MAKALE >>



**Hazırlayan: Ömer TANGÜL**
*(TOBB ETÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü 4. Sınıf)*

# Dünya ekonomisinde yaşanan krizin ülkemiz dış ticaretine yansımaları ve alternatif çözüm önerileri



Küresel krizin ihracatımıza olan olumsuz etkilerini bertaraf etmek için, ihracatımızda katma değeri yüksek ürünlere ağırlık vermemiz gerekmektedir. Teknik tekstil ürünleri bu noktada ön plana çıkmaktadır. Ayrıca **krizden dolayı dış talep azlığından yakınan ve ellerindeki stokları eritmekte güçlük çeken ihracatçı** firmalarımızın bu konuda kendilerine çare olabilecek Barter Sistemi'ni göz ardı etmemeleri gerekmektedir. KOBİ'lerimizin ise bu kriz ortamında büyük firmalara karşı rekabet gücü kazanmaları açısından e-ticarete önem vermeleri gerekmektedir.

Küresel krizin gün geçtikte derinleştiği şu günlerde, dünya genelinde daralan talep ülkeler arası ticarette önemli oranda azalmalar yaşanmasına neden olmaktadır. Uluslararası bankacılık sisteminin içinde bulunduğu ağır kriz, finans kuruluşlarının öz kaynak problemlerini artırırken bu durum kredi olanaklarını oldukça kısıtlı hale getirmiştir. Öte yandan, mevcut şartlar altında kredi bulmak mümkün olsa dahi kaynak kullanım maliyetlerinin yükselmesi ticaretin finansmanını neredeyse imkânsız kılmaktadır.

İçinde yaşadığımız finansal kriz 2008 yılının son çeyreğinden itibaren reel sektörü de negatif yönde etkileyerek iyice belirginleşen bir küresel durgunluğa dönüşmüştür. Finansal krizin uluslararası eşgüdüm içerisinde alınan önlemlere rağmen etkinliğinin sürmesi, uygulanan politikaların belirsizlik ortamının ortadan kalkmasında yetersiz kalması, finans olanaklarının daralması, talep düşüşü ile birlikte üretim ve ticaretin baskı altına girmesi sonucunu doğurmuştur.



Bilindiği gibi Türkiye de, dünyadaki birçok ülke gibi ihracata dayalı büyüme politikalarını benimsemiştir. 350 milyar dolara yaklaşan dış ticaret hacmimizle dışa açılımın yoğunlaşması ekonomimizi yalnız finansal piyasalar yoluyla değil, aynı zamanda reel sektör yoluyla da dış şoklara duyarlı hale getirmiştir. 2001 yılındaki krizde yaşanan daralma ihracatla aşılmıştı. Ancak bugün yurt içi ve yurt dışında eş zamanlı bir daralma söz konusudur. İç talebi, dış taleple ikame ederek büyüme hızını artırma olanağı zayıftır. Büyümede yaşanan aksamalar ise istihdam sorunu yaratmaktadır. Sürdürülebilir büyüme konusu bu açıdan önem arz etmek-



## TOBB ETÜ'den Ömer Tangül, Dış Ticaret Gençlik Kurultayı Makale Yarışması'nda dereceye girdi

*Organizasyonu TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME) tarafından gerçekleştirilen 7'nci Dış Ticaret Gençlik Kurultayı Makale Yarışması'nda TOBB ETÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü 4'üncü sınıf öğrencisi Ömer Tangül dereceye girdi.*

