

T.C.
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Ana Bilim Dalı

**TÜRKİYE'DE İHRACATIN SEKTÖREL YURTIÇI
KATMA DEĞER PAYLARI VE REKABET GÜCÜ: 1995-2011 DÖNEMİ**

Özgür ARAÇ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2015

T.C.
Mersin Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Ana Bilim Dalı

TÜRKİYE'DE İHRACATIN SEKTÖREL YURTIÇI
KATMA DEĞER PAYLARI VE REKABET GÜCÜ: 1995-2011 DÖNEMİ

Özgür ARAÇ

Danışman
Prof. Dr. İsmail TUNCER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mersin, 2015



T.C.
MERSİN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi Olarak Sunduğum "Türkiye'de İhracatın Sektörel Yurtiçi Katma Değer Payları ve Rekabet Gücü: 1995-2011 Dönemi" Başlıklı Bu Çalışmanın, Bilimsel Etik Kurallara ve Geleneklere Uygun Şekilde tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini onurumla doğrularım.



.19/11/...2015

Özgür ARAÇ

Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Özgür ARAÇ tarafından hazırlanan Türkiye’de İhracatın Sektörel Yurtiçi Katma Değer Payları ve Rekabet Gücü: 1995-2011 Dönemi başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

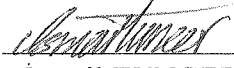
Başarılı



Başarısız



Üye


Prof. Dr. İsmail TUNCER
(Danışman)

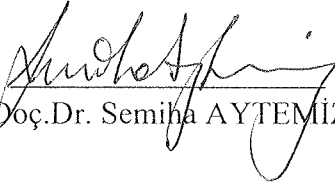


Üye


Prof. Dr. Fikret DÜLGER



Üye


Yrd. Doç. Dr. Semiha AYTEMİZ

Onay
Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

17/09/2015

Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN
Enstitü Müdürü



ÖNSÖZ

Bu çalışmam süresince her türlü yardım ve fedakârlığı sağlayan, bilgi ve tecrübeleri ile çalışmama ışık tutan, bilmediğim her konuyu bana teker teker anlatarak birkaç adım ileride olmamı sağlayan, çok değerli hocam Sayın Prof.Dr. İsmail Tuncer'e, tezime yaptıkları öneri ve eleştirileri ile tezimi daha iyi bir noktaya taşımamda yardımcı olan değerli jüri üyeleri Prof.Dr. Fikret Dülger'e ve Yrd.Doç.Dr. Semiha Aytemiz'e minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmayı, yetiştirmemde emeği geçen ve benden maddi, manevi hiçbir desteği esirgemeyen aileme ve Anneme ithaf ederim.

Özgür Araç

ÖZET

Toplam dünya ticareti içinde ara-malları ticaretinin payı yaklaşık yüzde 60-65 seviyesine ulaşmıştır. Ülkeler arasındaki bu ara-malı ticareti giderek üretimin daha parçalı hale geldiğini göstermektedir. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte şekillenen parçalı üretim ve ara-malı ticareti dış ticaret istatistiklerine dayanarak ülkelerin hangi ürünlerde rekabet gücüne sahip olduğunu belirlemede kullanılan ölçüt ve endeksler doğru bilgi sağlamaktan uzaklaşmıştır. Bu çalışmanın amacı Türkiye ekonomisinde sektörel rekabet gücünü daha doğru bir biçimde ölçmeye yardımcı olacak ihracatın yurtiçi katma değer içeriğini tahmin etmektir. Kısaca, küreselleşme sonucunda üretimin daha parçalı hale gelmesi rekabet gücü göstergesi olarak kullanılan geleneksel ihracat bazlı endekslerin yanlış olmasına ve gerçek rekabet gücünü yansıtamamalarına neden olmuştur. Türkiye'nin ihracatının sektörler bazında içerdiği yurtiçi katma değerleri hesaplamak için Dünya Girdi-Çıktı Tabloları Veritabanından alınan ve ülkelerin girdi çıktı tabloları ile dış ticaret verilerini birleştiren tablolardan yararlanılmıştır. 1995-2011 Dönemi için elde edilen sektörel ihracatın yurtiçi katma değer içeriği kullanılarak açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) endeksi oluşturularak Türkiye ekonomisindeki sektörlerinin rekabet gücü ortaya konmaya çalışılmıştır. Hesaplanan AKÜ endeksine göre, rekabet gücü yüksek olan sektörler tekstil ve tekstil ürünleri ve inşaat sektörleridir. Ayrıca tarım, ana metal ve metalik olmayan mineraller sektörlerinde ise Türkiye'nin orta derecede rekabet avantajına sahip olduğuna ilişkin bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küresel Değer Zinciri, Rekabet Gücü, Girdi-Çıktı Analizi, İhracatın Yurtiçi Katma Değer İçeriği

ABSTRACT

Trade in intermediate inputs accounts for approximately 60 to 65 percent of total world trade. The increase in trade of intermediate inputs across borders reflects the increase in outsourcing and fragmentation of production. Globalization and spread of new technologies has continued to shape the fragmentation of the production process and trade in intermediate inputs. Due to the fragmentation of production and trade in intermediate inputs competitiveness measures and indexes based on export and international trade data have become almost obsolete. The basic objective of this study is to calculate the domestic value added content of exports which can be used to measure sectoral competitiveness of the Turkish economy more accurately. Briefly, the increase in fragmentation of production and outsourcing as a consequence of the globalization process has reduced the accuracy and increased the biasedness of the traditional export based competitiveness indexes. To compute the value added content of exports in Turkey at the industry level Tables of the World Input Output Database (WIOD) that combines input-output tables and international trade data, are employed. Competitiveness of industries in the Turkish economy are measured by constructing some sorts of revealed comparative advantage (RCA) index based on the calculated domestic value added content of sectoral exports for the period of 1995-2011. Based on the calculated RCA index, textiles and construction industries seem to be highly competitive. Moreover, the results suggest that Turkey has moderate competitive advantages in agriculture, manufacturing of basic metals and non-metallic mineral products.

Keywords: Global Value Chains, Competitiveness, Input-Output Analysis, Domestic Value Added Content of Exports

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
TABLolar LİSTESİ	v
ŞEKİLLER LİSTESİ	vi
GİRİŞ	1
1. BÖLÜM	4
GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE REKABET OLGUSU	4
1.1. Rekabet Gücü Ve Önemi	4
1.1.1. Rekabet Gücü Teorileri.....	9
1.1.2. Mutlak Üstünlükler Teorisi.....	10
1.1.3. Rekabetçi Üstünlükler Teorisi	13
2. BÖLÜM	21
REKABET GÜCÜ GÖSTERGELERİ	21
2.1. Teorik ve Ampirik Çalışmalar	21
2.2. Rekabet Gücü Göstergeleri	26
2.2.1. Geleneksel Rekabet gücü göstergeleri.....	27
2.2.2. Geleneksel Rekabet Göstergelerinin Dezavantajları	34
2.2.3. Küresel Rekabetçilik Endeksi.....	35
2.3. Küresel Değer Zinciri	41
3. BÖLÜM	46
TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ SEKTÖRLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA	46
3.1 Türkiye Sektörlerin Yapısı ve Gelişimi	46
3.2. Çalışmada Kullanılan Veriler Ve Yöntem	53
3.2.1. Veriler.....	53
3.2.2. Yöntem	54
3.3 Türkiye Ekonomisindeki Sektörlere İlişkin Bulgular	58
3.3.1 KDZ'ndeki Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler	72
SONUÇ	78
KAYNAKÇA	82

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Girdi-Çıktı Tablosunun Genel Yapısı	55
Tablo 2: Sektörlerde Bir Birimlik Talep Artışı Sonucu Yurtiçi Katma Değer İçeriği.....	59
Tablo 3: Türkiye İhracatının Sektörlere Göre Yurtiçi Katma Değer İçeriği (Milyon\$).....	62
Tablo 4: Sektörlerde Bir Birimlik Talep ile Yurtiçi Katma Değer (%).....	64
Tablo 5: Ülkelerin Yaptığı Toplam İhracatın İçindeki Yurtiçi ve Yabancı Katma Değer Payı (%).....	71
Tablo 6: Ülkelerin Karşılaştırmalı Rekabet Gücü Analizi (1995 Yılı).....	73
Tablo 7: Ülkelerin Karşılaştırmalı Rekabet Gücü Analizi (2011 Yılı).....	75

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Smith'in Milletlerin Zenginliği.....	12
Şekil 2: Ulusal Rekabetçi Üstünlüğün Belirleyicileri.....	15
Şekil 3: İmalat Sanayi Üretim Endeksi.....	51
Şekil 4: İmalat Sanayi İhracatı (Bin \$).....	51
Şekil 5: İmalat Sanayinin Toplam İhracat İçindeki Payı.....	52
Şekil 6: Toplam İhracat ile Yarattığı Katma Değer.....	61
Şekil 7: Toplulaştırılmış Sektörlerde Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Yurtiçi Katma Değer İçeriği.....	65
Şekil 8: Toplam İhracatta ile Yaratılan Yurtiçi Katma Değerin Sektörel Dağılımı.....	66
Şekil 9: Tekstil Ve Tekstil Ürünleri Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	66
Şekil 10: Ana Metal Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	67
Şekil 11: Makine Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	67
Şekil 12: Elektrikli Ve Optik Ekipmanlar Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	68
Şekil 13: Taşıma Ekipmanları Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	68
Şekil 14: Gıda Ve Gıda Ürünleri Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	69

Şekil 15: Tarım, Avcılık, Ormancılık ve Balıkçılık Sektöründe Bir Birimlik Talep ile Yaratılan Katma Değer İçeriği.....	69
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----



GİRİŞ

Küreselleşme bugünkü anlamıyla, tek bir küresel ekonomi oluşturarak dünyanın tek pazarda bütünleşmesini sağlayan sermaye, mal ve bilgi akışını içine alan bir süreçtir. Küreselleşmenin getirdiği yeni dünya düzeninde gümrük sınırlarının kalkması ülkeler arası rekabeti arttırmış ve rekabet olgusunu ülkelerin ve şirketlerin öncelikli hedefi haline getirmiştir. 1970'li yıllardan başlayarak önemi giderek artan rekabet gücü kavramı, firmaların/ülkelerin verimlilik artışı sağlayarak yüksek katma değer elde etmesi ile piyasa gücü elde etmeleri anlamına gelmektedir. Rekabet gücünü arttırmak amacıyla ülkeler küresel piyasadan daha fazla pay elde edebilmek için yoğun bir çaba içine girmişlerdir. Bu nedenle de firmalar maliyetlerini düşürerek karlarını yükseltmek amacıyla işgücünün ve ham maddenin ucuz olduğu ülkelere üretimlerini kaydırmaya başlamışlardır. Bu durum ise; üretim sürecinin her bir aşamasının farklı ülkelerde yer aldığı, uluslararası üretim, ticaret ve yatırımların giderek arttığı küresel değer zinciri şeklinde örgütlenmeye yol açmıştır. Küresel değer zincirinde firmalar, görece verimliliklerinin yüksek olduğu alanlarda yoğunlaşarak yüksek katma değer elde edecekleri faaliyetlere yönelirken, verimliliğin düşük olduğu alanları ise diğer ülkelere kaydırmaktadırlar. Bu firmalar outsourcing ve offshoring faaliyetleri aracılığı ile maliyetlerini azaltıp katma değerlerini yükselterek, başka bir deyişle kaynaklarını rasyonelize ederek piyasadaki rekabet güçlerini arttırmayı amaçlamaktadırlar.

Geleneksel olarak ülkelerin rekabet gücünü karşılaştırırken ihracat verilerine dayalı rekabet gücü ölçütleri ve endeksler kullanılmaktadır. Ancak, küreselleşme süreci ile birlikte üretim sürecinin giderek daha parçalı hale gelmesi ihraç edilen ürünlerin içeriğinde başka ülkelerde üretilen ve ithal edilerek ara malı olarak kullanılan girdilerin olması sonucu ihracata dayalı endeksler gerçek rekabet gücünü yansıtmaktan uzaklaşmaktadır.

Ayrıca, ülkelerarası mal ve hizmet akımlarını gösteren dış ticaret ve ulusal gelir istatistiklerinden ihracatın yerli katma değer içeriğine ulaşmak mümkün değildir. Yapılan araştırmalarda rekabet gücünün ölçümüyle ilgili çok sayıda yöntemin kullanıldığı ve bu yöntemlerin gerçek rekabet gücünü yansıtmadığı görülmüştür. Küresel değer zincirine yer çok sayıda ülkenin üretim sürecine katkı sağladığı nihai bir ürünün yerli katma değer içeriğini elde etmek amacıyla bazı yöntemler ve veritabanları geliştirilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla belirli varsayımlar altında veya Birleşmiş Milletlerin (UN) geniş ekonomik kategoriler sınıflandırmasındaki ara-mal, nihai mal oranları kullanılarak sentetik girdi-çıkıtı tabloları hazırlanmakta ve kullanılmaktadır. Bu çerçevede amaç sektörlerin yarattığı yurtiçi ve yabancı katma değer içeriklerini hesaplayarak her ülkenin zincirden ne ölçüde yararlanabildiğini ortaya koymaktır.

