



**TÜRKİYE SU ÜRÜNLERİ YETİŞTİRİCİLİĞİ
İŞLETMELERİNİN ULUSLARARASI REKABETÇİLİK
DURUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**2019
DOKTORA TEZİ
İŞLETME**

Görkem DALKIRAN

**TÜRKİYE SU ÜRÜNLERİ YETİŞTİRİCİLİĞİ İŞLETMELERİNİN
ULUSLARARASI REKABETÇİLİK DURUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Görkem DALKIRAN

T.C.

Karabük Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalında

Doktora Tezi

Olarak Hazırlanmıştır

KARABÜK

Ocak 2019

İÇİNDEKİLER

| | |
|--|----|
| İÇİNDEKİLER..... | 1 |
| TEZ ONAY SAYFASI..... | 4 |
| DOĞRULUK BEYANI | 5 |
| ÖNSÖZ | 6 |
| ÖZ..... | 9 |
| ABSTRACT..... | 10 |
| ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ..... | 11 |
| ARCHIVE RECORD INFORMATION | 12 |
| KISALTMALAR | 13 |
| ARAŞTIRMANIN KONUSU | 15 |
| ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ..... | 18 |
| ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ..... | 20 |
| ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM | 23 |
| EVREN VE ÖRNEKLEM | 25 |
| KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER | 27 |
| 1. BİRİNCİ BÖLÜM-ULUSLARARASI REKABETÇİLİK..... | 29 |
| 1.1. Rekabetçilik Kavramı..... | 29 |
| 1.2. Rekabetçilik Analizi..... | 32 |
| 1.2.1. İşletme Düzeyinde Rekabetçilik | 32 |
| 1.2.2. Sektör Düzeyinde Rekabetçilik..... | 33 |
| 1.2.3. Ulusal/Uluslararası Düzeyde Rekabetçilik..... | 38 |
| 1.2.4. Rekabet Stratejileri..... | 39 |
| 1.3. Uluslararası Rekabetçilik Yaklaşımları..... | 43 |
| 1.3.1. Klasik Yaklaşımlar | 43 |
| 1.3.1.1. Merkantalizm | 43 |
| 1.3.1.2. Mutlak Üstünlükler..... | 44 |
| 1.3.1.3. Karşılaştırmalı Üstünlükler | 44 |
| 1.3.1.4. Diğer Teoriler | 48 |
| 1.3.2. Modern Yaklaşımlar..... | 50 |
| 1.3.2.1. Elmas Modeli | 50 |

| | |
|---|-----------|
| 1.3.2.2. Çifte Elmas ve Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli..... | 55 |
| 1.3.2.3. Dokuz Faktör Modeli..... | 58 |
| 1.3.2.4. Diğer Teoriler | 59 |
| 2. BÖLÜM-SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİNE GEÇMİŞTEN GELECEĞE BİR BAKIŞ..... | 61 |
| 2.1. Dünya Su Ürünleri Üretiminin Mevcut Durumu..... | 61 |
| 2.2. Türkiye Su Ürünleri Üretiminin Mevcut Durumu | 68 |
| 2.3. Türkiye Su Ürünleri Üretiminin Rekabet Gücü ve Su Ürünleri Yetiştiriciliği İle İlişkisi..... | 75 |
| 2.4. Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği ve İhracatı Gelecek Öngörüsü | 83 |
| 3. BÖLÜM-ALAN ARAŞTIRMASI..... | 88 |
| 3.1. Araştırmanın Tanıtılması..... | 88 |
| 3.1.1. Ampirik Literatür..... | 88 |
| 3.1.1.1. Elmas Modeli İle Yapılan Bazı Çalışmalar..... | 88 |
| 3.1.1.2. Su Ürünleri Sektörünün Rekabetçiliği Üzerine Yapılmış Bazı Çalışmalar..... | 92 |
| 3.1.2. Araştırma Kapsamı ve Sınırlılıklar..... | 96 |
| 3.1.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi..... | 97 |
| 3.2. Araştırma Yöntemi | 97 |
| 3.3. Bulgular..... | 97 |
| 3.3.1. Verilerin Analizi..... | 98 |
| 3.3.2. Çalışmanın Güvenilirlik ve Geçerliliği | 101 |
| 3.3.3. Normallik Testleri..... | 101 |
| 3.4. Tanımlayıcı İstatistikler..... | 102 |
| 3.4.1. Paydaşlara Ait Demografik Özellikler..... | 102 |
| 3.4.2. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler | 105 |
| 3.5. Fonksiyonel Değişkenler | 109 |
| 3.5.1. Sektör Beklentileri | 109 |
| 3.5.2. Rekabete Etki Eden Beş Kuvvet..... | 111 |
| 3.5.3. Uluslararası Rekabetçilik Düzeyi (Elmas Modeli)..... | 112 |
| 3.6. Hipotez Testleri | 117 |
| 3.6.1. Paydaşlar Arasında Sektör Beklentileri Farklılıkları | 117 |
| 3.6.2. Paydaşlar Arasında Rekabeti Etkileyen Kuvvetlerin Farklılıkları | 119 |
| 3.6.3. Paydaşlar Arasında Elmas Modeli Faktörü Farklılıkları..... | 120 |

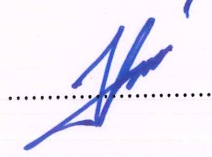
| | |
|-------------------------------|------------|
| SONUÇ | 123 |
| KAYNAKÇA..... | 133 |
| TABLolar LİSTESİ | 145 |
| ŞEKİLLER LİSTESİ | 147 |
| EKLER | 148 |
| ÖZGEÇMİŞ | 163 |

TEZ ONAY SAYFASI

Görkem DALKIRAN tarafından hazırlanan “TÜRKİYE SU ÜRÜNLERİ YETİŞTİRİCİLİĞİ İŞLETMELERİNİN ULUSLARARASI REKABETÇİLİK DURUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA” başlıklı bu tezin Doktora Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Fatma Zehra TAN

Tez Danışmanı, İşletme Anabilim Dalı



Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)

İmzası

Başkan : Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA (KBÜ)



Üye : Prof. Dr. Fatma Zehra TAN (KBÜ)



Üye : Prof. Dr. Ahmet Ferda ÇAKMAK (BEÜN)



Üye : Doç. Dr. Birol BAKİ (SÜ)



Üye : Doç. Dr. Ozan BÜYÜKYILMAZ (KBÜ)



26.12.2019

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Doktora derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü



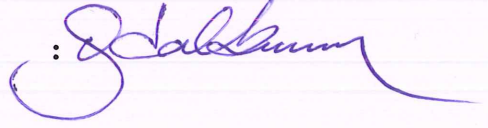
DOĞRULUK BEYANI

Doktora tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntuların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

Adı Soyadı: Görkem DALKIRAN

İmza

: 

ÖNSÖZ

M.Ö. (540?-470) Efes'te yaşamış Sokrates öncesi Yunan filozof Heraklitos, ünlü sözünde şöyle der: “Değişmeyen tek şey, değişimdir.” Bu; günümüz dünyasında sadece işletmeler için değil, bireyler için de göz önünde tutulması gereken bir felsefedir. Sürekli değişen çevre ortamında bireylerin değişmeden aynı kalması düşünülemez.

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumunda Uzman olarak göreve başladıktan sonra, projelerin inceleme, uygulama ve izleme süreçlerini kapsamlı bir şekilde ele alırken, inşaat, tarım ve hayvancılık, işletme, muhasebe, ekonomi gibi farklı disiplinleri ilgilendiren hususlarda da birçok yeni kavramla tanıştım. Yüksek lisansını fen bilimlerinde tamamlamış biri olmama rağmen sosyal bilimler disiplinine giren konulara ilgim gittikçe arttı. Bu vesileyle işletme lisans eğitimine başlamamla birlikte bu disiplinle tanışma sürecim de böylelikle başlamış oldu. Bu süreçte işletme disiplinin aslında tüm sektörlerle doğrudan ya da dolaylı ilişkisi nedeniyle, özellikle su ürünleri gibi spesifik bir konuya bu pencereden bakmak için ciddi bir paradigma değişikliğine ihtiyaç olduğunu anladım. Zira öncesinde bir üniversitenin fen bilimleri enstitüsünün su ürünleri yetiştiriciliği ana bilim dalı için açmış olduğu doktora programına yapmış olduğum başvurunun mülakatında Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin ekonomik ve yapısal analizini konu alan bir doktora tezi yürütmek istediğimi söylediğimde, süreç benim bu doktora programına kabul edilmememle sonlanmıştı. Oysa işletme disiplini açısından bakıldığında, bir sektörün verimlilik analizini de içerebilecek böyle bir çalışmanın halen oldukça önemli olduğu kanaatindeyim. Geçen süreçte bu ve benzer konularda yapılan çalışmaların sayısının artması da aslında bu bakış açısının ne kadar haklı olduğunun bir göstergesi sayılabilir.

Tüm bu yaşadıklarım, yapmak istediklerimin farklı bir pencereden bakılmasıyla gerçekleştirilebileceği düşüncesini ortaya çıkardı ve nihayetinde İşletme anabilim dalında başladığım doktora eğitim sürecinde bu tez konusu böylece ortaya çıkmış oldu.

Disiplinler arası (multi-disipliner) anlayış çalışma ve sosyal hayatın her evresinde kabul görmektedir. Üniversiteler artık farklı anabilim dalları arasında yatay ve dikey entegrasyonun sağlandığı eğitim modellerine dönüşüm sergilemektedirler. Birçok fakülte/yüksekokulda, öğrencilere farklı alanlardan seçmeli dersler vermek sureti ile mezunların çok yönlü bakış açılarıyla iş hayatına atılmasının hedeflendiğini görmekteyiz. Dolayısıyla sürekli gelişen ve değişen şartlara uyum sağlayabilmek-hatta

o şartları yaratmak-için artık tek bir disipliner bakış açısıyla meslek icra etme fikrinin geride kaldığını söylemek pek de yanlış olmaz. Önerilen, tek bir alanda uzmanlaşmak fikri olsa da, farklı alanlarda da temel konuların bilinmesi gerekliliği yadsınamaz bir gerçektir. Dolayısıyla artık insan anatomisi bilen mühendislerin yetiştirilmesi, yönetim bilimindeki çevre değişkenini klasik fizik ve kuantum fiziği ile açıklayan işletme yönetimi çalışmaları yapılması, bir elektrik elektronik mühendisinin başarılı bir finans profesörü olabilmesi gibi örnekler artık bizleri şaşırtmamalıdır.

Değişime ayak uyduramayanlar yok olurlar, değişime ayak uyduranlar rekabet yaratırlar, ama değişimi şekillendirenler fark yaratırlar.

Öncelikle tüm doktora eğitimim boyunca ve bu tezin hazırlanmasında her türlü desteklerini ortaya koyan danışmanım sayın Prof. Dr. Fatma Zehra TAN ve Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA hocalarım başta olmak üzere, yaşadığım tüm süreçlerde gerek teknik bilgi, gerek akademik, gerek manevi tüm desteğini esirgemeyen Doç. Dr. Birol BAKİ hocama şükranlarımı sunmak isterim. Verilerin toplanması ve gerekli izinlerin alınması süreçlerinde çok desteğini gördüğüm Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğünden Hamdi ARPA ağabeyim başta olmak üzere Su Ürünleri Yetiştiriciliği Daire Başkanı Sayın Özerdem MALTAŞ'a, Genel Müdür Yardımcısı Sayın Turgay TÜRKYILMAZ'a, Genel Müdürümüz Sayın Dr. M. Altuğ ATALAY'a ve tüm Genel Müdürlük çalışanlarına, Tarım ve Orman Bakanlığı Muğla İl Müdürlüğü Balıkçılık ve Su Ürünleri Şube Müdürü Tanju ÖZDEMİRDEN başta olmak üzere tüm taşra teşkilatı çalışanlarına çok teşekkür ederim. Anketin oluşumu esnasında değerli görüşlerinden faydalandığım Dr. M. Selçuk UZMANOĞLU'na ve FAO gibi bir kuruluşu teze dahil etmemde emeği geçen Dr. Atilla ÖZDEMİR'e de ayrıca teşekkür etmem gerekir. Çalışmanın sektörde yer alan işletmelerle ilgili yürütülen kısmında eşsiz desteklerini gördüğüm üniversiteden arkadaşlarım Su Ürünleri Mühendisleri Serhat SÜMER, Ozan ÖZTOPRAK, Halit ŞAHİN ve Osman ŞAHİN'e, değerli meslektaşım Dr. Elif Seda ÖZBEK'e, çalışma arkadaşlarım TKDK Isparta İl Koordinatörlüğü Yerinde Kontrol Birim Amiri Mustafa AKSU'ya, Çanakkale İl Koordinatörlüğü İletişim Uzmanı Zafer GÜNGÖR'e, Kastamonu İl Koordinatörlüğü Yerinde Kontrol Uzmanı Burak ÖZBEK'e, çalışma arkadaşım ve kardeşim Ordu İl Koordinatörlüğü Yerinde Kontrol Uzmanı Talha Giray DALKIRAN'a ve değerli zamanlarını ayırarak ankete katılım sağlayan ve çok önemli görüşlerini sunan tüm işletme sahipleri ve çalışanlarına çok müteşekkirim. Burada ismini saydığım ya da sayamadığım emeği geçen tüm büyüklerim, dostlarım ve

arkadaşlarım olmaksızın bu çalışmayı tamamlamak mümkün olmazdı. Bu nedenle herkese çokça teşekkürler.

Ama belki de en özel teşekkürü tüm bu süreçte onlardan almak zorunda kaldığım zaman nedeniyle ihmal edebilmiş olacağım ailem; eşim Münevver ve kızlarım Derin ve Doğa hak ediyor.

Çalışmamın tamamlanmasında emeği geçen herkese sonsuz şükranlarımı sunarım.

ÖZ

Ülkemiz su ürünleri üretiminin yarısını karşılayan su ürünleri yetiştiriciliği işletmeleri, son yıllarda üretime yapmış olduğu katkıyla oldukça göze çarpmaktadır. Gelecekte ülkemizin ekonomik büyümesine daha da katkı sağlayabilmesi için bu endüstrinin rekabetçilik düzeyinin belirlenmesi ve buna ilişkin yönetsel stratejilerin geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu çalışmada Türkiye su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik durumunun belirlenmesi ve işletmeler, bakanlık birimleri, üniversite-araştırma birimleri ve STK ve diğer kuruluşlar olmak üzere farklı paydaşlar açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre katılımcılar yetiştiricilik üretim miktarının gelecekte genel olarak artış göstereceği, sektör kar marjının orta olduğunu ve sektördeki bir işletmenin seçmesi gereken jenerik strateji yaklaşımının farklılaştırma olması gerektiğini belirtmiştir. Her üç değişken için de gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklar tespit edilmiştir. Sektör rekabetini etkileyen kuvvetler etki derecesine göre *Firmalar Arası Çekişme, İkame Ürünlerin Etkisi, Tedarikçilerin Gücü, Alıcıların Gücü* ve *Sektöre Yeni Giriş* olarak belirlenmiştir. Rekabeti etkileyen kuvvetlerden sadece ikame ürünleri etkisi kuvveti için paydaşlar arasında istatistiksel açıdan fark tespit edilmiştir. Ayrıca elmasın köşelerini oluşturan faktörlerin etki derecesi sırasına göre *Şans, Firma Yapısı, Rekabet ve Strateji, Faktör Koşulları, Talep Koşulları, Devlet ve İlgili ve Destekleyici Endüstriler* olduğu görülmektedir. Elmas faktörlerinden faktör koşulları ve ilgili ve destek endüstriler faktörleri için paydaşlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu anlaşılmıştır. Buna göre tüm paydaşlardan elde edilen veriler ile Türkiye su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabet düzeyi **orta** olarak tespit edilmiştir. Çalışma sonucuna göre rekabetçilik düzeyinin artırılabilmesi için bölgesel ölçekte kümelenme çalışmalarının yapılması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Su Ürünleri Yetiştiriciliği; Rekabetçilik; Elmas Modeli

ABSTRACT

Aquaculture businesses, which have supplied half of fisheries production of Turkey, has recently attracted the attention with important contribution to the production. It is thought that it needs to determine the competitiveness position of the industry, and there is a need to develop administrative strategies related to this in order to contribute to Turkey's economic growth in the future. In this study, it has been aimed to determinate what is international competitiveness position of aquaculture businesses in Turkey, and to evaluate of its in terms of stakeholders as firms (F), ministry units (MU), university-research institute (URI) units and NGO's and other institutions (NGO). According to result of the research, participants has generally expressed an opinion that production amount of the sector will increase in the future, profit margin of sector is middle, and generic strategy approach of a firm on the sector should be differentiation. There are statistically significant differences among all groups for three variables. Porter's five forces are *Intensity of Competitive Rivalry, Threat of Substitute Products, Bargaining Power of Suppliers, Bargaining Power of Buyers and Threat of New Entrants* respectively. There is significant difference for only threat of substitute products force. Additionally, diamond model factors are *Chance, Firm Strategy, Structure and Rivalry, Factor Conditions, Demand Conditions, Government, and Related and Supporting Industries* respectively. There are statistically significant differences among groups for only factor conditions and related and supporting industries factors. It is consequently revealed with data obtained from all stakeholders that international competitiveness position of aquaculture businesses in Turkey is **middle**. According to result of this study, it is advised that regional clustering studies should be done in order to increase competitiveness.

Keywords: Aquaculture; Competitiveness; Diamond Model

ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

| | |
|---------------------------|---|
| Tezin Adı | Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği İşletmelerinin Uluslararası Rekabetçilik Durumu Üzerine Bir Araştırma |
| Tezin Yazarı | Görkem DALKIRAN |
| Tezin Danışmanı | Prof. Dr. Fatma Zehra TAN |
| Tezin Derecesi | Doktora |
| Tezin Tarihi | Aralık/2019 |
| Tezin Alanı | İşletme |
| Tezin Yeri | KBÜ/LEE |
| Tezin Sayfa Sayısı | 163 |
| Anahtar Kelimeler | Su Ürünleri Yetiştiriciliği; Rekabetçilik; Elmas Modeli |

ARCHIVE RECORD INFORMATION

| | |
|------------------------------|--|
| Name of the Thesis | A Study on International Competitiveness of Aquaculture Businesses in Turkey |
| Author of the Thesis | Görkem DALKIRAN |
| Advisor of the Thesis | Prof. Dr. Fatma Zehra TAN |
| Status of the Thesis | Doctorate Thesis |
| Date of the Thesis | December/2019 |
| Field of the Thesis | Business and Administration |
| Place of the Thesis | KBU/LEE |
| Total Page Number | 163 |
| Keywords | Aquaculture; Competitiveness; Diamond Model |

KISALTMALAR

| | |
|--------------|---|
| AB | : Avrupa Birliği |
| ABD | : Ana Bilim Dalı |
| AKÜ | : Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler |
| AR-GE | : Araştırma-Geliştirme |
| BSGM | : Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü |
| ÇED | : Çevresel Etki Değerlendirmesi |
| D | : Dernek (Muğla Kültür Balıkçıları Derneği) |
| FAO | : Food and Agriculture Organization |
| GSYİH | : Gayri Safi Yurt İçi Hasıla |
| IPARD | : Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Programı |
| KDV | : Katma Değer Vergisi |
| KKYDP | : Kırsal Kalkınma Yatırımları Destekleme Programı |
| KOBİ | : Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler |
| MB | : Merkez Birliği (Su Ürünleri Yetiştiricileri Üretici Merk. Bir.) |
| MÖ | : Milattan Önce |
| TDK | : Türk Dil Kurumu |
| THY | : Türk Hava Yolları |
| TÜİK | : Türkiye İstatistik Kurumu |
| RC | : Revealed Competitiveness |
| RCA | : Revealed Comperative Advantage |
| RMA | : Revealed Import Advantage |
| RTA | : Relative Trade Advantage |
| RXA | : Revealed Export Advantage |
| STK | : Sivil Toplum Kuruluşu |

T.C. : Türkiye Cumhuriyeti
USD : Amerikan Doları
WEF : World Economic Forum

ARAŞTIRMANIN KONUSU

Dünya nüfusundaki artışla birlikte artan protein ihtiyacının karşılanmasında balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği ürünleri değerlendirilmesi gereken önemli bir besindir. Ancak doğal kaynaklar üzerindeki aşırı ve bilinçsiz avcılık baskısı, iklimsel değişimler, teknolojik ilerlemeler ve balıkçı filolarındaki niteliksel ve niceliksel artışlar gibi nedenlerden ötürü avcılık yoluyla elde edilen miktarlarda yıldan yıla yaşanan azalma, bu açığın karşılanmasında su ürünleri yetiştiriciliğini daha da ön plana çıkarmaktadır. Nitekim istatistiklere bakıldığında son 16 yılda su ürünleri yetiştiriciliğinden elde edilen üretim miktarının 79 bin tondan 314 bin tona çıkmak suretiyle yaklaşık 4 kat arttığı, yetiştiricilik ürünlerinin toplam üretimi karşılama oranının ise %13'lerden, %50'nin üzerine çıktığı görülmektedir (TÜİK, 2019). Ayrıca Türkiye, su ürünleri yetiştiriciliği bakımından Avrupa Birliği üye ülkeleri ile karşılaştırıldığında üretim miktarları açısından İspanya'dan sonra ikinci sırada, Avrupa kıtası ülkeleri arasında ise Norveç ve İspanyanın ardından üçüncü sırada yer almaktadır (FAO, 2018). Tüm bu gelişmeler doğrultusunda Türkiye su ürünleri ihracatında da önemli ilerlemeler yaşanmış ve nihayetinde ülkemiz toplam su ürünleri üretiminin yaklaşık %20'sini ihraç eder konuma gelmiştir. En çok ihracat yapılan ülkeler sıralamasında ilk üçte Hollanda, Almanya ve İtalya bulunmaktadır. Bu üç ülkeye yapılan ihracat, toplam ihracatın %55'ini oluşturmaktadır (TÜİK, 2018).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte bilgi ve iletişim olanaklarının artması tüm dünyada ekonominin de küresel bir kimlik kazanmasına neden olmuştur. Böylelikle rekabet kavramı hem işletme, hem ilgili endüstri ve hem de ülke düzeyinde her kesim için oldukça önemli bir hale gelmiş, konunun önemi dolayısıyla da rekabetçilik ve rekabet gücü kavramları, yönetim üzerine yapılmış çalışmalarda sıklıkla yer almıştır. Özellikle stratejik yönetim konusunda rekabetçilik konusu oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü modern stratejik yönetim görüşünde, rekabet üstünlüğü bulunmayan ve rakiplerinin kendi üstünlüklerini ve verimliliklerini devamlı arttırmaları sonucu verimliliğini her geçen gün kaybeden işletmelerin piyasadan çekileceği ileri sürülmektedir. Bu nedenle modern stratejik yönetim düşüncesi işletmelerin uzun dönemde yaşamlarını sürdürebilmeleri adına rekabet üstünlüğü elde etmek için uğraşmaları gerektiğini vurgulamakta, rekabet üstünlüğünün de ancak değer yaratan stratejilerin geliştirmesi ile mümkün olduğu belirtilmektedir (Ülgen & Mirze, 2013, s.

32). Strateji geliştirecek kişi ya da birimin yapacağı ilk iş ise, özünde rekabeti anlamak ve onunla başa çıkmaktır (Porter M. , 2013, s. 55).

Türk Dil Kurumu, rekabeti “Aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” olarak tanımlamaktadır¹. İşletmecilik disiplininde ise rekabet “İki veya daha fazla işletmenin belirli bir tüketici grubunu hedefleyerek belirli bir üretime ve/veya hizmete ilişkin etkinlik ve verimliliğini arttırarak rakiplerine üstünlük sağlama çalışması” olarak tanımlanmıştır (Koç & Özbozkurt, 2014, s. 86). Rekabetçilik, rekabet gücü gibi kavramlar üzerinde, değişik disiplinlerdeki bilim adamlarının ve kurumların çok yönlü yaklaşımları ve konuyu farklı açıdan ele almaları nedeniyle ortak bir görüşe varılamamaktadır. Endüstriyel Rekabet Komisyonu rekabet gücünü “Ülkelerin serbest ve yerleşmiş pazar koşulları altında vatandaşların reel getirilerini arttırmaya çalışırken, aynı anda ürettiği ürün ve hizmetleri uluslararası piyasalara sunabilmeleri ve başarılı olabilmeleri” şekilde tanımlarken (Çivi, 2001, s. 22), Dünya Ekonomik Formu ise “Bir ülkenin verimlilik seviyesini belirleyen faktörlerin, politikaların ve kurumların bir karması” olarak ele almakta, Yönetim Geliştirme Enstitüsü ise “Devletin, ülkelerdeki işletmelere daha fazla değer yaratabilmelerini sağlayacak, halkına ise yüksek refaha ulaşmalarını mümkün kılacak bir ortam sunabilme yeteneği” olarak tanımlamaktadır (Gökmenoğlu, Akal, & Altunışık, 2012, s. 5).

Rekabet gücü akademik olarak işletme ve endüstri düzeyinde olmak üzere mikro, ve ülke düzeyinde olmak üzere ise makro düzeyde incelenmektedir. Mikro düzeyli yaklaşımda işletmeler arasındaki rekabet ve bu rekabetin hem ulusal hem de uluslararası seviyedeki etkileri incelenirken, makro düzeyde ise ülkenin uluslararası rekabetçilik konumuna odaklanılmaktadır (Çivi, 2001, s. 22).

İşletme disiplini bağlamında uluslararası rekabet gücü kavramını farklı model ve parametreler ile tanımlayan çalışmalar var olsa da, bu kavramın açıklanması noktasında genel olarak kabul edilen model, Michael E. Porter’in önermiş olduğu ve “Elmas Modeli” olarak adlandırdığı modeldir.

Michael E. Porter 1990 yılında yayımlamış olduğu *Ulusların Rekabet Üstünlüğü*² adlı kitabında Elmas Modeli olarak adlandırdığı bir model geliştirmiştir. Bu model bir endüstrinin rekabet üstünlüğünün kıyaslanmasında kullanılan ve bazı

¹ http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&view=gts (Erişim tarihi 15.11.2016)

² Michael E. Porter (1990) *The Competitive Advantages of Nations: with a new introduction* The Free Press ISBN0-684-84147-9.

Ülkelerin diğerlerine kıyasla bazı endüstrilerde neden daha başarılı olduklarını gösteren en iyi model olarak gösterilmektedir. Model, işletmeler arasındaki rekabet anlayışını değiştiren bir paradigmayı açıklamakta ve bazı endüstri ve ülkelerin uluslararası pazarda neden diğerlerine kıyasla rekabet üstünlüğü elde edebildiği sorusuna cevap bulmaya çalışmaktadır (Mboya & Kazungu, 2015, s. 129)

Bu çalışmada, ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik düzeyinin Porter'ın elmas modeli ile tespit edilmesi ve özel sektör, bakanlık, araştırma birimleri ve STK'ları da içerecek Şekilde tüm paydaşlar açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Ülkemizde balıkçılık ve ilişkili olduğu faaliyet alanları göz önüne alındığında avcılık ve yetiştiricilik de dahil olmak üzere balıkçılığın kırsal nüfusun %3'ünü bünyesinde barındıran bir sektör olduğu belirtilmektedir (Sarıözkan, 2016, s. 20). Su ürünleri yetiştiriciliği de esasen kırsal bir endüstridir ve %95 düzeyinde kırsal alanlarda gerçekleşen bir faaliyettir (Yavuzcan, ve diğerleri, 2010, s. 768). Dolayısıyla bu %3'lük oranda su ürünleri yetiştiriciliğinin yeri oldukça açıktır. Öte yandan istatistiklere bakıldığında son on yılda su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarında ortalama %12 büyüme gözlemlenmektedir. Ayrıca su ürünleri ihracatımız her geçen gün artmakta, sektör uluslararası pazarda da etkin bir konuma ulaşmaktadır. Su ürünleri ihracatında dış pazarımızın önemli bir kesimini AB ülkeleri oluşturmakta ve bu ülkelere ihraç edilen ürünlerin başında ise yetiştiricilik yolu ile elde edilen ürünler gelmektedir (TÜİK, 2018).

Bu açılarından bakıldığında ülkemiz için önemli bir yeri olan su ürünleri yetiştiriciliği endüstrisinin uluslararası pazardaki rekabetçilik düzeyinin tespit edilmesi ile rekabetçilik gücünün sürdürülebilirliğinin sağlanması ve artırılması için birtakım stratejiler geliştirilmesi, ülke ekonomisine katkı sağlaması açısından da önemlidir. Ayrıca literatüre bakıldığında su ürünleri yetiştiriciliği işletmeleri üzerine, gerek sektördeki işletmeleri etkileyen temel ve alt faktörlerin rekabetçilik pozisyonunu ortaya çıkarması üzerine yapılmış yeterli düzeyde çalışmaların olmaması, gerekse çalışmanın rekabet literatüründe açıklayıcılığı kabul görmüş olan elmas modeli ile gerçekleştirilecek olması da araştırmayı önemli kılmaktadır. Bunun yanı sıra rekabetçilik düzeyleri ve rekabet gücünün belirlenmesi konuları üzerine son yıllarda yapılan lisansüstü çalışmalar incelendiğinde, değişik sektörlerde yapılan çalışmaların genelde bölgesel ölçekte yapılan ya da sektörlerin alt dallarına odaklanılan çalışmalar olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmada veri toplanacak ana kütleye sadece denizlerde ve iç sularda su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmeler değil, aynı zamanda sektörün içindeki diğer aktörler de (üretici birlikleri, dernekler gibi sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve araştırma enstitüleri gibi araştırma birimleri ve yasal düzenleme ve kontrollerden sorumlu kamu kuruluşları) dahil edilmiş ve su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin rekabetçiliği konusuna ulusal ölçekte bütüncül bir yaklaşım sergilenmiştir. Böylelikle çalışma, konu üzerinde bu ölçekte ampirik olarak yapılmış ilk çalışma olma özelliği taşımaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analiz

edilmesi suretiyle Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin rekabetçilik düzeyi belirlenerek, ulusal ve uluslararası pazar payının arttırılmasına yönelik stratejiler geliştirilebilmesi suretiyle gerek ilgili sektöre, gerekse bilime katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik düzeyinin Porter (1990)'ın elmas modeli ile belirlenmesidir. Araştırma kapsamında rekabetçilik durumunun tüm paydaşları kapsayacak şekilde bir bütün olarak tespit edilmesi, rekabetçilik düzeyinin ve rekabet yapısının temel özelliklerinin ortaya konması ve uluslararası pazar payının arttırılmasına yönelik stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlanması hedeflenmektedir. Bu kapsamda; su ürünleri yetiştiriciliği konusunda faaliyet gösteren işletmeler, Tarım ve Orman Bakanlığı birimleri, su ürünleri ve balıkçılık konusunda faaliyet gösteren üniversiteler ve araştırma birimleri, sivil toplum kuruluşları ve diğer kuruluşlar olmak üzere paydaşlardan elde edilen verilerin analizinin yapılmasıyla, su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin rekabetçilik durumunun ve rekabet yapısının temel özelliklerinin paydaşlar açısından da değerlendirilmesi yapılabilecektir. Ayrıca araştırma sonucunda rekabet avantajı elde edebilmek ve bu avantajın sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesine katkıda bulunacak stratejilerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmada nicel araştırma yönteminden faydalanılmıştır. Çalışmanın amacı göz önüne alınarak literatürde rekabetçilik düzeyi ve rekabet gücü üzerine yapılmış çalışmalar ışığında teorik arka plan olarak Michael E. Porter (1990) tarafından geliştirilen elmas modeli kullanılmıştır. Veriler birincil veri toplama tekniklerinden anket yönetimiyle toplanmıştır. Bunun için Porter (1990)'ın çizdiği teorik arka plan çerçevesinde rekabet literatürü incelenmek suretiyle elmas modelinde yer alan faktörleri tanımlayacak şekilde araştırmacı tarafından her bir paydaşa uygulanacak anket formları hazırlanmıştır (EK-1). Anket formunun hazırlanması esnasında konu uzmanı bazı akademisyenlerin de görüşleri alınmıştır. Hazırlanan anketler iki kısımdan oluşmaktadır. Anketin birinci kısmında çalışma kapsamına alınan işletmeler, bakanlık birimleri, üniversiteler-araştırma birimleri ve STK ve diğer kuruluşlarından oluşan paydaşların kurumsal bilgileri ile ankete katılanların demografik değişkenlerinin belirlenebilmesi amacıyla oluşturulan sorular ve sektörel beklentileri içeren sorular bulunmaktadır. Anketin ikinci kısmında ise rekabetçilik durumunun belirlenebilmesi için elmas modeli faktörlerine göre oluşturulmuş önermeler bulunmaktadır. Bu kısım elmasın köşelerini oluşturan faktörlerin düzeyinin belirlenebilmesi amacıyla 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum). Buna göre her bir paydaşı için ayrı ayrı olmak üzere toplam 4 adet anket hazırlanmıştır. Hazırlanan anketlerin paydaşlara göre soru sayısı dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1 Veri Toplama Aracının Soru Sayısı Dağılımı

| Paydaş Adı | 1. Kısım | 2. Kısım |
|-------------------------|----------|----------|
| İşletmeler | 20 | 37 |
| Bakanlık Birimleri | 10 | 37 |
| Üniv.-Arş. Birimleri | 14 | 37 |
| STK ve diğer kuruluşlar | 11 | 37 |

Veri toplama aracının hazırlanmasından sonra çalışmanın kapsamında yer alan paydaşlardan olmak üzere bir pilot çalışma yürütülmüş ve anketin güvenilirlik analizi yapılmıştır. Yapılan analizde veri toplama aracının yüksek güvenilirlikte çıkması (Cronbach alfa:0,85) ve yapılan istatistiksel analize göre anketten çıkarıldığında ölçeğin güvenilirliğini önemli ölçüde arttırdığı görülen herhangi bir ifade bulunmaması nedeniyle anketin bu haliyle uygulanabilir olduğu kanaatine varılmıştır. Anketin uygulanabilmesi için T.C. Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları

Etik Kurulunun 01.11.2017 tarih ve 2017/05 sayılı izni (EK-2) ve T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğünün 09.11.2017 tarih ve E.2764676 sayılı izinleri alınmıştır (EK-3). En nihayetinde veriler, anketlerin örnekleme yer alan katılımcıların cevaplanma ve araştırmacıya posta, elektronik posta ya da çevrim içi yöntemle ulaştırması suretiyle toplanmıştır.

Verilerin toplanmasının ardından anketin öncelikle güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bir araştırmada elde edilen verilerin güvenilirliğinin belirlenmesi, anketin iyi olduğunun anlaşılabilmesi için önemlidir. Araştırma kapsamında kullanılan anketin güvenilirliğinin saptanmasında Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı kullanılmıştır. Kabul edilebilir alfa değerleri ile ilgili farklı yorumlamalar bulunmakla beraber, genel kanı ölçeğin güvenilir olduğunu söyleyebilmek için bu katsayının 0,70 ile 0,95 aralığı arasında olması gerektiğidir (Tavakol & Denninck, 2011, s. 54). Bununla beraber ölçeğin güvenilirlik testi sonucunda elde edilen değerin 0,50'den daha az olması durumunda ölçeğin düşük güvenilirlikte, 0,50 ile 0,80 arasında olması durumunda ölçeğin orta seviyede güvenilirlikte ve 0,80'den daha büyük olması durumunda ise ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğu belirtilmektedir (Salvucci, Walter, Conley, Fink, & Saba, 1997, s. 115).

Bunun yanı sıra anketin geçerliliği içerik (kapsam) geçerliliği bakımından değerlendirilmiştir. Bu amaçla, hazırlanan anketin içeriğinin ölçülmesi hedeflenen durumla ilgili olup olmadığı 5 adet alan uzmanı tarafından değerlendirilmiştir. Alan literatürü desteği ile hazırlanmış elmas modeli faktörleri için oluşturulmuş önermeler, uzmanların görüş ve önerileri ile ekte yer aldığı şekliyle son halini almıştır.

Araştırmanın uygulama aşamasında elmas modelinin köşelerini oluşturan faktörlere ait önermeler için anketler yoluyla elde edilen birincil veriler, tek örneklem t testi analizi yöntemiyle test değeri 3,67 olacak şekilde analiz edilmiş ve istatistiksel açıdan anlamlı olan önermelerin etki dereceleri ortalama değerlerine göre 1,00 – 2,33 aralığı “düşük” (-), 2,34 – 3,66 aralığı “orta” (o) ve 3,67 – 5,00 aralığı “yüksek” (+) olacak şekilde elmasa yerlerine yerleştirilmiştir. Ayrıca elmasın her bir köşesini oluşturan faktörlerin ortalama değeri ve standart hatası hesaplanarak faktörlerin düzeyi, tüm önermelerin ortalama değeri ve standart hatası da hesaplanarak ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Toplanan veriler araştırma hipotezleri doğrultusunda istatistiksel analize tabi tutulmuştur. Yapılacak istatistiksel analizin türüne karar verilmeden önce verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediği araştırılmıştır.

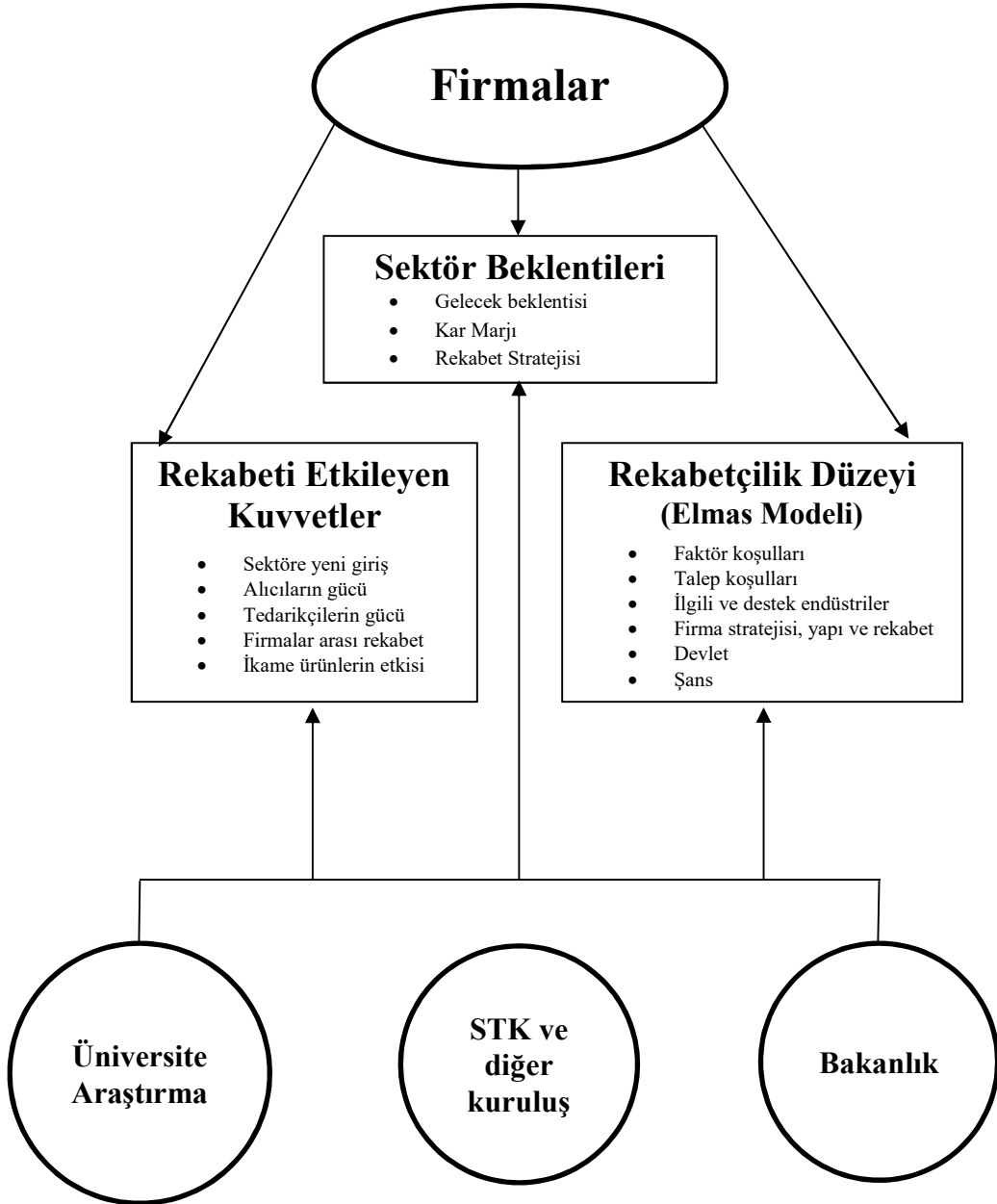
Bilimsel çalışmalarda verilerin özelliklerine göre parametrik ve parametrik olmayan analiz teknikleri kullanılmaktadır. Verilerin hangi metotla analiz edileceğinin tespit edilebilmesi için öncelikle verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediğinin belirlenmesi gerekmektedir. Özellikle t testi, tek yönlü ANOVA testi, korelasyon analizi gibi parametrik testlerin uygulanabilmesi ve sonuçların sağlıklı yorumlanabilmesi için verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014, s. 245-246). Bu nedenle tüm verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediği ayrı ayrı tespit edilmiştir.

Verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediğinin tespit edilmesi için sıklıkla kullanılan yöntem çarpıklık ve basıklık (Skewness and Kurtosis) katsayılarının tespitidir. Literatüre göre bu katsayıların ± 1 sınırları içerisinde 0'a yakın olmaları (Demir, Saatçioğlu, & İmrol, 2016, s. 134), $\pm 1,5$ sınırları içerisinde olmaları (Tabachnick & Fidell, 2015) ya da ± 2 aralığında olmaları durumunda (George & Mallery, 2010) verilerin normal dağıldığını söylenebilmektedir.

Buna göre normal dağılım sergilediği belirlenen değişkenlerin istatistiksel analizinde parametrik testlerden t-test ile tek yönlü ANOVA testi kullanılmıştır. Yapılan ANOVA varyans analizi sonucuna göre gruplar arasında farklılık tespit edilmesi durumunda, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun anlaşılabilmesi amacıyla post-hoc testi yapılmıştır. Post-hoc testinin türüne karar verilirken ise varyansların ortalamalarının homojenlik gösterip göstermediğine Lavene istatistik değeri ile bakılmış, veri setinin özelliklerine de uygun olacak şekilde varyanslar ortalamaları homojenlik göstermeyen değişkenler için Tamhane, homojenlik gösteren değişkenler için ise Duncan post-hoc testleri uygulanmıştır (Kayri, 2009, s. 56). Normal dağılım sergilemediği belirlenen değişkenlerin istatistiksel analizinde ise parametrik olmayan testlerden Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği endüstrisinin ülkemiz su ürünleri üretimine ve ihracatına katkısı yadsınmaz. Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği konusunda önemli bir konum elde etmiş durumdadır. Ancak işletmelerin uluslararası rekabetçilik durumu üzerine yapılmış herhangi bir çalışma bulunmamakla birlikte, paydaşlar açısından rekabetçilik durumunun anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığı da bilinmemektedir. Probleme uygun şekilde oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1 Araştırma Modeli

Araştırmanın problemi ve amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezler aşağıdaki gösterilmiştir.

H₁ : Paydaşlar arasında sektörün gelecek beklentisi, kar marjı ve rekabet stratejisi için istatistiksel açıdan anlamlı fark vardır.

H_{1.1.} : Paydaşlar için sektörün gelecek beklentisi farklıdır.

H_{1.2.} : Paydaşlar için sektörün kar marjı farklıdır.

H_{1.3.} : Paydaşlar için sektörün rekabet stratejisi için farklılık vardır.

H₂ : Paydaşlar arasında sektör rekabetini etkileyen faktörler için istatistiksel açıdan anlamlı fark vardır.

H_{2.1.} : Paydaşlar arasında sektöre yeni giriş faktörü için farklılık vardır.

H_{2.2.} : Paydaşlar arasında alıcıların gücü faktörü için farklılık vardır.

H_{2.3.} : Paydaşlar arasında tedarikçilerin gücü faktörü için farklılık vardır.

H_{2.4.} : Paydaşlar arasında firmalar arası rekabet faktörü için farklılık vardır.

H_{2.5.} : Paydaşlar arasında ikame ürünlerin etkisi faktörü için farklılık vardır.

H₃ : Paydaşlar arasında elması oluşturan faktörler için istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar vardır.

H_{3.1.} : Paydaşlar arasında faktör koşulları faktörü için farklılık vardır.

H_{3.2.} : Paydaşlar arasında talep koşulları faktörü için farklılık vardır.

H_{3.3.} : Paydaşlar arasında ilgili ve destek endüstriler faktörü için farklılık vardır.

H_{3.4.} : Paydaşlar arasında firma stratejisi, yapı ve rekabet faktörü için farklılık vardır

H_{3.5.} : Paydaşlar arasında devlet faktörü için farklılık vardır.

H_{3.6.} : Paydaşlar arasında şans faktörü için farklılık vardır.

EVREN VE ÖRNEKLEM

Bu araştırmanın evrenini ülkemizde faaliyet gösteren su ürünleri yetiştiriciliği işletme sahipleri, yöneticileri veya üretim sorumluları, sektör ile ilgili STK'lar ve diğer kuruluş yöneticileri ve/veya çalışanları (kooperatifler, üretici birlikleri, dernekler, FAO vb.), üniversiteler ve araştırma enstitüleri gibi araştırma birimlerinde görev yapan araştırmacılar ve yasal düzenleme ve kontrolden sorumlu kamu kuruluşları yönetici ve/veya çalışanları oluşturmaktadır. Bu sayede su ürünleri yetiştiriciliği endüstrisine ulusal ölçekte bütüncül bir yaklaşım sergilenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamının geniş olması nedeniyle ana kütlelerin kesin olarak belirlenmesi mümkün olmamakla birlikte, araştırmaya dahil edilen paydaşlar üzerinde yapılan veri taraması neticesinde ana kütle araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Her bir paydaşın ana kütle belirlendikten sonra %95 güven aralığı ve 0,10 örneklem hatası ile paydaşların örneklem sayısı belirlenmiştir. Daha sonra paydaşlara ait toplam örneklem büyüklüğünün araştırmanın ana kütlelerini temsil etme yeteneği olup olmadığı belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına alınan su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin ana kütleleri T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü'nün (BSGM, 2019) kayıtları esas alınarak işletme paydaşı ana kütleleri olarak kabul edilmiştir. Su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin ülke geneline yayılmış olması, ana kütle ve onu oluşturan birimlere ulaşmanın neredeyse imkansız olması, zaman ve maliyet unsurları gibi sebepler nedeniyle örneğe girecek birimler araştırmacı tarafından kartopu örnekleme yöntemi ile yapılmıştır.

STK ve diğer kuruluşları ana kütleleri ise ülkemizde faaliyet gösteren Su Ürünleri Yetiştiricileri Merkez Birliği, Muğla Kültür Balıkçıları Derneği ve FAO Türkiye ve Orta Asya Alt Bölge Ofisini içermektedir. STK ve diğer kuruluşlar paydaşlarına ait örneklemler ise yargısal örnekleme ile yapılmıştır. Yargısal örneklemede araştırma için önemli niteliklere sahip olduğuna kanaat getirilen kişiler arasından araştırmacının kendi yargılarını veya önceden edindiği bilgilerini kullanarak örneklem seçmesi söz konusudur (Özen & Gül, 2007, s. 414).

Üniversite araştırma paydaşı ana kütleleri EK-4'te belirtilen üniversite ve araştırma birimlerinde çalışan araştırmacı sayısının bu kurumların web sitelerindeki akademik personel listelerinin tek tek incelenmesi suretiyle araştırmacı tarafından belirlenmiştir. Bakanlık paydaşı ise genel müdürlük ve taşra teşkilatı olmak üzere iki

düzeyde kabul edilmiş, genel müdürlük düzeyinde üst düzey yöneticiler ve Su Ürünleri Yetiştiriciliği Dairesi Başkanlığında çalışan teknik personel (EK-5) ana kütleyle dahil edilmiştir. Taşra teşkilatı düzeyinde ise 09.07.2014 tarih ve 2014/6716 sayılı Kararname ile 43 ilde (EK-5) kurulan Balıkçılık ve Su Ürünleri Şube Müdürlüğünde görevli şube müdürü ve iki adet teknik personel olacak şekilde ana kütleyle dahil edilmiştir. Bakanlık birimleri, üniversiteler ve araştırma birimlerine ait örneklemeler kolayda örneklem yöntemi ile yapılmıştır.

Araştırma evrenine dahil edilen paydaşların ana kütleleri ve örneklem sayısı Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Araştırmanın Ana Kütle ve Minimum Örneklem Büyüklüğü

| | Ana Kütle | Örneklem Büyüklüğü | Hata Oranı | Güven Seviyesi |
|---------------------------------|------------------|---------------------------|-------------------|-----------------------|
| İşletmeler | 2.286 | 93 | %10 | %95 |
| Bakanlık Birimleri | 166 | 62 | %10 | %95 |
| Üniv-Araştırma Birimleri | 728 | 85 | %10 | %95 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 11 | 10 | %10 | %95 |
| TOPLAM | 3.191 | 250 | %5 | %90 |

Bu bilgiler ışığında belirlenen araştırma örneklem sayısının (250), $\alpha=0,05$ anlamlılık ve %90 güven düzeyinde, $d=\pm 0,05$ örnekleme hatasıyla ana kütleyle (3.191) temsil etme kabiliyetine sahip en küçük miktar olduğu anlaşılmıştır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014, s. 89).

KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

Araştırma kapsamı belirlenirken akvaryum balıkları üretim tesisleri çalışmaya dahil edilmemiştir.

Araştırma kapsamının su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerin rekabetçilik durumunun işletmeler, bakanlık birimleri, üniversite-araştırma birimleri ve STK ve diğer kuruluşlar olmak üzere tüm paydaşları içerecek şekilde ulusal ölçekte gerçekleştirilmiş olması nedeniyle çalışmanın ana kütlesi büyük bir sayıya ulaşmış, hem de ülkenin neredeyse her alanına yayılım gösteren bir özellik sergilemiştir. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edildiğinden bu kadar büyük ve geniş alanda verilerin toplanması, çalışma esnasında karşılaşılan en önemli güçlük olmuştur. Bu güçlük nedeniyle zaman ve maliyet tasarrufu göz önüne alınarak anketlerin çevrimiçi ya da e-posta yöntemi ile elde edilmiş olması bir sınırlılık olarak belirtilebilir. Anketi online olarak ya da e-posta vasıtasıyla cevaplanması istenen katılımcılarla telefon ile iletişime geçilmiş ve çalışmadan bahsetmek suretiyle katılım sağlanmaları talep edilmiştir.

Ayrıca işletme paydaşı ana kütesine dahil edilen işletmelerin arasında aynı gerçek ya da tüzel kişiliğe ait birden fazla işletmesinin olması araştırmanın başka bir sınırlılığı olarak belirtilebilir.

Bunun yanı sıra sivil toplum kuruluşlarını oluşturan üretici birlikleri veya kooperatif yöneticilerinin genelinin aynı zamanda işletme sahibi de olmaları araştırmanın başka bir sınırlılığı olarak değerlendirilebilir. Bu sınırlılık da araştırma evrenindeki STK ve diğer kuruluşlar paydaşından yargısal örnekleme yönteminin tercih edilmesi ile azaltılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde Dünya’da ve ülkemizdeki su ürünleri üretimi ve yetiştiriciliğinin mevcut durumu açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bölümde verilen bilgiler FAO tarafından yayımlanan istatistiki veriler kullanılarak oluşturulmuştur. Üretim bilgileri için güncel veriler 2017 tarihine kadar, ihracat ile ilgili veriler ise 2016 tarihine kadarki süreci kapsamaktadır. Ülkemiz ile ilgili 2018 tarihli veriler TÜİK tarafından yayımlanan istatistiki verilerde yer aldığı için araştırmada bu verilerden de faydalanılmıştır. Ancak daha önceki yıllar için karşılaştırma yapıldığında bazı yıllar için FAO verilerinin TÜİK verilerinden az bir miktar daha düşük olduğu belirlenmiştir. Ancak küresel üretim bilgilerinin FAO tarafından yayımlanan istatistiki veri tabanından

alınması nedeniyle bilgilerde bütünlük olması için ülkemiz için belirtilen üretim bilgileri de FAO'dan alınmış, TÜİK tarafından yayımlanan istatistiki veri tabanından alınan yıla ait veriler ise ilgili tablonun altında dipnot olarak belirtilmiştir.

1. BİRİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABETÇİLİK

Bu bölümde rekabet, rekabetçilik ve rekabet stratejileri kavramlarına işletme disiplini açısından bir giriş yapılacak, ayrıca uluslararası rekabetteki klasik yaklaşımlar, yeni dış ticaret teorileri ve modern yaklaşımlardan bahsedilecektir.

1.1. Rekabetçilik Kavramı

Sözlük anlamı “*aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma ve yarış*” (TDK, 2018) olan rekabet, mevzuatta ise “*mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarış*” olarak tanımlanmıştır³.

Rekabet; ürünlerin kimler tarafından, ne miktarda üretileceği ve hangi ticari koşullarda hangi fiyattan pazarlanacağını piyasa koşullarında belirlenmesini sağlamaya yönelik olmak üzere, birimlerin ekonomik kararlarını bağımsız olarak alabilmeleri olgusunu içeren ekonomik yarış olarak da ifade edilebilir. Başka bir tanıma göre de rekabet, serbest piyasa mekanizması içinde faaliyet gösteren en az iki iktisadi birimin fiyat ve fiyat dışı çeşitli araçlar ile kararlarını yükseltmek ve en büyük pazar payını elde etmek amacıyla girdikleri stratejik etkileşim sürecidir. Rekabet, etkin ve güçlü bir sermaye ekonomisinin temelidir (Adıgüzel, 2011, s. 9).

Rekabet kavramı iktisadi analizin temel konuları arasında ele alınmakta ve yaklaşık 200 yıldır sektörleri, toplumları ve ülkeleri ilgilendiren bir olgu olarak hala önemini korumaktadır. Latince “*concurrentia*” kelimesinden türetilmiş olan rekabet kavramı ise ilk olarak A. Smith (1817) tarafından tanımlanmıştır. Smith serbest ve küresel rekabeti, kendini korumak için işletmelerin başvurduğu bir araç olarak nitelendirmiştir. Smith’e göre rekabet işletmeler arasındaki bir savaş, en iyi düzenleyici eldir. Ancak özellikle klasik iktisadi teorilerin rekabeti faktör birikimi üzerinden değerlendirme yaklaşımları, işletme disiplininde ise rekabetçilik ya da rekabet üstünlüğü yaratma konularının araştırılmasına odaklanma şeklinde görülmüştür. Rekabetçilik pazarda yerel ve uluslararası rakiplerin yapabildiğinden daha etkili bir biçimde yüksek

³ 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun. 13.12.1994 tarih ve 22140 sayılı Resmi Gazete

kalitede çıktı (mal ve hizmet) satabilme yeteneği şeklinde tanımlanabilir (Timurçin, 2010, s. 10; Dursun, 2013, s. 519; Biukšāne, 2016, s. 77).

İşletmecilik disiplinde rekabet “iki veya daha fazla işletmenin belirli bir tüketici grubunu hedefleyerek belirli bir üretime ve/veya hizmete ilişkin etkinlik ve verimliliğini arttırarak rakiplerine üstünlük sağlama çalışması” olarak tanımlanmıştır. Dünya Ekonomik Forumu ise rekabetçiliği “bir ülkenin verimliliğini belirleyen kurumlar, politikalar ve faktörler kümesi” olarak ele almaktadır. (Koç & Özbozkurt, 2014, s. 86; WEF, 2018).