*7'nci Dış Ticaret Gençlik Kurultayı kapsamında, üniversite öğrencileri tarafından gönderilmiş olan makaleler Alt Kurul ve Seçici Kurul tarafından değerlendirilerek kazanan altı öğrenci isimleri ve soyadlarına göre şöyle belirlendi:*

| ADI/SOYADI | KONU | ÜNİVERSİTE |
|---|---|---|
| FATİH ARAS | Kyoto Protokolü ile Birlikte Yenilenebilir Enerji Önem Kazanırken İhracatta Yeni Fırsatlar | ANKARA ÜNİVERSİTESİ |
| ŞEHRİ MERVE ÇOBAN | İnovasyon Türkiye'nin İhracat Stratejisi Olabilir mi? | AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ |
| ÖNDER ÇOLAKOĞLU | Teknik Tekstil Endüstrsi'nin Gelecekteki Dünya Ticaretine Etkisi ve Türkiye'deki Uygulama Alanları/Akıllı Tekstil | BOĞAZİÇİ ÜNİVERSİTESİ |
| **ÖMER TANGÜL** | **Dünya Ekonomisinde Yaşanan Krizin Ülkemiz Dış Ticaretine Yansımaları ve Alternatif Çözüm Önerileri** | **TOBB EKONOMİ VE TEKNOLOJİ ÜNİVERSİTESİ** |
| N. BARIŞ VARDAR | Türkiye'nin İhracatında Yeni Açılımlar: Yeni Ürünler-Yeni Pazarlar | YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ |
| ÇİĞDEM YERLİ | Eğitimde Teoriden Pratiğe Geçiş: Dış Ticaret Ofisleri Projesi | ÇANKAYA ÜNİVERSİTESİ |

tedir.

Bu makalede içinde bulunduğumuz küresel krizin ülkemizin dış ticaretine etkileri ve bu olumsuz etkilere karşı uygulanabilecek olan alternatif çözüm önerilerinden, "Teknik Tekstil, Barter Sistemi ve E-Ticaret" detaylı bir şekilde incelenecektir.

### KRİZİN DIŞ TİCARETİMİZE ETKİLERİ

Sürmekte olan ekonomik krizin Türkiye'nin dış ticareti üzerinde ortaya çıkardığı etkilerin, dış talep daralması, euro/dolar paritesindeki dalgalanma ile emtia ve enerji fiyatlarındaki düşüşler olmak üzere, üç kanal üzerinden olduğu görünmektedir. Daralan dünya piyasaları nedeniyle dış pazarlarda rekabet daha da keskinleşecek olup, artan rekabet ve büyüme hızlarının yavaşlaması da dış ticaretimizi etkileyecektir. Bu daralma özellikle Türkiye'nin önemli ihracat pazarları arasında olan Almanya, İngiltere, İtalya ve Fransa ekonomilerinde beklenmektedir. Dolayısıyla, ortaya çıkacak olan rekabetin ve önemli pazarlarımızdaki ekonomik daralmanın özellikle otomotiv, makineler ve konfeksiyon sektörleri ihracatını olumsuz etkilemesi söz konusudur.

Küresel krizin ihracatımıza olan olumsuz etkilerini bertaraf etmek için, ihracatımızda katma değeri yüksek ürünlere ağırlık vermemiz gerekmektedir. İlerleyen sayfalarda geniş bir şekilde açıklanacak olan teknik tekstil ürünleri bu noktada ön plana çıkmaktadır. Ayrıca krizden dolayı dış talep azlığından yakınan ve ellerindeki stokları eritmekte güçlük çeken ihracatçı firmalarımızın bu konuda kendilerine çare olabilecek Barter Sistemi'ni göz ardı etmemeleri gerekmektedir. Ekonomimizin lokomotifi olan KOBİ'lerimizin ise bu kriz ortamında büyük firmalara karşı rekabet gücü kazanmaları açısından e-ticarete önem vermeleri gerekmektedir. Bu, aynı zamanda KOBİ'lerimizin ihracatında pazar çeşitliliğini de arttıracaktı

### ALTERNATİF ÇÖZÜM ÖNERİLERİ
### TEKNİK TEKSTİL

Küresel krizin reel sektördeki etkilerini en yoğun olarak gösterdiği sektörlerin başında gelen tekstil sektörü, yapısal dönüşümlerin zorunlu olduğu önemli sektörlerden birisidir. Bu kapsamda, daralan piyasalarda fason ağırlıklı üretimi bir kenara bırakıp ileri teknoloji ile yüksek katma değerli ürünlerin oluşturulmasına özen gösterilmelidir. Tekstil sektörünün küresel krizden en az şekilde etkilenmesi ve sektörün geliştirilmesi için önemli çıkış yollarından birisi de teknik tekstildir.