Bu çalışmada ihracatta yaratılan yurtiçi ve yabancı katma değer içeriğinin ayrıştırılması işlemi yapabilmek için, ülkelerin ithal ara-girdi kullanımının da yer aldığı girdi-çıkıtı tabloları kullanılmıştır. Girdi-çıkıtı tabloları ekonomideki sektörlerin birbirleriyle olan ara-girdi alışverişleri ile ithal edilen girdilerin hangi sektörler tarafından kullanıldığının tespit edilmesine olanak veren önemli araçlardır. Girdi-çıkıtı tablolarının hazırlanması oldukça maliyetlidir. Bu nedenle çoğu ülkede beş ve on yıllık aralıklarla hazırlanmaktadır. Türkiye’de 2015 yılı itibariyle en son hazırlanan girdi-çıkıtı tablosu 2002 yılı için hazırlanmıştır. Belli aralıklarla hazırlanan bu girdi-çıkıtı tablolarını istatistik kurumlarının hazırladığı arz ve kullanım tablolarından yararlanılarak ve değişik yöntemlerle güncel hale getirme yoluna gidilmektedir.

Avrupa Birliği 7. Çerçeve Programı desteği ile hazırlanan Dünya Girdi-Çıkıtı Veritabanı (World Input-Output Database) 40 ülke ve 1995-2011 dönemi için yıllık girdi-

çıktı tabloları hazırlayıp araştırmacıların kullanımına sunmuştur. Bu çalışmada Dünya Girdi-Çıktı Veritabanında yer alan Türkiye ulusal girdi-çıktı tablolarından yararlanılmıştır.

Çalışmanın giriş bölümü dışında kalan kısmı şöyle planlanmıştır. Birinci bölümde; rekabet, rekabet gücü ve rekabetçi üstünlük kavramlarının tanımları ve önemi üzerinde durularak A. Smith'ten Porter'a rekabet gücü kavramsallaştırılması ve gelişimi üzerinde durulmaktadır. İkinci bölümde; rekabet gücünü ölçmeye yönelik geniş bir literatür taramasıyla birlikte literatürde kullanılan rekabet gücü göstergelerine yer verilmiştir. Bu göstergeler, ihracat ve fiyat temelli geleneksel rekabet gücü göstergeleri ve Dünya Ekonomi Forumu tarafından hazırlanan küresel rekabetçilik endeksi olmak üzere iki başlık altında toplanmıştır. Aynı bölümün sonunda parçalı üretimle birlikte genişleyen ve daha karmaşık hale gelen küresel değer zinciri ve etkileri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde ise; Türkiye ekonomisi sektörlerindeki eğilimler ele alındıktan sonra Türkiye ihracatının yerli katma değer içeriği girdi-çıktı tabloları yardımıyla tahmin edilmiş ve Türkiye ekonomisindeki sektörlerin rekabet gücü ortaya konmaya çalışılmıştır. Son bölüm bulguların değerlendirilmesi ve politika önerilerinden oluşmaktadır.

1. BÖLÜM

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE REKABET OLGUSU

Bu bölümde öncelikle rekabet gücünün tanımı ve önemine yer verildikten sonra rekabet gücüne yönelik teorilerden Smith'in "Mutlak Üstünlükler Teorisi"ne ve Porter'in "Rekabetçi Üstünlükler Teorisi"ne yer verilmiştir.

1.1. Rekabet Gücü Ve Önemi

Küreselleşme, iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler firmalara bir yandan fırsatlar yaratırken diğer yandan çetin bir rekabet ortamında risklerde yaratmaktadır. Dünyada bölgesel ve uluslararası anlaşmalar ile taşıma maliyetlerinin azalması firmaların piyasaya girişlerini kolaylaştırmış, yeni pazar olanaklarını artırmıştır. Bununla birlikte, artan rekabet firmaları zorlayarak faaliyette buldukları pazarı korumak için daha fazla çaba harcamak zorunda bırakmıştır. *"Küreselleşme ile birlikte dünya ölçeğinde rekabet olgusunun giderek önem kazandığı günümüzde, ülkeler küresel piyasadan daha fazla pay elde edebilmek için rekabet güçlerini arttırma konusunda yoğun çaba içine girmişlerdir. Bir ülkenin rekabet gücünün artması ülke ekonomisinde zincirleme bir reaksiyonun oluşmasına yol açmaktadır. Bu artış, üretim ve ihracatta genişlemeye neden olmakta; bu durum kârlılığın büyümesine böylece yatırımlarda hızlanmaya ve istihdamın genişlemesine etki etmektedir. Üretim, yatırım ve istihdam alanında çok kısa zamanda mucizeler yaratmak söz konusu olamadığından rekabet gücü bu açıdan büyük öneme sahip bir kavramdır"* (Bakımlı,2011:6).

Rekabet gücünü en yalın şekilde tanımlayacak olursak; her bir firmanın bulunduğu piyasada rekabet edebilme yeteneğidir. Bu kavram artan yurtiçi talebi karşılama

ve ihracattaki başarı oranını arttırma ile ilişkilendirilmektedir. Bu şekilde ülkeler ve/veya firmalar kontrollü bir ithalat ve yüksek bir ihracatla rekabet gücü elde etmeyi amaçlamaktadır.

Rekabet gücü, bir ülkenin üretim yeteneği ve kapasitesinin düzenli bir şekilde artışını ifade eder. Başka bir ifadeyle, ulusal (uluslararası) düzeyde rekabet gücü, bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetlerin (katma değer) sürekli ve düzenli artışlar göstererek ekonomik refah düzeyini yükseltmesi ve böylelikle ülke vatandaşlarının yaşam standartlarını iyileştirmesi anlamına gelmektedir. Rekabet gücü genel olarak bu şekilde tanımlamakla birlikte endüstri, küme ve uluslararası rekabet gücü şeklinde bir ayırma tabi tutmak da mümkündür. Rekabet gücü, sadece dışarıya mal satma ve dış ticaret dengesini sağlama yeteneği olarak algılanmamalıdır. Bunun yanı sıra, bir ülkenin gelir ve istihdam düzeyini arttırabilmesi, yaşam kalitesinde kabul edilebilir ve sürekli artışlar sağlayabilmesi ve uluslararası pazarlardaki payını arttırabilme yeteneği de ülkenin ulusal rekabet gücünü gösterir (Kesbiç ve ark, 2005:1).

Küreselleşmenin etkisiyle ülkeler arasındaki ticaret engellerinin kalkması sonucu rekabet gücü göstergelerinde değişimler olmaktadır. Bu bağlamda, ihracat verileri ile ölçülen rekabet gücünün daha sonraları verimlilik ile ölçülmeye başlandığı görülmektedir. Bu da bize dünya ticaretindeki gelişmelerin rekabet göstergelerinde sürekli bir değişime yol açacağını göstermektedir. Dünya Ekonomi Forumu ve Yönetim Geliştirme Enstitüsü(IMD) tarafından yapılan tanımları bu değişimin bir göstergesi olarak kabul edebiliriz: IMD'ye göre, bir ülkenin firmalarının yüksek katma değer yaratması ve vatandaşlarının refah seviyesinin artması rekabet gücü göstergesi kabul edilirken; Dünya Ekonomi Forumu bu tanımları verimlilik üzerine kurgulamıştır. Dünya Ekonomi Forumuna göre ülkenin politika ve kurumlarındaki verimlilik rekabet gücünün bir göstergesidir.

Rekabet gücü ülkelerden fertlere kadar her kademeyi etkileyen bir kavram olması nedeniyle mikro ve makro düzeyde şekillenmektedir. Bu iki düzeyde rekabet gücünü açıklayacak olursak;

- Mikro ekonomi: Bu düzeyde rekabet gücü genel olarak firmanın rekabet etme, büyüme ve karlılık konusundaki performansını ifade etmek için kullanılır. Performansın yüksek olması, firmanın açık piyasa kurallarına uygun bir şekilde (fiyat, kalite vb. açılarından) istikrarlı ve karlı olarak üretim yapması ve daha büyük bir pazar payı elde etme konusunda başarılı olması anlamına gelir. Rekabet gücünün ölçümünde çoğunlukla, firmanın çıktı ile ilgili performans göstergeleri kullanılır. Bu açıdan en önemli gösterge firmanın verimlilik değerleridir. Rakiplerine göre aynı düzeydeki üretim miktarını daha az girdi kullanarak üretme yeteneğine sahip olan firmalar, rekabet gücü açısından rekabet ettikleri piyasalarda avantajlı bir konumda olacaklardır. Rekabet gücü anlamına gelen verimlilik ise firmanın “girişimciliğine” bağlıdır. Firmanın girişimciliği, firmanın üretim sürecinde yenilik yaratma, yeni ve özel piyasalara farklı ve geleneksel olmayan yöntemlerle ulaşma ve yeni veya yeniden tasarlanmış mallar ve hizmetler üretme kapasitesi tarafından belirlenir. Dolayısıyla firmanın rekabet gücü sadece verimliliğin etkinlik temelli tanımıyla sınırlandırılmaz, aynı zamanda benzersizlik ve kaliteden kaynaklanan ürün ve hizmet değerlerine dayalıdır (Kumral,2006:277).

- Makro Ekonomi: Makroekonomik düzeyde rekabet sosyal altyapı, temel sağlık ve eğitim, siyasal kurumların kalitesi ve hukukun üstünlüğünü içermektedir (Delgado vd, 2012:9).Makroekonomik düzeyde rekabet gücü ülke vatandaşlarının reel gelirini, refahını arttırmak ve belli bir yaşam düzeyini sağlayabilmek şeklinde tanımlanır. “Bu hedef de ancak sahip olunan kaynakların en verimli şekilde üretim sürecine aktarılmasıyla gerçekleştirilebilir. Bu nedenle rekabet gücü üzerinde çalışan bir çok

akademisyen, rekabet gücü-verimlilik ilişkisi üzerine yoğunlaşmıştır. Rekabetçi üstünlük teorisini öne süren ve bu teoriyle ülkelerin rekabet gücü konusunda büyük tartışmaların oluşmasına yol açan Michael E. Porter rekabet gücünün oluşmasında verimlilik kavramından hareket edilmesi gerektiğini, ülkelerin rekabet gücünün ancak verimlilik artışıyla sağlanabileceğini vurgulamaktadır. Porter ülkenin rekabet gücünün artması için verimlilik artışından elde edilen getirilerin ülke vatandaşlarının yaşam standartlarını arttırmak amacıyla kullanılması gerektiğini vurgulamaktadır”(Çivi, 2001:26).

Literatüre baktığımız zaman rekabet gücü kavramının ekonomik birimler için ayrı ayrı tanımlandığı görülmektedir. Firma, endüstri ve ülke düzeyinde yapılan tanımlamalarda farklı ölçüt ve göstergeler kullanılmaktadır. Kösekahyaoğlu ve Özdamar (2011)'a göre; “Rekabet gücünü firma, endüstri ve ülke düzeyinde ele almak mümkündür. Endüstri düzeyinde rekabet gücü, ülke firmalarının yabancı rakipler karşısında (ya da yabancı rakipleriyle kıyaslandığında), korunma ya da sübvansiyonlar olmaksızın sürdürülebilir başarı sağlama yetenekleridir. Endüstri düzeyindeki rekabet gücüne ilişkin ölçümler firmaların kârlılığını, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını, endüstrinin dış ticaret dengesini ve endüstrideki maliyet ve kalitenin ölçülmesi gibi yöntemleri içerir. Endüstri düzeyindeki rekabet gücü, firma düzeyine kıyasla genellikle ülkenin ekonomik refahı konusunda daha iyi bir göstergedir. Tek bir firmanın başarısı, yeniden meydana getirilmesi güç ya da imkânsız olan firmaya özgü faktörlerden kaynaklanıyor olabilir. Öte yandan bir endüstrideki çeşitli firmaların başarısı ise genellikle genişletilebilecek ve geliştirilebilecek olan ülkeye özgü faktörlerin kanıtıdır. Tek bir firmanın başarısının tüm endüstrinin başarısını göstermediği hususu da ayrıca önemli bir noktadır.” Ulusal (ya da daha sık kullanılan sekliyle uluslararası) rekabet gücü ise bir ülkenin, serbest ve adil piyasa koşulları altında, bir yandan uzun vadede halkının reel

gelirini arttırırken diğeryandan uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmetleri üretebilme yeteneğine sahip olması şeklinde ifade edilmektedir (Aktan, 2015).

Rekabet gücünün mikro, makro, firma, endüstri ve ulusal düzeydeki tanımlarını ayrı ayrı ele almış bulunmaktayız. Rekabet gücü hangi düzeyde tanımlanırsa tanımlansın, her bir düzey için yapılan tanımlamalarda ele alınan ekonomik birimin rakiplerinden daha avantajlı olmasını ifade etmektedir.

Değişen küreselleşme olgusu ile dünyada artan rekabet koşulları, coğrafi uzaklıkları ortadan kaldırarak mal ve hizmetlerin üretimini ve dolaşımını serbestleştirmiştir. Dünya piyasalarının birleşmesi ile bilişim ve iletişim teknolojilerindeki ilerleme bilgiye ulaşımı kolaylaştırmıştır. Teknolojik ilerlemelerle birlikte maliyetler azalmış, verimlilik artışlarıyla büyüme sağlanmıştır. Uluslararası piyasalarda düşük maliyet, artan verimlilik ve sınır ötesi yatırımların gerçekleşmesiyle rekabet artmıştır. Ayrıca yapılan anlaşmalar ve oluşturulan gruplaşma ile ticaretin önündeki kota ve gümrük engelleri büyük ölçüde azalmıştır. Bu durum yeni pazarların ve yeni yatırım olanaklarının açılmasını sağlayarak rekabeti daha geniş alanlara yaymıştır. Teknolojideki gelişmelerle birlikte rekabet sadece gelişmiş ülkelerde değil, gelişmekte olan ülkelerde de artmıştır (Erçel, 2000).

