



## **Rekabet Kongresi**

## **Açış Konuşması**

**Prof. Dr. Gündüz Ulusoy, Rekabet Forumu Direktörü**

**8 Kasım 2005  
Conrad Otel, İstanbul**

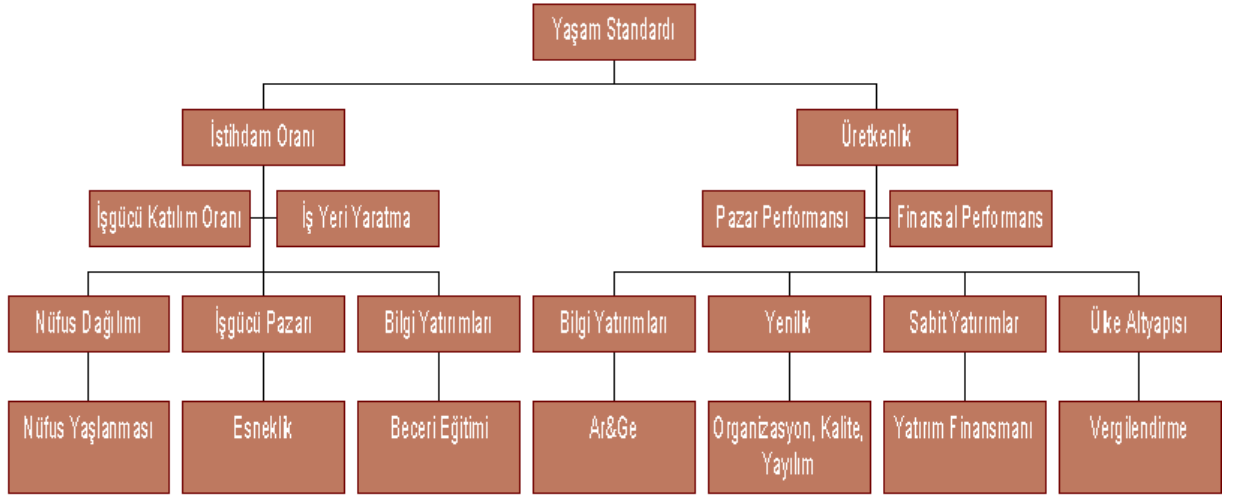
Sayın Bakanım, Sayın Katılımcılar, Değerli medya mensupları,

Hepinize TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu adına Rekabet Kongresine hoşgeldiniz der, saygılar sunarım.

Rekabet ve rekabet gücü, diğer bir deyişle rekabetçilik, günlük yaşantımızda sıkça rastladığımız kelimeler – kavramlardır. Bu kelimeler konuşan kişiye, kullanıldığı bağlama göre değişik anlamlar kazanabilmektedir. Ben konuşmamda özellikle rekabet ve rekabetçilik kavramlarına açıklık getirmeye çalışacağım.

Rekabetin; firma, sektör, ülke ve ülke toplulukları gibi bağlamlarda; kısa vade, uzun vade gibi değişik düzeylerde değişik tanımları olabilmektedir. Benimsenen tanım, bir paradigmanın ifadesi olabildiği gibi, aynı zamanda rekabetçiliğin artırılması yönünde önerilen/uygulanan politikaların da çıkış noktası veya onlara giydirilen kılıf da olabilmektedir.

Ülke bazında düşündüğümüzde, bir ülkenin uzun dönemde rekabetçiliğini o ülkede yaşayanların yaşam standardının sürdürülebilir şekilde yükseltilmesi yeteneği olarak tanımlayabiliriz. Bu sonucun, üretim faktörlerinin daha verimli kullanılması ile gerçekleştirilmesi aynı zamanda dünya refahının da artması anlamına gelebilecektir. Bu tanımı, genel kabul görmüş bir tanım olarak kabul edebiliriz. Nitekim Avrupa Komisyonunun Rekabet Piramidi bu tanıma dayandırılmıştır. Diğer bir deyişle, rekabetçilik, ülkelerin uluslararası rekabetin sınavını geçebilecek ürün ve hizmetler üretebilmesi ve yurtiçi reel gelirini artırmasıdır.



**Şekil.** Rekabet Piramidi

Ulusal düzeyde kısa dönemde rekabetçiliği değerlendirdiğimizde makroekonomik perspektifin öne çıktığını görürüz. Buna göre, rekabetçilik değerlendirmesinde kullanılan temel araç döviz pariteleri yönetimidir. Genellersek, makroekonomik perspektif, uluslararası rekabeti görelî fiyatlar ve birim maliyetlere indirger. Dünya piyasalarında rekabetçi fiyatlar uygulayabilme kısa dönemde büyük oranda döviz paritelerinin doğru saptanmasına bağlıdır.

Uzun dönemde, ulusal düzeyde rekabetçiliğin tek göstergesi ulusal üretkenliktir dedik. Peki, bu değeri yaratan nedir, diye sorduğumuzda, karşımıza karmaşık bir organizma çıkar. Bu karmaşık organizmanın en önemli aktörü değerin fiilen yaratıldığı konumda olan firmalardır. Bir ülkenin veya bir bölgenin rekabet gücü o ülke ya da bölgedeki her firmanın, yerli veya yabancı ortaklı olmasına bakılmaksızın, rekabet güçlerinin bir kombinasyonudur. Buna göre, bir ülkedeki yaşam standardının gelişmesi; o ülkedeki firmaların yüksek üretkenlik düzeylerine erişme ve bu düzeyi zaman içinde yükseltebilme yeteneklerine bağlıdır. Diğer bir deyişle,

firmaların, yönetim kalitelerini sürekli iyileştirmeleri rekabetçiliklerini sürekli kılabilmek bakımından elzemdir.

