



Z YÖNETİM DANIŞMANLIĞI



ADANA GENÇ İŞADAMLARI DERNEĞİ

BÖLGESEL REKABET EDEBİLİRLİK ve ADANA'NIN REKABET DURUMU

HAZIRLAYAN

Sadullah KISACIK
Endüstri Yüksek Mühendisi
Yönetim Danışmanı / Stratejist

Bu Rapor Z YÖNETİM DANIŞMANLIĞI tarafından AGİAD için hazırlanmıştır.

İÇİNDEKİLER

1.Giriş	2
2.Kentsel Gelişim Politikalarında Yaşanan Dönüşüm ve Rekabet Edebilirlik	4
2.1 Geleneksel Politikalar Dönemi(1945-1970)	5
2.2.İçsel Büyüme Vurgulandığı Geçiş Dönemi	6
2.3.Bilgi Toplumuna Dayalı Rekabet ve Yeni Bölgecilik (1990-Günümüz)	7
3.İller Arası Rekabetçilik Faktörleri	9
3.1.Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi	14
3.2.Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik	20
3.3.Ticaret Becerisi ve Yenilikçilik	25
3.4.Erişebilirlik	31
4.Sonuç ve Öneriler	37
4.1.Yatırımcıların Adana'ya Kazandırılması	39
4.1.1.Yerli Yatırımcıların Adana'ya Kazandırılması	40
4.1.2.Doğrudan Yabancı Yatırımcıların Adana'ya Kazandırılması	41
4.1.3.AB Destekli ve Hibeleri Sermayesinin Adana'ya Kazandırılması	43
4.1.4.Devlet Teşvikleri Sermayesinin Adana'ya Kazandırılması	45
4.2.Mevcut İş Gücünün Vasıflarını Geliştirerek İstihdamı Arttırma Projesi	46
4.3. Kobileri Büyütüyoruz İstihdamı Arttırıyoruz Projesi	46
Kaynaklar	47

I. GİRİŞ

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan temel iş gücü göstergelerinde Adana'nın işsizlik oranında %20,5 ile Şırnak'tan sonra ikinci olarak çıkması, Adana'da artık bir şeyler yapılması gerekliliğini göstermektedir.

Bir zamanlar bolluğun, bereketin, sanayinin ve kentleşmenin öncüsü olan Adana her geçen yıl açıklanan çeşitli kriterlere göre iller arasındaki sıralamalarda hep bir alt sıraya düşmektedir. Bu düşüşe dur demenin yolu, Adana'nın mevcut durumunu analiz edip, gelişen trendler ve değişen gelişim politikalarına ayak uydurmasını sağlayacak kentsel gelişim stratejilerinden geçmektedir. Fakat görülmektedir ki bizler, ne Adana'nın mevcut durumunu tam anlamıyla analiz edebiliyoruz, ne de sürekli değişen ve gelişen, küresel ve ulusal politikalara uygun stratejiler belirleyebiliyoruz.

Dünya ve Türkiye gelişti. Hiçbir şey geçtiğimiz 10 yıl ile aynı değil. Eskiden sadece firmalar rekabet ederdi. Şimdi yatırım çekmek için ülkeler, bölgeler ve kentler rekabet ediyorlar. Eskiden yatırımlar devlet eliyle yapılırdı, şimdi bölgesel kalkınma ajansları ile yapılmakta, eskiden devlet fabrika açardı, şimdi yabancı yatırımcı dünyanın bir ucundan gelip sizin kentinize yatırım yapabiliyor.

İşsizliğin çözümü istihdam yaratacak yatırımlardan geçmektedir. Yatırımlar ise hep kendileri için cazip ve güvenli bölgeleri tercih ederler. Yatırımlar için caziplik kentin rekabet gücünün yüksek olması demektir. TÜİK tarafından açıklanan son işsizlik rakamları göstermektedir ki; Adana, istihdamı arttıracak yeterli yatırımcıları bölgeye çekememektedir. Bu durum Adana'nın kentsel rekabet edebilirlik parametrelerinin yeniden gözden geçirilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Adana'nın bölgesel rekabetteki mevcut durumunu analiz edip, kentsel rekabet gücünü arttırmak, markalaşmasına katkıda bulunmak ve gelişim politikaları üretmesini sağlamak amacıyla somut çözüm önerileri sunmaktır.

Sadullah KISACIK

Endüstri Yüksek Mühendisi

Yönetim Danışmanı / Stratejist

2.

KENTSEL GELİŞİM POLİTİKALARINDA YAŞANAN DÖNÜŞÜM VE REKABET EDEBİLİRLİK

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde ortaya çıkan bölgesel gelişme paradigmasını üç dönemde incelemek mümkündür. Birinci dönem, İkinci Dünya Savaşı sonrasında, devletin büyüme sürecine doğrudan bir aktör olarak müdahale ederek önemli bir rol üstlendiği ve refah devleti anlayışının hakim olduğu geleneksel bölgesel politikalar dönemi (1945-1970) olarak adlandırılmaktadır. İkinci dönem ise 1970'li yılların sonunda yaşanan kriz ve bunun sonucunda güçlü devlet müdahalesi anlayışının zayıfladığı ve içsel büyüme dinamiklerinin önem kazandığı geçiş dönemidir (1970-1990). 1990'ların başından günümüze devam etmekte olan üçüncü dönem ise küresel rekabet dinamiklerinin en üst düzeyde vurgulandığı, klasik rekabet unsurları yerine yenilik ve bilgi toplumuna dayalı rekabetin öne çıktığı yeni bölgesel paradigma dönemi olarak nitelenmektedir.

2.1. GELENEKSEL POLİTİKALAR DÖNEMİ (1945-1970)

1950'li yıllarda geliştirilen ekonomik politikalar, ekonomik büyümede sürekliliğin sağlanması için devlet müdahalesinin gerekli olduğunu kabul etmektedir. Sosyal refah devletinin nüvesini oluşturan bu politikalar gelir dağılımının düzenlenmesini ve kamunun özellikle teknik ve sosyal altyapı yatırımlarını gerçekleştirmesini savunmaktadır. Bu dönemde, kalkınma ekonomisinin güncellik kazanması bölgesel politikaların gündemdeki yerini almasını sağlamıştır. Ulusal kalkınma politikalarında yer alan sektörler arasında ve gelir dağılımında denge kavramlarına, bölgeler arası denge kavramı da eklenmiştir. Böylece, 1960'larda bölgeler arası eşitsizliğin azaltılması ya da kaldırılması bir hedef olarak önemini korumuştur.

Geleneksel Politikalar Döneminde genelde yukarıdan aşağıya bir yaklaşım izlenmiş, politikanın belirlenmesi, yardım yapılacak yörelerin tespiti ve yardımların uygulanması merkezi idareler tarafından gerçekleştirilmiştir. Özellikle bölgesel mali teşvikler, talep odaklı olup, problemlili alanlardaki firmalar tarafından yapılan bireysel başvurulara karşılık olarak gerçekleştirilmiştir.

2.2. İÇSEL BÜYÜME DİNAMİKLERİNİN VURGULANDIĞI GEÇİŞ DÖNEMİ (1970–1990)

Ekonomik büyümenin uzun dönemli olarak yavaşlaması, verimlilik artışında yaşanan düşüş, enflasyon baskıları, yatırımların sınırlı düzeyde oluşu, yaygın olarak görülen kalıcı işsizlik ve devlet bütçesi üzerindeki baskılar, bu dönemin temel ekonomik özelliklerini yansıtmaktadır.

Bu dönemde, dünya genelinde ekonominin krizden çıkarılması için yeni arayışlara yönelinmiştir. Girişimciler kârlılıklarını korumak için, faaliyetlerini emeğin ucuz olduğu yerlere taşıyarak krizden çıkmaya çalışmışlardır. Ayrıca, devletin küçülmesi, refah devleti işlevlerinin azaltılması, ekonomik ve toplumsal bir aktör olarak araçlarının sınırlanması, güçsüzleştirilmesi gündeme gelmiştir.

Böylece, özellikle 1980'lerde politik gündem devletin ekonomik müdahalelerine ve özellikle firmalara yapılan sübvansiyonlar aleyhinde gelişmiş; politikalar, özelleştirme ve piyasaların serbestleştirilmesine odaklanmıştır. Bölgesel politikaların etkinliği sorgulanarak, bölgesel farkların azaltılması ve bölgesel yakınsamanın sağlanması yaklaşımları bir kenara bırakılmış, bölgesel politika için ayrılan kaynaklar kısılarak müdahale alanları azaltılmıştır.

Ancak, bu dönemde ortaya çıkan küreselleşmenin dinamikleri, rekabet gücü ve öğrenme kapasitesi olan yörelerin ön plana çıkmasını sağlamış, güçlü bir devlet müdahalesi ile diğer yörelerden kaynak transferine dayalı bir gelişme modelinin söz konusu olamayacağını göstermiştir. Bu nedenle yeni bir bölgesel kalkınma modeli geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede “kendiliğinden gelişme ve bölgesel ve yerel girişimlere dayalı gelişme” kavramları gündeme gelmiştir. Kendi kaynaklarına bağımlı gelişme modeli devlet güdümlü bir bölgesel gelişme politikasına seçenek olarak gelişmiştir.

Bu çerçevede, bölge kavramından yerellik kavramına bir dönüş yaşanmıştır. Kalkınma sürecinde ulusun bir alt birimi olarak tanımlanan “bölge” yerine, kendi olanakları, birikimleri ve içsel potansiyeline dayalı olarak var olma mücadelesi verecek “yerel” kavramı gündeme gelmiştir.

1980'li yıllarda yerel bölgeler; 1960'lardaki gibi yarı kapalı bir ekonomik sistem yerine, dünyadaki farklı ağlar içinde yer alan ve bunlarla etkileşim içinde olan bölgeler haline gelmiştir.

