mamulüdür. Oysaki Sony firmasına ait ürünler, Samsung firmasına ait ürünlerden daha değerli olarak bilinen Philips firmasının ürünlerine göre yüksek ederde satılmaktadır. Bir firmanın ürünlerini maksimum ederde satılmasına olanak sağlayan en önemli faktörlerde birisi de *tanınmışlık* faktörüdür. Diğer yandan gönderim yolları çevresindeki denetleme mekanizması da değerlerin oluşturulmasına tesir etmektedir. Global pazarların birçoğunda etkinlik icra etmenin yanı sıra firmalar, üstün ya da avantajlı oldukları belli piyasalarda gönderim üstünlüğü ve marka bağımlılığı gibi önemli pazarlama kavramlarını geliştirme çabası içinde olmalıdırlar.

c.3. Ürün Grubu Bedeli ya da Değeri :

Bir firmanın veya işletmenin kendine has rekabet görünüşü analiz edilirken, ürün grubunun bedeli ya da değeri de unutulmamalıdır. Örneğin, Matsushita, Sanyo ve Toshiba vb. oldukça büyük mamul yelpazesini elinde bulunduran müşteri elektroniği imalatçıları, A.B.D. piyasasını istenilen bir zaman zarfında bünyelerindeki faaliyet birimlerinin birisiyle, ticari mücadele zemininde izafi biçimde küçük mamul yelpazesini elinde bulunduran Whirlpool ya da Zenith'e oranla çok daha rahat sübvansede edebilirler (URL 6; E.T.:03.03.2015).

ç. Global Teknoloji ve Rekabet:

Şüphesiz teknoloji, dünya genelinde yükselen globalleşme yatkinlığı, bununla birlikte oluşan ticari mücadele zemininde unutulmayacak mühim bir etmen sayılacaktır. Akademik projelerin pratiğe dönüşmesiyle yaşamın birçok sahasında etkileyici hüviyetteki teknoloji, endüstri inkılâbı hitamında ilk olarak bireylerin makineleri idare etmesi anlamına gelen *mekanizasyon*, daha sonra da makinelerin makinelerle kontrolü anlamına gelen *otomasyon*

vasıtasıyla hizmet ve mal imal eden firmalarda, her zaman mühim etkileri beraberinde getirmiştir.

Küresel ya da global ekonomilerdeki yapısal değişime neden olan iki önemli etkeninin olduğu değerlendirilmektedir. Bu etkenlerden birincisi; sürekli artış eğiliminde olan uluslararası rekabettir. Diğeri ise; yüksek teknolojinin hızla gelişmesidir. Buna göre, teknolojik gelişmeye rekabet sebep olmaktadır. Aynı zamanda rekabetle birlikte, üretilen çağdaş teknikler ile benzersiz olanaklar oluşmakta ve pazarlar yenilenen istekleri karşılamak amacıyla farklı mallar imal etmektedirler. Başka bir ifadeyle, ekonomide oluşan ya da oluşacak dönüşüm ve değişimler, büyük oranda teknolojik ilerlemeye bağlıdır. Global teknoloji ve rekabet ilişkisiyle ilgili konular aşağıda belirtilmiştir (URL 6; E.T.:03.03.2015):

ç.1. Teknoloji ve Küreselleşme İlişkisi:

21.yüzyılın iş dünyasında stratejik değişim ve dönüşümün en önemli faktörleri olan teknolojik yenilik ve küreselleşme, önümüzdeki senelerde oldukça büyük ehemmiyetle tesirlerini yükseltecektir. Globalleşme, değişik iş kollarında global mamuller adına tüketicilerde birbirine yakın istekleri meydana getirme, global tüketicilerin gereksinimlerini veya ihtiyaçlarını yenileme, araştırma ve ürün geliştirme, ölçek ekonomilerini teşvik etme, giderleri düşürme gibi farklı biçimlerde tesirini göstermektedir. Teknoloji ise bir iş kolundaki firmaların şablon iktisatlarına varmalarına, dolayısıyla globalleşmeye odaklanmalarını temin etmektedir. Global firmalar yeteneklerini yükseltmek adına ileri teknolojiye güvenmektedirler. Başka bir deyişle teknoloji, globalleşmeye bağlantılı şekilde büyümekte, aynı zamanda globalleşmeyi ön plana çıkarmakta veya teşvik etmektedir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Teknoloji ve küreselleşme arasındaki birliktelik incelendiğinde, günümüzde bilhassa telekomünikasyon ve bilişim teknolojisindeki gelişmelerin globalleşmeye mühim oranda tesir ettiği rahatlıkla anlaşılabilir. Telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojileri ticari mücadele zeminini tekrar düzenlemekte, dünyadaki kurumların genelinde, bireylerin iş stillerini derinden yenilemektedir. Çağdaş haberleşme teknolojisi, firmaların değişik devletlerde değişik kontrol ve örgütlenme yöntemiyle iş yapmalarına olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda bahse konu teknolojiler, firma dâhilinde tüm çalışanların elde edebileceği biçimde haberleşmeyi devamlı bir şekilde sağlamakta, herhangi bir departman ötekilerden haberi durumdadır. Global firmalar, dünyanın genelinde bulunan mal aldığı toptancıları, paydaşları

ve son kullanıcılar olan tüketicilerle direkt olarak iletişim sağlayabilmektedirler (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Modern küresel rekabet kavramı üzerinde düşüncesini belirten aydınlar, ekonomik küreselleşmeye dönük eğilimin önemli neticelerinden birinin, bilhassa teknoloji yoğun iş kollarında sınaî ya da endüstriyel rekabetin yükselmesi olduğunu ifade etmektedirler. Öte yandan *hiper-rekabet* kavramının yeni bir kavram olarak edebiyata girmesi, rekabetin normal sınırların ötesinde oluşması sayesinde. Reformcu ve küresel rakiplerin stratejik manevralarının dinamiklerinden, *hiper-rekabet* kavramı ortaya çıkmaktadır. Bilhassa çevresel unsurlar, rakiplerin farklılaşması ya da heterojenleşmesi ve aralarında husumetin artmasına, devamlı daha fazla dinamizm ve belirsizliğe sebep olmaktadır. Her iş kolunda veya sektörde bu şekildeki rekabetin meydana geldiği anlaşılmaktadır. Ayrıca bilhassa ileri teknoloji sahasında etkinlik icra eden firmaların, çok sıkı bir ticari mücadele gösterdikleri açıkça ortadır (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Telekomünikasyon ve bilişim teknolojisinin birleşmesi yeni sektörler meydana getirmekte, mevcut sektörler tekrar yapılanmakta ve firmaların rekabet yöntemlerini derinden değiştirmektedir. Teknolojiye uzun yıllardır, ticari mücadeleye dayanan stratejilerin gelişimi için sermaye yatırılmaktadır. Belirtilen eğilimin sonraki senelerde yükselerek devam edeceği anlaşılmaktadır. Firmaları globalleşmeye iten güçlerin mücadelesi yükseldikçe, özellikle imalat sahasında etkinlik icra eden firmalar, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojisinin önemli oranda aktif müşterisi olmuşlardır. Bir birine yakın mamullere isteğin çoğaldığı çeşitli piyasalarda, ön plandaki firmaların asıl piyasası olan; Pasifik, Amerika ve AB olmak üzere üç önemli coğrafyada oldukça faal olmalıdırlar. Örneğin, sağlık makineleri iş kolunun belli başlı firmaları olan Toshiba, Siemens ve General Electric olmak üzere üç firmanın, sahip oldukları piyasalar haricinde birbirlerinin esas piyasalarında fazlaca etkin olmaktadır. Benzeş hâlin; baskı makineleri, power supply donanımı, otomobil ve bilgisayar gibi birçok iş kolunda geçerli olduğu görülmektedir. Bütün bu iş kollarında telekomünikasyon ve bilişim teknolojisi; ulusal ve uluslararası tüketicilerin isteklerini karşılayacak biçimde evrim ve mamullerin düzenlenmesi, merkezden uzak hale getirilmiş etkinliklerin verimliliğinin yükseltilmesi, uzak birimlerin eşgüdüm ve kontrolü konularında önemli bir rol oynamaktadır (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Yerel iktisadi gelişiminle ticari mücadelenin temel faktörleri yine de inovasyon ve teknolojik kabiliyetlerin yükseltilmesidir. Yer kürenin değişik coğrafyalarında meydana gelen

piyasaların dinamikleri daha nitelikli mamul üretecek, mamulle alakalı yenilikler ve gider üstünlüğü verecek evrelerle alakalı yenilikler olacaktır (Kırım, 2001).

ç.2. Rekabetçi Üstünlük ve Teknoloji:

Rekabetin en önemli unsurlarından biri teknolojik yenilik ya da değişimdir. Yeni endüstrilerin oluşmasının yanında var olan endüstri yapılarının değişmesinde, teknolojik değişim lider rolündedir. Aynı zamanda bahse konu unsur, değişik iş kollarında geçmiş yıllardan bu yana kuvvetli bir şekilde var olan firmaların, mücadeleci kuvvetlerinin azalmasına ve yeni firmaların kuvvetlenip ön planda olmasına sebep olunabilecektir. Ticari mücadelenin yani rekabetin prensiplerini yenileyebilecek unsurların kapsamı dahilinde, çok kuvvetli gözükeni şüphesiz teknolojik yenilenmedir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Kendi başına teknolojik değişimin önemi yoktur. Teknolojik değişim, eğer rekabetçi üstünlüğü ve endüstri yapısını etkileyecekse önemli olacaktır. Bütün teknolojik değişimler stratejik anlamda yararlı sayılmaz. Tersine, herhangi firmanın ticari mücadelesinin pozisyonu ile endüstri çekiciliği bakımından negatif tesirleri oluşabilir. Yüksek bir tekniğe sahip olmak, gelir artışını her zaman kesin olarak sağlamamaktadır. Yüksek teknolojiye sahip birçok endüstrinin uygunsuz sistemleri nedeniyle, bir takım az gelişmiş teknolojiye sahip endüstrilere göre düşük gelirli pozisyonda kaldıkları bilinen bir husustur (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Değer zinciri kavramının, rekabet ile teknoloji ile arasındaki bağlantının incelenip anlaşılmasındaki rolü oldukça önemlidir. Michael E.Porter 'ın rekabet incelemelerinde, değer zinciri fazlaca mühim sayılabilecek alan kaplar. Bir firma bu analizlere istinaden; hangi mamulleri üreteceğini planlayacak, imal edecek, pazarlama yapacak, dağıtım ve ulaştırma işlerini yapacak ve satış sonrası destek faaliyetlerini içeren birçok etkinlikleri icra edecektir. Bahse konu etkinlikler değer zinciri marifetiyle ifade edilebilir. Bir firmanın değer zinciri ve bahse konu zincirin çalışması, firmanın mazisi, stratejisi ve stratejisinin pratik halini içeren görüntüsüdür. Rekabetçi avantaj kapsamında önemli anahtar noktalar, rakipler arasında değer zincirlerindeki farklı noktalardır (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Teknolojinin ya da teknik yöntem ve yeteneklerin, bir firmanın subjektif gider ya da başkalaşma pozisyonunun tespit edilmesindeki rolünün oldukça mühim olmasıyla birlikte, aynı zamanda bahse konu firmanın rekabetçi üstünlüğünü de teknoloji etkileyebilecektir.

Bütün değer etkinlikleri kapsama alanında bulunduğundan bahse konu etkinliklerin birbiri içinde bağlantısını sağlaması itibariyle teknolojinin, giderlerde olduğu gibi başkalaşma için de oldukça güçlü tesirlerinden söz edilebilir. Teknik yöntem ve yetenekler, yalnız olarak ya da sadece kendisinin gerçekleştirdiği bahse konu tesirlerle birlikte, giderler ve başkalaşmayla alakalı öteki unsurlara da tesir ederek ticari mücadele avantajına da tesir edebildiği anlaşılmaktadır. Teknik yöntem ve yeteneklerde yükselme, ölçek iktisatlarına sahip olmayı kolaylaştırabilir ve ya elastikiyet durumunu ortaya çıkararak, ölçek iktisatları seviyesine varmayı gereksiz duruma sokabilir. Teknik yöntem ve yeteneklerdeki yenilenmenin ne gibi durumlarda ticari mücadelede üstünlük getireceği ile alakalı konular kapsamında, aşağıdaki unsurlara önem verilmelidir:

- Teknik yöntem ve yeteneklerdeki yenilenme, tek başına giderleri azaltır veya başkalaşma meydana getirir. Firmanın teknik yöntem ve yeteneklerdeki önderliği süreklirse, ticari mücadele ya da rekabet avantajı ortaya çıkabilir.
- Teknik yöntem ve yeteneklerdeki yenilenme, firmaya üstünlük getirecek biçimde gider veya başkalaşma nedenlerine tesir edecek durumdaysa, ticari mücadele için avantajdan bahsedilebilir.
- Teknik yöntem ve yeteneklerdeki yenilenmeye liderlik etmekle birlikte firmanın, vakit geçirmeksizin çalışmalara başlaması, rakipleri kopyalama taktiğini uygulamaya koysalar bile lider olan bahse konu firmanın mühim üstünlükleri olacaktır.
- Teknik yöntem ve yeteneklerdeki yenilenme, bütün endüstri sistemini büyütecek şekilde tesirliyse, firmalar için ticari mücadele avantajlarından söz edilebilecektir (URL 6; E.T.:03.03.2015).

d. Küresel Rekabete Tesir Eden Faktörler:

Var olan küresel iş kollarındaki rekabet ya da ticari mücadele, ilk defa piyasaya çıkan iş kollarının ortaya çıkarılmasını çok mühim bulan bir takım trendin mevcudiyetinden söz edilir:

* *Devletler Bağlamındaki Ayrılıklarda Düşüş:* Bazı akademisyen ya da aydına göre, dağıtım kanalları, ciro, enerji giderleri, faktör giderleri ve pazarlama biçimleri vb. sahalarda, gelişmiş ve gelişmeye çalışan devletlerarasındaki iktisadi ayrımların azaldığı anlaşılmaktadır. Bahse konu düşüşlerden bazıları, çok milletli firmaların dünya genelinde,

teknolojiler yaymadaki cesaretiyle bağlantılı denilebilir. Sebepleri çok önemli olmasa da bahse konu durum, dünya genelindeki ticari mücadele dezavantajlarını düşürecek biçimde gelişmektedir.

* *Sektör Siyasetinin Oldukça Cesur Olması:* Devletlerin çoğunun endüstri siyasetleri devamlı değişim içindedir. Almanya, Japonya, Singapur ve Güney Kore gibi ülkeler, koruyucu ya da pasif konumlardan, dikkatle tercih edilmiş sektörlerde, endüstriyi ön planda tutacak cesur pozisyonlara dönmektedir. Belirtilen pozisyonlar, fazla kabul görmeyen iş kollarından da çıkmayı kolay bir hale getirmektedir. Bahse konu eski olmayan endüstri siyaseti, yukarıda belirtilen devletlerdeki şirketleri ilk defa açılan piyasalara adım atmada, geniş alanlarda kurulacak imalathanelerin yapımı, önemli derecedeki ticari girişimcilik faaliyetleri vb. iş kollarını global konuma sokacak atak girişimlerde bulunmasını sağlamaktadır.

* *Ulusal Tanınma ve Ayırt Edici Mevcudiyetlerin Koruma Altın Alınması:* Ülkeler, iktisadi mücadele bakımından varlıklarından hangisinin farklı bir nitelikte olmasının mantığını zaman geçtikçe anlamaktadır. Ülkeler aynı zamanda, bahse konu kaynakların olmasının iktisadi yararlarını elde etmeye zamanla yatkınlaşmaktadır. Natürel varlıklar, hem kamu eliyle direkt hem de kamunun veya imalatçıların paydaşlarıyla direkt olmayan denetim yollarıyla denetim altında tutulan mevcudiyetlerin bilinen emsalleridir. Birçok miktarda küçük maaşlı, birkaç vasfı olan veya vasıfsız çalışanların olması, bir takım devletlerde direkt olarak onaylanan önemli kaynaklardan birisidir. Maalesef ülkemizin de bu tür durumda olduğu görülmektedir.

* *Oldukça Serbest Bir Teknoloji Geçişi:* Teknik yöntem ve yeteneklerin dolayısıyla teknolojinin, oldukça özgür bir şekilde geçişinin, gelişme aşamasında bulunan devletlerdeki rakiplerin de içinde olduğu, birçok türden şirkete çağdaş cihan ölçülerindeki kurum ve kuruluşlara sermaye yatırma olanağı sağladığı anlaşılmaktadır. Bir takım şirketler, bilhassa da Japonya kaynaklı şirketler, teknik yöntem ve yeteneklerini ülke dışına ihraç etme hususunda epeyce cesur davrandılar. Aynı zamanda, teknik yöntem ve yetenekleri ithal eden bir takım şirketler de, ucuz ve uygun değerden bahse konu teknolojiyi diğerlerine satarak para kazanmak niyetindedir. Belirtilen tüm faaliyetler, global ticari mücadeleyi fazlasıyla ön plana çıkarma trendi içinde olurlar.