İleri teknoloji ve yüksek performansa dayalı üretim yapan bu sektör; otomotiv, inşaat, tarım, giyim, jeoloji, ev tekstili, filtrasyon, nakil, temizleme, hijyen, tıp ve kişisel korunma gibi alanlarda kullanılmaktadır.

> Tekstil sektörünün küresel krizden en az şekilde etkilenmesi ve **sektörün geliştirilmesi için önemli çıkış yollarından** birisi de teknik tekstildir.



Çeyrekler İtibariyle Türkiye'nin **Dış Ticaret Rakamları** (Milyon $)

| | 2007 (4) | 2008 (4) | 2008 (1) | 2009 (1) | 2008 (2) | 2009 (2) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **İhracat** | 30.938 | 26.841 | 33.139 | 24.484 | 35.613 | 23.266 |
| **İthalat** | 48.739 | 38.420 | 49.178 | 28.883 | 56.672 | 33.439 |

*Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)*

## TEKNİK TEKSTİL ÜRETİMİNİN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN ÖNERİLER

### Ar-Ge Çalışmalarına Ağırlık Verilmesi

Teknik tekstil için, Türkiye'de yeterli alt yapı, yani ar-ge henüz gelişmiş durumda değildir. Ancak, yüksek katma değerli veya teknolojik ürünlerin üretilmesi için en önemli faktörlerden biri ar-ge'dir. Teknik tekstilde iyi bir noktaya gelinmesi için ar-ge şarttır. Bu amaçla ar-ge yatırımlarına yönelmek, bunun için gerekli maddi kaynakları oluşturmak ve bilgi birikimi sağlamak üzere, ulusal ar-ge politikalarının geliştirilmesi ana hedef olmalıdır. Küresel rekabet gücünü artırmak üzere, tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanılmasının yaygınlaştırılması için sektörel ve sektörler arası işbirliklerinin güçlendirilmesi, çok amaçlı, işlevli, akıllı ve katma değeri yüksek ürünlerin üretiminin ve ileri teknoloji kullanımının artırılması amacıyla üniversite-sanayi işbirliğinin süratle geliştirilmesi şarttır. Üniversite sanayi işbirliği, üniversitelerde araştırma-geliştirme faaliyetlerinin artırılması yanında sanayinin araştırma-geliştirme faaliyetleri sonucu teknolojik bilgileri sanayiye uyarlayıp kalitenin, standardın ve verimliliğin artışını uluslararası seviyelere taşır.

Üniversite-sanayi işbirliği, kıt kaynakların rasyonel kullanılması açısından önem taşıması yanında özellikle küçük ve orta ölçekli sanayinin hem zaman hem de araştırma altyapısının maliyetinin çok yüksek olması açısından da gerekli görülmelidir. Üniversite-sanayi işbirliğinin kolaylaştırılmasında uygun ortamı hazırlamak açısından yapılması gereken faaliyetler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Üniversitelerdeki bilim adamlarının sanayide geçici olarak çalışmasını sağlayacak yasal düzenlemenin yapılması gerekmektedir. Bu yasal düzenlemenin gerçekleştirilmesiyle üniversitelerde elde edilen teorik bilginin sanayiye aktarılması kolaylaşırken, sanayideki teknolojik ve pratik bilgilerin üniversiteye dönüşü de kolaylaşacaktır. Üniversitelerdeki öğretim üyelerinin üç yılda bir yıl ücretli veya ücretsiz izinli olarak sanayide çalışma fırsatı verilmesi halinde kuruluşlar arasında işbirliği ortamı sağlanabilir. Bu faaliyet ile üniversitedeki teorik bilgilerin sanayiye, sanayideki pratik bilgilerin ise üniversiteye aktarılması imkânı hızlanacaktır. Ayrıca, üniversitede yetişmiş personelin sanayide görev alması bu kuruluşlar arasında kolay iletişim kurulmasını ve sanayinin problemini üniversiteye rahatlıkla anlatabilmesini sağlayacaktır.
- Sanayide çalışan personele üniversitelerdeki bilim adamlarınca seminerler verilmesi üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanmasına ve pekişmesine ortam hazırlayacaktır.
- Sanayide çalışan personele master ve doktora programlarının uygulanması da kuruluşlar arası iletişimi kolaylaştıracaktır. (Yücel, 1997: 73-74)