Bu dönemde, merkezi hükümetin aktif bölgesel politika ve sanayi politikalarından çekilmesiyle birlikte, ekonomik kalkınma açısından bölgesel ve yerel boyut öne çıkmaya başlamıştır. Bu dönüşümdeki etkenlerden biri de ekonomik kalkınma politikalarının yerelde tanımlanması ve ekonomik kalkınma açısından yerel sorumluluğun arttırılması için belirli kalkınma faaliyetleriyle ilgili yetkilerin yerele aktarılması ve bölgesel düzeyde kapasite geliştirme çalışmaları olarak ortaya konmaktadır. Belirtilen eğilimin bir diğer nedeni de, artan ekonomik ve sosyal problemleri çözmek üzere yerel yönetimlerin ve diğer grupların kendi çözümlerini üretmeleri ve uygulamaları ile aşağıdan yukarıya inisiyatiflerin gelişmesi olarak görülmektedir. Aynı zamanda, bölgesel politika yaklaşımında içsel büyümeyi teşvik eden, girişimciliği ve KOBİ'lerin önemini vurgulayan anlayışa bir yöneliş yaşanmaya başlanmıştır.

Bu gelişmeler, bölgenin kendine ait kaynaklarının harekete geçirilmesi teması üzerine gelişen “İçsel Büyüme Dayalı Bölgesel Gelişme” kavramını ortaya çıkarmıştır. İçsel büyüme kuramının bölgeye uyarlanması ile ortaya çıkan bu kavram, bölgelerin kendine özgü bilgi kaynaklarının ve bölgedeki yığılımların getirdiği dışsallıkların önemini vurgulamaktadır.

2.3. BİLGİ TOPLUMUNA DAYALI REKABET VE YENİ BÖLGEÇİLİK (1990-Günümüz)

1990'lar, dünyanın büyük ölçüde tek kutuplu hale geldiği, teknolojik gelişmeler sonucu artık sanayi toplumundan, bilgi toplumuna, ulus devletler dünyasından küreselleşmiş bir dünyaya geçişin yaşandığı bir dönem olarak değerlendirilmektedir.

Bu çerçevede, 1980'li yılların ortalarından sonra bölgesel kalkınmada ortaya çıkan bazı kavramların bu dönemde etkilerini daha çok artırdığı gözlenmektedir. Artık, ekonomilerin rekabet edebilirliğinin, öğrenmeyi kolaylaştırıcı bir çevrenin varlığında yenilik yapabilme kapasitelerine ve işletmeler arası etkileşim ve ağların kurulmasına bağlı olduğu düşünülmektedir. Teknolojik ve organizasyonel değişiklikler işletmelerin, tedarikçi ve müşterileriyle olan ilişkilerini dönüştürmektedir. Ticaretin, işgücünün, sermayenin önündeki engeller giderek artan ölçüde kalkmakta, yabancı yatırımlar, ticaret, firmalar arası ilişkiler ve şirket evlilikleri ile birlikte ekonomik faaliyetlerin uluslararasılaşma süreci hızlanmaktadır.

Yukarıda belirtilen temel dönüşümlerin yaşandığı süreçte, küreselleşmenin etkilerini göğüslemek ve küresel piyasada yarışabilmek için gerekli olan beceri, iletişim ağları ve kurumsal yetkinliğin bölgelerde gelişmesini sağlamak anlamına gelen “yeni bölgecilik” (New Regionalism) paradigması gündeme gelmiştir. **Yeni bölgecilik bölgesel kalkınma açısından başarısız olan, yukarıdan aşağı, devlet güdümlü ve emredici yaklaşım ile serbest piyasaya dayalı yaklaşıma alternatif olarak gelişmiştir.** Bu nedenle üçüncü yol olarak nitelenmektedir.

Yeni bölgecilik, ekonomik gelişmeyi desteklemek için gerekli olan mekanizmaların devlet yerine, bölgelerin bizzat kendileri tarafından geliştirilmesinin gerekli olduğunu vurgulamaktadır.

Yeni yaklaşımda yerel tedarik altyapısının iyileştirilmesi, tabandan tavana yaklaşım ve bölgeye has uzun dönemli politikalara bir yöneliş söz konusudur. Bu anlayışa göre, bölgesel kalkınma için beşeri sermaye, yerel iş kültürü, bilgi transfer ağları, üretim faktörlerinin ve sistemlerinin kalitesi, bölgesel tecrübelerden öğrenme konularına önem verilmektedir. Ayrıca, yeni yaklaşımın özelliklerinden biri de, karar verme sürecinin daha alt yönetim seviyelerine devredilmesidir.

Yeni bölgecilik, küreselleşme güçlerine karşın bölgelerin ekonomik kalkınmada yerlerini almaları olarak tanımlanabilir. Bölgesel kalkınmayla ilgili yeni yaklaşımların oluşturulmasında yeni bölgecilik akımının çok önemli etkileri olmuştur. Yeni bölgeciliğe göre, bölge düzeyinde ağların oluşturulması, firmalar arası bağların kurulması, işletme destek hizmetlerinin verilmesi, güvenin artırılması, yatırım çekilmesi ve eğitim verilmesi için bölge en stratejik düzeydir ve bu sayede bölgesel ekonomiler küresel ekonomideki stratejik pozisyonlarını alabileceklerdir.

3.

İLLER ARASI REKABETÇİLİK FAKTÖRLERİ

Günümüzde geleneksel kalkınma programları artık geçerliliğini yitirmeye başlamış, kent rekabetçiliği kavramı öne çıkmıştır. Şehirlerin ekonomik anlamda rekabet edebilirliği veya ne kadar rekabetçi olduklarının tespit edilebilir olması, o şehirde yaşayan insanların geleceklerini kontrol edebilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır.

Rekabet edebilirlik kavramının bölgesel boyutunun öne çıkmasında, bölgeler arasında yaşanan rekabet sürecinin hız kazanmasıyla, bölgelerin kendi çıkarlarını korumak, muhafaza etmek ya da arttırmak üzere rekabetçi olmaları gereği, ulusal rekabet edebilirlik açısından bölgelerin rekabet gücünün önemi ve firmaların başarıları ile buldukları bölgenin rekabet gücü arasındaki ilişki rol oynamaktadır.

“İller Arası Rekabet Gücü” illerin, bir yandan dış rekabet koşulları içerisinde uluslararası pazarlara yönelik mal ve hizmet üretebilmeleri, bir yandan da bölge içi yüksek ve sürdürülebilir gelir seviyeleri, istihdam olanaklarını yaratabilmeleri olarak tanımlanabilir.

Küresel ekonomideki dönüşümden etkilenerek, yapısal dönüşüme ve değişime uyum sağlayabilen, “rekabet edebilirlik düzeyi yüksek”, bazı bölgeler hem ulusal hem de küresel ölçekte temel aktörler haline gelirken, bazıları duraklamakta ve ekonomilerini yeniden yapılandırma sürecine girmektedirler. Bu ortamda ülkeler, bölgelerdeki mevcut kapasiteleri, kaynakları ve ortaya çıkarılmayan potansiyeli değerlendirip, gelişmeyi onlar üzerine inşa etmek, bölgelerin yeni güçlü yanlar geliştirmelerini sağlamak ve tüm bölgeleri yeni ortama uyum sağlayabilecek özelliklerle donatmak üzere çaba göstermektedirler.

Bölgesel kalkınma dinamiklerinde yaşanan hızlı dönüşüm, bölgesel politika ve araçlarında da değişimlere yol açmaktadır. Bu kapsamda bölgesel gelişmede temel kavramlar; bölgesel rekabet edebilirlik, yerel ve bölgesel uzmanlaşma, girişimcilik, yenilikçilik, yerel kaynakların harekete geçirilmesi, rekabetçi üstünlükler ve ekonomik ve sosyal uyum olarak ortaya çıkmaktadır.

Bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının geleneksel yollarla azaltılması yerine, her bir bölgenin ihtiyaçlarını, güçlü yanlarını ve önceliklerini dikkate alan ve bölgelerin tamamının rekabet edebilirliğinin artırılmasını hedefleyen yeni bir yaklaşıma geçiş yaşanmaktadır.

Fiziki anlamda yer çekiminden kaçılmıyorsa, yatırım çekme konusunda da şehirler ve bölgeler rekabetten kaçamazlar. Büyümek, gelişmek, refah düzeyini ve istihdam oranını arttırmak isteyen şehirler cazip yatırımları çekmek için hep rekabet halindedirler.

Bölgeler ve şehirler arasında yüzyıllardan beridir belirli oranlarda yarış yaşanmaktadır. Ancak, bölgesel rekabet edebilirliğin son dönemde önem kazanmasının temel nedeni bölgelerin giderek küresel ekonominin dinamları haline gelmeleridir. Yeni küresel pazarda, bilgiye dayalı ekonominin hızlandığı yarış ortamında ulusların, bölgelerin ve kentlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için rekabetçi olmaları gerekmektedir.

Bir ilin rekabetçiliği, toplumun yaşam standardının yüksek seviyede bulunması ve sürdürülebilir yüksek istihdamın sağlanmış olması ile ilişkilidir.

Rekabet edebilirlik, orta ve uzun vadede bir şehirde yaşayan herkesin yaşam kalitesini arttıracak şekilde rakiplere kıyasla uluslararası standart, kalite ve tercihlere uygun mal ve hizmet üretebilme yeteneği olarak da tanımlanmaktadır.

Rekabet edebilir şehirler, mevcut istihdam imkânlarından gereğince yararlanabilen ve kalkınma sürecinde istihdamını artırabilen, farklı üretim süreçleri ve ürünler üretebilen, gelir ve katma değeri en az ortalama düzeyde arttırabilen, ulusal ya da uluslararası düzeyde iş bölümüne katkıda bulunacak şekilde diğer bölgelerle olan ihracat ve ithalat ilişkileri gelişmekte olan, kendi özel koşullarıyla uyumlu olarak tam istihdamı sağlamak üzere ekonomide kendine düşen özel rolü oynayabilen şehirler olarak tanımlanmaktadır.

Şehirlerin rekabet ettikleri dört temel alan vardır.

1. Yatırım Çekme: Bölgelerin istihdam yaratan sektörlerde yabancı, özel ve kamu sermayesi çekmesi.

2. İşgücü ve girişimci: Nitelikli işgücü ve girişimcileri çekerek yerel işgücü piyasasında yenilikçi bir ortam oluşturmaları, insan kaynağı, politik güç ve talep oluşturmak üzere nüfusun çekilmesi.