Literatür incelendiğinde bu terimi açıklamak için araştırmacılar tarafından uygulanan geniş bir yelpazede rekabetçilik tanımlamalarının var olduğu görülmektedir. Çeşitli araştırmacılar tarafından yapılan tanımlar Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Çeşitli Kaynaklara Göre Rekabetçilik Tanımları

| Kaynak | Tanım |
|---|--|
| (Bobba, Langer, & Pours, 1971) | Rekabetçilik; ulusların, bölgelerin ve şirketlerin yüksek gelir elde etmek için önkoşul olan zenginlik üretme yeteneğidir. |
| (Boston Danışma Grubu, 1981) ⁴ | Rekabetçi bir işletme düşük maliyetlere ve yüksek oranda teknolojik yeniliklere sahiptir. |
| (Flejterski, 1984) | Rekabetçilik; sektörün, endüstrinin ya da endüstri dalının, rakipleri tarafından sunulan ürünlere benzer özelliklerden daha cazip fiyat, kalite ve diğer özelliklerde ürün tasarlama ve satma kapasitesidir. |
| (Scott & Lodge, 1985) | Ulusal rekabetçilik bir ülkenin kaynaklarından yüksek getiri elde ederken uluslararası ticarete ürün üretme, oluşturma, dağıtma ve/veya hizmet sunabilme yeteneğidir. |
| (Buckley, Pass, & Prescott, 1988) | Bir işletmenin rekabetçiliği, ulusal ve uluslararası rakiplerinden daha üstün kalitede ve daha düşük maliyetlerde ürün ve hizmet üretme ve satma kabiliyeti anlamına gelir. Rekabetçilik, bir işletmenin uzun vadeli kar performansı, çalışanlarının ihtiyaçlarını karşılama ve sahiplerine üstün getiriler sağlama yeteneğidir. |
| (Porter M. , 1990) | Ulusal düzeyde tek anlamlı rekabetçilik kavramı ulusal üretkenliktir. Rekabetçilik, bir ekonominin vatandaşlarına yükselen bir yaşam standardı ve sürdürülebilir temelde yüksek bir istihdam sağlamasıdır. |

⁴ (Lockridge, 1981)

Tablo 3. Çeşitli Kaynaklara Göre Rekabetçilik Tanımları (devam)

| | |
|---|--|
| (Krugman, 1990; Krugman, 1994) | Eğer rekabetçiliğin bir anlamı varsa, bu sadece üretkenliği ifade etmenin başka bir yoludur. Bir ülkenin yaşam standardını yükseltebilme kabiliyeti neredeyse tamamen kendi üretkenliğini artırma yeteneğine bağlıdır. Ulusal ekonomilere uygulandığında rekabetçilik anlamsızdır. |
| (Tyson, 1992) | Rekabetçilik, vatandaşlarımız hem yükselen hem de sürdürülebilir bir yaşam standardına sahip iken uluslararası rekabet sınavından geçmemizi sağlayan mal ve hizmet üretebilme kabiliyetimizdir. |
| (Dünya Ekonomik Forumu, 1996) | Rekabetçilik bir ülkenin kişi başına düşen GSYİH'sında sürekli yüksek büyüme oranlarına ulaşma kabiliyetidir. |
| (Barker & Köhler, 1998) | Ülkenin rekabetçiliği, serbest ve adil piyasa koşulları altında eş zamanlı olarak uzun vadede nüfusun gerçek gelirlerini korur ve genişletirken uluslararası pazar testinden geçmemizi sağlayan mal veya hizmet üretebilme derecesidir. |
| (Avrupa Komisyonu, 2001) | Bir ülkenin rekabetçiliği, sürdürülebilir bir temelde bir ekonomide nüfus için yüksek ve artan yaşam standartları ve yüksek oranlı istihdam oranları sağlama yeteneğidir. |
| (Adamkiewicz-Drwiłło, 2002) | Bir şirketin rekabetçiliği, optimum satış kanalları ve promosyon yöntemlerinde olduğu kadar, özellikle ürün yelpazesi, kalite ve fiyat açısından ürünlerini pazar ve rekabet gereksinimlerine uyarlaması anlamına gelir. |
| (Ajitabh & Momaya, 2004) | Bir işletmenin rekabetçiliği onun rekabet pazarındaki payıdır. |
| (Bekolo, 2004) | Bir şirket için bir pazarda rekabetçi olmak, her şeyden önce daha yüksek bir güçten, bir ya da daha fazla yöndeki rekabetle kıyaslandığında daha iyi bir konumdan yararlanmak anlamına gelir. |
| (Porter, Ketels, & Delgado, 2008) | Rekabetçiliğin en sezgisel tanımı bir ülkenin ürünlerinin dünya pazarları içindeki payıdır. Bu, rekabetçiliği sıfır toplamlı bir oyun haline getirir. Çünkü bir ülkenin kazancı diğerlerinin giderleridir. |
| (Chao-Hung & Li-Chang, 2010) | Bir işletmenin rekabetçiliği coğrafi sınırlara rağmen ürün, hizmet, insan kaynağı ve yeniliklerin serbestçe dolaştığı küresel pazardaki rakiplerine karşı ekonomik gücüdür. |
| (Altomonte, Aquilante, & Ottaviano, 2012) | Dış ya da uluslararası rekabetçilik bir ülkede kıt olan mal ve hizmetlerin, ülkede bol olan mal ve hizmetler ile değiş tokuş edilebilmesi yeteneğidir. |
| (Dünya Ekonomik Forumu, 2013; 2018) | Rekabetçilik bir ülkenin üretkenlik düzeyini belirleyen kurumlar, politikalar ve faktörler kümesidir. |

Kaynak: (Siudek & Zawojcka, 2014, s. 93; Boussas & Hassainate, 2018, s. 24-26)

1.2. Rekabetçilik Analizi

Her geçen gün bilginin daha kolay elde edilebilmesi nedeniyle işletmelerin yönetsel unsurlarının günümüz koşullarına ayak uydurabilmesinin sağlanması gerekmektedir. Günümüz çağdaş yönetim anlayışında sistemsal bir bakış açısı hakim olup, modernist yaklaşımda işletmelerin ve örgütlerin bir sistem içerisinde faaliyette olduğu kabul edilir. Dolayısıyla bu örgüt ve işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri, çevrelerine uyum sağlayacak işlevlerin yerine getirilebilmesine bağlıdır. İşletmeler ve örgütler çevredeki diğer işletme ve örgütler ile sürekli rekabet içinde olmakla beraber faaliyetlerin sürdürülebilirliği için rekabet üstünlüğü sağlamak zorundadır. Özetle modernist düşünce, stratejik yönetim çalışmalarında objektif bir yaklaşımla gözlemlerle desteklenen akılcı yöntemi kullanarak işletmelerin yaşamlarını sürdürmelerine ve rekabet üstünlüğü sağlayarak bunu sürdürülebilir hale getirebilmelerine odaklanır (Ülgen & Mirze, 2013, s. 41).

Rekabetçilik, ya da bir başka deyişle rekabet gücü kavramının işletme, endüstri ya da ulusal düzeyde kategorize edilerek incelendiği görülmektedir. Mikro düzeyli yaklaşımlarda işletmeler arası ya da sektör içi rekabet incelenmekte, makro düzeyde ise ülkenin uluslararası rekabetçilik konumu irdelenmektedir. Uluslararası rekabetçilik kavramı bir ülkenin makroekonomik performansının analizinin bir parçası olarak sıklıkla kullanılmaktadır. Kavram, bir ülke ve onun ticaret ortakları için, uluslararası ticaret kalkınması analizinin unsurlarını temin eden ülke ekonomisinin bazı karakteristik faktörlerinin karşılaştırılması anlamını taşır (Çivi, 2001, s. 22; Lotfi & Karim, 2016, s. 140).

1.2.1. İşletme Düzeyinde Rekabetçilik

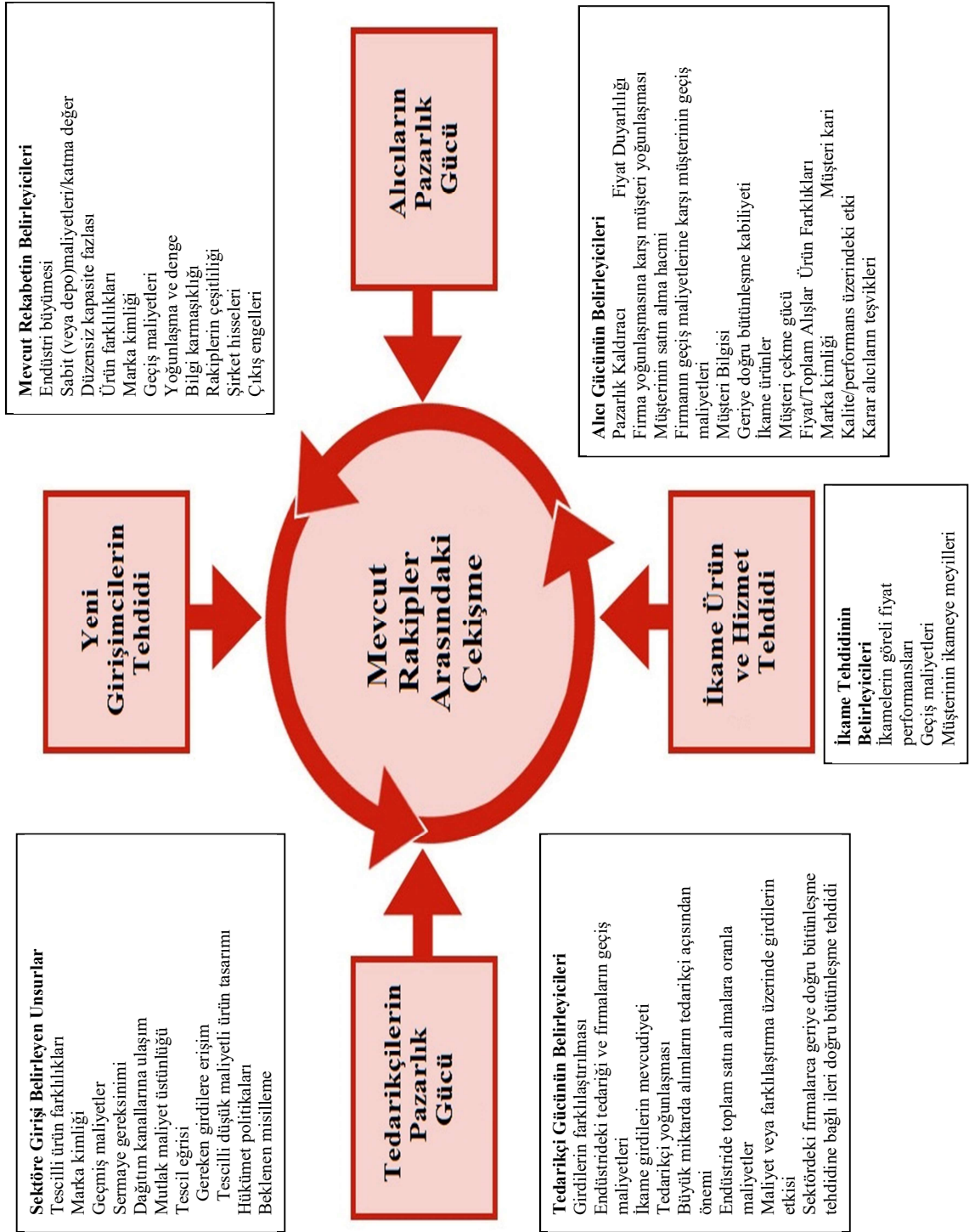
İşletme düzeyindeki rekabetçilik, herhangi bir işletmenin iç ya da dış pazarda rakiplerine oranla düşük maliyette üretim sunabilme, kalite, hizmet gibi değerler rakiplerine denk ya da daha üstün bir durumda olma ve yenilik yapabilme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir. İşletme düzeyindeki rekabetçilik, üretilen mal veya hizmetin rakiplere oranla daha yüksek bir fiyatla satabilme yeteneğine, bunula birlikte rakiplere kıyasla daha güçlü bir beşeri sermaye ve teknoloji düzeyine sahip olma yeteneğine bağlı olmaktadır (Koç & Özbozkurt, 2014, s. 86).

1.2.2. Sektör Düzeyinde Rekabetçilik

Porter bir sektördeki rekabetin durumunun sektöre girecek yeni işletmeler, alıcıların pazarlık gücü, satıcıların pazarlık gücü, sektör içi rekabet ve ikame ürün veya hizmetlerin tehdidi olarak adlandırılan beş temel rekabet kuvvetine bağlı olduğunu belirtmektedir. Bu kuvvetlerin kolektif gücü, kar potansiyelinin yatırılmış sermayenin uzun vadeli getirisiyle ölçüldüğü sektördeki nihai karı belirlemektedir. Bir sektörün karlılığının kökenini ortaya koyabilmek için rekabet kuvvetlerini ve ardındaki sebepleri anlamak gerekmektedir. Bu zaman içinde rekabetin doğasının ve dolayısıyla karlılığın öngörülerek kontrol altına alınmasını sağlayacak bir alt yapı sunacaktır. Sektör yapısını ve dolayısıyla rekabet gücünü anlamak ve böylelikle rekabet kuvvetlerine göre işletmelerin kendilerini korumaları stratejik yönetim açısından oldukça elzemdir. (Porter, M. E., 2010, s. 34; Porter M. E., 2015, s. 4).

Rekabet aslında kötüye yorumlanan bir olgudur. Ancak stratejiyi formüle etmenin temeli rekabete çare bulabilmekten geçer. Bir endüstrideki rekabetin kökeni o endüstrideki yerleşik rakiplerin de ötesindedir. Dolayısıyla Porter'ın ortaya koyduğu beş gücün ortaklaşa etkisi bir endüstrideki nihai kar potansiyelini belirlemektedir. Ancak bu güçlerin ortak etkisi ne olursa olsun şirket stratejisinin hedefi bu faktörlere karşı şirketini en iyi savunabileceği ya da bu faktörleri lehine etkileyebileceği bir konum bulabilmektir (Pearce II & Robinson, Jr., 2015, s. 92).

Beş güç modeli stratejik analiz için kullanışlı bir başlangıç noktasıdır. Strateji oluşturmak için de işletmelerin yer aldığı sektörler hakkında bilgiye sahip olmak çok önemlidir. Bir sektörde yer alan işletmeleri etkileyen faktörler oldukça farklılık gösterebilir. Bu nedenle bir işletmenin faaliyet gösterdiği sektörde başarılı bir şekilde konumlanabilmek için ne yapması gerektiği, hangi stratejik üstünlükler sağlayabileceği ve sektördeki rakiplerin davranışlarının nasıl olabileceği gibi sorular sektör rekabeti analizinde dikkate alınan öğelerdir. Genel olarak sektör rekabetini, içinde bulunulan sektörün yapısı ve pazardaki davranışlar belirlemektedir. Bunun için de sektör yapısını analiz etmek için Porter'ın beş güç modeli (Şekil 2) oldukça uygun bir araçtır (Dinçer, 2013, s. 96).



Şekil 2. Sektör Rekabetini Şekillendiren Beş Kuvvet (Porter, M. E., 2010, s. 34; Pearce II & Robinson, Jr., 2015, s. 92)

Elbette her farklı sektör için rekabeti şekillendiren faktörlerin etki derecesi de farklı olacaktır. Bu kısımda Şekil 2’de gösterilen bu faktörlerin bazı temel özellikleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Yeni girişimcilerin tehdidi : Bir sektörde yeni girişimciler, yeni kapasitenin yanı sıra, maliyetlere ve rekabet için gerekli yatırım oranına baskı uygulayan bir pazar payı elde etme arzusunu taşırlar. Yeni girişimciler diğer pazarlardan farklılaştıklarında rekabeti sarsmak için mevcut yetkinliklere ve nakit akışına baskı uygulayabilirler. Bu yüzden yeni girişim bir sektörün kar potansiyeline tavan sınır koymak gibi bir tehdit yaratır. Tehdit yüksekse sektörde yerleşik işletmeler yeni rakipleri caydırmak için fiyatları aşağıda tutmalı ya da yatırımı arttırmalıdır. Bir sektördeki yeni girişim tehdidi mevcut giriş engellerinin yüksekliğine ve yeni girişimcilerin yerleşik işletmelerden bekleyeceği tepkilere bağlıdır. Eğer giriş engelleri azsa ve yeni girişimciler yerleşik işletmelerden çok az misilleme bekliyorsa, giriş tehdidi yüksek olmakla birlikte ve sektör karlılığı vasat olarak değerlendirilmektedir (Porter M. , 2013, s. 60).

Bir başka deyişle pazara yeni girecek işletmeler mevcut işletmeler için tehdit oluştururlar. Potansiyel girişimcilerin pazara kolay girebildiği sektörlerde rekabetin yüksek olması beklenir. Dolayısıyla eğer sektöre giriş engeli bulunmuyorsa bu gelecekte rekabetin artacağı anlamına gelmektedir. Ancak sektöre giriş engelleri yüksekse veya sektöre yeni girecek girişimciler yoğun bir misilleme ile karşılaşacaklarsa bu durumda rekabet düşük düzeydedir denilebilir (Uzmanoğlu, 2014, s. 61).

Arz yönlü ölçek ekonomileri, talep yönlü ölçek faydaları, müşterinin değiştirme maliyetleri, sermaye ihtiyaçları, boyuttan bağımsız yerleşiklik avantajları, dağıtım kanallarına eşit olmayan erişim ve kısıtlayıcı devlet politikası olmak üzere giriş engellerin yedi temel kaynağı vardır (Porter, M. E., 2010, s. 39).

Tedarikçilerin Pazarlık Gücü: Tedarikçiler fiyatları arttırarak veya sattıkları mal ve hizmetlerin kalitesini düşürerek bir endüstrideki yatırımcılar üzerinde pazarlık güçlerini kullanabilirler. Bu şekilde güçlü tedarikçiler, kendi fiyatlarındaki artışlarla maliyetleri karşılayamayacak hale getirip sektörde karlılığı zora sokabilirler. Dolayısıyla işgücü tedarikçileri de dahil olmak üzere, güçlü tedarikçiler, maliyet artışlarını kendi fiyatlarına yansıtamayan bir sektörün karlılığını azaltabilir. Şirketler girdi konusunda birbirinden farklı geniş bir tedarikçi grubu yelpazesine bağlıdır. Bir

tedarikçi grubunun güçlü olduğu koşullar şu şekilde sıralanabilir (Porter M. , 2013, s. 69; Pearce II & Robinson, Jr., 2015, s. 96):

- 1- Tedarikçilerin satış yaptığı sektörden daha güçlü olması, bir başka deyişle mallarını daha az yoğunlaşmış bir endüstriye satmaları ve tedarikçiliğin az sayıda işletme tarafından arz edilmesi durumunda tedarikçilerin pazarlık gücü fazla olur.
- 2- Ürününü kendine özgü nitelikte, farklılaşmış veya üründen bir başkasına geçişin maliyetinin yüksek olduğu durumlarda da tedarikçilerin pazarlık gücü fazla olur. Alıcıların tedarikçi değiştirirken karşılaşacakları bu geçiş maliyetleri diğer birçok faktör yanında bir alıcının yoğun yatırım yapmış olması veya bir tedarikçinin makinesini nasıl kullanacağını öğrenmesi veya üretim hatlarının tedarikçinin üretim tesislerine bağlanmış olması gibi sebeplerle ortaya çıkar.
- 3- Tedarikçi grubunun temin ettiği ürün grubunun ikamesinin olmaması durumunda tedarikçilerin pazarlık gücü fazladır.
- 4- Eğer sektör, tedarikçi grup için önemli düzeyde bir müşteri olarak görülüyorsa tedarikçilerin pazarlık gücü yine fazla olacaktır.
- 5- Eğer sektör aktörleri tedarikçilere oranla çok daha fazla para kazanıyorlar ise tedarikçilerin sektöre entegre olmaları tehdidi ortaya çıkar.

Alıcıların Pazarlık Gücü : Alıcılar da sektör karlarını azaltma pahasına yüksek kalite veya daha fazla hizmet talep ederek ve bu yönde rakipleri birbiriyle yarıştırmak fiyatları aşağı çekmeye zorlayabilirler. Bir müşteri grubunun güçlü olduğu durumlar şu şekilde sıralanabilir (Pearce II & Robinson, Jr., 2015, s. 96-97):

- 1- Alıcıların yoğunlaştığı veya büyük miktarlarda satın aldığı durumlarda alıcıların pazarlık gücü yüksek olur. Büyük hacimlerde alış yapanlar, eğer kapasiteleri dolu tutmak ciddi boyutlarda yüksek sabit maliyetlerle karakterize ediliyorsa önemli bir güç anlamına gelir.
- 2- Sektörden alınan malların standart veya farklılaşmamış olması durumunda da alıcılar güçlü olacaktır. Müşteriler her durumda alternatif tedarikçiler bulabileceklerinden eminlerse tedarikçileri birbiriyle çekişmeye zorlayabilirler.

- 3- Sektörden alınan ürünlerin kendi ürünlerinin bir parçası ve maliyetlerinin önemli bir kısmını oluşturduğu durumlarda alıcıların gücü yüksek olur. Çünkü müşteriler ürünü cazip bir fiyattan alma ve ürünü seçme eğilimine sahiptir. Endüstrinin sunduğu ürün müşterinin maliyetinin küçük bir parçasını oluşturuyorsa, alıcılar genellikle çok daha az fiyata duyarlı olacaktır.
- 4- Satın alma maliyetlerini azaltma yönünde önemli etki yapacak şekilde düşük kar oranı olabileceği durumlarda da alıcıların gücü yüksek olur. Yüksek kar oranlarıyla çalışan müşteriler ise genellikle fiyata daha duyarlıdır.
- 5- Sektörün ürünü, müşterinin mal veya hizmetinin kalitesi için önemsiz olabilir. Endüstrinin sunduğu mal veya hizmet müşterinin ürünlerini önemli ölçüde etkiliyorsa alıcılar fiyata genellikle daha duyarlı olur.
- 6- Sektörün mal veya hizmeti kendi maliyetini defalarca ödediği durumlarda, alıcı nadiren fiyata duyarlı olacak daha ziyade kalite ile ilgilenecektir.
- 7- Müşterinin sektörde halihazırda ürünü üretmek için geriye doğru bütünleşme girişimi önemli bir tehdit oluşturabilir.

Güçlü müşteriler, yani güçlü tedarikçilerin diğer yüzü, fiyatların düşürülmesi için baskı yaparak, daha yüksek kalite ya da daha çok hizmet talep ederek ve böylelikle fiyatları yukarı çekerek ve genellikle sektör katılımlarını da birbirine düşürerek daha çok değer elde edebilirler. Üstelik bunları yaparken sektör karlılığını da zarara uğratabilirler. Alıcılar, sektör katılımcılarının karşısında pazarlık kozuna sahipler ise güçlüdürler ve özellikle de fiyata karşı duyarlılarsa nüfuzlarını öncelikle fiyatların düşmesi konusunda baskı yapmak için kullanırlar (Porter, M. E., 2010, s. 45).

İkame ürün ve hizmet tehdidi : İkame, bir sektör ürünüyle aynı ya da benzer bir işlevi farklı yoldan gören üründür. İkameler her zaman mevcuttur, ancak sektör ürününden çok farklı görünebilecekleri de var olduğundan bazen gözden kaçırılabilirler. İkame tehdidi yüksek ise bunun sıkıntısını sektör verimliliği çeker. İkame ürün ya da hizmetler fiyatlara bir üst sınır koyarak sektörün kar potansiyelini kısıtlar. Bir sektör kendi ürün performansı, pazarlama ya da başka araçlar yoluyla ikameden uzaklaştırılmazsa, karlılık-ve çoğu zaman büyüme potansiyeli- açısından sıkıntı çeker. Bir ikamenin tehdit oranının yüksek olduğu koşullar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Porter M. , 2013, s. 75-76):

- 1- Alıcının ikameye geçişte değiştirme maliyeti düşük ise ikame ürün tehdidi büyük olacaktır.
- 2- İkamenin nispi değeri ne kadar yüksekse endüstrinin kar potansiyeli üzerindeki kısıtlaması da o derece sığdır.

Mevcut rakipler arası çekişme: Bir sektörde mevcut rakipler arasında yüksek düzeyde bir çekişme var ise o sektörün karlılığı sınırlanmış demektir. Çekişmenin bir sektörün kar potansiyelini düşürme derecesi öncelikle işletmelerin rekabet ettikleri yoğunluğa ve rekabet ettikleri temele dayanır. Eğer sektörde çok sayıda rakip var ve büyüklük ve güç açısından aşağı yukarı aynı seviyedeler ise, sektör yavaş büyüyor ise, sektörden çıkış engelleri yüksek ise, işletmeler işlerine çok bağlılar ve özellikle belirli bir sektörde ekonomik performansın ötesine geçen hedefleri var ise, ve son olarak işletmeler birbirini tanımamaları, rekabet konusunda değişik yaklaşımları benimsemeleri ya da farklı hedefleri olması nedeniyle birbirlerinin işaretlerini okuyamamaları durumu var ise çekişmenin en yoğun olduğu koşullar sağlanmış olur. Öte yandan çekişmenin temeli tamamen fiyata yöneldiğinde kar üzerinde oldukça yıkıcı bir etki yaratır. Fiyattan farklı olarak ürün özellikleri, destek hizmetleri, teslimat zamanı ya da marka imajı gibi temellere dayalı çekişmede ise karlılığın etkilenmesi mümkün değildir. Aslında bu temele odaklanan rekabet, müşteri değeri yaratarak yeni girişimcilerin karşı karşıya kaldığı engelleri yükseltebilir. Rekabetin boyutları kadar mevcut rakiplerin aynı boyutlarda rekabet edip etmemeleri de bir başka önemli husustur. Çünkü her rakip farklı fiyat, ürün, hizmet, özellik ya da marka kimliği karmalarıyla farklı müşteri dilimlerinin ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlarsa, rekabet pozitif toplamı olabilir. Bu daha çok müşteri grubunun ihtiyaçları karşılandığı için sektörün büyümesi anlamına gelecektir (Porter, M. E., 2010, s. 48-51).

1.2.3. Ulusal/Uluslararası Düzeyde Rekabetçilik

Uluslararası düzeyde rekabetçilik ulusal düzeyde rekabetçiliğin belirlenmesiyle açıklanır. Ulusal düzeyde rekabetçilik ise bir ülkenin uluslararası ticarete ürün sunması, üretmesi, dağıtması veya servis etmesi ile birlikte ülke kaynaklarından sağlayacağı geliri ve refah düzeyini arttırması şeklinde tanımlanabilir. Başka bir deyişle ulusal/uluslararası rekabetçilik ülkelerin refah düzeylerini arttırabilecek şekilde dış ticaret performanslarının geliştirilmesidir (Eraslan, 2014, s. 36).

1.2.4. Rekabet Stratejileri

Bir işletmenin faaliyet gösterdiği sektörde savunulabilir bir konum elde etmesi, yukarıda bahsedilen beş rekabet gücü ile başarılı bir şekilde başa çıkması ve nihayetinde büyük bir yatırım getirisi elde edebilmesi için saldırgan ya da savunmacı bir şekilde eylemlerde bulunması, yani bir rekabet stratejisi belirlemesi gerekmektedir. Belirli bir işletme için en iyi strateji, onun özgül koşullarını yansıtan, tamamen benzersiz bir yapıdır. Uzun vadede işletmenin bir konum yaratmak ve sektördeki diğer rakipleri devre dışı bırakmak için tek tek veya kombine kullanılabilen kendi içinde tutarlı üç genel strateji vardır. Beş rekabet gücü ile başa çıkmada, sektördeki diğer rakipleri devre dışı bırakmak için potansiyel olarak başarılı olacak bu üç genel strateji yaklaşımı vardır (Porter M. , 2015, s. 42):

- 1- Toplam Maliyet Liderliği
- 2- Farklılaştırma
- 3- Odaklanma

Porter'ın jenerik strateji matrisi (Şekil 3) 30 yılı aşkın bir süredir kurumsal rekabet stratejisi konusuna hakimdir. Bu modele göre bir şirket rekabet avantajının türü ve pazar hedefinin takibi arasındaki eşleşmeyi temel alarak nasıl rekabet etmek istediğini seçebilir. Jenerik strateji sınıflandırması stratejik yönetim literatüründe en tanınmış modellerden biri olarak yerini korumaktadır. Bir işletme bir sektördeki düşük maliyetli üretici olmaya çalışarak ya da ürün hizmetlerini diğer iş alanlarından farklılaştırarak performansını en üst düzeye çıkarabilir. Bu iki yaklaşımdan herhangi birine pazarın belirli bir kesimi için örgütsel çabaların odaklanması da eşlik edebilir. Bu stratejilerden birini tercih etmek için stratejik bir karar veremeyen herhangi bir kuruluş ise “arada sıkışıp kalmak” tehlikesiyle karşı karşıya kalır. Karar vermede başarısız olan bir kurum, hem maliyet lideri hem de farklılaştırıcı olmayı dener ve her ikisini de başaramaz (Bordean, Borza, Nistor, & Mitra, 2010, s. 174).

Porter rekabet gücü kavramı yerine rekabetçi avantaj veya rekabetçi üstünlük kavramını kullanmaktadır. Bir işletme faaliyet gösterdiği sektör ortalamasının üzerinde karlar elde edebiliyorsa rakiplerine göre rekabet avantajına sahiptir. Bir işletmenin temel stratejisinin hedefi sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaktır. Rekabet avantajı, bir işletme rakiplerinin sunduğu faydaları daha düşük maliyette sunabildiğinde (maliyet avantajı) ya da kendi ürünlerinde rekabet ettiği ürünlerde olmayan faydalar

sunabildiğinde (farklılık avantajı) ortaya çıkmaktadır. Böylece rekabet avantajı bir işletmenin müşterileri için üstün değer ve kendisi için de fazla kar yaratmasını sağlar. Maliyet ve farklılık avantajları, bir işletmenin maliyet ya da farklılık açısından bir lider olarak sektördeki yerini tanımladığından pozisyon avantajları olarak da tanımlanmaktadır (Adıgüzel, 2011, s. 11).

| | | STRATEJİK AVANTAJ | |
|-----------------|----------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| | | Alıcının Algıladığı Benzerlik | Düşük Maliyetli Konum |
| STRATEJİK HEDEF | Sektör Çapında | FARKLILAŞTIRMA | TOPLAM MALİYET LİDERLİĞİ |
| | Yalnızca Belirli Bir Kesim | ODAKLANMA | |

Şekil 3. Üç Genel Strateji (Porter M. E., 2015, s. 47)

Toplam Maliyet Liderliği stratejisi verimliliği vurgulamaktadır. Bu stratejiyi seçen bir işletme, yüksek hacimde standardize edilmiş ürünler üreterek ölçek ekonomisi ve deneyim eğrisi etkilerinden yararlanmayı umar. Ürünler genellikle nispeten düşük bir maliyetle üretilen ve çok büyük bir müşteri tabanına sunulan basit, ekstra özellik taşımayan bir üründür. Bu stratejiyi sürdürmek, işin her alanında maliyet düşürmek için sürekli arama yapılmasını gerektirir. İlişkili dağıtım stratejisi, mümkün olan en kapsamlı dağıtımı elde etmektir. Promosyon stratejisi genellikle düşük maliyetli ürün özelliklerinden bir üstünlük yaratmaya çalışmakla ilgilidir. Başarılı olmak için, bu strateji genellikle önemli miktarda pazar payı avantajı veya hammaddelere, bileşenlere, işçilik veya diğer önemli girdilere ayrıcalıklı erişimi gerektirir. Bu avantajlardan biri veya daha fazlası olmadan, bu strateji kolaylıkla rakipler tarafından taklit edilebilir. Başarılı uygulama aynı zamanda şunlardan yararlanır (Tanwar, 2013, s. 12):

1. Süreç mühendisliği becerileri
2. Üretim kolaylığı için tasarlanmış ürünler
3. Ucuz sermayeye sürekli erişim
4. İşgücünün yakın süpervizyonu
5. Sıkı maliyet kontrolü
6. Nicel hedeflere dayalı teşvikler
7. Maliyetlerin her zaman mümkün olan en düşük seviyelerde tutulmasının sağlanması.

Farklılaştırma stratejisi ayrıcalıklı fiyatların ödenmesini sağlamak için müşteriler tarafından değer verilen ürün ve hizmetlerin özelliklerine değer yaratacak şeylerin eklenmesini amaçlar. Farklılaştırma stratejisini benimseyen işletmelerin karı, düşük fiyatlarla elde edilebilecek yüksek satış hacimlerinden çok ayrıcalıklı fiyatlara bağlıdır. Sonrasında Porter bu yol gösterici rehberi “Farklılaştırma işletmenin ayrıcalıklı bir fiyat belirlemesine, belirli bir fiyata ürününü daha fazla satmasına, döngüsel veya mevsimsel gerileme sırasında daha yüksek alıcı sadakati gibi eşdeğer faydalar kazanmasına olanak tanır.” şeklinde ifade ederek genişletmiştir. Bu kısmen doğrudur, ancak jenerik stratejiler eşsiz stratejilere referans olarak kullanılabildiği için, işletmeye verilen detaylar ve özellikler gerçek strateji yapılandırmasını gösterebilir. Sektör dinamikleri ve ürün ve işletmelerin yaşam döngüsü eğrilerindeki pozisyonları işletmeye daha az çekici marjlarla bile farklılaştırma stratejisinde kalmaya olanak tanıyabilir. Buna ek olarak, fayda maliyet yorumlaması herhangi bir ürün, hizmet ve fiyat seviyesine uygulanabilir ve işletme bunun uygunluğunu değerlendirmek zorundadır (Weber & Polo, 2010, s. 105).

Odaklanma stratejisi, özgül bir alıcı grubu, ürün yelpazesinin bir kesiti veya coğrafi pazar üzerine odaklanmaktır. Odaklanma, farklılaştırma stratejisinde olduğu gibi birçok şekil alabilir. Düşük maliyet ve farklılaştırma stratejileri hedeflerini tüm sektör çapında gerçekleştirmeyi amaçlamış olmalarına rağmen, odaklanma stratejisinin tamamı, belirli bir hedefe çok iyi şekilde hizmet vermek etrafında kurulur ve her bir fonksiyonel politika bu düşünce akılda tutularak geliştirilir. Strateji, işletmenin bu yolla dar stratejik hedeflerine daha geniş bir alanda mücadele eden rakiplerinden daha etkin veya verimli bir şekilde hizmet verebildiği fikrine dayanır. Sonuç olarak işletme, ya belirli bir hedefin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamakla farklılaştırmayı, ya da bu hedefe hizmet vermekle maliyetlerini düşürmeyi ya da her ikisini birden başarır. Odaklanma

stratejisi, bir bütün pazar perspektifinden düşük maliyetli veya farklılaştırmayı gerçekleştirememesine karşın, dar pazar hedefi karşısında bu noktaların birine veya ikisini birden ulaşmayı başarır. Odaklanma, işletmenin ya stratejik hedefiyle ilgili olarak düşük maliyet konumuna ya yüksek farklılaştırmaya ya da her ikisine sahip olduğu anlamına gelir (Porter M. E., 2015, s. 46).

Üç genel strateji fonksiyonel bakımdan olduğu kadar boyutları açısından da farklılık göstermektedir. Stratejilerin başarılı biçimde uygulanabilmesi farklı kaynakların ve becerilerin bir arada kullanılmasını gerektirir. Hatta genel stratejiler farklı liderlik tarzları gerektirdiği gibi çok farklı kurumsal kültürlerle ya da organizasyonlara da aktarılabilirler.

Tablo 4. Üç Genel Stratejinin Diğer Gereklilikleri (Porter M. E., 2015, s. 49)

| Genel Strateji | Genel Olarak Gerekli Beceri ve Kaynaklar | Genel Organizasyonel Beceriler |
|--------------------------|---|--|
| Maliyet Liderliği | <ul style="list-style-type: none"> • Sürekli sermaye yatırımı ve sermayeye erişim • İşlem mühendisliği becerileri • İş gücünün yoğun olarak gözlenmesi • Üretim kolaylığı için tasarlanmış ürünler • Düşük maliyetli dağıtım sistemi | <ul style="list-style-type: none"> • Sıkı maliyet kontrolü • Sıkı, ayrıntılı kontrol raporları • Yapılandırılmış organizasyon ve sorumluluklar • Kesin sayısal hedeflere ulaşılmasında bağlı teşvikler |
| Farklılaştırma | <ul style="list-style-type: none"> • Güçlü pazarlama becerileri • Ürün mühendisliği • Yaratıcı yetenek • Güçlü temel araştırma yetenekleri • Kalite veya teknolojik liderlikte kazanılmış kurumsal ün | <ul style="list-style-type: none"> • AR-GE, ürün geliştirme ve pazarlama fonksiyonları arasında güçlü koordinasyon • Sayısal ölçütler yerine, öznel ölçütler ve teşvikler |

Tablo 4. Üç Genel Stratejinin Diğer Gereklilikleri (devam)

| | | |
|-----------------------|---|--|
| Farklılaştırma | <ul style="list-style-type: none">• Sektörde uzun bir geçmiş veya diğer işlerden elde edilmiş benzersiz beceriler kombinasyonu• Kanallarla güçlü işbirliği | <ul style="list-style-type: none">• Üstün nitelikli işçileri, bilim adamlarını veya yaratıcı kişileri çekecek rahat ve hoş bir ortam |
| Odaklanma | <ul style="list-style-type: none">• Yukarıdaki politikaların, belirli bir stratejik hedefe yöneltilmiş kombinasyonu | <ul style="list-style-type: none">• Yukarıdaki politikaların belirli bir stratejik hedefe yöneltilmiş kombinasyonu |

1.3. Uluslararası Rekabetçilik Yaklaşımları

1.3.1. Klasik Yaklaşımlar

Rekabet gücü, geleneksel yaklaşımlarda üretimdeki üstünlüğü merkeze alarak açıklamaya çalışmaktadır. Bu yaklaşımlarda doğal ve fiziki kaynaklara sahip olmak rekabet gücü elde etmede önemli avantaj sağlamakla birlikte emek ve sermayenin de bu güce etki eden faktörler olduğu belirtilmektedir. Uluslararası ticaret teorilerinde başlangıç noktası olarak klasik liberalizmin kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" adlı eseri alınmaktadır. Klasik teorilerin uluslararası ticareti açıklamakta eksik kaldığı ya da zorlandığı noktaların görülmesiyle de yeni dış ticaret teorileri ile bu eksikliklerin giderilmeye çalışıldığı görülmektedir (Yüksel & Sarıdoğan, 2011, s. 200; Özer, 2012, s. 31; Süygün, 2013, s. 12).

Bu bölümde uluslararası rekabet gücünün açıklanmasında klasik ve yeni dış ticaret teorileri yaklaşımlarından bahsedilmiştir.

1.3.1.1. Merkantalizm

15 ve 18. yüzyıllar arasında Avrupa'da hakim bir iktisadi akım haline gelmiş olan Merkantilizm, genel olarak "ekonominin sürekli olarak dış ticaret fazlası vermek sureti ile devletin gücünü belirleyen değerli maden stoklarının artırılması ilkesi" olarak tanımlanmıştır (Peker, 2015, s. 2). Merkantilizm, devleti merkez alan bir anlayış olup, bu akımdaki ekonomi politikası hem ekonominin hem de devletin birlikte büyümesini ve güçlenmesini amaçlar. Ekonomi ve devletin büyümesi ve güçlenmesinin ise hazinenin büyümesine bağlı olduğu kriterini esas alır ve bunu sağlamak için dış ticaret

dengesinin ihracat lehine pozitif olacak şekilde politika düzenleneceği bir ortam hazırlar (Aydemir & Güneş, 2006, s. 138).

Merkantilizm orta çağ sonrası feodal yapının getirdiği ekonomik anlayışın yerini kapitalizme bıraktığı ve ulus devlet anlayışının alevlendiği bir dönemde uluslararası rekabette yerini almış bir sistemdir. Bu dönemde ülkelerin zenginliği altın ve gümüş gibi değerli madenlere sahip olmaktan geçmektedir. Merkantilizm, ekonomide korumacı bir anlayışa sahip yönetimlerin, ihracatın desteklendiği ithalatın ise kısıtlandığı bir yöntem tercih etmelerini sağlamıştır (Özer, 2012, s. 31).

1.3.1.2. Mutlak Üstünlükler

Klasik iktisadın kurucularından Adam Smith, ülkeler arasındaki dış ticaretin nedenini mutlak üstünlükler kuramı ile açıklamıştır. Buna göre, iki ülke arasındaki ticaretin nedeni bu ülkelerin dış ticarete konu olan farklı malların üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olmaları, bir başka deyişle diğer ülkeye göre daha düşük maliyetlerde üretebilmeleridir. Bu çerçevede bir malı daha ucuza üreten bir ülke bu malı ihraç edecek, başka bir ülkenin kendisinden daha ucuza ürettiği diğer bir malı ithal edecektir. Bunun sonucunda her ülke mutlak üstünlüğe sahip olduğu ve daha ucuza ürettiği malların üretiminde uzmanlaşacaktır. Bu uzmanlaşma kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacaktır. Ülkelerin mutlak üstünlüğe sahip oldukları malların üretiminde uzmanlaşabilmeleri, iş bölümü, kaynakların verimli ve etkin kullanabilmeleri, serbest dış ticaret ile mümkün olabilmektedir. Özetle bu kuram, ülkeler arasında mutlak anlamda maliyet üstünlüklerinin olması durumunda hangi ülke neyi daha ucuza üretiyorsa o alanda uzmanlaşmış karşı ülkenin ucuza ürettiği malı alması gerektiğini savunmaktadır. Mutlak üstünlükler kuramı emek-değer teorisine dayandığından, üretimde kullanılan tek üretim faktörü emektir (Adıgüzel, 2011, s. 31-33).

1.3.1.3. Karşılaştırmalı Üstünlükler

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ilk defa 19. Yüzyılda Robert Torrens tarafından ortaya atılmış ve daha sonra David Ricardo'nun "Siyasal Ekonomi ve Vergilendirmenin İlkeleri" adlı kitabının yayınlanmasından sonra literatürde yaygın olarak tartışılmaya başlanmıştır (Karluk, 1973, s. 222).

Mutlak üstünlükler kuramının bir ülkenin iki malın üretiminde de diğer ülkeye göre mutlak üstünlüğe sahip olması durumunda dış ticaretin nasıl şekilleneceğinin açıklanması konusundaki yetersizlikleri, yine klasik iktisatçılardan David Ricardo'nun ortaya koyduğu teori olan "karşılaştırmalı üstünlük" kuramı ile giderilmeye çalışılmıştır. Ricardo, bir ülkenin iki malın üretiminde de üstünlüğe sahip olması durumunda bile karlı bir dış ticaret yapılabileceği karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ile açıklayarak ülkelerin mutlak üstünlüğe sahip olmadıkları durumlarda bile ticaret yapabileceklerini savunmuştur. Karşılaştırmalı üstünlükler, bir ülkenin daha çok ürettiği bir üründen diğer ürünlere kıyasla daha yüksek oranda verim (düşük maliyet) elde etmesi durumunda, etkin olduğu bu üründe uzmanlaşması ve göreceli olarak pahalıya ürettiği ürünleri diğer ülkelerden ithal etmesi gerektiğini savunur. Bu teoride her ülkenin nispi olarak işgücünde uzmanlaştığı alana yönelmesi gerektiği belirtilmiş ve tüm ülkelerin yer aldığı hareketli bir ticari ortamın oluşacağı öne sürülmüştür. Teori uygulandığında, gelişmiş ülkeler nispi olarak daha ucuza üretebildikleri mala yöneldiğinden, az gelişmiş ülkeler de pazarda kendilerine yer bulabilmekte ve aktif bir şekilde ticari ilişkilerde bulunabilmektedirler (Topuz & Coşkun, 2018, s. 674-675).

Rekabet gücünün açıklanmasında dış ticaret verilerinin matematiksel olarak analiz edilmesinin tercih edildiği görülmektedir. Bu kapsamda en çok kullanılan modellerden birisi de "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi – *Revealed Comparative Advantages (RCA)*"dir. Temel olarak "uzmanlığa" dayalı olan RCA indeksi yaklaşımı, ülkelerin aynı bir işletme gibi belirli bir ürün veya hizmette uzmanlaşabileceğini belirtir (Erkan & Saricoban, 2014, s. 118). İndeks rekabet üstünlüğünü ölçmek maksadıyla ilk olarak Liesner (1958) tarafından geliştirilmiş ve Balassa (1965) tarafından yeniden düzenlenmiştir. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ihracat indeksinin (RCA) bir ülkenin belirli bir ürün kategorisindeki ihracatının o ülkenin toplam ihracatındaki payına oranı olarak tanımlanmaktadır (Balassa & Noland, 1989, s. 9).

$$\text{Balassa RCA} = \frac{X_{kt}^j / X_t^j}{X_{kt}^w / X_t^w}$$

Formülde yer alan semboller aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

" X_{kt}^j " "j" ülkesinin "t" periyodundaki "k" ürünü ihracatı,

" X_t^j " "j" ülkesinin "t" periyodundaki toplam ihracatı,

“ X_{kt}^w ” “t” periyodundaki “k” ürününün bir bölgedeki ya da dünyadaki ihracatı,
“ X_t^w ” “t” periyodundaki bir bölgedeki ya da dünyadaki toplam ihracat.

İndeks dünya ihracatının payları bakımından sektörel bir nispi ihracat ölçüsünü ifade etmektedir. Benzer şekilde, ülkenin tüm sektörlerdeki ağırlıklı ihracat payları ile normalize edilen sektörel ihracat payları olarak yorumlanmaktadır. Balassa RCA indeksi 0 ila ∞ arasında bir değer alır. Normalde eğer indeks 1’in altında ise bu ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığını, 1’in üzerinde ise karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu ifade eder. Balassa’nın RCA indeksi aşağıda gösterildiği şekilde dört sınıfa ayrılabilir (Hinloopen & Van Merrewijk, 2001, s. 8; Benedicts & Tamberi, s. 5; Erkan & Yildirimci, 2015, s. 529):

| | | |
|-----------------|-------------------------------------|---|
| <i>A sınıfı</i> | $0 < RCA \text{ İndeksi} < 1$ | <i>Karşılaştırmalı üstünlük yok</i> |
| <i>B sınıfı</i> | $1 \leq RCA \text{ İndeksi} \leq 2$ | <i>Zayıf düzeyde karşılaştırmalı üstünlük var</i> |
| <i>C sınıfı</i> | $2 \leq RCA \text{ İndeksi} \leq 4$ | <i>Orta düzeyde karşılaştırmalı üstünlük var</i> |
| <i>D Sınıfı</i> | $4 \leq RCA \text{ İndeksi}$ | <i>Güçlü düzeyde karşılaştırmalı üstünlük var</i> |

Ancak Balassa’nın RCA indeksine yönelik bazı eleştiriler de olmuştur. İndeksin asimetrik değer problemi ve logaritmik dönüşüm sorunu gibi durağan bir uzmanlaşma indeksi olması, ithalat verilerinin de eş zamanlı değerlendirilmesi gerekliliğinin de önemli olması ve sağlam bir teorik arka plan sunamayışı bunlardan bazılarıdır (Fertö & Balogh, 2015, s. 2).

Nihayetinde Vollrath (1991), bir ülkenin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün ölçümünü yapabilmek için alternatif metodlar önermiştir. Bu metodlar “Nispi İhracat Avantajı İndeksi – *Relative Export Advantage (RXA)*”, “Nispi Ticaret Üstünlüğü İndeksi – *Relative Trade Advantage (RTA)*”, ve “Açıklanmış Rekabet Gücü İndeksi – *Revealed Competitiveness (RC)*” olarak tanımlanabilir. RTA indeksinin hesaplanabilmesi için RXA ve RMA (nispi ithalat üstünlüğü – *relative import advantage*) indekslerinin hesaplanması gerekmektedir. İndeksler aşağıdaki gibi formüllendirilmektedir (Reinert, Rajan, Glass, & Davis, 2009, s. 972):

$$RXA = \frac{X_{kt}^j / X_{-kt}^j}{X_{kt}^{-j} / X_{-kt}^{-j}}$$

Formülde yer alan semboller aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

“ X_{kt}^j ” “j” ülkesinin “t” periyodundaki “k” ürünü ihracatı,
 “ X_{-kt}^j ” “j” ülkesinin “t” periyodundaki “k” ürünü hariç toplam ihracatı,
 “ X_{kt}^j ” “t” periyodundaki “ X_{kt}^j ” hariç “k” ürününün toplam dünya ihracatı,
 “ X_{-kt}^j ” “t” periyodundaki “ X_{kt}^j ” ve “ X_{-kt}^j ” hariç toplam dünya ihracatı.

$$RMA = \frac{M_{kt}^j / M_{-kt}^j}{M_{kt}^j / X_{-kt}^j}$$

Formülde yer alan semboller aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

“ M_{kt}^j ” “j” ülkesinin “t” periyodundaki “k” ürünü ithalatını,
 “ M_{-kt}^j ” “j” ülkesinin “t” periyodundaki “k” ürünü hariç toplam ithalatı,
 “ M_{kt}^j ” “t” periyodundaki “ M_{kt}^j ” hariç “k” ürününün toplam dünya ithalatı,
 “ M_t^w ” “t” periyodundaki “ M_{kt}^j ” ve “ M_{-kt}^j ” hariç toplam dünya ithalatı.

$$\text{Vollrath RTA} = \text{RXA} - \text{RMA}$$

RXA'nın 1'den büyük olması durumunda, ülkenin o üründe ihracat rekabetinin olduğunu gösterir. Eğer RXA 1'den küçük ise, ülkenin o üründe ihracat rekabet dezavantajına sahip olduğunu gösterir. RXA 1'e eşit ise, bu durumda da ihracat rekabet gücünde bir denge olduğunu söylenebilir. Diğer taraftan RMA'nın 1'den küçük olması durumunda ülkenin o üründe karşılaştırmalı ithalat üstünlüğüne sahip olduğunu belirtir. Eğer RMA 1'den büyük ise, ülkenin o üründe karşılaştırmalı ithalat dezavantajına sahip olduğu görülür. RMA 1'e eşit ise, bu durumda da ithalatın rekabet avantajında denge olduğu söylenebilir (Sarıçoban & Kösekahyaoğlu, 2017, s. 429).

Vollrath (1991)'in öne sürdüğü bir diğer ölçüm metodu açıklanmış rekabet gücü indeksidir (RC). RC hesaplama formülü aşağıdaki gibidir (Utkulu & Seymen, 2004, s. 11):

$$\text{Vollrath RC} = \ln(\text{RXA}) - \ln(\text{RMA})$$

Eğer RC indeksi 0'dan büyükse, bir başka deyişle eğer sonuç pozitifse, ülkenin karşılaştırmalı rekabet avantajına sahip olduğu; 0'dan küçükse, yani sonuç negatif ise, ülkenin karşılaştırmalı rekabet dezavantajına sahip olduğu ifade edilir. Vollrath (1991), RC indeksinin arz ve talep dengesini daha iyi ortaya koyması nedeniyle $\ln \text{RXA}$ ve RTA'ya göre daha tercih edilebilir olduğunu ifade eder (Sarıçoban & Kösekahyaoğlu, 2017, s. 430).

1.3.1.4. Diğer Teoriler

Fırsat (Vazgeçme) Maliyeti; üretimde sermaye, doğal kaynaklar ve girişimci gibi diğer faktörlerin bulunduğu göz önüne alındığında emek-değer teorisinin tek başına yeterli olamayacağından hareketle geliştirilmiştir. 1930 yılında G. Haberler tarafından geliştirilen fırsat maliyeti teorisine göre bir malın üretimini bir birim arttırmak için gereken kaynakları serbest bırakmak üzere başka bir malın üretiminden vazgeçilmesidir. Fırsat maliyeti kuramına göre ekonomide tam istihdam olduğu için, bir malın üretimini arttırmak için başka bir malın üretimini azaltmak, üretim faktörlerini açığa çıkarmak gerekmektedir. Emeğin dışındaki diğer üretim faktörleri de dahil edilerek, iki ülkedeki fırsat maliyetleri farklı ise, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin emek-değer teorisine dayanmadan da dış ticaretin oluşacağı belirtilmiştir. Fırsat maliyeti kuramı, karşılaştırmalı üstünlük teorisinin mantığını değiştirmemekte, ancak maliyeti belirleyen tek faktör olan emek ve emek maliyeti yerine, tüm diğer üretim faktörlerini ve toplam maliyetlerini göz önüne alan fırsat maliyetini koymaktadır (Adıgüzel, 2011, s. 36-37).

Faktör Donanımı; ise Eli Heckscher ve B. Ohlin tarafından geliştirilmiştir. Karşılaştırmalı üstünlüklerin emek verimliliklerindeki farklılıklara bağlanmasına rağmen, bu farklılıkları yaratan temel nedenler üzerinde yeterince durmaması, klasik teorilerin uluslararası ticareti açıklamakta eksik kaldığı bir başka noktadır. Bu eksikliğı gidermek için geliştirilen ve Faktör donanımı ya da H-O teorisi olarak bilinen bu kuram, bir ülkenin bir malın üretiminde maliyet üstünlüğünü belirleyen unsurun, ülkenin sahip olduğu faktör donanımı olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre bir ülke hangi üretim faktöründe zenginliğe sahipse, o faktörü daha yoğun bir biçimde kullanan mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder. Dolayısıyla bu malların üretim maliyetinde avantaja sahip olduğundan, bu alanda uzmanlaşmak gereklidir. H-O teorisinden yola çıkarak, farklı teoriler de üretilmiştir. Ancak 1947 yılı dış ticaret verilerinin bu teknikle değerlendiren Wassily Leontief, teorisinin sonuçlarıyla tamamen çelişen bulgular ortaya koymuş ve bu olay literatüre Leontief paradoksu olarak geçmiştir. Leontief'in çalışmasının ardından gelen tartışmaların ortak noktası ise, H-O teorisinin daha çok vasıfsız emek zengini az gelişmiş ülkeler ile sermaye zengini gelişmiş ülkeler arasındaki ticareti açıklamakta oldukça başarılı olduğu şeklindedir (Yüksel & Sarıdoğan, 2011, s. 200-201).

Gelir ve Tercihlerde Benzerlik, İsveç’li iktisatçı Staffan Burenstam Linder tarafından 1961 yılında geliştirilmiştir. Bu kuram, uluslararası ticaretin ülkelerin zevk ve tercihlerindeki benzerlikten ortaya çıktığını savunmaktadır. Bu teoriye göre sanayi malları ticaretinde ülkelerin talep koşulları, bir başka deyişle zevk ve tercihlerdeki benzerlikler temel belirleyicidir. Bu nedenle dış ticaretin ana kaynağı gelir düzeyidir. Sanayi malları öncelikle yurtiçi yerli tüketiciler için üretildikten sonra diğer ülkelerin benzer gelir seviyesine ve zevklerine sahip tüketicilerin talebi üzerine yurtdışına ihraç edilir. Talep yönlü nitelik taşıyan ve Taleplerin Çakışması ya da Yayılma Teorisi olarak da adlandırıldığı belirtilen bu kuramın amacı, yalnızca sanayi mallarının dış ticaretini açıklamaktır. Linder, ülkelerin tercihlerinde ortaya çıkan benzerliğin beraberinde ülkeler arasındaki sanayi malları ticaretini arttıracaklarını ve gelir düzeyleri ile tercihler arasında güçlü bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Adıgüzel, 2011, s. 39; Şahin, 2016, s. 177).

Teknolojik Açık Kuramı, ilk olarak Posner tarafından 1961 yılında geliştirilse de teknolojinin yeni üretim faktörü olarak kabul edilmesi Solow (1957) ile başlamaktadır. Posner, ekonomik gelişme ve ülkenin teknoloji seviyesi arasında güçlü bir ilişki bulunduğu ve ülkelerin bazen yenilik sınırları arasındaki teknolojik açıklarla karşı karşıya kalacağını ifade etmektedir (Güreşçi, 2018, s. 101). Posner’in dış ticareti ülkelerin arasındaki teknolojik farklılıklara dayanarak açıklaması literatürde teknoloji açığı teorisi ya da teknolojik açık kuramı olarak bilinmektedir. Bu teorinin, benzer koşullara sahip ekonomiler arasında gelişmiş ülkelerin yenilikçi işletmeleri tarafından gerçekleştirilen inovasyona dayandırıldığı ifade edilir. Burada patent ve fikri mülkiyet haklarına ilişkin yasaların yenilikçi işletmelere daha fazla teşvik ve bu işletmelerin monopolistik özellikleri için koruma sağladığı kabul edilmekte ve böylelikle teknik değişim veya bazı endüstrilerdeki gelişmelerin ticaret artışına neden olduğu belirtilmektedir. Bir ülkede meydana gelen belirli bir teknik değişimden kaynaklanan karşılaştırmalı maliyet farklılıkları, inovasyonun diğer ülkelere taklit edilmesine yetecek kadar bir öğrenme döneminde belirli malların ticareti hususunda avantaj sağladığı anlaşılmaktadır (Perçin, Karakaya, & Ağazade, 2017, s. 86).

Ürün Yaşam Evreleri Modeli, Teknolojik açık kuramının geliştirilmiş bir halidir. 1966 yılında Raymond Vernon tarafından üretilen model; özellikle ABD’deki üreticilerin sermaye faktörünü emek faktörünün yerine kullanmaları nedeniyle diğer ülkelere kıyasla ürün geliştirmeye daha fazla kaynak ayırabilmesi ve farklı ülkelerdeki

işletmelerin genel olarak birbirlerine benzeseler bile bir ürünün nasıl üretileceği hakkındaki bilimsel prensipler bakımından farklı olduğu varsayımlarına dayanmaktadır (Arıç, 2013, s. 87). Bu modele göre bazı ülkelerin var olan ürün uzmanlaşmaya gitmeleri, bazı ülkelerin ise yeni ürün arayışına gitmelidir. Bu da ürünün icat edildiği ülkeden, taklit edildiği ülkeye kaymasıyla ilgilidir (Yüksel & Sarıdoğan, 2011, s. 201). Yenilik kişi başına gelirin yüksek olduğu ülkelerde başlar. Bu ülkelerdeki yerel talep süreç içinde yükselmektedir. Bu süreç içinde yeniliği içeren üründe bazı standartlaşmalar olsa da, yapılan farklılaşmalarla bir anlamda ülke yenilikçiliğe devam eder ve en nihayetinde maliyet avantajını da elde bulundurduğu için ürün o ülkeden, diğer ülkelere de kaymaya başlar ve ülke net ithalatçı konuma yükselir (Özer, 2012, s. 37).

Ölçek Ekonomileri Teorisi, bir ülkede yoğun talebi bulunduğu için geniş Pazar payına sahip olan ürünlerin üretiminde uzmanlaşılması ile, yoğun talebin getirdiği ticaret hacminin etkisi ile birlikte arzdaki artış ve buna bağlı olarak verim artışı nedeniyle ortalama maliyetlerin düşeceğini ve böylelikle o ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olacağını ifade etmektedir (Arıç, 2013, s. 87).