Ülkelerin rekabetçi avantajları şirket düzeyindeki yenilik/inovasyon çabalarının sonucu oluşur – yeni ürün ve hizmet geliştirme, imalat süreçlerini iyileştirme, yeni ve başarılı markalar oluşturma gibi.

Firma düzeyinde rekabet gücünün operasyonel bir tanımını ise şöyle yapabiliriz:

Bir firmanın rekabet gücü, firmanın müşterilerine sunduğu mal ve hizmetlerin alternatifleri karşısında tercih edilmelerinin sürekliliğini sağlayabilme yeteneğidir.

Firma bazında da rekabetçilik açısından kısa ve uzun dönem ayırımı yapabiliriz. Kısa dönemde rekabetçilik, fiyatların rakipler karşısındaki olumlu gelişimine bağlıdır.

Diğer bir deyişle, firmalar piyasalarda rekabetçi fiyatlar uygulayabilmelidir.

Uzun dönemde ise, rekabetçilik, firmaların yaşamlarını sürdürme, kârlılıklarını devam ettirme ve büyüme kapasitelerini ifade eder. Maliyetler ve fiyatlar üzerinde durulmakla birlikte, rekabetçilik, daha da önemli olarak ürün ve hizmetlerin kalitesi ve performansları ve firmaların teknolojiyi kullanma kapasitelerine dayandırılır.

Etkinliği ülkelerin ve firmaların içinde buldukları gelişmişlik aşamasına bağlı olmakla birlikte, teknoloji ve yenilik rekabetçilikte mutlaka çok önemli bir rol oynar. Firmalara bir yolla ithal edilmiş veya firmada türetilmiş teknolojilerin öğrenilmesi, özümsemesi, etkin kullanımı, geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve nihayet sonlandırılması sürecinin düzgün yönetiminin firmaların rekabetçiliği üzerinde önemli etkisi vardır.

Ülkede etkin çalışan bir Ulusal Yenilik Sisteminin varlığı da ülkenin rekabetçiliğine olumlu katkıda bulunur. Yeni ürün ve süreçlerin firmalar ve kurumlar arasındaki karmaşık bir ilişkiler ağı sonucunda ortaya çıkma mekanizmaları Ulusal Yenilik Sistemi içinde yer alır. Bu ilişkiler ağı üzerindeki firmaların ve TÜBİTAK, TTGV,

KOSGEB, Teknoloji Merkezleri, İnovasyon Aktarım Merkezleri, üniversiteler gibi gerekli kurumların varlığı kadar, bu birimler arasında bilgi akışı, işbirlikleri ve eşgüdüm de Ulusal Yenilik Sisteminin başarısı açısından şarttır.

Sürdürülebilir rekabet aynı zamanda çevrenin korunmasını gerektirir. Ülkelerin, dünya ticaretinden daha çok pay almak ve daha yüksek yaşam standartlarına ulaşabilmek için çalışırken doğayı bazen geri dönülemez biçimde tahrip edebildikleri de bir gerçektir. Alt gelir gruplarındaki çok geniş nüfus kitlelerinin daha iyi yaşam şartları talebi ile ve sanayileşme ile doğrudan bağlantılı olan enerji tüketimi bugünkü teknolojilerle doğa tahribatına neden olabilmektedir. Bu itibarla bol ve ucuz enerji temin edecek yeni enerji teknolojilerinin geliştirilmesi sürdürülebilir refaha giden yolda anahtar konumundadır. Enerji ihtiyacını karşılamak için fosil yakıtlarını büyük oranda ithal etmek durumunda olan Türkiye için enerji politikaları sanayileşmemiz ve insanımızın refahı için birinci derecede önemlidir. Sanayinin yapılanması ile sanayileşmenin enerji ihtiyaçlarının bir arada düşünülmesi ve enerji tasarrufu enerji politikalarının vazgeçilmez parçalarıdır.

Rekabet kelimesinin sözlükteki bir karşılığı da “yarış”tır. Gündelik yaşamımızda da görebildiğimiz gibi yarışın sürebilmesi; yarışın ve yarışanların düzeyinin yükseltilebilmesinin önkoşulu yarışta bir takım kurallara uymaktır. Bunun ne denli gerekli olduğunu günlük deneyimlerimizden hareketle de algılayabiliyoruz. Kurallara uymak kadar, bu kuralların ne olduğu da önemlidir. Yarışın önünü açan, yarış ortamını yukarılara taşıyan, bu yarışın sonuçlarından yararlanmak durumunda olan tüketicinin haklarını korumaya yönelik bir kurallar dizisidir söz ettiğimiz. Hukuk düzeni, özel olarak rekabet hukuku böyle bir ortamın oluşturulmasında temel rolü oynamak durumundadır. Ancak böyle bir ortam, düzenin açık noktalarından yararlanarak kayıt dışı ortamda ayakta kalan firmaların sistemden elenmesini ve

sektörel bazda rekabetçiliğin artmasını, üretkenlik düzeyinin ve kalitenin önünün açılmasını sağlayabilecektir.

Rekabet Kongresinin, rekabet ve rekabetçilik konularında ülkemizde bir birikimin oluşmasına, bu konularda araştırmaların yapılmasına, rekabet ve rekabetçilik konularının bilimsel platformlarda bir çok değişik bilim dalını bir arada içeren bir perspektiften ele alınmasına vesile olmasını amaçlıyoruz ve sizlerin de desteği ile bu amaca ulaşmayı umuyoruz.

Hepinize saygılar sunuyor, başarılı bir Kongre diliyorum.