3. Avrupa Birliği Fonları Devlet Hibeleri: Nitelikli projeler hazırlayarak yerli ve yabancı fonların kente kazandırılmasını sağlamak.

4. Teknoloji: Bölgenin bilgi ve yeniliklerle ilgili faaliyetleri çekme kapasitesi olarak ortaya konmuştur.

5. Ulusal ve Uluslararası Etkinlikler: Kente, ulusal ve uluslararası katılımcı çekecek önemli festival, fuar, kongre vb. etkinliklerin kazandırılması.

Rekabet edebilirliği belirleyen faktörler, rekabet edebilirliğin geliştirilmesinde izlenen yaklaşımlarla doğrudan ilgilidir. Rekabetin sağlanmasında düşük eksenli (*low road*) ve yüksek eksenli (*high road*) rekabet olmak üzere iki farklı yaklaşım mevcuttur. Düşük eksenli rekabet edebilirlik, rekabet gücünün fiyata dayalı faktörler aracılığıyla arttırılmasını hedeflemekte; bölgeler, düşük işgücü maliyetleri, ücretler, vergi indirim, sübvansiyonlar ve hibeler gibi stratejileri benimseyerek firmalar arasındaki fiyata dayalı rekabeti etkilemeye çalışmaktadırlar. Bu yaklaşım halen bölgesel politikalarda yer almaktadır. Yüksek eksenli rekabet edebilirlik olarak adlandırılan yaklaşım ise, bölgesel düzeyde öğrenme, yenilik ve mekânın pozitif çekiciliği temelindedir ve bölgesel kimlik, kültür, kurumlar, fiziksel olmayan bölgeye özgü değerler gibi uzun dönemde etkili konulara da odaklanmaktadır. Uluslararası Rekabet Araştırma Kurumu (URAK) yaptığı çalışmada iller arası rekabetçilik endeksini 4 ana değişkene bağlamıştır. Bu değişkenler:

1. Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi (BSYK)
2. Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik (MBY)
3. Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli (TBÜP)
4. Erişilebilirlik (E)

Toplam Rekabetçilik Endeksi = (BSYK+MBY+TB+E)/4 formülü ile hesaplanmaktadır.

Bölgesel Rekabet Edebilirlik ve Adana'nın Rekabet Durumu

Adana'nın İller Arası Rekabetçilik Endeksi Sonuçlarına göre sırası aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008-2009 Endeksi'nde Genel Endeks Bazında Sırası</i>	<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008-2009 Endeksi'nde Genel Endeks Bazında Sırası</i>
1	İstanbul	84,04	42	Bartın	16,63
2	Ankara	48,58	43	Giresun	16,03
3	İzmir	42,23	44	Amasya	15,71
4	Kocaeli	36,24	45	Bolu	15,39
5	Bursa	35,61	46	Karaman	15,31
6	Eskişehir	32,05	47	Afyon	15,25
7	Tekirdağ	29,81	48	Osmaniye	15,24
8	Antalya	29,40	49	Erzincan	15,21
9	Adana	28,78	50	Van	15,18
10	Hatay	27,10	51	Batman	15,16
11	Konya	27,03	52	Artvin	14,92
12	Mersin	26,72	53	Tokat	14,61
13	Kayseri	26,34	54	Bilecik	14,29
14	Gaziantep	26,26	55	Burdur	14,24
15	Denizli	25,84	56	Ordu	14,20
16	Trabzon	25,83	57	Kütahya	13,87
17	Aydın	25,27	58	Mardin	13,44
18	Zonguldak	24,71	59	Adıyaman	12,72
19	Samsun	24,59	60	Kastamonu	12,26
20	Sivas	24,25	61	Çorum	12,20
21	Muğla	24,10	62	Aksaray	12,133
22	Sakarya	22,80	63	Düzce	12,129
23	Isparta	22,77	64	Çankırı	11,92
24	Yalova	22,49	65	Kilis	11,64
25	Edirne	22,14	66	Niğde	11,43
26	Balıkesir	21,30	67	Kars	11,22
27	Çanakkale	20,78	68	Ağrı	11,16
28	Kırklareli	20,11	69	Kırşehir	11,02
29	Nevşehir	20,07	70	Iğdır	10,83
30	Kahramanmaraş	19,94	71	Muş	9,89
31	Manisa	19,82	72	Bitlis	9,10
32	Malatya	19,55	73	Yozgat	9,07
33	Uşak	19,37	74	Siirt	9,01
34	Erzurum	19,31	75	Bingöl	7,69
35	Karabük	18,97	76	Şırnak	7,40
36	Kırıkkale	18,95	77	Ardahan	7,02
37	Elazığ	18,66	78	Bayburt	6,99
38	Sinop	18,45	79	Tunceli	6,34
39	Rize	18,22	80	Hakkari	5,96
40	Şanlıurfa	17,70	81	Gümüşhane	5,70
41	Diyarbakır	16,78			

3.1.

BEŞERİ SERMAYE VE YAŞAM KALİTESİ

Bir şehrin her alanda diğer şehirlerle rekabet etmesinin; sanayi, ticaret, kültür, turizm ve spor alanlarında gelişmenin ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasının en önemli girdilerinden bir tanesi Beşeri Sermayedir.

Bir bölgedeki vasıflı beşeri sermaye en önemli üretim faktörlerinden biri olmakla birlikte girişimcilik ve yaratıcılık ortamının gelişmesine de katkıda bulunacaktır. İnsanların iş sürecine kattıkları beceri ve bilgiler ekonomik kalkınmanın başlıca unsurlarındandır. Bölgede var olan mühendisler, bilim adamları, teknisyenler, bilgisayar uzmanları ve diğer önemli vasıflı insan gücünün çokluğu firmaların bölgeye çekilmesinde önemli bir etki yapmaktadır. Nitekim iyi yetişmiş ve nitelikli bir beşeri sermaye havuzunun bulunması, bölge ve o bölgede yer alan firmalar için önemli bir rekabet üstünlüğü sağlayacaktır. Özellikle önümüzdeki dönemde bilgi yoğun endüstrilerin ve bilgiye dayalı hizmet sektörlerinin öneminin gittikçe artacağı bir ortamda, beşeri sermayenin ekonominin itici gücü olma fonksiyonu kuvvetlenecektir.

Bu bağlamda, eğitime, işletmelerin ihtiyacına uygun beşeri sermayenin üretildiği sistem olması nedeniyle çok önem verilmelidir.

Bir bölgenin yeni girişimciler ortaya çıkarma kapasitesi, bölgedeki nüfusun yaşı, girişimcilik/risk alma kültürü gibi değişkenlere bağlıdır ve dolayısıyla kurulacak yeni KOBİ'lerin sayısı ve bölge ekonomisinin dinamizmi ve rekabet edebilirliğini etkilemektedir. Nüfusun yaşı, işgücünün esnekliği, kadının işgücü pazarındaki rolü ve konumu, çalışma kültürü gibi faktörler de işgücünün verimliliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

AB'de ve OECD ülkelerindeki genel eğilim, bölgesel ekonomik kalkınmada yukarıdan aşağıya yaklaşım yerine tabandan tavana ve içsel büyümeyi öne çıkaran bir yaklaşıma geçiş yaşandığını ortaya koymaktadır. Sonuçta, görev ve yetkiler giderek artan oranda farklı yönetim kademeleri, sivil toplum ve özel sektör arasında paylaşılmaya başlanmıştır.

Rekabet edebilirliğin artırılmasında etken olan kurumsal faktörlerden bir diğeri de kamu kurumlarının verimliliğidir. Kamu kurumları; gerek şehrin merkezi bütçeden pay alması, gerekse bu bütçelerin etkili ve verimli kullanımını sağlaması bakımından önem arz etmektedir.

Kamu kurumları, yöredeki aktörlerin bir araya getirilmesine ve birlikte yeni fikirler üretilerek sürdürülebilir kalkınma için gerekli koşulların oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Bölgenin rekabetçi üstünlükleri elde etmesinde, Bölgesel Kalkınma Ajansları gibi kalkınma ve rekabet edebilirlikle ilişkili inisiyatifi ele alan proaktif, yönlendirici kuruluşlar önemli işlevler görmektedirler.

Sosyal altyapı, beşeri sermayenin gelişimi açısından gerekli olan hizmetlerin sunumu, uygun yaşam koşullarının sağlanması ve yaşam kalitesinin artırılması gibi fonksiyonları nedeniyle rekabet edebilirliği etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Bir bölgede yüksek kalitede sosyal altyapının bulunması, yatırım yapacak ya da yeni işletme kuracakların mekân tercihleri açısından önemli görülmektedir. Özellikle yüksek katma değer yaratan ve bilgiye dayalı faaliyetlerin bölgelere çekilmesi açısından, müze, tiyatro, sinema ve diğer sanatsal etkinlikler sunan mekânların yanı sıra uygun yaşam mekânları, parklar ve dinlenme alanları, eğitim ve sağlık kurumları gibi altyapı ve donatılar kalkınma politikasının önemli bir yönünü oluşturmaktadır.

Tablo 1'de Uluslararası Rekabet Araştırma Kurumunun Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi alanında rekabeti etkileyen parametreler gösterilmiştir.

Tablo 2'de Tablo 1'e göre yapılan hesaplamalar sonucunda Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi alanında illerin sıralaması yer almaktadır.

Tablo 3'de Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alanında illerin 2007–2008 ve 2008–2009 sıralama kıyaslamaları bulunmaktadır.