1.3.2. Modern Yaklaşımlar

1.3.2.1. Elmas Modeli

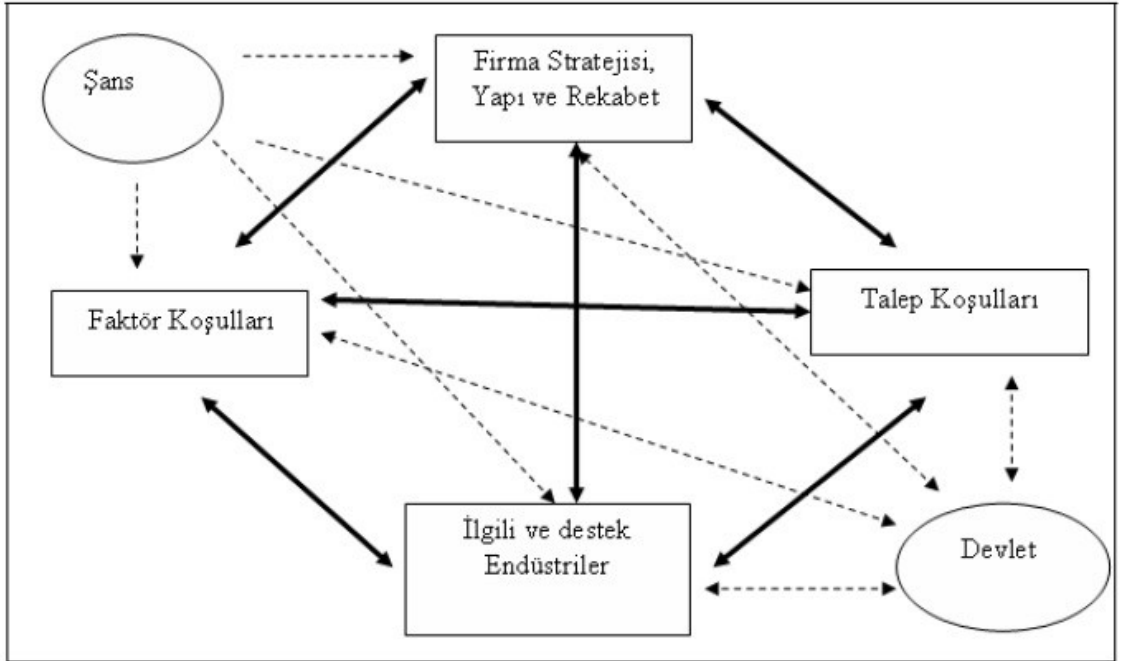
Michael E. Porter 1990 yılında yayımlanmış olduğu *Ulusların Rekabet Üstünlüğü* adlı kitabında Elmas Modeli olarak adlandırdığı bu model, bir endüstrinin rekabet üstünlüğünün kıyaslanmasında kullanılan ve bazı ülkelerin diğerlerine kıyasla bazı endüstrilerde neden daha başarılı olduklarını gösteren en iyi model olarak gösterilmektedir. Elmas modeli, işletmeler arasındaki rekabet anlayışını değiştiren bir paradigmayı açıklamakta ve bazı endüstri ve ülkelerin uluslararası pazarda neden diğerlerine kıyasla rekabet üstünlüğü elde edebildiği sorusuna cevap bulmaya çalışmaktadır (Mboya & Kazungu, 2015, s. 129).

Porter (1990), ABD, Almanya, Japonya, Danimarka, İtalya, İsveç, Birleşik Krallık, Güney Kore ve Singapur olmak üzere 10 ülkenin 100'den fazla sektör veya endüstrisini ele almak suretiyle ulusal rekabet avantajlarının belirleyicilerini sistematik olarak ortaya koyan küresel rekabet unsurlarını bir sistem yaklaşımı içinde analiz etmiş ve bir model geliştirmiştir. Ülkelerin rekabet gücünü araştırdığı ve Elmas Modeli olarak

adlandırılan bir teorik yapıda tanımladığı bu modelde, ülkelerin rekabetçi üstünlüklerinin artırılması için dört ana faktörün (faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstrilerin varlığı ve işletme stratejileri) dikkate alınması gerektiğini belirtmiş ve elmasın dört köşesini oluşturmuştur. Bu dört faktörün yanı sıra devlet politikaları ve şans faktörü de elmasın dışında kalmakla birlikte ülke rekabet gücüne etki eden faktörler olarak ele alınmaktadır (Porter M. , 1990, s. 127). Porter (1990), geliştirdiği Elmas Modeli sayesinde bazı ulusların neden diğerlerine göre belirli sektörlerde daha rekabetçi olduğu sorusuna cevap aramış ve bir sektördeki ulusal rekabet gücünü etkileyen faktörlerin ilişkilendirilmesini esas almıştır (Bulu, Eraslan, & Kaya, 2006, s. 53; Koç & Özbozkurt, 2014, s. 88).

Porter'in yayımlanmış olduğu bu kitabın Adam Smith'in yapıtının yeni bir sürümü, "Ulusların Zenginliği"nin çağdaş bir eşdeğeri olduğu ifade edilmiştir. Porter (1990), ülkelerin ulusal elmasın en uygun olduğu sanayi ya da sanayi bölümlerinde başarılı olacağını ileri sürmektedir (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998, s. 137).

Elmas birbirleriyle etkileşimli dört faktörden ve iki dışsal parametreden oluşur (Şekil 4). Buna göre, dört ana faktör (1) Faktör Koşulları, (2) Talep Koşulları, (3) İlgili ve Destekleyici Endüstriler (4) Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet, iki dışsal faktör de (1) Devlet ve (2) Şans'tır.



Şekil 4. Porter'ın Elmas Modeli (Porter M. , 1990, s. 127)

Faktör Koşulları; Geleneksel iktisat teorilerinde faktör koşulları doğal kaynaklar, emek, sermaye gibi bir ülkenin üretim faktörlerini ifade etmektedir. Klasik teoriler, bir ülkenin bu faktörlere sahip olmasının sektörel rekabette başarılı olunmasının ana faktörü olarak kabul eder ve bu kaynakların verimli kullanılmasının o ülkeye ulusal rekabet gücünü de beraberinde getireceğini savunur. Oysa Porter, üretim faktörlerinin miras bırakılmadığını, ülkelerin kendilerinin yaratmış olduğu unsurlar olduğunu savunur. Faktör koşulları aşağıda açıklandığı şekliyle birkaç alt kategoride gruplandırılabilir (Porter M. , 1990, s. 74-75):

İnsan Kaynakları : İş gücünün niteliği, kalitesi, maliyetleri, erişilebilirliği ve yeteneği ile ifade edilmektedir.

Fiziksel Kaynaklar : Bir ülkedeki arazi, su, yeraltı kaynakları, iklim, hammadde, enerji ve güç kaynaklarının durumu, miktarı, maliyeti ve kalitesi ile ifade edilmektedir.

Bilgi Kaynakları : Üretilen mal ve hizmetlerle ilgili bilimsel, teknik ve pazar bilgisi ile ifade edilmektedir. Bilgi kaynakları üniversitelere, devlet araştırma enstitülerine, özel araştırma kuruluşlarına, devlet istatistik kurumlarına, bilimsel literatürün varlığına, pazar araştırması raporları ve veri tabanlarına vb. bağlıdır.

Sermaye Kaynakları: Bir ülkedeki finansal sermayenin miktar ve maliyetleri ile ifade edilmektedir.

Altyapı : Taşıma sistemleri, iletişim sistemleri, para transferleri, sağlık vb unsurlar da dahil olmak üzere rekabeti etkileyen mevcut alt yapıların maliyeti, tipi ve kalitesi ile ifade edilmektedir.

Uluslararası pazarda rekabet gücüne sahip olmak isteyen bir ülkenin kalkınmasının o ülkenin faktör koşullarına göre şekillendirilmesi gerektiği söylenmektedir (Koç & Özbozkurt, 2014, s. 88).

Talep Koşulları; bir endüstrideki ulusal rekabet üstünlüğünün ikinci esas belirleyicisi endüstrinin ürün ya da hizmetlerinin yerel talep koşullarıdır. Yerel talep koşulları Porter (1990)'ın çalışmasında incelenen neredeyse tüm endüstrilerde etkilidir. Yerel talebin üç esas özelliği önemlidir. Bunlar yerel talebin niteliği, yerel talebin büyüklüğü ve genişleme modeli ve bir ülkenin yerel tercihlerinin yabancı pazarlara

iletildiği mekanizmalar (yurt içi talebin uluslararasılaştırılması) olarak ifade edilebilir (Porter M. , 1990, s. 86).

Yerel talebin niteliği : Bir ürünün yerel talebi uluslararası talebe göre daha fazla ise, yerel işletmelerin yerel pazarı daha fazla önemsemesinden dolayı rekabet avantajı oluşmaktadır.

Yerel talebin büyüklüğü ve genişleme modeli : Bir ürünün yerel talebinin fazlalığı nedeniyle oluşan rekabet, işletmelerin teknolojilerini sürekli yenilemelerini ve verimlilik artışı yaratacak yenilik arayışını tetiklemektedir.

Yurt içi talebin uluslararasılaştırılması : Yoğun olan yurt içi talebin uluslararası hale gelmesi, işletmelerin uluslararası hareketleri takip etmesine neden olmaktadır.

Talep koşulları ile ifade edilmek istenen şey aslında talebin büyüklüğünden ziyade talebin kalitesidir. Yeni veya gelişmiş ürünleri talep eden tüketicilerin varlığı, o pazarda faaliyet gösteren işletmelerin yenilikçi ve yaratıcı yanlarının artırılmasına yönelik tedbirler almasına neden olacağından, uluslararası pazarda da bu yenilikçi ürünler ile rekabet avantajı elde edileceği vurgulanmaktadır.

İlgili ve Destekleyici Endüstriler; bir endüstrideki ulusal rekabet avantajının üçüncü belirleyicisi ise uluslararası rekabet yaratan ilgili ve destekleyici endüstrilerin varlığıdır. Bu ilgili ve destekleyici endüstriler sektördeki işletmelere hızlı ve maliyet-etkin girdi sağlayarak rekabet avantajı sağlayabilirler. Ortak müşteriler ve teknoloji gibi yatay veya tedarikçi-alıcı şeklinde dikey olmak üzere birbirine bağlı bu tür sektörlerin tümüne kümelenme adı verilmekte ve bu kümelenmelerin varlığı ile de ülke endüstrisinin uluslararası pazarda rekabet avantajı elde etmesine olanak sağlamaktadır (Gökmenoğlu, Akal, & Altunışık, 2012, s. 13).

Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet, bir endüstrideki ulusal rekabet avantajını belirleyen dördüncü faktör iç rekabetin doğası olduğu kadar işletmelerin oluşturulması, düzenlenmesi ve yönetilmesinin de oluşturduğu içeriktir. Çünkü işletmeler nasıl oluşturulur, organize edilir ve yönetilirse ulusal ve uluslararası rekabet de buna göre şekillenir. Bir endüstrideki işletmelerin amaçları, stratejileri ve organizasyon şekilleri ülkelere göre farklılık göstermektedir. Dolayısıyla her bir sektöre ya da işletmeye uyabilecek standart bir yönetim modeli bulunmamakta, her işletmenin içinde bulunduğu

koşullara uyabilecek bir yönetim modeli geliştirmesi gerekmektedir. Yerel koşullar işletme yapılarını ve stratejilerini etkileyebilmektedir. Sektördeki düşük rekabet o sektörü çekici kılmakta ancak yoğun rekabet ise işletmelerin rekabetçi yeteneklerini geliştirecek yenilik yaratma konusunda arayışlarda bulunmasına neden olacaktır. Dolayısıyla işletme faaliyetlerinin gerçekleştirildiği sektörün özellikleri, rekabet durumu ve uygulanan stratejiler oldukça önemli olacaktır. Sektörde fiyatlandırma, yeni ürün ya da süreç oluşturma ya da teknoloji tabanlı ulusal rekabet gibi firmalar arası rekabet oluşacaktır (Aktan & Vural, 2004, s. 61).

Şans, ulusal avantajı belirleyen faktörler belirli endüstrilerde rekabeti şekillendirse de şans da bu hususta önemli bir rol oynar. Şans bir ülkedeki koşulları ile az ilgisi olan ve genellikle işletmelerin ve devletin müdahalesi dışında gelişen olaylar olarak belirtilmektedir. Rekabet avantajını etkileyen önemli bazı şans faktörü örnekleri aşağıdaki gibidir (Porter M. , 1990, s. 124):

1. Büyük teknolojik düzensizlikler
2. Girdi maliyetlerindeki düzensizlikler (ör: petrol fiyatları)
3. Dünya piyasalarındaki önemli değişiklikler ve kur değişimleri
4. Ülke ya da dünya düzeyindeki talep dalgalanmaları
5. Yabancı hükümetler arasındaki politik tartışmalar
6. Savaşlar

Elmas Modelinde tanımlanan şans faktörü sektör ve/veya işletmelerin rekabetçiliğine etki edebilmektedir. Normal şartlarda edinilen bir rekabet avantajı aniden gelişen bir olaydan etkilenebilmekte ve bu avantaj başka bir sektöre ya da işletmeye geçebilmektedir.

Devlet, elmas modelinde devlet faktörü rekabet gücü belirleyecek düzeyde etkisi olmasa da sektördeki fırsat ve tehditlere karşı alacağı kararlar ve uygulayacağı politikaların işletmelerin ve/veya sektörün rekabetçiliğine etki edeceği değerlendirilmektedir. Devletin uygulamalarının elmasın diğer dört faktörüne olumlu ya da olumsuz etkileri olabilir. Devlet hem sahip olunan kaynakların sürdürülebilirliği konusunda hem de ilgili sektörde düzenleyici rolü ile rekabetçilik ortamına katkıda bulunmaktadır. Devletin bu konudaki rolü düzenlemeler yapma ve işletmelerin verimliliklerini arttırabilecekleri teşviklerde bulunmak gibi uygulamaları bulunmaktadır (Porter M. , 1990, s. 127).

Porter'a göre ulusal zenginleşme büyük ölçüde rekabetçi avantajın geliştirilmesine bağlıdır. Bir ulus başlangıçta zenginleşmesini mevcut üretim faktörlerini kullanarak sağlamaya çalışır. Bir sonraki aşamada tasarruf ve yabancı teknolojiyi ve sermaye araçlarına yapılan yatırımı cazip hale getirmeye başlar. Emek ve kaynak yoğun endüstrilerin yerini sermaye ve teknoloji yoğun endüstriler alır. Şirketler ürün ya da hizmetlerini farklılaştırarak daha fazla değer üretir ve yurt dışındaki bilgi aktiviteleri üzerinde yoğunlaşır. Üçüncü aşamada yön, ulusal zenginliğin itici gücü olan yeniliklere ve buluşlara çevrilir. Eğer başarılı olunursa mevcut zenginliğin korunması ve yönetim çabalarının ön plana çıktığı dördüncü aşamaya geçilir. Porter'ın çalışmasında, refahın sağlanması ve sürdürülebilmesi için ülke yenilik ve buluşlara dayanan bir ekonomik yapıyı oluşturmalı ve muhafaza etmelidir. Uluslararası rekabet üstünlüğü, temel üretim faktörlerine değil, yenilik ve buluşlara, farklılaşmış ürünler ve markalaşmaya ve planlama yoluyla yüksek bir kalite düzeyine ulaşan endüstri ve endüstri kümelenmelerine dayanmalıdır. Faktör yoğunluğuna dayalı bir üstünlük, uzun vadede sürdürülebilir olmadığı gibi, yaşam standartlarını istenildiği ölçüde ya da yenilik ve buluşlara dayalı olarak rekabetçi üstünlüğe sahip olan ülkelerin düzeyinde arttıramaz. Sürdürülebilir ve yaşam standartlarını azami ölçüde arttıran bir rekabetçi üstünlük; yenilikçi bir ekonomi ile elde edilebilir. İşletmelerin güçlü elmas sahip endüstri kümeleri içerisinde faaliyet göstermesi, refah için ve refah düzeyinin sürdürülebilmesi için önem taşımaktadır (Adıgüzel, 2011, s. 83-84).

1.3.2.2. Çifte Elmas ve Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli

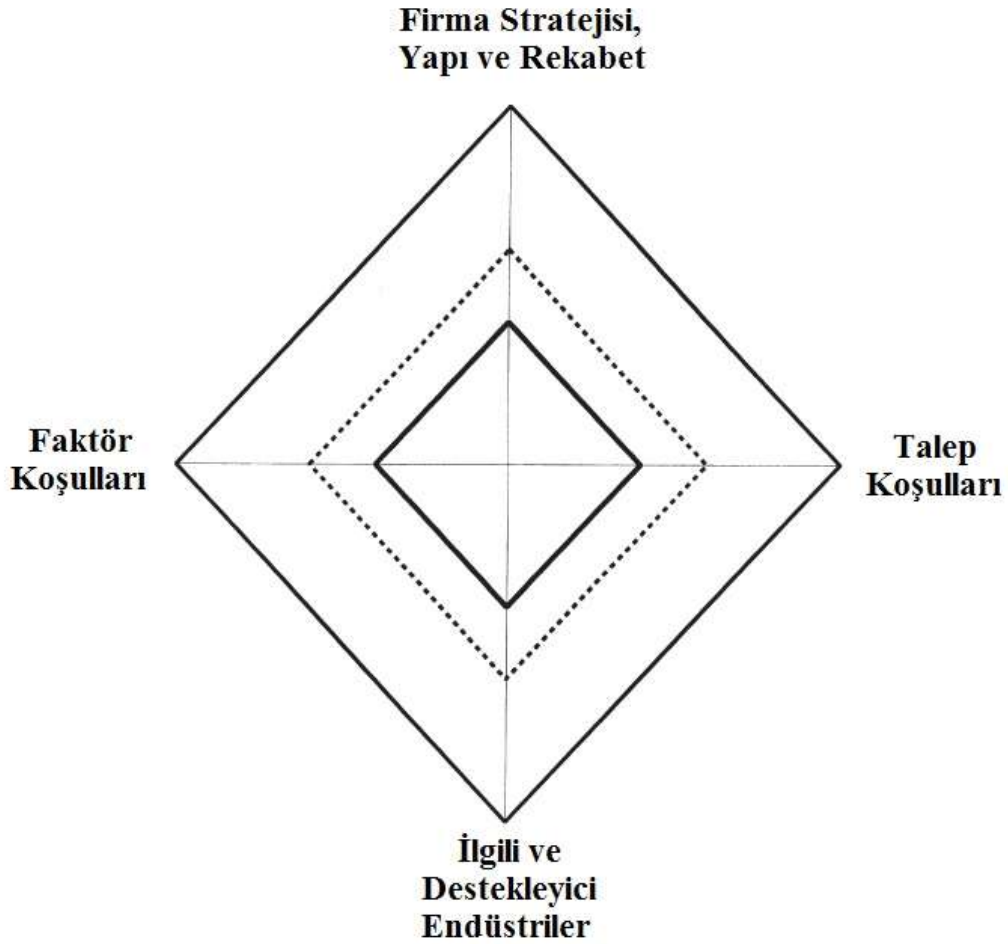
Uluslararası rekabetçilik üzerine yapılan çalışmalarda bazı araştırmacılar elmas modelini sadece ülke içindeki dinamiklerin dikkate alınması, uluslararası bağlantıların göz ardı edilmesi hususlarında eleştirmişlerdir. İlaveten elmas modelinin önermesinin ispatlanabileceği bir ekonometrik analizin de olmadığı söylenmiştir. Çok uluslu işletmelerin üretimlerinin çoğunu ülke sınırları dışında yapmaları nedeniyle, etkileşimde buldukları ülkelerin rekabetçilikleri üzerinde etkisi bulunduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda küresel ekonomik şartlar altında çok uluslu işletmelerin de dikkate alındığı bir şekilde çifte elmas modelleri geliştirmiştir (Gökmenoğlu, Akal, & Altunışık, 2012, s. 20; Baltacı, Burgazoğlu, & Kılıç, 2012, s. 6).

Rugman ve D'Cruz (1993), bu eleştiriler doğrultusunda Kanada üzerinde yaptıkları çalışma ile çifte elmas modelini geliştirmişlerdir. Bu çifte elmas yaklaşımı

içinde, rekabetçiliğin hem yerel hem de yabancı elmaslara bağlı olduğunu ve yerel işletme yöneticilerinin küresel rekabetçi olmak ya da böyle kalmak isteniyorsa her iki elmasın da anlaşılması ve kullanılması gerektiği gösterilmiştir (Smit, 2010, s. 119). Çok uluslu işletmeyi “ürün ve hizmetlerin üretimi ve dağıtımında sınır ötesinde faaliyette bulunan bir işletme” olarak tanımlamak mümkündür. Deniz aşırı iştiraklerine fazlaca bağımsızlık tanıyan çoğu çok uluslu işletme, bu sınır ötesi faaliyetleri organize edebilecek şekilde merkezi olmayan bir yapıya sahiptir. Böyle bir çerçevede “tamamen bağımsız işletmelerden oluşan bir ağa” sahip olduğumuzu düşünmek zaten kabul edilebilirdir. Sonuç olarak genellikle bu işletmelerin sadece ülke sınırlarında değil aynı zamanda ülkelerin rekabetçilik elmasları boyunca da faaliyet gösterdikleri söylenir. Bu nedenle mikroekonomik düzeyde, bu gibi iktisadi birimlerin hem yerel ülke içinde hem de diğer ülkeler içinde oluşan elmasta rekabetçi üstünlüğü sağlaması ve onu koruması gerekli olduğu ifade edilmektedir. Makroekonomik düzeyde de, çok uluslu işletmeler tarafından yapılan doğrudan yabancı yatırımın katma değerli faaliyetlerin sınırlar ötesine yayılması nedeniyle hem ev sahibi ülkenin, hem de ağırlayan ülkenin rekabetçi üstünlüğüne önemli bir kaynak sağlaması anlamına geldiği söylenmektedir. Dahası, çok uluslu işletmelerin çapraz ülkedeki faaliyetleri, çok uluslu işletmelerin faktör maliyetlerindeki farklılıkları ve farklı ekonomiler arasındaki mevcut kaynaklardaki tamamlayıcıları kullanmaları nedeniyle ekonomiler arasındaki rekabetçi üstünlük transferi olarak yorumlanabilir (Postelnicu & Ban, 2010, s. 56).

Porter’in elmas modeli bir ülkenin rekabetçiliğini belirleyen önemli değişkenleri tek bir modelde bir araya getirmektedir. Bu amaçla oluşturulan çoğu diğer model de Porter’in kapsamlı modelinin devamı niteliğindedir. Ancak ilişkilerin belirtileri hakkındaki ve modelin öngörücü gücü hakkındaki önemli belirsizliklerin devam etmekte olduğu düşünülmektedir. Bunun nedeni ise az önce de ifade edildiği gibi Porter’in çok uluslu faaliyetlerin etkilerini modeline dahil etmemesidir. Bu sorunu çözmek için Dunning (1992), çok uluslu faaliyetleri, Porter’in modeline eklenmesi gereken üçüncü bir dış etken olarak ele almıştır (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998, s. 137).

Dunning (1992)’in, Porter’in çalışmasında yer verdiği endüstri kümelerinin uluslararası karşılaştırması yerine, Kanada gibi ticarete daha fazla önem veren ülkeler için yapılacak rekabetçilik çalışmalarında, ülkenin diğer ülkeler ile her alanda gerçekleştirdiği entegrasyonun ve ikili ilişkilerinin de elmasta kullanılmasının daha yerinde olacağını ifade ettiği bildirilmiştir (Çivi, Erol, İnanlı, & Erol, 2008, s. 8-9).



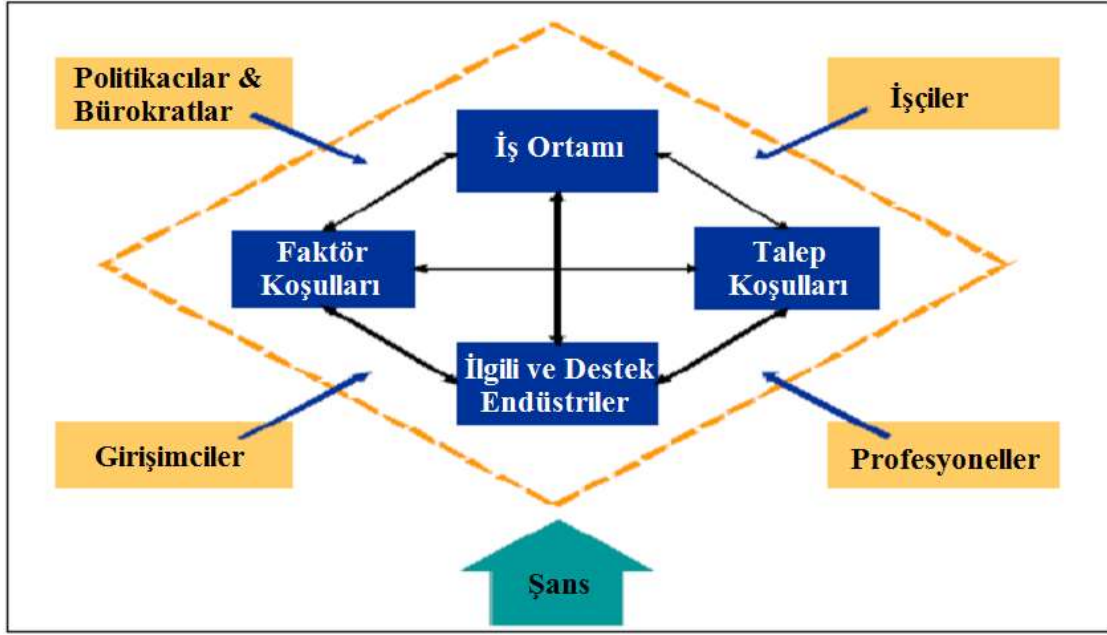
Şekil 5. Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998, s. 138)

Ancak günümüz küresel iş dünyasında ise çok uluslu faaliyetler sadece dışsal bir değişkenden daha fazlası olduğu ifade edilmektedir. Bu yüzden Porter'ın orijinal elmas modeli çok uluslu faaliyetlerin resmen modele dahil edilmesiyle Moon, Rugman, ve Verbeke (1995), genelleştirilmiş çifte elmas modeli şeklinde genişletilmiştir. Şekil 5'te görüldüğü gibi en dışta yer alan çizgi küresel elması, en içte yer alan çizgi ise yerel elması göstermektedir. Küresel elmanın büyüklüğü öngörülebilir bir süreç içinde sabittir, ancak yerel elmanın büyüklüğü ülke büyüklüğüne ve rekabetçiliğine göre değişir. Elmanın iç ve dış çizgileri arasında yer alan kesikli çizgiler ise ülkenin hem yerel hem de uluslararası parametrelerle belirlenen rekabetçiliğini temsil eden uluslararası bir elmadır. Bu yüzden uluslararası elmas ile yerel elmas arasındaki fark uluslararası ya da çok uluslu faaliyetleri yansıtır. Çok uluslu aktiviteler de hem gelen hem de giren doğrudan yabancı yatırımları içerir. Genelleştirilmiş çifte elmas modelinde ulusal

rekabetçilik “uluslararası rekabete karşın uzun bir süre katma değeri sürdürmek için belirli bir ülkede belirli bir sektörde katma değeri faaliyetlerde bulunan işletmelerin kapasitesi” olarak tanımlanır (Moon, Rugman, & Verbeke, 1998, s. 138-139).

1.3.2.3. Dokuz Faktör Modeli

Porter tarafından geliştirilen elmas modelinin tek bir elmastan oluşması hakkında bazı eleştiriler olmuştur. Yerel değişkenlerin çok sınırlı olması nedeniyle küçük ekonomiler ile çok da ilgili olamayacağı konusunda yapılan eleştiriler sonucunda, bu modeli geliştirilen başka teoriler de ortaya çıkmıştır. Bunlardan bir diğeri de Cho (1994) tarafından insan faktörünün rolünü de birleştirilmesiyle öne sürülmüş olan dokuz faktör modelidir. Dokuz faktör modelinin Porter’ın elmas modelinden daha kapsamlı ve daha dinamik olduğu öne sürülmektedir. Öncelikle bu model bir ülkenin rekabetçiliğinin açıklanmasında orijinal elmas modelindeki dört fiziksel faktöre ek olarak dört insan faktörü grubunu da içermektedir. Bu nedenle özellikle farklı insan gruplarının ekonomik kalkınmadaki rollerinin önemli olduğu farklı ulus türlerinin açıklanmasında daha kapsamlı olduğu söylenmektedir. İkincil olarak, insan faktörleri ve fiziksel faktörlerin bir ülkenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek için etkileşim halinde olduğundan, modelin daha dinamik olduğu ifade edilmektedir. Modelin, Porter’ın ifade ettiği “bir ulusun zenginliği miras değildir, yaratılır” görüşünü somutlaştırdığı ve bazı açılardan, insanın fiziksel faktörleri üretken bir biçimde birleştirip düzenleyerek ulusal rekabetçiliğin ardındaki en büyük etken olması yönüyle, orijinal elmas modelinden daha fazlasını yaptığı söylenmektedir. Ayrıca, devlet faktörü orijinal elmas modelinde dışsal bir değişken iken, bu yeni modelde devlet içsel bir faktördür ve bu nedenle ulusal rekabetçilik üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Modeldeki insan faktörleri çalışanları, politikacılar ve bürokratları, bilim insanları ve yöneticiler de dahil olmak üzere girişimci profesyonelleri içermektedir. Fiziksel faktörler ise faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destek endüstriler ile iş ortamını içerir. Dışsal bir faktör olan şans ise bu sekiz içsel faktöre yeni bir bakış açısı sağlamak üzere eklenmektedir. Dokuz faktör modeli Şekil 6’de gösterilmiştir (Cho & Moon, 2005, s. 4-5).



Şekil 6. Dokuz Faktör Modeli (Cho, 1994, s. 21; Cho & Moon, 2005, s. 5).

Elmas modeli ile dokuz faktör modeli arasındaki benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Dokuz faktör modelindeki dört faktör ile (iş ortamı, faktör koşulları, ilgili ve destek endüstriler, talep koşulları) elmas modelindeki dört faktör aynıdır. Ancak dokuz faktör modelinde insan faktörü yeni ve farklı bir bakış açısıyla belirleyici faktör olarak modele yerleştirilmiştir. Bu yenilikçi bakış açısı ile birlikte devlet bürokrat ve politikacılar olarak temsil edilmiş, bunun yanı sıra girişimciler, profesyonel yöneticiler, tasarımcılar, mühendisler ve çalışan işçiler de farklı faktörler olarak modelde yerini almıştır (Çivi, Erol, İnanlı, & Erol, 2008, s. 10).

1.3.2.4. Diğer Teoriler

GZFT Analizi; işletmelerin faaliyetini yürüttüğü çevre unsurlarının durumlarını incelemesi ve işletme içi unsurlarla bu durumları dengelemesi stratejik analiz süreci ile ilgilidir. Bunun yapılabilmesi için önce bilgilerin toplanması sonra da değerlendirilmesi gereklidir. Daha sonra iç ve dış tüm unsurlar belirlenerek sistem yaklaşımı çerçevesinde bu durumların işletme ya da sektör için yaratacağı fırsatlar ile tehditler ve üstünlükler belirlenerek bir tablo ya da matris halinde yazılır (Ülgen & Mirze, 2013, s. 64). Böylelikle işletmenin bir bütün olarak mevcut durumunun ve tecrübesinin incelenmesi, üstün ve zayıf yönlerinin tanımlanması ve bunların çevre şartlarıyla uyumlu hale getirilmesi sürecine etkileşim analizi de denilen GZFT (Güçlü Yönler, Zayıflıklar, Fırsatlar ve Tehditler) analizi yapılabilir. Bu analizin yapılabilmesi, öncelikle işletmenin

çevresindeki her bir faktörü kendisi için anlamlılık derecesine göre değerlendirmesine, daha sonra işletmenin iç faktörlerini gözden geçirmesine bağlıdır (Dinçer, 2013, s. 142).

GZFT’de, güçlü yönler, başarılı bir performans için gerekli yetkinlikleri, zayıf yönler ise başarıyı engelleyen faktörleri belirtmektedir. Fırsatlar sermayeye dönüştürülebilecek zenginlikleri, tehditler ise kontrol dışı güçler ile olayları ifade etmektedir (Songur, Top, & Tekingündüz, 2013, s. 72).

Krugman’ın Rekabetçilik Yaklaşımı; ekonomik faaliyetlerin sınırlı bölgeler içerisinde kalması ve bu bölgeler içerisinde birbirine iki zıt kuvvetin (yığılma ve dağılma) karşılıklı etkileşim içerisinde olması iktisatçıları bunun nedenini araştırmaya itmiştir. Bu araştırmaların bir sonucu olarak doğan ve Krugman tarafından ortaya atılan ekonomik coğrafya modeli mekânsal ekonomik ilişkileri incelemektedir. Temellerini denge yerleşim teorisinden alan ekonomik coğrafya modeli, ekonomik faaliyetlerin neden belirli bölgelerde toplanmakta ve yığılmakta olduğunu araştırmaktadır (Kum, 2011, s. 237).

Krugman ilk olarak 1979 yılında ortaya çıkardığı dış ticaret teorisini, 1980 yılında taşıma maliyetlerini dikkate alarak ve 1991’de de ekonomik coğrafyanın şekillenmesini açıklayarak geliştirmiştir. Krugman modelinin temel teorisinin “*Ülkelerin, benzer teknoloji, faktör donanımı, maliyet yapıları ve tercihlere sahip olsa bile, teknelci rekabet koşulları altında ürün çeşitlendirmesinin yaratacağı fayda artışı ve içsel ölçek ekonomilerinin yaratacağı maliyet avantajı sayesinde serbest dış ticaret yoluyla kazanç sağlayabileceği*” şeklinde olduğu belirtilmektedir. Özetle, ülkeler arasında teknelci rekabet piyasalarında üretilen birçok ürünün ve bu ürünlerin farklılaştırılmasının, işletmelerin uluslararası serbest ticaret yapması olanağıyla pazarların genişlemesini ve dolayısıyla maliyetlerin de düşmesiyle içsel ölçek ekonomilerinin oluşmasını sağladığı söylenebilir. Krugman böylelikle ürün farklılaştırılmasının ve ölçek ekonomilerinin uluslararası ticaret üzerindeki etkisini vurgulayarak günümüz şartlarında dış ticaretin daha anlaşılır olmasına katkı sağladığı görülmektedir (Yüksel & Sarıdoğan, 2011, s. 202).

2. BÖLÜM

SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİNE GEÇMİŞTEN GELECEĞE BİR BAKIŞ

Denizlerde ve iç sularda doğal olarak bulunan ve üretimi yapılan, su bitkileri, balıklar, süngerler, yumuşakçalar, kabuklular gibi canlılar su ürünleri olarak tanımlanabilir. Her geçen gün daha da artan dünya nüfusu için önemli besin kaynaklarından birisi de su ürünleridir. Su ürünleri üretimi temel olarak denizlerden ve iç sulardan av araç ve gereçleri yoluyla avcılık üretimi şeklinde yapıldığı gibi, teknolojik ve bilimsel ilerlemeler doğrultusunda bu ürünlerin yetiştirilmesi şekliyle de yapılabilmektedir. Bu bölümde su ürünleri üretimi sektörünün Dünyadaki ve ülkemizdeki durumu, araştırmanın konusu olan su ürünleri yetiştiriciliğinin merkeze alındığı bir bakış açısıyla, sektörün ülkemiz açısından dış ticaretteki rekabet gücü ve su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün bu rekabet gücü ile ilişkisi ortaya konmaya çalışılmıştır.

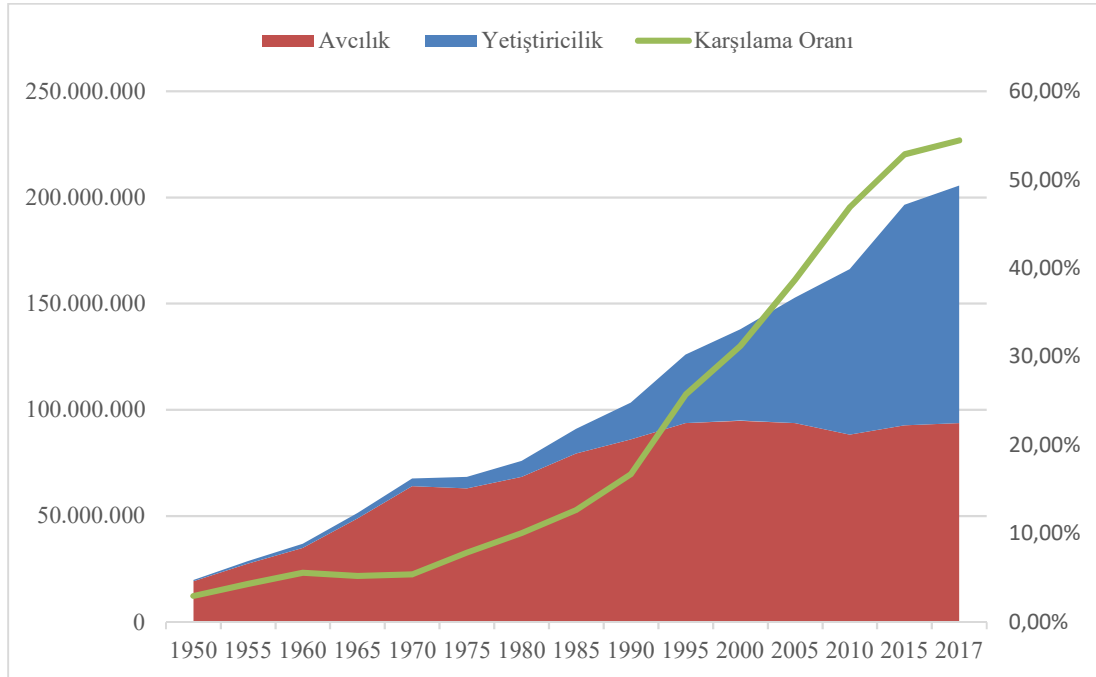
2.1. Dünya Su Ürünleri Üretiminin Mevcut Durumu

İnsanoğlu avcı-toplayıcı olduğu dönemde genellikle göçebe bir hayat tarzını benimsemekle birlikte bazı istisnai durumlarda mevsimlik ve/veya kalıcı yerleşimler oluşturmuştur. Bunlardan en önemlilerinden birinin ise balık yönünden zengin ve su kaynağı olarak da kullanılabilen nehir kıyılarında kurulan balıkçı köyleri olduğu söylenebilir. Bu yerleşim alanlarının tarım devriminden çok daha önce insanlık tarihindeki ilk yerleşimler olduğu ifade edilir. Endonezya kıyılarında kurulan benzeri balıkçı/denizci köylerinin ise 45 bin yıl önce kurulmuş olabileceği tahmin edilmektedir. İnsanlık tarihinin önemli devrimlerinden biri olan tarım devriminin geçmişi ise yaklaşık olarak 10 bin yıl öncesine dayanmaktadır. Tarıma geçişin MÖ 9500-8500 yıllarında Güneydoğu Türkiye, Batı İran ve Levant bölgesinin tepelik arazilerinde, düşük bir hızda ve sınırlı bir coğrafi alanda başlayarak MÖ 3500'li yıllara kadar devam ettiği söylenmektedir (Harari, 2018, s. 60,89).

İnsanoğlunun dünya üzerinde su ürünleri ile ilk etkileşiminin tarım devriminden çok önce olduğu görülmektedir. Bu etkileşim hala da devam etmektedir. İnsanların kendi yiyecek ihtiyacının karşılanması amacıyla başlattığı bu etkileşim gittikçe gelişerek artık başkalarının ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamak amacıyla, yani ticari amaca

dönüştürmüştür. Özellikle 18. yüzyıldan günümüze yaşanan teknolojik ilerlemeler ile birlikte su ürünleri üretimi bugün küresel bir sektör haline gelmiştir.

1950’li yıllarda yaklaşık 20 milyon ton civarlarında olan üretim günümüzde 10 kat artmış bir haldedir. 2017 yılında 206 milyon ton olarak gerçekleşen toplam küresel su ürünleri üretiminin 94 milyon tonu avcılık üretiminden sağlanmıştır. Bir önceki yıla göre %3 artış gösteren avcılık üretiminde lider kıta Asya’dır. Toplam üretimin yarısından fazlası Asya kıtası ülkeleri tarafından yapılmaktadır. Dünyanın uzak ara en büyük su ürünleri üreticisi ise 16 milyon ton avcılık üretimi ile Çin’dir. Çin’i, Endonezya (7 milyon ton) ve Hindistan (6 milyon ton) takip etmektedir. Asya’nın ardından en çok üretim yapılan kıtalar Amerika (17 milyon ton) ve Avrupa (14 milyon ton)’dır. Amerika kıtasındaki üretimde ilk üç ülke Amerika Birleşik Devletleri (5 milyon ton), Peru (4 milyon ton) ve Şili (2 milyon ton)’dir. Avrupa kıtasında üretimde ilk üç ülke Rusya Federasyonu (5 milyon ton), Norveç (3 milyon ton) ve İzlanda (1 milyon ton)’dır. Tablo 5’te 2010-2017 yılları arasında kıtalar ve bu kıtalarda üretimde ilk beş ülkeye göre su ürünleri avcılığı üretim miktarları görülmektedir (FAO, 2019).



Şekil 7. Yıllara Göre Dünya Su Ürünleri Üretimi (ton) (FAO, 2019)

Tablo 5. Dünya Su Ürünleri Avcılığı Üretim Miktarlarının Yıllara Göre Kıtalara ve Kıtalardaki İlk Beş Ülkeye Dağılımı (milyon ton) (FAO, 2019)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <i>Fas</i> | 1,14 | 0,96 | 1,17 | 1,26 | 1,37 | 1,37 | 1,45 | 1,38 |
| <i>Nijerya</i> | 0,62 | 0,64 | 0,67 | 0,72 | 0,76 | 0,71 | 0,73 | 0,92 |
| <i>Moritanya</i> | 0,28 | 0,37 | 0,44 | 0,39 | 0,38 | 0,40 | 0,61 | 0,79 |
| <i>Güney Afrika</i> | 0,64 | 0,54 | 0,72 | 0,43 | 0,61 | 0,57 | 0,62 | 0,53 |
| <i>Angola</i> | 0,31 | 0,34 | 0,37 | 0,41 | 0,44 | 0,50 | 0,49 | 0,51 |
| Afrika | 7,82 | 7,82 | 8,47 | 8,40 | 8,65 | 8,78 | 9,29 | 9,73 |
| <i>Amerika Bir. Dev.</i> | 4,32 | 5,18 | 5,01 | 5,10 | 5,00 | 5,04 | 4,91 | 5,04 |
| <i>Peru</i> | 4,31 | 8,25 | 4,85 | 5,88 | 3,60 | 4,84 | 3,83 | 4,19 |
| <i>Şili</i> | 3,01 | 3,47 | 3,01 | 2,29 | 2,60 | 2,13 | 1,83 | 2,33 |
| <i>Meksika</i> | 1,53 | 1,57 | 1,58 | 1,63 | 1,53 | 1,48 | 1,52 | 1,64 |
| <i>Arjantin</i> | 0,81 | 0,79 | 0,74 | 0,87 | 0,83 | 0,81 | 0,76 | 0,84 |
| Amerika | 17,92 | 23,09 | 18,82 | 19,32 | 17,39 | 17,99 | 16,61 | 17,83 |
| <i>Çin</i> | 15,05 | 15,26 | 15,45 | 15,63 | 16,36 | 16,65 | 16,02 | 15,58 |
| <i>Endonezya</i> | 5,39 | 5,76 | 5,87 | 6,14 | 6,53 | 6,74 | 6,58 | 6,74 |
| <i>Hindistan</i> | 4,72 | 4,34 | 4,90 | 4,67 | 5,00 | 4,86 | 5,08 | 5,45 |
| <i>Vietnam</i> | 2,25 | 2,36 | 2,49 | 2,58 | 2,69 | 2,91 | 3,13 | 3,28 |
| <i>Japonya</i> | 4,19 | 3,88 | 3,76 | 3,74 | 3,73 | 3,49 | 3,27 | 3,27 |
| Asya | 47,12 | 46,92 | 47,74 | 48,17 | 50,03 | 50,06 | 49,18 | 49,52 |
| <i>Rusya</i> | 4,08 | 4,26 | 4,34 | 4,37 | 4,27 | 4,46 | 4,78 | 4,88 |
| <i>Norveç</i> | 2,84 | 2,43 | 2,29 | 2,23 | 2,46 | 2,44 | 2,20 | 2,53 |
| <i>İzlanda</i> | 1,08 | 1,15 | 1,38 | 1,38 | 1,10 | 1,34 | 1,09 | 1,18 |
| <i>İspanya</i> | 0,98 | 1,01 | 0,93 | 0,99 | 1,07 | 0,98 | 0,91 | 0,96 |
| <i>Danimarka</i> | 0,83 | 0,72 | 0,50 | 0,67 | 0,75 | 0,87 | 0,67 | 0,90 |
| Avrupa | 14,12 | 13,62 | 13,27 | 13,79 | 14,03 | 14,37 | 13,99 | 15,10 |
| <i>Yeni Zelanda</i> | 0,44 | 0,43 | 0,44 | 0,44 | 0,44 | 0,43 | 0,42 | 0,43 |
| <i>Papua Yeni Gine</i> | 0,23 | 0,19 | 0,26 | 0,21 | 0,26 | 0,23 | 0,31 | 0,32 |
| <i>Avustralya</i> | 0,19 | 0,18 | 0,17 | 0,17 | 0,17 | 0,17 | 0,19 | 0,18 |
| <i>Kiribati</i> | 0,04 | 0,06 | 0,08 | 0,08 | 0,12 | 0,15 | 0,17 | 0,16 |
| <i>Mikronezya</i> | 0,03 | 0,04 | 0,05 | 0,04 | 0,05 | 0,07 | 0,09 | 0,09 |
| Okyanusya | 1,23 | 1,19 | 1,29 | 1,22 | 1,35 | 1,38 | 1,45 | 1,45 |
| Diğer | 0,02 | 0,02 | 0,01 | 0,02 | 0,01 | 0,04 | 0,01 | 0 |
| TOPLAM | 88,22 | 92,66 | 89,60 | 90,93 | 91,45 | 92,62 | 90,52 | 93,63 |

Tarımsal faaliyetlerin bir alt kolu olarak değerlendirilen su ürünleri yetiştiriciliğinin başladığı kabul edilen tarihlere baktığımızda, sektörün aslında bitkisel ya da hayvansal tarıma nazaran oldukça “genç” bir sektör olduğunu söylemek mümkündür. Su ürünlerinin kültüre alınmasının tarım devriminin başlamasından yaklaşık olarak 7500 yıl sonra, MÖ 2000 civarında orta ve uzak doğuda başladığı söylenmektedir (Nash, 2011, s. 12). Su ürünleri yetiştiriciliği Avrupa’da ise orta çağda başlamış ve Asya kültür balıkçılığı “sanatını” yumurtlama, patoloji ve besleme gibi konuların çalışıldığı bir bilim haline dönüştürmüştür. Avrupa’daki önemli gelişmelerden birisi de 1800’lü yılların ortalarında alabalık kültür yöntemlerinin keşfedilmesidir.

Amerika kıtasındaki su ürünleri yetiştiriciliği tarihi ise 19. yüzyılın ortalarına kadar dayanır (Swann, 1992, s. 1).

Su ürünleri yetiştiriciliği günümüzde yüzbinlerce üretim tesisinde 369'u balık, 109'u molluska (kabuklu yumuşakçalar) 64'ü kabuklu, 7'si amfibik, 9'u sucul omurgasızlar, ve 40'ı da algler olmak üzere toplam 598 farklı türün üretiminin yapıldığı ve bir kıtadan diğerine aktarıldığı global bir endüstri haline dönüşmüştür. 2017 yılı toplam dünya su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı 112 milyon ton olup bunun değerinin de yaklaşık 250 milyar USD olduğu görülmektedir. Yetiştiricilik ürünlerinin toplam su ürünleri üretimi içerisindeki payı her geçen yıl daha da artmaktadır. 2017 yılında toplam dünya su ürünleri üretiminin yarısından fazlasının yetiştiricilik ürünlerinden sağlandığı anlaşılmaktadır. 1950 yılında karşılama oranı % 3'lerde iken bugün bu oran % 55 civarındadır. Karşılama oranının yaklaşık son altmış yılda 13 kat arttığı göz önüne alındığında su ürünleri yetiştiriciliğinin toplam su ürünleri üretimindeki etkisini kolayca anlayabiliriz. Dünya yetiştiricilik üretiminde de lider ülke 64 milyon ton ile Çin olup bunu Endonezya (16 milyon ton) ve Hindistan (6 milyon ton) izlemektedir. Asya kıtasını takiben en çok yetiştiricilik yapılan kıta sırasıyla Amerika ve Avrupa kıtasıdır. Amerika kıtasındaki üretimde ilk üç ülke Şili (1 milyon ton), Brezilya (0,6 milyon ton) ve Ekvator (0,5 milyon ton), Avrupa kıtasında üretimde ilk üç ülke Norveç (1,3 milyon ton), İspanya (0,3 milyon ton) ve Birleşik Krallık (0,2 milyon ton)'dır. Tablo 6'da 2010-2017 yılları arasında kıtalara ve bu kıtalarda ilk beş ülkeye göre su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarları görülmektedir (FAO, 2019).

Afrika kıtasında su ürünleri yetiştiriciliğinin çok büyük bir kısmı (%92) iç sularda yapılmakta olup en çok tilapya ve çiklit türleri üretilmektedir. Amerika kıtasında ise yoğunluk denizlerde olup (%68) en çok salmon türleri ile kabuklu yumuşakçalar üretilmektedir. Asya kıtasında ise üretim nispeten dengeli dağılmıştır. Üretimin %55'i denizlerde %45'i ise iç sularda yapılmaktadır. Denizlerde yapılan üretim (%55) sucul bitkiler ve (%28) kabuklu yumuşakça türlerinde yoğunlaşmıştır. İç sularda yapılan üretimin ağırlığını ise sazan türleri ile tilapya ve çeşitli tatlı su balıkları oluşturmaktadır. Avrupa kıtasında üretimin büyük bir kısmı (%83) denizlerde yapılmakta olup bu üretimde en çok üretilen türler salmon türleri ve kabuklu yumuşakçalardır. Avrupa'da iç sularda en çok yetiştiriciliği yapılan türler sazan ve alabalık türleridir. Okyanusya kıtasında da yetiştiricilik üretiminin neredeyse tamamı (%98) denizlerde yapılmaktadır. En çok üretilen türler ise midye ile salmon ve alabalık türleridir. (Tablo 7).

Tablo 6. Dünya Su Ürünleri Yetiştiriciliği Üretim Miktarlarının Yıllara Göre Kıtalara ve Kıtalardaki İlk Beş Ülkeye Dağılımı (milyon ton) (FAO, 2019)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| <i>Mısır</i> | 0,92 | 0,99 | 1,02 | 1,10 | 1,14 | 1,17 | 1,37 | 1,45 |
| <i>Nijerya</i> | 0,20 | 0,22 | 0,25 | 0,28 | 0,31 | 0,32 | 0,31 | 0,30 |
| <i>Uganda</i> | 0,09 | 0,09 | 0,10 | 0,10 | 0,11 | 0,12 | 0,12 | 0,11 |
| <i>Zanzibar</i> | 0,13 | 0,13 | 0,15 | 0,11 | 0,13 | 0,17 | 0,11 | 0,11 |
| <i>Gana</i> | 0,01 | 0,02 | 0,03 | 0,03 | 0,04 | 0,04 | 0,05 | 0,06 |
| Afrika | 1,42 | 1,54 | 1,65 | 1,74 | 1,86 | 1,97 | 2,13 | 2,21 |
| <i>Şili</i> | 0,71 | 0,97 | 1,08 | 1,05 | 1,23 | 1,06 | 1,05 | 1,22 |
| <i>Brezilya</i> | 0,41 | 0,44 | 0,48 | 0,48 | 0,56 | 0,58 | 0,59 | 0,60 |
| <i>Ekvator</i> | 0,27 | 0,31 | 0,32 | 0,33 | 0,37 | 0,43 | 0,45 | 0,46 |
| <i>Amerika Bir. Dev.</i> | 0,50 | 0,40 | 0,42 | 0,43 | 0,42 | 0,43 | 0,44 | 0,44 |
| <i>Meksika</i> | 0,13 | 0,14 | 0,14 | 0,11 | 0,19 | 0,21 | 0,22 | 0,24 |
| Amerika | 2,53 | 2,79 | 3,00 | 3,00 | 3,36 | 3,29 | 3,37 | 3,59 |
| <i>Çin</i> | 47,79 | 49,15 | 52,08 | 55,03 | 57,32 | 59,37 | 62,32 | 64,36 |
| <i>Endonezya</i> | 6,28 | 7,94 | 9,60 | 13,30 | 14,38 | 15,65 | 16,00 | 15,90 |
| <i>Hindistan</i> | 3,79 | 3,68 | 4,21 | 4,56 | 4,89 | 5,26 | 5,70 | 6,18 |
| <i>Vietnam</i> | 2,70 | 2,86 | 3,10 | 3,22 | 3,35 | 3,47 | 3,58 | 3,83 |
| <i>Filipinler</i> | 2,55 | 2,61 | 2,54 | 2,37 | 2,34 | 2,35 | 2,20 | 2,24 |
| Asya | 71,30 | 74,43 | 80,49 | 87,30 | 91,26 | 95,46 | 99,46 | 102,90 |
| <i>Norveç</i> | 1,02 | 1,14 | 1,32 | 1,25 | 1,33 | 1,38 | 1,33 | 1,31 |
| <i>İspanya</i> | 0,25 | 0,27 | 0,26 | 0,22 | 0,28 | 0,29 | 0,28 | 0,31 |
| <i>Birleşik Krallık</i> | 0,20 | 0,20 | 0,21 | 0,20 | 0,21 | 0,21 | 0,19 | 0,22 |
| <i>Rusya</i> | 0,12 | 0,13 | 0,15 | 0,16 | 0,16 | 0,15 | 0,17 | 0,19 |
| <i>Fransa</i> | 0,20 | 0,19 | 0,21 | 0,20 | 0,18 | 0,16 | 0,17 | 0,17 |
| Avrupa | 2,52 | 2,65 | 2,83 | 2,73 | 2,91 | 2,95 | 2,95 | 3,01 |
| <i>Yeni Zelanda</i> | 0,11 | 0,12 | 0,10 | 0,10 | 0,11 | 0,09 | 0,11 | 0,12 |
| <i>Avustralya</i> | 0,07 | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,08 | 0,09 | 0,10 | 0,09 |
| <i>Solomon Adaları</i> | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| <i>Papua Yeni Gine</i> | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 |
| <i>Kiribati</i> | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 | <0,01 |
| Okyanusya | 0,20 | 0,21 | 0,21 | 0,20 | 0,21 | 0,21 | 0,23 | 0,23 |
| TOPLAM | 77,98 | 81,61 | 88,17 | 94,98 | 99,60 | 103,88 | 108,13 | 111,95 |

Tablo 7. 2017 Yılında Yetiştiriciliği Yapılan Türlerin Kıtalara Göre Üretim Miktarı ve Üretim Değerleri (FAO, 2019)

| Kıta | Alan | En Çok Yetiştirilen Tür ya da Tür Grubu | Üretim Miktarı ve Oranı | | Üretim Değeri ve Oranı | | Kg başına ortalama değer (USD) | |
|---------------------------------|----------------------------|---|-------------------------|-------------------|------------------------|--------------------|--------------------------------|-------------|
| | | | ton | % | bin USD | % | | |
| Afrika | İç Sular | Tilapya türleri | 1.220.144 | 55,11 | 1.449.034 | 45,31 | 1,19 | |
| | | Sazan türleri | 205.226 | 9,27 | 236.808 | 7,41 | 1,15 | |
| | | Afrika yayın balığı | 209.175 | 9,45 | 632.722 | 19,79 | 3,02 | |
| | | Kefal | 210.214 | 9,49 | 224.610 | 7,02 | 1,07 | |
| | | Karides | 135 | 0,01 | 380 | 0,01 | 2,81 | |
| | | Diğer türler | 199.232 | 9,00 | 1.528.662 | 47,80 | 7,67 | |
| | | | İç Sular Toplam | 2.044.126 | 92,32 | 2.978.076 | 93,13 | 1,46 |
| | Deniz | Sucul bitkiler | 136.489 | 6,16 | 5.249 | 0,16 | 0,04 | |
| | | Çipura-levrek | 20.806 | 0,94 | 95.897 | 3,00 | 4,61 | |
| | | Karides ⁵ | 6.026 | 0,27 | 66.774 | 2,09 | 11,08 | |
| | | Diğer türler | 12.722 | 0,57 | 51.914 | 1,62 | 4,08 | |
| | | Deniz Toplam | 170.017 | 7,68 | 219.834 | 6,87 | 1,29 | |
| | | Afrika Toplam | 2.214.143 | 100,00 | 3.197.910 | 100,00 | 1,44 | |
| Asya | İç Sular | Kerevit | 1.129.708 | 1,10 | 9.813.773 | 4,65 | 8,69 | |
| | | Dev tatlı su karidesi | 263.071 | 0,26 | 2.015.821 | 0,96 | 7,66 | |
| | | Tatlı su karidesi | 240.739 | 0,23 | 2.091.300 | 0,99 | 8,69 | |
| | | Eldivenli Çin yengeci | 751.003 | 0,73 | 9.540.416 | 4,52 | 12,70 | |
| | | Diğer kabuklular | 700.298 | 0,68 | 6.120.194 | 2,90 | 8,74 | |
| | | Sazan türleri | 27.843.888 | 27,06 | 60.542.708 | 28,69 | 2,17 | |
| | | Kemikli balıklar | 2.029.932 | 1,97 | 3.470.455 | 1,64 | 1,71 | |
| | | Yayın türleri | 3.232.272 | 3,14 | 6.196.749 | 2,94 | 1,92 | |
| | | Panga | 1.845.187 | 1,79 | 3.164.382 | 1,50 | 1,71 | |
| | | Tatlı su levreği türleri | 838.585 | 0,81 | 7.094.065 | 3,36 | 8,46 | |
| | | Yılanbaş türleri | 579.798 | 0,56 | 1.532.343 | 0,73 | 2,64 | |
| | | Tilapya türleri | 3.975.392 | 3,86 | 8.177.599 | 3,88 | 2,06 | |
| | | Süt balığı | 126.479 | 0,12 | 186.134 | 0,09 | 1,47 | |
| | | Yılan balığı | 253.168 | 0,25 | 1.970.710 | 0,93 | 7,78 | |
| | Salmon ve alabalık türleri | 383.365 | 0,37 | 1.217.044 | 0,58 | 3,17 | | |
| | Tatlısu midyesi | 224.062 | 0,22 | 338.884 | 0,16 | 1,51 | | |
| | Diğer tatlısu türleri | 1.454.407 | 1,41 | 7.665.603 | 3,63 | 5,27 | | |
| | | | İç Sular Toplam | 45.871.354 | 44,58 | 131.138.180 | 62,14 | 2,86 |
| | Deniz | Japon yosunu | 11.174.505 | 10,86 | 4.186.223 | 1,98 | 0,37 | |
| | | Guso yosunu | 8.608.090 | 8,37 | 942.182 | 0,45 | 0,11 | |
| | | Gracilaria yosunu | 4.294.184 | 4,17 | 1.794.258 | 0,85 | 0,42 | |
| Wakame | | 2.341.463 | 2,28 | 1.562.720 | 0,74 | 0,67 | | |
| Nori yosun türleri ⁶ | | 2.563.048 | 2,49 | 2.319.701 | 1,10 | 0,91 | | |
| Diğer sucul bitkiler | | 2.581.516 | 2,51 | 918.768 | 0,44 | 0,36 | | |
| Japon midyesi | | 4.188.348 | 4,07 | 6.810.484 | 3,23 | 1,63 | | |
| Midye | | 1.173.317 | 1,14 | 580.327 | 0,28 | 0,49 | | |
| İstiridyeye | | 5.435.627 | 5,28 | 5.980.234 | 2,83 | 1,10 | | |
| Deniz kabukluları | | 1.028.909 | 1,00 | 1.045.407 | 0,50 | 1,02 | | |
| Deniztaraklıları (Pecten) | | 2.162.925 | 2,10 | 5.528.082 | 2,62 | 2,56 | | |
| Diğer yumuşakçalar | | 1.816.070 | 1,76 | 4.720.348 | 2,24 | 2,60 | | |
| Karides ⁴ | | 4.083.551 | 3,97 | 24.571.725 | 11,64 | 6,02 | | |
| Yengeç türleri | | 402.499 | 0,39 | 2.508.123 | 1,19 | 6,23 | | |
| Süt balığı | | 1.601.687 | 1,56 | 2.241.134 | 1,06 | 1,40 | | |
| Salmon ve alabalık türleri | | 21.683 | 0,02 | 86.952 | 0,04 | 4,01 | | |
| Tilapya türleri | | 165.504 | 0,16 | 227.495 | 0,11 | 1,37 | | |
| Kemikli balıklar | 1.386.651 | 1,35 | 3.726.515 | 1,77 | 2,69 | | | |
| Orfoz | 182.533 | 0,18 | 697.951 | 0,33 | 3,82 | | | |
| Çipura-levrek | 175.759 | 0,17 | 891.698 | 0,42 | 5,07 | | | |
| Japon levreği | 158.641 | 0,15 | 363.787 | 0,17 | 2,29 | | | |
| Büyük sarı şarlattan | 177.640 | 0,17 | 385.834 | 0,18 | 2,17 | | | |
| Japon akyası | 139.200 | 0,14 | 1.062.505 | 0,50 | 7,63 | | | |
| Küt burun pompano | 120.918 | 0,12 | 880.687 | 0,42 | 7,28 | | | |

⁵ *Penaeus monodon*, *Penaeus spp* ve *Penaeus vannamei* türlerini içerir.