* *Gitgide Yeni Büyük Ölçekli Piyasaların Meydana Çıkması:* Eşsiz büyüklükteki ekonomisi sebebiyle ABD, uzun zamandır global ticari mücadele kapsamında önemli bir

piyasa olmasıyla birlikte, Rusya, Çin veya büyük olasılıkla Hindistan ilerleyen zamanların önemli ve söz sahibi piyasaları olabilirler. Bahse konu ihtimalin iki önemli neticesi olabilir. Birincisi, örneğin Rusya veya Çin, kendilerine ait piyasalarına ulaşımı denetim altında tutarsa, yine kendilerine ait şirketleri de esas global kuvvetler durumuna getirebilirler. Diğer netice ise; bahse konu piyasalardan bir tanesine veya hepsine ulaşmayı sağlamak. Böylesi bir durumu başaran şirketin sahip olacağı önemli ölçek sebebiyle, ileride oldukça mühim denilebilecek strateji içeren bir parametreye dönüşebilir.

* *Gelişmiş Devletler Seviyesine Çıkmak İsteyen Devletlerin Ticari Mücadelesi:* 2000’li yılların başından itibaren meydana çıkan bir husus da, bilhassa Tayvan, Brezilya, Singapur ve G.Kore’nin küresel piyasalarda boy göstermesiyle, dünyadaki iş kollarında, gelişmiş devletler seviyesine çıkmak isteyen ya da gelişmeye çalışan devletlerin oluşturduğu ticari mücadeledir. Genellikle gelişmeye çalışan devletler, ekonomik iş gücü veya natürel varlıklar esasında ticari mücadeleye giriştiler. Bahse konu mücadele halen sürmektedir. Bunun yanında, gelişmeye çalışan devletlerin ticari mücadelesi, deniz taşıtı imali ve tv ünitelerinin, çeliğin, elyafın veya yakın zamanda kara taşıtlarının imali vb. likiditenin sık olduğu iş kollarında zamanla önemli tesirler ortaya çıkarmaktadır (URL 6; E.T.:03.03.2015).

e. Birlikte Yapılan Rekabet:

1980 yılının ortalarında ve sonlarına doğru birçok girişimci, stratejik pozisyon incelemesi sonucu direkt olmayan yani endirekt şekilde rekabetçi olmayı seçerken, bir takım idareciler karşı firmalarla ortaklık oluşturmanın, kusursuz olanakları da yanında getireceğini öngörmüşlerdir. Bahse konu gayeyle birlikte, hedefleri gerçekleştirerek en tepeye ulaşmak düşüncesiyle firmalar, karşı firmalarla birlikte iş yapabilmeyi yöntemlerini bulmaya çalışmışlardır (Güzelcik, 1999).

Rekabetle ilgili Moore şunu söylemektedir: *“İçinde yaşamınızı sürdürdüğünüz dünya öyle bir dünyadır ki, artık yalnız başına yaratıcı stratejiler bulmak yerine, müşterilerle, tedarikçilerle hatta rakiplerle yeni uzlaşmalar sağlayıp diğer rakiplere karşı beraber gelişme ve büyüme yolları bulmak gerekmektedir”*. Moore görüldüğü gibi, klasik manada rekabetin sonunun geldiğini ifade etmektedir (Kırım, 1998).

Büyük şirket ortaklığı veya birlikteliği, kendi içlerinde mücadele gösterirken, kendilerinin büyüme veya gelişmesine destek verecek, benzer neden ya da gayeyle menfaat birlikteliğini yürüteceklerdir. Mesela ileriki senelerde kara taşıtları iş kolunda yedi devasa

ortaklığın oluşturulacağı ve bir avuç bağımsız imalatçının piyasada olacağı anlatılmaktadır. Bahse konu ortaklıklar;

- Toyota — GM — Daewo — Suzuki — Isuzu — Saab
- Mazda — Kia — Ford — Jaguar
- Porsche — Volkswagen
- Daimler Benz — Chrysler — Hyundai — Mitsubishi
- Subaru — Fiat — Nissan
- Rover — Honda
- Volvo — Peugeot — Renault — Citroen ortaklıklarıdır (Hanan, 1996'dan akt. URL 6; E.T.:03.03.2015).

2.5. Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporlarıyla İlgili Genel Hususlar (2014-2015 / 2015-2016):

Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum WEF) tarafından her yıl açıklanan ve müteakip maddelerde detayları belirtilen Küresel Rekabet Edebilirlik Raporlarına göre ülkemiz, küresel rekabet edilebilirlik endeksi sıralamasında; 2013 yılında 44.sırada, 2014 yılında 45.sırada, 2015 yılında ise 51.sırada olduğu görülmektedir. Bahse konu raporlara göre aynı zamanda ülkemiz, inovasyon alt endeksi sıralamasında; 2013 yılında 50.sırada, 2014 yılında 56.sırada, 2015 yılında ise 60.sırada olduğu görülmektedir. Küresel rekabet edilebilirlik ve inovasyon konularındaki sıralamalara göre Türkiye'nin, son yıllarda bir düşüş süreci içerisinde olduğu gözlemlenmektedir.

2.5.1. 2014-2015 Dönemi Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporuyla İlgili Genel Hususlar:

Araştırmanın bu kısmında, küresel rekabet edilebilirlik raporlarıyla ilgili genel hususlar açıklanırken; *Rekabet* isimli internet kaynağından sıklıkla faydalanılarak literatür taraması yapılmıştır.

Küresel Rekabet Endeksi Raporu, her yıl Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum WEF) tarafından açıklanmaktadır. 2014 - 2015 dönemine ait rapor ise 2015 yılının başlarında açıklanmıştır.

Bahse konu raporda, rekabet kuvveti sıralamasında 2014 yılında ön planda olan 144 devlet içinde birinciliği İsviçre, ikinciliği Singapur, üçüncülüğü ise 2013 yılında beşincilikte olan ABD almaktadır. Rekabet kuvvetinde ilk 10'u paylaşanlar sırasıyla Finlandiya, Almanya, Japonya Hong Kong, Hollanda, İngiltere ve İsveç'dir. İlk 10 içinde en çok düşüşü onuncu sıraya düşen İsveç yaşarken, Japonya üç sıra ilerleyerek altıncı sıraya, İngiltere ise bir basamak ilerleyerek dokuzuncu sıraya yükselmiştir. Başta Singapur olmasıyla birlikte Çin, Hong Kong, Tayvan ve Japonya'dan ibaret Uzak Doğu Asya ülkeleri ilk 20 devlet arasındadır (URL 10; E.T.:10.03.2015).

2014-2015 raporunda 2013 yılında olduğu gibi rekabet edebilirliği maksimum seviyedeki devlet olarak İsviçre birincilikteki pozisyonunu sürdürmüştür. 2014-2015 dönemi verilerine göre iki sıra ilerleyerek dünyanın en rekabetçi üçüncü devleti ismini alan ABD'nin, rekabet edilebilirlik konumunda 2013 yılında olduğu gibi 2014 yılın da artış sağladığı, inovasyon ve kurumsal sınır puanlarını artırdığı anlaşılmaktadır.

Dünyanın gelişmekte olan en önemli pazar ekonomilerinden bir kısmının rekabet kuvvetinin yükseltilmesi hususunda zorluklarla karşılaşmayı sürdürdükleri, raporda açıklanmaktadır. Aynı zamanda dünyanın en rekabet edilebilir ekonomilerinin tespit edilmesinde kurumsal kuvvet, inovasyon ve kabiliyet geliştirme sahalarının belirgin bir rol oynamayı sürdürdüğü, ön planda ifade edilmektedir (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Tablo 2.1 : Bazı Devletlerin Global Rekabet Endeksi (GCI) Sıralaması (2014-2015).

Bazı Ülkelerin Küresel Rekabet Endeksi (GCI) Sıralaması

Ülkeler	GCI 2014-2015		GCI 2013-2014		Değişim
	Sıra	Değer	Sıra	Değer	
İsviçre	1	5,70	1	5,67	-
Singapur	2	5,65	2	5,61	-
ABD	3	5,54	5	5,48	2
Finlandiya	4	5,50	3	5,54	-1
Almanya	5	5,49	4	5,51	-1
Japonya	6	5,47	9	5,40	3
Hong Kong	7	5,46	7	5,47	-
Hollanda	8	5,45	8	5,42	-
İngiltere	9	5,41	10	5,37	1
İsveç	10	5,41	6	5,48	-4
Suudi Arabistan	12	5,33	20	5,10	8
Çin	14	5,25	29	4,84	15
Katar	16	5,24	13	5,24	-3
Avustralya	21	5,16	16	5,15	-5
Fransa	23	5,08	23	5,05	-
Güney Kore	26	4,96	25	5,01	-1
Şili	33	4,60	34	4,61	1
İspanya	35	4,55	35	4,57	-
Portekiz	36	4,54	51	4,40	15
Türkiye	45	4,46	44	4,45	-1
İtalya	49	4,42	49	4,41	-
Rusya	53	4,37	64	4,25	9
Bulgaristan	54	4,37	57	4,31	3
Güney Afrika	56	4,35	53	4,37	-3
Brezilya	57	4,34	56	4,33	-1
Meksika	61	4,27	55	4,34	-6
Hindistan	71	4,21	60	4,28	-11
Cezayir	79	4,08	100	3,79	21
Yunanistan	81	4,04	91	3,93	10
İran	83	4,03	82	4,07	-1

Kaynak: Global Competitiveness Report, 2013-2014,2014-2015

2014-2015 yılı raporuna göre Global Rekabet Endeksi sıralamasında BRICS (Brezilya-Rusya-Hindistan-Çin-Güney Afrika) devletlerinin ayrı rekabet performansları gösterdikleri anlaşılmaktadır. Gelişmekte olan devletlerarasında önder konumu elinde bulunduran Çin, 2013 yılına nazaran bir basamak yükselerek B.R.I.C.S. devletleri iktisatlarının en iyisi olarak 28.sırada bulunmaktadır. B.R.I.C.S. devletleri içinde, Rusya'nın 53., Brezilya'nın 57., Güney Afrika'nın 56. ve Hindistan'ın ise 71. sırada yer aldıkları gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:10.03.2015).

2012-2013 yılı raporuna göre Global Rekabet Endeksi sıralamasında rekabet performansı bakımından mühim bir gelişme elde ederek 16 basamak artış gösteren Türkiye, 2013-2014 yılı raporuna göre 44. sırada bulunmaktadır. Türkiye'nin rekabet endeksinde 2012 yılında dengelenmeye başladığının ifade edildiği 2014-2015 dönemi raporunda rekabetçilik puanı yedi üzerinden 4,5 puanla 144 devlet içinde bir basamak düşerek 45.sırada bulunduğu anlaşılmaktadır (URL 10; E.T.:10.03.2015).

2014-2015 dönemi raporuna göre Türkiye 2013'de satın alma kuvveti kıstasına göre hesaplanan 827,2 milyar dolar Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYİH) ile dünya toplamında %1.35'lik bir paya sahip ve kişi başına düşen GSYİH 10,815 dolardır. ABD'nin 16,8 trilyon dolar GSYİH ile ilk sırada, Çin'in 9,18 trilyon dolar GSYİH ile ikinci ve Japonya'nın 4,9 trilyon dolar GSYİH ile üçüncü sırada yer aldığı 2014-2015 yılı raporuna göre Türkiye'nin Meksika, Endonezya ve G.Kore'nin aşağısında olduğu gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:10.03.2015).

2014-2015 yılı raporuna göre devletlerin kalkınmışlık evreleri için yapılan gruplamada Türkiye, Verimlilikten, İnovasyon Odağına Geçiş Ülkeleri içindeki pozisyonunu devam ettirdiği, aynı grupta yer alan Polonya ve Meksika'nın ise gerileyerek sırasıyla 43.sıra ve 61. sırada bulunduğu anlaşılmaktadır (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Global Rekabet Endeksi, her biri bir devletin üretkenlik ve rekabeti bakımından hassas doneler bulunduran üç alt endeksten meydana gelmektedir. Hedefinde üretim faktörleri bulunan ekonomiler için en esas endeks olan birinci alt endeks, Temel Gereklilikler alt endeksidir ve devletleri Sağlık, Makroekonomik İstikrar, Kurumsal Yapı, Altyapı ve Temel Eğitim grupları bakımından incelemektedir. Verimlilik Odaklı Ekonomiler bakımından hassas durumdaki tabakaları göz önünde bulunduran ve Etkinlik Artırıcılar şeklinde isimlendirilen ikinci alt endeks; Emek Piyasalarının Etkinliği, Hizmet içi Eğitim ve Yüksek Öğretim, Pazar Büyüklüğü, Finansal Piyasaların Gelişmişliği, Ürün Piyasalarının Etkinliği ve Teknolojik

Altyapı bileşiklerini göz önünde bulundurmaktadır. İnovasyon Faktörleri alt endeksi, bilhassa inovasyon hedefli ekonomiler açısından önemli olan *İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi* ve *İnovasyon* bileşenlerinden meydana gelmektedir (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Tablo 2.2 : Küresel Rekabetçilik Alt Endeksleri (2014-2015).

Küresel Rekabetçilik Alt Endeksleri (GCI)	Sıra		Değer	
	(2013-2014)	(2014-2015)	(2013-2014)	(2014-2015)
GCI	44	45	4,5	4,5
Temel Gereklilikler (36,0%)	56	56	4,8	4,8
Kurumsal Yapı	56	64	4,1	3,9
Altyapı	49	51	4,5	4,6
Makroekonomik İstikrar	76	58	4,6	4,8
Sağlık ve Temel Eğitim	59	69	5,9	5,8
Etkinlik Artırıcılar (50,0%)	45	45	4,4	4,4
Yüksek Öğrenim ve Hizmet içi Eğitim	65	50	4,3	4,7
Ürün Piyasalarının Etkinliği	43	43	4,5	4,6
Emek Piyasalarının Etkinliği	130	131	3,7	3,5
Finansal Piyasalarının Gelişmişliği	51	58	4,4	4,2
Teknolojik Altyapı	58	55	4,1	4,3
Pazar Büyüklüğü	16	16	5,3	5,3
İnovasyon ve Çeşitlilik Faktörleri (14,0%)	47	51	3,9	3,9
İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi	43	50	4,4	4,3
İnovasyon	50	56	3,5	3,4

Global Rekabet Edilebilirlik Alt Endeksi bileşenleri incelendiğinde *2014-2015 yılı* raporuna göre *ülkemin* inovasyon ve çeşitlilik unsurlarında 51., etkinlik artırıcı unsurlarda 45. ve ana gerekliliklerde 56.sırada yer aldığı anlaşılmaktadır. 2013 yılına göre etkinlik artırıcı unsurlarda ve temel gerekliliklerde değişim olmazken, çeşitlilik ve inovasyon unsurlarında dört sıra yükselme olduğu gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Global Rekabetçilik Endeksinde 2013 yılına oranla en mühim ilerlemeler; *teknolojik altyapı, makroekonomik istikrar, hizmet içi eğitim ve yükseköğretim* göstergelerinde meydana gelmiştir. Etkinlik artırıcı faktörlerin alt faktörleri incelendiğinde, hizmet içi eğitim ve yükseköğrenim ile emek piyasalarının etkinliği, teknolojik altyapıda ilerleme ile finansal piyasalarının gelişmişliğinde gerileme olduğu anlaşılmaktadır. 2014 yılında *ülkemiz* en yüksek başarıyı *pazar büyüklüğü*, en düşük başarıyı *emek piyasasının etkinliği* bileşiminde yapmıştır. Rapora göre, bahse konu gelişmelerin *ülkemin* global rekabetçilik endeksinin olumlu ivmelenmesine yardımcı olduğu, *Türkiye'nin* global rekabette daha üst seviyelere

çıkması için ise emek piyasasının etkinliği gibi problemlerli sahalarda yenilikleri devam ettirmesinin önemli olduğu ifade edilmektedir (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Rekabet avantajı elde etmede mühim bir rolünün olduğu düşünölen *inovasyon, kurumsal yapı, teknolojik altyapı, işgücü piyasalarının etkinliği* bileşenleri bakımından Türkiye'nin;

- *Özel sektör kuruluşları ve kamu kurumları* alt bileşenlerinden meydana gelen *kurumsal yapı* bileşeninde 2013-2014 donelerine istinaden 56. iken 2014-2015 donelerine göre sekiz basamak düşerek 64. sırada,
- *İşgücü kapasitesinin etkin bir biçimde kullanımı ve esneklik* ve alt bileşenlerinden meydana gelen *emek piyasalarının etkinliği* bileşeninde 2013-2014 donelerine göre 130. sırada iken 2014-2015 donelerine bir basamak düşerek 131. sırada,
- *Bilişim teknolojilerinin kullanımı ve teknolojiyi benimseyebilme* alt bileşenlerinden meydana gelen *teknolojik altyapı* bileşeninde 2013-2014 raporuyla karşılaştırıldığında 2014-2015 donelerine göre beş basamak düşerek 58. sırada iken 2014 yılında üç basamak yükselerek 55. sırada,
- *Fikri mülkiyet haklarının korunması, Ar-Ge harcamaları, inovasyon kapasitesi, ileri teknolojiler için kamunun satın alma politikaları, bilimsel araştırma kurumlarının niteliği, bilim insanlarının ve mühendislerin varlığı, şirketler kesiminin Ar-Ge için üniversite-sanayi işbirliği, patentler* gibi değişkenlerinden meydana gelen *inovasyon* bileşeninde, 2014-2015 yılı raporunda, 2013-2014 donelerine göre altı basamak daha düşerek 56. sırada bulunduğu anlaşılmaktadır (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Fikri Mülkiyet Hakları kalemi yabancı sermayedarlar adına oldukça mühim bir kalem olup, bahse konu kalemden *Türkiye* 2014-2015 donelerine göre bir önceki yıla nazaran bir sıra ilerleyerek 144 devlet içinde 72. sırada bulunmaktadır.