Ülke olarak üniversite-sanayi işbirliğinden beklenen; Türk ekonomisinin rekabet edebilme yeteneğinin artırılmasıdır. Bunun için sanayinin teknoloji üretebilme kabiliyetini artırmak ve kendi teknolojisini kendisinin üretir olması gerekmektedir. Kendi üretim teknolojisini üretebilen bir sanayi uluslararası pazarlarda rekabet edebilme yeteneğine kavuşabilir. Bilginin elde edilmesi ve bunun üretimde kullanılması üniversite-sanayi işbirliğinin iyi kullanılması ile daha kolay gerçekleşecektir.

Tekstil ve hazır giyim sektöründe ciddi sıkıntıların yaşandığı, ihracat artışında önemli düşüşlerin görüldüğü bu sıkıntılı dönemi hızlı bir şekilde atlatabilmek için teknik tekstillerin üretimine yönelmek ilk çözümlerden biridir. Bunun için acilen teknik tekstiller ulusal politikasının geliştirilmesi, tekstil ve konfeksiyon sektörü politikalarının hazırlanması ve uygulanmasında teknik tekstillere özel bir önem atfedilmesi gerekmektedir.

### Barter (Takas) Sistemi

Yaşanan finansal krizle birlikte, paranın maliyetinin yükselmesi, ekonomilerde pek çok finansal tekniğin gelişmesini de zorunlu hale getirmiştir. Ancak

**Barter Sistemi,** iki farklı malın karşılıklı olarak değişiminin getirdiği karmaşıklığı, şeffaflık ve titizlikle gideren, olası zorlukları ve **anlaşmazlıkları elimine eden** tek yöntemdir.

Birçok ülkede ticaretin büyük bir bölümü KOBİ'ler tarafından yapılmaktadır, ancak **KOBİ'lerin bilgisayar kullanım oranı çok düşüktür.**

bu tekniklerin hemen hepsi para temeline dayandığından, çoğu zaman paranın maliyetinin düşürülmesinde yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle paranın maliyetini minimum düzeye indirmek, hatta ortadan kaldırmak için tek yol, ulusal ve uluslararası ticarette en önemli maliyet unsuru olan parayı kullanmamaktır. Zaten paranın icadından önce de insanlık, ihtiyacı olan ürünleri elde edebilmek için, ihtiyaç fazlası ürünlerini kullanmakta, mal ve hizmetler birbirleriyle takas edilmek suretiyle ihtiyaç sahipleri arasında el değiştirmekteydi. İşte bu noktadan hareketle küresel ekonomik krizin yol açtığı ekonomik çöküntüden kurtulmanın bir yolu olarak takas, yeniden dünya ekonomisinin gündemine girmiştir. Günümüzde en başarılı örneklerinin ABD'de uygulandığı Barter Sistemi, pek çok Avrupa ülkesinde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de ise henüz 90'lı yılların başında kullanılmaya başlanan sistem, henüz pek tanınmamakta, dolayısıyla da sistemin beraberinde getirdiği avantajlardan ülkemizdeki işletmeler gereği kadar yararlanamamaktadır.