⁶ *Porphyra tenera* ve *Porphyra spp* türlerini içerir

Tablo 7. 2017 yılında yetiştiriciliği yapılan türlerin kıtalara göre üretim miktarı ve üretim değerleri (devam)

| Kıta | Alan | En Çok Yetiştirilen Tür ya da Tür Grubu | Üretim Miktarı ve Oranı | | Üretim Değeri ve Oranı | | Kg başına ortalama değer (USD) |
|-----------|-------------------------|---|-------------------------|-------------------|------------------------|-------------------|--------------------------------|
| | | | ton | % | bin USD | % | |
| Asya | Deniz | Orkinos | 16.677 | 0,02 | 431.938 | 0,20 | 25,90 |
| | | Diğer türler | 1.023.870 | 1,00 | 5.418.565 | 2,57 | 5,29 |
| | | Deniz Toplam | 57.024.815 | 55,42 | 79.883.643 | 37,86 | 1,40 |
| | | Asya Toplam | 102.896.169 | 100,00 | 211.021.823 | 100,00 | 2,05 |
| Amerika | İç Sular | Kerevit | 63.626 | 1,77 | 189.605 | 1,00 | 2,98 |
| | | Sazan türleri | 41.617 | 1,16 | 71.557 | 0,38 | 1,72 |
| | | Tilapya türleri | 517.497 | 14,41 | 1.169.485 | 6,15 | 2,26 |
| | | Salmon ve alabalık türleri | 115.648 | 3,22 | 454.155 | 2,39 | 3,93 |
| | | Pacu türleri ⁷ | 394.410 | 10,98 | 197.510 | 1,04 | 0,50 |
| | | Kanal yayın balığı | 150.897 | 4,20 | 358.519 | 1,89 | 2,38 |
| | | Diğer | 131.075 | 3,65 | 558.160 | 2,94 | 4,26 |
| | | İç Sular Toplam | 1.152.620 | 32,09 | 2.998.991 | 15,78 | 2,60 |
| | Deniz | Karides ⁸ | 792.967 | 22,08 | 4.008.930 | 21,09 | 5,06 |
| | | Salmon ve alabalık türleri | 1.007.838 | 28,06 | 8.623.175 | 45,36 | 8,56 |
| | | Midye | 386.490 | 10,76 | 2.577.421 | 13,56 | 6,67 |
| | | İstiridyeye | 173.867 | 4,84 | 245.931 | 1,29 | 1,41 |
| | | Diğer kabuklular | 48.904 | 1,36 | 440.656 | 2,32 | 9,01 |
| | | Diğer türler | 28.772 | 0,80 | 114.863 | 0,60 | 3,99 |
| | | Deniz Toplam | 2.438.838 | 67,91 | 16.010.976 | 84,22 | 6,57 |
| | Amerika Toplam | 3.591.458 | 100,00 | 19.009.967 | 100,00 | 5,29 | |
| Avrupa | İç Sular | Sazan türleri | 254.257 | 8,45 | 584.892 | 4,05 | 2,30 |
| | | Yılan balığı | 5.359 | 0,18 | 61.149 | 0,42 | 11,41 |
| | | Yayın türleri ⁹ | 11.476 | 0,38 | 29.724 | 0,21 | 2,59 |
| | | Salmon ve alabalık türleri | 217.469 | 7,22 | 989.773 | 6,85 | 4,55 |
| | | Diğer türler | 21.776 | 0,72 | 119.045 | 0,82 | 5,47 |
| | | İç Sular Toplam | 510.337 | 16,95 | 1.784.583 | 12,35 | 3,50 |
| Avrupa | Deniz | Salmon ve alabalık türleri | 1.659.282 | 55,12 | 10.137.538 | 70,13 | 6,11 |
| | | Çipura-levrek | 171.229 | 5,69 | 1.074.063 | 7,43 | 6,27 |
| | | Orkinos | 6.616 | 0,22 | 99.379 | 0,69 | 15,02 |
| | | Midye | 498.164 | 16,55 | 492.899 | 3,41 | 0,99 |
| | | İstiridyeye | 85.848 | 2,85 | 455.821 | 3,15 | 5,31 |
| | | Diğer türler | 78.792 | 2,62 | 411.578 | 2,85 | 5,22 |
| | | | Deniz Toplam | 2.499.931 | 83,05 | 12.671.278 | 87,65 |
| | Avrupa Toplam | 3.010.268 | 100,00 | 14.455.862 | 100,00 | 4,80 | |
| Okyanusya | İç Sular | Salmon ve alabalık türleri | 2.025 | 0,86 | 25.837 | 1,36 | 12,76 |
| | | Tilapya türleri | 1.534 | 0,65 | 5.936 | 0,31 | 3,87 |
| | | Kemikli balıklar | 907 | 0,39 | 8.451 | 0,45 | 9,32 |
| | | Diğer türler | 735 | 0,31 | 7.207 | 0,38 | 9,81 |
| | | | İç Sular Toplam | 5.201 | 2,22 | 47.431 | 2,50 |
| | Deniz | Ekuma yosun türleri | 19.100 | 8,14 | 789 | 0,04 | 0,04 |
| | | Barramundi | 4.114 | 1,75 | 31.483 | 1,66 | 7,65 |
| | | Salmon ve alabalık türleri | 65.814 | 28,06 | 752.299 | 39,73 | 11,43 |
| | | Midye | 103.527 | 44,13 | 619.077 | 32,69 | 5,98 |
| | | İstiridyeye | 13.763 | 5,87 | 101.395 | 5,35 | 7,37 |
| Okyanusya | Deniz | İnci | 1.210 | 0,52 | 58.177 | 3,07 | 48,08 |
| | | Karides | 6.230 | 2,66 | 84.323 | 4,45 | 13,53 |
| | | Kemikli balıklar | 6.437 | 2,74 | 80.445 | 4,25 | 12,50 |
| | | Orkinos | 8.100 | 3,45 | 88.142 | 4,65 | 10,88 |
| | | Diğer türler | 1.089 | 0,46 | 30.030 | 1,59 | 27,58 |
| | Deniz Toplam | 229.384 | 97,78 | 1.846.160 | 97,50 | 8,05 | |
| | Okyanusya Toplam | 234.586 | 100,00 | 1.893.590 | 100,00 | 8,07 | |

⁷ *Colossoma macropomum*, *Piaractus mesopotamicus*, *Piaractus brachypomus*, *P. mesopotamicus* x *C. Macropom* hibriti ile *C. macropomum* x *P. Brachypomus* hibriti türlerini içerir.

⁸ *Penaeus vannamei* ve *Penaeus spp* türlerini içerir.

⁹ *Ictalurus punctatus*, *Clarias gariepinus* ve *Silurus glanis* türlerini içerir.

2.2. Türkiye Su Ürünleri Üretiminin Mevcut Durumu

Ülkemiz su ürünleri üretiminin tarihi, bulunduğumuz coğrafyanın tarihi kadar eskidir. Anadolu ve Trakya kıyıları ve iç sularındaki balıkçılığın bu coğrafyaya egemen olan tüm toplumlar için önemli olduğunu gösteren kanıtlar ve kalıntılar bulunmaktadır. Hatta kıyılarımızda yer alan birçok yerleşim yerinde tarih devirlerinden bile önce (*tıpkı Endonezya kıyılarında olduğu gibi*) balıkçılık amacıyla yerleşim noktaları kurulduğu belirtilmektedir. Bu yerleşim noktaları gerek Helenistik dönemde gerekse Anadolu'nun tümüyle Türkleşmesiyle birlikte etkilerini korumuş ve denizlerle olan iletişimlerini sürdürmüştür (Emiroğlu, 1987, s. 103).

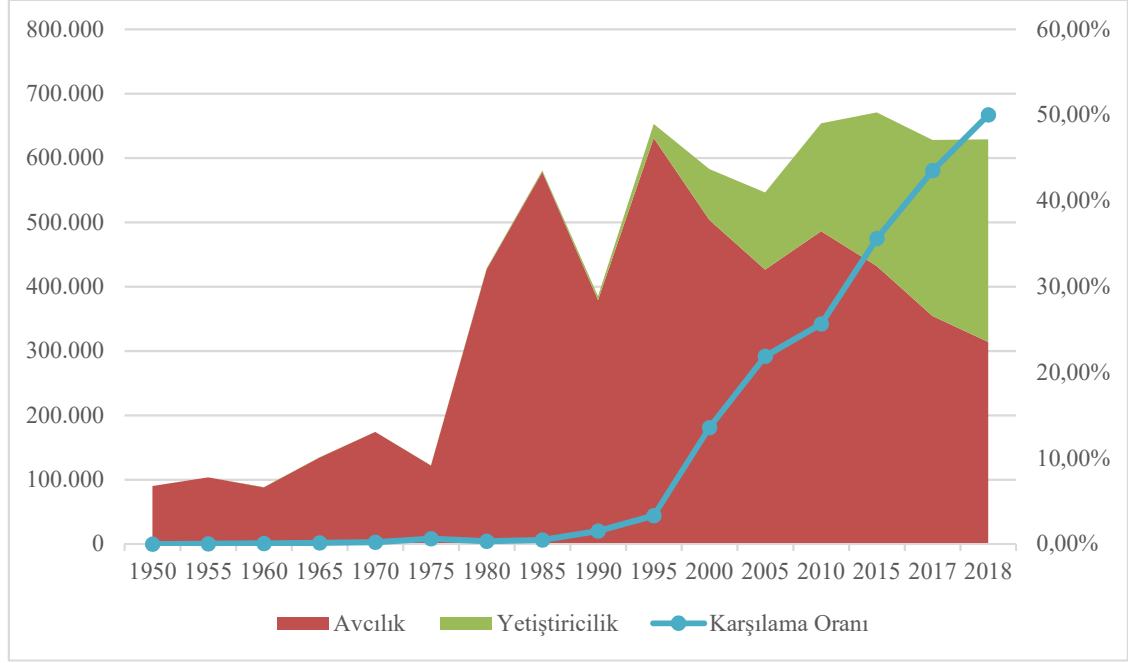
Osmanlı İmparatorluğu'nda 20. yüzyıl başlarına kadar balıkçılık faaliyetlerinin oldukça önemli olduğu ve çeşitli su ürünleri ihracatının da yapılmakta olduğu belirtilmektedir. Bu, o dönemlerde çıkarılmış olan nizamnamelerden¹⁰ de anlaşılabilir. Hatta bu nizamnamelerin cumhuriyetin ilanından sonra 1971 yılında çıkarılan Su Ürünleri Kanuna kadar da yürürlükte kaldığı anlaşılmaktadır. Cumhuriyetin ilanından sonraki ilk yıllarda denizlerin Türk ekonomisine katkısı pek fazla olamamıştır. Çünkü cumhuriyetin ilanını izleyen yıllarda ülkemiz ulaşım, yatırım, barınak, liman, araç-gereç, eğitim vb. hususlarda kendini geliştirme sürecini yaşamaya başlamıştır. Cumhuriyet sonrasında su ürünleri ile ilgili ilk istatistik verilerin 1938 yılından itibaren verildiği ve bu verilerin de büyük ölçüde tahminlere dayalı olduğu görülmektedir (Emiroğlu, 1987, s. 105-106; Arpa, 2015, s. 69).

Su ürünleri yetiştiricilik tesisleri ÇED Yönetmeliği başta olmak üzere, 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu ve Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yönetmeliği, Denizlerde Balık Çiftliklerinin Kurulamayacağı Hassas Alan Niteliğindeki Kapalı Koy ve Körfez Alanlarının Belirlenmesine İlişkin Tebliğ gibi bir çok yasal mevzuat uygulamalarına bağlı olarak belgelendirilmekte ve kontrol edilmektedir (Koca, Terzioğlu, Didinen, & Yiğit, 2011, s. 111).

Ülkemiz su ürünleri üretimi son 20 yıllık sürece kadar ağırlıklı olarak avcılık üretimine bağlı gelişmiştir. Özellikle 1980'li yıllardan itibaren su ürünleri yetiştiricilik tesislerinin üretime başlamasıyla birlikte, gelişen alt yapı, nitelikli eleman arzı, teknolojik ilerlemeler vb. etkenlerin de sayesinde özellikle 90'lı yıllardan itibaren

¹⁰ Dersaadet ve Biladi Selasede Midye ve İstiridyeye İhracı Hakkındaki Nizamname, Dersaadet ve Tevabii Balıkhaneye İdaresine Dair Nizamname, Zabıtai Saydiye Nizamnamesi

yetiştiricilik iyi bir ivme yakalayarak azalan avcılık üretimini dengelemiş ve toplam üretimde artan bir eğilim sergilenmesine olanak sağlamıştır. Ülkemiz su ürünleri avcılığı ve yetiştiriciliği üretiminin yıllara göre değişimi Şekil 8’de gösterilmiştir.



Şekil 8. Yıllara Göre Ülkemiz Su Ürünleri Üretimi (ton) (FAO, 2019; TÜİK, 2019)

Ülkemiz su ürünleri üretimi son yıllarda özellikle yetiştiricilik üretiminin de etkisiyle oldukça ilerlemiştir. 2018 yılında toplam üretim bir önceki yıla göre %0,13 artarak 628.631 ton olarak gerçekleşmiştir. Üretimin %49,96’sı avcılık üretiminden, %50,04’ü ise yetiştiricilik üretiminden sağlanmıştır. Böylelikle ülke tarihimizde ilk kez su ürünleri yetiştiricilik üretimimiz avcılık üretimimizden fazla olarak gerçekleşmiştir. Avcılık üretimi bir önceki yıla göre %11,35 azalırken, yetiştiricilik üretimi ise %15,01 artmıştır. 2000 yılından bu yana avcılık üretimi ortalama % 1,69 azalırken, yetiştiricilik üretimimiz ise ortalama % 9,39 artmıştır. Avcılık üretimimizde ilk üç sırayı alan su ürünümüz iç sularda inci kefali (9.945 ton), sazan¹¹ (90.040) ve gümüş (4.630), denizlerde ise ilk üç sırada hamsi (96.451 ton), beyaz kum midyesi (44.532) ve palamut (30.920 ton) yer almaktadır. Yetiştiricilik ürünleri üretiminde ilk üç sırayı alan su ürünleri ise levrek (116.915 ton), alabalık türleri (114.497 ton) ve çipuradır (76.680 ton). Ülkemiz su ürünleri üretimi miktarının yıllara göre değişimi Tablo 8’de, 2018 yılında yetiştiriciliği yapılan türler ise Tablo 9’da gösterilmiştir.

¹¹ *Cyprinus carpio* ve *Carassius auratus* türlerini içerir.

Tablo 8. Türkiye Su Ürünleri Üretimi Miktarının Yıllara Göre Değişimi (FAO, 2019)

| Yıllar | Avcılık Üretimi (ton) | | | Değişim (%) | Yetiştiricilik Üretimi (ton) | | | Değişim (%) | Toplam Üretim (ton) | Değişim (%) |
|--------------------|-----------------------|--------|---------|-------------|------------------------------|----------|---------|-------------|---------------------|-------------|
| | Deniz | İç | Toplam | | Deniz | İç Sular | Toplam | | | |
| 1980 | 394.600 | 32.255 | 426.855 | | 0 | 1.370 | 1.370 | | 428.225 | |
| 1981 | 438.420 | 31.760 | 470.180 | 10,15 | 0 | 1.540 | 1.540 | 12,41 | 471.720 | 10,16 |
| 1982 | 469.850 | 33.616 | 503.466 | 7,08 | 0 | 1.740 | 1.740 | 12,99 | 505.206 | 7,10 |
| 1983 | 518.602 | 38.695 | 557.297 | 10,69 | 0 | 1.970 | 1.970 | 13,22 | 559.267 | 10,70 |
| 1984 | 520.446 | 46.496 | 566.942 | 1,73 | 0 | 2.226 | 2.226 | 12,99 | 569.168 | 1,77 |
| 1985 | 532.612 | 45.470 | 578.082 | 1,96 | 0 | 2.700 | 2.700 | 21,29 | 580.782 | 2,04 |
| 1986 | 539.576 | 40.280 | 579.856 | 0,31 | 35 | 3.040 | 3.075 | 13,89 | 582.931 | 0,37 |
| 1987 | 582.939 | 41.759 | 624.698 | 7,73 | 95 | 3.205 | 3.300 | 7,32 | 627.998 | 7,73 |
| 1988 | 621.406 | 48.499 | 669.905 | 7,24 | 135 | 3.965 | 4.100 | 24,24 | 674.005 | 7,33 |
| 1989 | 407.654 | 42.833 | 450.487 | -32,75 | 850 | 3.504 | 4.354 | 6,20 | 454.841 | -32,52 |
| 1990 | 341.889 | 37.315 | 379.204 | -15,82 | 1.434 | 4.348 | 5.782 | 32,80 | 384.986 | -15,36 |
| 1991 | 317.548 | 39.401 | 356.949 | -5,87 | 3.287 | 4.548 | 7.835 | 35,51 | 364.784 | -5,25 |
| 1992 | 407.004 | 40.370 | 447.374 | 25,33 | 2.525 | 6.560 | 9.085 | 15,95 | 456.459 | 25,13 |
| 1993 | 503.960 | 41.575 | 545.535 | 21,94 | 5.046 | 7.392 | 12.438 | 36,91 | 557.973 | 22,24 |
| 1994 | 544.738 | 42.838 | 587.576 | 7,71 | 8.733 | 7.265 | 15.998 | 28,62 | 603.574 | 8,17 |
| 1995 | 585.995 | 44.983 | 630.978 | 7,39 | 8.494 | 13.113 | 21.607 | 35,06 | 652.585 | 8,12 |
| 1996 | 478.228 | 42.202 | 520.430 | -17,52 | 15.241 | 17.960 | 33.201 | 53,66 | 553.631 | -15,16 |
| 1997 | 408.695 | 50.460 | 459.155 | -11,77 | 18.150 | 27.300 | 45.450 | 36,89 | 504.605 | -8,86 |
| 1998 | 432.701 | 54.500 | 487.201 | 6,11 | 23.410 | 33.290 | 56.700 | 24,75 | 543.901 | 7,79 |
| 1999 | 523.637 | 50.190 | 573.827 | 17,78 | 25.230 | 37.770 | 63.000 | 11,11 | 636.827 | 17,09 |
| 2000 | 460.528 | 42.824 | 503.352 | -12,28 | 35.646 | 43.385 | 79.031 | 25,45 | 582.383 | -8,55 |
| 2001 | 484.413 | 43.323 | 527.736 | 4,84 | 29.730 | 37.514 | 67.244 | -14,91 | 594.980 | 2,16 |
| 2002 | 522.744 | 43.938 | 566.682 | 7,38 | 26.868 | 34.297 | 61.165 | -9,04 | 627.847 | 5,52 |
| 2003 | 463.074 | 44.698 | 507.772 | -10,40 | 39.726 | 40.217 | 79.943 | 30,70 | 587.715 | -6,39 |
| 2004 | 504.897 | 45.585 | 550.482 | 8,41 | 50.335 | 44.115 | 94.450 | 18,15 | 644.932 | 9,74 |
| 2005 | 380.381 | 46.115 | 426.496 | -22,52 | 70.963 | 48.604 | 119.567 | 26,59 | 546.063 | -15,33 |
| 2006 | 488.966 | 44.082 | 533.048 | 24,98 | 72.639 | 56.694 | 129.333 | 8,17 | 662.381 | 21,30 |
| 2007 | 589.129 | 43.321 | 632.450 | 18,65 | 81.710 | 59.033 | 140.743 | 8,82 | 773.193 | 16,73 |
| 2008 | 453.107 | 41.011 | 494.118 | -21,87 | 86.339 | 66.557 | 152.896 | 8,63 | 647.014 | -16,32 |
| 2009 | 424.730 | 39.187 | 463.917 | -6,11 | 83.391 | 76.248 | 159.639 | 4,41 | 623.556 | -3,63 |
| 2010 | 445.666 | 40.259 | 485.925 | 4,74 | 89.153 | 78.568 | 167.721 | 5,06 | 653.646 | 4,83 |
| 2011 | 477.666 | 37.097 | 514.763 | 5,93 | 88.444 | 100.446 | 188.890 | 12,62 | 703.653 | 7,65 |
| 2012 | 396.323 | 36.121 | 432.444 | -15,99 | 101.248 | 111.557 | 212.805 | 12,66 | 645.249 | -8,30 |
| 2013 | 339.053 | 35.075 | 374.128 | -13,49 | 110.845 | 123.018 | 233.863 | 9,90 | 607.991 | -5,77 |
| 2014 | 266.080 | 36.134 | 302.214 | -19,22 | 126.063 | 108.239 | 234.302 | 0,19 | 536.516 | -11,76 |
| 2015 | 397.733 | 34.176 | 431.909 | 42,91 | 137.509 | 101.455 | 238.964 | 1,99 | 670.873 | 25,04 |
| 2016 | 301.470 | 33.856 | 335.326 | -22,36 | 148.730 | 101.601 | 250.331 | 4,76 | 585.657 | -12,70 |
| 2017 | 322.175 | 32.145 | 354.320 | 5,66 | 169.467 | 104.010 | 273.477 | 9,25 | 627.797 | 7,20 |
| 2018 ¹² | 283.955 | 30.139 | 314.094 | -11,35 | 209.307 | 105.167 | 314.537 | 15,01 | 628.631 | 0,13 |

¹² Kaynak: (TÜİK, 2019)

Tablo 9. Ülkemizde Yetiştiriciliği Yapılan Türler (2018 yılı) (TÜİK, 2019)

| Ülke | Alan | Tür Grubu | Üretim Miktarı ve Oranı | | Üretim Değeri ve Oranı ¹³ | | Kg başına ortalama değer ¹² (USD) | |
|------------------------------|------------------------|------------------|-------------------------|----------------|--------------------------------------|----------------|--|-------------|
| | | | ton | % | bin USD | % | | |
| Türkiye | İç Sular | Alabalık türleri | 104.887 | 33,35 | 229.589 | 21,87 | 2,19 | |
| | | Sazan | 212 | 0,07 | 319 | 0,03 | 1,50 | |
| | | Tilapya | 12 | 0,00 | 26 | 0,00 | 2,17 | |
| | | Yayın | 5 | 0,00 | 18 | 0,00 | 3,60 | |
| | | Kurbağa | 49 | 0,02 | 143 | 0,01 | 2,92 | |
| | | Mersin balığı | 2 | 0,00 | 13 | 0,00 | 6,50 | |
| | İç Sular Toplam | | | 105.157 | 33,43 | 230.099 | 21,92 | 2,19 |
| | Deniz | Levrek | 116.915 | 37,17 | 458.580 | 43,68 | 3,92 | |
| | | Çipura | 76.680 | 24,38 | 282.820 | 26,94 | 3,69 | |
| | | Alabalık türleri | 9.610 | 3,06 | 28.428 | 2,71 | 2,96 | |
| | | Orkinos | 3.571 | 1,14 | 40.696 | 3,88 | 11,40 | |
| | | Midye | 907 | 0,29 | 1.105 | 0,11 | 1,22 | |
| | | Diğer türler | 1.687 | 0,54 | | 0,00 | 0,00 | |
| | Deniz Toplam | | | 209.370 | 66,57 | 819.795 | 78,08 | 3,92 |
| Türkiye Toplam Toplam | | | 314.527 | 100,00 | 1.049.894 | 100,00 | 3,34 | |

Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ile ilgili faaliyetlerin 1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü, Orman Bakanlığı, Su Ürünleri Genel Müdürlüğü, Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi gibi kamu sektörünün çalışmaları ve özel sektörün girişimleri ile yavaş yavaş artmasına rağmen 1980'li yıllara kadar sadece iç sularda çok mütevazı miktarlarda üretim yapılabilmektedir. 1983 yılında Bodrum Su Ürünleri Araştırma Enstitüsü tarafından başlatılan denizlerde ağ kafeste su ürünleri yetiştiriciliği denemelerinin olumlu sonuçlanması ile birlikte 1984-1987 yılları arasında Muğla ilinde ağırlıklı olmak üzere özel sektör tarafından yapılan girişimler ile iyi bir ivme yakalanmıştır (Arpa, 2015, s. 283, 308). Üretim 1980-1990 yılları arasında yılda ortalama %13,83 büyürken, 1990-2000 yılları arasında %31,13 büyümüştür. 2000-2010 yılları arasında %10,70, 2010 yılından bugüne kadar yılda ortalama %7,94 büyüyen sektörde, ilk üretimin yapıldığından itibaren geçen 64 yılda sadece iki yılda (2001 yılında ülke genelinde yaşanan ekonomik krizin bir yansıması olarak) bir küçülme olmuştur. Aynı yıllar arasında dünya ortalamasının sırasıyla %9,33, %9,34, %6,06 ve %5,35 olduğunu düşünülürken, üretime başlandığı yıldan bu yana gerek genel ortalama (Türkiye'nin ortalama büyüme oranı %16,16, Dünya ortalama büyüme oranı ise %8,30'dur), dönemsel ortalamalarda ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretimi dünya ortalamalarının hep üzerinde büyüme göstermiştir.

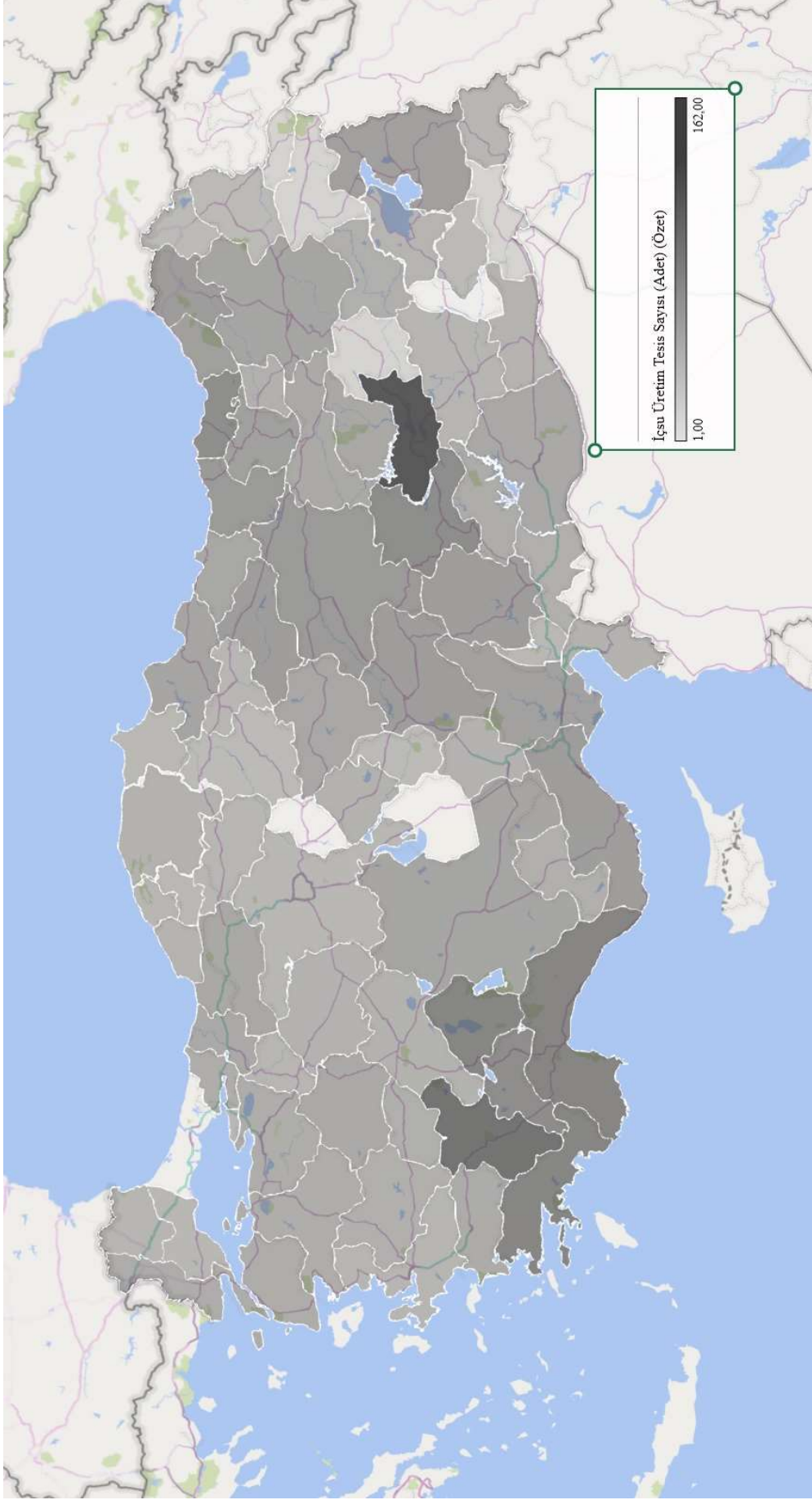
¹³ TÜİK tarafından yayımlanan verilerin TL cinsinden olması nedeniyle, Merkez Bankasının 02.01.2019 tarihli kuru (5,3412) baz alınarak araştırmacı tarafından hesaplanmıştır.
https://www.tcmb.gov.tr/kurlar/kurlar_tr.html. Erişim Tarihi: 10.07.2019.

Gerek deniz gerekse iç sular bakımından yüksek potansiyele sahip olan ülkemizin neredeyse her bölgesinde su ürünleri yetiştiriciliği yapılmaktadır. Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmelerin kapasiteleri Tablo 10’da, yetiştiricilik tesislerinin sayısı ve kapasiteleri bakımından illere dağılımı ise Şekil 9 ve Şekil 10’da gösterilmiştir.

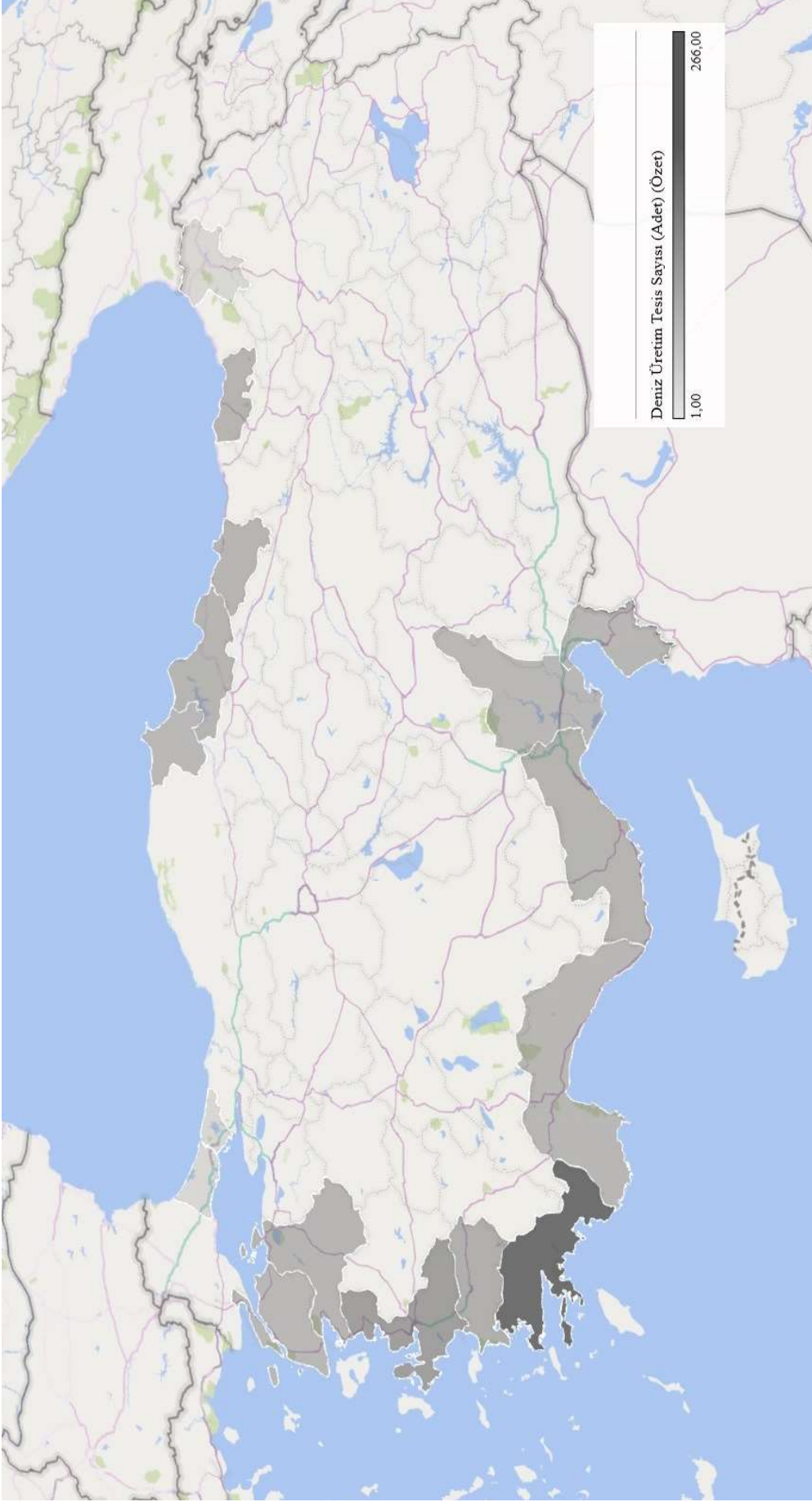
Tablo 10. Ülkemiz Su Ürünleri Yetiştiriciliği İşletmelerinin Kapasitelerine Göre Dağılımları (BSGM, 2019)

| Alan | Kapasite (ton/yıl) | Tesis Sayısı (adet) | Toplam Proje Kapasitesi (ton/yıl) |
|-------------------|--------------------|---------------------|-----------------------------------|
| Deniz | 0-50 | 172 | 3.929 |
| | 51-100 | 17 | 1.415 |
| | 101-250 | 18 | 3.324 |
| | 251-500 | 68 | 23.368 |
| | 501-1000 | 71 | 61.524 |
| | 1000 + | 80 | 160.870 |
| | Toplam | 426 | 254.430 |
| İç Sular | 0-50 | 1.337 | 21.264 |
| | 51-100 | 105 | 9.200 |
| | 101-250 | 172 | 34.594 |
| | 251-500 | 118 | 51.689 |
| | 501-1000 | 125 | 108.209 |
| | 1000 + | 3 | 7.400 |
| | Toplam | 1.860 | 232.356 |
| Deniz ve İç Sular | 0-50 | 1.509 | 25.193 |
| | 51-100 | 122 | 10.615 |
| | 101-250 | 190 | 37.918 |
| | 251-500 | 186 | 75.057 |
| | 501-1000 | 196 | 169.733 |
| | 1000 + | 83 | 168.270 |
| | Toplam | 2.286 | 486.786 |

Tablo 10’den görüldüğü üzere ülkemizin denizlerde üretim için proje toplam kapasitesi 254.430 ton/yıldır. 2018 yılında denizlerde yapılan üretim miktarı baz alındığında kapasite kullanım oranının denizler için %82,29 olduğu görülmektedir. İç sulardaki toplam kapasitemiz ise 232.356 ve kapasite kullanım oranı %45,26’dır (BSGM, 2019). Denizlerdeki üretim kapasitemizi iyi bir oranda kullanabildiğimiz halde, iç sularda kapasitemizin yarısının bile altında üretim yaptığımız görülmektedir.



Şekil 9 Ülkemizde İç Sularda Üretim Yapan Su Ürünleri Yetiştiriciliği Tesisi Sayılarının İllere Dağılımı (BSGM, 2018)



Şekil 10. Ülkemizde Denizlerde Üretim Yapan Su Ürünleri Yetiştiriciliği Tesisi Sayılarının İlere Dağılımı (BSGM, 2018)

Şekil 9 ve 10’da görüldüğü üzere, ülkemizde İstanbul, Aksaray ve Kırıkkale illerimiz hariç diğer tüm illerimizde iç sularda üretim yapılmaktadır. Kıyı şeridimizde ise üretim Güney Ege bölgesinde yoğunlaşmakla birlikte, tüm Ege, Batı Marmara ve Akdeniz kıyıları, ayrıca Orta ve Doğu Karadeniz kıyılarında bulunan yetiştiricilik tesisleri ile üretime katkı sağlanmaktadır.

Ülkemiz FAO sınıflandırmasında Asya ülkeleri arasında yer almaktadır. Oysa ülkemiz gerek yetiştirdiği türler ve gerekse coğrafi bakımdan Avrupa kıtası ülkelerine daha çok benzerlik göstermektedir. Asya kıtasında 2017 yılında üretilen 175.759 ton çipura-levreğin 161.061 (%91,12) tonu ülkemizce sağlanmıştır. Geriye kalan kısım ise Kıbrıs, İsrail, Filistin, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri olmak üzere 5 ülke tarafından yapılmıştır. Aynı bakış açısıyla Asya kıtasında üretilen 328.501 ton gökkuşuğu alabalığının 167.830 tonu İran (%51,09), 106.733 tonu ülkemiz (%32,49) ve 41.460 tonu ise Çin (%12,62) tarafından yapılmıştır. Miktarlar bazında bakıldığında ülkemizin Avrupa kıtasında çipura-levrek üretimi yapan 12 ülkenin (Arnavutluk, Bosna-Hersek, Hırvatistan, Fransa, Yunanistan, İtalya, Malta, Karadağ, Portekiz, Slovenya, İspanya ve Birleşik Krallık) toplam üretimi (171.229) kadar üretim yapmakta olduğumuz görülür. Dolayısıyla ülkemizin çipura ve levrek türleri üretiminde dünya lideri, gökkuşuğu alabalığında ise dünya ikincisi olduğu belirtilebilir (FAO, 2019).

2.3. Türkiye Su Ürünleri Üretimine Rekabet Gücü ve Su Ürünleri Yetiştiriciliği İle İlişkisi

Bu bölümde ülkemiz su ürünleri üretiminin rekabet gücü, dış ticaret verileri vasıtasıyla Balassa ve Vollarth’ın karşılaştırmalı üstünlükler teorilerinde belirtilen indeksler kullanılarak belirlenmiştir. Analiz için ülkemiz ve küresel su ürünleri ithalat-ihracat değerlerine ait veriler FAO tarafından yayımlanan istatistiksel veri tabanından (FAO, 2019), ülkemizin toplam ithalat-ihracat TÜİK tarafından yayımlanan istatistik veri tabanından (TÜİK, 2019), küresel ithalat-ihracat rakamları Birleşmiş Milletler tarafından yayımlanan ticaret istatistikleri veri tabanından (COMTRADE, 2019) derlenerek araştırmacı tarafından 1990-2016 yılları arasındaki 27 yılı içeren bir veri seti oluşturulmuştur. Küresel dış ticaret verileri Uyumlaştırılmış Sisteme (*Harmonized System-HS*) (Chaplin, 1987) göre tüm kodlardaki verilerin toplamından alınmıştır. Ardından bu veri seti kullanılarak Balassa RCA, Vollarth RXA, Vollarth RTA, ve Vollarth RC indeksleri kullanılarak ülkemiz su ürünleri üretiminin rekabet gücü

hesaplanmıştır. Buna ek olarak su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarlarının ülkemiz rekabet gücü ile olan ilişkisi basit doğrusal regresyon analizi ile ortaya konmuştur.

Ülkemiz su ürünleri ihracatına bakıldığında 1990-2000 yılları arasında yılda ortalama %11,34 büyüme, 2000-2010 yılları arasında %18,27 büyüme, ve 2010-2016 yılları arasında da %13,29 büyüme gözlemlenmektedir. Sektör ihracatımız 1990 yılından bu yana geçen 27 yılda ortalama %14,53 büyümüştür. Su ürünleri ithalatımız ise aynı yıllar aralığında sırasıyla %15,63, %18,40 ve %11,64 büyümüştür. Sektör ithalatımız ise geçen 27 yılda ortalama %15,62 büyümüştür. Ayrıca ülkemizde 2019 yılı için 1,1 milyar USD ve 2023 yılı için ise 2 milyar USD’lık bir ihracat rakamının hedeflendiği görülmektedir¹⁴. Ülkemiz su ürünleri ihracatı ve toplam ihracat miktarları ve bunlara ait değişimler Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Ülkemiz Su Ürünleri ve Toplam İhracat Miktarları ve Değişimleri (milyon USD)

| Yıllar | Su Ürünleri İhracatı | Değişim (%) | Toplam İhracat | Değişim (%) | Su Ürünleri İthalatı | Değişim (%) | Toplam İthalat | Değişim (%) |
|--------|----------------------|-------------|----------------|-------------|----------------------|-------------|----------------|-------------|
| 1990 | 73,36 | 5,98 | 12.959,29 | 11,48 | 27,83 | 146,05 | 22.302,13 | 41,22 |
| 1991 | 64,22 | -12,46 | 13.593,46 | 4,89 | 24,77 | -10,99 | 21.047,01 | -5,63 |
| 1992 | 64,62 | 0,62 | 14.714,63 | 8,25 | 30,56 | 23,36 | 22.871,06 | 8,67 |
| 1993 | 33,50 | -48,16 | 15.345,07 | 4,28 | 18,48 | -39,51 | 29.428,37 | 28,67 |
| 1994 | 75,33 | 124,89 | 18.105,87 | 17,99 | 38,53 | 108,44 | 23.270,02 | -20,93 |
| 1995 | 92,32 | 22,55 | 21.637,04 | 19,50 | 51,23 | 32,98 | 35.709,01 | 53,46 |
| 1996 | 105,25 | 14,01 | 23.224,46 | 7,34 | 61,29 | 19,63 | 43.626,64 | 22,17 |
| 1997 | 127,05 | 20,71 | 26.261,07 | 13,08 | 85,31 | 39,18 | 48.558,72 | 11,31 |
| 1998 | 96,86 | -23,76 | 26.973,95 | 2,71 | 76,68 | -10,11 | 45.921,39 | -5,43 |
| 1999 | 100,36 | 3,62 | 26.587,22 | -1,43 | 59,58 | -22,31 | 40.671,27 | -11,43 |
| 2000 | 92,36 | -7,97 | 27.774,91 | 4,47 | 52,53 | -11,82 | 54.502,82 | 34,01 |
| 2001 | 74,84 | -18,97 | 31.334,22 | 12,81 | 30,68 | -41,61 | 41.399,08 | -24,04 |
| 2002 | 117,44 | 56,92 | 36.059,09 | 15,08 | 29,67 | -3,28 | 51.553,80 | 24,53 |
| 2003 | 150,67 | 28,30 | 47.252,84 | 31,04 | 46,59 | 57,01 | 69.339,69 | 34,50 |
| 2004 | 214,07 | 42,08 | 63.167,15 | 33,68 | 93,83 | 101,41 | 97.539,77 | 40,67 |
| 2005 | 245,51 | 14,69 | 73.476,41 | 16,32 | 105,29 | 12,21 | 116.774,15 | 19,72 |
| 2006 | 206,52 | -15,88 | 85.534,68 | 16,41 | 151,69 | 44,08 | 139.576,17 | 19,53 |
| 2007 | 223,89 | 8,41 | 107.271,75 | 25,41 | 181,17 | 19,43 | 170.062,71 | 21,84 |
| 2008 | 439,71 | 96,40 | 132.027,20 | 23,08 | 205,03 | 13,17 | 201.963,57 | 18,76 |
| 2009 | 346,26 | -21,25 | 102.142,61 | -22,64 | 191,51 | -6,60 | 140.928,42 | -30,22 |

¹⁴ Tarım ve Orman Bakanlığı Haberleri <https://www.tarimorman.gov.tr/BSGM/Haber/137/Hedef-11-Milyar-Dolarlik-Ihracat%E2%80%A6> (Erişim Tarihi 02.07.2019)

Tablo 11. Ülkemiz Su Ürünleri ve Toplam İhracat Miktarları ve Değişimleri (milyon USD) (devam)

| | | | | | | | | |
|------|--------|-------|------------|-------|--------|-------|------------|--------|
| 2010 | 361,24 | 4,33 | 113.883,22 | 11,49 | 245,04 | 27,96 | 185.544,33 | 31,66 |
| 2011 | 437,27 | 21,05 | 134.906,87 | 18,46 | 279,81 | 14,19 | 240.841,68 | 29,80 |
| 2012 | 448,18 | 2,50 | 152.461,74 | 13,01 | 321,55 | 14,92 | 236.545,14 | -1,78 |
| 2013 | 575,42 | 28,39 | 151.802,64 | -0,43 | 381,37 | 18,60 | 251.661,25 | 6,39 |
| 2014 | 695,58 | 20,88 | 157.610,16 | 3,83 | 384,31 | 0,77 | 242.177,12 | -3,77 |
| 2015 | 698,91 | 0,48 | 143.838,87 | -8,74 | 437,78 | 13,91 | 207.234,36 | -14,43 |
| 2016 | 806,59 | 15,41 | 142.529,58 | -0,91 | 399,08 | -8,84 | 198.618,24 | -4,16 |

Kaynak: Araştırmacı tarafından derlenmiştir (FAO, 2019; TÜİK, 2019; COMTRADE, 2019)

Dünya sektör ihracatına bakıldığında ise 1990-2000 yılları arasında yılda ortalama %5,14, 2000-2010 yılları arasında %6,30 ve 2010-2016 yılları arasında % 6,01 büyüme gözlemlenmektedir. Küresel su ürünleri ihracatı son 27 yılda ortalama %5,82 büyümüşür. Dünya su ürünleri ithalatı ise aynı yıllar aralığında sırasıyla %4,55, %5,79 ve %4,74 büyüme göstermiş olup ortalama ise %5,08 büyümüşür. Buradan bakıldığında gerek dönemsel gerekse genel ortalamalarda ülkemiz su ürünleri dış ticaret değerleri küresel ortalamaların oldukça üzerinde büyüme göstermekte olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca ülkemizin su ürünleri üretiminin dış ticaretinde son 27 yılda hep dış ticaret fazlası verdiği bir sektör olduğu görülmektedir. Küresel su ürünleri ihracatı, toplam ihracat miktarları ve bunlara ait değişimler Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Küresel Su Ürünleri ve Toplam İthalat Miktarları ve Değişimleri (milyon USD)

| Yıllar | Su Ürünleri İhracatı | Değişim (%) | Toplam İhracat | Değişim (%) | Su Ürünleri İthalatı | Değişim (%) | Toplam İthalat | Değişim (%) |
|--------|----------------------|-------------|----------------|-------------|----------------------|-------------|----------------|-------------|
| 1990 | 34.394,31 | | 1.378.180,09 | | 39.766,11 | | 1.347.848,48 | |
| 1991 | 37.808,98 | 9,93 | 1.917.708,32 | 39,15 | 43.874,19 | 10,33 | 1.970.039,38 | 46,16 |
| 1992 | 40.075,47 | 5,99 | 2.457.661,50 | 28,16 | 45.798,65 | 4,39 | 2.470.543,07 | 25,41 |
| 1993 | 41.251,86 | 2,94 | 2.832.125,86 | 15,24 | 45.247,32 | -1,20 | 2.867.096,75 | 16,05 |
| 1994 | 47.890,16 | 16,09 | 3.758.696,35 | 32,72 | 52.134,57 | 15,22 | 3.810.630,17 | 32,91 |
| 1995 | 52.281,41 | 9,17 | 4.683.009,88 | 24,59 | 56.942,13 | 9,22 | 4.738.707,62 | 24,35 |
| 1996 | 53.231,14 | 1,82 | 4.997.001,50 | 6,70 | 57.817,44 | 1,54 | 5.080.956,59 | 7,22 |
| 1997 | 53.617,23 | 0,73 | 5.222.883,68 | 4,52 | 57.308,55 | -0,88 | 5.394.117,06 | 6,16 |
| 1998 | 51.576,12 | -3,81 | 5.270.661,29 | 0,91 | 55.977,85 | -2,32 | 5.347.111,87 | -0,87 |
| 1999 | 53.341,32 | 3,42 | 5.468.920,29 | 3,76 | 58.580,49 | 4,65 | 5.607.410,63 | 4,87 |
| 2000 | 55.835,68 | 4,68 | 6.367.206,00 | 16,43 | 61.012,64 | 4,15 | 6.521.069,97 | 16,29 |
| 2001 | 56.664,20 | 1,48 | 6.127.467,76 | -3,77 | 60.602,35 | -0,67 | 6.296.038,50 | -3,45 |

Tablo 12. Küresel Su Ürünleri ve Toplam İthalat Miktarları ve Değişimleri (milyon USD) (devam)

| Yıllar | Su Ürünleri İhracatı | Değişim (%) | Toplam İhracat | Değişim (%) | Su Ürünleri İthalatı | Değişim (%) | Toplam İthalat | Değişim (%) |
|--------|----------------------|-------------|----------------|-------------|----------------------|-------------|----------------|-------------|
| 2002 | 58.727,81 | 3,64 | 6.424.391,78 | 4,85 | 63.095,49 | 4,11 | 6.600.816,80 | 4,84 |
| 2003 | 64.252,19 | 9,41 | 7.486.202,97 | 16,53 | 68.456,09 | 8,50 | 7.701.147,99 | 16,67 |
| 2004 | 72.071,18 | 12,17 | 9.099.996,89 | 21,56 | 76.788,38 | 12,17 | 9.392.556,20 | 21,96 |
| 2005 | 79.236,11 | 9,94 | 10.340.858,42 | 13,64 | 83.694,88 | 8,99 | 10.609.058,97 | 12,95 |
| 2006 | 86.763,68 | 9,50 | 11.956.256,56 | 15,62 | 92.160,90 | 10,12 | 12.260.643,42 | 15,57 |
| 2007 | 94.214,90 | 8,59 | 13.832.342,05 | 15,69 | 100.340,80 | 8,88 | 14.097.073,22 | 14,98 |
| 2008 | 103.086,40 | 9,42 | 15.978.251,44 | 15,51 | 109.619,04 | 9,25 | 16.350.554,98 | 15,99 |
| 2009 | 97.105,45 | -5,80 | 12.348.636,41 | -22,72 | 101.265,59 | -7,62 | 12.627.696,88 | -22,77 |
| 2010 | 111.405,57 | 14,73 | 15.094.316,03 | 22,23 | 112.689,55 | 11,28 | 15.320.778,85 | 21,33 |
| 2011 | 130.492,82 | 17,13 | 18.083.382,19 | 19,80 | 131.870,37 | 17,02 | 18.310.058,76 | 19,51 |
| 2012 | 130.610,74 | 0,09 | 18.388.298,38 | 1,69 | 130.841,46 | -0,78 | 18.492.695,94 | 1,00 |
| 2013 | 139.227,02 | 6,60 | 18.878.628,83 | 2,67 | 135.549,08 | 3,60 | 18.882.822,92 | 2,11 |
| 2014 | 148.624,17 | 6,75 | 18.874.638,28 | -0,02 | 143.541,54 | 5,90 | 18.885.131,21 | 0,01 |
| 2015 | 133.365,67 | -10,27 | 16.413.287,74 | -13,04 | 129.689,84 | -9,65 | 16.559.349,55 | -12,32 |
| 2016 | 142.772,60 | 7,05 | 15.885.523,34 | -3,22 | 137.191,29 | 5,78 | 16.043.859,25 | -3,11 |

Kaynak: Araştırmacı tarafından derlenmiştir (FAO, 2019; TÜİK, 2019; COMTRADE, 2019)

Tablo 11 ve Tablo 12’de gösterilen verilerden hareketle ülkemiz su ürünleri üretiminin rekabet gücü için hesaplanan indeksler Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13. Ülkemiz Su Ürünleri Üretiminin AKÜ İndeksleri

| Yıllar | Balassa RCA | Vollrath RXA | Vollrath RMA | Vollrath RTA | Vollrath RC |
|--------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| 1990 | 0,23 | 0,22 | 0,04 | 0,18 | 1,70 |
| 1991 | 0,24 | 0,23 | 0,05 | 0,18 | 1,52 |
| 1992 | 0,27 | 0,26 | 0,07 | 0,19 | 1,33 |
| 1993 | 0,15 | 0,15 | 0,04 | 0,11 | 1,33 |
| 1994 | 0,33 | 0,32 | 0,12 | 0,20 | 1,00 |
| 1995 | 0,38 | 0,38 | 0,12 | 0,26 | 1,17 |
| 1996 | 0,43 | 0,42 | 0,12 | 0,30 | 1,25 |
| 1997 | 0,47 | 0,47 | 0,16 | 0,30 | 1,06 |
| 1998 | 0,37 | 0,36 | 0,16 | 0,21 | 0,84 |
| 1999 | 0,39 | 0,38 | 0,14 | 0,25 | 1,02 |
| 2000 | 0,38 | 0,38 | 0,10 | 0,27 | 1,31 |
| 2001 | 0,26 | 0,26 | 0,08 | 0,18 | 1,21 |
| 2002 | 0,36 | 0,35 | 0,06 | 0,29 | 1,78 |
| 2003 | 0,37 | 0,37 | 0,07 | 0,29 | 1,60 |
| 2004 | 0,43 | 0,42 | 0,12 | 0,31 | 1,30 |
| 2005 | 0,44 | 0,43 | 0,11 | 0,32 | 1,35 |

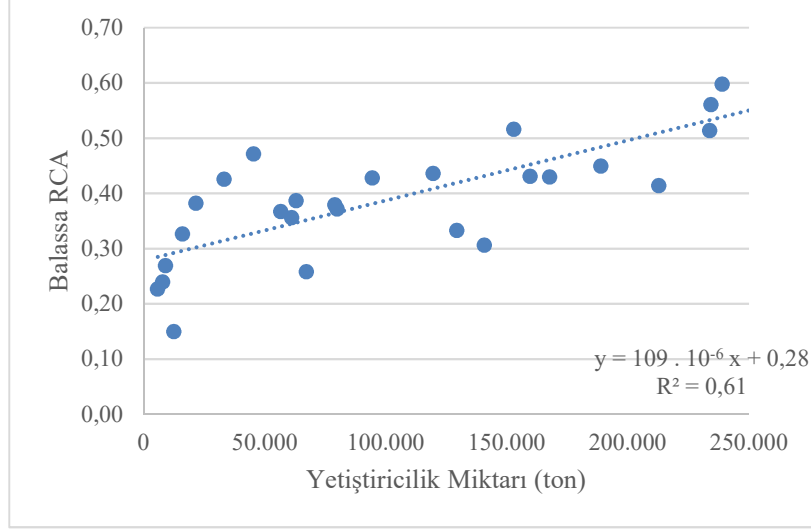
Tablo 13. Ülkemiz Su Ürünleri Üretiminin AKÜ İndeksleri (devam)

| Yıllar | Balassa RCA | Vollrath RXA | Vollrath RMA | Vollrath RTA | Vollrath RC |
|--------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| 2006 | 0,33 | 0,33 | 0,14 | 0,19 | 0,84 |
| 2007 | 0,31 | 0,30 | 0,15 | 0,16 | 0,72 |
| 2008 | 0,52 | 0,51 | 0,15 | 0,36 | 1,24 |
| 2009 | 0,43 | 0,43 | 0,17 | 0,26 | 0,94 |
| 2010 | 0,43 | 0,43 | 0,18 | 0,25 | 0,88 |
| 2011 | 0,45 | 0,45 | 0,16 | 0,29 | 1,03 |
| 2012 | 0,41 | 0,41 | 0,19 | 0,22 | 0,77 |
| 2013 | 0,51 | 0,51 | 0,21 | 0,30 | 0,90 |
| 2014 | 0,56 | 0,56 | 0,21 | 0,35 | 1,00 |
| 2015 | 0,60 | 0,59 | 0,27 | 0,33 | 0,80 |
| 2016 | 0,63 | 0,63 | 0,23 | 0,39 | 1,00 |

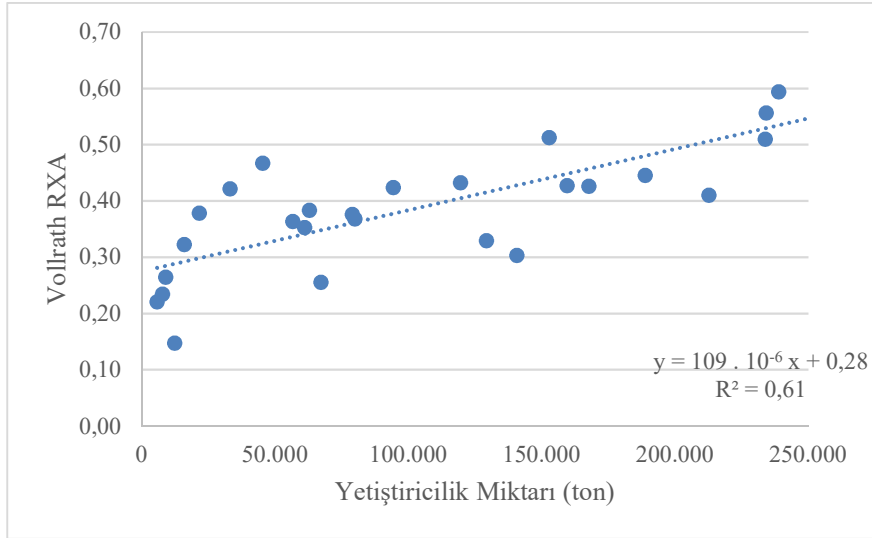
Kaynak: Araştırmacı tarafından hesaplanmıştır.