2.5.2. 2015-2016 Dönemi Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi Raporuyla İlgili Genel Hususlar:

Küresel Rekabet Endeksi Raporu, her yıl Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum WEF) tarafından açıklanmaktadır. 2015 - 2016 dönemine ait rapor ise 2016 yılının başlarında açıklanmıştır.

Bahse konu raporda, rekabet kuvveti sıralamasında 2015 yılında dikkate alınan 140 devlet arasında birinci sırada İsviçre, ikinci sırada Singapur, üçüncü sırada ise ABD bulunmaktadır. Rekabet gücünde ilk 10'da sırasıyla Almanya, Hollanda, Japonya, Hong Kong, Finlandiya, İsveç ve İngiltere bulunmaktadır. İlk 10 içinde en çok gerilemeyi sekizinci sıraya gerileyen Finlandiya yaşarken, Hollanda üç sıra yükselerek beşinci sıraya, İsveç ve Almanya ise bir basamak ilerleyerek sırasıyla dokuzuncu ve dördüncü sıraya yerleşmiştir. 2015 - 2016 dönemine ait raporun tespit ettiği sıralamaya göre en yüksek seviyede bulunan devletlerin inovasyonu desteklediği gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

2015-2016 Global Rekabet Edebilirlik raporunda, 2014 yılında olduğu gibi rekabet edebilirliği maksimum seviyedeki devlet olarak İsviçre birinci sıradaki pozisyonunu korurken, genel puandaki yükselmeye rağmen, ABD'nin son 4 yıllık dönemdeki sıralamada düşüşünü devam ettirdiği görülmektedir. ABD ekonomisindeki makro-ekonomik kırılganlıkların yanında, özellikle kurumsal yapılanmada endişelerin olduğu vurgulanmaktadır. Bu endişelerin başında kamuoyunun siyasetçilere karşı azalan güveni ile kamu yönetiminin etkin işleyişinde düşüşün varlığına ilişkin yine kamuoyunun bir bölümünde oluşan algılamaların gelmekte olduğu belirtilmektedir.

2015 - 2016 dönemine ait raporda da önceki yıllarda yayımlanan raporlarda olduğu gibi, devletlerin yüksek işsizlik ve global büyümedeki yavaşlama ile mücadele etmek için verimliliklerini arttırmak zorunda oldukları belirtilmektedir. Ayrıca dünyanın en büyük gelişmekte olan piyasa ekonomilerinin bazılarının rekabet gücünün artırılması konusunda güçlüklerle karşılaşmaya devam ettiği vurgulanarak rekabet gücünü arttırmadaki başarısızlık, durgunluk ve diğer şoklara karşı dayanıklılığı tehlikeye sokmakta olduğuna dikkat çekilmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

Tablo 2.3 : Bazı Ülkelerin Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksi (GCI) Sıralaması (2015-2016).

Ülkeler	GCI 2015-2016		GCI 2014-2015		Değişim
	Sıra	Değer	Sıra	Değer	
İsviçre	1	5,76	1	5,70	-
Singapur	2	5,68	2	5,65	-
ABD	3	5,61	3	5,54	-
Almanya	4	5,53	5	5,49	1
Hollanda	5	5,50	8	5,45	3
Japonya	6	5,47	6	5,47	-
Hong Kong	7	5,46	7	5,46	-
Finlandiya	8	5,45	4	5,50	-4
İsveç	9	5,43	10	5,41	1
İngiltere	10	5,43	9	5,41	-1
Katar	14	5,30	16	5,24	2
Fransa	22	5,13	23	5,08	1
Avustralya	23	5,15	21	5,16	-2
Suudi Arabistan	25	5,07	24	5,33	-1
Güney Kore	26	4,99	26	4,96	-
Çin	28	4,89	28	5,25	-
İspanya	33	4,59	35	4,55	2
Şili	35	4,58	33	4,60	-2
Portekiz	38	4,52	36	4,54	-2
İtalya	43	4,46	49	4,42	6
Rusya	45	4,44	53	4,37	8
Güney Afrika	49	4,39	56	4,35	7
Türkiye	51	4,37	45	4,46	-6
Bulgaristan	54	4,32	54	4,37	-
Hindistan	55	4,31	71	4,21	16
Meksika	57	4,29	61	4,27	4
İran	74	4,09	83	4,03	9
Brezilya	75	4,08	57	4,34	-18
Yunanistan	81	4,02	81	4,04	-
Cezayir	87	3,97	79	4,08	-8

Kaynak: Global Competitiveness Report, 2014-2015,2015-2016

2015-2016 dönemi raporuna göre Global Rekabet Edebilirlik Endeksi sıralamasında, büyük ölçekli gelişmekte olan devletlerarasında olan Çin'in 2014 yılı ile aynı konumunu sabit tuttuğu ve B.R.I.C.S. devletleri ekonomilerinin en ilerisi olarak 28. sırada bulunduğu anlaşılmaktadır. B.R.I.C.S. ülkelerinin farklı rekabet performansları gösterdikleri, Güney

Afrika'nın 49. , Rusya 45. , Hindistan 55. , Brezilya'nın ise 75. sırada buldukları gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

2012-2013 yılı raporuna göre Global Rekabet Endeksi sıralamasında rekabet performansı bakımından mühim bir gelişme elde ederek 16 basamak artış gösteren *Türkiye*, 2013-2014 yılı raporuna göre 148 devlet arasında 44. sırada yer aldığı, 2014-2015 yılı raporunda ise rekabet edebilirlik puanı yedi üzerinden 4,5 puanla 144 devlet arasında bir basamak geri giderek 45. sıraya yerleştiği anlaşılmaktadır. 2015-2016 yılı raporunda Türkiye'nin rekabet edebilirlik puanı 7 üzerinden 4,4 puanla 140 devlet arasında altı basamak düşerek 51. sırada yer bulmasında, makro iktisadi zeminin bozulmasının etkin olduğu konusu özellikle belirtilmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

2015-2016 dönemi raporuna göre *Türkiye* 2014'de satın alma gücü kıstasına göre hesaplanan 806,1 milyar dolar Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYİH) ile dünya toplamında %1.40'lık bir paya sahip ve kişi başına düşen GSYİH 10,482 dolar olduğu görülmektedir. 2014-2015 yılı raporuna göre devletlerin kalkınmışlık evreleri için yapılan grupta *Türkiye*, *Verimlilikten, İnovasyon Odağına Geçiş Ülkeleri* arasındaki pozisyonunu koruduğu anlaşılmaktadır (URL 10; E.T.: 04.04.2016).

Global Rekabet Edebilirlik Endeksi, her biri bir devletin üretkenlik ve rekabeti bakımından kritik doneler içeren *üç alt endeksten* meydana gelmektedir.

Tablo 2.4 : Küresel Rekabet Edebilirlik Alt Endeksleri (2015-2016).

Küresel Rekabet Edebilirlik Alt Endeksleri (GCI)	Sıra		Değer	
	(2015-2016)	(2014-2015)	(2015-2016)	(2014-2015)
GCI	51	45	4,4	4,5
Temel Gereklilikler	57	56	4,7	4,8
Kurumsal Yapı	75	64	3,8	3,9
Altyapı	53	51	4,4	4,6
Makroekonomik İstikrar	68	58	4,7	4,8
Sağlık ve Temel Eğitim	73	69	5,7	5,8
Etkinlik Artırıcılar	48	45	4,3	4,4
Yüksek Öğrenim ve Hizmet içi Eğitim	55	50	4,6	4,7
Ürün Piyasalarının Etkinliği	45	43	4,5	4,6
Emek Piyasalarının Etkinliği	127	131	3,5	3,5
Finansal Piyasalarının Gelişmişliği	64	58	3,9	4,2
Teknolojik Altyapı	64	55	4,1	4,3
Pazar Büyüklüğü	16	16	5,4	5,3
İnovasyon ve Çeşitlilik Faktörleri	56	51	3,7	3,9
İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi	58	50	4,1	4,3
İnovasyon	60	56	3,4	3,4

Kaynak: Global Competitiveness Report, 2014-2015,2015-2016

Global Rekabet Edebilirlik Alt Endeksi bileşikleri incelendiğinde *2015-2016 dönemi* raporuna göre *Türkiye'nin* inovasyon ve çeşitlilik unsurlarında 56., etkinlik artırıcı unsurlarda 48. ve ana gerekliliklerde 57.sırada yer aldığı anlaşılmaktadır. 2014 yılına göre bahse üç endeks de düşüş olduğu gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

2015-2016 dönemi raporunda 2014 yılına göre yalnızca emek piyasasının etkinliği endeksinde ilerleme olduğu ve pazar büyüklüğü endeksinin ise sabit kaldığı anlaşılmaktadır. 2015-2016 dönemi raporuna göre Türkiye en yüksek performansı 16.sıra ile pazar büyüklüğü kaleminde, en zayıf performansı ise 127. sıra ile tek ilerlemenin sağlandığı emek piyasaları etkinliği kaleminde yapmaktadır. En büyük düşüş ise Türkiye'nin 140 devlet arasında 75. sırada yer aldığı kurumsal yapılanma endeksinde gözlemlenmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

2015-2016 dönemi raporunda Türkiye'de kırılma politik dönem ile jeopolitik çatışmaların katılımı neticesinde meydana gelen belirsizlik ortamının, Türkiye'nin

kalkınmasında önemli rolü olan özel sektör yatırımları ile bilhassa uluslararası yatırımların azalmasına neden olduğu ifade edilmektedir. Bu yatırımların azalmasında yüksek enflasyonun yarattığı belirsizlik ile ulusal finansal sektöre duyulan itimat ve bu sektörün faaliyetlerindeki azalışın da rol oynadığı belirtilmektedir (URL 10; E.T.:04.04.2016).

Rekabet avantajı elde etmede mühim bir rolünün olduğu düşünülen *inovasyon, kurumsal yapı, teknolojik altyapı, işgücü piyasalarının etkinliği* bileşenleri bakımından Türkiye'nin;

- *Özel sektör kuruluşları ve kamu kurumları* alt bileşenlerinden oluşan *kurumsal yapı* bileşeninde 2014-2015 donelerine göre 64. iken 2015-2016 donelerine göre 11 basamak düşerek 75. sırada,
- *İşgücü kapasitesinin etkin bir biçimde kullanımı ve esneklik* ve alt bileşenlerinden meydana gelen *emek piyasalarının etkinliği* bileşeninde 2014-2015 donelerine göre 131. sırada iken 2015-2016 donelerine dört basamak yükselerek 127. sırada,
- *Bilişim teknolojilerinin kullanımı ve teknolojiyi benimseyebilme* alt bileşenlerinden meydana gelen *teknolojik altyapı* bileşeninde 2014 yılı donelerine göre üç basamak yükselerek 55. sırada iken 2015 yılı donelerine göre bir önceki seneye göre dokuz basamak düşerek 64. sırada,
- *Fikri mülkiyet haklarının korunması, Ar-Ge harcamaları, inovasyon kapasitesi, ileri teknolojiler için kamunun satın alma politikaları, bilimsel araştırma kurumlarının niteliği, bilim insanlarının ve mühendislerin varlığı, şirketler kesiminin Ar-Ge için üniversite-sanayi işbirliği, patentler* gibi değişkenlerinden meydana gelen *inovasyon* bileşeninde, 2015-2016 dönemi raporunda, 2015 yılı donelerine göre ve 2014 yılıyla karşılaştırıldığında dört basamak daha düşerek 60. sırada bulunduğu anlaşılmaktadır (URL 10; E.T.:10.03.2015).

Fikri Mülkiyet Hakları kalemi yabancı sermayedarlar adına oldukça mühim bir kalem olup, bahse konu kalemde *Türkiye 2015-2016 dönemi raporuna* göre 2015 yılında bir önceki yıla nazaran 10 basamak gerileyerek 140 devlet içinde 82. sırada yer almaktadır

2.6. Otomotiv Sektörü İçin Ar-Ge ya da İnovasyonun Önemi ve Bu Kapsamda Sistem Yaklaşımı-Otomotiv Sektörü İlişkisinin Değerlendirmesi:

Kuramsal açıklamalar ve ilgili araştırmalar bölümünde ilk olarak *Sistem Kuramı* açıklanmış ve bu kapsamda sistem kuramına göre örgütlerin, aynı canlı organizmalar gibi dış çevreden belli girdiler (hammadde, enerji, bilgi gibi) alıp, bunları kendilerine has dönüşüm süreçlerinden geçirerek dış çevreye çıktılar biçiminde sunan ve kendi içinde birbirleriyle bağlantılı alt sistemler ve fonksiyonlardan meydana gelen, sosyal sistemler olduğu belirtilmiştir. Bu kapsamda otomotiv sektöründe bulunan firmalar da çevrelerinden hammadde (demir, çelik vb.), enerji, bilgi ve iş gücü vb. girdiler alırlar. Bu girdiler otomotiv fabrikalarında belli dönüşümlerden geçerek otomobillere dönüşür ve bu otomobiller de bayiler yoluyla iç piyasa ya da ihracat yoluyla dış piyasa sunulur. Dolayısıyla otomotiv sektöründeki firma ya da örgütlerin de kendi içinde birbirleriyle bağlantılı alt sistemler ve fonksiyonlardan meydana gelen *sosyal sistemlere* örnek verilebilecek sistemlerden biri olduğu değerlendirilmektedir.

Sistem yaklaşımı içerisinde *açık* ve *kapalı* olmak üzere iki tür sistem bulunmaktadır. Kapalı sistemler dış çevresinden herhangi bir girdi almayan sistemlerdir. Açık sistemler ise dış çevresiyle sürekli iletişim halinde olan ve ondan bir takım girdiler (hammadde, enerji, iş gücü vb.) alan sistemlerdir. Bu kapsamda toplumsal sistemlere örnek olarak verdiğimiz otomotiv firmaları ya da örgütlerinin, dış çevreleriyle sürekli bir iletişim içinde olmaları ve ondan bir takım girdiler almaları sebebiyle aynı zamanda *açık sistem* örneği teşkil ettikleri değerlendirilmektedir.

Sistem yaklaşımını genel olarak değerlendirirken *entropi* kavramı da tanımlamaya çalışılmıştır. Sistem yaklaşımı-otomotiv sektörü ilişkisini *entropi* kavramı üzerinden de ilişki kurularak bir değerlendirme yapmak mümkündür. Bu kapsamda, her sistemde faaliyetlerin bozulması, dengenin kaybolması, karışıklık ve aksamaların belirlenmesi ve sonunda sistemin faaliyetlerinin durması yönünde bir eğilim vardır. Bu eğilime entropi denir. Bu durumda kapalı sistemlerde entropi, açık sistemlerde olumsuz entropi vardır. Dış çevresinden sürekli bir girdi alan ve girdiyi hizmete dönüştüren otomotiv pazarlama sektörü firmalarının, *açık sistem* olmalarından dolayı bu tür firmalarda *olumsuz entropi vardır* şeklinde bir yargıya varılabileceği değerlendirilmektedir.