Ülkemizde, Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ), üretim-satış-tahsilât gibi temel işletme faaliyetlerinin döngüsünde ciddi aksamalarla karşı karşıya kaldıklarından, ekonomik kriz dönemlerinde likidite yetersizliği, atıl kapasite, stok fazlalığı ve pazarlama sorunlarını daha derinden hissetmektedirler. İçinde bulunduğumuz küresel ekonomik kriz döneminde ise belirtilen sorunların daha da arttığı gözlenmektedir.

Barter Sistemi ile işletmeler, yaşadıkları finansal sorunlardan kurtulmak için ek bir fona gereksinim duymamakta, ellerindeki nakit parayı da yeni yatırımlar ve büyüme için kullanabilme imkânına kavuşmaktadırlar. Bir işletmenin darboğaza girmesindeki en önemli etkenlerden biri, üretilen mal veya hizmetlerin etkin olarak pazarlanamamasıdır. Stok fazlası, atıl kapasite ve likidite sıkıntısı gibi olumsuzluklar, pazarlama sorunu yaşayan işletmelerin karşılaşacağı olağan sonuçlardır. Barter Sistemi'nin en önemli avantajlarından biri olan etkin pazarlama olanağı, işletmelerin bu tür sonuçlarla karşılaşmasını engelleyebilmektedir.

Barter Sistemi, iki farklı malın karşılıklı olarak değişiminin getirdiği karmaşıklığı, şeffaflık ve titizlikle gideren, olası zorlukları ve anlaşmazlıkları elimine eden tek yöntemdir. (Koschik,1985: 38) Gelişen teknolojinin bir sonucu olarak elektronik ticaretin tüm dünyada hızla yaygınlaşmasıyla birlikte arz ve talebin artık bilgisayar ortamında bir araya gelmesi, Barter Sistemi'ni önümüzdeki yıllarda çok daha önemli hale getirecektir. Bu nedenle, Türkiye'de henüz yeni kullanılmaya başlanan Barter Sistemi'nin tanıtılarak yaygınlaştırılması gerekmektedir.

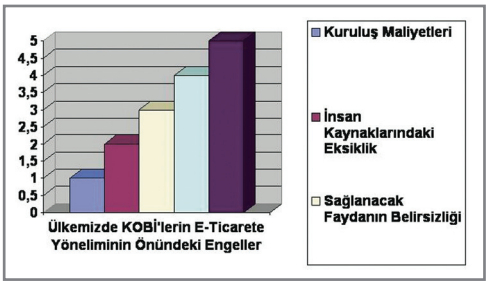
Ülke Gruplarına Göre **Türkiye'nin İhracatı** (Milyon $)

| | 2008 | %DAĞ. | OCAK-HAZİRAN 2009 | %DAĞ. | % DEĞ. |
|---|---|---|---|---|---|
| **GENEL İHRACAT TOPLAMI** | 68.751 | 100,0 | 47.746 | 100,0 | -30,6 |
| **A-AVRUPA ÜLKELERİ (27)** | 34.776 | 50,6 | 20.831 | 43,6 | -40,1 |
| **B-TÜRKİYE SERBEST BÖLGELERİ** | 1.654 | 2,4 | 902 | 1,9 | -45,5 |
| **C-DİĞER ÜLKELER** | 32.322 | 47,0 | 26.013 | 54,5 | -19,5 |
| **1-DİĞER AVRUPA** | 8,419 | 12,2 | 6.373 | 13,3 | -24,3 |
| **2-AFRİKA** | 4.663 | 6,8 | 5.402 | 11,3 | 15,8 |
| Kuzey Afrika | 2,816 | 4,1 | 3.800 | 8,0 | 34,9 |
| Diğer Afrika | 1.847 | 2,7 | 1.602 | 3,4 | -13,3 |
| **3-AMERİKA** | 3.019 | 4,4 | 2.071 | 4,3 | -31,4 |
| Kuzey Amerika | 2.246 | 3,3 | 1.612 | 3,4 | -28,2 |
| Orta Amerika ve Karayip | 388 | 0,6 | 226 | 0,5 | -41,8 |
| Güney Amerika | 385 | 0,6 | 233 | 0,5 | -39,4 |
| **4-ASYA** | 15.391 | 22,4 | 11.732 | 24,6 | -23,8 |
| Yakın ve Ortadoğu | 11.805 | 17,2 | 9.143 | 19,1 | -22,5 |
| Diğer Asya | 3.587 | 5,2 | 2.589 | 5,4 | -27,8 |
| **5-AVUSTURALYA VE YENİ ZELANDA** | 226 | 0,3 | 166 | 0,3 | -26,6 |
| **6- DİĞER ÜLKE ve BÖLGELER** | 603 | 0,9 | 269 | 0,6 | -55,4 |

*Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM)*








*Kaynak:ETTK*

## E-TİCARET

Gittikçe daha fazla kabul gören, dar anlamdaki tanıma göre "işlemleri internet veya hiç kimsenin özel malı olmayan web tabanlı sistemlere kaydıran ticari faaliyetlere" elektronik ticaret adı verilmektedir. (Bozkurt, 2000: 2).

Demiryolları endüstri devrimi için nasıl stratejik bir öneme sahipse, bilgi devrimi için de e-ticaret aynı stratejik öneme sahiptir. Elektronik ticaret ekonomiyi, toplumu, politikayı, yöntemleri, stratejileri, ihtiyaçları hızlı bir şekilde değiştirmekte yani farklı bir yükseliş yaratmaktadır. Endüstri devrimiyle insanlık demiryolunun yarattığı yeni düzende coğrafik mesafelere egemen olurken, elektronik ticaret mesafeleri tümüyle ortadan kaldırmıştır. Pazarlar küreselleşmiş ve tek bir pazar haline gelmiştir, ülkelerin birbirlerine karşı bağımlılıkları artmıştır. Bölgesel pazarlarda üretim ya da satış yapan her işletme küresel rekabete açık olmak zorundadır. Rekabet artık sınır tanımamaktadır. Elektronik ticarette yerel şirketler ya da uzak coğrafyalar yoktur. Nerede üretim yapılacağı, üretim faktörlerinin nereden sağlanacağı, ürünün ya da hizmetin nerede ve nasıl satılacağı iş dünyasında önemli kararlardır ancak elektronik ticaret ile ürünün ya da hizmetin nerede ve nasıl satılacağı belirleyici faktörler olmaktan çıkacaktır (Drucker, 2001: 14). Bu da kriz ortamında pazar bulma konusunda sıkıntı yaşayan firmalarımız için e-ticaretin onlara sunduğu eşsiz bir fırsattır.

Birçok ülkede ticaretin büyük bir bölümü KOBİ'ler tarafından yapılmaktadır, ancak KOBİ'lerin bilgisayar kullanım oranı çok düşüktür. KOBİ'lerin de bu yeni ticaret ortamına geçmesi e-ticaret hacmini genişletecektir. Ancak ülkemizde KOBİ'lerin e-ticarete yönelimi önünde bazı engeller mevcuttur. Bu engellerin dağılımı Şekil 1'de gösterilmiştir.

Görüldüğü üzere, KOBİ'lerin e-ticarete geçmeleri önündeki en büyük engel, e-ticaretin ne ölçüde önemli olduğunun kavranamaması ve ilişkili olarak konu hakkındaki bilgi düzeyinin sınırlı olmasıdır. Bu çerçevede yapılması gereken, KOBİ'lere e-ticaret konusunda etkin bir eğitim verilmesidir.