Küreselleşen dünyanın tek pazar haline gelmesi ile üretimin esnekleştirilerek aşamalara bölünmesi ve her aşamanın düşük maliyetli bölgelere kaydırılması ile oluşan küresel değer zinciri ile firmalar artık ulusal ve uluslararası alanda rekabet etmeye başlamıştır. Ayrıca yurt içindeki pazarların yabancı firmalara açılması ise firmaların her iki alanda kıyasıya rekabet etmelerine yol açmıştır. Artan rekabet koşullarında firmaların piyasada kalabilmesi için sadece düşük fiyatlı, yüksek kaliteli ürünler üretmesi

yetmemektedir. Aynı zamanda sürekli değişen müşteri istek ve gereksinimlerini en hızlı şekilde cevaplayabilmesi gerekmektedir. Bu şekilde müşteri odaklı üretim ve pazarlama faaliyetleri gelişmiştir. Değişen rekabet koşullarında çok uluslu şirketler yüksek kalite ve düşük fiyatın yanı sıra, müşterinin isteğine anında cevap verebilecek ve farklı ürünler sunabilecek politikalar benimseyerek pazar hâkimiyeti sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle firmalar piyasada oluşan talebe anında karşılık verebilmek için Ar-Ge ve inovasyona büyük önem vermişlerdir (Aytuğ,2011).

1.1.1. Rekabet Gücü Teorileri

İktisat kuramının temel taşlarından biri olan ve birçok iktisadi teorinin özünü oluşturan rekabet kavramının tanımlanması üzerinde iktisatçılar kesin bir fikir birliğine varamamışlardır. Adam Smith gibi birçok klasik iktisatçı için rekabet kavramı o kadar belirgindir ki, onun mantıksal özünün araştırılması gereksiz görülmüş ve analiz edilmemiştir. Klasik iktisatçıların çalışmalarında dinamik bir yapıyı tanımlayan rekabet kavramı, zaman içerisinde anlamsal bir değişime uğramış ve neoklasik iktisadi analiz içerisinde tam rekabet modelleri ile statik bir denge durumunu ifade eder hale gelmiştir (Tokatlıoğlu, 1999:5). Yani rekabet, piyasaları dengeye ulaştıran dinamik bir süreç değil, dengeye ulaştıktan sonra dengeyi koruyan durgun bir durumun parçası olarak ele alınmıştır. Rekabeti kapitalist evrim sürecinin itici gücü olarak ele alan ve “yaratıcı yıkım” olarak adlandıran Schumpeter’in görüşünün yanı sıra; rekabeti piyasadaki öğrenmeyi amaçlayan, rasyonel davranmaya zorlayan bir keşif süreci olarak yansıtan Avusturya okulu teorisyenleri ile, işleyebilir rekabet kavramı ve yarışmacı piyasalar teorisini ele alacak olursak, rekabet kavramı, iktisadi analizlerin olmazsa olmaz koşulunu oluşturmasına rağmen, her analizde farklı bir boyutu öne çıkarılmıştır (Aktaş,2003:10).

Uluslararası ölçekte rekabet gücü ilk olarak mutlak üstünlükler teorisiyle Smith tarafından tartışılmıştır. Daha sonra Ricardo tarafından literatüre kazandırılan karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ile ülkelerin mutlak üstünlüğe sahip olmasa dahi karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünlerde uzmanlaşarak rekabet gücü elde edebileceği görüşü hakim olmuştur. Ricardo tarafından ortaya atılan bu görüş daha ileri noktaya götürülerek Heckscher, Ohlin ve Samuelson tarafından geliştirilen faktör donatımı teorisi ortaya geliştirilmiştir. Bu şekildeki ülkelerarası rekabet gücü farklılıklarını Ricardo maliyetlere ve teknolojiye bağlı olarak, Heckscher, Ohlin ve Samuelson ise faktör fiyatlarındaki farklılıklara dayandırmıştır. Daha sonraki yıllarda ortaya atılan teorilerde ise rekabeti; ürün, teknoloji, ölçek ve talep doğrultusunda açıklamaya çalışmışlardır. Bütün bu yaklaşımlara eleştiri getiren Porter ise, rekabet gücünü verimlilik ile özdeşleştirmiş ve sermaye ile işgücünün verimliliğinin en yüksek olduğu alanlara taşınması sonucu ülkenin rekabet gücüne sahip olabileceğini ileri sürmüştür.

İlk olarak Adam Smith tarafından literatüre kazandırılan rekabet kavramı ticaret teorileri ile açıklanmaya çalışılmıştır. Ancak, günümüzdeki küresel ekonomi geleneksel teoriler ile açıklanamayacak kadar karmaşıktır. Bu nedenle Porter tarafında ticaret teorilerinin aksine yeni bir rekabet teorisi ileri sürmüştür. Rekabet gücü ile ilgili devrim etkisi yaratan Smith ve Porter'ı daha ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

1.1.2. Mutlak Üstünlükler Teorisi

Adam Smith, rekabet kavramını, üretilebilecek veya tüketilebilecek mal miktarının sınırlı olmasından dolayı, alıcılar veya satıcılar arasındaki bir yarış olarak görmektedir. Bu yarışma fiyatları arz ve talep dengesine ulaştıracak ve her değişen duruma göre tekrarlanacaktır. Bu tanımdaki rekabet için zorunlu unsur olarak kişisel özgürlük

gösterilmiş ayrıca rakiplerin sayılarının da dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir (Vickers (1995) aktaran Aktaş, 2003:4).

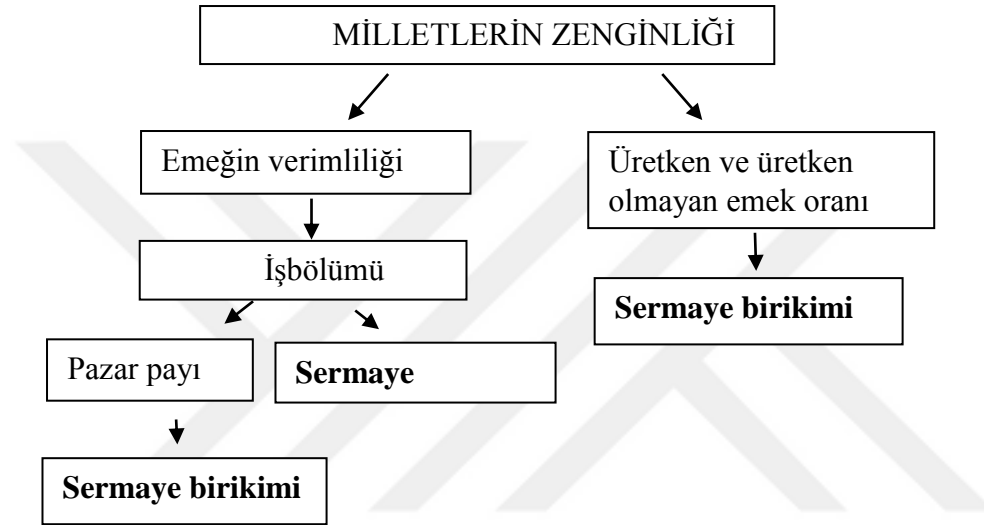
Üreticiler, rakiplerinden daha çok ve daha ucuza satarak daha fazla kâr elde etmeye çalışırken, alıcılar da, taleplerini daha ucuza karşılamının mücadelesini vereceklerdir. Bu yönüyle, "... özgür ve genel rekabet, herkesin kendini diğerlerinden korumak için başvuracağı bir güç" olacaktır. Smith rekabeti bir "durum" olarak ele almaktan ziyade, dengeye ulaştıran dinamik bir süreç olarak ele almıştır. Bu dinamik anlayışa göre, daha düşük fiyatla daha çok satma yarışı, sonuçta talebi artıracaktır. Artan talep ve rekabet, üretimi kamçılayarak pazarın büyümesine yol açacak ve pazar büyümesi, yeni teknolojilerin doğmasını sağlayan işbölümüne katkıda bulunacaktır. Üretken sermayenin kârlı sektörlere doğru akması bir yandan üretim ve istihdamı artırırken, diğer yandan endüstriler arası kâr oranları eşitlenecektir. Görüldüğü üzere, rekabet aktif bir unsur olarak, doğal fiyatlar ile piyasa fiyatlarını eşitleyip denge yaratıcı bir işlev görürken, aynı zamanda dinamik bir unsur olarak, işbölümü ve teknolojik değişim ile bu dengeden uzaklaşmayı ve yeni bir dengeye doğru hareket etmeyi sağlamaktadır (Tokatlıoğlu, 1999:10-11).

Yani kısaca, Smith'in bir ülkenin rekabet gücünün veya zenginliğinin kaynakları şöyle bir çerçevede incelenebilir.

Şekil 1 de görüldüğü üzere Smith zenginliğin doğrudan belirleyicisi olarak emeğin verimliliği ile üretken ve üretken olmayan emek oranını görmektedir. Fakat bu iki faktör sermaye birikimine bağlıdır. Oluşan bu zincirin sonucuna bakacak olursak, Smith'e göre zenginliğin ilk ve en önemli belirleyicisi **sermaye birikimidir**. Sermaye birikimi sonucunda iş bölümü ve pazar payının artacağını, bu durumun ise işgücü verimliliğini

artırarak ülkeye rekabet gücü kazandıracağını ifade etmektedir. Ayrıca, Smith artan sermaye birikiminin üretken emek oranını artırarak rekabet avantajı yaratacağını belirtmiştir. Kısaca Smith'e göre, sermayenin emeğe doğrudan ve dolaylı etkileri sonucunda artan verimlilik ile ülkeler rekabet gücü elde edeceklerdir (Landreth ve Colander,1994:80).

Şekil 1: Smith'in Milletlerin Zenginliği



Kaynak: Landreth ve Colander,1994,s.80

Smith'e göre önemli yeri olan verimlilik sermaye birikimi ile belirlenmektedir. Bu çerçevede, bir ülke bir malın üretiminde diğer ülkeye göre verimlilik ve maliyet avantajına sahip ise o malda diğer ülke karşısında rekabet gücüne sahiptir. Bu anlamda rekabet gücünü mutlak üstünlükler çerçevesinde açıklayan Smith'in, emeği ve verimliliği maliyeti belirleyen tek üretim faktörü olarak görmesi ve bu faktörlerin hareketli olmaması, ham maddenin, sermayenin vd. faktörlerin uluslararası hareketliliğinin sınırlandırılmadığı süreçlerde; günümüzde, bu teorinin ülke ekonomilerinin rekabet gücünü açıklamakta yetersiz kaldığını göstermektedir (Gökmenoğlu ve ark, 2012:6-7).

1.1.3. Rekabetçi Üstünlükler Teorisi

“Rekabet edebilirlik hız koşusu değil bir maratondur. Bu uzun soluklu parkurda başarıyı ve sürdürülebilirliği yakalamanın temelinde ise ulusların doğru analiz edilmesi yatmaktadır.” diyen Porter 1990 yılında yayınladığı “ Ulusal Rekabet Avantajları” adlı kitabında bazı ülkelerin daha rekabetçi konumda olmasının nedenlerini geliştirdiği elmas modeli çerçevesinde açıklamaya çalışmıştır. Porter modelinde, ulusal rekabetin avantajını belirleyen unsurları ortaya koymak için küresel rekabetin unsurlarını analiz etme yoluna gitmiştir (Has,2013).

Porter’in rekabetçi üstünlük teorisinde ortaya koymuş olduğu elmas modeli, firmaların belirli bir coğrafyada bir araya gelerek üretim yapabilmelerini sağlayan kümelenme dinamiklerini içermektedir. Söz konusu dinamikler ülkenin veya yerelin kendine özgü yapısına göre şekillenmektedir. Porter bu dinamiklerin kümelenmenin uluslararası rekabetçilik üzerinde olumlu katkıları olabileceğini ve aynı zamanda bu dinamiklerin kendi aralarında olumlu etkileşimler içinde olduğunu da belirtmektedir(Arıç, 2013:34).Michael Porter’a göre kümelenme; “Aynı iş kolunda faaliyet gösteren, aralarında ilişkiler olan ama aynı zamanda rekabet içinde olan çok sayıdaki işletmenin, onlara mal satan tedarikçilerin ve hizmet satanların, ilgili kurumların (üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar, v.b) aynı coğrafi bölgede yoğunlaşmaları”dır (Timurçin,2010:139).

Elmas modeli, aynı zamanda, bir sektörün toplam rekabetçilik pozisyonunu da temsil etmektedir. Klasik İktisat Teorileri, ülkelerin gelecek nesillere bırakabileceği ülke toprağı, doğal kaynaklar ve nüfus gibi faktör havuzlarının nispi avantajların belirleyicisi olduğunu ifade etmektedir. Sadece makro ekonomik değişkenleri, ucuz veya yoğun

işgücünü, devlet politikalarını veya yönetim tekniklerini rekabet avantajlarının belirleyicisi olarak görmek de doğru sonuçlara ulaşmak için yeterli değildir. Porter, daha geçerli bir paradigmaya ulaşabilmek için özelleştirilmiş endüstrilere yoğunlaşmış ve rekabetçiliğin yukarıda sayılan faktörlerden etkilendiğini ancak bazı durumlarda bu faktörlerin yoğun olmasının sürdürülebilir büyümenin önünde engel olabileceğini ifade etmiştir. Porter, ulusların nitelikli işgücü, güçlü teknoloji, bilgi birikimi ve kültür gibi kendi ileri faktör havuzlarını oluşturabileceğini ileri sürmüş ve bunun özelleşmiş koşullar altında gerçekleştiğini ifade etmiştir (Eraslan, 2010).