İnovasyon ve Ar-Ge'nin otomotiv sektörü için önemini ve bu kapsamda sistem yaklaşımı-otomotiv sektörü ilişkisini, daha önce sistem yaklaşımının tanımı ve genel olarak değerlendirilmesi başlığında ifade ettiğimiz *Sistem Dengesi* kavramı ile açıklanabileceği değerlendirilmektedir. Bu kapsamda, sistemin dengesi vardır ve bu dinamik bir dengedir. Her sistem, belirli bir ortamda belirli amaçları gerçekleştirmek için çalışır. Ancak kapalı sistemlerde entropi nedeniyle bazen sistemin çalışması bozulmakta ve amaç gerçekleşmemektedir. Oysa açık sistemler, olumsuz entropinin yardımıyla, çevreleri ile denge içindedir. Çevrelerindeki değişimlere karşı kendi içlerinde önlem aldıkları için, bu denge dinamik bir dengeye dönüşür. Başka bir deyişle, çevre koşullarındaki her değişim karşısında, otomotiv sektöründeki işletmeler de kendi içlerinde önlem alarak çevreleri ile yeni bir denge içine girerler. Otomotiv sektörü firmaları da bu dengeyi kurarken özünde değişim ve yeniliği barındıran inovasyon ve Ar-Ge'den faydalanırlar. İnovasyon ve Ar-Ge'ye gereken önemi vermeyen firmalar, çevrelerindeki ve dünyadaki değişime ayak uyduramayacağından, sistemdeki dengenin bozulmasıyla birlikte ve nihayetinde küresel ve ulusal rekabete dayanamayıp iflas noktasına gelebilmektedir. ABD'li firmalardan Chevrolet ve General Motors ile İsveç'li firmalardan Saab ve Volvo çevrelerindeki değişime ayak uyduramayan firmalara örnek verilebilir. Bu firmalar kendi ülkelerindeki üretimi azaltmak zorunda kalmışlar ve nihayetinde Güney Kore ve Çin'li firmalar tarafından satın alınarak yönetim ve üretim yeri değişikliğine gitmişlerdir.

2.7. Mersin İlindeki Ar-Ge Faaliyetlerinin Genel Olarak Değerlendirilmesi:

Hürriyet-Çukurova gazetesinin 1 Ocak 2014 tarihli bir haberine göre; Mersin'de 2006 yılında kurulan Teknoloji Geliştirme Bölgesi-Teknopark (Technoscope)'ta etkinlik icra eden işletme miktarının 2 yıl öncesine oranla yükselerek 59'a vardığı ifade edilmiştir. Mersin Valisi H.Basri Güzeloğlu, Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin açılışından itibaren günümüze kadar ülkemizdeki Teknoloji Geliştirme Bölgeleri içerisinde hem işletme, hem direkt imalat hem de kaliteli genç çalışan bakımından mühim bir başarı sağladığını özellikle belirterek, "*Bunu gelenek haline getirmek ve daha kuvvetli bir istikbal bakımından daha refah bir evreye taşımak hedefiyle faaliyetlerimizi aralıksız sürdüreceğiz*" demiştir.

Bahse konu haberin devamında, Mersin’de 2006 yılında endüstri, üniversite ve diğer kurum ile kuruluşlarca icra edilen araştırma-geliştirme (AR-GE) faaliyetlerinin, milli ve milletlerarası seviyede rekabet kuvvetine katkıda bulunacak şekilde ilk defa piyasada olacak teknik yöntem ve yetenekleri imal etmek ve sanayi üretimine katkı hedefiyle açılan Mersin Teknopark’ın yüzde 100 kapasiteyle çalıştığı ifade edilmektedir. Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi’nin 2015 yılı bütçesinin masaya yatırıldığı ve 2013 yılına ait faaliyet raporunun analiz edildiği toplantıda, kurumun son hali değerlendirilmiştir. Mersin Teknopark’ta etkinlik icra eden işletme miktarının 2 yıl öncesine oranla altı adet artış göstererek 59 sayısına vardığı ifade edilmiştir. 300 civarında personelin istihdamının sağlandığı tesiste, 120 civarında Ar-Ge çalışmasının sonuçlandırıldığı, 90 civarında projenin ise sonuçlandırma seviyesinde bulunduğu özellikle ifade edilmiştir. 2011 yılının Kasım ayının sonlarında inşasına başlanan ikinci kısım inkübatör (kuluçka) merkezi ve altyapı faaliyetleri Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’ndan bir milyon 684 bin TL’lik tahsisat kullanıldığı, binanın 2014 yılının Ocak ayı itibariyle faaliyet halinde olacağı belirtilmiştir. 2013 yılından itibaren yönetim binası ve birinci kısım inkübatör merkezinde yüzde 100 kapasiteyle çalışıldığı açıklanmıştır (*Hürriyet Çukurova Gazetesi*, 1 Ocak 2014).

2.8. Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Teknopark/Technoscope) İle İlgili Genel Hususlar:

Kuruluş çalışmalarına 2005 yılı itibariyle başlanan Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin işletilmesinden ve yönetilmesinden mesul yasal kişilik olan Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi Kurum ve İşletici Tic. A.Ş. 23 Şubat 2006 tarihinde etkin olmaya başlamıştır. Teknopark; Mersin'de sanayi, üniversite ve diğer kurum ile kuruluşlarca devam edilen Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetlerinin, Mersin'in milli ve milletlerarası seviyede rekabet kuvvetine destek verecek yeni teknolojileri imal etmek ve sınaî imalata nakletmek hedefiyle açılmıştır. İleri teknoloji ve yazılım sahasında faaliyet gösteren milli şirketlerle beraber milletlerarası teknoloji ve yazılım alanındaki dev şirketleri Doğu Akdeniz’e getirmeyi amaçlayan Teknopark, yapısında teknoloji imal etme kapasitesi fazla olan işletmelerin açılması ve geliştirmesine de imkân verecek şekilde tasarlandırılmıştır.

Teknopark, içerisinde bulunduğu Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yenilikçiliğin geliştirilmesi ve yüksek teknoloji imali bakımından çok mühim bir rol üstlenmiştir. Bölgenin teknolojik gelişimindeki aktörlerden biri olmak için bölgede devam eden inovasyon ve

girişimcilik projelerinde hem destekçi, hem de bu projelerin yaratıcısı olma isteğindedir (URL 5; E.T.:03.10.2015).

Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Teknopark/Technoscope)'nin sekiz önemli paydaşı olup aşağıda belirtilmiştir:

- Mersin Üniversitesi,
- Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO),
- Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB),
- Mersin Deniz Ticaret Odası (MDTO),
- Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi (MTOSB),
- Mersin Ticaret Borsası (MTB),
- Çağ Üniversitesi,
- Toros Üniversitesi

(URL 5; E.T.:03.10.2015).

Mersin Teknopark'ı genel olarak tanımak, faaliyetlerini incelemek, Ar-Ge ya da inovasyon konusundaki farkındalıklarını öğrenmek amacıyla Teknopark Proje Müdürü ile bir mülakat icra edilmiştir. Mülakata ilişkin bilgilere, değerlendirmelere ve bulgulara, bu çalışmanın dördüncü bölümünde yer verilmiştir.

- Misyon

Üniversite ile işbirliği doğrultusunda bölgesel kalkınmada bir sinerji oluşturmak ve yenilikçi teknoloji ve bilgi geliştirme alanında çalışan ulusal ve uluslar arası firmaları bir araya getirmek, Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin (Technoscope) misyonunu ifade eder.

- Vizyon

Bölgesel kalkınma ile ülke kalkınmasına destek olmak, ülke ve bölge ölçeği ile global sahada yenilikçi bilgi ve teknolojilerin gelişmesini sağlamak, Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin (Technoscope) vizyonu ifade eder (URL 5; E.T.:03.10.2015).

2.9. İlgili Araştırmalar:

Bu kısımda küresel rekabet ortamında devlet olarak *Türkiye*, özel sektör olarak ise *Otomotiv Sektörü*'nün Ar-Ge yaklaşımı ve faaliyetlerine ilişkin yurt dışında ve yurt içinde icra edilmiş araştırmalara ait özetlerin bir kısmına yer verilmiştir.

2.9.1. Küresel Rekabet Ortamında Türkiye'nin Ar-Ge Yaklaşımı İle İlgili Yapılan Araştırmalar:

İlgili araştırmalar kapsamında bu kısımda, küresel rekabet ortamında devlet olarak *Türkiye*'nin Ar-Ge yaklaşımı ve faaliyetlerine ilişkin yurt içinde icra edilmiş araştırmalara ait özetlerin bir kısmına yer verilmiştir.

2.9.1.1. Türkiye'nin Devlet Olarak Ar-Ge Faaliyetleri İle İlgili Yapılan Araştırmalar-Para Analiz Dergisi:

Para analiz isimli ekonomi dergisinin verdiği bir habere göre; “2012 Yılına ait AR-GE giderlerinin ayrıntıları açıklanmıştır. En fazla ödenek genel üniversite fonlarına tahsis edildi!” denilmektedir.

Bahse konu derginin ANKA Haber Ajansını kaynak göstererek verdiği habere göre *Türkiye*'nin merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge faaliyetleri için gerçekleştirdiği harcama 2012 yılı için dört milyar 523 milyon TL olmuştur. Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge için ayrılan başlangıç ödeneği 2013 yılı için dört milyar 770 milyon TL düzeyinde olduğu ifade edilmektedir.

Ar-Ge faaliyetlerine yönelik vergi indirim ve istisnalarının toplamı 2013 yılı için bir milyar yedi milyon TL olarak tahmin edildiği ifade edilmektedir (URL 9; E.T.:03.10.2014).

- Merkezi Yönetim Bütçesinden Ar-Ge İçin Gerçekleştirilen Harcama 4.5 Milyar TL-

Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge faaliyetleri için gerçekleştirilen harcama 2012 yılı için dört milyar 523 milyon TL olmuştur. Bütçeden yapılan Ar-Ge harcamaları 2011 yılına göre yüzde 2.2 oranında artış göstermiştir. Merkezi yönetim bütçesi üzerinden gerçekleştirilen hesaplamalara göre 2012 yılında Ar-Ge için bir önceki yıla göre yüzde 2.2 artışla dört milyar 523 milyon TL harcama yapılmıştır. Bu sonuca göre 2012 yılı merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge faaliyetleri için gerçekleştirilen harcamaların Gayrisafi Yurtiçi Hasıla içerisindeki oranı yüzde 0.32, merkezi yönetim bütçe harcamaları içerisindeki payı ise yüzde 1.11 olmuştur. Bu oranlar 2011 yılında sırasıyla yüzde 0.34 ve yüzde 1.27 olmuştur (URL 9; E.T.:03.10.2014).

- Ar-Ge İçin Ayrılan Başlangıç Ödeneği 4.8 Milyar TL-

Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge için ayrılan başlangıç ödeneği 2013 yılı için dört milyar 770 milyon TL olmuştur. 2013 yılı bütçe başlangıç ödenekleri esas alınarak yapılan tahmini sonuçlara göre merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge için tahsis edilen başlangıç ödeneği dört milyar 770 milyon TL olarak gerçekleştiği belirtilmektedir.

- Dolaylı Ar-Ge Desteği 2013 Yılı İçin 1 Milyar 7 Milyon TL Olmuştur-

Ar-Ge faaliyetlerine yönelik vergi indirim ve istisnalarının toplamı 2013 yılı için bir milyar yedi milyon TL olarak tahmin edilmiştir. 2012 yılında dolaylı Ar-Ge ödenekleri 921 milyon TL düzeyinde bulunmaktadır.

- En Çok Ödenek Genel Üniversite Fonlarına Ayrılmıştır-

2013 yılı Merkezi Yönetim Bütçesi'nden Ar-Ge için ayrılan başlangıç ödenekleri sosyo-ekonomik hedeflere göre [Bilimsel Programların ve Bütçelerin Analizi ve Karşılaştırılması Sınıflaması (NABS)] sınıflandırıldığında, en çok ödenek yüzde 41.2 ile Genel Bilgi Gelişimi (Genel Üniversite Fonlarından finanse edilen) için tahsis edilmiştir. Bunu yüzde 20.4 ile savunma, yüzde 10.5 ile Genel Bilgi Gelişimi (diğer kaynaklardan finanse edilen) ve yüzde 9.8 ile endüstriyel üretim ve teknoloji takip etmiştir (URL 9; E.T.:03.10.2014).

2.9.1.2. Türkiye İstatistik Kurumu Ar-Ge Faaliyetleri Araştırmaları:

Araştırmanın bu bölümünde, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2011, 2012, 2013 ve en son 2014 yıllarında yapılmış ve yayımlanmış olan Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri ile ilgili istatistiksel araştırmalara yer verilmiştir. Bahse konu yılları içeren ülkemize ait Ar-Ge faaliyetleri harcamalarını gösterir tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 2.5 : 2011-2014 Dönemi TÜİK Araştırmalarına Göre Ülkemizin Ar-Ge Harcamaları

Yıl	Ar-Ge Harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki Payı	Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması
2011	%0,86	11 Milyar 154 Milyon TL
2012	%0,92	13 Milyar 062 Milyon TL
2013	%0,95	14 Milyar 807 Milyon TL
2014	%1,01	17 Milyar 598 Milyon TL

Kaynak: TÜİK 2011, 2012, 2013 ve 2014 Ar-Ge Faaliyetleri Araştırma Raporları

TÜİK tarafından yapılmış ve yayımlanmış olan 2011-2014 dönemi Ar-Ge Araştırmalarına ait detaylı bilgiler müteakip başlıklarda sunulmuştur.

2.9.1.2.1. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2011:

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nun 2011 yılı Ar-Ge faaliyetleri konulu araştırmasına göre; Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki payı %8,6 olmuştur. Bu oran ABD'de %3, AB'nde %2 olduğu belirtilmektedir (URL 12, E.T. : 06.10.2014).

2011 yılı Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması sonuçlarına göre kamu kuruluşları, vakıf üniversiteleri ve ticari sektördeki Mülakat sonuçları ile devlet üniversitelerinin bütçe ve personel dökümlerine dayalı olarak Türkiye'de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması 2011 yılında bir önceki yıla göre % 20,4 artarak 11.154 Milyon TL olarak hesaplanmıştır.

Aynı araştırmanın sonuçlarına göre; Türkiye'de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı %8,6'dır. Bu oran 2010 yılında %8,4 olmuştur.

Yükseköğretim kesimi toplam Ar-Ge harcamasında %45,5 ile en büyük paya sahip 2011 yılında Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamalarının %45,5'i yükseköğretim, %43,2'si ticari kesim ve %11,3'ü kamu kesimi tarafından gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yıl yükseköğretim %46 ile ilk sırada yer alırken, bunu %42,5 ile ticari kesim, %11,4 ile kamu kesimi takip etmiştir.

Ticari kesim %45,8 ile Ar-Ge harcamalarının finansmanında ilk sırada yer almaktadır. Ar-Ge harcamaları, finanse eden kesimler itibarıyla incelendiğinde; 2011 yılında harcamaların %45,8'i ticari kesim, %29,2'si kamu kesimi, %20,8'i yükseköğretim kesimi, %3,4'ü yurtiçi diğer kaynaklar ve %0,7'si yurtdışı kaynaklar tarafından karşılanmıştır.

Tam Zaman Eşdeğeri cinsinden Ar-Ge personel sayısı %13,5 artmıştır. 2011 yılında Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden toplam 92 801 kişi Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. Bir önceki yıla göre TZE cinsinden Ar-Ge personel sayısındaki artış %13,5'tir. Sektörler İtibarı ile dağılıma bakıldığında, TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin 2011 yılında %48,9'u ticari kesimde, %38,4'ü yükseköğretim kesiminde ve %12,7'si kamu kesiminde bulunmaktadır.

2011 yılında istihdam edilen 10.000 kişiye düşen Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) Ar-Ge personeli sayısı 38,5 kişidir (URL 12, E.T. : 06.10.2014).

En fazla Ar-Ge Batı Anadolu Bölgesindedir. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1.Düzeye göre 2011 yılında Ar-Ge harcamalarının en yüksek olduğu bölge %28,2 ile Batı Anadolu Bölgesi (TR5) iken, bunu %20,8 ile Doğu Marmara (TR4) ve %19,2 ile İstanbul (TR1) Bölgesi takip etmektedir.

Ar-Ge personel sayısına göre ise %23,7 ile Batı Anadolu Bölgesi (TR5) ilk sırada yer almaktadır. Bu bölgeyi %21,7 ile İstanbul (TR1) ve %15,1 ile Doğu Marmara (TR4) Bölgeleri izlemektedir (URL 12, E.T. : 06.10.2014).

2.9.1.2.2. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2012:

- Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki payı binde 9,2

2012 yılı Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması kapsamında, kamu kuruluşları, vakıf üniversiteleri ve ticari sektördeki anket sonuçları ile devlet üniversitelerinin bütçe ve personel dökümlerine dayalı olarak yapılan hesaplamalara göre Türkiye'de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge

Harcaması 2012 yılında bir önceki yıla göre %17,1 artarak 13.062 Milyon TL olarak hesaplanmıştır.

Türkiye’de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı %9,2’dir. Bu oran 2011 yılında %8,6 idi.

- Ticari kesim toplam Ar-Ge harcamasında %45,1 ile en büyük paya sahip

2012 yılında Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamalarının %45,1’i ticari kesim, %43,9’u yükseköğretim kesimi ve %11’i kamu kesimi tarafından gerçekleştirilmiştir. Bir önceki yıl yükseköğretim %45,5 ile ilk sırada yer alırken, bunu %43,2 ile ticari kesim, %11,3 ile kamu kesimi takip etmiştir (URL 13, E.T. : 25.01.2015).