Yapılan hesaplamalara göre Balassa indeksine ($1 > RCA$) ve benzer şekilde Vollrath RXA ($1 > RXA$) indeksine göre de ülkemizin su ürünleri üretimi sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bununla beraber 1990-2016 yılları döneminde bazı yıllarda bu indekslerde düşüş gözlenmekle birlikte, genel olarak rekabet gücünde bir artış eğiliminin olduğu görülmektedir. Diğer yandan Vollrath RMA indeksine göre ise ülkemizin su ürünleri ithalatında ise karşılaştırmalı üstünle sahip olduğu tespit edilmiş ($RMA > 0$), bununla birlikte bu üstünlükte de belirtilen dönemde bir artış eğilimi olduğu görülmüştür. Benzer şekilde Vollrath RTA ve RC indekslerine göre de ülkemiz su ürünleri üretimi sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir ($RTA > 0$, $RC > 0$).

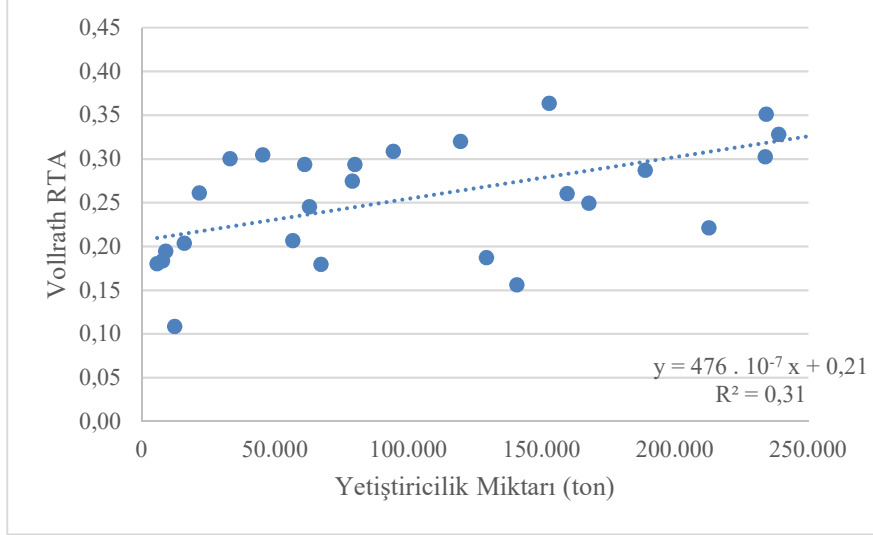
Ülkemiz su ürünleri üretimi sektörünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indekslerine göre belirlenen rekabet gücü ile su ürünleri yetiştiriciliği üretimi arasındaki ilişkiyi belirlemek için basit doğrusal regresyon analizi uygulanmış olup, buna göre belirlenen regresyon denklemleri ve korelasyon katsayıları Şekil 11, Şekil 12, Şekil 13, Şekil 14'de ve Tablo 14'te gösterilmiştir.



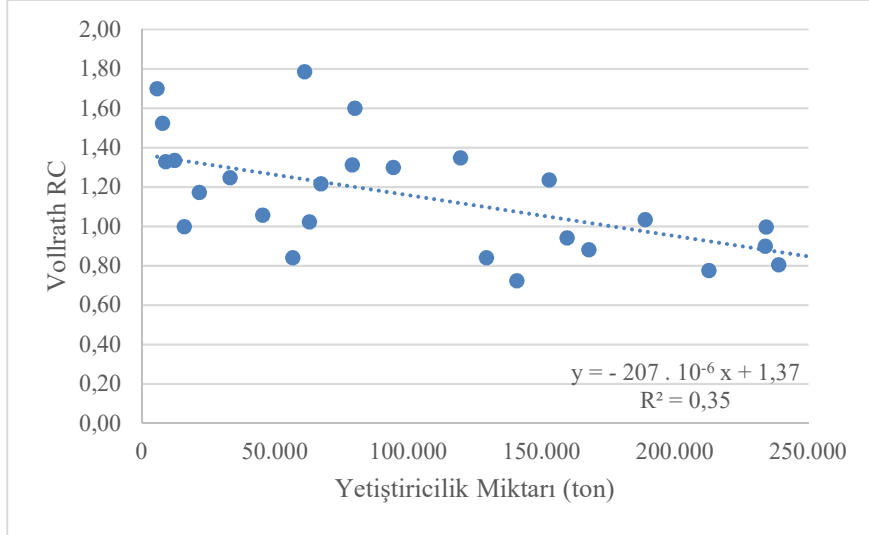
şekil 11. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Balassa RCA İndeksi İlişkisi



şekil 12. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Vollrath RXA İndeksi İlişkisi



Şekil 13. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Vollrath RTA İndeksi İlişkisi



Şekil 14. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Vollrath RC İndeksi İlişkisi

Tablo 14. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişken (X) | Bağımlı Değişkenler (Y) | R ² | Anlamlılık | X Değeri ¹⁵ | Sabit Değer | p değeri |
|------------------------|-------------------------|----------------|------------|------------------------|-------------|----------|
| Yetiştiricilik Miktarı | Balassa RCA | 0,61 | 0,00 | 0,00000109 | 0,28 | 0,00 |
| | Vollarth RXA | 0,61 | 0,00 | 0,00000109 | 0,28 | 0,00 |
| | Vollarth RTA | 0,31 | 0,00 | 0,000000476 | 0,21 | 0,00 |
| | Vollrath RC | 0,35 | 0,00 | -0,00000207 | 1,37 | 0,00 |

¹⁵ 0'a çok yakın değerler olması nedeniyle virgülden sonra ikiden fazla değer belirtilmiştir.

Yapılan regresyon analizine göre ülkemiz su ürünleri yetiştiricilik miktarı ile Balassa RCA, Vollrath RXA AKÜ indeksleri ile istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ($R^2=0,61$) bir ilişki tespit edilmiştir. Benzer şekilde yetiştiricilik miktarı ile Vollrath RTA AKÜ indeksi arasında da istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki ($R^2=0,31$) bulunmaktadır. Yetiştiricilik miktarı ile Vollrath RC AKÜ indeksi arasında ise istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönde bir ilişki ($R^2=0,35$) tespit edilmiştir.

Buna ek olarak su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı ile ülkemiz ihracat değeri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla öncelikle basit doğrusal regresyonla değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı saptanmıştır. Regresyon analizi sonuçları Tablo 15'te gösterilmiştir. Buna göre su ürünleri yetiştiriciliği miktarı ile ülkemiz ihracat değeri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Tablo 15. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişken (X) | Bağımlı Değişken (Y) | R ² | Anlamlılık | X Değeri | Sabit Değer | p değeri |
|------------------------|----------------------|----------------|------------|----------|----------------|----------|
| Yetiştiricilik Miktarı | İhracat Değeri | 0,89 | 0,00 | 2.616,65 | -21.253.356,75 | 0,00 |

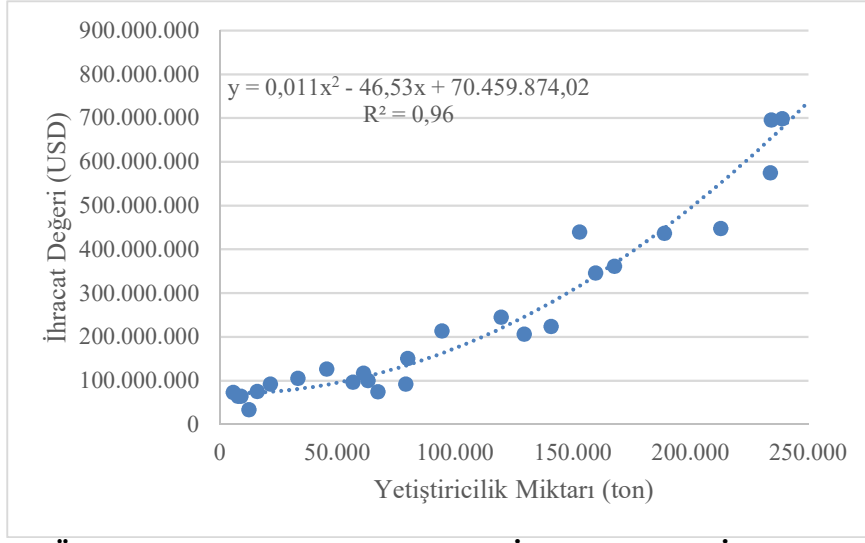
Tablo 15'teki verilerden iki değişken arasındaki birinci dereceden regresyon denklemi $y = 2.616,65x - 21.253.356,75$ olarak kurulabilmektedir. Kolerasyon katsayısı 0,89 olup, model ilişkiyi %89 oranında açıklamaktadır. Bilindiği üzere regresyonda amaç, değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayan en iyi model fonksiyonunu hataların karelerini en küçük yaparak tahmin etmektir (Akdi, 2010, s. 4). Bu nedenle regresyon analizi bir kez de ikinci dereceden model ile (quadratic model) tekrarlanmış ve kolerasyon katsayısı oluşturulmuştur. Ortaya çıkan ikinci dereceden regresyon denklemi ve kolerasyon katsayısı Şekil 15 ve Tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 16. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişken (X) | Bağımlı Değişken (Y) | R ² | Anlamlılık | X ² Değeri | X Değeri | Sabit Değer | p değeri |
|------------------------|----------------------|----------------|------------|-----------------------|----------|---------------|----------|
| Yetiştiricilik Miktarı | İhracat Değeri | 0,96 | 0,00 | 0,011 | -46,53 | 70.459.874,02 | 0,00 |

Buna göre, ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı ile ihracat değeri değişkeni arasındaki ilişkinin ikinci dereceden regresyon denklemi

$y = 0,011x^2 - 46,53x + 70.459.874,02$ olarak yazılabilmektedir. Kolerasyon katsayısı ise 0,96 olup, model ilişkiyi %96 oranında açıklamaktadır.



Şekil 15. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile İhracat Değeri İlişkisi

Tüm bu hesaplamalardan yetiştiricilik üretiminin ile su ürünleri ihracatı arasında çok kuvvetli bir ilişki bulunduğu, buna paralel olarak ihracat verilerine dayanılarak hesaplanan AKÜ indekslerinde de iyileşmelere neden olduğu görülmektedir. Ancak su ürünleri ithalat miktarındaki yıldan yıla artış dış ticaret fazlası vermemize ve yetiştiricilik miktarını arttırmamıza rağmen açıklanmış rekabet üstünlüğü indeksinde azalmanın oluşacağı görülmektedir.

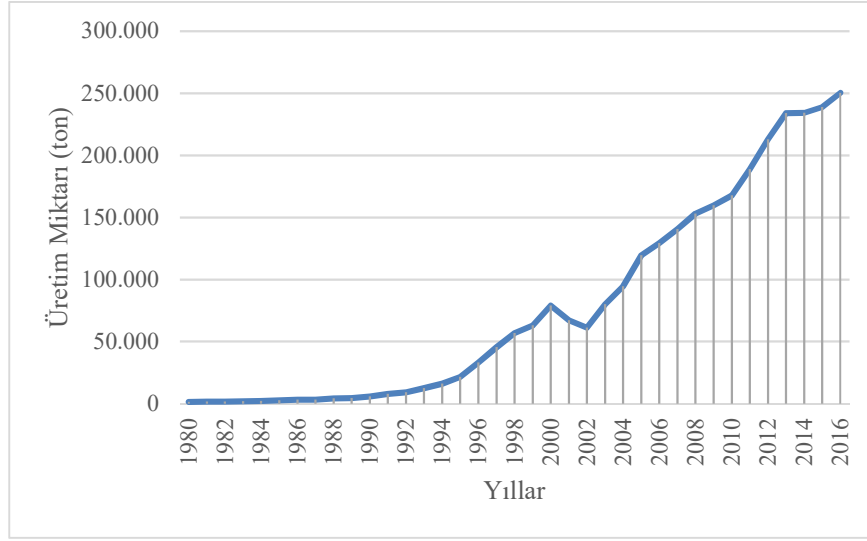
2.4. Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği ve İhracatı Gelecek Öngörüsü

Şüphesiz herhangi bir organizasyonun hedeflerine ulaşabilmesi için stratejiler geliştirip bu stratejiler ile ilişkili planlar ve politikalar oluşturması ve bunları uygulaması gerekmektedir. Geleceği bilmek mümkün olmamakla birlikte, geçmişe ait bilgiler ve verilerden yararlanarak gelecekte olması muhtemel durumları “öngörmek” ise mümkündür. Yakın zamana kadar öznel yeteneklerle yapılan bu öngörüler, son yıllarda bilimsel yöntemlere dayandırılarak yapılmaktadır. Yaygın kabul gören yöntemlerin başında ise eğilim (trend) kavramına dayanan yöntem gelmektedir (Çeşmeci, 2012, s. 157).

Dalkıran ve Tan (2018, s:511), tarafından yapılan çalışmada su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün gelecek miktarı için bu hususta çalışan akademisyenler arasında bir görüş birliği olmaması nedeniyle sektör üretim miktarının gelecekteki

durumunun ne olacağına farklı değişkenler ışığında açıklayabilecek modellerle tahmin edileceği çalışmaların yapılması tavsiye edilmiştir.

Bu kısımda 1980-2016 yılları arasındaki 37 dönemde gerçekleşen su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarları ile bir zaman serisi oluşturularak (Şekil 16) bu zaman serisindeki değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olup olmadığı regresyon analizi vasıtasıyla ortaya konmaya ve oluşturulan modele göre gelecek yıllardaki üretim miktarlarının öngörülme çalışılmıştır.



Şekil 16. Ülkemiz Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarının Yıllara Göre Değişimi

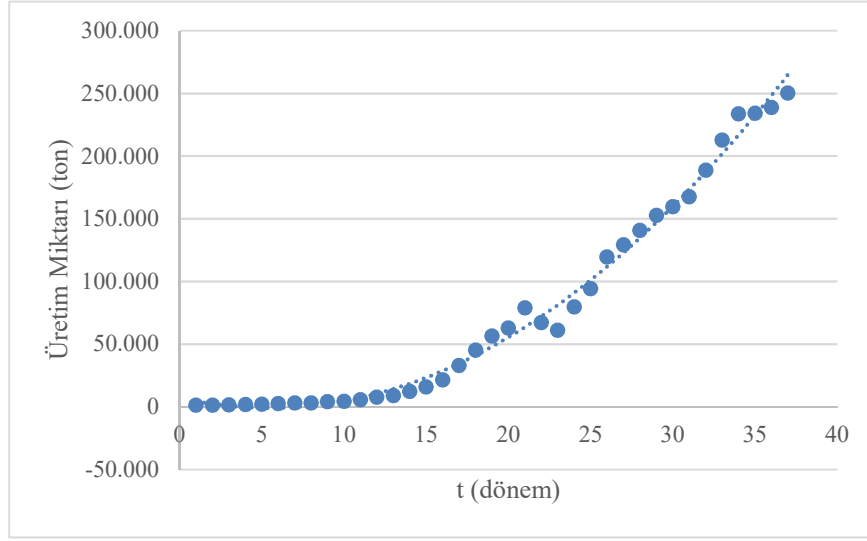
Öncelikle basit doğrusal regresyonla değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı saptanmıştır. Regresyon analizi sonuçları Tablo 17’de gösterilmiştir. Buna göre üretim miktarı ile dönemler arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Tablo 17. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişken (X) | Bağımlı Değişken (Y) | R ² | Anlamlılık | X Değeri | Sabit Değer | p değeri |
|-----------------------|----------------------|----------------|------------|----------|-------------|----------|
| t (dönem) | Üretim Miktarı | 0,88 | 0,00 | 7.241,22 | -58.978,82 | 0,00 |

Tablo 17’deki verilerden iki değişken arasındaki birinci dereceden regresyon denklemi $y = 7.241,22 x - 58.978,82$ olarak kurulabilmektedir. Korelasyon katsayısı 0,88 olup, model ilişkiyi %88 oranında açıklamaktadır. Bilindiği üzere regresyonda amaç, değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayan en iyi model fonksiyonunu hataların karelerini en küçük yaparak tahmin etmektir (Akdi, 2010, s. 4). Bu nedenle regresyon analizi bir kez de ikinci dereceden model ile (*quadratic model*) tekrarlanmış (Şekil 17)

ve korelasyon katsayısı oluşturulmuştur. Ortaya çıkan ikinci dereceden regresyon denklemi ve korelasyon katsayısı Tablo 18’de gösterilmiştir.



Şekil 17. Su Ürünleri Yetiştiricilik Üretim Miktarı ile t (yıl) Arasındaki İlişki

Tablo 18. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları

| Bağımsız Değişken (X) | Bağımlı Değişken (Y) | R ² | Anlamlılık | X ² Değeri | X Değeri | Sabit Değer | p değeri |
|-----------------------|----------------------|----------------|------------|-----------------------|-----------|-------------|----------|
| t (dönem) | Üretim Miktarı | 0,99 | 0,00 | 267,82 | -2.935,91 | 7.172,48 | 0,00 |

Tablo 18’den görülebileceği üzere, ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı ile t (dönem) değişkeni arasındaki ilişkinin ikinci dereceden regresyon denklemi $y = 267,82 x^2 - 2.935,91 x + 7.172,48$ olarak yazılabilmektedir. Korelasyon katsayısı ise 0,99 olup, model ilişkiyi %99 oranında açıklamaktadır.

Bu bulgulardan hareketle, ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretimi miktarı öngörüsü, oluşturulan ikinci dereceden regresyon denklemi ile 2016 yılından itibaren 10 yıllık süreç için yapılmıştır. Ayrıca 2017 ve 2018 yılı için açıklanan rakamlar (TÜİK, 2019) ile öngörünün sapma oranları hesaplanmış ve modelin ortalama $\pm 0,04$ (%3,99) sapma ile çalıştığı görülmüştür. Oluşturulan modele göre tahmin miktarları, açıklanmış veriler ve sapmalar Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Ülkemiz Su Ürünleri Yetiştiriciliği Üretim Miktarı 10 Yıllık Öngörüsü

| t (dönem) | Yıl | Öngörü | Gerçekleşen Üretim Miktarı | Sapma (%) |
|--------------|------|---------|-------------------------------|--------------|
| 38 | 2017 | 282.340 | 273.477 | +3,14 |
| 39 | 2018 | 300.026 | 314.537 | -4,84 |
| 40 | 2019 | 318.248 | - | - |
| 41 | 2020 | 337.006 | - | - |
| 42 | 2021 | 356.299 | - | - |
| 43 | 2022 | 376.128 | - | - |
| 44 | 2023 | 396.492 | - | - |
| 45 | 2024 | 417.392 | - | - |
| 46 | 2025 | 438.828 | - | - |
| 47 | 2026 | 460.799 | - | - |

Tablo 19'dan görülebileceği üzere ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarının, üretimimizi geçmişten bugüne gelişinde etkileyen iç ve dış faktörlerin aynı düzeyde kalacağı varsayımıyla önümüzdeki 10 yıllık süreçte de artmaya devam edeceği ve 2023 yılından itibaren 400.000 ton/yıl bandını aşacağı öngörülmektedir.

Bu öngörüye bağlı olarak ülkemiz su ürünleri ihracatının gelecek on yıldaki değer öngörüsü yapılmıştır. Ayrıca 2017 ve 2018 yılı için açıklanan veriler ile öngörünün sapma oranları hesaplanmış ve modelin ortalama 0,10 (%9,62) sapma ile çalıştığı görülmüştür. Sonuçlar Tablo 20'de gösterilmiştir.

Tablo 20. Ülkemiz Su Ürünleri İhracat Değeri 10 Yıllık Öngörüsü

| Yıl | Yetiştiricilik Miktarı (Öngörü) | İhracat Değeri (USD) (Öngörü) | İhracat Değeri (USD) (Gerçekleşen) ¹⁶ | Sapma (%) |
|------|---------------------------------------|-------------------------------------|--|--------------|
| 2017 | 282.340 | 934.197.225 | 854.731.829 | +9,30 |
| 2018 | 300.026 | 1.046.671.272 | 952.001.252 | +9,94 |
| 2019 | 318.248 | 1.169.751.479 | - | - |
| 2020 | 337.006 | 1.304.082.469 | - | - |
| 2021 | 356.299 | 1.450.320.033 | - | - |
| 2022 | 376.128 | 1.610.560.993 | - | - |
| 2023 | 396.492 | 1.778.119.354 | - | - |
| 2024 | 417.392 | 1.967.415.523 | - | - |
| 2025 | 438.828 | 2.168.311.357 | - | - |
| 2026 | 460.799 | 2.384.711.799 | - | - |

Tablo 20'den anlaşıldığı üzere, ülkemiz su ürünleri ihracatı değerinin, üretimimizi geçmişten bugüne gelişinde etkileyen iç ve dış faktörlerin aynı düzeyde kalacağı varsayımıyla önümüzdeki 10 yıllık süreçte de artmaya devam edeceği ve 2019 yılından itibaren 1 milyar USD, 2025 yılından itibaren de 2 milyar USD bandını aşacağı öngörülmektedir.

¹⁶ Kaynak: (BSGM, 2019)

Bu kısımda ülkemiz su ürünleri yetiştiricilik miktarı ve su ürünleri ithalatı miktarı öngörüsü eğilim (trend) analizi yöntemiyle hesaplanmıştır. Hesaplanan öngörüler sayesinde, ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ve ihracat rakamları ile ilgili hedeflerimizle kıyaslandığı zaman genel itibar ile üretim miktarı hedefimizi büyük ölçüde tutturacağımızı, ancak ihracat hedefimizi ise iki yıl gecikmeli yakalama ihtimalimiz olduğu söylenebilir. Bu nedenle gerek işletmeler gerekse karar verici merciiler bakımından konuya stratejik yönetim bakış açısıyla yaklaşmak gerektiği düşünülmektedir.

3. BÖLÜM

ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. Araştırmanın Tanıtılması

Türkiye su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik durumunun belirlenmesi üzerine yürütülmüş olan araştırma kapsamında bu bölümde öncelikle literatürde yer alan bazı çalışmalardan bahsedilerek, araştırma amacı ve yöntemi doğrultusunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

3.1.1. Ampirik Literatür

3.1.1.1. Elmas Modeli İle Yapılan Bazı Çalışmalar

Ampirik literatürde belli başlı sektörlerin rekabetçilik analizinin yapılmasında Porter (1990)'ın Elmas Modelinin kullanıldığı birçok ulusal ve uluslararası çalışma bulunmaktadır. Yapılan taramada elmas modeli kullanılarak ülkemiz için yapılan ilk çalışmanın Tatoğlu (1996) tarafından yapılan Türk otomobil endüstrisine modelin uygulanarak rekabet potansiyelinin analiz edildiği çalışma olduğu görülmüştür. Bu kısımda nispeten son yıllarda konu ile ilgili yapılmış çalışmalardan bazıları tarih sırasına göre verilmiştir.

Bulu, Eraslan ve Kaya (2006), çalışmalarında elmas modelini kullanarak Türk elektronik sektörünün rekabetçilik analizini yapmışlardır. Çalışma sonucunda bu sektörün rekabetçilik seviyesinin orta seviyede olduğu tespit edilmiştir. Elması oluşturan faktörlerin temel özellikleri çalışma sayesinde ortaya konmuş ve rekabetçilik seviyesinin artırılabilmesine yönelik öneriler getirilmiştir.

Bulu, Eraslan ve Barca (2007), bir başka çalışmada ise elmas modelini kullanmak suretiyle Türk gıda sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyinin analizini yapmışlardır. Çalışma sonucunda ülkemizin stratejik sektör olarak gördüğü gıda sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyini orta olarak tespit etmişler ve yüksek düzeyde rekabetçi olabilmesi için bazı önerilerde bulunmuşlardır.

Eraslan, Bakan ve Kuyucu (2008), Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünün Porter'ın elmas modeli kullanılarak tespit edilmesi amacıyla yürüttükleri

çalışmada rekabet gücünün ana etkenleri belirlenmiş ve bu endüstrinin rekabet gücünün yükseltilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

Gürpınar ve Sandıkçı (2008), Porter'ın elmas modeli yaklaşımının Türkiye'deki bazı endüstrilerdeki uygulanabilirliğinin ve sonuçlarının araştırılması üzerine bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmada modelin Türkiye'de cam, inşaat, deri ve giyim, otomotiv, çelik, mobilya, gıda, Ankara bilişim kümelenmesi, elektronik ve bilişim sektörleri üzerinde uygulamalarının olduğu, elmas modeline dayanılarak yürütülen çalışmaların, belli başlı sektörlerde uluslararası pazarda rekabet gücü elde etmesinde önemli bir rol aldığı belirtilmiştir.

Márkus (2008), 500 işletme üzerinde yürüttüğü çalışmasında Porter'ın elmas modelinin teorik çerçevesinde işletme (mikro) düzeyinde rekabetçilik metodolojisi geliştirmeye çalışmıştır.

Bakan ve Doğan (2012)'in çalışmasında, Kahramanmaraş'ın temel endüstrilerinin rekabetçiliği (tekstil, gıda, metal mutfak ekipmanları ve kuyumculuk) Porter'ın elmas modeli kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Böylelikle modeldeki faktörlere göre sektörlerin mevcut durumunun değerlendirilmesi ve rekabetçilik düzeyini arttıracak olanakların sağlanacağı bölgelerin belirlenmesine olanak sağlandığı belirtilmiştir.

Özer (2012)'nin çalışmasında Türk turizm endüstrisinin uluslararası rekabet gücünün değerlendirilmesi Porter'ın elmas modeli ile yapılmış ve Türkiye-İspanya endüstrileri bu çerçevede karşılaştırılmıştır.

Nderitu (2012), yapmış olduğu çalışmasında Kenya'nın turizm sektörünün küresel pazardaki rekabetçiliğine etki eden faktörlerin Elmas Modelinin kullanılması ile belirlenmesini amaçlamıştır.

Pawar ve Veer (2013), Hindistan'ın perakendecilik sektöründeki doğrudan yabancı yatırımların stratejik rekabetçilik avantajının belirlenmesi için Michael Porter'ın elmas modelini kullanmışlardır.

Süygün (2013) tarafından yürütülen çalışmada Mersin yaş meyve sebze kümesinin başarılı olabilmesi için ortaya konması gerekenlerin belirlenmesi bir vaka analizi çerçevesinde incelenmiş ve bu kümenin rekabetçilik düzeyi de Porter'ın elmas

modeli çerçevesinde araştırılmıştır. Çalışma sonucunda da faktör koşulları, ilgili ve destek endüstriler ve devlet faktörlerinin uluslararası rekabet gücü açısından dezavantajlı bir konumda olduğu bildirilmiştir.

Yazgan ve Yiğit (2013) Türk sivil havacılık sektörünün rekabet gücünü değerlendirmek ve bu doğrultuda öneriler sunmak amacıyla yaptıkları çalışmada elmas modelini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda, sektörün özellikle faktör koşullarından nitelikli insan gücü açısından sorunları olduğu, yakıt maliyetlerinden olumsuz etkilendiği, öte yandan ülkenin coğrafik özellikleri açısından avantajları olduğu tespit edilmiştir. Pazardaki çoğu işletmenin maliyet liderliği stratejisini benimsediklerini ancak Pazar lideri THY'nın ise kendi markası ile farklılaştırma, AnadoluJet markası ile de maliyet liderliği stratejisini benimsediği bildirilmiştir.

Akdağ, Mete ve Emhan (2014) elmas modelini kullanarak Diyarbakır hazır giyim ve tekstil sektörünün kümelenme analizini gerçekleştirmişlerdir. Araştırmadan elde edilen veriler ile kümelenme haritası ve rekabetçilik elması oluşturulmuş, küme haritasına göre değer zincirinden kopan ve tamamlanması gereken sektörel aktörler belirlenerek, iş birliği yapılması gereken kurumlar ve sektörü olumsuz etkileyen önemli unsurlar ele alınmıştır.

Autry, Huang ve Foust (2014) ticari uzay seyahati federal havacılık yönetimi ofisi için hazırlamış oldukları raporda, Amerika Birleşik Devletlerindeki insan merkezli uzay uçuşları pazarının rekabetçi üstünlüğünün analizini Porter'ın elmas modelini kullanarak yapmışlardır. Çalışmanın sonucuna göre Amerika Birleşik Devletleri'nin bu pazarda çok önemli bir rekabetçi üstünlüğü elinde tuttuğunu ve elmasın dört faktörünün de karşılıklı olarak birbirini kuvvetlendirdiğini bildirmişlerdir.

Halis ve Altmışev (2015) yapmış oldukları çalışmada, Kırgızistan Çüy bölgesinin süt sektörünün rekabetçilik düzeyini elmas modeline dayanılarak geliştirilmiş bir model olan GEM (Groundings-Enterprises-Markets) modeli ile ölçmüş ve sonuç olarak sektörün rekabet gücünün önemli bir düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir.

Mboya ve Kazungu (2015), elmas modelini kullanarak Tanzania'nın tekstil ve giyim endüstrisinin rekabet avantajlarının faktörlerinin belirlenmesi üzerine bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışma sonucunda en önemli iki faktörün talep koşulları ve ilgili ve destek endüstriler olduğunu bildirmişlerdir.

Riasi (2015), gölge bankacılık sisteminin neden küresel finans sisteminde gittikçe daha fazla rekabetçi hale geldiğinin ve nasıl kontrol edilebileceğinin tespit edilmesi amacıyla bir çalışma yürütmüştür. Bu amaçla Porter'ın elmas modelinin kullanılarak gölge bankacılığının rekabetçilik avantajları belirlenmiştir. Çalışma sonucunda faktör koşullarının, şansın ve devletin gölge bankacılık endüstrisinin rekabetçiliğine katkısının olmadığı, ancak diğer yandan ilgili ve destek endüstriler, firma stratejileri, yapı ve rekabet ile talep koşullarının ise bu endüstrinin rekabetçiliğine katkısının olduğu bildirilmiştir.

Rodrigues ve Kahn (2015), Güney Asya serbest ticaret bölgesi (SAFTA) ülkelerindeki giyim sektörünün rekabetçilik düzeyini açıkladıkları çalışmalarında Porter'ın elmas modelini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda hükümet politikası ve altyapı oluşturma ve kümelenmenin yanı sıra giyim eğitim enstitülerinin kurulmasına yönelik kamu harcamalarının giyim endüstrisinin rekabet gücü üzerinde olumlu bir etkisi olacağını belirtmiş ve SAFTA bölgesinde endüstrinin serbestleşmesi, pazarların açılması ve büyük çok uluslu işletmeler tarafından yapılan yabancı yatırımların teşvik edilmesinin devam etmesi de dahil olmak üzere ekonomik liberalleşmenin daha fazla uygulanmasını önermişlerdir.

Bilir (2016), Porter'ın elmas modelinde yer alan altı boyut kapsamında yaptığı nitel araştırmada Türkiye ve Yunanistan'ın turizm sektöründeki rekabet güçlerinin karşılaştırmasını gazete haberlerinden elde edilen bulguların içerik analizi yöntemiyle değerlendirmesiyle yapmışlardır.

Kostakoğlu, Keskin ve Büyük (2016) yapmış oldukları çalışmada Türkiye Şeker Fabrikaları Anonim Şirketine ait olan 25 fabrikadan biri olan Eskişehir Şeker Fabrikasının özelleştirilmesine yönelik bir model oluşturmak amacıyla Porter'ın elmas modelini kullanmışlardır. Yapılan çalışmayla fabrikanın diğerlerine nazaran neden daha stratejik ve önemli olduğu araştırılmış ve özelleştirme modelinin kamuya ait diğer fabrikalar için de oluşturacağı yaygın etkiler ortaya konmuştur. Elde edilen sonuçlara göre şeker fabrikalarının devlet-kooperatif ya da devlet-kooperatif-özel sektör ortaklığına devredilmesi ile etkinliğin sağlanacağı bildirilmiştir.

Vu ve Pham (2016), Vietnam'ın konfeksiyon ve tekstil endüstrisinin uluslararası rekabetçiliğini genelleştirilmiş elmas çifte elmas modeli ile analiz ederek Çin ile

karşılaştırmasını yapmıştır. Çalışma sonucunda Vietnam'ın Çin ile karşılaştırıldığında ilgili sektörde elmasın dört faktöründe de daha az rekabetçi olduğunu tespit etmişler, uzun vadede dört faktörde de ilerlemesi gerektiğini ve özellikle de ilgili ve destekleyici endüstriler faktörüne öncelik vermesini önermişlerdir.

Jhamb (2016), kümelerin rekabetçi üstünlüğünün kaynaklarının tanımlanması amacıyla Porter'ın elmas modelini uygulayarak bir çalışma yapmıştır. Çalışma Jalandhar (Hindistan)'daki bir spor ürünleri kümesi üzerinde yürütülmüş ve kümenin rekabetçiliğinin sürdürülebilirliğini arttıracak çeşitli stratejiler oluşturmayı amaçlamıştır. Çalışmada kümenin temel olarak hammadde ve vasıflı işgücünün bulunabilirliğini içeren faktör koşullarına bağlı olduğu sonucuna varılmıştır. Bunun yanı sıra bilgi düzeyi yüksek alıcıların, makine tedarikçilerinin ve rakiplerin varlığının kümenin büyümesini arttırdığı ifade edilmiştir. Kümenin rekabet üstünlüğünü ilerletebilmesi için özel ve ileri düzeyde faktörler gelişmeye odaklanması önerilmiştir. Ayrıca hükümet politikalarının ve stratejilerinin zamanında ve etkili bir şekilde uygulanmasının kümelenmenin daha rekabetçi olmasına yardımcı olabileceği ifade edilmiştir.

Yi ve Yoo (2018), yapmış oldukları çalışmada elmas modelinin dört ana faktörünü kullanarak küresel uçuş eğitim organizasyonları için rekabetçilik değerlendirme indeksi oluşturmayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular ile oluşturulan analitik hiyerarşi süreci indeksi sayesinde küresel uçuş eğitimi organizasyonlarının rekabetçiliğinin ilerlemesine katkıda bulduklarını bildirmişlerdir.

3.1.1.2. Su Ürünleri Sektörünün Rekabetçiliği Üzerine Yapılmış Bazı Çalışmalar

Ampirik literatürde spesifik olarak su ürünleri sektörü rekabetçiliğine ilişkin farklı yöntem ve yaklaşımlar kullanılarak hazırlanmış çeşitli ulusal veya uluslararası çalışmalar bulunmaktadır. Ülkemizde de su ürünleri sektörünün rekabetçilik düzeyinin belirlenmesine yönelik farklı yöntemlerle ve ikincil veriler ile yapılmış çalışmalar bulunmaktadır. Ancak özellikle su ürünleri yetiştiriciliği sektörü özelinde rekabetçilik düzeyi üzerine yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu konuda yapılmış benzer ilk çalışma Uzmanoğlu (2014) tarafından ülkemiz deniz balığı yetiştiriciliği sektöründe yer alan aktörlerin rekabet algısı üzerine yapılmış çalışmadır.

Altay (2008), Türkiye'nin Avrupa Birliği pazarındaki rekabet gücü düzeylerinin incelenmesi amacıyla karşılaştırmalı üstünlükler teorisi kapsamında bir çalışma yürütmüştür. 1995-2007 yılları arasını kapsayan veriler ile hesaplanan Balassa endeksi kullanılarak yapılan çalışma sonucunda ülkemizin AB pazarında balık, yumuşakça, kabuklu ve omurgasızlar vb. ürünler grubunun da yer aldığı hammadde yoğun ürünlerde karşılaştırmalı üstünlük avantajına sahip olduğu belirlenmiştir.

Aydın, Byashimov ve Yaykaşlı (2014), Karadeniz'e kıyısı olan ülkelerinin su ürünleri sektöründe rekabet gücünü belirlemek amacıyla Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksi kullanılmıştır. Çalışma verilerine göre Karadeniz ülkelerinin dünya su ürünleri ticaretinde dezavantaja sahip oldukları sonucuna varılmıştır.

Akmermer (2015), uluslararası rekabetçilik bakış açısıyla su ürünleri sektörünün rekabet gücünü ortaya koymak, sektör aktörlerinin farkındalığını arttırmak ve sektörün uluslararası rekabetçiliğine katkıda bulunmayı amaçlayan çalışmasında Porter'ın Elmas modeli kullanılmıştır. Avcılık ve yetiştiricilik dahil olmak üzere tüm su ürünleri sektörünü konu alan çalışma ikincil verilere toplama yöntemi ile yürütülmüş ve sonucunda, sektörün rekabetteki en önemli avantajının coğrafi konumu olduğu, ayrıca altyapı, işgücü, sermaye kaynakları ve bilgi kaynaklarının geliştirilmesi, iç talep yapısının güçlendirilmesi, yeni ürünlerin üretilmesi ve özellikle dış pazarlar olmak üzere büyüyen pazarların takip edilmesi rekabet gücünün artırılmasını destekleyecek faaliyetler olduğu bildirilmiştir.

Fahmi, Maksım ve Suwondo (2015), Endonezya'nın Birleşik Devletler pazarındaki yengeç sektörünün rekabetçilik düzeyini açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi kullanarak araştırmıştır. Çalışmada karides ve tuna balığından sonra Endonezya'nın en önemli ihracat ürünü olan yengecin son yıllarda pazar payında bir azalma görülmesine rağmen, açıklanmış rekabet üstünlüğü indeksi sonuçlarına göre Birleşik Devletler pazarında hala önemli derecede rekabet üstünlüğüne sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak bu pazarda özellikle Birleşik Devletler Gıda ve İlaç Yönetimi idaresinin yapmış olduğu kontroller sonucu uygun olmadığı değerlendirilen yengeç ürünlerin ithalatının reddedildiği birçok vakanın ortaya çıkması nedeniyle, mevcut rekabetçilik düzeyinin artırılması için Endonezya yengeç üreticilerinin dikkate alması gereken en önemli önceliğin bu konu olduğu ifade edilmiştir.

Biukšāne (2016) yapmış olduğu çalışmayla Letonya balıkçılık sektörü kümelenmesinin rekabetçiliğinin etkilendiği faktörleri bir model üzerinde ortaya koymuştur. Çalışma sonucuna göre, Letonya balıkçılık sektörü kümelenmesi rekabetçiliğinin üretim faktörlerinin mevcudiyetinden ve onların etkili kullanımından, sosyal, ekonomik, politik, doğal ve kültürel çevre faktörlerinden (şans eseri gerçekleşenler de dahil) ve bunlara adapte olabilme yeteneğinden, işbirliği, karşılıklı etkileşim formasyonları ve kooperatifleşme ve bağlı ortaklıklar ve destekleyici endüstriler arasındaki ilişkilerden etkilendiğini belirtmişlerdir. Böylece balıkçılık politikaları oluşturan kurumlara karar verme aşamasında rekabetçiliği etkileyen bu faktörlerin dikkate alınması tavsiye edilmiştir.

Erkan (2016), yapmış olduğu çalışmada 1993-2014 yılları arasındaki verilerden yararlanarak Türkiye'nin canlı hayvan, et ürünleri ve deniz ürünleri ihracatındaki rekabet gücünün belirlenmesi amacıyla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksinden yararlanmışlardır. Bu kapsamda çalışmada 37 adet ürünün ihracatı için rekabet indeksleri hesaplanmış, ağırlıklı olarak ihraç edilen ürünlerde rekabet dezavantajı durumu olsa da, canlı, taze ve dondurulmuş balık ihracatı ile fūme somon balığı ihracatında son yıllarda rekabet dezavantajının kalktığı ve avantajı duruma geçildiği bildirilmiştir.

Khai, Ismail ve Sidique (2016), yaptıkları çalışmada Malezya'nın ve bazı Asya ülkelerinin karides ürünlerindeki rekabetçilik üstünlüğünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ile ölçülmesi ve karşılaştırılması amaçlamışlardır. Çalışma sonucuna göre Malezya'nın karides ticaretinde genellikle rekabet üstünlüğünün bulunmadığı, buna karşılık dondurulmamış karides ihracatında ise rekabetçi olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Tayland'ın özellikle dondurulmamış ve işlenmiş olmak üzere karides ürünlerinde çarpıcı bir rekabet üstünlüğünün olduğu anlaşılmıştır. Çalışmanın bir diğer sonucu da nispi ithalat üstünlüğü indeksinin karides sektörünün rekabetçiliğinin ölçülmesinde önemli bir değişken olduğunun ortaya konmasıdır.

Firlej ve Kubala (2017), yapmış oldukları çalışmada Polonya'daki balık işleme endüstrisinin çalışma faktörlerini ve sektör çekiciliğinin değerlendirilmesi ve geliştirilmesi şanslarını araştırmışlardır. Çalışma, kültür balıkçılığı ürünlerinin işleme endüstrisi içindeki rolünün önemini konusuna değindiği gibi, sektör içindeki rekabet gücü, giriş engelleri, ikame riskleri, tedarikçilerin ve alıcıların rolleri için bir referans

niteliği taşımaktadır. Sektörün zayıf ve güçlü noktaları Porter'ın modeli ile belirlenmiştir. Çalışma kapsamında yapılan GZFT analizine göre; balık işleme sektörü gelişimindeki önemli dinamikler, kişi başına düşen balık tüketimindeki kademeli artış, satışlardaki ihracat payının büyüklüğü ve gelişmiş bilim araştırma altyapısı sektörün güçlü yanları olarak belirtilmişken, yüksek kaliteli ürün üretimi, tüketicilerin yeme alışkanlıklarındaki değişim ve kültür balıkçılığının alternatif bir kaynak olarak gelişmesi de sektörün fırsatları olarak değerlendirilmiştir. Bunun yanı sıra sektördeki hem büyük hem de küçük işletmeler için en etkili güçlerin alıcıların ve tedarikçilerin gücü olduğu bildirilmiştir. Sektör içi rekabet ve ikame ürünlerin etkisi her iki büyüklükteki işletmeler için aynıyken, küçük işletmeler için sektördeki giriş engellerinin gücü daha yüksek bulunmuştur.

Uzmanoğlu ve Arslan (2017), ülkemizde deniz balığı yetiştiriciliği sektöründe rekabet algısı üzerine bir çalışma yürütmüştür. Çalışma deniz balığı sektöründe yer alan yetiştiriciler, yem üreticileri, işleme işletmeleri, bakanlık çalışanları, üniversiteler, perakende işletmeleri, araştırma enstitüleri ve tedarikçi işletmelerde çalışanların sektördeki rekabeti nasıl algıladıklarının tespit etmeyi amaçlamıştır. Sonuç olarak sektörde tedarikçilerin ve alıcıların pazarlık gücünün yüksek ve ikame ürün tehdidinin ise düşük algılandığı belirlenmiştir. Bu nedenle sektördeki alıcıların pazarlık gücünü kırmak için, yeni ihraç pazarları bulmak ve iç tüketimi arttırıcı çalışmalar yapmak suretiyle pazar büyümesi sağlamak önerilmiştir. Bunun yanı sıra örgütlenme aracılığı ile ortak tedarik kaynakları kullanılması ve ürünün pazara ortak sunulmasının işletmeler arası rekabette işletmelere fayda sağlayacağı bildirilmiştir.

Bashimov ve Aydın (2018), Letonya, Litvanya ve Estonya'dan oluşan Baltık ülkelerinin su ürünleri sektöründeki rekabet gücü açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi, açıklanmış simetrik karşılaştırmalı üstünlükler indeksi ve ticaret dengesi indeksi vasıtasıyla tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda su ürünleri sektöründe rekabet gücüne sahip olduğu belirtilmiştir. Ayrıca ticaret dengesi indeksine göre Letonya ve Litvanya'nın sektörde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasına rağmen net ithalatçı ülke konumunda oldukları, Estonya'nın ise karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmasının yanı sıra net ihracatçı ülke konumunda olduğunu bildirilmiştir.

Kubala ve Firlej (2018), Baltık ülkelerinin yer aldığı bölgedeki balıkçılık endüstrisinin rekabetçilik düzeyini incelemişlerdir. Çalışmada günümüzde kültür

balıkçılığı sektöründeki gelişmelerin balıkçılık endüstrisinin sürdürülebilir kalkınması üzerinde etkili olan en önemli faktörlerden biri olduğu belirtilmiş, 1950’li yıllarda dahi sucul organizmaların yetiştiriciliği hakkında kesin bilgilere sahip olunmamasına rağmen günümüzde kültür balıkçılığının balığa olan talebin karşılanmasında büyük bir rol oynadığı ifade edilmiştir. Çalışma bulgularında kültür balıkçılığı gelişmişlik düzeyinin pazarın gelecekteki kalkınmasını etkileyen asıl belirleyici faktör olabileceği belirtilmiş, en düşük rekabet gücüne sahip olan bölgenin balık üretimi için geleneksel yöntemlere odaklanan Sovyet sonrası devletlerin yer aldığı bölge olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucuna göre Baltık ülkeleri dört gruba ayrılmış, yüksek rekabet gücüne sahip ülke grupları ilk iki grupta değerlendirilmiştir. Kaynak kullanım etkinliğinin önemiyle en yüksek rekabet gücüne sahip olan ülkeler (balıkçılık endüstrisinin önemli bir aktivite olduğu Norveç ve Danimarka) birinci grubu oluşturmuştur. İkinci grupta ise büyük ölçüde geleneksel avcılık yöntemine dayanan ancak giderek kültür balıkçılığı üretimine kaymakta olan balıkçılık endüstrisinin öne çıktığı yüksek rekabet gücüne sahip ülkeler (İsveç, Estonya ve Finlandiya) yer almıştır.

3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın ana amacı, Türkiye su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik durumunun Porter’ın elmas modeli ile belirlenmesidir. Bunun yanı sıra yetiştiricilik endüstrisinin rekabet yapısının temel özelliklerinin ortaya konması ve tüm bunların paydaşlar açısından değerlendirilmesi de amaçlanmıştır. Araştırma sayesinde su ürünleri yetiştiriciliği endüstrisinin rekabetçilik düzeyinin paydaşlar da dahil edilmek suretiyle ülkemiz ölçeğinde bir bütün olarak ortaya konması ile ulusal ve uluslararası pazar payının arttırılmasına yönelik stratejiler de geliştirilebilecektir. Araştırma sonucunda rekabet avantajı elde edebilmek ve bu avantajının sürdürülebilirliğine katkı sağlayacak stratejilerin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

Çalışmanın ülkemiz su ürünleri ihracatı ile olan pozitif yönde ve anlamlı düzeydeki ilişkisi istatistiksel analizler ile belirlenerek su ürünleri yetiştiriciliği konusu üzerine yapılması, gerek işletmeler gerekse diğer paydaşların da dahil edilerek bütüncül bir yaklaşımla ülkemiz ölçeğinde yürütülmesi, rekabet literatüründe açıklayıcılığı kabul görmüş olan elmas modeli ile yapılmış olması ve bu konu üzerine bu kapsamda yürütülmüş ilk ampirik çalışma olması bakımından önemlidir.

3.1.3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını akvaryum balıkları üreten işletmeler hariç olmak üzere su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmeler, Tarım ve Orman Bakanlığı birimleri (taşra ve genel müdürlük), su ürünleri ve balıkçılık konusunda görev yapan üniversiteler ve araştırma birimleri ve sektör ile ilgili sivil toplum kuruluşları ve diğer kuruluşlar (FAO-Orta Asya Alt Bölge Ofisi) yönetici ve/veya çalışanları oluşturmaktadır.

Kapsama alınan her bir paydaş değerlendirildiğinde işletmeler 2.286, bakanlık birimleri 166, üniversiteler ve araştırma birimleri 728 ve STK ve diğer kuruluşlar ise 11 olmak üzere araştırma evreni 3.191 olarak belirlenmiştir.

3.2. Araştırma Yöntemi

Araştırma nicel araştırma yöntemi ile yürütülmüştür. Çalışmanın verilerinin toplanabilmesi amacıyla ekte örneği bulunan anket elmas modeli teorik arka plan olacak şekilde hazırlanmıştır. Çalışma evreninin ülkemizin hemen yer yanına dağılım göstermesi ve veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması tercih edildiğinden evreni temsil edecek örneklemin belirlenmesinde kartopu ve kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Örnekleme giren katılımcılara araştırma hakkında bilgi verilmiş ve anketler posta, elektronik posta ya da çevrim içi olarak gönderilerek cevaplanması talep edilmiştir. Cevaplanan anketlerden eksik veri içeren anketler kapsam dışı tutulmuştur.

Cevaplanan anketlerden elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak frekans analizi, yüzde dağılım gibi tanımlayıcı istatistiklerden ve tek örneklem t-testi, varyans analizi ve kolerasyon analizi gibi istatistiksel analizden yararlanılmıştır. Verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediğinin anlaşılması amacıyla çarpıklık ve basıklık katsayıları (Skewness and Kurtosis) hesaplanmış ve hipotez testlerinin doğrulanması esnasında normal dağılım sergileyen değişkenler için tek yönlü ANOVA varyans analizi kullanılmıştır. Varyans analizi sonucuna göre gruplar arasında farklılık tespit edilmesi durumunda, farklılığın hangi gruplar arasında olduğunun anlaşılabilmesi amacıyla post-hoc testi yapılmıştır. Post-hoc testinin türüne karar verilirken ise varyansların ortalamalarının homojenlik gösterip göstermediğine Lavene istatistik değeri ile bakılmış, veri setinin özelliklerine de uygun olacak şekilde varyanslar ortalamaları homojenlik göstermeyen değişkenler için Tamhane, homojenlik gösteren değişkenler için ise Duncan post-hoc testi uygulanmıştır. Normal dağılım sergilemediği

belirlenen değişkenlerin istatistiksel analizinde ise parametrik olmayan testlerden Kruskall-Wallis testi kullanılmıştır.

3.3. Bulgular

Araştırma bulguları, gerek paydaşlar bazında gerekse toplamda olmak üzere belirlenen minimum örneklem sayısını sağlayacak şekilde temin edilen anketlerden elde edilen verilerin istatistiksel analizi ile elde edilmiştir. Örneklem metodolojisine uygun olarak araştırma ana kütlelerinde yer alan katılımcılara anketler çevrim içi, posta ya da e-posta yoluyla gönderilmiştir. Eksik veri içeren anketler kapsam dışı bırakılarak, uygun olan anketler çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Buna göre çalışmada kullanılan anketlerin paydaşlara göre dağılımı Tablo 21’de verilmiştir. Çalışma; işletmelerden 96, bakanlık birimlerinden 87, üniversiteler-araştırma birimlerinden 85 ve STK ve diğer kuruluşlardan 9 olmak üzere toplam 277 adet anket ile sürdürölmüştür. Buna göre araştırma kapsamında temin edilen uygun anket sayısının (277) $\alpha=0,05$ anlamlılık ve %90 güven düzeyinde, $d=\pm 0,05$ örnekleme hatasıyla ana kütle temsil edebilme kabiliyetine sahip olduğu tespit edilmiştir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014, s. 86).

Tablo 21. Çalışmada Kullanılan Anketlerin Paydaşlara Göre Dağılımı

| Paydaşlar | Ana Kütle | Örneklem | Anket | | |
|--------------------------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|
| | Büyükölüğü | Büyükölüğü | n | Sayısı | |
| | n | n | n | GD | ÖH |
| İşletmeler | 2.286 | 93 | 96 | %95 | 0,10 |
| Bakanlık Birimleri | 166 | 62 | 87 | %95 | 0,07 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 728 | 85 | 85 | %95 | 0,10 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 11 | 10 | 9 | %90 | 0,12 |
| TOPLAM | 3.191 | 250 | 277 | %90 | 0,05 |

Veriler öncelikli olarak geçerlilik/güvenirlilik ve normallik açısından analiz edilmiş daha sonra araştırma bulguları demografik özellikler, tanımlayıcı istatistikler ve hipotez testleri olmak üzere üç başlık altında incelenmiştir.

3.3.1. Verilerin Analizi

Araştırmanın amacına uygun olacak şekilde istatistiksel analizlerin yapılabilmesi için öncelikle veri seti incelenmiştir. Veri setinde bazı katılımcıların bazı soruların atlanması, işaretleme unutulması ya da yanlış işaretleme yapılması gibi nedenlerden

ötürü kayıp verilerin oluştuğu görülmüştür. Kayıp verilerin oranı ve kayıp veri analizi sonuçları Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22’den görülebileceği üzere veri setindeki kayıp veri oranının çok düşük olduğu (<%5) ve analiz sonucunda kayıp verilerin rastlantısal şekilde oluştuğu anlaşıldığından ($p>0,05$) veri setindeki kayıp verilerin yerine yaklaşık değer atama yöntemlerinden seri ortalaması ataması yöntemi ile veri ataması yapılarak veri seti tamamlanmıştır (Kürşad & Nartgün, 2015, s. 256; Köse & Öztemur, 2014, s. 404; Arıkan & Soysal, 2018, s. 317).

Kayıp verilerin tamamlanmasının ardından ölçeğin geçerlilik/güvenirlilik analizleri ve verilerin normallik testleri yapılmıştır. Normal dağılım sergileyen verilerin hipotez testleri için parametrik istatistiksel analiz yöntemleri, normal dağılım sergilemeyen veriler için de parametrik olmayan istatistiksel analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Sonuçlar alt başlıklar altında aşağıda verilmiştir.