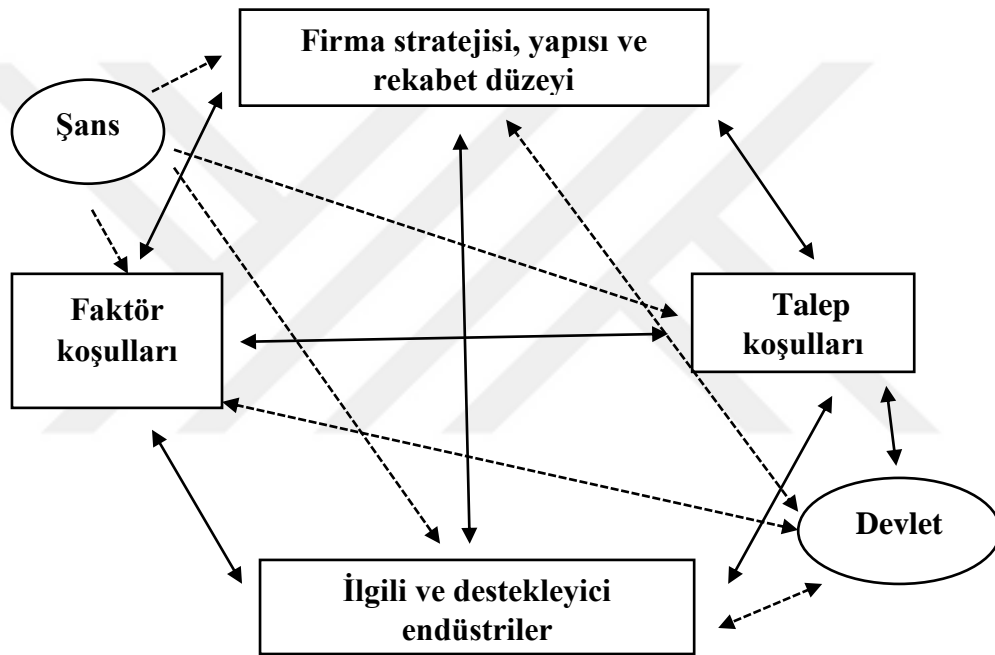
Elmas modelinde ülkelerin rekabet gücü ve yeteneğini belirlerken dört ana faktörlerden söz edilmekte olup bunlar ise elmasın beş köşesini oluşturmaktadır. Ana faktörlere ek olarak iki dolaylı faktörün incelenmesi gerektiğinden söz edilmektedir. Bu faktörler;

- Bir ülkenin alt yapı ve nitelikli işgücü gibi **faktör koşulları**,
- Bir ülkede bir endüstri içerisindeki ürün ve hizmetlere olan **talep koşulları**,
- Bir ülkede yer alan bir endüstrinin küresel piyasada rekabet edebilirliğini **destekleyecek olan yan endüstrilerinin olması**,
- Firmaların stratejileri, endüstriyel yapı ve birbirleri arasındaki **rekabet durumu**.

Bu analizler firmaların nasıl kurulduğu, nasıl organize olduğu ve nasıl yönetildiğinin tespit edilmesini sağlar. Rekabetin yapısı aynı zamanda ulusların ve endüstrilerin rekabet üstünlüğünü de etkiler (Porter,1990:78). Porter yukarıda sıraladığı rekabet gücünü doğrudan etkileyen faktörlerin dışında “devlet” ve “şans” faktörlerini de modele eklemiştir.

Porter, ülkenin kendisinden kaynaklanan bu dört unsurun ve diğer iki faktörün bir firmanın kalıcı ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı kazanmasında temel rol oynayan unsurlar olduğunu belirtmiştir. Porter’ın ortaya attığı teoride doğal kaynak, sermaye ve

işgücü avantajları tek tek ele alınmayıp, rekabet avantajı yaratan tüm faktörler ele alınmıştır. Diğer bir ifadeyle, yeni ürün, teknolojik farklılıklar, ölçek ekonomileri ve piyasa yapıları hep birlikte rekabet gücünü yaratan birer unsur olarak ele alınmıştır. Bu yeni yaklaşımda, ürünün dizaynı ve teknolojisi de, faktör avantajı ve ölçek ekonomileri kadar önemli unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır. Rekabet stratejisinin özünde, firmanın rekabet ettiği diğer firmaların farklı aktivitelerde bulunması yatar. Kısaca, rekabet stratejisi farklı olmak demektir (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:114).



Şekil 2. Ulusal rekabetçi üstünlüğün belirleyicileri (Porter, 1990:5)

Uluslararası pazarlarda başarı elde eden endüstrileri ve bu endüstrileri oluşturan firmaların stratejilerini inceleyen Porter, söz konusu firmaların değişmez tek ortak yönlerinin “yenilik yapabilme ve kalite yükseltebilme yeteneği” olduğu sonucuna varmıştır. Rekabetçi avantaj elde etmeyi sağlayan bu yeteneği sürdürmek, sahip olabilmek kadar önemlidir; bu da ancak sürekli gelişim ve iyileştirme ile mümkün olabilir çünkü hemen her yenilik başkaları tarafından kopya edilebilir. Porter, rekabetçi avantaja sahip endüstrilerin ve firmaların sahip olduğu bu yeteneklerin kaynağını ise “Ulusal Avantaj

Elması” adını verdiği ve Şekil 2’ de gösterilen ulusun dört temel özelliğine bağlamaktır. Dolayısıyla Porter’in rekabet gücü anlayışında firmanın içinde bulunduğu ülkenin özel bir önemi vardır. Grant’ın da ifade ettiği üzere “firmalar dışa açılmadan önce yerel çevrede gelişip büyümekte ve bu yerel çevre/ülke, firma kimliğinin şekillenmesinde, firma stratejisinin oluşturulmasında anahtar rol oynamakla birlikte firmaya sağlanan kaynakların kalitesinin belirlenmesinde sürekli bir etkiye sahiptir” (Gökmenoğlu ve ark, 2012:11). Porter’in Elmas Modelini oluşturan ve bir ulusun dört temel özelliğine atıf yapan “Ulusal Avantaj Elması” aşağıda daha detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

1.1.3.1 Faktör Koşulları

Uluslararası alanda rekabet gününe sahip olmak isteyen ülkeler işgücü, sermaye, doğal kaynaklar ve altyapı gibi faktörleri avantaj yaratmak için kullanırlar. Örneğin; niteliksiz işgücünün yoğun olduğu ülkelerde, ülkeler uluslararası arena da rekabet edebileceği ürünler ile, yani emek yoğun ürünler ile piyasa da yer bulabilmektedirler. Kısacası her ülke faktör koşullarının belirlediği alanlarda rekabet edebilmektedir.

Faktör koşullarını şu alt gruplara ayırmak mümkündür (Erkan ve Erkan,2004:358):

- Beşeri kaynaklar; işgücünün sayısı ve niteliği
- Fiziki kaynaklar; arazi, su, iklim, hammadde, enerji, miktar ve kalitesi
- Bilgi kaynakları; mal ve hizmetlere ilişkin bilimsel ve teknik bilgi, piyasa bilgisi.
- Sermaye kaynakları; yatırımların miktar ve maliyetleri ile sermaye piyasası

- Altyapı; çeşit ve kalite olarak ulaşım, iletişim, haberleşme, taşıma, fon transferi sistemi, konut, sağlık, eğitim ve kültür kurumları.

Bu unsurların rekabet avantajı yaratabilmesi için verimliliği artırıcı olarak devreye girmesi gereklidir.

1.1.3.2 Talep Koşulları

Elmas modelinin ikinci köşegeni olan talep koşulları, iç ve dış talep, potansiyel pazarlar, talebin niteliği, yoğunluğu ve alıcının seçiciliğini kapsamaktadır.

Porter, ulusların rekabet üstünlüklerinde, firmaların ürettikleri ürüne veya hizmete olan yerel talebin güçlü ve bilinçli olmasının öneminden yola çıkarak talep şartları faktörüne de vurgu yapmıştır; ve ilk olarak satıcının alıcıların ne almak istediklerini anlamalarına katkı sunar. Daha sonra ise firmanın müşterilerin beklentilerinde meydana gelebilecek değişimleri erken fark ederek buna uluslararası rakiplerinden daha önce cevap verebilmesi fırsatı sunar. Yerel alıcıların bilinçlilik düzeyi arttıkça, onların taleplerine yeterince cevap verebilen bir firmanın uluslararası ortamda rekabet gücü kazanma şansı da yükselecektir. Porter'ın verdiği örnekte olduğu gibi, küçük Japon evlerine büyük ve sesli çalışan klimaların uymayacağından hareketle Japon tüketicileri, üreticilerden daha tasarruflu, küçük ve hafif klima talep etmişlerdir. Bunun sonucunda Japon firmaları minimal tasarıma sahip klima sistemlerinde dünya piyasasını domine etmektedir (Koç ve Özbozkurt,2014:88).

1.1.3.3 İlgili ve Destekleyici Endüstriler

İlgili endüstriler, firmaların rekabetçilik içerisinde ve değer zinciri çerçevesinde bir arada bulunmaları ve bir malın üretim sürecinin belirli aşamalarında yer almalarıyla şekillenmektedir. Üretim faaliyetlerinin paylaşımı kapsamında; teknolojinin

geliştirilmesinde, üretimin yapılmasında, dağıtımın gerçekleşmesinde, pazarlamada ve satış sonrası hizmetlerde farklı firmaların faaliyetlerde bulunmaları söz konusudur. Ülkedeki herhangi bir endüstrinin, ara malı üreticisinin çok sayıda olması ve bunların rekabet içerisinde olmaları, söz konusu malları kullanan firmalara etkin üretim koşullarında girdi sağlayacaktır. Destekleyici endüstriler bakımından rekabetçi avantajlara bakıldığında, bir firmanın maliyeti yüksek olan girdileri hızlı ve öncelikli olarak kendi ülkesindeki destekleyici endüstriden temin edebilmesi bir avantaj olarak gösterilir (Arıç,2013:92-93).

1.1.3.4 Firma Yapısı, Stratejisi ve Rekabet

Uluslararası rekabet avantajı yaratmada dördüncü belirleyen, firma faaliyetinin gerçekleştirildiği sektörün yapısal özellikleri ile rekabet durumu ve buna uygun olarak firmanın belirleyeceği stratejiye bağlıdır. Firma stratejisinin belirlediği yönetim ve koordinasyon stili, küresel rekabet için belirleyici olmaktadır. Örgüt kültürü, yakalanan ulusal prestij imajı küresel rekabet için önemli olmaktadır (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:119). Bu belirleyicilerin dışında firmaların yerel rekabet ortamı ve kültürü önemli bir unsurdur. Yerel rekabet ortamında firmaların fiyatları aşağı çekmesi, kaliteyi artırması ve yeni ürünler üretip sürekli bir gelişim sürecine girmesi ile birbirini zorlayacaklardır. Bu süreci teknoloji ile destekleyen firmalar piyasada rekabet avantajı elde edeceklerdir.

1.1.3.5 Devletin Rolü

Kamunun üzerine düşen görevler ise; geliştirilmiş standartlar ile işletmelerin performanslarını yükseltmek için cesaretlendirmek, talep görece ürünlerin önceden tespit

edip modellemek, özelleştirilmiş girdi üretimine odaklanmak, bölgesel rekabeti engellemeyecek doğrudan birliktelikleri(tekelleşme) kısıtlandırmaktır (Karahana,2014:29).

Devletin rolü ve şans faktörleri de bu dört ana unsuru destekler nitelikte düşünülmektedir. Porter bir sektörün uluslararası rekabet gücünün gelişiminde devletin rolünün önemli fakat dolaylı olduğunu söylemektedir. Porter'a göre devletin yapması gereken rekabetçi avantajı yaratmaya çalışmak değil, yukarıda açıklanan ve elmas modelinin dört ana birleşimini oluşturan ana unsurlar çerçevesinde sektörü desteklemektir. Devletin bir piyasa tarafı veya piyasa yönlendiricisi olarak devreye girmesi firmaların küresel rekabet şansını etkiler. Gerek fırsatlar, gerekse devlet politikaları sistem içinde, yine karşılıklı etkileşim şeklinde, küresel rekabetin belirlenmesinde etkin olur (Aktan ve Vural,2004:62).

1.1.3.6 Şans

Şans faktörü, dış etmenler sonucu meydana gelen olayların(savaş veya doğal afet) firmaların veya endüstrilerin rekabetçi koşullarının değişmesine neden olmasını ifade etmektedir. Bu değişimler firmanın rekabetçi konumunun ortadan kalkmasına veya firmaların yeni duruma uyum sağlayacak avantajların farklı alanlarda elde edilmesine yol açabilmektedir (Porter,1998:124).

Bu belirleyici unsurların karşılıklı etkileşimi, sistem içinde kendi kendini besleyen bir iç dinamiğe dönüşür ve karşılıklı etkileşim, yenilikler yoluyla bir üst düzeye taşınırken, coğrafik yoğunlaşmalar, kümelenmeler oluşturur (Erkan ve Erkan,2004:10). Bu kümelenmeler bölgesel/ülkenin verimliliğini ve dolayısıyla rekabet gücünü artırır.