Tablo 1: Beşeri Sermaye ve Yaşama Kalitesi ana değişkenine ait alt değişkenler, ağırlıklandırmalar, hesaplama yöntemleri ve başvuru kaynakları

Değişkenler	Ağırlıklar	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
İldeki kişi başına düşen Öğretim üyesi sayısı	3	İldeki öğretim üyesisayısı/il nüfusu	T.C Milli Eğitim Bakanlığı-TÜİK
İldeki Bir Yüksek Öğrenim programından Mezun Olan Kişi Sayısı(yüksek Lisans Dahil)	4	İldeki bir yüksek öğrenim programından mezun olan kişi sayısı(yüksek lisans dahil)	T.C Milli Eğitim Bakanlığı-TÜİK
İldeki Bir Doktora programından Mezun Olan Kişi Sayısı	4	İldeki Bir Doktora programından Mezun Olan Kişi Sayısı	T.C Milli Eğitim Bakanlığı-TÜİK
Kişi Başına Düşen Uzman Hekim Sayısı	4	İldeki uzman hekim sayısı/il nüfusu	T.C Sağlık Bakanlığı- TÜİK
Mesleki ve teknik okul mezunu öğrenci sayısı	4	Mesleki ve teknik okul mezunu öğrenci sayısı	T.C Milli Eğitim Bakanlığı-TÜİK
ÖSS başarı oranı	3	ÖSS başarı oranı	Yükseköğretim Kurulu Öğrenci Seçme Ve Yerleştirme Merkezi
Kişi Başına Düşen Hastane Yatağı Sayısı	3	İldeki hastane yatağı sayısı / İl nüfusu	T.C Sağlık Bakanlığı- TÜİK
Kişi Başına Düşen Otomobil sayısı	2	İldeki otomobil sayısı / İl Nüfusu	T.C Ulaştırma Bakanlığı-TÜİK
Kişi Başına Düşen Mevduat Miktarı	3	İldeki Mevduat / İl Nüfusu	Türkiye Bankalar Birliği - TÜİK
İlde İşlenen Suç Sebebiyle Kişi Başına Ceza İnfaz Kurumuna Giren Hükümlü Sayısı	-3	Suçun İşlendiği ile göre cezaevine hükümlü sayısı/ İl Nüfusu	T.C Adalet Bakanlığı
Şehirleşme Oranı	3	İlde kent Nüfusu / İlin toplam nüfusu (kır+kent)	Türkiye İstatistik Kurumu
İlde Kişi Başına Düşen Alışveriş Merkezi metrekaresi	3	İlde Toplam Alışveriş merkezi büyüklüğü /İl nüfusu	Alışveriş yatırımcıları derneği (AYD) – TÜİK
İldeki beş Yıldızlı Otel Yatak Kapasitesi	3	İldeki beş Yıldızlı Otel Yatak Kapasitesi	TC. Kültür Turizm Bakanlığı
Kişi Başına Düşen Elektrik (mesken) Tüketim Miktarı	3	İldeki elektrik (mesken) tüketim miktarı/ İl nüfusu	Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi- TÜİK

Tablo 2: Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeks Değerleri

<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi Bazında Sırası</i>
1	Ankara	66,88	42	Çanakkale	16,30
2	İstanbul	61,19	43	Çorum	16,20
3	Eskişehir	47,19	44	Hatay	16,19
4	İzmir	40,24	45	Giresun	16,05
5	Antalya	33,69	46	Tokat	15,80
6	Isparta	31,91	47	Diyarbakır	15,30
7	Bursa	28,63	48	Ordu	15,29
8	Kırıkkale	28,51	49	Artvin	15,23
9	Trabzon	28,44	50	Erzincan	15,19
10	Elazığ	28,25	51	Amasya	15,13
11	Kocaeli	28,06	52	Kahramanmaraş	14,49
12	Konya	27,43	53	Aksaray	14,40
13	Adana	27,17	54	Kastamonu	13,95
14	Kayseri	26,63	55	Bayburt	13,72
15	Muğla	26,30	56	Osmaniye	13,60
16	Denizli	24,75	57	Gümüşhane	13,58
17	Edirne	24,59	58	Tunceli	13,54
18	Erzurum	24,36	59	Niğde	13,45
19	Mersin	24,06	60	Nevşehir	13,44
20	Samsun	23,68	61	Kilis	13,41
21	Sivas	23,68	62	Bartın	12,84
22	Bolu	23,17	63	Adıyaman	12,74
23	Aydın	22,84	64	Çankırı	12,65
24	Karabük	22,69	65	Düzce	12,64
25	Malatya	21,94	66	Batman	12,45
26	Zonguldak	21,26	67	Bilecik	11,95
27	Gaziantep	19,53	68	Şanlıurfa	11,80
28	Sakarya	19,40	69	Van	11,03
29	Balıkesir	19,30	70	Bingöl	10,87
30	Yalova	19,01	71	İğdır	10,43
31	Kırşehir	18,87	72	Siirt	10,15
32	Tekirdağ	18,76	73	Yozgat	9,67
33	Manisa	18,43	74	Bitlis	9,22
34	Kütahya	18,34	75	Kars	6,83
35	Uşak	18,10	76	Muş	5,94
36	Sinop	17,87	77	Mardin	5,77
37	Rize	17,53	78	Ağrı	5,75
38	Burdur	17,45	79	Hakkari	4,86
39	Kırklareli	16,94	80	Şırnak	3,85
40	Karaman	16,65	81	Ardahan	2,58
41	Afyon	16,39			

Tablo 3: Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alanında 2007–2008 ve 2008–2009 Kıyaslamaları

<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>2007–2008 Endeksi'nde Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>2007–2008 Endeksi'nde Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi Bazında Sırası</i>
Ankara	1	1	Çanakkale	42	48
İstanbul	2	2	Çorum	43	45
Eskişehir	3	3	Hatay	44	50
İzmir	4	4	Giresun	45	37
Antalya	5	5	Tokat	46	47
Isparta	6	8	Diyarbakır	47	53
Bursa	7	6	Ordu	48	46
Kırıkkale	8	12	Artvin	49	49
Trabzon	9	13	Erzincan	50	40
Elazığ	10	7	Amasya	51	42
Kocaeli	11	15	Kahramanmaraş	52	58
Konya	12	9	Aksaray	53	51
Adana	13	11	Kastamonu	54	56
Kayseri	14	14	Bayburt	55	54
Muğla	15	10	Osmaniye	56	52
Denizli	16	22	Gümüşhane	57	61
Edirne	17	16	Tunceli	58	63
Erzurum	18	20	Niğde	59	57
Mersin	19	21	Nevşehir	60	59
Samsun	20	17	Kilis	61	55
Sivas	21	18	Bartın	62	62
Bolu	22	25	Adıyaman	63	67
Aydın	23	23	Çankırı	64	65
Karabük	24	19	Düzce	65	60
Malatya	25	24	Batman	66	66
Zonguldak	26	26	Bilecik	67	64
Gaziantep	27	38	Şanlıurfa	68	68
Sakarya	28	30	Van	69	70
Balıkesir	29	28	Bingöl	70	69
Yalova	30	27	Iğdır	71	71
Kırşehir	31	36	Siirt	72	73
Tekirdağ	32	33	Yozgat	73	72
Manisa	33	31	Bitlis	74	74
Kütahya	34	39	Kars	75	75
Uşak	35	29	Muş	76	78
Sinop	36	43	Mardin	77	76
Rize	37	35	Ağrı	78	77
Burdur	38	44	Hakkari	79	81
Kırklareli	39	34	Şırnak	80	79
Karaman	40	32	Ardahan	81	80
Afyon	41	41			

3.2.

MARKALAŞMA BECERİSİ VE YENİLİKÇİLİK

Yenilikçilik, rekabet edebilirliğin sağlanması ve sürdürülmesinde temel faktörlerden biridir. Yenilikçilik, müşterilerin beğeni ve tercihlerine karşılık veren yeni ürün ve hizmetlerin yaratılmasını ve mevcut ürün ve hizmetlerin kalitelerini artırma veya maliyetlerini aşağıya çekme yol ve yöntemlerinin bulunmasını içeren karmaşık bir süreç olarak nitelendirilmektedir.

Teknolojinin ve üretim tesislerinin bir yerden başka yere kolayca taşınabildiği günümüzde, yüksek ücret ödeyerek standart üretim yapan bölgelerin egemenliği düşük ücret ödeyen bölgeler lehine ortadan kalkmaktadır. Bu nedenle, gelişmiş ülkeler artık giderek bilgi birikimi gerektiren ve araştırma geliştirme yoğunluğu içeren ürünlerin üretimine doğru kaymaktadır. Bu durum, günümüzde yenilik ve yenilikçi fikir üretiminin öneminin yoğun bir şekilde gündeme getirilmesine ve araştırılmasına neden olmuştur.

Yeniliklerin ortaya çıkmasında en önemli etmen yenilikçi ortam ve ağlardır. Yenilikçi ortam; ihtisaslaşma, interaktif ve sinerjik bir atmosfer, gelişmiş bir imitasyon süreci, kolektif öğrenme süreci ve güçlü yerel kimlik gibi etmenlerin bir arada bulunmasından oluşur.

Tablo 4'de Uluslar arası Rekabet Araştırma Kurumunun Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik alanında rekabeti etkileyen parametreler gösterilmiştir.

Tablo 5'de Tablo 4'e göre yapılan hesaplamalar sonucunda Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik alanında illerin sıralaması yer almaktadır.

Tablo 6'da Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alanında illerin 2007-2008 ve 2008-2009 sıralama kıyaslamaları bulunmaktadır.