Tablo 22. Araştırmanın Veri Setinde Bulunan Kayıp Verilerin Oranı ve Kayıp Veri Analizi Sonuçları

| Boyut | Değişken Adı | Anket Sayısı | Kayıp Veri | Kayıp Veri Oranı (%) | p Değeri |
|-------------------------------|--------------------------------------|--------------|------------|----------------------|----------|
| Rekabeti Etkileyen Beş Kuvvet | Sektöre Yeni Giriş | 277 | 8 | 2,89 | 0,24 |
| | Alıcıların Gücü | 277 | 8 | 2,89 | |
| | Tedarikçilerin Gücü | 277 | 8 | 2,89 | |
| | Firmalar Arası Çekişme | 277 | 7 | 2,53 | |
| | İkame Ürünlerin Etkisi | 277 | 8 | 2,89 | |
| Elmas Modeli Faktörleri | Faktör Koşulları S1 | 277 | 0 | 0,00 | 0,27 |
| | Faktör Koşulları S2 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Faktör Koşulları S3 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Faktör Koşulları S4 | 277 | 3 | 1,08 | |
| | Faktör Koşulları S5 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Faktör Koşulları S6 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Faktör Koşulları S7 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Talep Koşulları S1 | 277 | 1 | 0,36 | 0,98 |
| | Talep Koşulları S2 | 277 | 2 | 0,72 | |
| | Talep Koşulları S3 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Talep Koşulları S4 | 277 | 2 | 0,72 | |
| | Talep Koşulları S5 | 277 | 0 | 0,00 | |
| | Talep Koşulları S6 | 277 | 3 | 1,08 | |
| | Talep Koşulları S7 | 277 | 0 | 0,00 | |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S1 | 277 | 0 | 0,00 | 0,10 |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S2 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S3 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S4 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S5 | 277 | 2 | 0,72 | |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S6 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | İlgili ve Destek Endüstriler S7 | 277 | 0 | 0,00 | |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S1 | 277 | 0 | 0,00 | 0,17 |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S2 | 277 | 0 | 0,00 | |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S3 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S4 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S5 | 277 | 2 | 0,72 | |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S6 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet S7 | 277 | 2 | 0,72 | |
| | Devlet S1 | 277 | 0 | 0,00 | 0,35 |
| | Devlet S2 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Devlet S3 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Devlet S4 | 277 | 2 | 0,72 | |
| | Devlet S5 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Devlet S6 | 277 | 1 | 0,36 | |
| | Şans S1 | 277 | 1 | 0,36 | 0,52 |
| Şans S2 | 277 | 0 | 0,00 | | |
| Şans S3 | 277 | 0 | 0,00 | | |

3.3.2. Çalışmanın Güvenilirlik ve Geçerliliği

Bir araştırmada elde edilen verilerin güvenilirliğinin belirlenmesi, ölçeğin iyi olduğunun anlaşılabilmesi için oldukça önemlidir. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ölçek güvenilirliğinin saptanmasında yaygın olarak kullanılmaktadır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anketin güvenilirliğinin saptanması amacıyla Cronbach alfa katsayısının hesaplanması yapılmıştır. Yapılan hesaplama sonucunda anketin Cronbach alfa güvenilirlik kat sayısı 0,80 olarak olduğu görülmüş olup, bu da anketin yüksek seviyede güvenilir olduğunu göstermektedir (Salvucci, Walter, Conley, Fink, & Saba, 1997, s. 115; Tavakol & Denninck, 2011, s. 54; Yıldız & Uzunsakal, 2018, s. 19). Ayrıca anketin kapsam geçerliliği analizi alan literatürü ve uzman görüş ve önerileri ile desteklenmiştir. Dolayısıyla çalışma yüzey (mantıksal) ve kapsam (içerik) geçerliliği bulunan bir anketle yürütülmüştür (Çakmur, 2012, s. 342).

3.3.3. Normallik Testleri

Bilimsel çalışmalarda verilerin özelliklerine göre parametrik ve parametrik olmayan analiz teknikleri kullanılmaktadır. Bu analiz tekniklerinin kullanılması da bazı varsayımlara dayanmaktadır. Özellikle t testi, tek yönlü ANOVA testi, korelasyon analizi gibi parametrik testlerin uygulanabilmesi ve sonuçların sağlıklı yorumlanabilmesi için verilerin normal dağılım göstermesi gerekmektedir (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2014, s. 245-246).

Verilerin dağılımlarının normal dağılım sergilediğini söyleyebilmek için verinin çarpıklık ve basıklık (Skewness and Kurtosis) katsayılarının tespiti ve bu katsayıların ± 1 sınırları içerisinde 0'a yakın olmaları gerekmektedir (Demir, Saatçioğlu, & İmrol, 2016, s. 133-134). Ayrıca Tabachnik ve Fidell (2015)'e göre de çarpıklık ve basıklık katsayılarının $\pm 1,5$ aralığında kalması durumunda da serinin normal dağılım sergilediği kabul edilebilir (Sevin & Küçük, 2016, s. 28). Bu nedenle verilerin analizinde parametrik testlerin mi yoksa parametrik olmayan testlerin mi kullanılması gerektiğinin belirlenebilmesi amacıyla öncelikle toplanan verilerin normal dağılım gösterip göstermediği araştırılmıştır. Buna göre araştırma kapsamında elde edilen verilerden yola çıkılarak hesaplanan çarpıklık ve basıklık katsayıları, çarpıklık ve basıklık indeksleri Tablo 24'te verilmiştir.

Tablo 23'ten görülebileceği üzere gelecek beklentisi hariç tüm değişkenlerin çarpıklık katsayılarının $-1 < x < 1$ aralığında kaldığı görülmektedir. Buna karşılık sektör beklentileri boyutundaki gelecek beklentisi, rekabeti etkileyen kuvvetlerden sektöre yeni giriş ve ikame ürünlerin etkisi değişkenleri hariç olmak üzere diğer tüm değişkenlerin basıklık katsayılarının da belirtilen aralıkta kaldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca sektöre yeni giriş ve ikame ürünlerin etkisi değişkenlerinin basıklık katsayılarının -1 'e çok yakın ve $\pm 1,5$ aralığında olması nedeniyle normale yakın bir dağılım sergilediğini söylemek mümkündür. Bu nedenle gelecek beklentisi hariç olmak üzere tüm değişkenlerin normal dağılım sergilediği tespit edilmiştir.

Tablo 23. Araştırma Verilerine Ait Değişkenlerin Normallik Varsayımı Test Sonuçları

| Boyut | Değişken Adı | Çarpıklık Katsayısı | S.H. | Basıklık Katsayısı | S.H. |
|-------------------------------|------------------------------------|---------------------|------|--------------------|------|
| Sektör Beklentileri | Gelecek Beklentisi | -1,82 | 0,15 | 2,34 | 0,29 |
| | Kar Marjı | 0,17 | 0,15 | -0,54 | 0,29 |
| | Rekabet Stratejisi | 0,25 | 0,15 | -0,67 | 0,29 |
| Rekabeti Etkileyen Beş Kuvvet | Sektöre Yeni Giriş | 0,32 | 0,15 | -1,02 | 0,29 |
| | Alıcıların Gücü | 0,02 | 0,15 | -0,79 | 0,29 |
| | Tedarikçilerin Gücü | -0,04 | 0,15 | -0,86 | 0,29 |
| | Firmalar Arası Çekişme | -0,50 | 0,15 | -0,67 | 0,29 |
| | İkame Ürünlerin Etkisi | -0,28 | 0,15 | -1,17 | 0,29 |
| Elmas Modeli Faktörleri | Faktör Koşulları | -0,33 | 0,15 | 0,44 | 0,29 |
| | Talep Koşulları | -0,05 | 0,15 | 0,59 | 0,29 |
| | İlgili ve Destekleyici Endüstriler | -0,03 | 0,15 | 0,08 | 0,29 |
| | Firma Yapısı, Rekabet ve Strateji | -0,28 | 0,15 | 0,03 | 0,29 |
| | Devlet | -0,21 | 0,15 | 0,46 | 0,29 |
| | Şans | -0,34 | 0,15 | -0,12 | 0,29 |

3.4. Tanımlayıcı İstatistikler

3.4.1. Paydaşlara Ait Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinden temin edilen verilerden elde edilen demografik bilgiler Tablo 24'te gösterilmiştir. Buna göre işletmelerin %62,50'si Alabalık, %26,05'i çipura-levrek ve %2,08'i de Midye türlerini yetiştirmektedir. İşletmelerin %34,38'i deniz balıkları üretmekte iken, %65,62'si de iç su balıkları üretimi yapmaktadır. İşletmelerin %8,42'si yumurta ve yavru, %65,26'sı porsiyonluk üretim ve %26,32'si de kombine üretim gerçekleştirmektedir. İşletmelerin tamamı KOBİ statüsünde olup, sadece %12,63'ünde bir AR-GE ünitesi mevcuttur.

İşletmelerin çoğunluğu (%82,29) doğrudan ihracat yapmazken, %70,97'sinde bir misyon-vizyon bildirgesinin bulunmadığı anlaşılmıştır. İşletmelerin sadece %16,84'ünün ürün ya da üretim sürecinde bir yeniliğe sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 24. İşletmelere Ait Demografik Özellikler

| Demografik Özellikler | Gruplar | n | % |
|---|-------------------------------|---------------|---------------|
| Yetiştirilen Türler | Alabalık | 60 | 62,50 |
| | Çipura-Levrek | 25 | 26,05 |
| | Midye | 2 | 2,08 |
| | Sazan | 1 | 1,04 |
| | Alabalık-Levrek | 5 | 5,21 |
| | Alabalık-Sazan-Yayın | 1 | 1,04 |
| | Alabalık-Çipura-Levrek | 1 | 1,04 |
| | Çipura-Levrek-Granyöz-Minekop | 1 | 1,04 |
| | TOPLAM | 96 | 100,00 |
| İşletmenin Türü | Deniz Balıkları Tesisi | 33 | 34,38 |
| | İçsu Balıkları Tesisi | 63 | 65,62 |
| | TOPLAM | 96 | 100,00 |
| Ürün Çeşidi | Yumurta ve yavru | 8 | 8,42 |
| | Porsiyonluk | 62 | 65,26 |
| | Kombine | 25 | 26,32 |
| | TOPLAM | 95 | 100,00 |
| Tesis Kapasitesi | Kuluçkahane | 8 | 8,33 |
| | 0-50 ton/yıl | 27 | 28,13 |
| | 51-100 ton/yıl | 15 | 15,63 |
| | 101-250 ton/yıl | 17 | 17,71 |
| | 251-500 ton/yıl | 5 | 5,20 |
| | 501-1000 ton/yıl | 14 | 14,58 |
| | 1000 ton/yıl üzeri | 10 | 10,42 |
| TOPLAM | 96 | 100,00 | |
| Kurumsal Yapı | Gerçek Kişi | 55 | 57,29 |
| | Anonim Şirket | 17 | 17,71 |
| | Limited Şirket | 23 | 23,96 |
| | Diğer | 1 | 1,04 |
| | TOPLAM | 96 | 100,00 |
| Çalışan Sayısı | 10 kişiden az | 63 | 65,63 |
| | 10-49 kişi | 17 | 17,71 |
| | 20-249 kişi | 6 | 6,25 |
| | 250 kişiden fazla | 9 | 10,41 |
| | TOPLAM | 95 | 100,00 |
| Doğrudan İhracat Durumu | Evet | 17 | 17,71 |
| | Hayır | 79 | 82,29 |
| | TOPLAM | 96 | 100,00 |
| AR-Ge Mevcudiyeti | Var | 12 | 12,63 |
| | Yok | 83 | 87,37 |
| | TOPLAM | 95 | 100,00 |
| Ürün Yeniliği/Patent alınan Ürün Mevcudiyeti | Var | 16 | 16,84 |
| | Yok | 79 | 83,16 |
| | TOPLAM | 95 | 100,00 |
| Misyon-Vizyon Bildirgesi | Var | 27 | 29,03 |
| | Yok | 66 | 70,97 |
| | TOPLAM | 93 | 100,00 |

Araştırmaya katılım sağlayan işletmelerin illere göre dağılımı Tablo 25’de verilmiştir.

Tablo 25. Araştırmaya Katılım Sağlayan İşlemelerin İllere Göre Dağılımı

| İl Adı | n | % |
|----------------|-----------|---------------|
| Afyonkarahisar | 1 | 1,04 |
| Balıkesir | 1 | 1,04 |
| Denizli | 1 | 1,04 |
| Elazığ | 3 | 3,13 |
| Erzurum | 1 | 1,04 |
| Isparta | 2 | 2,08 |
| İzmir | 1 | 1,04 |
| Kahramanmaraş | 2 | 2,08 |
| Kastamonu | 3 | 3,13 |
| Muğla | 33 | 34,38 |
| Ordu | 6 | 6,25 |
| Sinop | 4 | 4,17 |
| Sivas | 7 | 7,29 |
| Şanlıurfa | 2 | 2,08 |
| Trabzon | 1 | 1,04 |
| Van | 23 | 23,96 |
| Yozgat | 1 | 1,04 |
| Belirtilmemiş | 4 | 4,17 |
| TOPLAM | 96 | 100,00 |

Tablo 25’den görüldüğü üzere ülkemizin 17 farklı ilinden araştırmaya katılım sağlanmış olup, 4 işletmenin hangi ilden katıldığı belirtilmemiştir. Örneklem sonucunda en çok Muğla (%34,38) ve Van (%23,96) illerinde yer alan işletmelerden katılım olmuştur.

Araştırma kapsamındaki bakanlık birimleri, üniversiteler ve araştırma birimleri ile STK’lar ve diğer kuruluşlara ait demografik özellikler Tablo 26’da gösterilmiştir.

Tablo 26. Diğer Paydaşlara Ait Demografik Özellikler

| Paydaş | Demografik Özellikler | n | % |
|--------------------------------|------------------------------------|-----------|---------------|
| Bakanlık Birimleri | Genel Müdürlük | 34 | 39,08 |
| | İl/İlçe Müdürlüğü | 53 | 60,92 |
| | TOPLAM | 87 | 100,00 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | Üniversiteler | 63 | 74,12 |
| | Araştırma Enstitüleri | 22 | 25,88 |
| | TOPLAM | 85 | 100,00 |
| | Su Ürünleri Yetiştiriciliği ABD | 54 | 64,29 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | Temel Bilimler ABD | 16 | 19,05 |
| | Avlama ve İşleme Teknolojileri ABD | 14 | 16,66 |
| | TOPLAM | 84 | 100,00 |
| | Merkez Birliği | 1 | 11,11 |
| | Üretici Birliği | 5 | 55,56 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | Dernek | 1 | 11,11 |
| | FAO | 2 | 22,22 |
| | TOPLAM | 9 | 100,00 |

Tablo 26'dan görüleceği üzere Bakanlık Birimleri paydaşında %39,08'i Genel Müdürlük çalışanları iken, %60,92'si il/ilçe müdürlükleri çalışanları araştırmaya katılım sağlamışlardır. Üniversite Araştırma Birimleri paydaşı ise %74,12 oranında üniversite çalışanları, %25,88'i ise araştırma enstitüleri çalışanları ile temsil edilmiştir. Üniversite Araştırma birimleri çalışanlarının yarısından fazlası (%64,29) su ürünleri yetiştiriciliği ana bilim dalında görevli araştırmacılardan oluşmuştur. Araştırmaya sivil toplum kuruluşlarından 7, FAO'dan ise 2 katılımcı katılım sağlamıştır.

Araştırmaya katılım sağlayan üniversite araştırma birimleri katılımcılarının üniversitelere dağılımı Tablo 27'de gösterilmiştir.

Tablo 27. Üniversite-Araştırma Birimleri Katılımcılarının Üniversitelere Göre Dağılımları

| Araştırma Birimi Adı | n | % |
|--|-----------|---------------|
| Ege Üniversitesi | 3 | 3,53 |
| Mersin Üniversitesi | 4 | 4,71 |
| Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi | 2 | 2,35 |
| Süleyman Demirel Üniversitesi | 2 | 2,35 |
| Sinop Üniversitesi | 6 | 7,06 |
| Fırat Üniversitesi | 2 | 2,35 |
| İstanbul Üniversitesi | 4 | 4,71 |
| Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi | 2 | 2,35 |
| Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi | 1 | 1,18 |
| Ordu Üniversitesi | 2 | 2,35 |
| Çukurova Üniversitesi | 1 | 1,18 |
| Kastamonu Üniversitesi | 5 | 5,88 |
| Akdeniz Su Ürünleri Araştırma Enstitüsü | 3 | 3,53 |
| Elazığ Su Ürünleri Araştırma Enstitüsü | 3 | 3,53 |
| Su Ürünleri Merkez Araştırma Enstitüsü (Trabzon) | 5 | 5,88 |
| Yanıt Yok | 40 | 47,06 |
| TOPLAM | 85 | 100,00 |

Tablo 27'den üniversite-araştırma birimlerinden araştırmaya katılım sağlayan katılımcıların %47,06'sı hangi üniversitede çalıştığını belirtmez iken %52,94'ünün ise ülkemiz genelindeki üniversite/araştırma birimlerine yayılım gösterdiği anlaşılmaktadır.

3.4.2. Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında ankete katılanların %81,82'si erkek, %18,18'i kadındır. 2 katılımcı ise cinsiyetini belirtmemiştir (Tablo 28).

Tablo 28. Katılımcıların Cinsiyet Durumlarına Göre Dağılımı

| Paydaş | Cinsiyet | | Kadın | |
|--------------------------------|------------|--------------|-----------|--------------|
| | n | % | n | % |
| İşletmeler | 88 | 92,63 | 7 | 7,37 |
| Bakanlık Birimleri | 63 | 72,41 | 23 | 26,44 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 65 | 76,47 | 20 | 23,53 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 9 | 100,00 | 0 | 0,00 |
| TOPLAM | 225 | 81,82 | 50 | 18,18 |

Anketlerden elde edilen verilerden katılımcıların minimum 26, maksimum 70 ve ortalama yaklaşık 43 yaşında olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları ise Tablo 29’da gösterilmiştir. 6 katılımcı ise yaşını belirtmemiştir.

Tablo 29. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

| Paydaş | Yaş | | 20-30 | | 31-40 | | 41 ve üstü | |
|--------------------------------|-----------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|---|
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| İşletmeler | 7 | 7,53 | 46 | 49,46 | 40 | 43,01 | | |
| Bakanlık Birimleri | 6 | 6,90 | 31 | 35,63 | 49 | 56,32 | | |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 7 | 8,24 | 28 | 32,94 | 48 | 56,47 | | |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 9 | 100,00 | | |
| TOPLAM | 20 | 7,38 | 105 | 38,75 | 146 | 53,87 | | |

Min:26 Max:70 Ort:43

Paydaşların yaş gruplarına göre dağılımlarına bakıldığında nispeten benzer oranların olduğu görülmektedir. 20-30 yaş aralığında işletmeler paydaşında %7,53, bakanlık birimlerinde %6,90, üniversite araştırma birimlerinde %8,24 oranlarında katılımcı bulunmaktadır. 31-40 yaş aralığında ise işletmeler paydaşında %49,46, bakanlık birimlerinde %35,63, üniversite araştırma birimlerinde %32,94 oranlarında katılımcı bulunmaktadır. 41 yaş üzerinde ise işletmeler paydaşında %43,01, bakanlık birimlerinde %56,32, üniversite araştırma birimlerinde %56,47 oranında katılımcı bulunmaktadır. STK ve diğer kuruluşlardan araştırmaya katılım sağlayanların tamamının ise 41 yaş ve üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.

Anketlerden elde edilen verilerden katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları Tablo 30’da verilmiştir. Buna göre katılımcıların %7,04’ünün ilköğretim, %10,00’unun lise, %34,44’ünün üniversite ve %48,52’sinin lisans üstü eğitim düzeyinde olduğu anlaşılmıştır. 7 katılımcı eğitim durumuna cevap vermemiştir.

Tablo 30. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

| Paydaş | Eğitim Durumu | | İlköğretim | | Lise | | Üniversite | | Lisansüstü | |
|--------------------------------|---------------|-------------|------------|--------------|-----------|--------------|------------|--------------|------------|---|
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| İşletmeler | 18 | 19,35 | 24 | 25,81 | 42 | 45,16 | 9 | 9,68 | | |
| Bakanlık Birimleri | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 42 | 48,27 | 45 | 51,73 | | |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 6 | 7,06 | 75 | 88,24 | | |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 1 | 11,11 | 3 | 33,33 | 3 | 33,33 | 2 | 22,23 | | |
| TOPLAM | 19 | 7,04 | 27 | 10,00 | 93 | 34,44 | 131 | 48,52 | | |

Katılımcıların eğitim gruplarının paydaşlara göre dağılımına bakıldığında ise farklılıklar olduğu görülmektedir. Bakanlık birimleri ve üniversite araştırma birimlerinden araştırmaya katılanların tamamı üniversite ve lisans üstü mezunu iken, işletmeler paydaşında bu oran %54,84, STK ve diğer kuruluşlar paydaşında ise %55,56'dır.

Katılımcıların tecrübe durumlarına göre dağılımları Tablo 31'de verilmiştir. Elde edilen veriler aracılığıyla katılımcıların minimum 1 yıl, maksimum 42 yıl ve ortalama 16 yıl tecrübeye sahip oldukları tespit edilmiştir. 6 katılımcı ise kaç yıl tecrübesi olduğunu belirtmemiştir.

Tablo 31. Katılımcıların Tecrübe Gruplarına Göre Dağılımı

| Paydaş | Tecrübe | | 1-10 yıl | | 11-20 yıl | | 21 yıl ve üstü | |
|--------------------------------|-----------|--------------|------------|--------------|-----------|--------------|----------------|---|
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| İşletmeler | 39 | 41,49 | 44 | 46,81 | 11 | 11,70 | | |
| Bakanlık Birimleri | 25 | 25,74 | 30 | 34,48 | 32 | 36,78 | | |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 19 | 22,35 | 30 | 35,29 | 32 | 37,65 | | |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 0 | 0,00 | 5 | 55,55 | 4 | 44,45 | | |
| TOPLAM | 83 | 30,63 | 109 | 40,22 | 79 | 29,15 | | |

Min:1 Max:42 Ort:16

Eğitim gruplarına benzer şekilde katılımcıların tecrübe gruplarının paydaşlarına göre dağılımında da farklılıklar bulunmaktadır. İşletmeler paydaşından araştırmaya katılım sağlayanların %41,49'u 1-10 yıl tecrübeye sahip iken, bu oranın bakanlık birimlerinde %25,74, üniversite araştırma birimlerinde ise %22,53 olduğu görülmektedir. 11-20 yıl tecrübeye sahip olanların oranı işletmeler paydaşında %46,81, bakanlık birimlerinde %34,48, üniversite araştırma birimlerinde %35,29'dur. 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanların oranı ise işletmeler paydaşında %11,70, bakanlık birimlerinde %36,78, üniversite araştırma birimlerinde ise %37,65'tir. STK ve diğer

kuruluşlardan araştırmaya katılım sağlayanların ise %55,55'i 11-20 yıl tecrübeye sahip iken, %45,45'inin ise 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 30 ve 31'deki bulgular birlikte değerlendirildiğinde işletmeler paydaşını temsil eden katılımcıların diğer paydaşlardan gerek eğitim durumu gerekse tecrübe bakımından farklılaştığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle işletmeler paydaşı için eğitim ve tecrübe değişkenleri için korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizde eğitim ve tecrübe değişkenleri arasında istatistiksel olarak negatif ve anlamlı çift yönlü korelasyonun var olduğu tespit edilmiş olup ($p < 0,05$), korelasyon katsayısı -0,21 olarak bulunmuştur. Buradan işletmeler paydaşı için eğitim düzeyi arttıkça tecrübenin azaldığını, ya da tecrübe arttıkça eğitim düzeyinin düştüğünü söylemek mümkündür.

Araştırma kapsamında toplanan anketler vasıtasıyla elde edilen veriler ile katılımcıların paydaşlara göre görev pozisyonları Tablo 32'de gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların 65,26'sı tesis sahibi/şirket ana ortağı, %27,37'si işletmenin herhangi bir kademesinde yönetici ve %7,37'si ise teknik personeldir. Bakanlık birimlerinde ise katılımcıların %22,99'u yönetici olup, %77,01'i ise personeldir. Üniversite araştırma birimlerinde katılımcıların %67,06'sının idari görevi yok iken, %32,94'ü çeşitli idari görevlerde çalışmaktadır. STK katılımcıları yönetici pozisyonunda iken (%77,78), FAO katılımcıları ise uzman pozisyonundadır.

Tablo 32. Katılımcıların Paydaşlara Göre Görev Pozisyonlarının Dağılımı

| Paydaş | Görev/İş Pozisyonu | n | % |
|--------------------|----------------------------------|-----------|---------------|
| İşletmeler | Tesis sahibi/Şirket ana ortağı | 62 | 65,26 |
| | Yönetim Kurulu Başkanı | 2 | 2,11 |
| | Genel Müdür | 3 | 3,16 |
| | Fonksiyonel Yönetici | 21 | 22,10 |
| | Teknik Personel | 7 | 7,37 |
| | İşletmeler Toplam | 95 | 100,00 |
| Bakanlık Birimleri | Tekniker | 1 | 1,15 |
| | Mühendis | 64 | 73,56 |
| | Yönetici | 17 | 19,54 |
| | Üst Düzey Yönetici | 3 | 3,45 |
| | Diğer | 2 | 2,30 |
| | Bakanlık Birimleri Toplam | 87 | 100,00 |

Tablo 32. Katılımcıların Paydaşlara Göre Görev Pozisyonlarının Dağılımı (devam)

| Paydaş | Görev/İş Pozisyonu | n | % |
|--------------------------------|--|------------|---------------|
| Üniversite Araştırma Birimleri | Dekan | 3 | 3,53 |
| | Dekan Yardımcısı | 4 | 4,71 |
| | ABD/Bölüm Başkanı | 16 | 18,82 |
| | Enstitü Müdürü | 1 | 1,18 |
| | Enstitü Müdür Yardımcısı | 2 | 2,35 |
| | Koordinatör | 2 | 2,35 |
| | İdari Görev Yok | 57 | 67,06 |
| | Üniversite Araştırma Birimleri Toplam | 85 | 100,00 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | Başkan | 5 | 55,56 |
| | Başkan Yardımcısı | 1 | 11,11 |
| | Genel Sekreter | 1 | 11,11 |
| | Uzman | 2 | 22,22 |
| | STK ve Diğer Kuruluşlar Toplam | 9 | 100,00 |
| GENEL TOPLAM | | 276 | 100,00 |

3.5. Fonksiyonel Değişkenler

3.5.1. Sektör Beklentileri

Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliğinin üretim miktarının gelecekte ne olacağına ilişkin gelecek beklentisi değişkenine ait sonuçlar Tablo 33’de gösterilmiştir.

Tablo 33. Sektördeki Gelecek Beklentisi Değişkeninin Paydaşlara Göre Dağılımı

| Paydaş | Gelecek Beklentisi | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|-------------|------------|--------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|------------|
| | Düşer | | Aynı Kalır | | Artar | | Fikrim Yok | | TOPLAM | |
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| İşletmeler | 15 | 15,63 | 13 | 13,54 | 67 | 69,79 | 1 | 1,04 | 96 | 100 |
| Bakanlık Birimleri | 7 | 8,05 | 7 | 8,05 | 71 | 81,61 | 2 | 2,29 | 87 | 100 |
| Üniversiteler Araştırma Birimleri | 3 | 3,53 | 9 | 10,59 | 73 | 85,88 | 0 | 0,00 | 85 | 100 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 0 | 0,00 | 1 | 11,11 | 8 | 88,89 | 0 | 0,00 | 9 | 100 |
| TOPLAM | 25 | 9,03 | 30 | 10,83 | 219 | 79,06 | 3 | 1,08 | 277 | 100 |

İşletmeler paydaşında yetiştiricilik miktarının gelecekte düşeceğini düşünenlerin oranı %15,63 iken, bakanlık birimlerinde bu oran %8,05, üniversiteler araştırma birimlerinde %3,53’tür. STK ve diğer kuruluşlardan ise hiçbir katılımcı gelecekte bu miktarın düşeceğini düşünmemektedir. Öte yandan işletmeler paydaşında miktarın aynı kalacağını düşünenlerin oranının %13,54, bakanlık birimlerinde %8,05, üniversiteler araştırma birimlerinde %10,59 ve STK ve diğer kuruluşlarda ise %11,11 olduğu görülmektedir. İşletmeler paydaşında gelecekte üretim miktarının artacağını düşünenlerin oranı %69,79 iken, bakanlık birimlerinde bu oran %81,61, üniversiteler

araştırma birimlerinde %85,88, STK ve diğer kuruluşlarda ise %88,89 olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında elde edilen verilere göre tüm katılımcıların %9,03'ü gelecekte su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarının düşeceğini düşünürken aynı kalır diyenlerin oranı da %10,83'tür. Buna karşılık katılımcıların %79,06'sının gelecekte bu miktarın artacağını düşünmektedir.

Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün kar marjının ne olduğuna ilişkin sonuçlar Tablo 34'te gösterilmiştir.

Tablo 34. Sektörün Kar Marjı Değişkeninin Paydaşlara Göre Dağılımı

| Paydaş | Kar Marjı | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-----------|--------------|------------|--------------|-----------|--------------|------------|-------------|------------|------------|
| | Düşük | | Orta | | Yüksek | | Fikrim Yok | | TOPLAM | |
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| İşletmeler | 43 | 44,79 | 39 | 40,63 | 14 | 14,58 | 0 | 0,00 | 96 | 100 |
| Bakanlık Birimleri | 10 | 11,49 | 54 | 62,07 | 22 | 25,29 | 1 | 1,15 | 87 | 100 |
| Üniversiteler Araştırma Birimleri | 18 | 21,18 | 54 | 63,53 | 13 | 15,29 | 0 | 0,00 | 85 | 100 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 3 | 33,33 | 6 | 66,67 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 9 | 100 |
| TOPLAM | 74 | 26,71 | 153 | 55,23 | 49 | 17,69 | 1 | 0,37 | 277 | 100 |

İşletmeler paydaşında sektörün kar marjının düşük olduğunu düşünenlerin oranı %44,79 iken, bakanlık birimlerinde bu oran %11,49, üniversiteler araştırma birimlerinde %21,18, STK ve diğer kuruluşlarda ise %33,33'tür. Diğer yandan işletmeler paydaşında kar marjının orta olduğunu düşünenlerin oranının %40,63, bakanlık birimlerinde %62,07, üniversiteler araştırma birimlerinde %63,53 ve STK ve diğer kuruluşlarda ise %66,67 olduğu görülmektedir. İşletmeler paydaşında kar marjının yüksek olduğunu düşünenlerin oranı %14,58 iken, bakanlık birimlerinde bu oran %25,29, üniversiteler araştırma birimlerinde %15,29'dur. STK ve diğer kuruluşlardan hiçbir katılımcı kar marjının yüksek olduğunu düşünmemektedir.

Tablo 34'ten görülebileceği üzere tüm katılımcıların %26,71'i sektörün kar marjının düşük olduğunu belirtmişken, %55,23'ü orta olduğunu, %17,69'u ise yüksek olduğunu ifade etmişlerdir.

Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe rekabet stratejisinin ne olması gerektiğine dair rekabet stratejisi değişkenine ait sonuçlar Tablo 35'de gösterilmiştir.

Tablo 35. Sektörün Rekabet Stratejisi Değişkeninin Paydaşlara Göre Dağılımı

| Paydaş | Rekabet Stratejisi | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------|--------------|----------------|--------------|-----------|--------------|------------|-------------|------------|------------|
| | Maliyet Liderliği | | Farklılaştırma | | Odaklanma | | Fikrim Yok | | TOPLAM | |
| | n | % | n | % | n | % | n | % | n | % |
| İşletmeler | 47 | 48,96 | 34 | 35,42 | 15 | 15,62 | 0 | 0,00 | 96 | 100 |
| Bakanlık Birimleri | 23 | 26,44 | 44 | 50,57 | 19 | 21,84 | 1 | 1,15 | 87 | 100 |
| Üniversiteler Araştırma Birimleri | 13 | 15,29 | 58 | 68,24 | 14 | 16,47 | 0 | 0,00 | 85 | 100 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 3 | 33,33 | 6 | 66,67 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 9 | 100 |
| TOPLAM | 86 | 31,04 | 142 | 51,26 | 48 | 17,33 | 1 | 0,37 | 277 | 100 |

İşletmeler paydaşında sektörün rekabet stratejisinin maliyet liderliği olması gerektiğini düşünenlerin oranı %48,96 iken, bakanlık birimlerinde bu oran %26,44, üniversiteler araştırma birimlerinde %15,29, STK ve diğer kuruluşlarda ise %33,33'tür. Diğer yandan işletmeler paydaşında rekabet stratejisinin farklılaştırma olması gerektiğini düşünenlerin oranının %35,42, bakanlık birimlerinde %50,57, üniversiteler araştırma birimlerinde %68,24 ve STK ve diğer kuruluşlarda ise %66,67 olduğu görülmektedir. İşletmeler paydaşında rekabet stratejisinin odaklanma olması gerektiğini düşünenlerin oranı %15,62 iken, bakanlık birimlerinde bu oran %21,84, üniversiteler araştırma birimlerinde %16,47'dir. STK ve diğer kuruluşlardan hiçbir katılımcı odaklanma jenerik stratejisinin kullanılması gerektiğini düşünmemektedir.

Buna göre tüm katılımcıların %31,04'ü jenerik stratejinin maliyet liderliği olması gerektiğini belirtmişken, %51,26'sı farklılaştırma, %17,33'ü ise odaklanma olması gerektiğini ifade etmişlerdir.

3.5.2. Rekabete Etki Eden Beş Kuvvet

Araştırma kapsamında elde edilen verilere göre rekabete etki eden beş kuvvet için yapılan analize göre oluşan ortalama ve standart hata değerlerinin paydaşlara göre dağılımları Tablo 37'de gösterilmiştir. Buna göre tüm paydaşlar için **en etkili** rekabet kuvveti *firmalar arası çekişme* iken, en az etkili rekabet kuvveti ise *sektöre yeni giriş* olmuştur. Bakanlık birimleri ve STK ve diğer kuruluşlar için ikincil derecede etkili rekabet kuvveti tedarikçilerin gücü iken, işletmeler için alıcıların gücü, üniversiteler için ise ikame ürünlerin etkisi olmuştur. İşletmeler ve bakanlık birimleri için üçüncü derecede etkili rekabet kuvveti ikame ürünlerin etkisi iken, üniversiteler araştırma birimleri için tedarikçilerin gücü, STK'lar için ise alıcıların gücü olmuştur. Bakanlık

birimleri ve üniversite araştırma birimleri için dördüncü sırada etkiye sahip rekabet kuvveti alıcıların gücü iken işletmeler için tedarikçilerin gücü, STK'lar için ise ikame ürünlerin etkisi olmuştur.

Tablo 36. Rekabete Etki Eden Beş Kuvvetin Paydaşlara Göre Dağılımı

| Rekabete Etki Eden 5 Kuvvet | Sektöre Yeni Giriş | | Alıcıların Gücü | | Tedarikçilerin Gücü | | Firmalar Arası Çekişme | | İkame Ürün Etkisi | |
|--------------------------------|--------------------|-------------|-----------------|-------------|---------------------|-------------|------------------------|-------------|-------------------|-------------|
| | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH |
| Paydaşlar | | | | | | | | | | |
| İşletmeler | 2,44 | 0,14 | 3,23 | 0,14 | 2,98 | 0,13 | 3,49 | 0,12 | 3,07 | 0,14 |
| Bakanlık Birimleri | 2,71 | 0,15 | 2,83 | 0,12 | 2,99 | 0,13 | 3,52 | 0,14 | 3,06 | 0,16 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 2,61 | 0,12 | 3,15 | 0,11 | 3,32 | 0,11 | 3,65 | 0,12 | 3,58 | 0,14 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 2,56 | 0,56 | 2,89 | 0,51 | 3,00 | 0,33 | 3,78 | 0,32 | 2,67 | 0,55 |
| Ortalama | 2,58 | 0,08 | 3,07 | 0,07 | 3,09 | 0,07 | 3,56 | 0,07 | 3,21 | 0,09 |

Tablo 37'den görüleceği üzere ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe rekabete etki eden beş kuvvetin etki derecesine göre *Firmalar Arası Çekişme, İkame Ürünlerin Etkisi, Tedarikçilerin Gücü, Alıcıların Gücü ve Sektöre Yeni Giriş* olarak sıralandığı anlaşılmıştır.

3.5.3. Uluslararası Rekabetçilik Düzeyi (Elmas Modeli)

Araştırma kapsamında elde edilen verilerden elmas modelini oluşturan faktörlere ait önermeler için yapılan analiz kapsamında oluşan ortalama ve standart hatalar sırasıyla paydaşlara göre Tablo 37'de, elması oluşturan faktörlerin ortalamaları paydaşlar bazında Tablo 38'de verilmiştir.

Anketler yoluyla elde edilen ve sonuçları Tablo 37'de verilen veriler tek örneklem t-testi analizine tabi tutularak test değeri 3,67 olacak şekilde analiz edilmiş ve istatistiksel açıdan anlamlı olan önermelerin etki dereceleri ortalama değere göre 1 – 2,33 aralığı düşük (-), 2,34 – 3,66 aralığı orta (o) ve 3,67-5,00 aralığı da yüksek (+) olacak şekilde belirlenmiş (Şekil 18) ve elmas modelinde yerlerine yerleştirilmiştir (Şekil 19). Ayrıca elmasın her bir köşesini oluşturan faktörlerin ortalama değerleri ve standart hataları tüm sektör için hesaplanarak ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik düzeyi tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 37. Elmas Modeli Faktörleri Önermelerinin Paydaşlara Göre Dağılımı

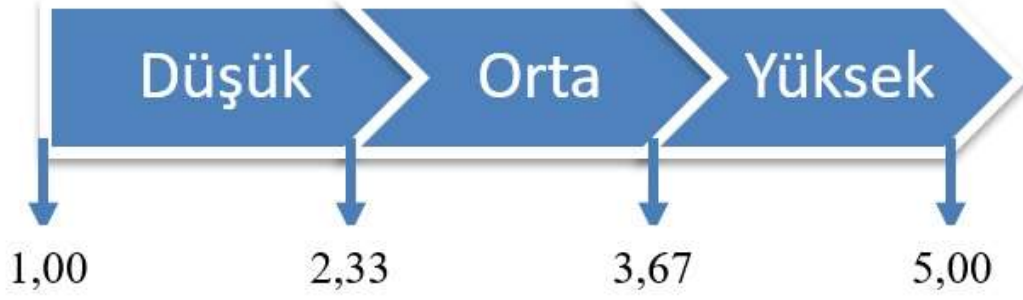
| | No | İşletmeler | | Bakanlık Birimleri | | Üniversite Araştırma Birimleri | | STK ve Diğer Kuruluşlar | | Sektör | |
|---|-----|------------|------|--------------------|------|--------------------------------|------|-------------------------|------|--------|------|
| | | Ort | S.H. | Ort. | S.H. | Ort. | S.H. | Ort. | S.H. | Ort. | S.H. |
| Faktör Koşulları (F) | S1 | 2,54 | 0,15 | 3,15 | 0,13 | 2,61 | 0,13 | 3,11 | 0,35 | 2,77 | 0,08 |
| | S2 | 3,61 | 0,14 | 4,05 | 0,13 | 4,36 | 0,10 | 3,56 | 0,38 | 3,97 | 0,07 |
| | S3 | 4,09 | 0,11 | 4,36 | 0,09 | 4,47 | 0,08 | 4,33 | 0,24 | 4,30 | 0,05 |
| | S4 | 4,14 | 0,14 | 4,40 | 0,08 | 4,65 | 0,08 | 4,22 | 0,32 | 4,38 | 0,06 |
| | S5 | 2,98 | 0,13 | 3,35 | 0,12 | 4,19 | 0,09 | 3,22 | 0,49 | 3,47 | 0,07 |
| | S6 | 3,03 | 0,12 | 3,37 | 0,11 | 3,58 | 0,09 | 2,67 | 0,37 | 3,29 | 0,06 |
| | S7 | 2,55 | 0,14 | 2,66 | 0,11 | 2,71 | 0,12 | 2,18 | 0,43 | 2,62 | 0,07 |
| Talep Koşulları (T) | S8 | 2,36 | 0,11 | 2,40 | 0,10 | 2,54 | 0,11 | 2,56 | 0,34 | 2,43 | 0,06 |
| | S9 | 2,17 | 0,12 | 2,00 | 0,10 | 1,84 | 0,10 | 2,11 | 0,39 | 2,01 | 0,06 |
| | S10 | 3,32 | 0,12 | 3,26 | 0,10 | 3,21 | 0,11 | 3,67 | 0,24 | 3,28 | 0,06 |
| | S11 | 3,56 | 0,12 | 3,33 | 0,10 | 3,42 | 0,10 | 3,33 | 0,29 | 3,44 | 0,06 |
| | S12 | 3,23 | 0,11 | 3,45 | 0,10 | 3,43 | 0,10 | 3,78 | 0,22 | 3,38 | 0,06 |
| | S13 | 3,71 | 0,11 | 3,79 | 0,10 | 3,96 | 0,09 | 4,00 | 0,29 | 3,82 | 0,06 |
| | S14 | 3,20 | 0,12 | 3,76 | 0,11 | 3,53 | 0,11 | 3,89 | 0,11 | 3,50 | 0,06 |
| İlgili ve Destek Endüstriler (E) | S15 | 3,14 | 0,13 | 3,13 | 0,10 | 2,98 | 0,13 | 3,78 | 0,36 | 3,10 | 0,07 |
| | S16 | 2,31 | 0,12 | 2,71 | 0,11 | 2,16 | 0,11 | 2,67 | 0,41 | 2,40 | 0,07 |
| | S17 | 2,18 | 0,12 | 2,37 | 0,10 | 2,14 | 0,10 | 2,89 | 0,31 | 2,25 | 0,06 |
| | S18 | 2,34 | 0,12 | 2,52 | 0,10 | 2,21 | 0,09 | 3,22 | 0,32 | 2,38 | 0,06 |
| | S19 | 3,02 | 0,12 | 3,17 | 0,10 | 3,16 | 0,10 | 3,89 | 0,26 | 3,14 | 0,06 |
| | S20 | 2,63 | 0,12 | 2,91 | 0,11 | 2,80 | 0,11 | 3,89 | 0,31 | 2,81 | 0,07 |
| | S21 | 3,07 | 0,14 | 3,85 | 0,08 | 4,06 | 0,10 | 3,67 | 0,33 | 3,64 | 0,07 |
| Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet (S) | S22 | 2,86 | 0,13 | 3,30 | 0,11 | 3,02 | 0,12 | 2,89 | 0,42 | 3,05 | 0,07 |
| | S23 | 3,21 | 0,11 | 3,17 | 0,11 | 3,15 | 0,11 | 3,89 | 0,35 | 3,20 | 0,06 |
| | S24 | 3,79 | 0,12 | 4,07 | 0,08 | 4,02 | 0,10 | 4,00 | 0,17 | 3,97 | 0,06 |
| | S25 | 4,23 | 0,10 | 4,00 | 0,10 | 4,20 | 0,09 | 3,78 | 0,36 | 4,13 | 0,05 |
| | S26 | 4,20 | 0,11 | 4,34 | 0,08 | 4,48 | 0,07 | 4,33 | 0,17 | 4,33 | 0,05 |
| | S27 | 3,18 | 0,11 | 2,99 | 0,09 | 2,84 | 0,10 | 2,78 | 0,36 | 3,00 | 0,06 |
| | S28 | 3,97 | 0,10 | 3,38 | 0,11 | 3,55 | 0,10 | 4,00 | 0,29 | 3,66 | 0,06 |
| Devletin Rolü (D) | S29 | 3,58 | 0,14 | 3,05 | 0,13 | 3,18 | 0,13 | 2,67 | 0,37 | 3,26 | 0,08 |
| | S30 | 4,00 | 0,10 | 4,10 | 0,10 | 4,18 | 0,09 | 3,89 | 0,26 | 4,08 | 0,06 |
| | S31 | 3,85 | 0,11 | 3,84 | 0,11 | 3,53 | 0,09 | 3,67 | 0,33 | 3,74 | 0,06 |
| | S32 | 2,06 | 0,10 | 2,63 | 0,12 | 2,38 | 0,13 | 2,33 | 0,37 | 2,35 | 0,07 |
| | S33 | 2,16 | 0,12 | 2,87 | 0,11 | 2,73 | 0,10 | 2,11 | 0,42 | 2,55 | 0,07 |
| | S34 | 2,52 | 0,12 | 2,76 | 0,11 | 2,49 | 0,11 | 2,11 | 0,31 | 2,57 | 0,07 |
| Şans (Ş) | S35 | 4,25 | 0,11 | 4,14 | 0,09 | 3,86 | 0,13 | 4,22 | 0,22 | 4,09 | 0,06 |
| | S36 | 3,52 | 0,14 | 3,70 | 0,14 | 3,36 | 0,16 | 2,67 | 0,37 | 3,50 | 0,08 |
| | S37 | 3,96 | 0,12 | 3,47 | 0,13 | 3,62 | 0,12 | 3,89 | 0,39 | 3,70 | 0,07 |

Tablo 38. Elmas Modeli Faktörlerinin Paydaşlara Göre Dağılımı

| Elmas Modeli Faktörleri | Faktör Koşulları | | Talep Koşulları | | İlgili ve Destekleyici Endüstriler | | Firma Yapısı, Rekabet ve Strateji | | Devlet | | Şans | |
|-------------------------|------------------|-------------|-----------------|-------------|------------------------------------|-------------|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH | Ort | SH |
| Paydaşlar | | | | | | | | | | | | |
| İşletmeler | 3,28 | 0,06 | 3,08 | 0,06 | 2,67 | 0,06 | 3,64 | 0,06 | 3,03 | 0,06 | 3,91 | 0,09 |
| Bakanlık Birimleri | 3,62 | 0,06 | 3,14 | 0,06 | 2,95 | 0,07 | 3,61 | 0,06 | 3,21 | 0,07 | 3,77 | 0,07 |
| Üniv. Araş. Birimleri | 3,80 | 0,06 | 3,13 | 0,06 | 2,79 | 0,07 | 3,61 | 0,06 | 3,08 | 0,07 | 3,62 | 0,09 |
| STK ve Diğer Kur. | 3,33 | 0,19 | 3,33 | 0,11 | 3,43 | 0,13 | 3,67 | 0,10 | 2,80 | 0,22 | 3,59 | 0,16 |
| Ortalama | 3,55 | 0,03 | 3,12 | 0,03 | 2,82 | 0,04 | 3,62 | 0,03 | 3,09 | 0,04 | 3,77 | 0,05 |

Tablo 38’den görülebileceği üzere, işletmeler için elmas modeli faktörleri etki derecesine göre sırasıyla *Şans (3,91)*, *Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet (3,64)*, *Faktör Koşulları (3,28)*, *Talep Koşulları (3,08)*, *Devlet (3,03)* ve *İlgili ve Destek Endüstriler (2,67)* olarak bulunmuştur. Bakanlık birimleri için ise faktör sıralamaları *Şans (3,77)*, *Faktör Koşulları (3,62)* *Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet (3,61)*, *Devlet (3,21)*, *Talep Koşulları (3,14)* ve *İlgili ve Destek Endüstriler (2,95)* şeklinde gerçekleşmiştir. Üniversiteler araştırma birimleri için faktörlerin sırasıyla *Faktör Koşulları (3,80)*, *Şans (3,62)*, *Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet (3,61)*, *Talep Koşulları (3,13)*, *Devlet (3,08)* ve *İlgili ve Destek Endüstriler (2,79)* olduğu görülmektedir. STK ve diğer kuruluşlar için elmas modeli faktörleri *Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet (3,67)*, *Şans (3,59)*, *İlgili ve Destek Endüstriler (3,43)*, *Faktör Koşulları (3,33)*, *Talep Koşulları (3,33)* ve *Devlet (2,80)* olarak sıralanmıştır.

Buna göre elmas modelini oluşturan faktörler tüm paydaşlar için ***Şans (3,77)***, ***Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet (3,62)***, ***Faktör Koşulları (3,55)***; ***Talep Koşulları (3,12)***, ***Devlet (3,09)*** ve ***İlgili ve Destek Endüstriler (2,82)*** şeklinde sıralanmıştır. Bu verilere göre Türkiye su ürünleri sektörünün rekabetçilik düzeyi $3,33 \pm 0,02$ olmak üzere orta olarak hesaplanmıştır



Şekil 18. Elmas Modeli Faktörleri ve Önermelerinin Etki Düzeyleri

Elmasın köşelerini oluşturan faktörler için yapılan tek örneklem t-testi sonucuna göre; Şans faktörünü oluşturan önermelerden iklim değişikliklerinden etkilenme yüksek, aşırı avcılık ise orta düzeyde etki derecesine sahip olduğu görülmektedir. Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet faktörünü oluşturan önermelerden ise kurumsal yapı, firma büyüklükleri, ve firma stratejileri yüksek, işletmelerin AR-GE'yi yakından takibi, işletmelerde teknoloji kullanımı ve modern işletme yönetimi uygulamaları orta düzeyde etki derecesine sahiptir. Faktör koşullarında yer alan önermelerden işletmede mühendis çalıştırıyor olmak, sektördeki nitelikli insan kaynakları varlığı ve doğal kaynakların mevcudiyeti yüksek, hammadde temini, sektörde oluşturulan bilimsel ve teknik altyapı, yeterli sermaye varlığı ve işletmelerin bulunduğu yerlerdeki altyapı olanakları orta düzeyde etki derecesine sahiptir. Talep koşullarını oluşturan önermelerden dış talebin büyümesi yüksek, iç talebin düzeni, iç talebin büyümesi, yetiştiricilik ürünleri ile oluşan su ürünleri tüketim alışkanlıklarındaki değişim, dış talebin düzeni ve işletmelerin yeniliğe adaptasyonu orta, tüketim miktarları ise düşük etki derecesine sahiptir. Devlet faktöründe yer alan önermelerden yatırım destekleri yüksek etki derecesine sahip iken, üretim destekleri, bilgilendirme politikaları, vergilendirme politikaları ve mevzuat uygulamalarının ise orta etki derecesine sahip olduğu görülmektedir. İlgili ve Destek Endüstriler faktöründe yer alan önermelerden yeterli balık yemi üreten fabrikaların varlığı, sektördeki örgütlenme düzeyi, paydaşlar arası bilgi akışı, gelişmiş tedarikçi varlığı ve yeterli düzeyde işleme tesislerinin varlığı orta derecede önem düzeyine, üniversite-sektör işbirliği ise düşük derecede önem düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Firma Stratejisi Yapı ve Rekabet (3,62±0,03)

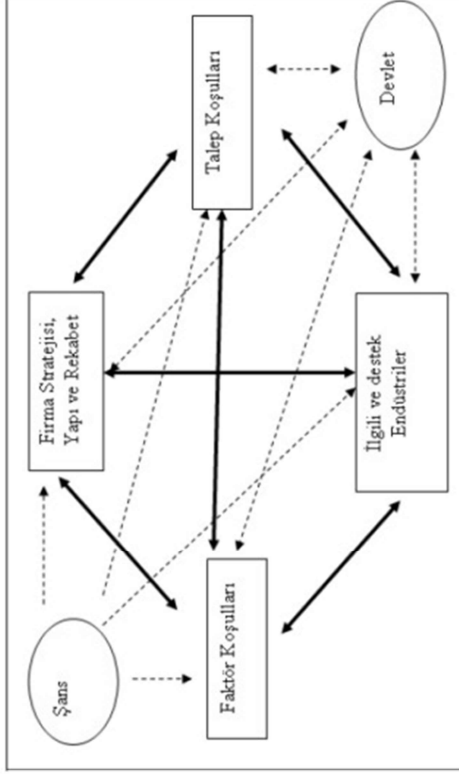
- o AR-GE'yi yakından takip (3,05)
- o Teknoloji kullanımı (3,20)
- + Kurumsal yapı (3,96)
- + Firma büyüklükleri (4,13)
- + Firma stratejileri (4,33)
- o Modern işletme yönetimi uyg. (3,00)

Şans (3,77±0,05)

- + İklim değişiklikleri (4,09)
- o Aşırı avcılık (3,50)

Faktör Koşulları (3,55±0,03)

- o Hammade temini (2,77)
- + Mühendis varlığı (3,98)
- + Nitelikli insan kaynağı (4,30)
- + Doğal kaynaklar (4,38)
- o Bilimsel ve teknik altyapı (3,47)
- o Yeterli sermaye varlığı (3,29)
- o Altyapı olanakları (2,62)



Talep Koşulları (3,12±0,03)

- o İç talebin düzeni (2,43)
- Tüketim miktarı (2,01)
- o İç talebin büyümesi (3,28)
- o Tük. alışkanlıkları değişimi (3,44)
- o Dış talebin düzeni (3,38)
- + Dış talebin büyümesi (3,82)
- o Yeniliğe adaptasyon (3,50)

İlgili ve Destek Endüstriler (2,82±0,04)

- o Balık yemi fab. varlığı (3,10)
- o Örgütlenme (2,40)
- Üniv-firmalar arası işbirliği (2,25)
- o Bilgi akışı (2,38)
- o Gelişmiş tedarikçi varlığı (3,14)
- o İşleme tesisi varlığı (2,81)

Devlet (3,09±0,04)

- o Üretim destekleri (3,26)
- + Yatırım destekleri (4,08)
- o Bilgilendirme politikaları (2,35)
- o Vergilendirme politikaları (2,55)
- o Mevzuat uygulamaları (2,57)

Şekil 19. Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği Rekabet Düzeyi (Ort±S.H.)

3.6. Hipotez Testleri

Bu kısımda araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin doğrulanması için yapılan istatistiksel analiz sonuçları verilmiştir. Sonuçlar paydaşlar arasında sektör beklentileri, rekabet etkileyen kuvvetler ve elmas modelindeki farklılıkları gösterecek şekilde üç başlık altında incelenmiştir.

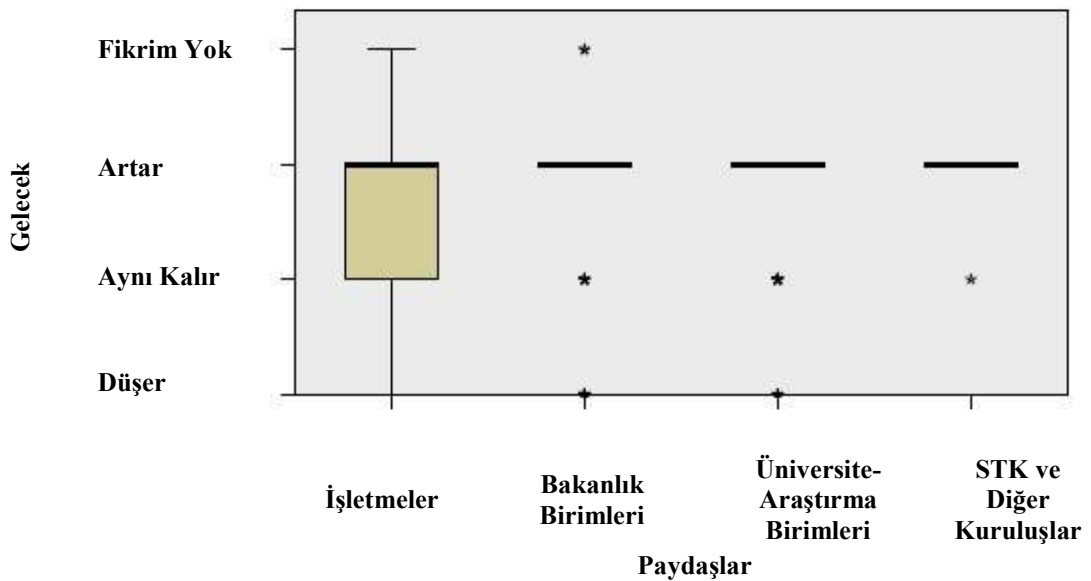
3.6.1. Paydaşlar Arasında Sektör Beklentileri Farklılıkları

Tablo 23’te belirtildiği üzere sektördeki gelecek beklentisine ait verilerin normal dağılım sergilemediği anlaşıldığından, paydaşlar arasındaki farklılık olup olmadığının anlaşılabilmesi için parametrik olmayan testlerden Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Test sonuçları Tablo 39’de gösterilmiştir.

Tablo 39. Paydaşların Gelecek Beklentisi Kruskal-Wallis Test Sonuçları

| n | Test İstatistiği | Serbestlik Derecesi | p |
|-----|------------------|---------------------|------|
| 277 | 8,32 | 3 | 0,04 |

Tablo 41’den görülebileceği üzere paydaşlar arasında gelecek beklentisi değişkeni için istatistiksel anlamda önemli derece farklılık tespit edilmiş ($p < 0,05$) ve bu sonuca göre $H_{1.1}$ hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan analize göre gelecek beklentisi değişkeni için bakanlık birimleri, üniversite-araştırma birimleri ve STK ve diğer kuruluşlar paydaşlarının birbirine benzer olduğu, işletmeler paydaşının ise bu gruplardan anlamlı derecede farklı olduğu tespit edilmiştir (Şekil 20).



Şekil 20. Gelecek Beklentisinin Paydaşlar Arasındaki Farklılıkları

Yapılan normallik testlerinde sektör beklentilerinden kar marjı ve rekabet stratejisi değişkenleri verilerinin normal dağılım sergilediği görüldüğünden (Tablo 23), bu değişkenlerin paydaşlar arasında farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amacıyla tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. Analiz uygulanmadan önce yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojen dağılmadığı ($p < 0,05$) görülmüş olup (Tablo 40), hangi gruplar arasında farklılık olduğunun anlaşılması amacıyla Tamhane post-hoc testi kullanılmıştır. İstatistik sonuçları Tablo 41’de gösterilmiştir.