Bu bölümde ele aldığımız rekabet kavramı geçmişten günümüze incelenmiştir. Buna göre verimlilik ile özdeşleşen rekabet gücünün A. Smith'ten Porter'a farklı belirleyicileri

olmuştur. A. Smith'in ileri sürdüğü mutlak üstünlükler teorisinde faktör verimliliği ile sağlanan rekabet gücü, doğal ve kazanılmış üstünlükler ile elde edilirken; Porter'ın rekabetçi üstünlükler teorisine göre ise; bir ülkenin nitelikli işgücünü artırarak, teknolojisini geliştirerek, maliyetlerini azaltarak verimliliği artırmak, böylelikle ülke nüfusunun gelir ve refah seviyesini yükseltmek mümkündür.



2. BÖLÜM

REKABET GÜCÜ GÖSTERGELERİ

Her dönemde içinde bulunulan koşullara göre farklı belirleyicileri olan rekabet gücünün, yine her dönemde geçerliliği olan tanımına göre rekabet, piyasada rakiplerine göre daha avantajlı konumda olmayı ifade eder. Birinci bölümde ele aldığımız rekabet kavramının tanımı, önemi ve teorileri üzerinde durularak piyasada avantajlı olabilmenin verimlilik ile sağlanabildiği sonucuna varılmıştır. Fakat bu avantajı ölçmek için kullanılan göstergelerin ise geçmişten günümüze farklılık gösterdiği görülmektedir. İkinci bölümde farklı olan bu rekabet gücü göstergeleri ele alınacaktır. İlk olarak, rekabet gücü ile ilgili teorik ve ampirik çalışmaları ele alarak kullanılan rekabet gücü göstergeleri incelenmektedir. Sonrasında kullanılan bu göstergeler detaylı olarak analiz edilmekte ve günümüzde daha kapsayıcı ve karışık hale gelen küresel değer zinciri çerçevesinde parçalı üretim yapısı incelenecektir.

2.1. Teorik ve Ampirik Çalışmalar

Rekabet gücünün tanımı kadar ölçülmesi de büyük tartışmalara neden olmuş ve tek bir ölçüt üzerinde görüş birliği sağlanamamıştır. Bazı iktisatçılar rekabet gücü göstergesi olarak ihracatı baz alırken bazıları verimlilik ya da yaratılan katma değer üzerinde durmuşlardır. Bu konuyla ilgili literatürde çok sayıda çalışma yer almaktadır. Bu bölümde, rekabet gücü göstergeleriyle ilgili yapılan bazı çalışmaların bir taraması yapılmaktadır.

Çivi ve arkadaşları (2008); uluslararası rekabet gücü için alternatif farklı kavramsallaştırmaları değerlendirmiş ve ulusal rekabet gücünün belirlenmesi için geliştirilen çeşitli yaklaşımlar üzerinde durmuşlardır. Ulaştıkları sonuca göre ekonomistlerin ülkelerarası rekabet gücü karşılaştırmalarında genellikle iki göstergeden

hareket ettiği kabul edilebilir. Birincisi, toplam faktör verimliliğidir. Buna göre toplam faktör verimliliği yüksek olan ülkelerin/bölgelerin uzun dönemde yaşam standartları daha yüksek olacaktır. Rekabet gücü toplam faktör verimliliğini arttırabilme yeteneği biçiminde tanımlanmaktadır. İkinci bir gösterge ise; satın alma gücü paritesine göre hesaplanmış kişi başına ulusal gelir artışlarıdır.

Bedir (2012), uluslararası rekabet gücünü kavramsal olarak ayrıntılarıyla incelemiş ve “açıklanmış kalite elastikiyeti” metodolojisini kullanarak, Türkiye imalat sanayii endüstrilerinin uluslararası rekabet etme biçimleri üzerinde durmuştur. Sektörlerin rekabet etme biçimlerini kaliteye dayalı, orta düzeyde kaliteye dayalı ve fiyata dayalı rekabet eden endüstriler olmak üzere üç gruba ayırmıştır. Türkiye'nin imalat sanayi dış ticaretinde önde gelen ilk 30 ülke ve 1995-2005 dönemi analiz edilmiş ve uygulanacak politikaların endüstrilerin rekabet etme biçimine uygun olarak farklılaşmasının daha yararlı olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Altay ve Gürpınar (2008), uluslararası rekabet gücünün artan öneminden hareketle, Türkiye'deki endüstrilerin, AB(15) pazarındaki rekabet gücünü belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada; ihracat benzerlik, Ballassa ve Vollrath endeksleri 1995-2007 dönemi için hesaplanmış ve Türkiye'nin, emek yoğun ve hammadde yoğun endüstrilerde rekabet gücüne sahip olduğu; AB dışı rakiplere karşı ise daha yüksek bir rekabet gücüne sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kösekahyaoğlu ve Özdamar (2011), dünyanın en hızlı büyüyen Çin, Hindistan ve Türkiye ekonomilerinin rekabet gücünü analiz ederek karşılaştırma yoluna gitmiştir. Bu üç ülkenin 1990-2009 yılları dikkate alınarak 5 farklı mal grubu(hammadde, işgücü ve sermaye yoğun mallar, kolayca ve zor taklit edilen mallar) için incelenmiştir. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler, ihracat uzmanlık endeksi ve karşılaştırmalı ihracat performansı

endeksi gibi rekabet ölçütleri çerçevesinde elde edilen bulgulara göre; Üç ülkenin de emek yoğun mallarda rekabet gücüne sahip olmakla birlikte Hindistan'da son dönemlerde sermaye yoğun malların öne çıktığı görülmektedir.

Şimşek ve Sadat (2009), Türkiye'nin ECO(Ekonomik İşbirliği Örgütü) pazarındaki rekabet gücünü analiz etmektedir. 1997-2005 dönemi baz alınarak, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmeye yönelik geleneksel Ballassa endeksi ile Vollrath endeksleri hesaplanarak, endekslerin tutarlılığı ve istikrarlılığı test edilmiştir. Bulgular Türkiye'nin genellikle emek yoğun endüstrilerde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe (AKÜ) sahip olduğuna, hammadde yoğun endüstrilerde ise herhangi bir üstünlüğe sahip olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Yapraklı (2011)'de, Türkiye'de imalat sanayi sektörünün uluslararası rekabet gücü ile bir takım makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki incelenmiştir. 1980-2010 dönemine ait veriler kullanılarak, AKÜ endeksi yardımıyla uluslararası rekabet gücü düzeyi ile işgücü maliyeti, reel döviz kuru, GSYİH ve dışa açıklık arasındaki ilişki test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, kısa ve uzun dönemde uluslararası rekabet gücünün GSYİH ve dışa açıklık ile pozitif, işgücü maliyeti ve reel döviz kuru değişkenlerinden negatif olarak etkilendiği tespit edilmiştir.

Vergil ve Yıldırım (2006)'da, Türkiye'nin AB piyasalarındaki rekabet gücünü ölçmek amacıyla 1993-2002 yılları için 215 ihracat sektörünün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksleri hesaplanmıştır. Türkiye'nin AB piyasasındaki rekabet gücünün gümrük birliğinin etkisiyle hangi şekilde değiştiği incelenmiştir. Rekabet gücünün yapılan çalışmalar sonucunda Türkiye gümrük birliğine dahil olduktan sonra ileri teknoloji mallarında ve taklidi zor araştırma yoğun mallarda olumlu yönde; sermaye yoğun ve ara teknoloji mallarda olumsuz yönde etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Düzgün (2007)'de, Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü göstergeleri bakımından çoğunluğunu AB ülkelerinin oluşturduğu 2 ülke grubu karşısındaki görel durumu belirlenmeye çalışılmıştır. Eğitim, ekonomik ve teknolojik altyapı, iş ve çalışma ortamı göstergeleri, makroekonomik performans göstergeleri ve rekabetin çıktıları olmak üzere toplam kırkaltı rekabet gücü göstergesi beş grupta toplanarak; istatistiksel düzenlilikler her bir grup için önce ayrı ayrı sonra tüm değişkenler için araştırılmıştır. Yapılan karşılaştırmalı analizlerde, pek çok gösterge bakımından Türkiye'nin diğer ülkelerin gerisinde olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir.

Adıgüzel (2013), Türkiye'nin rekabet gücünü makro konsept bağlamında Dünya Ekonomik Forumu (WEF) ve Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) verileri kapsamında değerlendirmiş, mikro ölçüm konseptinde ise açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yöntemi kullanılarak 2000-2012 dönemi için Türkiye imalat sanayinin rekabet gücü incelenmiştir. Makro içerikli ölçümlerde; temel rekabet alanlarının her birinin altında yer alan alt kategorilerde görel olarak güçlü ve zayıf rekabetçilik faktörleri olduğu ileri sürülmüştür. Örneğin finans sektöründe kötü bir performans sergilenirken, bankacılık sektörü güçlü bir performans göstermiştir. Mikro bazlı ölçümlerde ise, Türkiye'nin emek yoğun sektörlerde rekabet üstünlüğü olduğu, teknoloji ve bilgi yoğun sektörlerde rekabet gücünün zayıf olduğu ortaya konmuştur. Türkiye imalat sanayinin sermaye malları, ara malları ve tüketim malları bağlamında rekabet gücü değerlendirmesinde Türkiye'nin tüketim mallarında rekabet gücüne sahip olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir.

Van Ark ve diğerleri (2008); Çin ve Hindistan'ın imalat sanayi sektöründeki rekabet düzeyini belirlemek için verimlilik ve birim işgücü maliyeti karşılaştırmasına odaklanır. Ağırlıklı olarak emek yoğun üretim gerçekleştiren bu iki ülke için rekabetin

belirleyicisinin yine emek olduğu görülmüştür. Çalışmada, endüstri düzeyinde yapılan analizlerde 1990 ve 2000'lerin ortalarına kadar alınan zaman diliminde verimlilik, işçi ücretleri ve birim işgücü maliyeti verileri kullanılarak karşılaştırma yapılmıştır. Yapılan analizler sonucu Çin ve Hindistan'da verimlilik düzeylerinin arttığını fakat bunun biraz yüksek bir ücret çerçevesinde gerçekleştiği görülmektedir. Ayrıca, üretimdeki birim işgücü maliyetleri açısından karşılaştırılacak olursak Çin, Hindistan'a göre daha dezavantajlıdır.

Timmer ve diğerleri (2012), Küreselleşmenin bir sonucu olarak parçalanmış üretim ile değişen rekabet koşullarını ele alarak yeni bir gösterge literatüre kazandırmayı amaçlamıştır. Küresel değer zinciri olarak adlandırılan bu göstergenin ölçümü, bir nihai ürünün değerini o ürünün üretim sürecine dahil olan her bir ülkenin kattığı katma değeri ayırtıran standart bir metodolojiye dayanmaktadır. Leontief'in girdi-çıkıtı modelinin kullanıldığı çalışma 1995-2008 dönemini kapsamaktadır. Dünya girdi-çıkıtı veritabanındaki (WIOD) veriler kullanılarak yapılan analizler sonucunda; gelişmiş ülkelerin KDZ gelirindeki payının azaldığı, 2002 yılından bu yana gelişmekte olan ülkelerin ise payının arttığı, fakat bu durumun Avrupa'nın rekabet gücünü değiştirmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Deiaco (2004)'te, İsveç endüstrisi tarafından yaratılan katma değer analizi yapılmıştır. Analizde yeni veritabanına dayalı ulusal girdi-çıkıtı tabloları, ikili uluslararası ticaret istatistikleri ve üretim faktörleri gereksinim verilerini birleştiren dünya girdi-çıkıtı veritabanı kullanılmıştır. Son dönemlerde Timmer ve arkadaşları(2013) tarafından önerilen küresel değer zinciri yaklaşımı ile gelir ve istihdam kullanılarak hesaplanacak katma değer yardımıyla rekabet gücü ölçülmektedir. Yapılan analizler sonucunda Deiaco, İsveç'in KDZ geliri içinde yüksek vasıflı işgücünün payının arttığı ve düşük vasıflı istihdamın azaldığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca çalışmada, İsveç endüstrilerinde ar-ge, tasarım, makine ve ulaşım araçları üretiminde artışların gerçekleştiği, gıda ürünleri ve diğer dayanıksız

tüketim mallarının üretiminde düşüşlerin meydana geldiği ve istihdamın ağırlıklı olarak hizmet sektöründe yoğunlaştığı ifade edilmiştir.

Rybakovas(2009), Litvanya imalat sanayinin rekabet analizini yapmaktadır. Araştırmada Eurostat ve Litvanya istatistiki veritabanları tarafından sağlanan veriler kullanılmıştır. 2004-2007 dönemini kapsayan çalışmada, Avrupa Birliği ülkelerinin imalat sanayisinin belli dallarında görece rekabet avantajını gösteren endeksler ve diğer göstergeler hesaplanmıştır. Ayrıca tüm AB ülkelerinin göstergeleri ile karşılaştırma yapılmıştır. Makale de imalat sanayinin rekabet gücü ve en rekabetçi sektörü verimlilik ile ölçülmeye çalışılmıştır. Katma değer ile ölçülen verimlilik, endüstrilerin karlılığını ve ücret düzeyini temsil eder. Yapılan ölçümler sonucundan Litvanya imalat sanayi ile Avrupa Birliği üyelerinin verimlilik oranları karşılaştırılmış ve Litvanya'nın çok düşük verimlilik düzeyine sahip; en rekabetçi sektörlerinin de giyim, ağaç ürünleri ve mobilya sektörü olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.2. Rekabet Gücü Göstergeleri

İkinci bölümde ilk olarak ele alınan literatürde kullanılan rekabet gücü göstergeleri, bu kısımda geleneksel rekabet gücü göstergeleri ve yeni bir gösterge olarak kabul edilen küresel rekabetçilik endeksi olmak üzere iki başlık altında toplanacaktır. Geleneksel rekabet gücü; ticari performans ve piyasa payı göstergeleri yani ihracata dayalı rekabet ölçüsü ve fiyat rekabeti göstergeleri olarak incelenmektedir. Ayrıca Dünya Ekonomi Forumu tarafından hazırlanan küresel rekabetçilik endeksinin 9 bileşeni kısaca özetlenmiştir.