Tablo 4: Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik ana değişkenine ait alt değişkenler, ağırlıklandırmalar, hesaplama yöntemleri ve başvuru kaynakları

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
Son Beş Yıla Ait Patent Tescil Ortalaması	4	İlin son beş yıla ait patent tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Son Beş Yıla Ait Marka Tescil Ortalaması	4	İlin son beş yıla ait marka tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Son Beş Yıla Ait Faydalı Model Tescil Ortalaması	4	İlin son beş yıla ait faydalı model tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Son Beş Yıla Ait Endüstriyel Tasarım Tescil Ortalaması	4	İlin son beş yıla ait endüstriyel tasarım tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Süper Ligde Oynayan Futbol Takımı Varlığı	2	Süper ligde oynayan futbol takımı varlığı	Türkiye Futbol Federasyonu

Tablo 5: Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeks Değerleri

Sıralama	İl	2008–2009 Endeksi'nde Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi Bazında Sırası	Sıralama	İl	2008–2009 Endeksi'nde Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi Bazında Sırası
1	İstanbul	100	42	Tokat	0,1472
2	Ankara	25,5266	43	Ordu	0,1459
3	Bursa	21,8101	44	Erzurum	0,1438
4	Konya	16,4497	45	Düzce	0,1421
5	Kayseri	16,3068	46	Amasya	0,1413
6	Gaziantep	14,3478	47	Zonguldak	0,1375
7	Kocaeli	14,1515	48	Edirne	0,1325
8	Denizli	13,3380	49	Diyarbakır	0,1284
9	Antalya	13,2877	50	Nevşehir	0,1212
10	Eskişehir	12,5785	51	Aksaray	0,0998
11	Trabzon	11,4754	52	Kırıkkale	0,0911
12	İzmir	11,3144	53	Kastamonu	0,0884
13	Sivas	11,2733	54	Yalova	0,0883
14	Adana	2,1598	55	Mardin	0,0872
15	Manisa	1,6122	56	Bartın	0,0793
16	Sakarya	1,3383	57	Van	0,0768
17	Mersin	1,1213	58	Gümüşhane	0,0519
18	Kütahya	0,9549	59	Osmaniye	0,0507
19	Aydın	0,8830	60	Kırşehir	0,0490
20	Tekirdağ	0,8232	61	Sinop	0,0468
21	Balıkesir	0,8174	62	Karabük	0,0462
22	Samsun	0,6637	63	Batman	0,0456
23	Afyon	0,6539	64	Çankırı	0,0443
24	Kahramanmaraş	0,5571	65	Erzincan	0,0361
25	Hatay	0,5204	66	Adıyaman	0,0355
26	Çorum	0,5183	67	Yozgat	0,0325
27	Muğla	0,4564	68	Muş	0,0324
28	Karaman	0,4500	69	Kars	0,0217
29	Niğde	0,4451	70	İğdir	0,0139
30	Bolu	0,3609	71	Artvin	0,0112
31	Çanakkale	0,3478	72	Kilis	0,0111
32	Isparta	0,3112	73	Bingöl	0,0103
33	Rize	0,3057	74	Ağrı	0,0081
34	Bilecik	0,2951	75	Siirt	0,0054
35	Burdur	0,2631	76	Bitlis	0,0049
36	Uşak	0,2576	77	Tunceli	0,0024
37	Malatya	0,2528	78	Şırnak	0,0024
38	Giresun	0,2429	79	Hakkari	0,0022
39	Şanlıurfa	0,2390	80	Bayburt	0,0016
40	Kırklareli	0,1785	81	Ardahan	0,0011
41	Elazığ	0,1597			

Tablo 6 Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alanında 2007–2008 ve 2008–2009 Kıyaslamaları

<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>2007–2008 Endeksi'nde Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>2007–2008 Endeksi'nde Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>
İstanbul	1	1	Tokat	42	45
Ankara	2	2	Ordu	43	46
Bursa	3	3	Erzurum	44	40
Konya	4	4	Düzce	45	52
Kayseri	5	5	Amasya	46	42
Gaziantep	6	6	Zonguldak	47	44
Kocaeli	7	13	Edirne	48	41
Denizli	8	7	Diyarbakır	49	48
Antalya	9	15	Nevşehir	50	55
Eskişehir	10	16	Aksaray	51	49
Trabzon	11	11	Kırıkkale	52	58
İzmir	12	9	Kastamonu	53	57
Sivas	13	12	Yalova	54	47
Adana	14	14	Mardin	55	51
Manisa	15	8	Bartın	56	53
Sakarya	16	17	Van	57	50
Mersin	17	18	Gümüşhane	58	56
Kütahya	18	20	Osmaniye	59	62
Aydın	19	22	Kırşehir	60	59
Tekirdağ	20	25	Sinop	61	60
Balıkesir	21	19	Karabük	62	63
Samsun	22	23	Batman	63	65
Afyon	23	21	Çankırı	64	61
Kahramanmaraş	24	24	Erzincan	65	68
Hatay	25	29	Adıyaman	66	67
Çorum	26	26	Yozgat	67	66
Muğla	27	30	Muş	68	64
Karaman	28	28	Kars	69	70
Niğde	29	27	İğdır	70	71
Bolu	30	54	Artvin	71	74
Çanakkale	31	31	Kilis	72	69
Isparta	32	35	Bingöl	73	72
Rize	33	10	Ağrı	74	73
Bilecik	34	34	Siirt	75	75
Burdur	35	33	Bitlis	76	76
Uşak	36	37	Tunceli	77	77
Malatya	37	36	Şırnak	78	78
Giresun	38	32	Hakkari	79	80
Şanlıurfa	39	38	Bayburt	80	79
Kırklareli	40	39	Ardahan	81	81
Elazığ	41	43			

3.3.

TİCARET BECERİSİ VE ÜRETİM POTANSİYELİ

Bir şehrin gelişmişliğini ve refah düzeyini ortaya koyan temel göstere kişi başına düşen GSYİH'dır. GSYİH'nin yüksek olmasının en önemli temel bileşenleri ise ildeki ticari faaliyetlerin ve katma değeri yüksek sektörlerin gelişmiş olmasıdır.

KOBİ'ler istihdam yaratma ve ekonomik kalkınma açısından çok önemli işlevler görmeye başlamışlardır. KOBİ'ler, esnek olmaları, girişimcilik ve yenilik açısından önemli potansiyeller barındırmaları nedeniyle bir şehrin kalkınmasında önemli bir role sahiptir.

Ancak, KOBİ'lerin sektörel dağılımları, dinamik sektörlerde yer almaları, yenilikçilik potansiyelleri, büyük firmalarla ilişkileri, araştırma kurumları ve kendi aralarında kuracakları ağlar gibi koşullar, KOBİ'lerin bölgesel rekabet edebilirlik açısından oynayabilecekleri rolü belirleyici nitelikte olacaktır.

Yeni ekonomide firmaların rekabetçi üstünlüğü daha fazla ihtisaslaşmaya bağlıdır. İhtisaslaşma ise diğer firmalar, organizasyonlar ve tedarikçilerle daha fazla bağımlılıkların oluşmasını sağlamaktadır. Sonuç olarak, firmalar giderek artan oranda ağların ya da kümelenmelerin üyesi haline gelmekte, bu sayede kaynakların ortak bir havuzda toplanması ve bilgi paylaşımının oluşturduğu üstünlüklerden yararlanmaktadır. Küme kavramına göre, bölgesel rekabet üstünlüğü, belirli bir yöredeki kümelenmiş aktivitelerin varlığı ve dinamizminden kaynaklanmaktadır. Kümeler, kartopu etkisi yapmakta, sadece benzer işletmeleri değil tamamlayıcı işletmeleri de bölgeye çekmektedir. Kümelerin ekonomik kalkınma ve verimlilik açısından pozitif etkilerini gösteren birçok çalışma bulunmaktadır.

İhracata dayalı üretim, yarattığı çarpan etkisi nedeniyle bölgesel rekabet edebilirlik açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Firmaların ürettikleri malı yabancı piyasalarda satmaları iktisadi büyümenin artırılmasında son derece önemli bir role sahiptir ve rekabet edebilirliğin göstergelerinden birini oluşturur.

Bir ildeki sanayi ve ticaret hacmi; rekabetçi ürün ve üretim süreçleri olan, araştırma ve geliştirme faaliyetleriyle yenilikçiliği yakalamış aktif ihracatçı firmaların sayısı ile doğrudan orantılıdır.

Bölgesel Rekabet Edebilirlik ve Adana'nın Rekabet Durumu

Tablo 7'de Uluslararası Rekabet Araştırma Kurumunun Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli alanında rekabeti etkileyen parametreler gösterilmiştir.

Tablo 8'de Tablo 7'e göre yapılan hesaplamalar sonucunda Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli alanında illerin sıralaması yer almaktadır.

Tablo 9'da Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alanında illerin 2007–2008 ve 2008–2009 sıralama kıyaslamaları bulunmaktadır.

Tablo 7: Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli ana değişkenine ait alt değişkenler, ağırlıklandırmalar, hesaplama yöntemleri ve başvuru kaynakları

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
Kullanılan Kredi Miktarı	3	İlde kullanılan kredi miktarı	Türkiye Bankalar Birliği
Tahakkuk Eden Vergi Miktarı	4	İlde tahakkuk eden vergi miktarı	TC. Maliye Bakanlığı
İlin İhracat Hacmi	4	İl merkezinde kayıtlı firmaları tarafından gerçekleştirilen ihracat toplamı	T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı-TÜİK
İldeki Toplam Kamu Yatırımı (Enerji, Ulaştırma-Haberleşme hariç)	2	İldeki toplam kamu yatırımı (enerji, ulaştırma-haberleşme hariç)	T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) Müsteşarlığı
Sanayi elektrik tüketim miktarı	4	Sanayi elektrik tüketim miktarı	Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi (TEDAŞ)
Açılan Şirket Sayısındaki Değişim	4	Önceki yıla göre açılan şirket sayısındaki değişim	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
Kapanan Şirket Sayısındaki Değişim	-2	Önceki yıla göre kapanan şirket sayısındaki değişim	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)
İlde Gümrük Varlığı	4	İlde gümrük bulunuyorsa bu ile 1, bulunmuyorsa 0 değeri verilmiştir.	TC. Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı
Yatırım Teşvik Belgesi Verilen Sabit Yatırım Miktarı	2	İlde yatırım teşvik belgesi verilen sabit yatırım miktarı	T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı
Dış Ticaret Yapan Firma Sayısı	4	İldeki dış ticaret yapan firma sayısı toplamı	T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı-TÜİK
İlin İç Talep Potansiyeli	3	İlin toplam nüfusu/Türkiye nüfusu	Türkiye İstatistik Kurumu