- Ticari kesim %46,8 ile Ar-Ge harcamalarının finansmanında ilk sırada yer almakta

Ar-Ge harcamalarını finanse eden kesimler itibarıyla incelendiğinde; 2012 yılında harcamaların %46,8’i ticari kesim, %28,2’si kamu kesimi, %21,1’i yükseköğretim kesimi, %3,4’ü yurtiçi diğer kaynaklar ve %0,6’sı yurtdışı kaynaklar tarafından karşılanmıştır (URL 13, E.T. : 25.01.2015).

- Tam Zaman Eşdeğeri cinsinden Ar-Ge personel sayısı %13,3 artmıştır

Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden 2012 yılında toplam 105.122 kişi Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. Bir önceki yıla göre TZE cinsinden Ar-Ge personel sayısındaki artış %13,3’tür. Sektörler itibarı ile dağılıma bakıldığında, TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin 2012 yılında %49,7’si ticari kesimde, %38,8’i yükseköğretim kesiminde ve %11,5’i kamu kesiminde bulunmaktadır.

2012 yılında istihdam edilen 10.000 kişiye düşen Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) Ar-Ge personeli sayısı 42,4 kişidir.

- En fazla Ar-Ge Batı Anadolu Bölgesinde

İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1.Düzeye göre 2012 yılında Ar-Ge harcamalarının en yüksek olduğu bölge %28,5 ile Batı Anadolu Bölgesi (TR5) iken, bunu %20,6 ile Doğu Marmara (TR4) ve %20 ile İstanbul (TR1) Bölgesi takip etmektedir.

Ar-Ge personel sayısına göre ise %22,8 ile Batı Anadolu Bölgesi (TR5) ilk sırada yer

almaktadır. Bu bölgeyi %21,8 ile İstanbul (TR1) ve %15,4 ile Doğu Marmara (TR4) Bölgeleri izlemektedir (URL 13, E.T. : 25.01.2015).

2.9.1.2.3. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2013:

- Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki payı %0,95 olmuştur

Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması kapsamında kamu kuruluşları, vakıf üniversiteleri ve ticari sektördeki anket sonuçları ile devlet üniversitelerinin bütçe ve personel dökümlerine dayalı olarak yapılan hesaplamalara göre, Türkiye’de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması 2013 yılında bir önceki yıla göre %13,4 artarak 14 milyar 807 milyon TL olarak hesaplanmıştır.

Bir önceki yıl %0,92 olan Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamasının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı 2013 yılında %0,95’e yükselmiştir.

Tablo 2.6 : Türkiye’nin Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması (2013)

	Cari fiyatlarla (TL)	Satınalma Gücü Paritesi (ABD \$) ⁽¹⁾	ABD Doları ⁽²⁾
Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması	14 807 321 926	13 483 265 276	7 775 899 656
Kişi başına düşen Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması ⁽³⁾	193,1	175,9	101,4

(1) 2013 yılı Satınalma Gücü Paritesi (1 ABD Doları = 1,0982 TL)

(2) 2013 yılı ithalat ağırlıklı ortalama dolar kuru (1 ABD Doları =1,9043 TL)

(3) 31.12.2013 tarihi itibarıyla Türkiye nüfusu 76 867 884 kişidir.

(URL 14; E.T. : 05.02.2015).

- Toplam Ar-Ge harcamasında ticari kesimin payı arttı

Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamalarında ticari kesim %47,5 ile en büyük paya sahipken bunu %42,1 ile yükseköğretim kesimi ve %10,4 ile kamu kesimi takip etmiştir. Bir önceki yıl ticari kesim %45,1 ile yine ilk sırada yer alırken, bunu %43,9 ile yükseköğretim, %11 ile kamu kesimi takip etmiştir.

- Ar-Ge harcamalarının finansmanında ticari kesim %48,9 ile ilk sırada yer almıştır

Ar-Ge harcamalarının 2013 yılında %48,9’u ticari kesim tarafından finanse edilirken bunu %26,6 ile kamu kesimi, %20,4 ile yükseköğretim kesimi, %3,3 ile yurtiçi diğer kaynaklar ve %0,8 ile yurtdışı kaynaklar takip etmiştir (TÜİK, E.T. : 05.02.2015).

Sektörlere Göre Ar-Ge Harcaması, 2013

Ticari : % 47,5
Kamu : % 10,4
Yükseköğretim : %42,1

Harcama Gruplarına Göre Ar-Ge Harcaması, 2013

Personel : %54
Diğer cari : %32,9
Makine teçhizat : %9,7
Sabit tesis : %3,4

- TZE cinsinden Ar-Ge personeli sayısı %7,5 artmıştır

Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden 2013 yılında toplam 112.969 kişi Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. Bir önceki yıla göre TZE cinsinden Ar-Ge personeli sayısındaki artış %7,5 olmuştur. Ar-Ge personelinin sektörler itibarı ile dağılımına bakıldığında ise, TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin 2013 yılında %51,7'si ticari kesimde, %37,7'si yükseköğretim kesiminde ve %10,6'sı kamu kesiminde yer almıştır.

- Kadın Ar-Ge personelinin oranı %30,3 olmuştur

Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden kadın Ar-Ge personel sayısı, 34.246 ile toplam Ar-Ge personel sayısının %30,3'ünü oluşturmuştur. TZE cinsinden kadın Ar-Ge personel oranı ticari kesimde %23,1, kamu kesiminde %25,2, yükseköğretim kesiminde ise %41,7 olmuştur.

- En fazla Ar-Ge personeli İstanbul (TR1) Bölgesinde

İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1.Düzeye göre 2013 yılında Ar-Ge harcamalarının en yüksek olduğu bölge %27,5 ile Ankara, Konya ve Karaman'ın dahil olduğu Batı Anadolu Bölgesi (TR5) iken, bunu %21,3 ile Doğu Marmara (TR4) ve %20,3 ile İstanbul (TR1) Bölgesi takip etmiştir.

Ar-Ge personel sayısına göre ise %22,7 ile İstanbul (TR1) ilk sırada yer almakta olup, bu bölgeyi %22,2 ile Batı Anadolu Bölgesi (TR5) ve %15,5 ile Doğu Marmara (TR4) Bölgeleri izlemiştir (URL 14; E.T. : 05.02.2015).

2.9.1.2.4. Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması-2014:

- Ar-Ge harcamasının gayrisafi yurtiçi hasıla içindeki payı %1,01 olmuştur

Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri araştırması kapsamında kamu kuruluşları, vakıf üniversiteleri ve ticari sektördeki anket sonuçları ile devlet üniversitelerinin bütçe ve personel dökümlerine dayalı olarak yapılan hesaplamalara göre Türkiye’de gayrisafi yurtiçi Ar-Ge harcaması 2014 yılında bir önceki yıla göre %18,8 artarak 17 milyar 598 milyon TL olarak hesaplanmıştır. Bir önceki yıl %0,95 olan gayrisafi yurtiçi Ar-Ge harcamasının gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYH) içindeki payı 2014 yılında %1,01’e yükselmiştir (URL 15; E.T. : 05.04.2016).

- Toplam Ar-Ge harcamasının yarısı ticari kesim tarafından yapılmıştır

Gayrisafi yurtiçi Ar-Ge harcamalarında ticari kesim %49,8 ile en büyük paya sahipken bunu %40,5 ile yükseköğretim kesimi ve %9,7 ile kamu kesimi takip etmiştir. Bir önceki yıl ticari kesim %47,5 ile yine ilk sırada yer alırken, bunu %42,1 ile yükseköğretim, %10,4 ile kamu kesimi takip etmiştir.

- Ar-Ge harcamalarının finansmanında ticari kesim %50,9 ile ilk sırada yer almıştır

Ar-Ge harcamalarının 2014 yılında %50,9’u ticari kesim tarafından finanse edilirken bunu %26,3 ile kamu kesimi, %18,4 ile yükseköğretim kesimi, %3,4 ile yurtiçi diğer kaynaklar ve %1,1 ile yurtdışı kaynaklar takip etmiştir.

- TZE cinsinden Ar-Ge personeli sayısı %2,2 artmıştır

Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden 2014 yılında toplam 115.444 kişi Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. Bir önceki yıla göre TZE cinsinden Ar-Ge personeli sayısındaki artış %2,2 olmuştur. Ar-Ge personelinin sektörler itibarı ile dağılımına bakıldığında ise, TZE cinsinden toplam Ar-Ge personelinin 2014 yılında %53,7’si ticari kesimde, %35,7’si yükseköğretim kesiminde ve %10,6’sı kamu kesiminde yer almıştır.

- Kadın Ar-Ge personelinin oranı %30,2 olmuştur

Tam Zaman Eşdeğeri (TZE) cinsinden kadın Ar-Ge personel sayısı, 34.826 ile toplam Ar-Ge personel sayısının %30,2’sini oluşturmuştur. TZE cinsinden kadın Ar-Ge personel

oranı ticari kesimde %23,2, kamu kesiminde %25,7, yükseköğretim kesiminde ise %42 olmuştur.

- En fazla Ar-Ge personeli İstanbul (TR1) Bölgesinde

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) 1.Düzeye göre 2014 yılında Ar-Ge harcamalarının en yüksek olduğu bölge %26,4 ile Ankara, Konya ve Karaman'ın dahil olduğu Batı Anadolu Bölgesi (TR5) iken, bunu %22,7 ile Doğu Marmara (TR4) ve %21,6 ile İstanbul (TR1) Bölgesi takip etmiştir. Ar-Ge personel sayısına göre ise %23,6 ile İstanbul (TR1) ilk sırada yer almakta olup, bu bölgeyi %21,8 ile Batı Anadolu Bölgesi (TR5) ve %14,3 ile Doğu Marmara (TR4) Bölgeleri izlemiştir (URL 15; E.T. : 05.04.2016).



BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, verilerin toplanması amacıyla kullanılan ölçme araçları, toplanan verilerin analizi hakkında bilgi verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada deneysel çalışmaları içeren *Ampirik Model* tercih edilmediğinden, model olarak *Literatür Taraması* araştırma modeli olarak tercih edilmiştir. Literatür taramasıyla birlikte; Mersin İli Otomotiv Bayileri ve Mersin Teknopark örnekleri üzerinden iki adet *mülakat çalışması* icra edilmiştir. *Literatür taraması* ve *mülakat çalışmaları* sonucu elde edilen bulgular, bu araştırmanın modeline esas teşkil etmiştir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma kapsamında iki adet mülakat icra edilmiştir. Birinci mülakatın evrenini Mersin ilinde bulunan ve Mersin Yetkili Otomotivciler Derneği (MODER)'ne üye 20 firma oluşturmaktadır. Örneklemini ise mülakatın uygulanacağı 11 otomotiv firması oluşturmaktadır. Bahse konu otomotiv firmalarını; başta Volkswagen-Opat ve Fiat-Boranlar olmak üzere Opel-Gedizler, Audi-Aldo, Honda-Akbayrak, Renault-Gürsoy, Ssanyong-Ymy, Seat-Kavi, Peugeot-Mermot ve Hyundai Derya, Volvo/Mazda-Derya isimli firmalar oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında yapılan ikinci mülakatın evrenini Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi (Teknopark/Technoscope) oluşturmaktadır. Örneklemini ise mülakatın uygulanacağı Mersin Teknopark Proje Müdürü oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada konuyla ilgili internet siteleri, yayınlar, dergiler, makaleler, kitaplar vb. incelenerek literatür taraması tekniği ile *Mersin İli Otomotiv Bayileri* ve *Mersin Teknopark Proje Müdürü* örneklem alınarak mülakat tekniği kullanılmıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmada literatür taraması ve mülakat teknikleri kullanılarak veriler toplanmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin analizi; nitel bir veri toplanma tekniği olan ve bu araştırma için iki kez icra edilen mülakatlara ait açık sorulara verilen cevaplar, kapalı soruların cevaplarına ait matematiksel oranlar ve bu oranlar ile cevapların genel olarak yorumlanması şeklinde icra edilmiştir.



BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Mülakat Çalışması : Mersin'deki Otomotiv Bayileri Örneği

4.1.1. Mülakatın Uygulanması İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular:

Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Algıları Üzerine Bir Çalışma : Mersin Örneği konusunu incelemek ve otomotiv pazarlama sektöründeki bu incelemeyi desteklemek için, Mersin Yetkili Otomotivciler Derneği (MODER) *evren* olarak, bahse konu derneğe üye otomotiv bayileri ise *örneklem* alınarak bir mülakat çalışması icra edilmiştir.

Mülakat çalışması, Mersin Yetkili Otomotivciler Derneği (MODER)'ne üye 20 firmadan 11'i ile yüz yüze görüşülerek icra edilmiş olup, mülakata katılan firmaların katılım oranı % 55'dir. Mülakat toplam 13 rehber soru sorularak icra edilmiştir. Mülakatın ilk 12 sorusu çoktan seçmeli şeklindeki *kapalı soru*'dur. Mülakatın son sorusu ise cevap şıkları olmayan ve yorum şeklindeki *açık soru*'dur. Mülakatın bir adet örneği ek'te sunulmuştur.

4.1.2. Mülakatın Sonuçları İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular

Mülakatın ilk 12 sorusu olan kapalı sorulara ve bunlara verilen cevapların, yüzdesel olarak toplam cevaplar içindeki dağılım oranları aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir. Aynı zamanda mülakat sorularına verilen cevaplar, bu çalışmanın ikinci bölümünde belirtilen ve literatür taraması sonucu elde edilen bulgular ile karşılaştırılarak, mülakat sonuçlarıyla ilgili değerlendirmelerde bulunulmuş ve bu değerlendirmeler sonucu elde edilen bulgular da aşağıda belirtilmiştir.

1. Firmanızda bir Ar-Ge ya da inovasyon departmanı var mıdır?

Tablo 4.1: Mülakatın Birinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%27
Hayır	%64
Kısmen	%9

Mülakatın birinci sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımı incelendiğinde; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinde çoğunlukla bir Ar-Ge ve inovasyon departmanının bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu çalışmanın ikinci bölümünde belirtilen ve literatür taraması sonucu elde edilen bulgular ışığında; küresel ve ulusal rekabet ortamı içerisinde ve özellikle Ar-Ge ve inovasyonun öneminin giderek arttığı 2000’li yıllardan itibaren; üretim, pazarlama, insan kaynakları vb. departmanların yanında Ar-Ge departmanının da artık firmalarda giderek yaygınlaştığı görölmektedir. Bu bakımdan halihazırda bir Ar-Ge ve inovasyon departmanı olmayan firmaların en yakın zamanda bahse konu departmanı oluşturmaları gerektiği değerlendirilmektedir.

2. Firmalarda bir Ar-Ge ya da inovasyon departmanının olması gerekli midir?

Tablo 4.2: Mülakatın İkinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%64
Hayır	%9
Kısmen	%27

Mülakatın ikinci sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımına bakıldığında; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinin, çoğunlukla bir Ar-Ge ve inovasyon departmanının kendi sektörlerindeki firmalarda bulunması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu çalışma için yapılan literatür taraması sonucu tespit edilen bulgular bağlamında, sürdürülebilir bir rekabet için otomotiv firmalarında bir Ar-Ge ve inovasyon departmanının olmasının gerekli olduğu değerlendirilmektedir.

3. Firmanız bünyesinde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin önemi konusunda çalışanlarınıza, alanında uzman personel tarafından bir eğitim ya da seminer verilmiş midir?

Tablo 4.3: Mülakatın Üçüncü Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%45
Hayır	%55
Kısmen	%0

Mülakatın üçüncü sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımı irdelendiğinde; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinde çoğunlukla, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin önemi konusunda firma çalışanlarına, alanında uzman personel tarafından bir eğitim ya da seminer verilmediği tespit edilmiştir. Literatür taramasıyla birlikte elde edilen bulgular çerçevesinde, Ar-Ge ve inovasyon konusundaki durumsal farkındalığın artırılması bakımından, bahse konu eğitim ya da seminerlerin firma çalışanlarına verilmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

4. Firmanız bünyesinde Ar-Ge ya da inovasyon faaliyetlerinin önemi konusunda çalışanlarınızın bilinçli olması veya bu konuda farkındalık yaratmanız sizce önemli midir?

Tablo 4.4: Mülakatın Dördüncü Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%82
Hayır	%0
Kısmen	%18

Mülakatın dördüncü sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımı incelendiğinde; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinin çoğunlukla Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin önemi konusunda firma çalışanlarının bilinçli olması veya bu konuda farkındalık yaratmalarının kendilerince önemli bir husus olduğunu ifade etmişlerdir. Firma çalışanlarının Ar-Ge ve inovasyon konusundaki bireysel farkındalıklarının olmasının, kurumsal farkındalığı da pozitif yönde etkileyeceği değerlendirilmektedir.