2.2.1. Geleneksel Rekabet gücü göstergeleri

A. Ticari Performans ve Piyasa Payı Göstergeleri

a. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler(AKÜ)

Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi, rekabet gücünü ölçmek için kullanılan en yaygın endekslerden biridir. Balassa'ya göre; karşılaştırmalı üstünlüğe ihracat verileri incelenerek ulaşılır ve bu şekilde ülkenin ilgili mal ve endüstride karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmadığı ortaya konmaya çalışılır. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) endeksi genellikle rekabete konu olan malın ülkenin ihracatı içindeki payının dünya toplam ticareti içindeki payına oranıyla elde edilir (Altay ve Gürpınar, 2008:262-263):

$$AKÜ_{ij} = (X_{ij} / X_j) / (X_{id} / X_d)$$

Burada x ihracatı, i rekabete konu olan malı, j rekabete konu olan ülkeyi, d dünya ihracatını göstermektedir.

X_{ij} = i malının j ülkesindeki ihracatı

X_j = j ülkesinin toplam ihracatı

X_{id} = i malının dünyadaki ihracatı

X_d = dünya toplam ihracatı

$AKÜ > 1$ ise j ülkesinin i malında karşılaştırmalı üstünlüğü vardır. $AKÜ < 1$ durumunda ise karşılaştırmalı üstünlükten söz edilemez. Ülke bu durumda i malı üretimi yerine karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu başka bir ürünün üretimine yönelmelidir. $AKÜ$ endeksi değerinin yüksek çıkması ülkenin rekabet üstünlüğünün yüksek olduğunu gösterir. Değer ne kadar artarsa rekabet gücünde o kadar yüksek olur.

Çalışmamızda, seçtiğimiz ülkelerin ve Türkiye'deki sektörlerin rekabet gücünü ölçmek için bu endeksten yararlanılacaktır.

b. İhracat Uzmanlık Endeksi (İÜİ)

Balassa'dan türetilen ve rekabet gücünün ölçülmesinde ülkelerin kendi aralarında kıyaslanmasına olanak sağlayan endeks, göreceli piyasa payına odaklanır ve iki göreceli piyasa arasındaki oranı ifade eder. Verileri mevcut bir ürün grubunun bir ülke ihracatı içindeki payı, bir başka ülkenin benzer alandaki payı ile kıyaslanabilir (Kösekahyaoğlu ve Özdamar, 2011:33)

$$\dot{I}U\dot{I}_{irj} = \ln [(X_{i,j}) / (\sum X_{i,t}) / [(X_{r,j}) / (\sum X_{r,t})]]$$

Bu eşitlikte yer alan $\dot{I}U\dot{I}_{irj}$, i ülkesinin rakip ülke karşısında j mal grubundaki ihracat uzmanlık endeksi katsayısını; $X_{i,j}$, i ülkesinin j mal grubundaki ihracatını; $X_{i,t}$, i ülkesinin toplam ihracatını; $X_{r,j}$, rakip ülkenin j mal grubundaki ihracatını; $X_{r,t}$, rakip ülkenin toplam ihracatını göstermektedir. Bu endeks ile bir mal grubunda iki ya da daha fazla ülkenin aynı ülke/ bölge ya da tüm dünya ile olan dış ticaretlerinde karşılaştırmalı üstünlük sahibi olup olmadıklarının belirlenmesi mümkündür. İndeksin pozitif(negatif) değer alması, ele alınan ülkenin rakip ülke karşısında rekabet gücünün yüksek(düşük) olduğu anlamına gelmektedir (Kösekahyaoğlu ve Özdamar, 2011:33).

c. Dış Ticaret Dengesi ve İhracatın İthalatı Karşılama Oranı

Bir ülkenin uluslararası rekabet gücü göstergelerinden bir diğeri de ihracat-ithalat farkından oluşan dış ticaret dengesidir. Bir başka gösterge ise yaygın olarak

kullanılan ihracatın ithalatı karşılama oranıdır. Ancak bu iki gösterge birbirine alternatif olmaktan ziyade, tamamlayıcı göstergeler olarak ele alınmalıdır. Nitekim birinde iyileşme olurken diğerinde bozulma olması matematiksel olarak her zaman mümkündür. (Çıplak, 2007:105)

$$XMR_i = X_i/M_i * 100$$

$$XMR = \text{İhracat/ ithalat}$$

$$X_i = i \text{ sektördeki toplam ihracat}$$

$$M_i = i \text{ sektördeki toplam ithalat}$$

d. Uluslararası Rekabete Maruz Kalma Düzeyi(EXP)

Yurtiçi talebin içinde ithalatın payını ve o sektörün ihracata yönelme düzeyini gösteren bir değişkendir. Bu gösterge, sektörlerin hangi oranlarda yurt dışındaki rakipleri ile karşılaştıklarını göstermektedir. İhracat/üretim ile yurt dışındaki rakipler ile yurt dışında karşılaşma oranını, ithalat nüfuz oranı da yurt içinde yabancı rakiplerle iç pazarı paylaşma oranlarından oluşmaktadır (Demir, 2002:232).

$$EXP = X/Y + (1-X/Y)*(M/D) = \dot{I}O + (1-\dot{I}O)*INO$$

Denklemden $\dot{I}O$ ihracat oranını, X ihracat, Y üretim, M ithalat, D talebi göstermektedir. EXP oranı arttıkça uluslararası rekabete karşı açıklık da artmaktadır (Çıplak, 2007:106).

e. İhracat Benzerliği Endeksi (Finger- Kreinin Endeksi)

Finger-Kreinin tarafından geliştirilen bu endeks, rakip ülkelerin hangileri olduğunun belirlenmesi için ihracat benzerlik endeksi kullanılmıştır. İhracat benzerlik endeksi, uluslararası iktisatta iki ülkenin ya da ülke grubunun ihracatlarının benzerliğini belirlemek için kullanılan bir ölçüttür. Bu endeks yolu ile iki ülke veya ülke grubu arasındaki ihracatın benzerliğinin zaman içindeki değişimi gözlenebilir. Endeks şu şekilde tanımlanır (Gürpınar ve Barca,2007:44):

$$S(ab,c) = \left\{ \sum_i \min[Xi(ac)Xi(bc)] \right\} * 100$$

Söz konusu formülde s(ab, c), (i) malı ihracatının üçüncü ülke (c) piyasasında, a ve b ülkelerinin ihracatının benzerliğini göstermektedir. Xi (ac) ve Xi (bc) sırasıyla; a ülkesinin c ülkesine gerçekleştirdiği ihracat içindeki (i) malı ihracatının payını ve b ülkesinin c ülkesine gerçekleştirdiği ihracat içinde (i) malı ihracatının payını göstermektedir. Endeks değerinin 100'e yaklaşması, iki ülke ihracat yapılarının giderek benzeştiğini gösterirken, 0'a yaklaşan indeks değeri de iki ülke arasında ihracat benzerliğinin giderek azaldığını göstermektedir (Aynagöz Çakmak,2006:87).

B. Fiyat Rekabetine İlişkin Göstergeler

a. Reel Döviz Kuru

Uluslararası rekabeti ölçmek için önerilen en yaygın araç olan reel döviz kuru, kavramsal olarak, ticarete konu olan ve olmayan malların görelî fiyatı şeklinde tanımlanmaktadır. Döviz kuru, bir ulusal para ile yabancı para arasındaki değişim oranı biçiminde tanımlanabilir. Nominal kurların dış enflasyon oranı ile yurtiçi enflasyon oranına göre düzeltilmesinden elde edilen kur reel döviz kurudur (Seyidoğlu, 2009:364).

RDK olarak kısaltılan reel döviz kuru şu şekilde formüle edilir:

$$RDK = \frac{P^T}{P^{NT}} = \frac{eP^{T*}}{P^N}$$

P^T = Dış ticarete konu malların ülke içindeki fiyatı

P^{NT} = Dış ticarete konu olmayan malların fiyatı

P^{T*} = Dış ticarete konu olan malların dünya fiyatı

P^N = Dış ticarete konu olmayan malların dünya fiyatı

e = Düzeltilmiş nominal döviz kuru

Uluslararası rekabeti ölçmek için kullanılan yaygın bir araç olan reel döviz kuru, kavramsal olarak ticarete konu olan ve olmayan malların göreceli fiyatıdır. Ticarete konu olan malların üretim maliyeti ülkeler arasında farklılıklar gösterir. Bunun sebebi bu malların üretimi için kullanılan ticarete konu olmayan girdilerin fiyatlarındaki farklılıklar ve belli miktarda ticarete konu olan girdilerin fiyatlarındaki farklılıklardır. Ticarete konu olmayan girdilerin maliyetlerindeki göreceli bir artış üretim maliyetlerinde artışa, reel döviz kurunun değerlenmesine ve dolayısıyla rekabet gücünde azalmaya sebep olur. Diğer bir anlatımla ticarete konu malların yurtiçi üretim maliyetinin göreceli bir şekilde artışı, göreceli fiyatları yükseltmekte yani reel kurunun değer kazanmasına sebep olmaktadır. Buna göre koşulların değişmediği varsayımına göre, ticarete konu malların yurtiçi üretimi göreceli olarak verimsizleşerek ülkenin rekabet gücünü azaltmaktadır. Karışık rekabet yapısı içerisinde tek para birimi için hesaplanmış reel döviz kurunun rekabeti kısıtlı ölçüde yansıtması nedeniyle birden fazla döviz kurundaki hareketin, göreceli fiyatlarla deflate edilerek hesaplanan reel döviz kuru önerilmektedir (Kotan, 2002, s.2)

b. Nispi Pozisyon

Uluslararası rekabet gücündeki değişimi ölçmede kullanılan diğer bir fiyat göstergesi, nispi pozisyon endeksidir. Nispi pozisyon hesaplaması reel kur hesaplamasına benzemekle beraber, bazı farklılıklar göstermektedir. Reel kur hesaplamalarında yurtiçi ve yurtdışı görelî fiyatlar göz önüne alınırken, görelî pozisyona dayalı rekabet gücü analizinde, endeksin hesaplanacağı her ülke için kendi nominal döviz kuru ve yurtiçi fiyat endeksindeki değişim dikkate alınmaktadır. Hesaplama sonucunda, her bir ülke açısından ortak bir para biriminin(1 ABD dolarının) satın alma gücündeki reel gelişme ortaya konmaktadır (Eşiyok,2010:24):

$$SG_{nt} = \frac{Ent}{Pnt}$$

SG: 1 ABD dolarının satın alma gücü

E: 1 ABD doları karşılığı yerli para birimi

P: fiyat endeksi

n: Ülkeler

t: yıllar ¹

Analize konu olan ülkelerin dolar/fiyat endekslerinin, nispi pozisyonu incelenen ülkenin dolar/fiyat endeksi ile deflate edilmesi sonucu rekabet gücü endeksine ulaşılmaktadır. Endeks değerinin 100'ün üzerinde çıkması nispi pozisyonu incelenen

¹Zafer Yükseler'in 2005 yılında yayınlanan rekabet gücünün gelişimi(1997-2004) adlı çalışmasından hareketle yazılmıştır.

ülkenin rekabet gücünün düştüğünü, tersi durumda ise yükseldiğini göstermektedir (Eşiyok, 2010:24).

c. Birim Ücret

İşgücü maliyetindeki değişim, sermaye maliyeti ile birlikte, firmaların uluslararası piyasalardaki rekabet güçleri açısından önemli bir unsur olmaktadır. Dünya mal fiyatları veri alındığında, girdi maliyetlerindeki değişim rakip üreticilere karşı görece bir kazanım veya kayba yol açar (Çıplak, 2007:19). Birim işgücü maliyeti(ULG), en genel haliyle, bir birim çıktı üretmek için gereken işgücü girdisinin maliyeti olarak tanımlanmaktadır. Çalışılan saat başına işgücü ödemelerinin çalışılan saat başına işgücü reel verimliliğine oranlanmasıyla hesaplanmaktadır (Çıplak,2007:20).

$$ULC = \frac{W}{PROD}$$

W, çalışılan saat nominal ücret, PROD ise çalışılan saat başına çıktı düzeyini göstermektedir.