Tablo 8: Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeks Değerleri

<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi Bazında Sırası</i>
1	İstanbul	87,62	42	Şanlıurfa	18,13
2	İzmir	38,99	43	Aydın	17,82
3	Ankara	36,32	44	Kırıkkale	17,69
4	Kocaeli	34,21	45	Mardin	17,68
5	Bursa	29,44	46	Erzurum	17,44
6	Hatay	26,61	47	Trabzon	17,43
7	Konya	24,31	48	Uşak	17,28
8	Gaziantep	23,98	49	Edirne	17,28
9	Tekirdağ	23,77	50	Afyon	17,16
10	Antalya	22,95	51	Hakkari	16,98
11	Şırnak	22,83	52	Bartın	16,73
12	Mersin	22,65	53	Isparta	15,92
13	Ağrı	22,46	54	Ordu	15,85
14	Adana	22,22	55	Aksaray	15,18
15	Sivas	22,05	56	Rize	14,80
16	Iğdır	22,03	57	Artvin	14,61
17	Denizli	21,63	58	Sinop	14,58
18	Diyarbakır	21,45	59	Siirt	9,52
19	Yalova	20,99	60	Bitlis	9,32
20	Çanakkale	20,35	61	Kütahya	8,18
21	Van	20,17	62	Osmaniye	8,11
22	Manisa	19,84	63	Adıyaman	8,09
23	Kahramanmaraş	19,68	64	Niğde	7,77
24	Karabük	19,49	65	Çankırı	6,98
25	Sakarya	19,26	66	Kastamonu	6,38
26	Ardahan	19,18	67	Bolu	6,04
27	Çorum	19,16	68	Muş	5,85
28	Kayseri	18,88	69	Kars	5,71
29	Kilis	18,83	70	Bilecik	5,69
30	Samsun	18,76	71	Amasya	5,66
31	Nevşehir	18,73	72	Elazığ	5,43
32	Muğla	18,67	73	Düzce	5,14
33	Karaman	18,58	74	Kırşehir	5,04
34	Eskişehir	18,56	75	Yozgat	4,39
35	Giresun	18,51	76	Bayburt	3,46
36	Malatya	18,46	77	Erzincan	3,19
37	Balıkesir	18,28	78	Burdur	2,85
38	Batman	18,24	79	Bingöl	2,64
39	Kırklareli	18,17	80	Gümüşhane	0,07
40	Zonguldak	18,16	81	Tunceli	-0,42
41	Tokat	18,15			

Tablo 9: Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alanında 2007-2008 ve 2008-2009 Kıyaslamaları

<i>İl</i>	2008-2009 Endeksi'nde Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi Bazında Sırası	2007-2008 Endeksi'nde Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi Bazında Sırası	<i>İl</i>	2008-2009 Endeksi'nde Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi Bazında Sırası	2007-2008 Endeksi'nde Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi Bazında Sırası
İstanbul	1	1	Şanlıurfa	42	18
İzmir	2	2	Aydın	43	36
Ankara	3	3	Kırıkkale	44	50
Kocaeli	4	4	Mardin	45	39
Bursa	5	5	Erzurum	46	14
Hatay	6	7	Trabzon	47	52
Konya	7	9	Uşak	48	35
Gaziantep	8	6	Edirne	49	49
Tekirdağ	9	8	Afyonkarahisar	50	45
Antalya	10	19	Hakkari	51	44
Şırnak	11	58	Bartın	52	24
Mersin	12	31	Isparta	53	53
Ağrı	13	55	Ordu	54	26
Adana	14	10	Aksaray	55	27
Sivas	15	47	Rize	56	21
İğdır	16	56	Artvin	57	48
Denizli	17	15	Sinop	58	37
Diyarbakır	18	12	Siirt	59	74
Yalova	19	23	Bitlis	60	77
Çanakkale	20	30	Kütahya	61	65
Van	21	42	Osmaniye	62	69
Manisa	22	34	Adıyaman	63	61
Kahramanmaraş	23	11	Niğde	64	78
Karabük	24	22	Çankırı	65	64
Sakarya	25	17	Kastamonu	66	63
Ardahan	26	57	Bolu	67	68
Çorum	27	43	Muş	68	59
Kayseri	28	16	Kars	69	79
Kilis	29	40	Bilecik	70	71
Samsun	30	25	Amasya	71	73
Nevşehir	31	13	Elazığ	72	60
Muğla	32	54	Düzce	73	62
Karaman	33	28	Kırşehir	74	76
Eskişehir	34	41	Yozgat	75	67
Giresun	35	51	Bayburt	76	80
Malatya	36	33	Erzincan	77	66
Balıkesir	37	46	Burdur	78	72
Batman	38	20	Bingöl	79	75
Kırklareli	39	29	Gümüşhane	80	70
Zonguldak	40	32	Tunceli	81	81
Tokat	41	38			

3.4.

ERİŞİLEBİLİRLİK

İşletmeler için gerekli üretken çevrenin temel unsurlarından olan sosyal ve fiziksel altyapı, yörede yaşayan insanların yaşam kalitelerini de artırarak bölgelerin rekabet edebilirliği için vazgeçilmez faktörler arasında yer almaktadır. Bu nedenle başarılı bölgeler genelde gelişmiş fiziksel altyapı ve iletişim altyapısına sahiplerdir.

Firmalar, malların, insanların ve bilginin etkin ve verimli bir şekilde hareket edebilmelerine imkan sağlayan yeterli seviyede ulaşım ve iletişim altyapılarına sahip olan bölgelere yerleşmek isterler ve ancak bu türden bölgelerde büyüebilir ve başarılı olabilirler. Altyapıdaki yetersizlikler ve rakiplere nazaran sahip olunan dezavantajlar maliyetlerin artmasına ve düşük verimliliğe yol açmaktadır.

OECD tarafından yapılan bir çok çalışmada, fiziksel altyapıda sağlanacak gelişmelerin bölgedeki işletmelerde verimlilik artışını sağladığı ve bölgenin yatırım açısından çekiciliğini artırdığı vurgulanmaktadır. Güçlü bir ekonomi için yüksek kalitede altyapı ve hizmet sunumu hayati öneme sahiptir. Bir şehrin erişilebilirliğinin artırılması daha geniş bir işgücü pazarına erişim imkânı vermekte, tedarikçiler ve müşterilere daha hızlı ve ucuza ulaşılmasını sağlamakta, pazar alanını genişletmekte, arazi kullanımıyla ilgili kısıtları ortadan kaldırmaktadır. Bu durum işletmelerin ve hane halkının yer seçim kararlarını etkileyerek, istihdam ve yatırım açısından olumlu etkiler yaratabilmektedir.

Bölgenin coğrafi konumu da kalkınma ve rekabet edebilirlik açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bir cazibe merkezi ya da metropol yakınında bulunan bir bölge çevresinde gelişmekte olan ekonominin yayılma etkisinden yararlanabilmektedir. Belirli bir ulaşım koridoru üzerindeki bölgenin diğerlerine göre üstünlüğü oluşmaktadır. Uzak bölgeler ve coğrafi açıdan sorunlu alanlar rekabet açısından bazı dezavantajlara sahiptir ancak sınır bölgeler konumları nedeniyle bazı rekabetçi üstünlüklere de sahip olabilirler.

Ayrıca, telekomünikasyon sistemlerinin hızlı gelişimi, ekonomik kalkınma açısından yeni fırsatlar da ortaya çıkarmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, konumsal faktörlerin ağırlığını azaltarak firmalar için elektronik ticaret gibi yeni alternatifler oluşturmakta, uzaklığın etkisini hafifletmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojisi, yenilikçi kapasite ve rekabet edebilirliğin geliştirilmesini sağlayan bilgi ekonomisinin temel yapı taşlarını oluşturmaktadır.

Bölgesel Rekabet Edebilirlik ve Adana'nın Rekabet Durumu

Tablo 10'da Uluslararası Rekabet Araştırma Kurumunun Erişilebilirlik alanında rekabeti etkileyen parametreler gösterilmiştir.

Tablo 11'de Tablo 10'a göre yapılan hesaplamalar sonucunda Erişilebilirlik alanında illerin sıralaması yer almaktadır.

Tablo 12'de Erişilebilirlik Alanında illerin 2007-2008 ve 2008-2009 sıralama kıyaslamaları bulunmaktadır.

Tablo 10: Erişilebilirlik ana değişkenine ait alt değişkenler, ağırlıklandırmalar, hesaplama yöntemleri başvuru kaynakları

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
İlde Kişi Başına Düşen ADSL Aboneliği Sayısı	4	İldeki ADSL abone sayısı/İl nüfusu	Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi
İlde Kişi Başına Düşen Sabit Telefon Hattı Sayısı	4	İldeki sabit telefon hattı sayısı/İl nüfusu	Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi
İle Uçak Seferinin Varlığı	4	İle tarifeli uçak seferi var ise bu ile 1, tarifeli uçak seferi bulunan bir ile en çok 80 km mesafede bulunan illere 0.5, bu iller dışında kalan diğer illere 0 değeri verilmiştir	T.C. Ulaştırma Bakanlığı-Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü
Ulaştırma ve Haberleşme Alanında Kamu Yatırımı	3	İlde haberleşme ve ulaşım sektörüne yönelik yapılan kamu yatırımı	T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı
İlin Otoyol Ağına Bağlı Olup Olmaması Durumu	4	İl otoyol ağına bağlı ise bu ile 1, değilse 0 değeri verilmiştir	TC. Karayolları Genel Müdürlüğü
İlde Kilometrekareye Düşen Bölünmüş Yol Uzunluğu	3	İldeki bölünmüş yol uzunluğu/İlin yüzölçümü	TC. Karayolları Genel Müdürlüğü-TÜİK
İlin Demiryolu Ağına Bağlı Olup Olmaması Durumu	4	İl demiryolu ağına bağlı ise bu ile 1, değilse 0 değeri verilmiştir	T.C. Devlet Demiryolları
İlde Liman Varlığı	4	İlde liman bulunuyorsa bu ile 1, liman bulunan bir ile 80 km'den daha yakın olan illere 0,5, diğer illere ise 0 değeri verilmiştir	TC. Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı
Kilometrekare Başına Düşen Araç Sayısı	-1	İldeki toplam araç sayısı/İlin yüzölçümü	TC. Ulaştırma Bakanlığı-TÜİK