5. Sizce, Ar-Ge ya da inovasyon bir firmanın ekonomik performansını kısa vadede yükseltir mi?

Tablo 4.5: Mülakatın Beşinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%18
Hayır	%9
Kısmen	%73

Mülakatın beşinci sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımına bakıldığında; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinin büyük oranda, Ar-Ge ve inovasyonun bir firmanın ekonomik performansını kısa vadede yükseltebileceği fikrine kısmen katıldıkları tespit edilmiştir. Literatür taraması yapılarak sahip olunan bulgular ışığında; Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri sonucu yeni bir ürün veya hizmet sunmanın, uzun soluklu ve büyük bütçeler gerektiren bir süreç olduğu bilinmektedir. Bu bakımdan otomotiv sektörü başta olmak üzere tüm sektörlerdeki firmalar tarafından, Ar-Ge ve inovasyona yapılacak yatırımlardan beklenen sonuçların kısa vadede elde edilmesinin, küresel ve ulusal boyutta pek görülmeyen bir olasılık olduğu değerlendirilmektedir.

6. Sizce, Ar-Ge ve inovasyon bir firmanın ekonomik performansını uzun vadede yükseltir mi?

Tablo 4.6: Mülakatın Altıncı Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%91
Hayır	%0
Kısmen	%9

Mülakatın altıncı sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımı irdelendiğinde; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinin çoğunlukla, Ar-Ge ve inovasyonun bir firmanın ekonomik performansını uzun vadede yükseltebileceğini ifade etmişlerdir. Bir önceki soru için yaptığımız değerlendirmede belirttiğimiz üzere; Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri sonucu yeni bir ürün veya hizmet sunmanın, uzun soluklu ve büyük bütçeler gerektiren bir süreç olması ve bu durumun ise firmaların ekonomik performansını uzun vadede yükseltebileceği değerlendirilmektedir.

7. Sizce, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem veren bir firmanın, kısa veya uzun vadede aşağıdaki girdi maliyetlerinin hangisinde azalma olabilir?

Tablo 4.7: Mülakatın Yedinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Üretim	%0
Finansman	%1
Pazarlama	%0
Lojistik-Tedarik	%0
Personel	%0
Hepsi	%99

Mülakatın yedinci sorusuna verilen cevapların yüzdesele olarak dağılımı incelendiğinde; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinin çoğunluğuna göre, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem veren bir firmanın, kısa veya uzun vadede üretim, finansman, pazarlama, lojistik-tedarik ve personel gibi girdi maliyetlerinde azalma olabileceği ifade edilmiştir. Bu çalışmanın ikinci bölümünde belirtilen literatür taraması sonuçları çerçevesinde, Ar-Ge ve inovasyona yeterince önem veren firmaların ekonomik performanslarının zamanla yükselmesiyle birlikte yukarıda bahsedilen maliyet girdilerinde de süreç içerisinde azalma yaşanabileceği değerlendirilmektedir.

8. Sizce, Türkiye’de özel sektörün geneline baktığımızda Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir?

Tablo 4.8: Mülakatın Sekizinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesele Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesele Olarak Dağılım Oranı
Evet	%0
Hayır	%55
Kısmen	%45

9. Sizce, Türkiye’de kamu sektörünün geneline baktığımızda Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir?

Tablo 4.9: Mülakatın Dokuzuncu Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesel Olarak Dağılım Oranı
Evet	%0
Hayır	%73
Kısmen	%27

10. Sizce, Türkiye’de özel ve kamu sektörünün Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yaptıkları yatırımların, Dünya’da özellikle; Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzakdoğu Asya’da yapılan yatırımlara oranla yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Tablo 4.10: Mülakatın Onuncu Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesel Olarak Dağılım Oranı
Evet	%0
Hayır	%91
Kısmen	%9

Mülakatın sekizinci, dokuzuncu ve onuncu sorusuna verilen cevapların yüzdesel olarak dağılımı incelendiğinde; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinin çoğunluğuna göre, Türkiye’de özel ve kamu sektörünün Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem vermediklerini, bu konularda yaptıkları yatırımların, Dünya’da özellikle; Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzakdoğu Asya’da yapılan yatırımlara oranla yeterli olmadığı tespit edilmiştir. Bu çalışma için yapılan literatür taraması sonucu elde edilen bulgular ışığında; ülkemizin ekonomik olarak gelişmekte olan ülkeler düzeyinden A.B.D., İngiltere, Fransa, Almanya ve Japonya gibi gelişmiş ülkeler grubunda yer alabilmesi için, kamu ve özel sektör kuruluşlarının bahse konu gelişmiş ülkelerdeki kamu ve özel sektör kuruluşlarının Ar-Ge yatırımlarına eş değer yatırım yapmaları gerektiği değerlendirilmektedir.

11. Firmanızdaki göreviniz nedir?

Tablo 4.11: Mülakatın Onbirinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesel Olarak Dağılım Oranı
Üst Düzey Yönetici	%9
Orta Düzey Yönetici	%64
Alt Düzey Yönetici	%18
Operasyon	%9

Mülakatın 11. sorusuna verilen cevapların yüzdesel olarak dağılımına bakıldığında; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinde sorulara cevap veren ve dolayısıyla muhatap olunan personelin büyük bölümünün orta düzey yönetici olduğu tespit edilmiştir.

12. Firmanızdaki çalışma süreniz nedir?

Tablo 4.12: Mülakatın Onikinci Sorusuna Verilen Cevapların Yüzdesel Dağılımı

Verilen Cevaplar	Yüzdesel Olarak Dağılım Oranı
1-3 Yıl	%18
4-7 Yıl	%46
8-11 Yıl	%18
11 Yıl Üstü	%18

Mülakatın 12. sorusuna verilen cevapların yüzdesel olarak dağılımına bakıldığında; mülakatın uygulandığı otomotiv bayilerinde sorulara cevap veren ve dolayısıyla muhatap olunan personelin yarısına yakın bölümünün firmalarındaki çalışma sürelerinin 4-7 yıl arasında, diğer yarısının çalışma süresi ise, eşit oranlarda (%18) olmak kaydıyla 1-3, 8-11 ve 11 yıl üstü şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

13. Mersin'deki bir otomotiv bayi firması olarak Ar-Ge ya da inovasyon hakkındaki genel düşünceniz nedir? Kısaca belirtiniz.

Mülakatın 13.sorusu yani son sorusu yorum şeklindeki açık soru olup, verilen cevaplar özet olarak aşağıda belirtilmiştir.

- Ar-Ge çalışmalarının daha da yoğunlaşması için bir takım yasal zorunluluklar uygulanabilir (Wolkswagen-Opat).

Opat isimli firmanın mülakatın 13. sorusuna verdiği cevap irdelendiğinde; Ar-Ge ya da inovasyonun özel sektör firmaları ve kamu kuruluşlarında yaygınlaşması için hükümetler tarafından bir takım zorunlu yasal düzenlemelerin yapılmasının, pozitif yönde etkisinin olacağı değerlendirilmektedir.

- Bütün iş yerlerinde Ar-Ge / İnovasyonun olması, gelişimi hızlandıracağı kanısındayım (Fiat-Boranlar).

Özellikle küresel rekabetin önemli bir bileşeni olan Ar-Ge/inovasyon faaliyetlerinin, firmaların ekonomik gelişimini hızlandırması için de önemli bir departman olduğu değerlendirilmektedir. Dolayısıyla modern şirket yapılanmasında Ar-Ge/inovasyon departmanı, finansman, üretim, insan kaynakları, lojistik-tedarik departmanları gibi olması zorunlu olan departmanlardan birisi olduğu değerlendirilmektedir.

- Ar-Ge ya da inovasyon temel olarak bir sistemin bel kemiğidir. Ar-Ge olmadan yaptığınız işi ya da üretimi geliştirebilmeniz mümkün değildir. Ancak tabii ki genellikle bu soyut olarak görüldüğünden maalesef çok önem verilmemektedir. Zaten konuyla ilgili de Türkiye'nin geldiği nokta ortadadır. Halen kendimize ait bir otomotiv merkezimiz bulunmamaktadır. Umarım yatırımcılar Ar-Ge'nin önemine en kısa sürede varabilirler (Opel-Gedizler).
- Şirketimizin birkaç firması daha var. Veldo ve Evos adlı iki şirketimiz Mersin Üniversitesi Teknopark'ta faaliyet göstermekte ve Ar-Ge çalışmaları yapmaktadır. Veldo kayar kapı sistemleri üzerine çalışma yapmaktadır (Audi-Aldo).
- Honda Türkiye Ar-Ge çalışmaları konusunda oldukça verimli çalışmalar yapmaktadır. Bayi olarak maalesef Ar-Ge'miz bulunmamaktadır (Honda-Akbayrak).
- Yeterince bilgi sahibi olunduğunu ve önemsendiğini düşünmüyorum. Bu alanda daha çok bilgilendirilmesi gerekiyor firmaların ve firma yöneticilerinin (Renault-Gürsoy).
- Devamlı yeni görüş ve fikirlerinin olması gelecek açısından daha verimli olacaktır. Hem bireysel olarak bayimizin hem grup şirketimizin, hem de ülkemizin geleceğine katkısı olacağı düşüncesindeyim. Başarılı ve yükselen bir profil çizmemiz ve bunu yapabilen olmak durumundayız. Daha ileriye başka türlü gidemeyiz (Ssanyong-Ymy).
- Ar-Ge hizmetleri distribütör firma tarafından geliştirilmekte ve uygulanmaktadır (Seat-Kavi).
- Yapılacak her yeni atılım, faaliyet işgücü ve iş yükü olarak hayatımızı daha kolaylaştırıcı ise buna açık olmalıyız (Peugeot-Mermot).
- Piyasa araştırması yapılarak mevcut otomotiv firmalarında kullanılmış ya da kullanmakta olduğu ekipmanlar sürekli bir yenilenme sürecindedir. Otomotiv olarak olarak bir Ar-Ge çalışması yapılmakta, yapılması gerekli de. Bu çalışmalar

içerisinde (fiyat, müşteri beklentileri) gibi konular araştırılır (Hyundai/Volvo/Mazda-Derya).

4.2. Mülakat Çalışması : Mersin Teknopark ve Ar-Ge

4.2.1. Mülakatın Uygulanması İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular:

Küresel Rekabet Ortamında Otomotiv Pazarlama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Ar-Ge ve İnovasyon Algıları Üzerine Bir Çalışma : Mersin Örneği konusunu araştırmak, genel olarak Türkiye'nin, özel olarak ise Mersin'in Ar-Ge ve inovasyon farkındalık düzeyini öğrenmek üzere Mersin Üniversitesi Çiftlikköy yerleşkesi içerisinde yer alan *Mersin Teknopark*'ın Ar-Ge ve inovasyon konularındaki faaliyetleri incelenmiştir. Ar-Ge ve inovasyon konularındaki bu incelemeyi desteklemek için, Mersin Teknopark *evren* olarak, Teknopark Proje Müdürü ise *örneklem* alınarak bir mülakat çalışması icra edilmiştir.

Mülakat çalışması, Mersin Teknopark Proje Müdürü ile yüz yüze görüşülerek ve 12 rehber soru sorularak icra edilmiştir. Mülakatın 12 sorusu da cevap şıkları olmayan ve yorum şeklindeki *açık soru*'dur. Mülakatın bir adet örneği ek'te sunulmuştur.

4.2.2. Mülakatın Sonuçları İle İlgili Genel Hususlara İlişkin Bulgular:

Mülakata ilişkin sorular, bunlara verilen cevaplar, bahse konu cevaplar için; bu çalışmanın ikinci bölümde yer alan ve literatür taraması sonrasında elde edilen bulgular çerçevesinde yapılan değerlendirmeler aşağıdaki belirtilmiştir.

1. Mersin Teknopark'ın tarihsel gelişimi hakkında genel olarak bahseder misiniz?

“Mersin Teknopark, 23 Şubat 2006 tarihinde T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının yazılı izni ile önce Mersin Organize Sanayi Bölgesi içinde kurulmuştur. 2010 yılında bugünkü binası olan Mersin Üniversitesi Çiftlikköy yerleşkesi içindeki binasına taşınmıştır. Mersin Valisi, aynı zamanda Teknopark'ın yönetim kurulu başkanı görevini de yürütmektedir. Mersin Teknopark'ın yönetiminde ve kuruluşunda beş önemli paydaş vardır. Bunlar sırasıyla; Mersin Valiliği, Mersin Üniversitesi, Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO), Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ve Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi (MTOSB)'dir. Kuruluşundan sonra günümüze kadar Mersin Teknopark'ın paydaş sayısında

artış yaşanmıştır. Diğer paydaşları ise sırasıyla; Mersin Deniz Ticaret Odası (MDTO), Mersin Ticaret Borsası (MTB), Çağ Üniversitesi ve Toros Üniversitesi'dir.

Mülakatın ilk sorusuna verilen cevap incelendiğinde, Mersin Teknopark'ın yaklaşık olarak 10 yıllık bir geçmişe sahip kurum olduğu, kuruluşundan itibaren ve günümüze kadar başta Mersin Valiliği olmak üzere ildeki önemli sanayi ve ticaret kurumları ile üniversitelerin ana paydaş kurumlar olarak ön planda gözüktüğü tespit edilmiştir.

2. Mersin Teknopark'ta faaliyet gösteren firmalar arasında otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmalar var mıdır? Açıklar mısınız?

“Mersin Audi otomotiv bayisi Aldo firması, Mersin Teknopark bünyesinde Vendo, Evos ve Tekgen isimli firmalarla Ar-Ge faaliyetleri icra etmektedir. Bahse konu firmalar ağırlıklı olarak kendi sektörleriyle ilgili bilgisayar yazılım programları konusunda çalışmaktadırlar.”

Mülakatın ikinci sorusuna verilen cevap irdelendiğinde, Mersin Teknopark bünyesinde bir otomotiv firmasının Ar-Ge çalışmaları icra etmesinin, otomotiv sektörü içinde Ar-Ge ya da inovasyon konusundaki farkındalığın arttığına bir göstergesi olduğu değerlendirilmektedir.

3. Mersin Teknopark'ta faaliyet gösteren diğer firma ya da kuruluşlar hakkında genel olarak bilgi verir misiniz?

“Mersin Teknopark'ta %65 oranıyla bilişim sektöründeki firmalar yer almaktadır. Diğer firmalar sırasıyla; gıda, kimya, ambalaj, giyim, medikal ve diğer sektörlere üye firmalardan oluşmaktadır.”

Mülakatın üçüncü sorusuna verilen cevap değerlendirildiğinde, Mersin Teknopark bünyesinde faaliyette bulunan sektörler arasında %65 oranla bilişim sektörü firmalarının en büyük payı aldığı, geriye kalan %35 kısmını ise gıda, kimya, ambalaj, giyim, medikal ve diğer sektörlerin oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmanın ikinci bölümde belirtilen literatür taramasına ait bulgular etrafında, küresel bağlamda 21.yüzyıl bilişim çağı olduğu bilinmekte, bilişime ya da teknolojik gelişmelere yeterince önem vermeyen özel ve kamu sektörü kuruluşlarının küresel rekabet ortamında uzun ömürlü olamayacağı

değerlendirilmektedir. Bu bakımdan Teknopark bünyelerinde faaliyet gösteren sektörler arasında, bilişim sektörünün her zaman en büyük payı alması gerektiği değerlendirilmektedir.

4. Mersin Teknopark, yerleşkesinde yer aldığı Mersin Üniversitesi için neyi ifade eder? Başka bir deyişle Mersin Teknopark'ın Mersin Üniversitesi'ne ne gibi katkıları olmuştur? Genel olarak bahseder misiniz?

“Mersin Üniversitesi'ndeki araştırma tezleri, projeler vb. birçoğu Mersin Teknopark işbirliğinde hazırlanmaktadır. Proje sahipleri bu işbirliği sonucunda patent alabiliyorlar. Şu an Mersin Üniversitesi akademisyenlerinden 24'nün Teknopark bünyesinde firmaları var. Bu firmaların hem akademisyenlere hem de Mersin Üniversitesi'ne maddi anlamda önemli katkıları olmaktadır.”

Mülakatın dördüncü sorusuna verilen cevap incelendiğinde, Mersin Teknopark'ın Üniversite-Sanayi işbirliğinin önemli bir temsilcisi olarak, yerleşkesinde bulunduğu Mersin Üniversitesi'ne, üniversitedeki akademisyenlere ve öğrencilere, özellikle teorik eğitimlerin pratiğe dönüştürülmesinde, bununla birlikte pratiğe dönüşen projelerden maddi anlamda kazanç elde etmelerini sağladığı tespit edilmiştir.

5. Mersin Teknopark, bulunduğu il olan Mersin için neyi ifade eder? Başka bir deyişle Mersin Teknopark'ın Mersin'e ne gibi katkıları olmuştur? Genel olarak bahseder misiniz?