Birim ücret endeksleri, maliyet rekabetine gösterge olması bakımından kullanılmaktadır. Bu endeks, gelişmiş ülkeler arasındaki rekabeti ölçmede kabul görürken, gelişmekte olan ülkeler için bazı sorunlar içermektedir. Öncelikle, ülkeler arasında üretimde kullanılan ara malı farklılaşmaktadır. Bunun yanında, verimlilik ve işgücü kullanım yoğunluğu değişiklik göstermektedir (Kotan, 2002:3).

d. İhracat kar marjı

Uluslararası ticarete emek yoğun malların ihraç edildiği durumlarda uluslararası rekabeti koruma açısından işgücü maliyetleri büyük önem taşımaktadır. Söz konusu malları ihraç eden ülkeler, rekabetlerini korumak için ya maliyetlerini azaltacak ya

da kârlarını kısacaklardır. Maliyetlerini azaltmak için iş gücü verimliliğini artırabilir ya da işçi ücretlerini azaltabilirler. İhracata konu olan malların üretiminde maliyet unsuru veri iken, kar oranlarındaki değişim rekabet güçlerindeki farklılaşmayı da göstermektedir. Bu amaçla, ihracat fiyatının ayrı para birimi cinsinden nominal birim işgücü maliyetine oranıyla bulunan ihracat kar marjı endeksi gösterge niteliğindedir. Ancak, hesaplanan endeks üzerinden yapılacak analiz sadece işgücü maliyetlerinin ihracat fiyatları üzerindeki rekabetçi etkisini ölçmektedir. Yani, hesaplanan endeks değeri sermaye ve teknolojik ilerlemelerin maliyeti azaltıcı ya da rekabeti artırıcı etkisini göz ardı etmektedir (Kotan, 2002:3).

2.2.2. Geleneksel Rekabet Göstergelerinin Dezavantajları

Geleneksel rekabet göstergeleri ihracat-ithalat ve fiyat temelinde oluşturulmaktadır. Rekabet gelişmelerini izlemek için dünya ihracat payı ana gösterge olarak kullanılmaktadır. Ancak dünya da parçalı üretimin artması ile bu göstergelere şüphe duyulmaya başlanmıştır. İhracat temelli rekabet gücü göstergeleri daha az bilgilendirici ve istatistiki olarak yetersiz bulunmaktadır.

Örnek verecek olursak, geleneksel olarak az sayıda ürün ihraç eden bir ülkede, katsayıların yüksek çıkması her zaman o ülkenin rekabet gücü olduğu anlamını taşımayabilir. İhracat teşviklerinin veya ithalat kısıtlamalarının olması durumunda da, katsayılar gerçekte olması gerekenden yüksek çıkabilir (Demir, 2002:231).

Ülkenin nominal döviz kurunun değer kaybı, uluslararası rekabette dış ödemeler durumunu belirleyen önemli faktör olarak görülmektedir. Ancak, reel kurlardaki değerlendirmeler nedeniyle, söz konusu hareketin etkileri açık değildir. Bunun yanında, ülkenin kronik enflasyon, işsizlik, istikrarsız büyüme gibi makroekonomik sorunları, dış

dengesizlik ve dünya ticaretinin mal kompozisyonunda gözlenen farklılaşma da rekabet gücündeki değişikliğin analizini zorlaştırmaktadır. Yüksek, kronik ve oldukça oynak enflasyon yaşayan ülkelerde, yayımlanan genel fiyat endekslerini kullanmak sektörel analiz için yetersiz kalmaktadır. Maliyet göstergeleri olarak kullanılan, işçi ücretleri ve sermaye maliyetleri ülkeden ülkeye büyük farklılıklar gösterdiği için karşılaştırma yapmayı zorlaştırır. Ayrıca, sermayenin işgücüne kıyasla ülkeler arası hareketliliğinin oldukça kısıtlı olması da ülkelerarası karşılaştırmayı zorlaştıran bir etkidir. Diğer bir alternatif olan ücretler ise verimliliği içermediği için yeterli bir gösterge olarak görülmemektedir. İhracat kar marjı endeksi üzerinden yapılacak analiz sadece iş gücü maliyetlerinin ihracat fiyatları üzerindeki rekabetçi etkisini ölçtüğü için, sermaye ve teknolojik ilerlemenin maliyeti azaltıcı ya da rekabeti artırıcı etkisini göz ardı etmektedir. Bu gibi nedenlerden dolayı yeni rekabet gücü göstergelerine ihtiyaç duyulmuştur (Kotan,2002:5-12).

2.2.3. Küresel Rekabetçilik Endeksi

Üretimin uluslararası alanlara taşınmasıyla birlikte güvenilirliğini kaybeden ihracat ve fiyat temelli rekabet gücü göstergeleri yerine yenileri ikame edilmeye çalışılmaktadır. Örneğin, her yıl yayınlanan ve dünya ekonomi forumu(WEF) tarafından hazırlanan küresel rekabet endeksleri daha çok kullanılmaya başlanmıştır. Bu endeksler ile rekabetçilik bir ülke de ekonomik refah ve yaşam standartlarını artırmak için gerekli olan koşullar tanımlanmaktadır. WEF rekabet gücünü belirlemek için üç endeks kullanmaktadır.

Bunlardan Jeffrey Sachs tarafından oluşturulan Büyüme Rekabetçilik Endeksi (Growth Competitiveness Index-GCI) sürdürülebilir ekonomik büyümeyi etkileyen ve sağlayan, genelde makro ekonomik ortamla ilgili göstergeleri kapsamaktadır. M.Porter

tarafından geliştirilen İş Ortamı Rekabet Gücü Endeksi (Business Competitiveness Index-BCI), genelde firmaların etkinliğini ve verimlilik göstergelerini mikro düzeyde ölçmeyi amaçlamaktadır. Global Rekabet Gücü Endeksi (Global Competitiveness Index-GCI), 2004 yılından itibaren diğer iki endeksin kombinasyonunu sağlamakta, verimliliğin belirleyicilerini irdelemektedir. Bunun en önemli nedeni rekabet gücünün mikro ve makro belirleyicilerinin yer alması ve bunların birlikte firmaların, endüstrilerin ve ülkelerin rekabet gücünü belirlemeleridir (Adıgüzel,2013:9).

Açıklanan Küresel Rekabet Endekslerinin her biri bir ülkenin verimlilik ve rekabeti açısından kritik veriler içeren üç alt endeksten oluşmaktadır. Üretim faktörleri odaklı ekonomiler için en temel gösterge olan birinci alt endeks, temel gereklilikler alt endeksidir ve ülkeleri “Kurumsal Yapı”, “Altyapı”, “Makroekonomik İstikrar”, “Sağlık ve Temel Eğitim” grupları açısından değerlendirmektedir. Verimlilik odaklı ekonomiler açısından kritik olan katmanları dikkate alan “Etkinlik Artırıcılar” olarak adlandırılan ikinci alt endeks “Yüksek Öğretim ve Hizmet içi Eğitim”, “Ürün Piyasalarının Etkinliği”, “Emek Piyasalarının Etkinliği”, “Finansal Piyasaların Gelişmişliği”, “Teknolojik Altyapı”, ve “Pazar Büyüklüğü ” bileşenlerini dikkate almaktadır. İnovasyon Faktörleri alt endeksi, özellikle inovasyon odaklı ekonomiler için önem taşıyan “İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi” ve “İnovasyon” bileşenlerinden oluşmaktadır.

1. Bileşen: Kurumsal yapı

Kurumsal yapı, bireylerin, firmaların ve kamunun bir ekonomi içinde gelir ve refah oluşturmak üzere ilişkide olduğu hukuksal ve yönetsel çerçevedir. İyi yapılanmış bir kurumsal ortam, içinde bulunduğumuz kriz döneminde daha çok ön plana çıkmış, devletin düzenleyici rolünü anımsatmıştır. Kurumsal yapının niteliği, yatırım kararlarını ve üretimin örgütlenmesini etkiler. Örneğin gayrimenkul sahipliği, hisse senetleri veya fikri mülkiyet

hakları konusunda, mülkiyet hakkı taşıyanların haklarını koruyan bir sistem olmazsa gelişme de gerçekleşmez. Bir ekonomide özel sektörün dürüst olduğu, yöneticilerin kamu yönetimiyle, diğer şirketlerle ve kamuoyu ile güçlü ahlaki uygulamalar bütünü içinde olmaları, ekonominin olumlu yönde hareket edebilmesi için önemlidir. Aşırı bürokrasi, hukuki düzenlemelerdeki aşırılıklar, yolsuzluk, kamu sözleşmelerinde dürüst olmayan bir ortam, şeffaf olmayan işleyiş ve güvensizlik ekonomide maliyet yaratan unsurlardır (Ülengil ve ark,2012:21).

2. Bileşen: Altyapı

Gelişen ve etkin bir altyapı, ekonomik faaliyetin seviyesini belirleyen önemli bir faktör olması nedeniyle ekonominin verimli işlemesi için kritik öneme sahiptir. İyi altyapı, bölgeler arasındaki mesafenin etkisini azaltır. Ulusal pazarı düşük maliyet ile birbirine bağlar ve diğer ülke ve bölgelerle ticareti kolaylaştırır. Ayrıca, altyapı ağlarının kalitesi ekonomik gelişmeyi önemli biçimde etkiler ve birçok açıdan gelir eşitsizliğini ve yoksulluğu azaltır. Verimli taşıma türleri, girişimcilerin, mallarını ve hizmetlerini güvenli ve zamanında almalarını sağlar, ayrıca çalışanların en uygun işlere yönelik hareketlerini kolaylaştırır. Geniş iletişim ağları bilgi akışının hızlı ve serbestçe gerçekleşmesini sağlar. Ekonomilerin iş dünyasının engelsiz şekilde çalışmasını sağlayacak olan kesintiden ve kıtlıktan uzak elektrik arzını temin etmesi de hayati önem taşımaktadır. Son olarak bütünleşik ve yaygın telekomünikasyon ağı iş dünyasına hızlı ve ucuz bilgi akışını sağlayarak sahip olunabilecek tüm bilginin elde edilmesini mümkün kılarak ekonomik etkinliği artıracaktır (Büyükkol ve Gök,2012:10).

3. Bileşen: Makroekonomik Ortam

Her ne kadar makroekonomik istikrarın tek başına var olması verimlilik artışını sağlamasa da genel kabul edilen gerçek istikrarsızlığın ekonomiye zarar verdiğidir. Bu bileşen makroekonomik çevre koşullarının istikrarını değerlendirir. Bu nedenle hükümetin kamu hesaplarını nasıl yönettiğini dikkate almaz. Kamu hesaplarının nasıl yönetildiğine ilişkin niceliksel durum kurumsal bileşen kaleminde inceleme altına alınmaktadır (Ülengil ve ark,2014:96).

4. Bileşen: Sağlık ve Eğitim

Sağlıklı bir işgücü, bir ülkenin rekabetçiliğinde ve üretkenliğinde önemli bir girdidir. Sağlık sorunları iş dünyasına maliyetler yükleyebilmektedir. Diğer yandan temel eğitim, çalışanların verimini artırmaktadır. Özellikle bu iki alana yapılacak kaynak aktarımı üzerinde yapılan kısıtlamaların önüne geçmek gerekir. Yaşanan kriz döneminde kamu yönetimlerinin bu alanlarda bütçe kısıtlamalarına gittiği izlenmektedir (Ülengil ve ark,2012:23).

Bugünün küreselleşen dünyası, değişen şartlara ve üretim sisteminin artan ihtiyaçlarına hızlı bir biçimde uyum sağlayan çalışanları gerekli kılmaktadır. Bu alt endekste, orta ve yükseköğretime kayıt oranları ile verilen eğitimin iş dünyası tarafından değerlendirilmesine yer verilmiştir. Birçok ülkede ihmal edilen sürdürülebilir mesleki eğitim de çalışanların niteliklerini artırma yönünden ayrıca bu endekste de göz önünde bulundurulmuştur (Duman ve ark,2015:6).

5. Bileşen: Ürün, Emek ve Finansal Piyasaların Etkinliği

Ürün piyasasının etkinliği; rekabet ve talep koşullarının niteliğini kapsamaktadır. Ürün piyasasının sağlıklı işlemesi, iç ve dış piyasalarda sağlıklı bir rekabet, pazar

etkinliğinin sağlanması ve piyasanın talepleri ile uyumlu bir yapının oluşturulması açısından önemlidir. İşgücü piyasasının etkinliği bileşeni; ücretlerin esnekliği ve işgücü kapasitesinin etkin biçimde kullanımı gibi faktörlerden oluşmaktadır. İşgücü piyasasının etkinliği, piyasanın esnekliği ve çalışanları en verimli oldukları alanlara sevk etmek açısından önemlidir. Finansal piyasanın gelişmişliği bileşeni ise; finansal piyasaların sağlıklı işlemesi, kaynakların politik kaygılarla belirlenen noktalar yerine en etkin alanlara yönlendirilmesini sağlayarak en yüksek beklenen getirinin elde edilmesini sağlamaktadır (Ovalı,2014:21).

6. Bileşen: Teknolojik Altyapı

Bugünün küreselleşen dünyasında firmalar için rekabet etmek ve zenginleşmek bakımından teknoloji artan biçimde öneme sahiptir. Teknolojik gelişmişlik üretkenliğini artırmak amacıyla hangi ekonomilerin yeni teknolojilere geçiş yaptığını ortaya koyar (Büyükkol ve Gök,2012:13).

7. Bileşen: Pazar Büyüklüğü

Büyük piyasalar firmaların ölçek ekonomisinden istifade etmesine izin verdiği için, piyasanın büyüklüğü üretkenliği etkiler. Küreselleşme çağında uluslararası piyasalar, özellikle de küçük ülkeler için, yerel piyasaların ikamesi haline gelmiştir. Piyasa büyüklüğünün ölçümünde hem iç hem de dış talebe yer verilmiş olup, böylece ihracat çeşitli ülkelerin ve coğrafi bölgelerin (Avrupa Birliği gibi) de hakkı teslim edilmiştir (Duman vd,2015:6).