E-ticareti etkin bir şekilde kullanan işletmeler yeni ticaret düzeninde de etkin bir rol oynayabileceklerdir. Tüm ticaret kollarının aksine, elektronik ticaretin maliyeti, sağladığı imkânlara göre çok küçüktür. Bazen bir web sitesi, bir telefon numarası işletmenin tüm katma değerlerinden daha büyük bir değer oluşturabilir. E-ticaretin uluslararası alanda karmaşık iş yapılarını, iletişimi ve veri depolamayı kolaylaştırması tüm işlerin hızlanmasına neden olmaktadır. Pazarda KOBİ'lerin, büyük ölçekli işletmelere karşı eşit avantajlara sahip olması beklenemez. Ancak bu yeni pazarda bu mümkündür. E-ticaret KOBİ'lere ve kişilere büyük ölçekli işletmeler ile rekabet imkânı sağlamaktadır.

Elektronik ticaret konusunda yasal düzenlemelerini tamamlamış ülke sayısı fazla olmadığı gibi uluslararası platformlarda, e-ticarette yaşanan sorunlarla ilgili tartışmalar da devam etmektedir. Ancak e-ticaret alanındaki hızlı gelişme, ülkemizde de kamuoyunda ticaret bilincinin oluşturulmasını, fiziki ve idari altyapı eksikliklerinin hızla tamamlanmasını ve gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Bütün bu sorunların aşılması halinde, e-ticaretin sağlayacağı yeni fırsatları kullanarak ülkemizin bu kriz ortamında küresel ticaret pastasından büyük pay alması mümkün olacaktır.

Reel sektörün yıllardır enerji ve iş gücü üzerindeki yükler temelinde sürdürdüğü **rekabet tartışmalarının** artık çok daha geniş bir vizyonla ele alınması gerekmektedir.

## SONUÇ

Daralan dünya ticareti, ülkeler ve şirketler arasındaki rekabeti her geçen gün daha da kızıştırmaktadır. Küçülen pastadan taviz vererek daha fazla pay alma çabaları, ölçek ekonomisinden sapmanın ve finansman sıkıntılarının yarattığı dezavantajlar reel sektör bilançolarına olumsuz yansımaya başlamıştır. Bu kriz aynı zamanda, ülkemizin bazı sektörlerde AB pazarlarına olan bağımlılığının ve küresel pazardaki rekabet gücünün daha fazla sorgulanmasına da neden olmuştur.

Rekabet gücünü tanımlayan faktörler irdelendiğinde ise, teknik ve bilimsel altyapıdan, eğitim, sağlık ve çevre faktörlerine, üretim verimliliğinden finansman ve işletme altyapısına, vergi uygulamalarından iş hukukuna kadar birçok faktörün bir arada değerlendirildiği ve ülkelerin bu bazda sıralandığı görülmektedir. Bu çerçevede Türkiye'nin yeni dış ticaret stratejisi belirlenirken rekabet gücünü etkileyen tüm bu faktörler üzerinde detaylı bir analizle durulması ve rekabet gücümüzü olumsuz etkileyen uygulamaların ve sorunların bir bütün olarak koordinasyon içerisinde çözüme kavuşturulması büyük önem kazanmış durumdadır. Reel sektörün yıllardır enerji ve işgücü üzerindeki yükler temelinde sürdürdüğü rekabet tartışmalarının artık çok daha geniş bir vizyonla ele alınması gerekmektedir. Türkiye'nin gelişen ve değişen yenidünya düzeninde, karşılaştırmalı rekabet gücü olan sektör ve ürünlerinin tespiti, buna bağlı hammadde ve ara malı tedarik stratejilerinin belirlenmesi çok fazla önem kazanmıştır. Son dönemde ülkelerin dış politikalarının da, sadece siyasal kıstaslarla değil, artan oranda ekonomik veriler ve öngörülerle şekillendiği de unutulmamalıdır.