“Teknopark için Mersin'in silikon vadisi diyebiliriz. 2015 yılı verilerine göre, Türkiye'deki 56 teknopark arasında Mersin Teknopark, büyüklük ve faaliyetler bakımından ikinci sırada yer almaktadır. Mersin Teknopark olarak, hem ekonomik anlamda hem de istihdam anlamında bulunduğumuz şehir olan Mersin'e önemli katkılarda bulunuyoruz. 2015 yılı verilerine göre, Teknopark bünyesinde ağırlıklı olarak Mersin firmaları olmak üzere 68 firma bulunmaktadır. Bu firmaların şu an için 480 civarında çalışanı bulunmaktadır.”

Mülakatın beşinci sorusuna verilen cevap irdelendiğinde, 2015 yılı verilerine göre ülkemizdeki faal olan 56 Teknopark arasında büyüklük ve faaliyetler bakımından Mersin Teknopark'ın ikinci sırada olduğu, bununla birlikte bünyesinde faaliyet gösteren firmalar sayesinde Teknopark'ın Mersin şehrine önemli miktarda istihdam sağladığı tespit edilmiştir.

6. Mersin Teknopark, bulunduğu ülke olan Türkiye için neyi ifade eder? Başka bir deyişle Mersin Teknopark'ın ülkemize ne gibi katkıları olmuştur? Genel olarak bahseder misiniz?

“2015 yılı verilerine göre, Mersin Teknopark kuruluşundan itibaren toplam 3,5 Milyon TL ihracat yaparak, ülke ekonomisine ihracat anlamında katkıda bulunmuştur. Aynı zamanda yine 2015 yılı verilerine göre, Mersin Teknopark'ın 2006 yılındaki kuruluş aşamasından itibaren toplam gelirleri 209 Milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca Mersin Teknopark, İş-Kur hizmet yetkilisi durumundadır. Bu yetkiyle birlikte, özellikle başta mühendislik okuyan üniversite öğrencilerine, akademisyenlere ve mezun durumdaki mühendislere istihdam bağlamında önemli katkıları olmaktadır.”

Mülakatın altıncı sorusuna verilen cevap değerlendirildiğinde, 2015 yılı verilerine göre Mersin Teknopark'ın kuruluşundan itibaren yaptığı ihracat, elde ettiği toplam gelir ve sağladığı istihdam sayesinde ülkemize ve bulunduğu şehir olan Mersin'in ekonomisine önemli katkıları olduğu tespit edilmiştir.

7. Mersin Teknopark'ın kuruluşundan günümüze kadar tamamladığı ya da ürettiği projeler, Ar-Ge faaliyetleri / inovasyon çalışmaları konusunda neler söyleyebilirsiniz?

“Mersin Teknopark bilindiği üzere 2006 yılında kurulmuş olup, kuruluşundan bu yana Teknopark'da 246 adet Ar-Ge / İnovasyon projesi tamamlanmıştır.”

Mülakatın yedinci sorusuna verilen cevap incelendiğinde, Mersin Teknopark tarafından kurulduğu yıl olan 2006 yılından itibaren 246 adet Ar-Ge ve inovasyon projesinin tamamlandığı, bu durumun ise ülkemizdeki faal olan 56 adet Teknopark arasında Mersin Teknopark'ı ikincilik gibi önemli bir sraya yerleştirdiği tespit edilmiştir.

8. Mersin Teknopark'ın halen devam eden; projeleri, Ar-Ge faaliyetleri veya inovasyon çalışmaları konusunda neler söyleyebilirsiniz?

“Mersin Teknopark'ın halen devam etmekte olan 162 adet Ar-Ge / İnovasyon projesi bulunmaktadır.”

Mülakatın sekizinci sorusuna verilen cevap irdelendiğinde, Mersin Teknopark'ın halen devam etmekte olan 162 adet gibi önemli miktarda Ar-Ge ya da inovasyon projesi

olduğu tespit edilmiştir. Devam eden proje sayısındaki bu önemli miktarın, genel olarak ülkemizin, özel olarak ise Mersin’in Ar-Ge ve inovasyon algılarına ya da farkındalıklarına pozitif yönde katkısı olduğu değerlendirilmektedir.

9. Mersin Teknopark’ın planlama aşamasında olan, uzun ya da orta vadede gerçekleşmesi düşünülen; projeleri, Ar-Ge faaliyetleri veya inovasyon çalışmaları konusunda neler söyleyebilirsiniz?

“Mersin Teknopark’ın planlama aşamasında olan üç önemli Ar-Ge ve inovasyon projesi de bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; girişimcilerin fikirlerini daha iyi beyan etmesi için oluşturulacak olan “Konteynır Köy / Kent” projesidir. Bu proje için Devlet Demir Yolları (DDY)’ndan vagon talep ettik. Planlama aşamasında olan ikinci Ar-Ge / İnovasyon projemiz “Fikrinle Büyü, Fikrinle Yürü” projesidir. Bu projemiz özellikle ilkökul öğrencilerini kapsamaktadır. Planlama aşamasında olan üçüncü Ar-Ge / İnovasyon projemiz ise “Uluslar arası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (Ur-Ge)” projesidir. Bu projemizdeki amacımız ise öncelikle Mersin’deki firmalar olmak üzere ülkemizdeki firmaların uluslar arası boyuta erişmesi ya da küreselleşmesi ve bunun sonucunda küresel rekabet ortamında daha uzun ömürlü olmalarının sağlanmasıdır.”

Mülakatın dokuzuncu sorusuna verilen cevap değerlendirildiğinde, Mersin Teknopark’ın uzun ya da orta vadede planlanan üç önemli Ar-Ge ve inovasyon projesinin olduğu tespit edilmiştir. Projelerin isimleri ve hedef kitleleri ile ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 4.13 : Mersin Teknopark’ın Planlama Aşamasında Olan Ar-Ge / İnovasyon Projeleri

Proje Adı	Hedef Kitle
Konteynır Köy / Kent	Girişimciler
Fikrinle Büyü, Fikrinle Yürü	İlkökul Öğrencileri
Uluslar arası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (Ur-Ge)	Yerel ve Ulusal Firmalar

10. Size göre ülkemizde kamu kuruluşları ya da devlet tarafından Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir? Bu konuda neler söyleyebilirsiniz?

“Ülkemizdeki kamu kuruluşları ya da devlet tarafından önceki yıllara göre Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine daha çok önem verilmektedir. Ar-Ge konularındaki devlet teşvikleri

önceki yıllara göre sürekli artış göstermektedir. 15-20 yıl öncesine göre Ar-Ge ya da inovasyon konusunda daha iyi durumdayız. Ayrıca 2015 yılı verilerine göre Türkiye genelinde 61 adet Teknopark bulunmaktadır. Bu Teknopark'ların 56 adedi faal durumdadır. Teknopark'larla ilgili bu veriler de, devlet ya da kamu kuruluşları tarafından Ar-Ge veya inovasyon faaliyetlerine önem verilmeye başlandığının bir göstergesidir.”

Mülakatın 10.sorusuna verilen cevap incelendiğinde, 15-20 yıl öncesine nazaran günümüzde, devlet ya da kamu kuruluşlarının Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına verdikleri maddi teşvikler, ayırdıkları bütçeler ve Teknopark sayısındaki artışlar itibariyle, ülkemizde Ar-Ge ve inovasyona daha çok önem verildiği değerlendirilmektedir.

11. Size göre ülkemizde özel sektör kuruluşları tarafından Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir? Bu konuda neler söyleyebilirsiniz?

“Ülkemizdeki özel sektör kuruluşları, kamu kuruluşları ya da devlete göre Ar-Ge veya inovasyon faaliyetlerine daha çok önem vermektedirler. Özel sektörün Ar-Ge veya inovasyon çalışmaları, yaptıkları harcamalar ve bu konulardaki farkındalıklarının her geçen yıl arttığı görülmektedir.”

Mülakatın 11.sorusuna verilen cevap irdelendiğinde, ülkemizdeki özel sektör kuruluşlarının, kamu kuruluşları ve devlete göre Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine daha çok önem verdiği, bahse konu faaliyetler konusunda ayırdıkları bütçelerin ve farkındalıklarının her geçen yıl arttığı değerlendirilmektedir

12. Mersin Teknopark'ın Proje Müdürü olarak belirtmek istediğiniz diğer hususlar nelerdir?

“Mersin Teknopark olarak Ar-Ge konusunda daha iyi olmayı hedefliyoruz. Üniversite-Sanayi işbirliği içerisinde, özelde Mersin genelde Türkiye için Ar-Ge ya da inovasyon konusundaki farkındalığı arttırmak, bunun sonucunda sosyo-ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmak istiyoruz. Bütün bunları ana paydaşlarımızın desteğiyle, bir sinerji içinde yapmak ve yapmaya devam etmek istiyoruz.”

Mülakatın 12.sorusuna verilen cevap değerlendirildiğinde, Mersin Teknopark'ın ana paydaşlarının desteğiyle birlikte bir sinerji içinde, Üniversite-Sanayi işbirliğinin güzel bir örneği olmaya, bu işbirliği neticesinde sağladığı istihdam ile yerel ve ulusal bağlamda sosyo-

ekonomik gelişime katkıda bulunmaya, kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşları içinde Ar-Ge veya İnovasyon konularındaki farkındalığı arttırmaya devam etmeyi hedeflemektedir.



BÖLÜM V

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

5.1. Ar-Ge ve İnovasyon Farkındalığı Yetersiz Olduğunda Oluşabilecek Sorunlar:

Ar-Ge ve inovasyon algıları ve farkındalığı yetersiz olan, yeterince yatırım yapmayan ya da bir Ar-Ge veya inovasyon departmanına sahip bile olmayan özel sektör firmaları, küresel ve yerel rekabetin de etkisiyle bazen kısa vadede, çoğu zaman ise uzun vadede rakip firmalarla rekabet yarışını kaybetme ve nihayetinde iflas etme noktasına gelebilmektedir. General Motors, Chevrolet, Dodge, Nokia, Blackbery, Ericson gibi yabancı firmalar ile BMC, İmar Bankası, Tansaş gibi yerli firmalar bu duruma örnek olarak gösterilebilir.

Ar-Ge ve inovasyon algıları ve farkındalığı yetersiz olan, yeterince yatırım yapmayan veya bunlara önem vermeyen ülkeler de, küreselleşmenin de etkisiyle bazen kısa vadede, çoğu zaman ise uzun vadede sosyo-ekonomik olarak gelişmekte olan ülkeler, nihayetinde ise az gelişmiş ülkeler kategorisine düşme riskiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. Afrika ülkelerinin tamamına yakını, bazı Güneydoğu Asya ülkeleri, Yunanistan, İspanya, Portekiz gibi Avrupa ülkeleri bu duruma örnek olarak gösterilebileceği değerlendirilmektedir.

5.2. Ar-Ge ve İnovasyon Farkındalığı Yetersiz Olduğunda Oluşabilecek Sorunlara Yönelik Çözümler:

Firmalarda, Ar-Ge ve inovasyon algıları ve farkındalığı yetersiz olduğunda veya bu tür konularda yeterince yatırım yapılmadığında oluşabileceği değerlendirilen ve yukarıda ifade edilen sorunlar için aşağıdaki çözümler önerilmektedir:

- Firmalar, Üretim/Hizmet, İKY ve Ar-Ge'den oluşan üç ayaklı modern örgüt yönetimi ile yönetilmelidirler.
- Firmalar, bütçe planlamalarına mutlaka Ar-Ge ve inovasyon ile ilgili yatırım planlarını da eklemelidirler. Bütçe harcamalarında, küresel ekonomiye de göz önünde bulundurarak minimum %5-%10 civarında Ar-Ge ve inovasyon

harcamaları da yer almalıdır (Küresel ölçekteki şirketlerin birçoğu her geçen yıl Ar-Ge bütçelerini arttırmakta ve bu harcamaların genel bütçelerinin ortalama %5-%10 civarına denk geldiği görülmektedir. Volkswagen firması bu duruma örnek verilebilir).

Ülke bazında, Ar-Ge ve inovasyon algıları ve farkındalığı yetersiz olduğunda veya bu tür konularda yeterince yatırım yapılmadığında oluşabileceği değerlendirilen ve yukarıda ifade edilen sorunlar için aşağıdaki çözümler önerilmektedir:

- Kamu ve özel sektör firmalarına Ar-Ge yatırımları için finansman desteği sağlanmalı ve bu konuda ihracatta sağlandığı gibi vergi iadesi vb. teşvikler yapılmalıdır.
- Özel sektör-Üniversite işbirliğiyle kurulan teknoparkların sayıları artırılmalı ve buralara finansman desteği sağlanmalıdır.
- Hükümetler, bütçe planlamalarına Ar-Ge yatırımları ve Ar-Ge destekleri ile ilgili harcamalarını da katarak ve küresel ölçekte bu konuda yapılmış harcamaları da dikkate alarak merkezi bütçe planını yapmalıdır.

5.3. Sonuç ve Değerlendirme:

Açık anlamıyla Araştırma-Geliştirme faaliyetleri olarak bilinen *Ar-Ge*, batı ülkelerinde ve diğer gelişmiş birçok ülkede *innovation* yani *yenilenme* olarak da bilinmektedir.

OECD, Dünya Bankası, IMF vb. gibi küresel ölçekteki ekonomik kuruluşların, gerek dünya ekonomisine ve gerekse üye ülkelerin ekonomilerine yönelik hazırladıkları performans raporları da göz önünde bulundurulduğunda; Ar-Ge ya da yenilenme faaliyetlerine her yıl daha da artan bütçeler ayıran ve harcama yapan devletlerin, bazen kısa vadede daha çok da orta ve uzun vadelerde; siyasal, ekonomik, sosyal, eğitim, kültür vb. alanlarda güçleneceğini ve gelişmiş ülkeler düzeyine yükseleceği değerlendirilmektedir (Örnek : Güney Kore, Çin, Japonya, Brezilya, Malezya, Singapur, Almanya, Türkiye gibi). Bu durumun tersini düşündüğümüzde, yani Ar-Ge ya da yenilenme faaliyetlerine yeterli bütçe ayırmayan ve az harcama devletlerin ise; bazen kısa vadede daha çok da orta ve uzun vadelerde; siyasal, ekonomik, sosyal, eğitim, kültür vb. alanlarda gerileyeceğini ve gelişmemiş ya da az gelişmiş ülkeler düzeyinde kalacağı değerlendirilmektedir. Afrika kıtası

ülkelerinin tamamına yakını, Portekiz ve Yunanistan gibi AB ülkeleri, Afganistan, Pakistan, Bangladeş ve Kamboçya gibi Asya ülkeleri bu durum için örnek verilebilir.

Yukarıdaki hususu özel sektör açısından değerlendirdiğimizde, yani Ar-Ge ya da yenilenme faaliyetlerine her yıl daha da artan bütçeler ayıran ve harcama yapan firmaların, bazen kısa vadede daha çok da orta ve uzun vadelerde; ekonomik olarak fazlasıyla güçleneceğini ve özellikle ekonomik krizlere karşı dayanıklı olacağı değerlendirilmektedir. Samsung, LG, Apple, WW, Toyota, Honda, Hyundai gibi firmalar bu durum için örnek olarak verilebilir. Bu durumun tersini düşündüğümüzde, yani Ar-Ge ya da yenilenme faaliyetlerine yeterli bütçe ayırmayan ve az harcama yapan firmaların ise; bazen kısa vadede daha çok da orta ve uzun vadelerde; ekonomik olarak oldukça gerileyeceğini ve özellikle ekonomik krizlere karşı dayanıklı olamayacağı değerlendirilmektedir.