Tablo 11: Erişilebilirlik Alt Endeks Değerleri

<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Erişilebilirlik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>Sıralama</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Erişilebilirlik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>
1	İstanbul	87,33	42	Bartın	36,87
2	İzmir	78,39	43	Burdur	36,40
3	Tekirdağ	75,90	44	Erzurum	35,30
4	Kocaeli	68,56	45	Karabük	33,67
5	Ankara	65,58	46	Kars	32,32
6	Hatay	65,09	47	Bolu	31,98
7	Adana	63,57	48	Düzce	30,59
8	Bursa	62,55	49	Diyarbakır	30,23
9	Aydın	59,53	50	Mardin	30,23
10	Zonguldak	59,27	51	Adıyaman	30,02
11	Mersin	59,05	52	Batman	29,90
12	Samsun	55,27	53	Artvin	29,81
13	Sakarya	51,19	54	Kırıkkale	29,51
14	Muğla	50,96	55	Van	29,45
15	Eskişehir	49,88	56	Giresun	29,30
16	Yalova	49,87	57	Kastamonu	28,63
17	Nevşehir	48,01	58	Çankırı	28,02
18	Antalya	47,67	59	Kütahya	28,01
19	Gaziantep	47,16	60	Muş	27,74
20	Balıkesir	46,79	61	Afyon	26,80
21	Edirne	46,55	62	Karaman	25,54
22	Çanakkale	46,11	63	Ordu	25,49
23	Trabzon	45,97	64	Tokat	24,35
24	Kırklareli	45,16	65	Niğde	24,08
25	Kahramanmaraş	45,03	66	Yozgat	22,18
26	Denizli	43,65	67	Kırşehir	20,10
27	Kayseri	43,55	68	Aksaray	18,85
28	Isparta	42,96	69	Bitlis	17,86
29	Erzincan	42,42	70	Bingöl	17,26
30	Amasya	41,92	71	Ağrı	16,43
31	Uşak	41,84	72	Siirt	16,38
32	Sinop	41,30	73	Kilis	14,30
33	Elazığ	40,79	74	Çorum	12,94
34	Şanlıurfa	40,62	75	Tunceli	12,22
35	Rize	40,26	76	Iğdır	10,84
36	Sivas	39,99	77	Bayburt	10,77
37	Konya	39,91	78	Gümüşhane	9,12
38	Manisa	39,39	79	Ardahan	6,34
39	Bilecik	39,25	80	Şırnak	2,93
40	Osmaniye	39,18	81	Hakkari	2,01
41	Malatya	37,54			

Tablo 12: Erişilebilirlik Alanında 2007–2008 ve 2008–2009 Kıyaslamaları

<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Erişilebilirlik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>2007–2008 Endeksi'nde Erişilebilirlik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>İl</i>	<i>2008–2009 Endeksi'nde Erişilebilirlik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>	<i>2007–2008 Endeksi'nde Erişilebilirlik Alt Endeksi Bazında Sırası</i>
İstanbul	1	1	Bartın	42	47
İzmir	2	2	Burdur	43	42
Tekirdağ	3	3	Erzurum	44	43
Kocaeli	4	4	Karabük	45	44
Ankara	5	5	Kars	46	45
Hatay	6	6	Bolu	47	46
Adana	7	7	Düzce	48	48
Bursa	8	8	Diyarbakır	49	54
Aydın	9	9	Mardin	50	56
Zonguldak	10	20	Adıyaman	51	50
Mersin	11	11	Batman	52	49
Samsun	12	12	Artvin	53	53
Sakarya	13	16	Kırıkkale	54	58
Muğla	14	14	Van	55	51
Eskişehir	15	15	Giresun	56	55
Yalova	16	13	Kastamonu	57	57
Nevşehir	17	18	Çankırı	58	59
Antalya	18	17	Kütahya	59	61
Gaziantep	19	19	Muş	60	60
Balıkesir	20	10	Afyonkarahisar	61	65
Edirne	21	25	Karaman	62	63
Çanakkale	22	22	Ordu	63	64
Trabzon	23	21	Tokat	64	40
Kırklareli	24	23	Niğde	65	66
Kahramanmaraş	25	24	Yozgat	66	67
Denizli	26	26	Kırşehir	67	68
Kayseri	27	27	Aksaray	68	69
Isparta	28	28	Bitlis	69	70
Erzincan	29	31	Bingöl	70	71
Amasya	30	62	Ağrı	71	72
Uşak	31	32	Siirt	72	52
Sinop	32	29	Kilis	73	73
Elazığ	33	30	Çorum	74	75
Şanlıurfa	34	33	Tunceli	75	74
Rize	35	34	Iğdır	76	78
Sivas	36	36	Bayburt	77	76
Konya	37	37	Gümüşhane	78	77
Manisa	38	38	Ardahan	79	79
Bilecik	39	39	Şırnak	80	80
Osmaniye	40	35	Hakkari	81	81
Malatya	41	41			

4.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Adana'ya yerli ve yabancı yatırımların çekilmesi ve istihdam edilebilirliğin arttırılması için tabandan tavana doğru gerekli çalışmaların yapılması gerekmektedir. Adana olarak bu çalışmaların etkin olarak yürütülmesi ve tek bir amaca hizmet etmesini sağlamak amacıyla ortak bir vizyon oluşturulmalıdır. Bu ortak vizyona ulaşmak için kentin tüm paydaşları kurumsal hedefler ve bu hedefleri sağlayacak stratejileri belirlemelidir.

Adana'nın bölgesel rekabet gücü elde etmesini sağlayacak gerekli çalışmaları kentin tüm dinamiklerine yaymak ve Adana'nın tüm paydaş kurum ve kuruluşlarını ortak bir heyecan etrafında toplamak için **2010 – 2011 yılını Adana'ya yatırım kazandırma ve istihdamı arttırma yılı olarak** belirlenmesinin amaca en uygun vizyon olduğunu düşünüyoruz.

2010 – 2011 yılı Adana'ya yatırım kazandırma ve istihdamı arttırma vizyonu çerçevesinde Adana'nın bölgesel rekabet gücünü arttıracak proje önerileri aşağıda sunulmuştur.

4.1. YATIRIMLARIN ADANA'YA KAZANDIRILMASI

Türkiye'nin şu anda dünyadaki konumu gelişmekte olan ülkeler arasındadır. Gelişmekte olan ülkeler her zaman uluslararası yatırımcıların dikkatini çeker. Çünkü gelişmekte olan ülkelerdeki kazanç ve büyüme, gelişmiş ülkelere göre çok daha fazla ve yatırım imkânları çok daha caziptir. Türkiye Avrupa birliği üyeliği yolunda da yatırımcılar için cazip bir ülke durumundadır. Türkiye'nin AB yolunda sürekli ilerlemesi uluslararası yatırımcılara güven vermekte ve ülkemize gelen doğrudan yabancı sermayeyi arttırmaktadır. Türkiye'nin kalkınması AB uyum yasaları ve AB hibe ve destekleri ile birebir ilgilidir. Bu çerçevede Adana'nın da kalkınmasının temel önceliği bu desteklerden maksimum şekilde yararlanarak Adana'ya yatırım sermaye girişinin hızlanmasıdır.

Avrupa Birliğinin kalkınma modeli bölgelerin güçlü özelliklerini kullanacak projelerin üretilerek istihdamın sağlanmasıdır. Bu kapsamda Adana'nın tüm ilçelerinde Kaymakamlık, Belediye Başkanlığı, sivil toplum kuruluşları ile ilçe bazında arama toplantıları yapılarak her bir ilçenin güçlü özellikleri, yatırımcı için caziplikleri belirlenmeli (SWOT Analizi yapılmalı) ve bu özellikleri anlatan ilçeyi tanıtıcı tanıtım kitapçığı, broşürleri ve CD'leri hazırlanmalıdır. Bu çalışmanın sağlayacağı en önemli fayda yatırımcılar açısından ilgili bölgelere yönelik belirsizliklerin ortadan kaldırılmasının sağlanmasıdır.

Hangi ilçelerde, hangi yatırımların, yatırımcılar açısından cazip olacağını belirlemenin ve ilçeyi yatırımcılara tanıtacak tanıtım materyallerinin hazırlanmasının ardından yatırım için gerekli sermaye grupları bölgeye çekilmeye çalışılmalıdır.

Bu sermayeler 4 gruptan oluşmaktadır.

1. Yerli Yatırım Sermayesi
2. AB Destekli Hibe Sermayesi
3. Devlet Teşvikleri Sermayesi
4. Doğrudan Yabancı Yatırım Sermayesi

4.1.1. YERLİ YATIRIMCILARIN ADANA'YA KAZANDIRILMASI

Türkiye'de birçok yerli yatırımcı; projesini hayata geçirecek, yatırımlarını yönlendirebilecek cazip imkânlar aramaktadırlar. Adana iklimi, coğrafi yapısı, liman ve serbest bölgeye olan yakınlığı aynı zamanda Türkiye'nin önemli metropollerinden biri olarak bölgede yatırımcılar için en cazip kent durumundadır.

Bu anlamda Adana'yı yerli yatırımcılara tanıttak Adana'daki sektörel bazda yatırımcılardan oluşan, Adana Ticaret Odası, Adana Sanayi Odası, Adana Ticaret Borsası ve Adana'daki önde gelen işadamları dernekleri temsilcilerinden oluşan bir Adana Yatırım Kazandırma Merkezi (AYKAM) kurulmalıdır. Bu merkez tarafından ülkemizdeki büyük holdingler, anonim şirketler, yatırımcılar ve şirket grupları gezilmeli Adana'daki potansiyel yatırım fırsatları ayrıntılı olarak anlatılmalı, bu büyük yatırımcıların yapmayı düşündükleri yatırımlar öğrenilmeli ve bu kapsamda bu yatırımları çekmek için ne tür cazip tekliflerin sunulabileceği araştırılmalıdır.

Böylece hem Adana büyük yerli yatırımcılara tanıtılacak ve yatırım fırsatları anlatılacak hem de bu yatırımcıların düşündüğü yatırımlar hakkında bilgi sahibi olunacak ve bu yatırımları Adana'ya çekilme noktasında girişimlerde bulunulacaktır.

Tüm dünyada yatırımlar en güvenli ve en cazip imkânların sunulduğu ülkeye ve bölgelere akarlar. Bu kapsamda AYKAM'ın görevi Adana'yı yatırımlar için cazip kılaacak çalışmaları yapmak, bu çalışmaları proje haline getirmek ve bu projeleri yatırımcılara anlatmaktır.

Adana bir sanayi kentidir ve bünyesinde birçok sanayici ve iş adamını barındırmaktadır. Bu kapsamda Adana'daki sanayici ve iş adamlarının bir araya gelerek oluşturacağı yeni yatırımları ilimize kazandıracak bir yapı kurulmalıdır. Bölgemiz için önemli bir fırsat olan BTC projesi kapsamında gerekli olan yeni yatırımlar Adana'daki sanayici ve iş adamlarının güç birliği yapmasıyla Adana'ya kazandırılmalıdır.