Uzun yıllardır zor koşullarda rekabet mücadelesi veren Türk reel sektörü, krizlere karşı adeta aşılanmıştır. Nitekim şimdiye kadarki aşamada, Türkiye nispeten başarılı bir sınav vermiştir. Bundan sonra yapmamız gereken, süratle bardağın boş taraflarını nasıl dolduracağımıza, krizi nasıl fırsata çevirebileceğimize odaklanmak olmalıdır.

Tüm bunları başarabilmenin en önemli şartı, dikkatlerin ekonomide olmasıdır. Ekonomi yönetiminde bütünlüğün ve koordinasyonun güçlenmesidir. Hükümet ve ekonomi yönetimi bu anlamda tarihi bir sorumluluğa sahiptir.



## KAYNAKÇA


**AGHION P., and HOWIT P.** *(1998) Endogenous Growth Theory, The MIT Pres, Cambridge.*

**AYHAN, A.,** *(2002), "Dünden Bugüne Türkiye'de Bilim-Teknoloji ve Geleceğin Teknolojileri", Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.*

**BAYRAK, S. ve AKDİŞ, M.** *(2003) "Küresel Finansal Krizlerin Türkiye'ye Etkileri ve KOBİ'lere Yansımaları" Denizli.*

**BOZKURT, V.** *(2000) "Elektronik Ticaret", Alfa Yayınları: 771, Birinci Baskı, İstanbul.*

**BURGESS, T.** *(2000), "Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi", Damla Ofset, Konya.*

**CİVAN, M. ve BAL M.,** *(2002) "E-ticaret ve KOBİ'lerin geleceği"I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi. 10-11 Mayıs Hereke-Kocaeli. s.1015-1016.*

**DEMİR, M.** *(2009), "Finans Politik & Ekonomik Yorumlar" Cilt:46 Sayı:528*

**DRUCKER, P.** *(2001) Bilgi İşçileri, Executive Exellence. s.14.*

**FISCHER, M.** *(2000), "Using E-commerce to Deliver High Productivity", Work Study, vol. 49, no. 2, pp. 59-62.*

**GÖKÇE, M.U.** *(1997) "Barter Nedir?" Maliye Postası Dergisi Sayı:407. s.43*

**GRIFFITH, R.** *(2000), "How Important Is Business R&D for Economic Growth and Should the Government Subsidise It?", IFS Briefing Notes, no:12.*

**GROSSMAN, G.M. and HELPMAN, E.** *(1991), "Innovation and Growth in the Economy" MIT Press. Cambridge.*

**JONES, C.,** *(1998), Introduction Economic Growth, W.W.Norton &Company Inc. , NewYork.*

**KOSCHIK, D.N.** *(1985) "Structuring Barter and Countertrade Transactions" s.38 Newyork*

**OLHAGER, J. and RUDBERG,M.** *(2003), "Manufacturing Strategy and e-Business: An Exploratory Study", Integrated Manufacturing Systems, vol. 14, no. 4, pp. 334-345.*

**ÖMÜRBEK, N., ve TEKİN, M.,** *(2004), "Küresel Rekabet Ortamında Teknolojik İşbirliği Ve Otomotiv Sektörü Uygulamaları", Ankara.*

**SOLIMAN, F. and YOUSSEF, M.A.** *(2003), "Internet-Based E-Commerce and Its Impact On Manufacturing and Business Operations", Industrial Management and Data Systems,103/8, pp.546-552.*

**TAYLOR M. J.** *(2004) "Skills Required In Developing Electronic Commerce For Small and Medium Enterprisess: Casr Based Generalization Approach", Electronic Commerce Research and Applications 3.*

**YAZICI, A.** *(2002) Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C. XVIII, s. 1-2.*

**YÜCEL, İ.H.** *(1997), "Bilim-Teknoloji Politikaları ve 21. Yüzyılın Toplumu", DPT, Ankara.*

**www.dtm.gov.tr | www.ettk.gov.tr | www.musiad.org.tr**