Globalleşen ekonomilerle birlikte firmaların milli piyasalarından sıyrılıp milletler arası piyasalara girmesi beraberinde rekabetin yükselmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Liberal ya da serbestleşme açılımların güç sahibi olmasının en temel görüntüsü, Bretton Woods sisteminin çökmesinin ardından ortaya çıkan 1973 Petrol Krizine karşı arayışların bir sonucu olarak A.B.D.'den başlayarak diğer devletlere sıçrayan eden *serbestleşme (deregülasyon) / liberalleşme düzenlemeleri (ve bu noktadaki yönelişler)* olmuştur. Buradan gelen ivme ile reel sermayeye göre finansal sermayenin zaman içerisinde gerek hacim ve gerekse hareketlilik itibarıyla daha öncesine göre yüksek seviyelere çıkması söz konusu olmuştur. Bu zaman aralığında (1970'lerin sonuna doğru) büyük ölçüde eş-anlı olarak teknolojik gelişmeler de hız kazanmıştır. Teknolojik gelişmelerin ve teknolojik gelişmelerin bilgiyi biriktirici ve çoğaltıcı yansımaları) sonuçta küresel ekonomik düzlemde önemli değişimlere imkân sağlamıştır. Ancak, ortaya çıkan bu değişim süreci büyük ölçüde gelişmiş ekonomilerde geçerli olmuştur (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Ekonomilerde hudutların ortadan kalkmasından sonra firmalar yalnızca milli rakipleriyle değil küresel ticarete faaliyet gösteren rakipleriyle de rekabet içine girmişlerdir. Görüldüğü gibi rekabetin şekli de zamanla değişmiştir. Artık 1970-1980'lerin rekabet anlayışıyla başarıya ulaşmak mümkün değildir. O yılların en önemli rekabet gücü olan fiyat, günümüzde yerini müşteriye odaklılığa bırakmaktadır. Dolayısıyla en önemli rekabet alanlarından biri de hız olmaktadır. Firmalar tüketicilere daha hızlı ve daha iyi hizmeti ve ürünleri sundukları ölçüde başarı yakalayabileceklerdir. Bunun yanı sıra, hız, yeni ürün

geliştirmede ve yeni piyasalara girip çıkmada da firmaya üstünlük sağlamaktadır. Günümüz firmaları yerel avantajlara göre çeşitli faaliyetlerini çeşitli coğrafi bölgelere yayabilirler. Hammaddeyi en ucuz olduğu devletten alıp, işgücünün en ucuz ve nitelikli olduğu yerde işgünü kullanıp, dağıtımını en etkin ve verimli kılacak yollarla dağıtım yapmaktadırlar.

Hiç kuşkusuz rekabette *iyi* kavramı yavaş yavaş yerini *yeni* kavramına bırakmaktadır. Firmalar aynı hizmetleri veya ürünleri daha iyi sunmak için değil, yeni ürün ve hizmetler sunmak için rekabet etmektedirler. Firmaların hayatta kalabilmeleri için diğerlerinden farklı şeyler yapmaları gerekmektedir. Fark yaratmaları gerekmektedir. Bu, firma faaliyetlerini ya da faaliyetlerin süreçlerini daha etkin veya verimli hale getirmekle elde edilemez. Farklılığın yaratılabilmesi için firma stratejilerinde yaratıcılığın ya da inovasyonun bulunması gerekmektedir.

Ortaklaşa rekabet, globalleşmeyle ortaya çıkan sonuçlardan birisidir. Birlikten güç doğar mantığının bir yansıması olarak da görülebilecek bu kavram, firmaların en iyi oldukları alanlarda uzmanlaşmaları sonucunu doğurmuştur. Bu durum küresel ve ulusal çerçevede verimliliği arttırmaktadır. Çünkü her iş, o işi en iyi yapanlar tarafından yaratılmaktadır. Firmaların tüketicilerle ya da müşterilerle, tedarikçilerle, perakendecilerle birlikte çalışmaları etkinliklerini artıracaktır. Bu sayede firma hem ilgi gruplarının beklentilerini yakından tanıma fırsatı bulacak hem de onlardan geri bildirim alabilecektir.

Rekabette değişen bir diğer husus ise standartlaşmadır. Standartlaşma sonucunda farklı devletlerin piyasalarındaki ortak paydalar tespit edilerek bunlara yönelik pazarlama karmaları oluşturulmaya başlanmıştır. Standartlaşmayla ürünlerin yaşam süreleri azalmıştır. Dolayısıyla ürün rekabeti yerini hizmet rekabetine bırakmıştır. Hatta insan faktörü artık ürün üretmek yerine hizmet üretmektedir. Fiziksel üretimi, gelişen global ekonomilerde robotlar yapmaktadır. Dolayısıyla firmaların küresel rekabet ortamında başarı sağlayabilmeleri için, sürekli bir değişime ve yeniliğe açık olmaları gerekmektedir. Çünkü değişmeyen tek şey değişimdir ve yenilik olmadan etkin bir değişim yaratılamaz (URL 6; E.T.:03.03.2015).

Ekonomik büyüklük bağlamında dünyanın en gelişmiş ilk 20 ülkesi arasında olan Türkiye'nin, Dünya Ekonomik Forumu tarafından her yıl açıklanan *Küresel Rekabet Edilebilirlik* raporlarına göre; özellikle *rekabetçi ülke* ana endeksinde ve *inovasyon* alt endeksinde diğer endekslerde olduğu gibi dünyanın ilk 20 ülkesi arasında olmadığı

görülmektedir. Bahse konu raporlara göre Türkiye, *rekabetçi ülke* ana endeksi sıralamasında; 2013 yılında 44., 2014 yılında 45. ve 2015 yılında ise 51.sırada yer almıştır. Aynı raporlara göre Türkiye, *inovasyon* alt endeksi sıralamasında; 2013 yılında 50., 2014 yılında 56. ve 2015 yılında ise 60.sırada yer almıştır.

Belirtilen sıralamalara göre Türkiye'nin, *rekabetçi ülke* ve *inovasyon* alanlarında, diğer alanlarda olduğu gibi bir düşüş trendi içinde olduğu gözlemlenmektedir. Dünyanın ekonomik anlamda en gelişmiş ilk 20 ülkesi arasında olan ülkemizin, *rekabetçi ülke* ve *inovasyon* alanlarında da ilk 20 ülke arasında yer alması ve ekonomi vizyonunu bu doğrultuda yeniden oluşturması gerektiği değerlendirilmektedir.

Bu çalışma sonucunda, araştırmanın ana ve alt amaçlarında belirtilen hususlarla ilgili yapılan değerlendirmeye göre, Türkiye'nin devlet olarak, özel sektör bazında ise otomotiv pazarlama sektöründe faaliyet gösteren firmalarımızın, küresel ve ulusal rekabet anlamında Ar-Ge ve inovasyon konularındaki algıları ile farkındalıklarının ve yatırımlarının rakiplerine göre yetersiz olduğu değerlendirilmektedir. Piyasada uzun ömürlü olmak, ekonomik varlığını sürdürebilmek, sürdürülebilir rekabet ve ekonomik gelişmişlik düzeyinin artması bakımından Ar-Ge ve inovasyon yatırımlarının ve bu konudaki durumsal farkındalığın, küresel rekabet ölçeklerine ulaşacak şekilde her yıl katlanarak artması gerektiği değerlendirilmektedir.

KAYNAKLAR

AKAT, Ö. (1996). *Uluslar arası Pazarlama Karması ve Yönetimi*, Ekin Kitapevi Yayınları, Bursa.

BERNAY, R. F. (2005). *Üniversitelerimiz ve AR-GE*, Samsun 19 Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık, Samsun.

ÇELEBİOĞLU, F. (1982). *Davranış Açısından Örgütsel Değişim*, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.

DE BONO, E. (2000). *Rekabetüstü*, Remzi Kitapevi, İstanbul.

DURNA, U. (2002). *Yenilik Yönetimi*, Nobel Yayınevi, Ankara.

EARLS, M. (2009). *Sürü (Çeviri, İclal Büyükdevrim Özçelik)*, MediaCat Kitapları, İstanbul.

EKİN, N. (1997). *Küresel Bilgi Çağında Eğitim-Verimlilik-İstihdam*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.

ELÇİ, ŞİRİN. (2007). *İnovasyon; Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı*, Technopolis Group, Ankara.

GÜZELCİK, E. (1999). *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

HANAN, M. (1996). *Yarının Rekabeti*, İnkılap Kitapevi, İstanbul.

JOHANSSON, F. (2015). *Yaratıcılık ve İnovasyon – Medici Etkisi Yaratmak (Çeviri, Dinç Tayanç)*, MediaCat Kitapları, İstanbul.

KIRIM, A.(1998). *Yeni Dünyada Strateji ve Yönetim*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

KIRIM, A.(2001). *Strateji ve Birebir Pazarlama*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

MOORE, J. (1973). *Rekabetin Ölümü*, Homewood.

PORTER, M. (2000). *Rekabet Stratejileri*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

TOKAT, B. (2012). *Örgütlerde Değişim ve Değişimin Yönetimi*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

TÜBİTAK. (2006). *Oslo Kılavuzu Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler*, OECD ve Eurostat Ortak Yayımı.

ULUDAĞ, İ. (1998). *Mikro Ekonomi*, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa.

URL 1:www.arge.nedir.com, E.T.:30.01.2016

URL 2:www.danismend.com, E.T.:10.10.2015

URL 3:www.egitim.ege.edu.tr/efdergi/dcmnt/APA6.pdf , E.T.:25.01.2016

URL 4:www.inomer.org/Inovasyon/Inovasyon-Nedir-Ne-Degildir, E.T.:30.04.2015

URL 5:www.mersin.edu.tr/tto/teknopark.php , E.T.03.10.2015

URL 6:www.mevzuatdergisi.com/2004/03a/01.htm, E.T.03.03.2015

URL 7:www.tofas.com.tr/tr/yatirimci/Faaliyet%20Raporlari/TOFAS.pdf , E.T.01.03.2015

URL 8:www.otomobilsayfasi.com/haber/Ar-Ge_ye-en-cok-volkswagen-yatirim-yapiyor/517736#ixzz2iwtEH6Ks, E.T.03.02.2015

URL 9:www.paraanaliz.com/portal/articles/2051/2012-de-Ar-Ge-faaliyetlerine-4-5, E.T.:03.10.2014

URL10:www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Kuresel-Rekabet-Endeksi-2014-2015-Raporu, E.T.:10.03.2015

URL 11:www.sablon.sdu.edu.tr/fakulteler/iibf/dergi/files/2014-4-13.pdf , E.T.:01.04.2015

URL 12:www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10931, E.T.: 06.10.2014

URL 13:www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13630, E.T. : 25.01.2015

URL 14:www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16163, E.T. : 05.02.2015

URL 15:www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18661, E.T. : 05.04.2016

URL 16:www.tez.yok.gov.tr, E.T. : 05.06.2015

ÖZGEÇMİŞ

TUNCAY KANTOS

Deniz Mahallesi 49237 Sokak No:2

HFT-1 Sitesi B Blok Kat:6 Daire:11

Mezitli/MERSİN

E-mail : t_kantos@hotmail.com

Eğitim (Üniversite)

Üniversite (Yüksek Lisans) : Toros Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yüksek Lisans Programı (2013-2016).

Üniversite (Lisans) : Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü (1999-2003).

Üniversite (Önlisans) : Deniz Astsubay Sınıf Okulu, Güverte-Haberleşme Bölümü (1998-1999).

Eğitim (Seminer-Çalıştay)

Seminer : Türkiye İhracatçılar Meclisi, Adana İnovasyon Haftası (5-6 Kasım 2015).

Seminer : Çağ Üniversitesi, Yönetici Yetkinlik Programı (23 Ekim 2015).

Çalıştay : Toros Üniversitesi, 1.Ulusal Ticaret ve Lojistik Çalıştayını (25 Nisan 2014).

Seminer : Toros Üniversitesi, “Toplum Liderleri Geliyor” Ufuk Geliştirme ve Liderlik Eğitim Program Dizisi (2 Kasım-10 Aralık 2013).

EKLER

EK-I

KÜRESEL REKABET ORTAMINDA OTOMOTİV PAZARLAMA SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN FİRMALARIN AR-GE VE İNOVASYON ALGILARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: MERSİN ÖRNEĞİ KONULU MÜLAKAT ÇALIŞMASI

“MERSİN’DEKİ OTOMOTİV BAYİLERİ ÖRNEĞİ”

MÜLAKAT İLE İLGİLİ DİKKAT EDİLECEK ÖNEMLİ HUSUSLAR

- İlk oniki sorunun cevabını şıkkın başındaki kutucuğa “X” olarak işaretlemenizi, son soru için ise birkaç cümleyle yorum şeklinde belirtmenizi.
- Lütfen firma adı ve isminizi belirtmeyin.
- Katkılarımızdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederim.

Tuncay KANTOS

Mersin Toros Üniversitesi İşletme
Yüksek Lisans Öğrencisi

MÜLAKAT SORULARI

1. Firmanızda bir Ar-Ge ya da inovasyon departmanı var mıdır?

Evet Hayır Kısmen

2. Firmalarda bir Ar-Ge ya da inovasyon departmanının olması gerekli midir?

Evet Hayır Kısmen

3. Firmanız bünyesinde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin önemi konusunda çalışanlarınıza, alanında uzman personel tarafından bir eğitim ya da seminer verilmiş midir?

Evet Hayır Kısmen

4. Firmanız bünyesinde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin önemi konusunda çalışanlarınızın bilinçli olması veya bu konuda farkındalık yaratmanız sizce önemli midir?

Evet Hayır Kısmen

5. Sizce, Ar-Ge ve inovasyon bir firmanın ekonomik performansını kısa vadede yükseltir mi?

Evet Hayır Kısmen

6. Sizce, Ar-Ge ve inovasyon bir firmanın ekonomik performansını uzun vadede yükseltir mi?

Evet Hayır Kısmen

7. Sizce, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem veren bir firmanın, kısa veya uzun vadede aşağıdaki girdi maliyetlerinin hangisinde azalma olabilir?

Üretim Finansman Pazarlama Lojistik-Tedarik Personel

Hepsi

8. Sizce, Türkiye’de özel sektörün geneline baktığımızda Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir?

Evet Hayır Kısmen

9. Sizce, Türkiye’de kamu sektörünün geneline baktığımızda Ar-Ge ya da inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir?

Evet Hayır Kısmen

10. Sizce, Türkiye’de özel ve kamu sektörünün Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yaptıkları yatırımların, Dünya’da özellikle; Avrupa, Kuzey Amerika ve Uzakdoğu Asya’da yapılan yatırımlara oranla yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet Hayır Kısmen

11. Firmanızdaki göreviniz nedir?

Üst Düzey Yönetici Orta Düzey Yönetici Alt Düzey Yönetici

Operasyon

12. Firmanızdaki çalışma süreniz nedir?

1-3 Yıl 4-7 Yıl 8-11 Yıl 11 Yıl Üstü

13. Mersin’deki bir otomotiv bayi firması olarak Ar-Ge ve inovasyon hakkındaki genel düşünceniz nedir? Kısaca belirtiniz.

EK-II

MERSİN TEKNOLOJİ GELİŞTİRME BÖLGESİ (TEKNOPARK/TECNOSCOPE) VE AR-GE KONULU MÜLAKAT ÇALIŞMASI

MÜLAKAT İLE İLGİLİ DİKKAT EDİLECEK ÖNEMLİ HUSUSLAR

- Tüm sorular şık içermeyen açık sorulardan oluştuğundan, cevaplarınızı birkaç cümleyle yorum şeklinde belirtmenizi.
- Katkılarınızdan dolayı şimdiden çok teşekkür ederim.

Tuncay KANTOS

Mersin Toros Üniversitesi İşletme
Yüksek Lisans Öğrencisi

MÜLAKAT SORULARI

1. Mersin Teknopark'ın tarihsel gelişimi hakkında genel olarak bahseder misiniz?
2. Mersin Teknopark'ta faaliyet gösteren firmalar arasında otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmalar var mıdır? Açıklar mısınız?
3. Mersin Teknopark'ta faaliyet gösteren diğer firma ya da kuruluşlar hakkında genel olarak bilgi verir misiniz?
4. Mersin Teknopark, yerleşkesinde yer aldığı Mersin Üniversitesi için neyi ifade eder? Başka bir deyişle Mersin Teknopark'ın Mersin Üniversitesi'ne ne gibi katkıları olmuştur? Genel olarak bahseder misiniz?
5. Mersin Teknopark, bulunduğu il olan Mersin için neyi ifade eder? Başka bir deyişle Mersin Teknopark'ın Mersin'e ne gibi katkıları olmuştur? Genel olarak bahseder misiniz?

6. Mersin Teknopark, bulunduğu ülke olan Türkiye için neyi ifade eder? Başka bir deyişle Mersin Teknopark'ın ülkemize ne gibi katkıları olmuştur? Genel olarak bahseder misiniz?
7. Mersin Teknopark'ın kuruluşundan günümüze kadar tamamladığı ya da ürettiği projeler, Ar-Ge faaliyetleri ve inovasyon çalışmaları konusunda neler söyleyebilirsiniz?
8. Mersin Teknopark'ın halen devam eden; projeleri, Ar-Ge faaliyetleri ve inovasyon çalışmaları konusunda neler söyleyebilirsiniz?
9. Mersin Teknopark'ın planlama aşamasında olan, uzun ya da orta vadede gerçeklemesi düşünülen; projeleri, Ar-Ge faaliyetleri ve inovasyon çalışmaları konusunda neler söyleyebilirsiniz?
10. Size göre ülkemizde kamu kuruluşları ya da devlet tarafından Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir? Bu konuda neler söyleyebilirsiniz?
11. Size göre ülkemizde özel sektör kuruluşları tarafından Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine yeterince önem verilmekte midir? Bu konuda neler söyleyebilirsiniz?
12. Mersin Teknopark'ın Proje Müdürü olarak belirtmek istediğiniz diğer hususlar nelerdir?