4.1.2. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMCILARIN ADANA'YA KAZANDIRILMASI

Türkiye gelişmekte olan bir ÷lke olması nedeni ile yabancı yatırımcıların takip ettiği ve yatırımlarını yönlendirdiği bir ÷lkedir. Adana olarak ÷lkemize gelen bu yabancı yatırımlardan maksimum şekilde pay almak için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Bu kapsamda AYKAM tarafından hazırlanan Adana yatırım tanıtımlarının İngilizce, Almanca, Fransızca, Rusça ve Arapça dillerinde CD'leri, web sayfaları, katalog ve dosyaları hazırlanmalıdır. Tanıtım grubu tarafından ÷lkemize gelen yabancı yatırımcılar ziyaret edilerek bu araçlar ile Adana, yabancı yatırımcılara tanıtılmalıdır. Ayrıca yine bu grup tarafından uluslararası büyük yabancı firmalar, Ticaret ve Sanayi Odaları ziyaret edilmeli ve Adana'nın yatırım fırsatları tanıtılmalıdır.

Yabancı yatırımcıları çekmedeki hedefimiz; özellikle kentimize yüksek katma değer sağlayacak ve birçok sektörde hareketliliğe sebep olacak Otomotiv, Beyaz Eřya, Turizm gibi yatırımları çekmek olmalıdır.

NEDEN BU YABANCI YATIRIM ADANA'YA GELMESİN?

Koreli Hyosung, Çerkezköy'e tekstil girdisi üretim tesisi kuruyor, ABD'li JCI, Torbalı'da klima santrali üretecek

Kore'den Türkiye'ye 130 milyon \$ yatırım

Arolat'tan
**Koreliler'in
sıfırdan yatırım**

Koreli Hyosung ile Arassan Çerkezköy'de 130 milyon dolarlık yatırımdan oluşacak önemli çalışmalar. Bu yatırım, hem ulusal anlamda ilk kez gerçekleştirilen yatırım için ulusal sermayeye kapı açıyor, hem de Türkiye'de tekstil sektörünün kozmetoloji tarafına yükseltilmesine katkı sağlıyor. 13 Eylül'de yapılan toplantıda, görüşmelerin bir parçası olarak, şirket...

**Ozellikle maço, çorap ve i, amaçları
içkiçerimide kullarıdan bir serbestlik
türü olan 'spandeks'in dışarıdaki en
büyük ilacı üreticisi Koreli Hyosung
Corporation, 130 milyon dolarlık yatırımla
Çerkezköy'de fabrika kuruyor.
Terseni mayesten itibaren ve yıl sonuna
kadar faaliyete geçirecek fabrikada
toplam 279 kişi çalışacak.**

**Hyosung Corporation Avrupa ve ABD
Başkanı Greg Vas Nunes, yatırım için
Türkiye'ni seçtiğini Avrupa pazarına
yabancılarına bağlıdır. Nunes, başlangıçta
iç piyasaya çalışacak tesislerin, kapasite
artılıca özellikle Avrupa'ya ihracata
yöneleceğini kaydediyor. Tesislerde yılda 15 bin ton üretim
yapılacak. ■ Wilson ÜSOM'un haberine göre**



Hyosung Türkiye Başkanı Greg Vas Nunes, Çerkezköy'deki tesislerin bir parçası olarak, şirket...

JCI Financial Merkez, Torbalı Yatırımın 8 bin metrekare açık 5 bin 700 metrekareli kapalı alanlı üretilmektedir.

ABD'li JCI, İzmir'de klima santrali üretecek

Dünyada otomotiv, gıda, sistemleri ve yapı etim ABD'li Johnson Controls International (JCI), Torbalı'da iklim kontrol sistemleri konusunda teknoloji geliştirme merkezi kurdu. Merkezde, Türkiye, Ortadoğu ve Avrupa pazarlarına yönelik endüstriyel klima santralleri üretilmektedir.

* Yabancı yatırımcılar Adana'da konuk edilip, Adana'nın cazip yatırım koşulları tanıtıldığı zaman yabancı sermayenin kentimize gelmemesi için hiçbir neden yoktur.

4.1.3. AB DESTEKLİ VE HİBELERİ SERMAYESİNİN ADANA'YA KAZANDIRILMASI

Türkiye'nin, AB ülkeleri milli gelir ortalamasını yakalaması için gelir arttırıcı projeleri ve yatırımları hayata geçirmesi gereklidir. Bu kapsamda AB destekleri ve hibeleri büyük önem kazanmaktadır.

Türkiye'nin ve Adana'nın sorunu olan işsizliğin azaltılmasında AB projeleri iki önemli açıdan önemlidir. İlk olarak AB projeleri sayesinde Adana'daki vasıfsız işsizlerin eğitilerek vasıflı hale getirilmesi sağlanmalıdır. İkincisi ise AB destekli açılan işletmelerde istihdam sağlanmalıdır.

Bu kapsamda hedef, AB destekli hibe projelerinden yararlanarak Adana'da her ilçeye minimum 2 adet işletme kurmak olmalıdır. Bu projeler hazırlanırken ilçe ve beldelerin stratejik özellikleri göz önüne alınacak ve bu stratejik özellikleri fırsatlara dönüştürecek işletmelerin kurulması sağlanmalıdır.

Bu projeler sayesinde hem ilçelerin ve beldelerin genel anlamda kalkınması sağlanacak hem de bölgelerin işsizlik yükü azaltılmış olacaktır.

AVRUPA BİRLİĞİ FONLARI NIÇİN ADANA'NIN ÇEHRESİNİ DEĞİŞTİRMESİN



FEKE MANTARI İÇİN, NARENCİYE İÇİN NEDEN AB PROJELERİ ÜRETİLMESİN



4.1.4. DEVLET TEŞVİKLERİ SERMAYESİNİN ADANA'YA KAZANDIRILMASI

Türkiye de bir takım sektörlerin gelişmesini sağlamak amacıyla sektörel teşvikler verilmektedir. Bu teşviklerin Adana'ya kazandırılmasını sağlayacak projelerin üretilerek yatırıma dönüştürülmesi sağlanmalıdır.

Adana bir tarım kentidir. Bu nedenle tarıma yönelik sanayi ve verilen teşvikler Adana'nın tarım potansiyelini sanayi ile entegrasyonun sağlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda ilçe beldelerimizin fizibilitesi yapılarak her bir beldede kurulabilecek tarımsal işletmeler belirlenmeli ve bu işletmelerin devlet teşviklerinden yararlanması için proje hazırlayacak uzman bir ekip kurulmalıdır. Tüm ilçe ve beldelerimizin işletme projeleri bu ekip tarafından ücretsiz hazırlanmalıdır.

4.2. MEVCUT İŞ GÜCÜNÜN VASIFLARINI GELİŞTİREREK İSTİHDAMI ARTTIRMA PROJESİ

Günümüzde sanayinin en önemli problemi vasıflı ve kalifiye eleman sıkıntısıdır. Ekonomi içerisinde emek yoğun sektörlerin önemi gittikçe azalırken, teknoloji ve bilgi yoğun sektörlerin önemi hızla artmaktadır. Bu sektörler daha çok nitelikli işgücü talep etmektedir. Bu talebin karşılanması için işgücü piyasasının istekleri doğrultusunda, işsizlere nitelik kazandırılması gerekmektedir.

Bu sıkıntı hem yeni yatırımların Adana'ya yönelmesini engellemekte hem de işsizlerin iş bulamamasına sebebiyet vermektedir. Bu bağlamda vasıfsız işsizlere meslek edindirecek birçok hibe programı açılmış fakat Adana bu programlardan yeteri kadar yararlanamamıştır. Göçün entegrasyonunun sağlanmasının ve istihdamı arttırmanın tek yolu vasıfsız gençlerin mesleki eğitimlerden geçirilerek vasıflı iş gücü haline getirilmelerini sağlamaktır.

Bu kapsamda Adana'da AB ve İŞKUR destekli kaynaklardan kurulacak 3 farklı meslek edindirme merkezi açılmalıdır. Bunlardan bir tanesi beyaz yakalılara yönelik, bir tanesi teknik eleman yetiştirmeye yönelik, bir tanesi de girişimci yetiştirmeye yönelik olmalıdır.

4.3. KOBİ'LERİ BÜYÜTÜYORUZ, İSTİHDAMI ARTTIRIYORUZ PROJESİ:

Kapanan büyük işletmelerin yerine yeni büyük işletmelerin kurulmaması ve yabancı yatırımların Adana'ya gelmemesi sebebiyle küçük ve orta ölçekli işletmeler Adana ekonomisinin can damarı haline gelmiştir. Adana'da yaklaşık 1500 küçük ve orta ölçekli işletme bulunmaktadır. Ancak Adana'daki çoğu KOBİ; finans kaynaklarının yetersizliği, yeni teknolojilere uyum sağlayamaması, dış pazarlara entegre olamaması nedeniyle gelişmemiştir. Bu gelişmemenin en önemli nedeni küçük ve orta ölçekli işletmelerin birçok hibe ve destek kredilerinden haberlerinin olmamasıdır. İstihdamı özendirici projelere sağlanacak hibe ve desteklerle KOBİ'lerin % 50'sinin 5 yeni adam istihdam ettiği düşünülürse, $750 \times 5 = 3750$ kişinin istihdama kazandırıldığı görülecektir. Bu kapsamda KOBİ'LERİ BÜYÜTÜYORUZ, İSTİHDAMI ARTTIRIYORUZ projesi ile istihdam için küçük ve orta ölçekli işletmeler teşvik edilmelidir. Bu projenin alt yapısı KOSGEB, İŞKUR ve Kalkınma Ajansı hibe ve kredileriyle gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKLAR

KARA,M. Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kavramı, DPT

URAK, İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2008-2009, Deloitte

PORTER, M.E., Competitive Advantage of Nations, The MacMillan Press

TUBİTAK, Rekabet Edebilirlik ve Yenilik Programı, 2007-2013