Tablo 40. Kar Marjı ve Rekabet Stratejileri İçin Levene ve ANOVA Testi Sonuçları

| Değişken | Levene Testi | | ANOVA Testi | |
|--------------------|-------------------|------|-------------|--------------|
| | İstatistik Değeri | p | F | P |
| Kar Marjı | 5,31 | 0,00 | 8,25 | 0,00* |
| Rekabet Stratejisi | 8,64 | 0,00 | 5,08 | 0,00* |

Tablo 41. Kar Marjı ve Rekabet Stratejileri İçin Tamhane Post-hoc Test Sonuçları

| | Paydaşlar | Ortalamalar Farkı | Standart Hata | P | |
|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|------|--------------|
| | | | | | |
| Kar Marjı | İşletmeler | Bakanlık Birimleri | -0,46* | 0,99 | 0,00* |
| | | Üniv-Araş. Bir. | -0,24 | 0,98 | 0,08 |
| | | STK ve Diğer Kur. | 0,03 | 0,18 | 1,00 |
| | Bakanlık Birimleri | İşletmeler | -0,46* | 0,99 | 0,00* |
| | | Üniv-Araş. Bir. | 0,22 | 0,94 | 0,12 |
| | | STK ve Diğer Kur. | 0,49 | 0,18 | 0,11 |
| | Üniv-Araş. Bir. | İşletmeler | 0,24 | 0,10 | 0,08 |
| | | Bakanlık Birimleri | -0,22 | 0,09 | 0,12 |
| | | STK ve Diğer Kur. | 0,27 | 0,18 | 0,64 |
| | STK ve Diğer Kur. | İşletmeler | -0,03 | 0,18 | 1,00 |
| | | Bakanlık Birimleri | -0,49 | 0,18 | 0,11 |
| | | Üniv-Araş. Bir. | -0,27 | 0,18 | 0,64 |
| Rekabet Stratejisi | İşletmeler | Bakanlık Birimleri | -0,31* | 0,11 | 0,03* |
| | | Üniv-Araş. Bir. | -0,35* | 0,10 | 0,00* |
| | | STK ve Diğer Kur. | 0,00 | 0,18 | 1,00 |
| | Bakanlık Birimleri | İşletmeler | 0,31* | 0,11 | 0,03* |
| | | Üniv-Araş. Bir. | -0,03 | 0,10 | 1,00 |
| | | STK ve Diğer Kur. | 0,31 | 0,18 | 0,53 |
| | Üniv-Araş. Bir. | İşletmeler | 0,35* | 0,10 | 0,00* |
| | | Bakanlık Birimleri | 0,03 | 0,10 | 1,00 |
| | | STK ve Diğer Kur. | 0,31 | 0,18 | 0,53 |
| | STK ve Diğer Kur. | İşletmeler | 0,00 | 0,18 | 1,00 |
| | | Bakanlık Birimleri | -0,31 | 0,18 | 0,53 |
| | | Üniv-Araş. Bir. | -0,35 | 0,18 | 0,39 |

Tablo 40 ve Tablo 41 incelendiğinde sektör beklentilerinden kar marjı ve rekabet stratejilerinin paydaşlar arasında farklılaştığı görülmektedir. Yapılan istatistiksel analize göre kar marjı için bakanlık birimleri, üniversite-araştırma birimleri ve STK ve diğer kuruluşlar birbirine istatistiksel olarak benzer iken ($p>0,05$), işletmelerin ise diğer gruplardan istatistiksel anlamda farklı olduğu anlaşılmaktadır ($p<0,05$). Rekabet stratejisi için ise bakanlık birimleri ve üniversite-araştırma birimleri istatistiksel açıdan birbirlerine benzer iken ($p>0,05$), işletmeler ise bu iki gruptan farklılaşmıştır ($p<0,05$). STK ve diğer kuruluşların ise diğer paydaşlar ile benzer olduğu görülmektedir.

Yapılan bu analizler sonucunda $H_{1.2}$. ve $H_{1.3}$. hipotezleri kabul edilmiştir.

3.6.2. Paydaşlar Arasında Rekabeti Etkileyen Kuvvetlerin Farklılıkları

Normallik testine göre rekabeti etkileyen kuvvetlere ait verilerin normal dağılım sergilediği anlaşıldığı için (Tablo 23), bu değişkenlerin paydaşlar arasında farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amacıyla tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. Analiz uygulanmadan önce Levene testi uygulanmış olup, sonuçlar Tablo 42’de gösterilmiştir.

Tablo 42. Rekabeti Etkileyen Kuvvetler İçin Levene ve ANOVA Testi Sonuçları

| Değişken | Levene Testi | | ANOVA Testi | |
|------------------------|-------------------|------|-------------|--------------|
| | İstatistik Değeri | p | F | P |
| Sektöre Yeni Giriş | 4,43 | 0,00 | 0,64 | 0,59 |
| Alıcıların Gücü | 5,71 | 0,00 | 1,91 | 0,13 |
| Tedarikçilerin Gücü | 1,95 | 0,12 | 1,62 | 0,18 |
| Firmalar Arası Çekişme | 2,81 | 0,04 | 0,39 | 0,76 |
| İkame Ürünlerin Etkisi | 1,48 | 0,22 | 2,98 | 0,03* |

Tablo 42 incelendiğinde rekabeti etkileyen kuvvetlerden sektöre yeni giriş, alıcıların gücü, tedarikçilerin gücü ve firmalar arası çekişme değişkenleri için paydaşlar arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir ($p>0,05$).

Buna karşın ikame ürünlerin etkisi değişkeninde ise paydaşlar arasında farklılık olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Bu değişken için yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojen dağıldığı görüldüğünden ($p>0,05$), hangi gruplar arasında farklılık olduğunun anlaşılması amacıyla Duncan post-hoc testi kullanılmıştır. İstatistik sonuçlarına göre ikame ürünlerin etkisi için işletmeler ve STK ve diğer kuruluşların

birbirinden istatistiksel açıdan anlamlı derecede farklı olduğu tespit edilmiş iken, bakanlık ve işletmeler paydaşları birbirlerine benzer bulunmuştur (Tablo 43).

Tablo 43. İkame Ürünlerin Etkisi İçin Duncan Post-hoc Testi Sonuçları

| Paydaş | n | Ortalama | Standart Hata |
|--------------------------------|----|---------------------|---------------|
| İşletmeler | 96 | 3,07 ^{a,b} | 0,14 |
| Bakanlık Birimleri | 87 | 3,06 ^{a,b} | 0,16 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 85 | 3,58 ^a | 0,14 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 9 | 2,67 ^b | 0,55 |

Aynı sütünde farklı üst karakterlerle ifade edilen gruplar birbirlerinden istatistiksel açıdan farklıdır ($p < 0,05$)

Bu sonuçlara göre araştırma hipotezlerinden H_{2.1.}, H_{2.2.}, H_{2.3.} ve H_{2.4.} hipotezleri reddedilmiş, H_{2.5.} hipotezi ise kabul edilmiştir.

3.6.3. Paydaşlar Arasında Elmas Modeli Faktörü Farklılıkları

Yapılan normallik testlerinde elması oluşturan faktörlere ait verilerin normal dağılım sergilediği anlaşıldığı için (Tablo 23), bu değişkenlerin paydaşlar arasında farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi amacıyla tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. Analiz uygulanmadan önce Levene testi uygulanmış olup, sonuçlar Tablo 44'te gösterilmiştir.

Tablo 44. Elmas Modeli Faktörleri İçin Levene ve ANOVA Testi Sonuçları

| Değişken | Levene Testi | | ANOVA Testi | |
|---|-------------------|------|-------------|--------------|
| | İstatistik Değeri | p | F | P |
| Faktör Koşulları | 1,69 | 0,17 | 15,03 | 0,00* |
| Talep Koşulları | 1,01 | 0,39 | 0,68 | 0,57 |
| İlgili ve Destek Endüstriler | 0,94 | 0,42 | 6,02 | 0,00* |
| Firma Stratejisi Yapı ve Rekabet | 1,15 | 0,33 | 0,07 | 0,98 |
| Devlet | 0,18 | 0,91 | 2,08 | 0,10 |
| Şans | 4,86 | 0,00 | 2,21 | 0,09 |

Tablo 44 incelendiğinde elması oluşturan faktörlerden talep koşulları, firma stratejisi yapı ve rekabet, devlet ve şans faktörleri için paydaşlar arasında istatistiksel açıdan herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir ($p > 0,05$). Buna karşın faktör koşulları ve ilgili ve destek endüstriler faktörleri için ise farklılık olduğu anlaşılmıştır ($p < 0,05$). Bu faktörler için yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojen dağıldığı görüldüğünden ($p > 0,05$), hangi gruplar arasında farklılık olduğunun anlaşılması

amacıyla Duncan post-hoc testi kullanılmıştır. Yapılan test sonuçlarına Tablo 45 ve Tablo 46’de gösterilmiştir.

Tablo 45. Faktör Koşulları İçin Duncan Post-hoc Testi Sonuçları

| Paydaş | n | Ortalama | Standart Hata |
|--------------------------------|----|-------------------|---------------|
| İşletmeler | 96 | 3,28 ^a | 0,06 |
| Bakanlık Birimleri | 87 | 3,62 ^b | 0,06 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 85 | 3,80 ^b | 0,06 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 9 | 3,33 ^a | 0,19 |

Aynı sütünde farklı üst karakterlerle ifade edilen gruplar birbirlerinden istatistiksel açıdan farklıdır (p<0,05)

Tablo 46. İlgili Destek Endüstriler İçin Duncan Post-hoc Testi Sonuçları

| Paydaş | n | Ortalama | Standart Hata |
|--------------------------------|----|-------------------|---------------|
| İşletmeler | 96 | 2,67 ^a | 0,06 |
| Bakanlık Birimleri | 87 | 2,95 ^a | 0,07 |
| Üniversite Araştırma Birimleri | 85 | 2,79 ^a | 0,07 |
| STK ve Diğer Kuruluşlar | 9 | 3,43 ^b | 0,13 |

Aynı sütünde farklı üst karakterlerle ifade edilen gruplar birbirlerinden istatistiksel açıdan farklıdır (p<0,05)

Tablo 45 incelendiğinde faktör koşulları için yapılan post-hoc testi sonuçlarına göre işletmeler ile STK ve diğer kuruluşlar paydaşı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmazken ($p>0,05$), bakanlık birimleri ve üniversite araştırma birimleri paydaşı arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p<0,05$). Öte yandan bakanlık birimleri paydaşı ile üniversite araştırma birimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmazken ($p>0,05$), işletmeler ve STK ve diğer kuruluşlar paydaşları arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır ($p<0,05$).

Tablo 46 incelendiğinde ise ilgili destek endüstriler için yapılan post-hoc testi sonuçlarına göre işletmeler ile bakanlık birimleri ve üniversite araştırma birimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilmemişken ($p>0,05$), STK ve diğer kuruluşlar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Bir başka değişle ilgili ve destek endüstriler için STK ve diğer kuruluşlar paydaşı diğer paydaşlardan istatistiksel açıdan anlamlı derecede farklıdır.

Yapılan bu analizlere göre H_{3.1.} ve H_{3.3.} hipotezleri kabul edilirken, H_{3.2.}, H_{3.4.}, H_{3.5.} ve H_{3.6.} hipotezleri reddedilmiştir.

Tüm hipotezlere ait sonuçlar toplu olarak Tablo 47’de gösterilmiştir.

Tablo 47. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

| No | Hipotez | Durum |
|---|--|--------------|
| H1 Sektör Beklentileri | H _{1.1.} Paydaşlar için sektörün gelecek beklentisi farklıdır | KABUL |
| | H _{1.2.} Paydaşlar için sektörün kar marjı farklıdır | KABUL |
| | H _{1.3.} Paydaşlar için sektörün rekabet stratejisi farklıdır | KABUL |
| H2 Rekabeti Etkileyen Kuvvetler | H _{2.1.} Paydaşlar arasında sektöre yeni giriş kuvveti için farklılık vardır | RED |
| | H _{2.2.} Paydaşlar arasında alıcıların gücü kuvveti için farklılık vardır | RED |
| | H _{2.3.} Paydaşlar arasında tedarikçilerin gücü kuvveti için farklılık vardır | RED |
| | H _{2.4.} Paydaşlar arasında firmalar arası çekişme kuvveti için farklılık vardır | RED |
| | H _{2.5.} Paydaşlar arasında ikame ürünlerin etkisi faktörü için farklılık vardır | KABUL |
| H3 Elmas Modeli Faktörleri | H _{3.1.} Paydaşlar arasında faktör koşulları faktörü için farklılık vardır | KABUL |
| | H _{3.2.} Paydaşlar arasında talep koşulları faktörü için farklılık vardır | RED |
| | H _{3.3.} Paydaşlar arasında ilgili ve destek endüstriler faktörü için farklılık vardır | KABUL |
| | H _{3.4.} Paydaşlar arasında firma stratejisi, yapı ve rekabet faktörü için farklılık vardır | RED |
| | H _{3.5.} Paydaşlar arasında devlet faktörü için farklılık vardır | RED |
| | H _{3.6.} Paydaşlar arasında şans faktörü için farklılık vardır | RED |

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerinin uluslararası rekabetçilik durumunun Porter (1990)'ın Elmas modeli ile tespit edilmesi ve paydaşlar açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu sayede işletmelerin rekabetçilik durumunun ve rekabet yapısının temel özelliklerinin ortaya konması ve pazar payının artırılmasına yönelik stratejilerin geliştirilmesine katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği endüstrisi genç olarak nitelendirilebilecek bir endüstridir. Sektördeki en eski firmanın bile yaklaşık 40 yıllık bir geçmişe sahip olabileceği üretim miktarlarından anlaşılabilir. Özellikle son 25 yılda yetiştiricilik miktarında yaşanan sıçramayla su ürünleri üretimi konusunda Dünya trendini de yakalamamızı sağlamaktadır. İşletmelerin gelecekte ülkemiz ekonomisine yapacağı katkı kuşkusuz ki onların rekabetçi üstünlüklerine ve bunun sürdürülebilirliğine bağlıdır.

Çalışmaya katılım sağlayanların ortalama yaşı 43, ortalama iş tecrübesi ise 16 yıldır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında yalnızca %17,04'ünün lise ve daha altı eğitim düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum işletme ve STK paydaşında bu grupta katılımcıların yer almasından kaynaklanmakta olduğu görülmektedir. Ayrıca eğitim ve tecrübe değişkenleri için yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre eğitim düzeyi ile tecrübe düzeyi arasında ters korelasyon tespit edilmiştir. Bu durum eğitim düzeyi düşük olsa bile katılımcıların sektördeki tecrübelerinin görece yüksek olması durumuyla açıklanabilmektedir. Dolayısıyla katılımcıların yeterli bilgi düzeyi ve tecrübeye sahip oldukları, önermelere stratejik bir bakış açısıyla cevap verebildikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarındaki gelecek beklentisinin aynı kalır ile artar arasında, ancak büyük oranda artara yakın yönde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte gelecek beklentisi değişkeni için gruplar arasında farklılık tespit edilmiştir. İşletme paydaşının diğer gruplardan istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. İşletme paydaşında yer alan katılımcıların sektörün gelecekteki üretim miktarına diğer paydaşlara nazaran daha kötümser ya da ihtiyatlı yaklaştıkları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sektörün gelecek beklentisi için paydaşlar arasında bir görüş birliğine varıldığı söylenememektedir. Dalkıran ve Tan (2018) yapmış

oldukları çalışmada sektörün gelecek beklentisi ile ilgili akademisyenlerin de bir görüş birliği içerisinde olmadıklarını, bu nedenle gelecek öngörüsünü farklı değişkenler ışığında açıklayabilecek modellerle tahmin edileceği çalışmalara ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir (Dalkıran & Tan, 2018, s. 511). Araştırma kapsamında yapılan trend analizi sonuçlarına göre yetiştiricilik üretimi miktarında gelecek yıllarda artışın devam edeceği ve ülkemizin bu husustaki hedeflerine de büyük ölçüde ulaşacağı öngörülmektedir. Buradan; üreticilerin genelde aynı türlerin üretimini yapmaları, sektörde yaşanan yoğun rekabeti doğrudan hissetmeleri, iklimsel değişikliklerin üreticilerdeki yansımaları gibi nedenlerden dolayı diğer paydaşlara kıyasla daha farklı bir bakış açısına sahip olduğu sonucuna varılabilir. Sonuç olarak, yapılan öngörü analizi çerçevesinde sektörde artış yaşanacağı tespit edilmesine rağmen, özellikle işletme paydaşının konuya diğer gruplara kıyasla daha karamsar ya da ihtiyatlı yaklaşımlarının altında yatan sebeplerin ortaya çıkarılmasının araştırılacağı çalışmalara ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan su ürünleri yetiştiriciliği sektörü için sadece iç piyasada değil, uluslararası piyasalarda da artış olacağı beklentisi yaygındır. Günümüzde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerinin miktarı küresel üretim miktarının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Stoklar üzerindeki aşırı avcılık baskısı, ülkelerin av filolarında küçülmeye yönelik uyguladığı politikalar, insanların yasa dışı avcılık konusunda daha bilinçli davranıyor olması, iklimsel değişiklikler ve yetiştiricilik lehine yaşanan teknolojik ilerlemeler gibi faktörler, önümüzdeki yıllarda bu oranın artış eğilimi göstereceği beklenmektedir. Ülkemizde de bu oran ilk kez 2018 yılında %50 bandını aşmıştır. Yapılan trend analizi çerçevesinde hem yetiştiricilik üretiminin hem de ihracatımızın artacağı öngörüldüğü göze alındığında ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün stratejik önemi nedeniyle önümüzdeki yıllar için sektörün geleceği için tüm paydaşların katılımı sağlanarak tabandan tavana bir yaklaşımla su ürünleri yetiştiriciliği sektörü özelinde üç yıllık bir stratejik yönetim planı oluşturması önerilmektedir.

Sektörün kar marjının orta seviyede olduğu belirlenmiş olmasına rağmen, işletmeler paydaşı bakanlık birimleri ile farklılaşmış, diğer gruplarla ise kar marjı için istatistiksel olarak herhangi bir farklılık bulunmamıştır. İşletmeler sektördeki kar marjının düşük ile orta arasında ancak ortaya yakın olduğunu düşünmekte iken, bakanlık birimlerinin ise orta ile yüksek arasında ancak ortaya yakın olduğunu düşünmektedirler. Kar marjı değişkeni için bakanlık birimlerinin işletmelere göre daha iyimser olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılardan elde edilen verilere dayanılarak su ürünleri yetiştiriciliği işletmelerindeki jenerik rekabet stratejisi yaklaşımının **Farklılaştırma** olması gerektiği tespit edilmiştir. Ancak yapılan istatistiksel analizlere göre paydaşlar arasında bu konuda bir görüş birliği yoktur. İşletmeler paydaşının gerek bakanlık birimleri gerekse üniversite-araştırma birimleri gruplarından istatistiksel açıdan anlamlı derecede farklılaşmıştır. Bir anlamda kamu kuruluşlarını temsil eden bakanlık birimleri ve üniversite-araştırma birimleri jenerik stratejinin farklılaştırma olması eğilimi daha fazla iken, işletmelerin maliyet liderliğini tercih etme eğilimi diğer gruplara göre daha fazladır. Bu sonuç işletmelerin kar marjını orta olduğunu düşünmeleri ile bir anlamda uyumludur. Çünkü kar marjının düşük veya orta olduğu bilinen sektörlerde maliyet liderliği pozisyonunun tercih edildiği görülmektedir. Bu nedenle ölçek ekonomisi etkisi nedeniyle maliyet liderliği stratejisinde etkili bir konum elde edemeyecek işletmelerin ürün veya üretim sürecini farklılaştırarak rakiplerine kıyasla daha rekabetçi olabileceği değerlendirilmektedir. İşletmeler ile STK ve diğer kuruluşlar arasında ise anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Buradan STK'ları oluşturan üye ya da yöneticilerin bir yandan da işletme sahipleri olması nedeniyle, bu iki paydaşın sektördeki jenerik stratejisi ile ilgili düşüncelerinin aynı yönde olduğu sonucuna varılabilir.

Araştırma sonuçlarına göre sektör rekabetini şekillendiren kuvvetlerden en etkili olanının **Firmalar Arası Çekişme (3,56)** olmuştur. Bakanlık verilerine göre sektörde yaklaşık olarak 2300 adet işletmenin faaliyet gösterdiği anlaşılmaktadır. Üretimin çipura-levrek ve alabalık türlerinde yaygınlaşması ve üretim metotlarının neredeyse tüm işletmelerde standardize olması gibi nedenlerle sektör içi rekabetin yoğun bir biçimde hissedildiği anlaşılmaktadır. Bu rekabet kuvveti için paydaşlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark tespit edilememiş, dolayısıyla bu etki için paydaşların görüş birliğinde olduğu sonucuna varılmıştır.

Bunun yanı sıra, sektördeki ikinci derecede etkili rekabet kuvvetinin **İkame Ürün Etkisi (3,21)** olduğu görülmektedir. Karacan (2017); Türkiye'de kırmızı et fiyatları, kırmızı ve kanatlı eti tüketimi arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Ülkemizde 2005-2015 döneminde kırmızı et fiyatları artış göstermesine karşılık hem kırmızı et tüketiminde hem kanatlı eti tüketiminde de artış yaşanmıştır. Çalışmada bu durum hane halkının kırmızı et ihtiyacını kanatlı eti tüketimi ile karşıladığının bir göstergesi olarak kabul edilmiştir. Buradan gelir düzeyi yüksek belirli bir kesimin fiyat

artışlarından etkileneyerek kırmızı et tüketimine devam ettiği, ancak belirli bir kesimin de fiyat artışlarından etkilenecek kanatlı eti tüketimine yöneldiği, başka bir deyişle halkımızın belirli bir kesiminin hayvansal protein ihtiyacını kanatlı eti tüketerek karşılamakta olduğu sonucuna varılmıştır (Karacan, 2017, s. 71). Balık tüketim tercihlerine bakıldığında ise durumun farklı olduğu görülmektedir. 2000 yılında 8,1 kg/yıl olan kişi başına su ürünleri tüketimi, 2018 yılında ise 6,1 kg/yıl'a düşmüştür (BSGM, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2019). Dolayısıyla hane halkının tercihlerinde kırmızı et-kanatlı eti arasındaki geçişkenliğin daha yüksek olduğu görülürken, balık ve diğer su ürünleri tüketimlerinin tüketim alışkanlığı çerçevesinde aynı kaldığı ya da azaldığı görülmektedir. Ayrıca yetiştiricilik ürünlerinin doğal olmadığı ve halk sağlığı üzerinde olumsuz etki yarattığı hakkındaki gerçek dışı kanı da, halkımızın hayvansal protein ihtiyacının karşılanmasında ikame ürünleri talep etmesinde bir faktördür. Bu nedenlerden ötürü su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe rekabeti şekillendiren kuvvetler arasında ikame ürünlerin etkisinin oldukça yüksek olduğu sonucuna varılabilmektedir. Bununla birlikte ikame ürün etkisi değişkeni için paydaşlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık tespit edilmiştir. İkame ürün etkisinde üniversite-araştırma birimleri ile STK ve diğer kuruluşlar paydaşı birbirinden istatistiksel açıdan farklılaşmıştır. Üniversite-araştırma birimleri ikame ürün etkisinin daha yüksek olduğunu düşünürler iken (3,58), STK ve diğer kuruluşlar ise daha düşük olduğunu düşünmektedirler (2,67).

Üçüncü etki derecesinde olan rekabet kuvveti ***Tedarikçilerin Gücü (3,09)*** olmuştur. İşletmeler için en büyük tedarikçinin yem üreticileri/dağıtıcıları olduğu söylenebilir. Su ürünleri yetiştiriciliğinde işletme maliyetlerinin büyük bir kısmını (%40-60) yem maliyetleri oluşturduğundan, yemin kalitesi veya rasyon içeriğindeki değişimler işletme karlılığını anında etkilemektedir. 2017 yılı itibarıyla ülkemizde 22 adet balık yemi üreten fabrika bulunmakta olup (Emiroğlu, Tolon, Günay, & Yapıcı, 2019, s. 77) bu durum, yem sektörünün sektörle birlikte gelişim sergilediğini, yetiştiriciler açısından yem hammaddesi için farklı tedarikçi alternatiflerinin de olabileceğini göstermektedir. Bu değişken için paydaşlar arasında istatistiksel bir farklılık olmadığından, tedarikçilerinin gücü kuvvetinin etkisi üzerinde paydaşlar arasında bir görüş birliği sağlandığı ifade edilebilir.

Araştırma sonuçlarına göre dördüncü etki derecesine sahip olan rekabet kuvveti ise ***Alıcıların Gücü (3,07)*** olmuştur. Alıcıların genellikle yüksek miktarda alış yapıyor

olması ve yetiştirilen ürünlerin ve üretim yöntemlerinin genellikle birbirine benzer olmasının bunda etkili olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra, özellikle hasat döneminde sudaki fiziko-kimyasal parametrelerin yetiştiriciliği yapılan tür için olumsuz bir ortam oluşturduğu durumlarda, işletmelerin ürünlerini mecburen satmak zorunda kalmaları alıcıların gücünün artıran etmenlerden biridir. Bu durum ürünün pazardaki fiyatı üzerinde doğrudan etki yarattığından, sadece o işletmeleri etkilemekle kalmayıp benzer ürün üreten diğer işletmelerin bile karlılığını etkileyebilmektedir. Alıcıların gücü ile ilgili paydaşlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu nedenle bu kuvvetin etki üzerinde paydaşlar arasında bir görüş birliği sağlandığı anlaşılmaktadır.

Ayrıca rekabet kuvvetlerinden en az etkili olanın ise ***Sektöre Yeni Giriş (2,58)*** olduğu belirlenmiştir. Su ürünleri yetiştiriciliği sektörüne yeni yatırım yapacak bir işletmenin faaliyete geçmeden önce arazi-su kiralaması, hidroloji raporu, ÇED süreci, ruhsat ve izin işlemleri gibi yaşadığı bürokratik yüklerin fazla geliyor olması, bazı bölgelerde çevresel sebepler ya da diğer sektörlerle yaşanan çatışmalar nedeniyle izinlerin alınamaması, sektöre ilk yatırım maliyetlerinin yüksek olması gibi nedenler, sektöre yeni giriş etkisinin az olmasının sebepleri arasında sayılabilir. Her iki kuvvet için de sektör paydaşları arasında istatistiksel açıdan anlamlı derecede bir farklılık tespit edilememiştir.

Özetlenecek olursa, bu çalışma sonuçlarına göre su ürünleri yetiştiriciliği işletmeleri için en etkili rekabet kuvvetinin firmalar arası çekişme, en az etkili rekabet kuvvetinin ise sektöre yeni giriş olduğu tespit edilmiştir. Uzmanoğlu ve Arslan (2017), yapmış oldukları çalışmada deniz balığı yetiştiriciliği sektöründe en önemli rekabet boyutunun tedarikçilerin gücü olduğunu (3,67), en önemsiz ikame ürün etkisi (2,99) olduğunu bildirmişlerdir. Çalışma bulguları bu açıdan bakıldığında Uzmanoğlu ve Arslan (2017)'in çalışmasından farklılık göstermektedir. Bu çalışmanın ülkesel ölçekte hem iç su hem deniz balığı üreten işletmeler üzerinde yürütülmüş olması bunun nedenlerinden biri olabilir. Konu üzerinde yapılan çalışmaların azlığı göz önüne alındığında bu konuda yapılacak yeni çalışmalarla konunun daha da derinlemesine incelenmesinin faydalı olacağı anlaşılmaktadır.

Çalışmada elmas modelini oluşturan faktörlerden en etkili olanının ***Şans (3,77)*** olduğu anlaşılmıştır. Porter tarafından şans olarak isimlendirilen bu faktör içinde yer alan alt faktörleri, işletmelerin daha az kontrol edebildikleri faktörler olarak tanımlamak

mümkündür. Katılımcılar küresel ısınma sonucu yaşanan doğal kaynaklardaki değişimlerin (iklimsel değişiklikler, su kaynaklarındaki değişimler vb) üretimi etkilediğini belirtmektedirler (4,09). Bunun yanı sıra ülkemizin jeopolitik konumu nedeniyle çevre ülkelerde yaşanan karışıklıklardan su ürünleri yetiştiricilerinin de etkilendiği ifade edilmiştir (3,70). Ayrıca doğal kaynaklar üzerindeki aşırı avcılık baskısı nedeniyle avcılık yoluyla elde edilen balık miktarındaki azalışın su ürünleri yetiştiriciliği sektörü için bir fırsat olduğu görüşünün de nispeten yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir (3,50). Ancak unutulmamalıdır ki, su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün ana hammaddeyi yemdir ve bu yem hammaddeyi olan balık unu ve yağı, avcılık yoluyla elde edilen (hamsi ve çaça gibi) türlerden elde edilmektedir. Dolayısıyla avcılık üretimindeki azalış her zaman yetiştiricilik ürünleri için bir avantaj sağlamayabilir. Balık tüketimi konusunda yetiştiricilik ile elde edilen ürünler pazarda avcılık ürünlerini dengeliyor olsa da balık yetiştirebilmek için balık unu elde edilmesi, balık unu elde etmek için de balık avlanması neredeyse bir zorunluluktur. Dolayısıyla avcılık-yetiştiricilik arasında çok önemli bir denge sağlanması gerekmektedir ve bu iki sektörün birbirinin rakibi değil tamamlayıcısı olduğu unutulmamalıdır.

Elmas modelini oluşturan faktörlerden ikinci etki derecesine sahip olan faktör ise ***Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet (3,62)*** olmuştur. Rekabeti şekillendiren faktörlerin de etki derecesi en yüksek olanının firmalar arası çekişme olması bu sonucu desteklemektedir. Ülkemizde uzun yıllardır su ürünleri yetiştiriciliği yapılmakta ve sektör Avrupa ve Dünya’da adını kabul ettirecek şekilde her geçen gün daha da ilerlemektedir. Sektör içi yoğun bir rekabet bulunduğu için, bu da işletmelerin yenilik yapmalarını kaçınılmaz kılmaktadır. Katılımcılar işletmelerin bir strateji geliştirmeleri gerektiğini (4,33) ve işletme büyüklüklerinin (4,13) ve kurumsal yapıların (3,97) rekabette etkili olduğunu düşünmektedirler. Rekabet stratejisi değişkeni sonuçları ve işletmelerin ölçeklerine göre dağılımları göz önüne alınarak bir değerlendirme yapılacak olursa, işletmelerin çoğunluğunun maliyet liderliği ya da farklılaştırma olacak şekilde bir strateji benimsediği ve işletme büyüklüklerine göre farklı sınıflarda yer aldıkları görülmektedir. Sektördeki ölçek ekonomisi etkisinin hangi büyüklükteki bir işletme için daha önemli olduğunun anlaşılabilmesi için optimum işletme büyüklüklerinin yetiştirilen türlere göre belirlenmesi için çalışmalar yapılmasının oldukça yararlı olacağı sonucuna varılmaktadır. Ancak katılımcılar işletmelerin AR-GE’yi yakından takip etmeleri (3,05) ve modern işletme teknikleri kullanımları (3,00) konusunda kararsız

kaldıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan işletmelerde %87,37'sinin tesislerinde AR-GE biriminin bulunmadığını, %83,16'sının ise işletmesinde alınan bir ürün yeniliği ya da patent alınan ürün ya da üretim sürecinin olmadığı belirtilmiştir. Buradan işletmelerin büyük bir kısmının araştırma geliştirme konusunda bir faaliyet yürütmedikleri, endüstrinin bu yanıyla daha çok üniversiteler-araştırma birimlerine bağımlı olarak geliştiği anlaşılmaktadır.

Çalışma sonucunda üçüncü etki derecesine sahip olan faktörün **Faktör Koşulları (3,55)** olduğu anlaşılmaktadır. Ülkemiz hem iç sular hem de deniz bakımından ciddi bir potansiyel oluşturan doğal kaynak üretim faktörüne sahiptir. Ayrıca bu konuda faaliyet gösteren üniversiteler ve araştırma enstitüleri varlığı ile hem insan kaynakları hem de bilimsel ve teknik alt yapı noktasında oldukça avantajlıdır. Bununla birlikte sektördeki işletmelerin büyük bir çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu göz önüne alındığında, sermaye olanaklarının artırılmasının sektör rekabetçiliğine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ancak, su ürünleri yetiştiriciliği yapılan bölgelerin kırsal bölgeler olması nedeniyle genellikle alt yapı olanaklarının düşüklüğü sektör için dezavantajdır. Bu nedenle bazı işletmeler lojman, internet, servis, yemek gibi imkanlarla bu dezavantajı çalışanlar lehine gidermeye çalışmaktadırlar. Ayrıca işletmelerin bazı hammadde temininde birtakım güçlükler yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu durumun sektörün rekabet yapısında tedarikçilerin güçlü olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Elmas modelinde dördüncü düzeyde etkili olan faktörün ise **Talep Koşulları (3,12)** olduğu görülmektedir. Çalışma sonuçlarına göre su ürünleri yetiştiriciliğine olan iç talebin yetersiz ve düzensiz olduğu anlaşılmaktadır. Ülkemizde kişi başı su ürünleri tüketim miktarı (yaklaşık 6 kg/yıl), Avrupa (yaklaşık 23 kg/yıl) ve Dünya (yaklaşık 20 kg/yıl) ortalamasının oldukça gerisinde kalmaktadır. Bunun yanı sıra bu miktarın ne kadarının yetiştiricilik ürünlerinden sağlandığı konusunda bir çalışma da bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu noktada tüketim miktarlarının daha rasyonel belirlenmesine ilişkin istatistiki çalışmaların kurumlarca yürütülmesi önerilmektedir. Su ürünleri yetiştiricilik ürünlerinin avcılık sezonunun kapandığı dönemlerde dahi piyasa arzı mümkün olduğu için insanların balık tüketim alışkanlıklarında bir değişim oluşturduğu da görülmektedir. Kamuoyunda yetiştiricilik ürünlerinin doğal olmadığı ve halk sağlığı açısından sıkıntılara neden olabileceği gibi yanlış ve manipüle edilmiş algılar bu ürünlere olan ilginin azalmasına neden olabilmektedir. Oysa yapılan bilimsel

çalışmalarla yetiştiricilik ürünleri ile doğada bulunan balıklar arasında, yapılan değerlendirmelerde iddia edildiği gibi önemli farklılıkların olmadığı kanıtlanmıştır. Bu noktada su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerin sağlıksızlığı konusundaki yanlış algıyı değiştirecek politikalara ihtiyacımız vardır. Beslenme alışkanlıklarının henüz okul öncesi dönemden başladığı göz önüne alındığında, okul öncesi eğitimden başlanarak başta su ürünleri yetiştiriciliği ürünleri olmak üzere balık tüketim alışkanlıklarının erken yaşta oluşturulması için projeler üretilebilir. Talep koşulları ile ilgili bir başka tespit de dış talep ile ilgilidir. Katılımcılar yetiştiricilik ürünlerinin dış talebinde nispeten bir düzen olduğunu ancak dış talebin gelecekte büyüyeceği görüşündedirler. Gerçekten de gelecekte yaşanması beklenen nüfus artışından kaynaklanacak hayvansal protein ihtiyacının açısından su ürünleri üretiminin önemi gittikçe daha da anlaşılmaktadır. Dolayısıyla dış talep açısından sektör için bir fırsat olduğu söylenebilir. Bu nedenle özellikle yeni pazarlar oluşturmak, mevcut pazarlarda ise markalaşma, ürün kalitesi, hizmet gibi müşteriye değerler oluşturacak olguların ön plana çıkması için çaba harcamak gereklidir. Dış pazarın talebi iyi okunmalı ve üretim buna göre şekillendirilmelidir.

Elmas modelinde beşinci etki düzeyine sahip faktör ise **Devlet (3,09)** olmuştur. Devlet kuruluşlarının uygulamış olduğu sektöre yönelik doğrudan yatırım destekleri (IPARD, KKYDP vb.) sektör rekabetçiliği açısından önemli görülmektedir. Bunun yanı sıra 2011 yılında yapılan değişiklikte sektör Bakanlıkta Genel Müdürlük düzeyinde temsil edilmekte ve bunun da sektörün gelişimine katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Ancak özellikle balık tüketimin artırılmasına yönelik uygulanan politikalarının ve yetiştiriciler için uygulanan vergilendirme politikalarının yetersiz olduğu değerlendirilmiştir. Ayrıca katılımcılar yürürlükteki mevzuatın yetiştiricilerin rekabet güçlerini arttırmadığı düşünülmektedirler. Sektörü düzenlemek ve kontrol etmek amacıyla mevzuat oluşturulması ve uygulanması kaçınılmazdır. İşletmeler gerek Su Ürünleri Kanunu ve Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yönetmeliği, gerekse Çevre Kanunu ve ilişkili Tebliğleri olmak üzere birçok mevzuata tabiidirler. Bunun yanı sıra su ürünleri yetiştiriciliği işletmeleri turizm sektörü başta olmak üzere diğer bazı sektörlerdeki işletmeler ile çatışma da yaşayabilmektedir. Bunda yemlerin ve tesislerin çevreye olan etkileri konusundaki hassasiyet oldukça etkilidir. Bu bakış açısıyla önümüzdeki dönemde enerji tüketimi ve yem kullanımından kaynaklanan çevresel riskleri azaltma, kimyasal ve antibiyotik kullanımını minimize etme ve etkilerinden arındırma, fosil yakıt yerine

yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı vb uygulamaları ön plana çıkararak çevre dostu ve ekolojik olarak sürdürülebilir üretim modellerini dikkate alan ve sosyal sorumluluk sahibi işletmelerin uluslararası pazarda daha kabul gören işletmeler olacağı düşünülmektedir. Ancak özellikle talep koşullarında da değinildiği gibi bilgilendirme politikalarına yönelik bir iyileştirme yapmak ve sektörün ana maliyet unsurunu oluşturan yemdeki KDV oranının düşürülmesi sektör karlılığını ve rekabetçiliğini arttıracak bir unsur olarak değerlendirilebilir. Sektördeki üretim desteğinin bir işletme için olmazsa olmaz bir unsur olarak değerlendirilmesi ise kararsıza yakın çıkmaktadır. Dolayısıyla ürün desteleme modelinin değerlendirilmesi ayrıca yapılacak çalışmalarla desteklenmelidir.

Çalışma sonuçlarına göre elmas modelini oluşturan faktörlerden etki derecesi en düşük olan faktör ise *İlgili ve Destek Endüstriler (2,82)* olmuştur. Ülkemizde yetiştiricilik sektörünün gelişmesi ile birlikte, ana ham madde kaynağı olan balık yemini üreten işletmelerin de sayılarında bir artış yaşanmıştır. Ayrıca zincir marketlerin yaygınlaşması ve burada balık satış reyonlarının kurulması sektör için bir avantaj sağlamaktadır. Ancak katılımcıların özellikle su ürünleri yetiştiriciliğinde örgütlenmenin yetersiz olduğu, üniversite-sektör arasında yeterince iş birliği bulunmadığı ve sektör içi yeterli bilgi akışının sağlanamadığı düşüncesinde oldukları anlaşılmaktadır. Yapılan istatistiksel değerlendirmede bu faktör için paydaşlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. STK ve diğer kuruluşlar paydaşı, diğer tüm paydaşlardan istatistiksel açıdan anlamlı derecede farklılaştığı görülmektedir. STK ve diğer kuruluşlara göre ilgili destek endüstrilerinin faktördeki etkisi, diğer paydaşlara göre daha fazla olduğunu düşünmektedirler. Dolayısıyla bu faktör için paydaşlar arasında bir görüş birliği oluşmamıştır. Buradan ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ile ilgili nicelik olarak yeterli üretici birliği bulunmasına rağmen, buradan anlaşıldığı kadarıyla örgütlenmenin beklenen düzeyde etkisinin olmadığı sonucuna varılabilir. Sektör paydaşları Su Ürünleri Yetiştiricileri Merkez Birliği tarafından organize edilen su ürünleri çalıştayları şeklinde yılda en az bir kez toplanmaktadır. Bu çalıştayların sektörün bugünlere gelmesindeki katkısı elbette göz ardı edilemez. Ancak çalışma bulguları da göz önüne alınırsa bu faktördeki rekabetçilik gücümüzü arttırabilmek için bölgesel kümelenme çalışmaları yapılması önerilmektedir.

Günümüzde rekabetin yapısı teknoloji ve AR-GE odaklı olarak gelişmekte, buna ayak uyduramayan işletmeler sektör sahnesinden çekilmek durumunda kalmaktadırlar. Su ürünleri yetiştiriciliği sektörü esasen emek yoğun bir sektör olsa da üretimin farklı aşamalarında (deniz üretim modellerinde, izleme ve yemleme sistemleri yumurta ve yavru üretiminde kapalı devre sistemler, filtrasyon vb.) teknolojinin kullanıldığı görülmektedir. Sektörün zaman içerisinde doğal olarak gelişim göstererek belirli bölgelerde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu nedenle kümelenmenin su ürünleri yetiştiriciliği endüstrisi için uygulanabileceği düşünülmektedir. Bu sayede marka oluşturma, müşteri değeri üretecek katma değeri yüksek hizmet ve ürün üretme noktasında daha da gelişim gösterebileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği işletmeleri özelinde rekabet durumunun ülke genelinde belirlenmesine yönelik ampirik ilk çalışmadır. Çalışma sistem yaklaşımı çerçevesinde bütüncül bir bakış açısı ile işletmelerin uluslararası rekabetçilik durumu elmas modeli kullanılarak belirlenmiş, farklı paydaşlar açısından farklılaştığı noktalar belirlenerek bunların sebepleri değerlendirilmiş ve öneriler geliştirilmiştir. Böylelikle işletmelerin rekabet yapısı ve durumu konusunda bilimsel bir alt yapı oluşturulmuştur. Ayrıca rekabet yapısının ana unsurları ortaya konarak iç ve dış pazarların gelişimi için uygulanabilecek stratejiler geliştirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın, bu yanı sıra yapılacak diğer bilimsel çalışmalara bir referans olması, politika oluşturulmasına katkıda bulunması ve sektörde yer alan/alacak işletmelerin oluşturmayı düşündükleri rekabet konumları için de bir rehber niteliği taşıması beklenmektedir.

Su ürünleri yetiştiriciliğinin ülkemiz açısından stratejik bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir. Konunun yapılacak çalışmalarla daha da ileriye taşınması mümkündür. Bu çalışma ardından yetiştiricilik bölgelerimize göre kümelenme potansiyeli olan bölgelerin belirlenerek kümelenme haritaları oluşturulmasına yönelik araştırmalar yapılması, bölgesel ve/veya ulusal ölçekte stratejik yönetim anlayışına ilişkin model çalışmalarının yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adamkiewicz-Drwiłło, H. (2002). *Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw*. Warszawa: PWN.
- Adıgüzel, M. (2011). *Küresel Rekabet Gücü Türkiye İçin Sistemik ve Eklektik Bir Yaklaşım*. Nobel Akademik Yayıncılık .
- Ajitabh, A., & Momaya, K. (2004). Competitiveness of Firms: Review of Theory, Frameworks and Models. *Singapore Management Review*, 26(1), 45-61.
- Akdağ, R., Mete, M., & Emhan, A. (2014). Diyarbakır Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Elmas Modeli İle Kümelenme Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(2), 323-341.
- Akdi, Y. (2010). *Zaman Serileri Analizi (Birim Kökler ve Kointegrasyon)*. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Akmermer, B. (2015, Mayıs). Türkiye Su Ürünleri Sektörünün Uluslararası Pazarlarda Rekabet Edebilirliğinin Porter'ın Elmas Modeli İle Değerlendirilmesi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Programı.
- Aktan, C., & Vural, C. (2004). *Rekabet Gücü ve Türkiye*. Ankara: TİSK Yayını Rekabet Dizisi:3.
- Altay, H. (2008). Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Kapsamında Türk Endüstrilerinin Avrupa Birliği (15) Pazarındaki Rekabet Gücü Düzeylerinin İncelenmesi: 1995-2007. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(21), 215-240.
- Altomonte, C., Aquilante, T., & Ottaviano, G. (2012). *The Triggers of Competitiveness. The EFIGE Cross-Country Report*. Bruegel, Brussels: The Bruegel Blueprint Series.
- Arıç, K. (2013). Yeni Bir Dış Ticaret Teorisi Olarak Porter'ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisinin Yapısı. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(5), 81-97.
- Arıkan, Ç., & Soysal, S. (2018). Güvenirlilik Katsayılarının Kayıp Veri Atama Yöntemlerine Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2), 316-336.
- Arpa, H. (2015). *Balıkçılık Tarihimizden Notlar*. Ankara: TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası.
- Autry, G., Huang, L., & Foust, J. (2014). *An Analysis of the Competitive Advantage of the United States of America in Commercial Human Orbital Spaceflight*

- Market*. The Federal Aviation Administration Office of Commercial Space Transport. Bethesda Maryland: Futron Corporation.
- Aydemir, C., & Güneş, H. H. (2006). Merkantilizmin Ortaya Çıkışı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 136-158.
- Aydın, A., Byashimov, G., & Yaykaşlı, M. (2014). Karadeniz Ülkelerinin Rekabet Gücü Analizi: Su Ürünleri Sektörü Örneği. *Menba Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 8-13.
- Bakan, İ., & Doğan, İ. (2012). Competitiveness of the Industries Based on The Porter's Diamond Model: An Emprical Study. *International Journal of Research and Reviews in Applied Sciences (IJRRAS)*, 11(3), 441-455.
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comperative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 3(2), 99-123.
- Balassa, B., & Noland, M. (1989). "Relevald" Comparative Advantage in Japan and the United States. *Journal of Economic Integration*, 4(2), 8-22.
- Baltacı, A., Burgazoğlu, H., & Kılıç, S. (2012). Türkiye'nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesi'nin Payı. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-19.
- Barker, T., & Köhler, J. (1998). Environmental Policy and Competitiveness. *Envrionmental Policy Research Briefs*(6), 1-12.
- Bashimov, G., & Aydın, A. (2018). Su Ürünleri Sektörünün Rekabet Gücünün Analizi: Baltık Ülkeleri Örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 5(1), 48-55.
- Bekolo, C. (2004). La competitive par le processus marketing: Une approche par les marques. *Revue Camerounaise de Management*(13), 15-26.
- Benedicts, L., & Tamberi, M. (tarih yok). A Note on the Balassa Index of Revelaed Comparative Advantage. (Working Papers No:158). Universtia' Politecnia delle Marche (I), Dipartimento di Economicia.
- Bilir, Y. (2016). Turizmde Rekabet Gücünün Analizi ve Sürdürülebilir Rekabet: Porter'ın Elmas Modeli Çerçevesinde Türkiye ve Yunanistan'ın Karşılaştırılması. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Edirne: T.C. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Biukšāne, I. (2016). Model of the Factors Influencing Competitiveness of the Latvian Fisheries Sector Cluster. *Economics and Business*, 76-82.
- Bobba, F., Langer, W., & Pours, J. (1971). *Bericht über die Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen*. Brussels.

- Bordean, O., Borza, A., Nistor, R., & Mitra, C. (2010). The Use of Micheal Porter's Generic Strategies in the Romanian Hotel Industry. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(2), 173-178.
- Boussas, A., & Hassainate, M. (2018). Competitiveness Between Meaningfulness and Meaninglessness. *International Journal of Business and Management*, 7(4), 21-31.
- BSGM. (2018). *T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı*. Şubat 09, 2018 tarihinde www.tarim.orman.gov.tr adresinden alındı
- BSGM. (2019). *T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı*. Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü:
<https://www.tarimorman.gov.tr/BSGM/Belgeler/Icerikler/Su%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Veri%20ve%20D%C3%B6k%C3%BCmanlar%C4%B1/Su-%C3%9Cr%C3%BCnleri-%C4%B0statistikleri-Mart-2019.pdf> adresinden alındı
- Buckley, P., Pass, C., & Prescott, K. (1988). Measures of International Competitiveness: A Critical Survey. *Journal of Marketing Management*, 4(2), 175-200.
- Bulu, M., Eraslan, İ. H., & Barca, M. (2007). Türk Gıda Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, IX(1), 311-335.
- Bulu, M., Eraslan, İ., & Kaya, H. (2006). Türk Elektronik Sektörünün Rekabetçilik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 49-66.
- Chao-Hung, E., & Li-Chang, H. (2010). The Influence of Dynamic Capability on Performance in the High Technology Industry: The Moderating Roles of Governance and Competitive Posture. *African Journal of Business Management*, 4(5), 562-577.
- Chaplin, P. (1987). Introduction of the Harmonized System. *North Carolina Journal of International Law and Commercial Regulation*, 12(3), 416-432.
- Cho, D.-S. (1994). A Dynamic Approach to International Competitiveness: The Case of Korea. *Asia Pasific Business Review*, 1(1), 17-36.
- Cho, D.-S., & Moon, H.-C. (2005). National Competitiveness: Implications for Different Groups and Strategies. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 1(1), 1-11.
- COMTRADE, U. (2019, Temmuz 01). *UN Comtrade Database*. United Nations Department of Economic and Social Affairs Statistic Division Trade Statistics: <https://comtrade.un.org/data/> adresinden alındı

- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme-Güvenilirlik-Geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(3), 339-344.
- Çeşmeci, N. (2012). Stratejik Planlamanın Dayanağı Olarak Stratejik Öngörü Gereksinimi Geliştirme Yöntemleri. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 8(2), 139-162.
- Çivi, E. (2001). Rekabet Gücü Literatür Araştırması. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(1), 311-335.
- Çivi, E., Erol, İ., İnanlı, T., & Erol, E. D. (2008). Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 1-22.
- Dalkıran, G., & Tan, F. (2018). Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği Sektörünün Rekabetçilik Düzeyine Akademisyenlerin Bakış Açısı. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 485-514.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö., & İmrol, F. (2016). Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Eğitim Araştırmalarının Normallik Varsayımları Açısından İncelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.
- Dinçer, Ö. (2013). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Dunning, J. (1992). The competitive advantage of countries and the activities of transnational corporations. *Transnational Corporations*(1), 135-168.
- Dursun, İ. (2013). Manisa'nın Rekabetçilik Düzeyi Üzerine Bir Çalışma. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 518-530.
- Emiroğlu, D., Tolon, M., Günay, D., & Yapıcı, S. (2019). Türkiye Balık Yem Sanayisinin Gelişimi. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 36(1), 75-80.
- Emiroğlu, M. (1987). Türkiye'nin Su Ürünleri Üretimi. *Ankara Üniversitesi Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 31(1-2), 77-147.
- Eraslan, İ. (2014). Rekabet Stratejileri Kararlarının Firmaların Finansal Performansı Üzerindeki Etkileri: Stratejik Düşünce Perspektifinden Bir Analiz. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(10), 21-72.
- Eraslan, İ., Bakan, İ., & Kuyucu, A. (2008). Türk Tekstil ve Hazırgiyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 265-300.
- Erkan, B., & . (2016). Türkiye'nin Canlı Hayvan, Et ve Deniz Ürünleri İhracatındaki Rekabet Gücünün Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1843-1864.

- Erkan, B., & Saricoban, K. (2014). Comparative Analysis of the Competitiveness in the Export of Science-Based Goods Regarding Turkey and the EU+13 Countries. *International Journal of Business and Social Science.*, 5(8(1)), 117-130.
- Erkan, B., & Yildirimci, E. (2015). Economic Complexity and Export Competitiveness: The Case of Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 524-533.
- European Commission. (2001). *European Competitiveness Report*. Brussels: European Commission.
- Fahmi, A., Maksum, M., & Suwondo, E. (2015). USFDA Import Refusal and Export Competitiveness of Indonesian Crab in US Market. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 3(2015), 226-230.
- FAO. (2019, Haziran 17). Food and Agriculture Organization of the United Nations Fisheries and Aquaculture Information and Statistics Branch: <http://www.fao.org/fishery/statistics/en> adresinden alındı
- FAO, 2. (2018). Food and Agriculture Organization.
- Fertö, I., & Balogh, J. (2015). Drivers of Revealed Comparative Advantages in the Wine Sector. *2015 BRNO-CZ. XXII Economic Conference*, (s. 1-13).
- Firlej, K., & Kubala, S. (2017). Factors of Functioning and Chances of Development of Fish Industry in Poland. *Acta Scientiarum Polonorum Oeconomia* , 16(2), 33-43.
- Flejterski, S. (1984). Istota i mierzenie konkurencyjności międzynarodowej. *Gospodarka Planowa*(9), 390-394.
- George, D., & Mallery, M. (2010). *Using SPSS for Windows step by step: a simple guide and reference 17.0 Update*. Boston: Pearson.
- Gökmenoğlu, S., Akal, M., & Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, 13(4), 3-43.
- Güreşçi, G. (2018). Determination of Country-Specific Effects of Technological Gap. *Econder International Academic Journal*, 2(2), 99-105.
- Gürpınar, K., & Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter'ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye'deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8(15), 105-125.
- Halis, M., & Altmışev, S. (2015, January). Kırgızistan Çüy Bölgesi Süt Ürünleri Sektörünün Rekabet Analizi. *Journal of Kastamonu University Faculty of Economics and Administrative Sciences*(6), 6-23.

- Harari, Y. (2018). *Hayvanlardan Tanrılara: Sapiens, İnsan Türünün Kısa Bir Tarihi*. (E. Genç, Çev.) İstanbul: Kolektif Kitap Bilişim ve Tasarım Ltd Şti.
- Hinloopen, J., & Van Merrewijk, C. (2001). On the empirical distribution of the Balassa index. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 137(1), 1-35.
- Jhamb, P. (2016, February). An Application of Porter's Diamond Framework: A Case of Sports Goods Cluster at Jalandhar. *Pacific Business Review International*, 8(8), 141-146.
- Karacan, R. (2017). Türkiye'de Kırmızı Et Talebinin, Beyaz Et Tüketimi ve Gelir Dağılımı Açısından Değerlendirilmesi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54(630), 67-73.
- Karluk, R. (1973). Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisinin Gelişmekte Olan Ülkeler Yönünden Geçerliliği Üzerine Düşünceler. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 33(1-4), 212-238.
- Kayri, M. (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Testleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.
- Khai, N., Ismail, M., & Sidique, S. (2016, December). Consistency Tests of Comparative Advantage Measures: An Empirical Evidence from Malasia and Selected Asian Shrimp Products. *International Food Research Journal*, 23(6), 2752-2758.
- Koca, S., Terzioğlu, S., Didinen, B., & Yiğit, N. (2011). Sürdürülebilir Su Ürünleri Yetiştiriciliğinde Çevre Dostu Üretim. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(1), 107-113.
- Koç, M., & Özbozkurt, O. (2014). Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 85-91.
- Kostakoğlu, S., Keskin, U., & Büyük, K. (2016). Eskişehir Şeker Fabrikasının Özelleştirilmesine Yönelik Porter'ın Elmas Modeli Analizi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(13), 50-61.
- Köse, İ., & Öztemur, B. (2014). Kayıp Veri Ele Alma Yöntemlerinin t-testi ve ANOVA Parametreleri Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1), 400-412.
- Krugman, P. (1990). *The Age of Diminished Expectations*. Cambridge: The MIT Press.
- Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44.

- Kubala, S., & Firlej, C. (2018). Reserching The Competitiveness of the Fishing Industry in the Region of the Baltic Countries. *Problems of Agricultural Economics*, 2(355), 91-106.
- Kum, M. (2011). İktisadın Yeni Coğrafi Açılımı: Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 235-255.
- Kürşad, M., & Nartgün, Z. (2015). Kayıp Veri Sorununun Çözümünde Kullanılan Farklı Yöntemlerin Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenirliği Bağlamında Karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 6(2), 254-267.
- Liesner, H. (1958). The European common market and British industry. *The Economic Journal*, 68(370), 302-316.
- Lockridge, R. (1981). *Strategy in the 1980's*. BCG Perspectives 241.
- Lotfi, B., & Karim, M. (2016). Competitiveness Determinants of Moroccan Experts: Quantity-Based Analysis. *International Journal of Economics and Finance*, 8(7), 140-148.
- Márkus, G. (2008). Measuring Company Level Competitiveness in Porter's Diamond Model Framework. In *FIKUZS, Business Sciences-Symposium for Young Researchers Proceedings*, (s. 149-158).
- Mboya, J., & Kazungu, K. (2015). Textile and Apparel Industry in Tanzania: The Application of Porter's Diamond Model. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 7(2), 128-147.
- Moon, H., Rugman, A., & Verbeke, A. (1995). The generalized double diamond approach to international competitiveness. A. M. Rugman, J. Van Den Boreck, & A. (. Verbeke içinde, *Research in Global Strategic Management (Beyond the Diamond b.*, s. 97-114). USA: Emerald Group Publishing Limited.
- Moon, H., Rugman, A., & Verbeke, A. (1998). A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore. *International Business Review*(7), 135-150.
- Nash, C. (2011). *The History of Aquaculture*. Ames, Iowa, USA: Blackwell Publishng Ltd.
- Nderitu, M. (2012, November). Assessing The Competitiveness of Tourism Industry in Kenya Using Porter's Diamond Model. *Master Thesis*. The University of Nairobi School of Business.
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örnekleme Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*(15), 394-422.

- Özer, K. O. (2012, Şubat). Türk Turizm Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücünün Değerlendirilmesi: Elmas Modeli İle Türkiye İspanya Karşılaştırılması. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pawar, P., & Veer, N. (2013). Competitive Advantage of India for FDI in Retail: A Porter's Diamond Approach. *Annual Research Journal of Symbiosis Centre for Management Studies, 1*, 69-83.
- Pearce II, J., & Robinson, Jr., R. (2015). *Stratejik Yönetim Geliştirme, Uygulama ve Kontrol*. (P. Barca, Çev.) İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Peker, H. S. (2015). Avrupa'da Merkantilist Uygulamalar ve Osmanlı Ekonomisi İle Bir Karşılaştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5*(1), 1-12.
- Perçin, S., Karakaya, A., & Ağazade, S. (2017). Türk İmalat Sanayinde İhracat ve İnovasyon Arasındaki İlişki. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 3*(2), 85-103.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M. (2013). Stratejiyi Şekillendiren Beş Rekabet Kuvveti. *Harvard Business Review's 10 Must Read Strategy* (s. 55-101). içinde Optimist Yayınları.
- Porter, M. (2015). *Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. (G. Ulubilgen, Çev.) İstanbul: Aura Kitaplığı.
- Porter, M. E. (2010). *Rekabet Üzerine*. (K. Tanrıyar, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Porter, M. E. (2015). *Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analiz Teknikleri*. (G. Ulubilgen, Çev.) İstanbul: Aura Kitaplığı.
- Porter, M., Ketels, C., & Delgado, M. (2008). *The Microeconomic Foundations for Prosperity: Findings from Business the Competitiveness Index*. Geneva: WEF, The Global Competitiveness Report.
- Postelnicu, C., & Ban, I. (2010). Some Empirical Approaches of the Competitiveness' Diamond-The Case of Romanian Economy. *The Romanian Economic Journal*(36), 53-77.
- Reinert, K., Rajan, R., Glass, A., & Davis, L. (2009). *The Princeton Encyclopedia of World Economy, Volume I, A-H*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Riasi, A. (2015). Competitive Advantages of Shadow Banking Industry: An Analysis Using Porter Diamond Model. *Business Management and Strategy, 6*(2), 15-27.

- Rodrigues, G., & Khan, Z. (2015). Competitiveness of Clothing Industry Based on Porter's Diamond Model: SATFA Countries. *Proceedings of Academic World International Conference, International of Engineers and Researchers*, (s. 18-23). New York, United States.
- Rugman, A., & D'Cruz, J. (1993). The "Double Diamond" Model of International Competitiveness: The Canadian Experience. *Management International Review*, 33(Special Issue 1993/2), 17-39.
- Salvucci, S., Walter, E., Conley, V., Fink, S., & Saba, M. (1997). *Measurement Error Studies at the National Center for Educational Statistics*. Washington, D.C.: U.S. Department of Education Office of Educational Research and Improvement Educational Resources Information Center.
- Sarıçoban, K., & Kösekahyaoğlu, L. (2017). Ticaret Sonrası Verilerle Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan İndeksler Üzerine Bir Literatür Taraması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(47), 424-444.
- Sarıözkan, S. (2016). Türkiye’de Balıkçılık Sektörü ve Ekonomisi. *Turkish Journal of Aquatic Science*, 31(1), 15-22.
- Scott, B., & Lodge, G. (1985). *US Competitiveness in the World Economy*. Boston: Harward Business School Press.
- Sevin, H., & Küçük, S. (2016). İşgörenlerin Rekreasyonel Etkinliklere Katılım Düzeyleri ile Çalışma Performansları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 3(1), 24-31.
- Siudek, T., & Zawajska, A. (2014). Competitiveness in the Economic Concepts, Theories and Emprical Researh. *ACTA Scientiarum Polonorum, Oeconomia*, 13(1), 91-108.
- Smit, A. J. (2010). The Competitive Advantage of Nations: Is Porter's Diamond Model Framework a New Theory That Explains the International Competitiveness of Countries? *Southern African Business Review*, 14, 105-130.
- Smith, A. (1876). *The Wealth of Nations*.
- Solow, R. (1957). Technical Change and The Aggregate Production Fonction. *Review of Economics and Statistics*, 312-320.
- Songur, C., Top, M., & Tekingündüz, S. (2013). Sağlık Sektöründe GZFT (Güçlü-Zayıf Yönler-Fırsatlar-Tehditler) Analizi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 5(1), 69-99.

- Süygün, M. S. (2013). Uluslararası Rekabet Gücü Stratejisi Olarak Kümelenme: Mersin Yaş Meyve Sebze Kümesi Örneği. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Adana: T.C. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Swann, L. (1992). *A Basic Overview of Aquaculture*. Illinois-Indiana Sea Grant Program, Purdue University, West Lafayette, IN. Illinois-Indiana: Purdue University.
- Şahin, D. (2016). Faktör Yoğunluğuna Göre Endüstri-İçi Ticaretin Statik Ölçümü: Türkiye Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*(54), 174-187.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı-Using Multivariate Statistics*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Tanwar, R. (2013). Porter's Generic Competitive Strategies. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(1), 11-17.
- Tatoğlu, E. (1996, Haziran). The Turkish Automobile Industry In A Context of Porter's Diamond Framework. *Yönetim*, 7(24), 9-15.
- Tavakol, M., & Denninck, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- TDK. (2018). TDK. *Güncel Türkçe Sözlük*. Ankara.
- Timurçin, D. (2010). Türkiye'de KOBİ'lerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi. İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayımlanmamış Doktora Tezi.
- Topuz, H., & Coşkun, A. E. (2018). Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi: Türkiye, Kolombiya ve Güney Kore Üçlüsünün Sektörel Bazda Uygulamalı Bir Analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 10(25), 672-685.
- TÜİK. (2018). *Haber Bülteni Sayı:30697*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu.
- TÜİK. (2019, Temmuz 08). *Türkiye İstatistik Kurumu*. Türkiye İstatistik Kurumu Su Ürünleri İstatistikleri: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1005 adresinden alındı
- TÜİK. (2019). *Türkiye İstatistik Kurumu Dış Ticaret İstatistikleri*. Haziran 26, 2019 tarihinde www.tuik.gov.tr: https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=0¶m2=0&site_rev=0&isicrev=0&sayac=5801 adresinden alındı
- TÜİK, 2. (2018). Türkiye İstatistik Kurumu Verileri. Ankara.

- Tyson, D. (1992). *Who's Bashing Whom: Trade Conflict in High Technology Industries*. Washington, D.C.: Institute for International Economics.
- Utkulu, U., & Seymen, D. (2004). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-à-vis the EU-15. *In European trade study group 6th annual conference*, (s. 1-26). ETSG.
- Uzmanoğlu, M. (2014). Deniz Balığı Yetiştiriciliği Sektöründe Rekabet Algısı ve Bir Araştırma. İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Uzmanoğlu, M., & Arslan, F. (2017). Deniz Balığı Yetiştiriciliği Sektöründe Rekabet Algısı: Türkiye Üzerine Bir Araştırma. *Yunus Araştırma Bülteni*(4), 413-428.
- Ülgen, H., & Mirze, S. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta Yayıncılık İşletme Ekonomi Dizisi No:651.
- Vollrath, T. (1991). A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. *Review of World Economics*, 127(2), 265-280.
- Vu, H., & Pham, L. (2016). A Dynamic Approach to Assess International Competitiveness of Vietnam's Garment and Textile Industry. *SpringerPlus*, 5(1), 1-13.
- Weber, W., & Polo, E. (2010). Evolution of Generic Competitive Strategies and The Importance of Michael E. Porter. *Revista de Gestao USP*, 17(1), 99-117.
- WEF. (1996). *The Global Competitiveness Report*. Geneva: World Economic Forum.
- WEF. (2013). *The Global Competitiveness Report 2013-2014*. Geneva: World Economic Forum.
- WEF. (2018). *Word Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/what-is-competitiveness/> adresinden alındı
- Yavuzcan, H., Pülatsü, S., Demir, N., Kırkağaç, M., Bekcan, S., Topçu, A., . . . Başçınar, N. (2010). Türkiye'de Sürdürülebilir Su Ürünleri Yetiştiriciliği. *TMMOB Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı* (s. 767-789). Ankara: TMMOB.
- Yazgan, A., & Yiğit, S. (2013). Türk Sivil Havacılık Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 421-445.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Yi, Y., & Yoo, K.-E. (2018). A Study on Competitiveness Assessment Indicators for Global Aviation Training Organizations. *Journal of Education and Training Studies*, 6(8), 77-86.
- Yıldız, D., & Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*(1), 14-28.
- Yüksel, E., & Sarıdoğan, E. (2011). Uluslararası Ticaret Teorileri ve Paul R. Kaugman'ın Katkıları. *Öneri Dergisi*, 9(35), 199-206.

TABLolar LİSTESİ

| | |
|---|-----|
| Tablo 1. Veri Toplama Aracının Soru Sayısı Dağılımı..... | 20 |
| Tablo 2. Araştırmanın Ana Kütle ve Minimum Örneklem Büyüklüğü | 26 |
| Tablo 3. Çeşitli Kaynaklara Göre Rekabetçilik Tanımları..... | 30 |
| Tablo 4. Üç Genel Stratejinin Diğer Gereklilikleri | 42 |
| Tablo 5. Dünya Su Ürünleri Avcılığı Üretim Miktarlarının Yıllara Göre Kıtalara ve Kıtalaradaki İlk Beş Ülkeye Dağılımı (milyon ton) | 63 |
| Tablo 6. Dünya Su Ürünleri Yetiştiriciliği Üretim Miktarlarının Yıllara Göre Kıtalara ve Kıtalaradaki İlk Beş Ülkeye Dağılımı (milyon ton) | 65 |
| Tablo 7. 2017 Yılında Yetiştiriciliği Yapılan Türlerin Kıtalara Göre Üretim Miktarı ve Üretim Değerleri | 66 |
| Tablo 8. Türkiye Su Ürünleri Üretimi Miktarının Yıllara Göre Değişimi..... | 70 |
| Tablo 9. Ülkemizde Yetiştiriciliği Yapılan Türler (2018 yılı)..... | 71 |
| Tablo 10. Ülkemiz Su Ürünleri Yetiştiriciliği İşletmelerinin Kapasitelerine Göre Dağılımları | 72 |
| Tablo 11. Ülkemiz Su Ürünleri ve Toplam İhracat Miktarları ve Değişimleri (milyon USD) | 76 |
| Tablo 12. Küresel Su Ürünleri ve Toplam İthalat Miktarları ve Değişimleri (milyon USD) | 77 |
| Tablo 13. Ülkemiz Su Ürünleri Üretimine AKÜ İndeksleri..... | 78 |
| Tablo 14. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları | 81 |
| Tablo 15. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları | 82 |
| Tablo 16. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları | 82 |
| Tablo 17. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları | 84 |
| Tablo 18. Değişkenler Arası Regresyon Analizi Sonuçları | 85 |
| Tablo 19. Ülkemiz Su Ürünleri Yetiştiriciliği Üretim Miktarı 10 Yıllık Öngörüsü | 86 |
| Tablo 20. Ülkemiz Su Ürünleri İhracat Değeri 10 Yıllık Öngörüsü..... | 86 |
| Tablo 21. Çalışmada Kullanılan Anketlerin Paydaşlara Göre Dağılımı | 98 |
| Tablo 22. Araştırmanın Veri Setinde Bulunan Kayıp Verilerin Oranı ve Kayıp Veri Analizi Sonuçları | 100 |
| Tablo 23. Araştırma Verilerine Ait Değişkenlerin Normallik Varsayımı Test Sonuçları | 102 |
| Tablo 24. İşletmelere Ait Demografik Özellikler | 103 |
| Tablo 25. Araştırmaya Katılım Sağlayan İşlemelerin İllere Göre Dağılımı | 104 |
| Tablo 26. Diğer Paydaşlara Ait Demografik Özellikler..... | 104 |
| Tablo 27. Üniversite-Araştırma Birimleri Katılımcılarının Üniversitelere Göre Dağılımları | 105 |
| Tablo 28. Katılımcıların Cinsiyet Durumlarına Göre Dağılımı | 106 |
| Tablo 29. Katılımcıların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı | 106 |
| Tablo 30. Katılımcıların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı | 107 |
| Tablo 31. Katılımcıların Tecrübe Gruplarına Göre Dağılımı | 107 |
| Tablo 32. Katılımcıların Paydaşlara Göre Görev Pozisyonlarının Dağılımı | 108 |

| | |
|---|-----|
| Tablo 33. Sektördeki Gelecek Beklentisi Değişkeninin Paydaşlara Göre Dağılımı .. | 109 |
| Tablo 34. Sektörün Kar Marjı Değişkeninin Paydaşlara Göre Dağılımı | 110 |
| Tablo 35. Sektörün Rekabet Stratejisi Değişkeninin Paydaşlara Göre Dağılımı..... | 111 |
| Tablo 36. Rekabete Etki Eden Beş Kuvvetin Paydaşlara Göre Dağılımı | 112 |
| Tablo 37. Elmas Modeli Faktörleri Önermelerinin Paydaşlara Göre Dağılımı | 113 |
| Tablo 38. Elmas Modeli Faktörlerinin Paydaşlara Göre Dağılımı | 114 |
| Tablo 39. Paydaşların Gelecek Beklentisi Kruskal-Wallis Test Sonuçları..... | 117 |
| Tablo 40. Kar Marjı ve Rekabet Stratejileri İçin Levene ve ANOVA Testi Sonuçları | 118 |
| Tablo 41. Kar Marjı ve Rekabet Stratejileri İçin Tamhane Post-hoc Test Sonuçları | 118 |
| Tablo 42. Rekabeti Etkileyen Kuvvetler İçin Levene ve ANOVA Testi Sonuçları .. | 119 |
| Tablo 43. İkame Ürünlerin Etkisi İçin Duncan Post-hoc Testi Sonuçları..... | 120 |
| Tablo 44. Elmas Modeli Faktörleri İçin Levene ve ANOVA Testi Sonuçları..... | 120 |
| Tablo 45. Faktör Koşulları İçin Duncan Post-hoc Testi Sonuçları | 121 |
| Tablo 46. İlgili Destek Endüstriler İçin Duncan Post-hoc Testi Sonuçları..... | 121 |
| Tablo 47. Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları | 122 |

ŞEKİLLER LİSTESİ

| | |
|---|-----|
| Şekil 1 Araştırma Modeli | 23 |
| Şekil 2. Sektör Rekabetini Şekillendiren Beş Kuvvet | 34 |
| Şekil 3. Üç Genel Strateji | 40 |
| Şekil 4. Porter'ın Elmas Modeli | 51 |
| Şekil 5. Genelleştirilmiş Çifte Elmas Modeli | 57 |
| Şekil 6. Dokuz Faktör Modeli | 59 |
| Şekil 7. Yıllara Göre Dünya Su Ürünleri Üretimi (ton) | 62 |
| Şekil 8. Yıllara Göre Ülkemiz Su Ürünleri Üretimi (ton) | 69 |
| Şekil 9. Ülkemizde İç Sularda Üretim Yapan Su Ürünleri Yetiştiriciliği Tesisi Sayılarının İllere Dağılımı | 73 |
| Şekil 10. Ülkemizde Denizlerde Üretim Yapan Su Ürünleri Yetiştiriciliği Tesisi Sayılarının İllere Dağılımı | 74 |
| Şekil 11. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Balassa RCA İndeksi İlişkisi | 80 |
| Şekil 12. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Vollrath RXA İndeksi İlişkisi | 80 |
| Şekil 13. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Vollrath RTA İndeksi İlişkisi | 81 |
| Şekil 14. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile Vollrath RC İndeksi İlişkisi | 81 |
| Şekil 15. Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarı ile İhracat Değeri İlişkisi | 83 |
| Şekil 16. Ülkemiz Su Ürünleri Yetiştiricilik Miktarının Yıllara Göre Değişimi | 84 |
| Şekil 17. Su Ürünleri Yetiştiricilik Üretim Miktarı ile t (yıl) Arasındaki İlişki | 85 |
| Şekil 18. Elmas Modeli Faktörleri ve Önermelerinin Etki Düzeyleri | 115 |
| Şekil 19. Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği Rekabet Düzeyi (Ort±S.H.) | 116 |
| Şekil 20. Gelecek Beklentisinin Paydaşlar Arasındaki Farklılıkları | 117 |

EKLER

EK-1 İŞLETMELER İÇİN HAZIRLANAN ANKET ÖRNEĞİ

| 1. BÖLÜM | KİŞİSEL BİLGİLER | | | |
|--|--|--|--------------------|---------------------------|
| Cinsiyetiniz | Kadın () Erkek () | Yaşınız (yıl) | | İş Tecrübeniz (yıl) |
| Eğitim Durumunuz | İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisans üstü () | | | |
| Görev pozisyonunuz | Şirket ortağı/Tesis sahibi () Yönetim Kurulu Bşk. () Genel Müdür () Üretim/Pazarlama Müdürü () Diğer () Lütfen belirtiniz | | | |
| 2. BÖLÜM | İŞLETME İLE İLGİLİ BİLGİLER | | | |
| İşletmenizde hangi türlerin yetiştiriciliği yapıyor? | Alabalık () Çipura () Levrek () Mersin () Tilapya () Midye () Karides () Kerevit () Orkinos () Yayın () Diğer () | | | |
| İşletmenizin türü hangisidir? | Deniz tesisi () İç su tesisi () | | | |
| Ürün çeşidiniz hangisine uymaktadır? | Yumurta () Yumurta ve yavru () Porsiyonluk () Kombine () | | | |
| Tesiste fiili üretim kapasiteniz nedir? | Ton/yıl () Yavru/yıl () | | | |
| 3. BÖLÜM | KURUMSAL BİLGİLER | | | |
| İşletmenizin kurumsal yapılanması hangi gruptadır? | Gerçek kişi () Anonim Şirket () Limited Şirket () Diğer () Lütfen belirtiniz | | | |
| İşletmenizin çalışan sayısı hangi gruptadır? | 10 kişiden az () 10-49 kişi () 50-249 kişi () 250 ve daha fazla () | | | |
| İşletmenizin yıllık cirosu ya da bilanço toplam varlığı hangi gruptadır? | 1 milyon TL'den az () 1-8 milyon TL () 8-40 milyon TL () 40 milyon TL'den fazla () | | | |
| İşletmeniz ile doğrudan ihracat yapıyor musunuz? | Evet () Hayır () | İşletmenizde AR-GE birimi var mı? | Evet () Hayır () | |
| İşletmenizde bir misyon/vizyon bildirgesi mevcut mu? | Evet () Hayır () | İşletmenizde ürün yeniliği/patent aldığınız ürün ya da üretim süreci var mı? | Evet () Hayır () | |

| 4. BÖLÜM | SEKTÖREL BİLGİLER |
|---|---|
| Önümüzdeki 10 yıllık dönemde ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı sizce nasıl değişir? | Düşer () Artar () Aynı Kalır (....) Fikrim Yok () |
| Su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün kar marjını nasıl tanımlarsınız? | Düşük () Orta () Yüksek (....) Fikrim Yok () |
| Sektördeki bir firmanın güçlü bir şekilde rekabet edebilmesi için sizce hangi stratejiyi benimsemesi gerekir? | Maliyet Liderliği () Ürün ya da üretim süreci farklılaştırma () Odaklanma () |
| Sektördeki bir firmanın rekabeti üzerine etkili olan faktörleri önem derecesine göre önemsiz (1)'den önemli (5)'e doğru sıralayınız | Sektöre Yeni Firmaların Giriş Tehdidi () Ürünlerimizi alanların pazarlık gücü () Tedarikçilerimizin pazarlık gücü () Sektör içindeki firmalar arası rekabet () Tavuk, kırmızı et vb. ikame ürünlerin etkisi () |

| 5. BÖLÜM | | REKABETÇİLİK ÖLÇEĞİ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------------------------|----|--|---|---|---|---|---|
| | No | Lütfen önermeleri 1= Kesinlikle Katılmıyorum , 2= Katılmıyorum , 3= Kararsızım , 4= Katılıyorum , 5= Kesinlikle Katılıyorum şeklinde doldurunuz | | | | | |
| Faktör Koşulları (F) | 1 | Firmalar açısından yumurta, yavru, yem gibi hammadde temininde hiçbir güçlük yaşanmamaktadır. | | | | | |
| | 2 | Yetiştiricilik tesislerinde su ürünleri mühendisi çalıştırıyor olmak rakiplere göre rekabet avantajı sağlamaktadır | | | | | |
| | 3 | Sektörde yetişmiş nitelikli insan kaynaklarının (işçi vs) mevcudiyeti rekabet etmede önemli bir unsurdur | | | | | |
| | 4 | Ülkemiz mevcut su ve arazi gibi doğal kaynakları ile su ürünleri yetiştiriciliği için ciddi bir potansiyele sahiptir | | | | | |
| | 5 | Ülkemizde bulunan Su Ürünleri/Balıkçılık ile ilgili Üniversiteler/Araştırma Birimlerinin varlığı sayesinde bilimsel ve teknik bilgi kapasitesi oluşmuştur. | | | | | |
| | 6 | Yatırım yapılmasında ya da işletme faaliyetlerinin sürdürülmesinde yeterli ve ulaşılabilir sermaye kaynakları (özkaynak, banka kredisi, destekler vb) mevcuttur. | | | | | |
| | 7 | Yetiştiricilik tesislerinin kurulduğu yerler göz önüne alındığında ulaşım ya da iletişim alt yapılarının yeterli düzeyde gelişmiş olduğu söylenebilir. | | | | | |
| Talep Koşulları (T) | 8 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan iç talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | | |
| | 9 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik tüketim miktarları tatmin edici seviyededir. | | | | | |
| | 10 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik iç talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | | |
| | 11 | Su ürünleri yetiştiriciliği ile birlikte insanların balık tüketimi alışkanlıklarında da bir değişim yaşanmıştır. | | | | | |
| | 12 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan dış talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | | |
| | 13 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik dış talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | | |
| | 14 | Ülkemizde faaliyet gösteren su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri üretim sürecinde yenilikler geliştirmekte ve/veya sektördeki yeniliklere süratle ayak uydurabilmektedirler. | | | | | |
| İgili ve Destek Endüstriler (E) | 15 | Üretimde ana tedarik kaynağı olan balık yemi üreten fabrikaların sayıları ve kapasiteleri yeterlidir ve önümüzdeki 10 yıllık dönemde yetiştiricilikteki kapasite artışı kaldıracabilecek düzeydedir. | | | | | |
| | 16 | Su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe örgütlenme (STK, dernek vb.) yeterli düzeydedir. | | | | | |
| | 17 | Üniversiteler ve sektörde yer alan firmalar arasında yeterince iş birliği mevcuttur. | | | | | |
| | 18 | Tedarikçiler, yetiştiriciler, alıcılar ve üniversiteler de dahil olmak üzere sektör bileşenleri arasındaki bilgi akışı yüksek seviyededir. | | | | | |
| | 19 | Yetiştiricilik tesislerine yavru, yem ya da teçhizat sağlayan tedarikçilerin gelişmişlik düzeyinin üst seviyede olduğunu düşünüyorum | | | | | |
| | 20 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiricilik ürünlerini işleyen yeterli düzeyde işleme tesisi bulunmaktadır. | | | | | |
| | 21 | Büyük market zincirleri ve alışveriş merkezlerindeki balık satış yerleri su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri için bir avantaj oluşturmaktadır. | | | | | |
| Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet | 22 | Su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri ar-ge ve teknolojik yenilikleri yakından takip etmektedir. | | | | | |
| | 23 | Yetiştiricilik sektörünün geneline bakıldığında firmaların üretimde teknolojinin yoğun bir biçimde kullanıldığını düşünüyorum. | | | | | |
| | 24 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların kurumsal yapıları (şirket, şahıs, aile vb) firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir | | | | | |
| | 25 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların büyüklüğü firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir. | | | | | |
| | 26 | Yetiştiricilik tesislerinin rekabetçi bir yapıda olması için bir firma stratejisi geliştirmesi ve bunu izlemesi gerekir. | | | | | |
| | 27 | Firmalarda taşeron kullanımı, stratejik ortaklık vb. modern işletme yönetimi tekniklerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------|----|---|--|--|--|--|--|--|
| | 28 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmalar arasında yoğun bir yerel rekabet mevcuttur. | | | | | | |
| Devletin Rolü (D) | 29 | Su ürünleri üretim desteğinden faydalanmak bir üretici firma için için olmazsa olmazdır. | | | | | | |
| | 30 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmelere yönelik doğrudan yatırım desteklerinin (örn. IPARD) yer alması sektör için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 31 | Bakanlık teşkilatları yapılanmasının mevcut hali öncekine kıyasla yetiştiriciler açısından faydalı olmuştur. | | | | | | |
| | 32 | Devletin balık tüketiminin artırılmasına yönelik uyguladığı bilgilendirme/farkındalık politikalarını yeterli buluyorum. | | | | | | |
| | 33 | Devletin şu anda yetiştiriciler için uygulamış olduğu vergilendirme politikalarını doğru buluyorum. | | | | | | |
| | 34 | Su ürünleri yetiştiricileri için yürürlükteki Kanun, Yönetmelik vb mevzuat uygulamaları firmaların rekabet gücünü arttırmaktadır. | | | | | | |
| Şans (Ş) | 35 | Küresel ısınma sonucu doğal kaynaklardaki değişimler (iklim değişiklikleri, su kaynaklarındaki değişiklikler) üretimini etkilemektedir. | | | | | | |
| | 36 | Aşırı avlanma sonucu avlanan su ürünleri miktarındaki azalış su ürünleri yetiştiricileri için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 37 | Ülkemizin jeopolitik konumu nedeniyle çevrede yaşanan karışıklıklardan su ürünleri yetiştiricileri de etkilenmiştir. | | | | | | |

EK-1 BAKANLIK BİRİMLERİ İÇİN HAZIRLANAN ANKET ÖRNEĞİ

| 1. BÖLÜM | | KİŞİSEL BİLGİLER | | | |
|-----------------------------|---|------------------|-------|---------------------|-------|
| Cinsiyetiniz | Kadın () Erkek () | Yaşınız (yıl) | | İş Tecrübeniz (yıl) | |
| Eğitim Durumunuz | İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisans üstü () | | | | |
| Görev Pozisyonunuz | Tekniker () Mühendis () Yönetici () Üst Düzey Yönetici () | | | | |
| Hangi birimde görevlisiniz? | Genel Müdürlük () Taşra (İl/İlçe Müd.) () | | | | |
| | | | | | |

| 4. BÖLÜM | | SEKTÖREL BİLGİLER | | | |
|---|---|-------------------|--|--|--|
| Önümüzdeki 10 yıllık dönemde ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı sizce nasıl değişir? | Düşer () Artar () Aynı Kalır (....) Fikrim Yok () | | | | |
| Su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün kar marjını nasıl tanımlarsınız? | Düşük () Orta () Yüksek (....) Fikrim Yok () | | | | |
| Sektördeki bir firmanın güçlü bir şekilde rekabet edebilmesi için sizce hangi stratejiyi benimsemesi gerekir? | Maliyet Liderliği () Ürün ya da üretim süreci farklılaştırma () Odaklanma () | | | | |
| Sektördeki bir firmanın rekabeti üzerine etkili olan faktörleri önem derecesine göre önemsiz (1)'den önemli (5)'e doğru sıralayınız | Sektöre Yeni Firmaların Giriş Tehdidi () Ürünlerimizi alanların pazarlık gücü () Tedarikçilerimizin pazarlık gücü () Sektör içindeki firmalar arası rekabet () Tavuk, kırmızı et vb. ikame ürünlerin etkisi () | | | | |

| 5. BÖLÜM | | REKABETÇİLİK ÖLÇEĞİ | | | | |
|----------------------|--|--|---|---|---|---|
| No | Lütfen önermeleri 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde doldurunuz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Faktör Koşulları (F) | 1 | Firmalar açısından yumurta, yavru, yem gibi hammadde temininde hiçbir güçlük yaşanmamaktadır. | | | | |
| | 2 | Yetiştiricilik tesislerinde su ürünleri mühendisi çalıştırıyor olmak rakiplere göre rekabet avantajı sağlamaktadır | | | | |
| | 3 | Sektörde yetişmiş nitelikli insan kaynaklarının (işçi vs) mevcudiyeti rekabet etmede önemli bir unsurdur | | | | |
| | 4 | Ülkemiz mevcut su ve arazi gibi doğal kaynakları ile su ürünleri yetiştiriciliği için ciddi bir potansiyele sahiptir | | | | |
| | 5 | Ülkemizde bulunan Su Ürünleri/Balıkçılık ile ilgili Üniversiteler/Araştırma Birimlerinin varlığı sayesinde bilimsel ve teknik bilgi kapasitesi oluşmuştur. | | | | |
| | 6 | Yatırım yapılmasında ya da işletme faaliyetlerinin sürdürülmesinde yeterli ve ulaşılabilir sermaye kaynakları (özkaynak, banka kredisi, destekler vb) mevcuttur. | | | | |
| | 7 | Yetiştiricilik tesislerinin kurulduğu yerler göz önüne alındığında ulaşım ya da iletişim alt yapılarının yeterli düzeyde gelişmiş olduğu söylenebilir. | | | | |
| Talep Koşulları (T) | 8 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan iç talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | |
| | 9 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik tüketim miktarları tatmin edici seviyededir. | | | | |
| | 10 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik iç talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | |
| | 11 | Su ürünleri yetiştiriciliği ile birlikte insanların balık tüketimi alışkanlıklarında da bir değişim yaşanmıştır. | | | | |
| | 12 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan dış talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----|--|--|--|--|--|--|--|
| | 13 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik dış talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | | | |
| | 14 | Ülkemizde faaliyet gösteren su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri üretim sürecinde yenilikler geliştirmekte ve/veya sektördeki yeniliklere süratle ayak uydurabilmektedirler. | | | | | | |
| İlgili ve Destek Endüstriler (E) | 15 | Üretimde ana tedarik kaynağı olan balık yemi üreten fabrikaların sayıları ve kapasiteleri yeterlidir ve önümüzdeki 10 yıllık dönemde yetiştiricilikteki kapasite artışını kaldırabilecek düzeydedir. | | | | | | |
| | 16 | Su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe örgütlenme (STK, dernek vb.) yeterli düzeydedir. | | | | | | |
| | 17 | Üniversiteler ve sektörde yer alan firmalar arasında yeterince iş birliği mevcuttur. | | | | | | |
| | 18 | Tedarikçiler, yetiştiriciler, alıcılar ve üniversiteler de dahil olmak üzere sektör bileşenleri arasındaki bilgi akışı yüksek seviyededir. | | | | | | |
| | 19 | Yetiştiricilik tesislerine yavru, yem ya da teçhizat sağlayan tedarikçilerin gelişmişlik düzeyinin üst seviyede olduğunu düşünüyorum | | | | | | |
| | 20 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiricilik ürünlerini işleyen yeterli düzeyde işleme tesisi bulunmaktadır. | | | | | | |
| | 21 | Büyük market zincirleri ve alışveriş merkezlerindeki balık satış yerleri su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri için bir avantaj oluşturmaktadır. | | | | | | |
| Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet | 22 | Su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri ar-ge ve teknolojik yenilikleri yakından takip etmektedir. | | | | | | |
| | 23 | Yetiştiricilik sektörünün geneline bakıldığında firmaların üretimde teknolojinin yoğun bir biçimde kullanıldığını düşünüyorum. | | | | | | |
| | 24 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların kurumsal yapıları (şirket, şahıs, aile vb) firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir | | | | | | |
| | 25 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların büyüklüğü firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir. | | | | | | |
| | 26 | Yetiştiricilik tesislerinin rekabetçi bir yapıda olması için bir firma stratejisi geliştirmesi ve bunu izlemesi gerekir. | | | | | | |
| | 27 | Firmalarda taşeron kullanımı, stratejik ortaklık vb. modern işletme yönetimi tekniklerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. | | | | | | |
| | 28 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmalar arasında yoğun bir yerel rekabet mevcuttur. | | | | | | |
| Devletin Rolü (D) | 29 | Su ürünleri üretim desteğinden faydalanmak bir üretici firma için için olmazsa olmazdır. | | | | | | |
| | 30 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmelere yönelik doğrudan yatırım desteklerinin (örn. IPARD) yer alması sektör için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 31 | Bakanlık teşkilatları yapılanmasının mevcut hali öncekine kıyasla yetiştiriciler açısından faydalı olmuştur. | | | | | | |
| | 32 | Devletin balık tüketiminin artırılmasına yönelik uyguladığı bilgilendirme/farkındalık politikalarını yeterli buluyorum. | | | | | | |
| | 33 | Devletin şu anda yetiştiriciler için uygulamış olduğu vergilendirme politikalarını doğru buluyorum. | | | | | | |
| | 34 | Su ürünleri yetiştiricileri için yürürlükteki Kanun, Yönetmelik vb mevzuat uygulamaları firmaların rekabet gücünü arttırmaktadır. | | | | | | |
| Şans (Ş) | 35 | Küresel ısınma sonucu doğal kaynaklardaki değişimler (iklim değişiklikleri, su kaynaklarındaki değişiklikler) üretimini etkilemektedir. | | | | | | |
| | 36 | Aşırı avlanma sonucu avlanan su ürünleri miktarındaki azalış su ürünleri yetiştiricileri için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 37 | Ülkemizin jeopolitik konumu nedeniyle çevrede yaşanan karışıklıklardan su ürünleri yetiştiricileri de etkilenmiştir. | | | | | | |

EK-1 ÜNİVERSİTE-ARAŞTIRMA BİRİMLERİ İÇİN HAZIRLANAN ANKET ÖRNEĞİ

| 1. BÖLÜM | | KİŞİSEL BİLGİLER | | | |
|---------------------------------------|---|---------------------------|-------|---------------------|-------|
| Cinsiyetiniz | Kadın () Erkek () | Yaşınız (yıl) | | İş Tecrübeniz (yıl) | |
| Mesleğiniz | Su Ürünleri Mühendisi () Balıkçılık Teknolojisi Mühendisi () Diğer() | | | | |
| Lisans üstü eğitiminiz | Var () Yok () | | | | |
| Akademik ünvanınız | Arş. Gör. (....) Dr. (.....) Yrd. Doç. Dr. () Doç. Dr. () Prof. Dr. () Uzman () Öğr. Gör. () | | | | |
| İdari göreviniz | Yok () ABD/Bölüm Bşk () Dekan Yard. () Rektör Yardımcısı () Rektör () | | | | |
| 2. BÖLÜM | | KURUM İLE İLGİLİ BİLGİLER | | | |
| Hangi birimde görev yapıyorsunuz? | Üniversite () Araştırma Enstitüsü () | | | | |
| Birim adı nedir? (Tercihen) | | | | | |
| Hangi ana bilim dalında görevlisiniz? | Temel Bilimler () Su Ürünleri Yetiştiriciliği () Avlama ve İşleme Teknolojisi () | | | | |
| | | | | | |

| 4. BÖLÜM | | SEKTÖREL BİLGİLER | | | |
|---|---|-------------------|--|--|--|
| Önümüzdeki 10 yıllık dönemde ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı sizce nasıl değişir? | Düşer () Artar () Aynı Kalır (....) Fikrim Yok () | | | | |
| Su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün kar marjını nasıl tanımlarsınız? | Düşük () Orta () Yüksek (....) Fikrim Yok () | | | | |
| Sektördeki bir firmanın güçlü bir şekilde rekabet edebilmesi için sizce hangi stratejiyi benimsemesi gerekir? | Maliyet Liderliği () Ürün ya da üretim süreci farklılaştırma () Odaklanma () | | | | |
| Sektördeki bir firmanın rekabeti üzerine etkili olan faktörleri önem derecesine göre önemsiz (1)'den önemli (5)'e doğru sıralayınız | Sektöre Yeni Firmaların Giriş Tehdidi () Ürünlerimizi alanların pazarlık gücü () Tedarikçilerimizin pazarlık gücü () Sektör içindeki firmalar arası rekabet () Tavuk, kırmızı et vb. ikame ürünlerin etkisi () | | | | |

| 5. BÖLÜM | | REKABETÇİLİK ÖLÇEĞİ | | | | |
|----------------------|--|--|---|---|---|---|
| No | Lütfen önermeleri 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde doldurunuz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Faktör Koşulları (F) | 1 | Firmalar açısından yumurta, yavru, yem gibi hammadde temininde hiçbir güçlük yaşanmamaktadır. | | | | |
| | 2 | Yetiştiricilik tesislerinde su ürünleri mühendisi çalıştırıyor olmak rakiplere göre rekabet avantajı sağlamaktadır | | | | |
| | 3 | Sektörde yetişmiş nitelikli insan kaynaklarının (işçi vs) mevcudiyeti rekabet etmede önemli bir unsurdur | | | | |
| | 4 | Ülkemiz mevcut su ve arazi gibi doğal kaynakları ile su ürünleri yetiştiriciliği için ciddi bir potansiyele sahiptir | | | | |
| | 5 | Ülkemizde bulunan Su Ürünleri/Balıkçılık ile ilgili Üniversiteler/Araştırma Birimlerinin varlığı sayesinde bilimsel ve teknik bilgi kapasitesi oluşmuştur. | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----|--|--|--|--|--|--|--|
| | 6 | Yatırım yapılmasında ya da işletme faaliyetlerinin sürdürülmesinde yeterli ve ulaşılabilir sermaye kaynakları (öz kaynak, banka kredisi, destekler vb) mevcuttur. | | | | | | |
| | 7 | Yetiştiricilik tesislerinin kurulduğu yerler göz önüne alındığında ulaşım ya da iletişim alt yapılarının yeterli düzeyde gelişmiş olduğu söylenebilir. | | | | | | |
| Talep Koşulları (T) | 8 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan iç talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | | | |
| | 9 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik tüketim miktarları tatmin edici seviyededir. | | | | | | |
| | 10 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik iç talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | | | |
| | 11 | Su ürünleri yetiştiriciliği ile birlikte insanların balık tüketimi alışkanlıklarında da bir değişim yaşanmıştır. | | | | | | |
| | 12 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan dış talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | | | |
| | 13 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik dış talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | | | |
| İgili ve Destek Endüstriler (E) | 14 | Ülkemizde faaliyet gösteren su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri üretim sürecinde yenilikler geliştirmekte ve/veya sektördeki yeniliklere süratle ayak uydurabilmektedirler. | | | | | | |
| | 15 | Üretimde ana tedarik kaynağı olan balık yemi üreten fabrikaların sayıları ve kapasiteleri yeterlidir ve önümüzdeki 10 yıllık dönemde yetiştiricilikteki kapasite artışı kaldırabilecek düzeydedir. | | | | | | |
| | 16 | Su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe örgütlenme (STK, dernek vb.) yeterli düzeydedir. | | | | | | |
| | 17 | Üniversiteler ve sektörde yer alan firmalar arasında yeterince iş birliği mevcuttur. | | | | | | |
| | 18 | Tedarikçiler, yetiştiriciler, alıcılar ve üniversiteler de dahil olmak üzere sektör bileşenleri arasındaki bilgi akışı yüksek seviyededir. | | | | | | |
| | 19 | Yetiştiricilik tesislerine yavru, yem ya da teçhizat sağlayan tedarikçilerin gelişmişlik düzeyinin üst seviyede olduğunu düşünüyorum | | | | | | |
| | 20 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiricilik ürünlerini işleyen yeterli düzeyde işleme tesisi bulunmaktadır. | | | | | | |
| | 21 | Büyük market zincirleri ve alışveriş merkezlerindeki balık satış yerleri su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri için bir avantaj oluşturmaktadır. | | | | | | |
| Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet | 22 | Su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri ar-ge ve teknolojik yenilikleri yakından takip etmektedir. | | | | | | |
| | 23 | Yetiştiricilik sektörünün geneline bakıldığında firmaların üretimde teknolojinin yoğun bir biçimde kullanıldığını düşünüyorum. | | | | | | |
| | 24 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların kurumsal yapıları (şirket, şahıs, aile vb) firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir | | | | | | |
| | 25 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların büyüklüğü firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir. | | | | | | |
| | 26 | Yetiştiricilik tesislerinin rekabetçi bir yapıda olması için bir firma stratejisi geliştirmesi ve bunu izlemesi gerekir. | | | | | | |
| | 27 | Firmalarda taşeron kullanımı, stratejik ortaklık vb. modern işletme yönetimi tekniklerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. | | | | | | |
| | 28 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmalar arasında yoğun bir yerel rekabet mevcuttur. | | | | | | |
| Devletin Rolü (D) | 29 | Su ürünleri üretim desteğinden faydalanmak bir üretici firma için için olmazsa olmazdır. | | | | | | |
| | 30 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmelere yönelik doğrudan yatırım desteklerinin (örn. IPARD) yer alması sektör için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 31 | Bakanlık teşkilatları yapılanmasının mevcut hali öncekine kıyasla yetiştiriciler açısından faydalı olmuştur. | | | | | | |
| | 32 | Devletin balık tüketiminin artırılmasına yönelik uyguladığı bilgilendirme/farkındalık politikalarını yeterli buluyorum. | | | | | | |
| | 33 | Devletin şu anda yetiştiriciler için uygulamış olduğu vergilendirme politikalarını doğru buluyorum. | | | | | | |
| | 34 | Su ürünleri yetiştiricileri için yürürlükteki Kanun, Yönetmelik vb mevzuat uygulamaları firmaların rekabet gücünü arttırmaktadır. | | | | | | |
| Şans (S) | 35 | Küresel ısınma sonucu doğal kaynaklardaki değişimler (iklim değişiklikleri, su kaynaklarındaki değişiklikler) üretimini etkilemektedir. | | | | | | |
| | 36 | Aşırı avlanma sonucu avlanan su ürünleri miktarındaki azalış su ürünleri yetiştiricileri için bir fırsattır. | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|----|---|--|--|--|--|--|
| | 37 | <i>Ülkemizin jeopolitik konumu nedeniyle çevrede yaşanan karışıklıklardan su ürünleri yetiştiricileri de etkilenmiştir.</i> | | | | | |
|--|----|---|--|--|--|--|--|

EK-1 STK VE DİĞER KURULUŞLAR İÇİN HAZIRLANAN ANKET ÖRNEĞİ

| 1. BÖLÜM | | KİŞİSEL BİLGİLER | | | |
|--|---|--------------------------------|-------|---------------------|-------|
| Cinsiyetiniz | Kadın () Erkek () | Yaşınız | | İş Tecrübeniz (yıl) | |
| Eğitim Durumunuz | İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisans üstü () | | | | |
| Görev pozisyonunuz | Başkan () Başkan Yardımcısı () Genel Sekreter () Diğer () Lütfen belirtiniz | | | | |
| 2. BÖLÜM | | KURULUŞLAR İLE İLGİLİ BİLGİLER | | | |
| Hangi tür kuruluşda görev yapıyorsunuz | Kooperatif () Üretici Birliği () Merkez Birliği () Dernek () Diğer Kuruluş () | | | | |
| Üye sayınız nedir? (STK'lar için) | | | | | |

| 4. BÖLÜM | | SEKTÖREL BİLGİLER | |
|---|---|-------------------|--|
| Önümüzdeki 10 yıllık dönemde ülkemiz su ürünleri yetiştiriciliği üretim miktarı sizce nasıl değişir? | Düşer () Artar () Aynı Kalır (....) Fikrim Yok () | | |
| Su ürünleri yetiştiriciliği sektörünün kar marjını nasıl tanımlarsınız? | Düşük () Orta () Yüksek (....) Fikrim Yok () | | |
| Sektördeki bir firmanın güçlü bir şekilde rekabet edebilmesi için sizce hangi stratejiyi benimsemesi gerekir? | Maliyet Liderliği () Ürün ya da üretim süreci farklılaştırma () Odaklanma () | | |
| Sektördeki bir firmanın rekabeti üzerine etkili olan faktörleri önem derecesine göre önemsiz (1)'den önemli (5)'e doğru sıralayınız | Sektöre Yeni Firmaların Giriş Tehditi () Ürünlerimizi alanların pazarlık gücü () Tedarikçilerimizin pazarlık gücü () Sektör içindeki firmalar arası rekabet () Tavuk, kırmızı et vb. ikame ürünlerin etkisi () | | |

| 5. BÖLÜM | | REKABETÇİLİK ÖLÇEĞİ | | | | |
|----------------------|--|--|---|---|---|---|
| No | Lütfen önermeleri 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum şeklinde doldurunuz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Faktör Koşulları (F) | 1 | Firmalar açısından yumurta, yavru, yem gibi hammadde temininde hiçbir güçlük yaşanmamaktadır. | | | | |
| | 2 | Yetiştiricilik tesislerinde su ürünleri mühendisi çalıştırıyor olmak rakiplere göre rekabet avantajı sağlamaktadır | | | | |
| | 3 | Sektörde yetişmiş nitelikli insan kaynaklarının (işçi vs) mevcudiyeti rekabet etmede önemli bir unsurdur | | | | |
| | 4 | Ülkemiz mevcut su ve arazi gibi doğal kaynakları ile su ürünleri yetiştiriciliği için ciddi bir potansiyele sahiptir | | | | |
| | 5 | Ülkemizde bulunan Su Ürünleri/Balıkçılık ile ilgili Üniversiteler/Araştırma Birimlerinin varlığı sayesinde bilimsel ve teknik bilgi kapasitesi oluşmuştur. | | | | |
| | 6 | Yatırım yapılmasında ya da işletme faaliyetlerinin sürdürülmesinde yeterli ve ulaşılabilir sermaye kaynakları (özkaynak, banka kredisi, destekler vb) mevcuttur. | | | | |
| | 7 | Yetiştiricilik tesislerinin kurulduğu yerler göz önüne alındığında ulaşım ya da iletişim alt yapılarının yeterli düzeyde gelişmiş olduğu söylenebilir. | | | | |
| Talep Koşulları (T) | 8 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan iç talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | |
| | 9 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik tüketim miktarları tatmin edici seviyededir. | | | | |
| | 10 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik iç talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----|--|--|--|--|--|--|--|
| | 11 | Su ürünleri yetiştiriciliği ile birlikte insanların balık tüketimi alışkanlıklarında da bir değişim yaşanmıştır. | | | | | | |
| | 12 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine olan dış talebin oldukça düzenli olduğunu düşünüyorum. | | | | | | |
| | 13 | Ülkemizin su ürünleri yetiştiriciliği ürünlerine yönelik dış talebinin önümüzdeki dönemlerde büyüyeceğini düşünüyorum. | | | | | | |
| | 14 | Ülkemizde faaliyet gösteren su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri üretim sürecinde yenilikler geliştirmekte ve/veya sektördeki yeniliklere süratle ayak uydurabilmektedirler. | | | | | | |
| İlgili ve Destek Endüstriler (E) | 15 | Üretimde ana tedarik kaynağı olan balık yemi üreten fabrikaların sayıları ve kapasiteleri yeterlidir ve önümüzdeki 10 yıllık dönemde yetiştiricilikteki kapasite artışını kaldırabilecek düzeydedir. | | | | | | |
| | 16 | Su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe örgütlenme (STK, dernek vb.) yeterli düzeydedir. | | | | | | |
| | 17 | Üniversiteler ve sektörde yer alan firmalar arasında yeterince iş birliği mevcuttur. | | | | | | |
| | 18 | Tedarikçiler, yetiştiriciler, alıcılar ve üniversiteler de dahil olmak üzere sektör bileşenleri arasındaki bilgi akışı yüksek seviyededir. | | | | | | |
| | 19 | Yetiştiricilik tesislerine yavru, yem ya da teçhizat sağlayan tedarikçilerin gelişmişlik düzeyinin üst seviyede olduğunu düşünüyorum | | | | | | |
| | 20 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiricilik ürünlerini işleyen yeterli düzeyde işleme tesisi bulunmaktadır. | | | | | | |
| | 21 | Büyük market zincirleri ve alışveriş merkezlerindeki balık satış yerleri su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri için bir avantaj oluşturmaktadır. | | | | | | |
| Firma Stratejileri, Yapı ve Rekabet | 22 | Su ürünleri yetiştiriciliği tesisleri ar-ge ve teknolojik yenilikleri yakından takip etmektedir. | | | | | | |
| | 23 | Yetiştiricilik sektörünün geneline bakıldığında firmaların üretimde teknolojinin yoğun bir biçimde kullanıldığını düşünüyorum. | | | | | | |
| | 24 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların kurumsal yapıları (şirket, şahıs, aile vb) firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir | | | | | | |
| | 25 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmaların büyüklüğü firmanın rekabetçiliği açısından önemlidir. | | | | | | |
| | 26 | Yetiştiricilik tesislerinin rekabetçi bir yapıda olması için bir firma stratejisi geliştirmesi ve bunu izlemesi gerekir. | | | | | | |
| | 27 | Firmalarda taşeron kullanımı, stratejik ortaklık vb. modern işletme yönetimi tekniklerinin kullanıldığını söylemek mümkündür. | | | | | | |
| | 28 | Ülkemizde su ürünleri yetiştiriciliği yapan firmalar arasında yoğun bir yerel rekabet mevcuttur. | | | | | | |
| Devletin Rolü (D) | 29 | Su ürünleri üretim desteğinden faydalanmak bir üretici firma için için olmazsa olmazdır. | | | | | | |
| | 30 | Su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmelere yönelik doğrudan yatırım desteklerinin (örn. IPARD) yer alması sektör için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 31 | Bakanlık teşkilatları yapılanmasının mevcut hali öncesine kıyasla yetiştiriciler açısından faydalı olmuştur. | | | | | | |
| | 32 | Devletin balık tüketiminin artırılmasına yönelik uyguladığı bilgilendirme/farkındalık politikalarını yeterli buluyorum. | | | | | | |
| | 33 | Devletin şu anda yetiştiriciler için uygulamış olduğu vergilendirme politikalarını doğru buluyorum. | | | | | | |
| | 34 | Su ürünleri yetiştiricileri için yürürlükteki Kanun, Yönetmelik vb mevzuat uygulamaları firmaların rekabet gücünü arttırmaktadır. | | | | | | |
| Şans (Ş) | 35 | Küresel ısınma sonucu doğal kaynaklardaki değişimler (iklim değişiklikleri, su kaynaklarındaki değişiklikler) üretimini etkilemektedir. | | | | | | |
| | 36 | Aşırı avlanma sonucu avlanan su ürünleri miktarındaki azalış su ürünleri yetiştiricileri için bir fırsattır. | | | | | | |
| | 37 | Ülkemizin jeopolitik konumu nedeniyle çevrede yaşanan karışıklıklardan su ürünleri yetiştiricileri de etkilenmiştir. | | | | | | |

EK-2 ETİK KURUL İZİNİ

TOPLANTI TARİHİ : 01.11.2017
TOPLANTI NO : 2017/05

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu toplanmış ve aşağıdaki kararı almıştır.

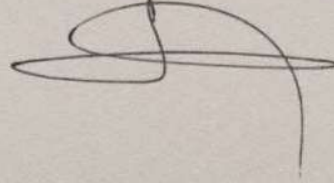
Karar 2:

14.09.2017 tarihli Doç. Dr. Fatma Zehra TAN'ın dilekçesi görüşüldü.

Üniversitemiz, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı 2014538212003 numaralı Doktora öğrencisi Görkem DALKIRAN'ın hazırlamakta olduğu "Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Belirlenmesi ve Sektörün Farklı Paydaşları Açısından Değerlendirilmesi" konulu lisansüstü çalışmasını uygulamak üzere ekte sunulan anket çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

01/11/2017
ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Süleyman DÜNDAR
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurul Başkanı



Kalp ve damar hastalıklarından korunmak için sağlıklı beslenmeye özen gösteriniz.

Karabük Üniversitesi İşletme Fakültesi Bahçelievler Kampüsü, KARABÜK
Tel: (370) 433 82 62 Faks: (0 370) 433 82 63
e-posta: isletme@karabuk.edu.tr

Ayrıntılı bilgi için irtibat:

EK-3 GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI İZNI



T.C.
GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü

Sayı : 67064933-045.99-E.2764676
Konu : Anket Çalışması

09.11.2017

Sayın Görkem DALKIRAN
TKDK Kastamonu İl Koordinatörlüğü Topçuoğlu Mah. Vali Enis Paşa cad. NO:19/4
KASTAMONU

İlgi : 25.10.2017 tarihli dilekçeniz.

"Türkiye Su Ürünleri Yetiştiriciliği Sektörünün Rekabetçilik Düzeyinin Belirlenmesi ve Sektörün Farklı Paydaşları Açısından Değerlendirilmesi" başlıklı doktora tez çalışmanız için anket yapma talebinizi içerir dilekçeniz incelenmiştir.

Genel Müdürlüğümüz ve Bakanlığımız taşra teşkilatında su ürünleri yetiştiriciliği konusunda görev yapan idari ve teknik personelle gerçekleştireceğiniz ve sonuçlarını Genel Müdürlüğümüzle paylaşacağınızı beyan ettiğiniz anket çalışmanız sektörümüz açısından yararlı ve önemli görülmektedir.

Bilgilerinizi rica ederim.

 e-imza ikonu

Turgay TÜRKYILMAZ
Bakan a.
Genel Müdür Yardımcısı

Not: 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu gereği bu belge elektronik imza ile incelenmiştir.

Ekişehir Yolu 9. Km. Lodumlu Mevkii 06800 Çankaya/ Ankara
Tel: (0312) 258 30 69 Faks: 0 (312) 258 30 83
<http://www.tarim.gov.tr/BSKIM>

Bilgi için: Ayşe Gül AKDAĞ
Mühürsüz
Telefon No: (312) 258 31 24

**EK-3 ÜNİVERSİTE-ARAŞTIRMA BİRİMLERİ VE EVRENE DAHİL EDİLEN
ARAŞTIRMACI SAYISI**

| BİRİM ADI | SAYI |
|---|-------------|
| Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Su Ürünleri Mühendisliği Böl. | 14 |
| Ege Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 96 |
| Mersin Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 24 |
| Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 34 |
| Akdeniz Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 24 |
| İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 17 |
| Çukurova Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 49 |
| Süleyman Demirel Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 23 |
| Sinop Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 43 |
| İskenderun Teknik Üniversitesi Deniz Bilimleri Teknolojisi Fakültesi Su Ürünleri Mühendisliği Böl. | 31 |
| Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Su Ürünleri Bölümü | 12 |
| Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 36 |
| Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Deniz Bilimleri Teknolojisi Fakültesi | 36 |
| Ordu Üniversitesi Deniz Bilimleri Fakültesi | 14 |
| Karadeniz Teknik Üniversitesi Deniz Bilimleri Fakültesi Balıkçılık Teknolojisi Mühendisliği | 15 |
| Girne Üniversitesi Deniz Bilimleri Fakültesi Balıkçılık Teknolojisi Mühendisliği | 6 |
| Kastamonu Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 8 |
| Fırat Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi | 31 |
| İstanbul Üniversitesi Su Bilimleri Fakültesi | 62 |
| Akdeniz Su Ürünleri Araştırma Üretim ve Eğitim Enstitüsü | 44 |
| Elazığ Su Ürünleri Araştırma Enstitüsü | 39 |
| Eğridir Su Ürünleri Araştırma Enstitüsü | 23 |
| Trabzon Su Ürünleri Merkez Araştırma Enstitüsü | 47 |
| TOPLAM | 728 |

EK-4 BAKANLIK BİRİMLERİNDEN EVRENE DAHİL EDİLEN PERSONEL SAYISI

| BİRİM ADI | SAYI |
|-------------------------------------|-------------|
| Genel Müdürlük | 37 |
| <i>Genel Müdür</i> | <i>1</i> |
| <i>Genel Müdür Yardımcısı</i> | <i>1</i> |
| <i>Daire Başkanı</i> | <i>5</i> |
| <i>Grup Sorumlusu</i> | <i>8</i> |
| <i>Teknik Personel</i> | <i>22</i> |
| Taşra (İl İlçe Müdürlükleri) | 129 |
| <i>43 İl Şube Müdürü</i> | <i>43</i> |
| <i>43 İl Teknik Personeli</i> | <i>86</i> |
| TOPLAM | 166 |

EK-5 09.07.2014 TARİH VE 2014/6716 SAYILI KARARNAME EKİNDE YER ALAN BALIKÇILIK VE SU ÜRÜNLERİ ŞUBE MÜDÜRLÜĞÜ KURULAN İL LİSTESİ

| Sıra No | İl Adı | Kurulan Şube Müdürlüğü Sayısı |
|----------------|---------------|--|
| 1 | Adana | 1 |
| 2 | Adıyaman | 1 |
| 3 | Ankara | 1 |
| 4 | Antalya | 1 |
| 5 | Artvin | 1 |
| 6 | Aydın | 1 |
| 7 | Balıkesir | 1 |
| 8 | Burdur | 1 |
| 9 | Bursa | 1 |
| 10 | Çanakkale | 1 |
| 11 | Denizli | 1 |
| 12 | Diyarbakır | 1 |
| 13 | Edirne | 1 |
| 14 | Elazığ | 1 |
| 15 | Gaziantep | 1 |
| 16 | Giresun | 1 |
| 17 | Hatay | 1 |
| 18 | Isparta | 1 |
| 19 | Mersin | 1 |
| 20 | İstanbul | 1 |
| 21 | İzmir | 1 |
| 22 | Kastamonu | 1 |
| 23 | Kayseri | 1 |
| 24 | Kırklareli | 1 |
| 25 | Kocaeli | 1 |
| 26 | Konya | 1 |
| 27 | Malatya | 1 |
| 28 | Kahramanmaraş | 1 |
| 29 | Muğla | 1 |
| 30 | Ordu | 1 |
| 31 | Rize | 1 |
| 32 | Sakarya | 1 |
| 33 | Samsun | 1 |
| 34 | Sinop | 1 |
| 35 | Sivas | 1 |
| 36 | Tekirdağ | 1 |
| 37 | Trabzon | 1 |
| 38 | Şanlıurfa | 1 |
| 39 | Van | 1 |
| 40 | Zonguldak | 1 |
| 41 | Bartın | 1 |
| 42 | Yalova | 1 |
| 43 | Düzce | 1 |
| TOPLAM | | 43 |

ÖZGEÇMİŞ

Görkem DALKIRAN 1982 yılında Balıkesir’de doğmuş olup lise öğrenimini Balıkesir Adnan Menderes Lisesinde tamamladıktan sonra 2003 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sinop Su Ürünleri Fakültesinden mezun olmuş ve 2005 yılında Mühendis olarak Tarım ve Orman Bakanlığı Yalova İl Müdürlüğünde göreve başlamıştır. 2008 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Su Ürünleri Yetiştiriciliği Ana Bilim Dalından yüksek lisansını tamamlamasının ardından, 2012 yılında Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Kastamonu İl Koordinatörlüğünde Uzman olarak göreve başlamıştır ve halen görevine Birim Amiri olarak devam etmektedir. 2014 yılında ise Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalında Doktora eğitimine, 2018 yılında ise aynı üniversitenin İngiliz Dili ve Edebiyatı bölümünde lisans eğitimine başlamış ve halen eğitimleri devam etmektedir. Bunun yanı sıra 2019 yılında Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesinden onur derecesiyle mezun olmuştur. Gerek su ürünleri gerekse işletme alanında ulusal/uluslararası platformlarda yayımlanmış 10’un üzerinde bilimsel yayını olan Görkem DALKIRAN iyi derecede ingilizce bilmekte olup, evli ve iki çocuk babasıdır.