8. Bileşen: İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi

İş dünyasının gelişmişliği (sofistikasyonu) üretkenliğini artırmakta, ülkenin rekabet gücünü olumlu yönde etkilemektedir. İş dünyasının gelişmişliği; ülkenin iş dünyasının genel yapısının ve bir firmanın özelinde operasyonlarının ve stratejilerinin niteliği ile ilgilenir. Belirgin bir sektöre ait olan firmaların ve bu firmaların tedarikçileri olan firmaların coğrafi olarak birbirine yakın bağlantılı gruplar oluşturabilmişse(kümeler) verimlilik artacak, inovasyon için daha fazla fırsat yaratılabilecek, yeni firmaların sisteme girişinin önündeki engeller azaltılabilecektir. Bireysel olarak firmaların operasyonlarının ve stratejilerinin modern iş süreçlerine yol açacağı bilinmektedir. Bu operasyonlardan ve stratejilerden bazıları marka yaratma, pazarlama, değer zincirlerinin varoluşu ve gelişmiş ürünlerin piyasaya sunulması olarak sayılabilir (Ülengil ve ark,2012:24).

.9. Bileşen: İnovasyon

Yenilikçilik; kurumların iyileştirilmesi, altyapının oluşturulması, makroekonomik istikrarsızlığın azaltılması ya da beşeri sermayenin iyileştirilmesi sayesinde ciddi kazanımlar elde edilebilir, ancak tüm bu faktörler nihayetinde azalan bir verim sağlamaktadır. Yenilikçilik, gelecek nesiller için rekabet edebilirliğin, istihdam artışının ve daha yüksek düzeyde bir yaşam standardının temel etmenidir ve yeni endüstrilerin ve yeni iş olanaklarının ortaya çıkmasına, iş hacminin artmasına ve iş olanaklarının iyileşmesine yol açarak ülkenin rekabetçiliğine katkı sağlamaktadır (Ovalı,2014:21).

Küresel Rekabetçilik Alt Endeksi bileşenlerine bakıldığında 2014-2015 yılı raporunda 144 ülke içinde Türkiye'nin temel gerekliliklerde 56., etkinlik artırıcı unsurlarda 45. ve inovasyon ve çeşitlilik faktörlerinde 51. sırada yer aldığı görülmektedir. Bir önceki yıla göre temel gereklilikler ve etkinlik artırıcı unsurlarda değişim

yaşanmazken, inovasyon ve çeşitlilik faktörlerinde 4 sıra ilerleme görülmektedir. Küresel Rekabetçilik Endeksinde bir önceki yıla göre en önemli iyileşmeler; makroekonomik istikrar, yükseköğretim ve hizmet içi eğitim, teknolojik altyapı endekslerinde gerçekleşmiştir. Etkinlik artırıcı unsurların alt başlıklarına bakıldığında ise yükseköğrenim ve hizmet içi eğitim ile teknolojik altyapıda ilerleme, emek piyasalarının etkinliği ile finansal piyasalarının gelişmişliğinde gerileme görülmektedir. 2014-2015 yılında Türkiye en iyi performansı pazar büyüklüğü, en zayıf performansı emek piyasasının etkinliği bileşeninde göstermiştir. Raporda, bu iyileşmelerin Türkiye'nin küresel rekabetçilik endeksinin pozitif ivmelenmesine yardımcı olduğu, Türkiye'nin küresel rekabette daha yüksek sıralara yükselmesi için ise emek piyasasının etkinliği gibi sorunlu alanlarda reformları sürdürmesi gerektiği belirtilmektedir (Üstündağ Demir, 2015). Raporda ayrıca kurumsal yapı bileşenlerinin bir önceki yıla göre 8 basamak gerileyerek 64. sıraya yerleştiği, teknolojik altyapı bileşenlerinin 3 basamak ilerleyerek 55. sıraya yükseldiği ve ayrıca inovasyon bileşeninin ise bir önceki yıla göre 6 basamak gerileyerek 56. sıraya düştüğü görülmektedir.

2.3 Küresel Değer Zinciri

Üretimin süreçlere bölünmesini olanaklı kılan teknolojik gelişmelerin de yardımıyla hızla esnekleşen üretim organizasyonu, üretimin küreselleşmesini sağlamıştır. 1980'lerden itibaren üretim, küresel değer zinciri biçiminde örgütlenmeye başlamıştır (Çaşkurlu,2011:190).Küresel değer zinciri, üretimin esnekleştirilerek aşamalara ayrılıp, her parçanın maliyeti en düşük yere kaydırılarak üretilmesi ve üretilen parçaların montajı tamamlandıktan sonra küresel piyasada pazarlanma sürecidir. Yani; küresel değer zinciri o

ürünü üretmek için gereken bütün faaliyetlerin tamamıdır. Bu zincirde çok uluslu şirketlerin yerine, üretimi en düşük maliyetle gerçekleştirecek az gelişmiş veya gelişmekte olan ülke firmaları yapmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin uluslararası piyasalara girmelerinin yeni yolu küresel değer zincirine eklenmektedir.

Gereffi (1994), uluslararası firmalar arası karşılıklı bağlarla oluşturulan meta zincirlerinin nasıl oluştuğunu araştırmış ve bu zincirlerin iki grup halinde incelenmesini önermiştir (Gereffi'den aktaran Alemdar (2008):37)

1-Üretim sermayesi yönlendirmeli küresel değer zincirlerinde üretim, ticaret ve pazarlama işlevleri zinciri yönlendiren üretici firmanın bünyesinde toplanmış, üretimin belirli aşamaları parçalanarak fason üretim yapan veya ortaklık kurulan işletmelere dağıtılmıştır. Ford ve Compaq gibi sermaye ve teknoloji yoğun firmalarca şekillendirilen bu tür zincirlerde eşgüdümü sağlayan firmanın kârı; üretim ölçeği ve kullanılan teknolojiden kaynaklanmaktadır.

2- Ticaret sermayesi yönlendirmeli küresel değer zincirlerinde tasarım, denetim, marka yönetimi, perakendecilik gibi işlevler zinciri yönlendiren firma bünyesinde toplanmış olup üretim faaliyetlerinin büyük bir bölümü yerel işletmelere devredilmiştir. Yatırımlarının niteliği nedeniyle bu zincirler faaliyetlerinin odak noktasını ve ortaklarını nispeten kolayca değiştirebilmektedirler. Gereffi tarafından “fabrikasız fabrikatörler” olarak nitelendirilen, Nike gibi moda yaratan, tasarımla uğraşan bu tür işletmeler çoğunlukla emek yoğun zincirlerin biçimlenmesinde büyük rol oynamaktadır.

Günümüzde, çok uluslu şirketler üretimin esnekleşmesi sonucu oldukça farklı bir yapıya sahip oldular. Oluşan bu esnek üretimle birlikte ihtiyaçları çerçevesinde istenilen ürün veya hizmetler, firmalar tarafından üretilmesi yerine zincirdeki diğer halkalardan en düşük maliyetle tedarik edilmektedir. Oluşan bu zincirdeki yapı piramide

benzetilmektedir. Piramidin en üst kısmında büyük çok uluslu şirketler bulunmaktadır. Piramidin üst kısımlarından aşağı indiğimizde; Ar-Ge ve tasarım projeleri yapan uzmanlaşmış kadrosu bulunan tedarikçiler vardır. Piramidin daha aşağısına yaklaştığımızda firmalarını ölçeklerinin küçüldüğünü, uzmanlaşmanın ise azaldığını görürüz. Alt düzeyde bulunan firmalar sayı itibariyle çok oldukları için kolayca ikame edilebilirler. Bu nedenden dolayı piramidin aşağısına indikçe rekabet düzeyi artmaktadır. Bu durum Gereffi'nin zinciri açıklarken ortaya koyduğu iki grubu temsil etmektedir. Piramidin üst kısmında ticaret sermayesi yönlendirmeli değer zinciri yer alırken, alt kısımda üretim sermayesi yönlendirmeli değer zinciri yer almaktadır.

Küresel değer zinciri çerçevesindeki uluslararası piyasalarda oluşan asimetrik yapının en üst seviyesinde olan ÇUŞ'ler alt seviyedeki küçük firmalardan alım yaparken mümkün olan en düşük fiyatla almaya çalışırlar ve bunun içinde bir baskı oluştururlar. Satış aşamasında ise, piyasadaki marka konumları ve etkinlikleri çerçevesinde maliyet üstüne koydukları yüksek karlar ile ürünü satışa sunmaktadırlar. Bu şekilde üst seviyedeki ÇUŞ'ler hem alış sırasında hem satış sırasında aşırı kar elde etmektedirler. Örneğin; oyuncak bebek Barbie küresel üretim ağında üretilmektedir. Şöyle ki;

Barbie'nin üretilmesi için gerekli olan plastik ham maddesi (plastik ve saclar) Tayvan ve Japonya'dan temin edilmektedir. Barbie'nin montajı, bu ülkelerle birlikte Filipinlerde yapılmaktaydı. Ancak, artık bu işlemler, işçilik ücretlerinin daha düşük olduğu Endonezya, Malezya ve Çin gibi ülkelerde yapılmaktadır. Bu iş için gerekli olan plastik kalıplar, Barbie'nin dekorasyonu için gerekli olan boyalar gibi ABD'den gelmektedir. İşçilik ve Barbie'ye elbise yapmak için kullanılan kumaşlar da Çin'de üretilmektedir. Üretimi tamamlanmış Barbie bebekler Hong Kong'dan ABD'ye 2 dolara

ihraç edilmektedir. Bu 2 Doların 65 senti hammaddeye ve 35 Senti de Çinli işçilere gitmektedir. Geri kalan 1 doların bir kısmı nakliye masraflarına giderken bir kısmı da Hong Kong'daki aracı işletmenin karı ve işletim giderlerini oluşturmaktadır. Bu bebekler ABD'de 10 dolara satılmaktadır. Bunun en az 1 Doları Barbie'nin sahibi Mattel şirketine gitmekte ve geri kalan nakliye, pazarlama, ABD'de toptan ve perakende satış masraflarını oluşturmaktadır. Bu yüzden katma değerın büyük bir kısmı Amerikan faaliyetleri sonucu oluşmaktadır (Feenstra'dan aktaran Aykaç ve ark., 2009:78)

Bu örnekteki değer zincirinde firmalar düşük maliyetle ürettikleri ürünleri tasarım ve markalaşma faaliyetleri ile yüksek katma değerlerle pazara sunarak yüksek kar marjı elde etmekte ve yatırımları ülkelerine çekmek isteyen tedarikçi firmalar ise zincirin bir parçası olarak kalmak istedikleri için ve zincire katılmak isteyen GOÜ'lerin firmaları ile rekabet edebilmek adına düşük kar marjıyla çalışmaktadırlar. Çünkü piramidin alt basamağında birbiri yerine kolayca ikame edilebilecek firmalar vardır. Bu durumu kullanarak yüksek kar elde etmek isteyen ana firmalar ile ülkelere yatırımları çekmek istedikleri için her türlü koşulu kabul eden tedarikçi firmalar arasındaki ilişki küresel değer zincirinin temelini oluşturmaktadır.

Birinci bölümde ele aldığımız rekabet gücü ile ilgili bu bölümde ilk olarak teorik ve ampirik çalışmalar incelenmiştir. İncelenen bu çalışmalarda görülmektedir ki rekabet gücünün ölçülmesinde bir çok farklı gösterge kullanılmaktadır. Türkiye'deki sektörlerin rekabet gücünün ölçüldüğü çalışmalarda ağırlıklı olarak ihracata dayalı ölçüm yapan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi ve fiyata dayalı ölçüm yapan endekslerin kullanıldığı görülmektedir. Rekabet gücünün ölçüldüğü bu çalışmalarda ağırlıklı olarak Türkiye'nin emek-yoğun sektörlerde rekabet avantajına sahip olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Daha sonraki kısımlarda bu rekabet gücü göstergeleri ayrıntılı olarak

incelenmiştir. Fakat geleneksel rekabet gücü göstergeleri başlığı altında toplanan bu göstergeler ihracata ve fiyata dayalı ölçüm yapması nedeniyle gerçek rekabet gücünü yansıtamadığından dolayı yeni bir gösterge kullanılmaya başlanmıştır. Bu anlamda daha doğru bir ölçüm yapmak adına Dünya ekonomi forumu tarafından hazırlanan küresel rekabetçilik endeksi kullanılmaktadır. Üç başlık altında toplanan bu endeks; temel gereklilikler, verimlilik artırıcılar, yenilik ve çeşitlilik unsurlarından oluşmaktadır. Bu endeks ile ölçülen rekabet gücünde Türkiye'nin kurumsal yapı bileşeninde 64. sırada olduğu, teknolojik altyapı da 55. ve inovasyona bileşenlerinde 56. sırada yer almaktadır.

Son kısımda ele aldığımız küresel değer zinciri ile birlikte, üretimin farklı alanlara taşınması sonucu bu değer zincirine eklenen GOÜ'lerden yapılan ithalat ile birlikte ihracata dayalı rekabet gücü ölçümlerinin gerçeği yansıtmadığı görülmektedir. Bu nedenle rekabet gücünün daha doğru bir şekilde ölçülmesi için ithal ara girdi kullanımının da dikkate alındığı göstergelerin kullanılması gerekmektedir. Bu anlamda, üçüncü bölümde girdi-çıkıtı tabloları yardımıyla hesaplanacak olan yurtiçi katma değer içeriği ile ihracatta yaratılan yurtiçi katma değer kullanılarak, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi ile rekabet gücü belirlenmeye çalışılmaktadır.

3. BÖLÜM

TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ SEKTÖRLER ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Önceki bölümde rekabet gücü ile ilgili literatür taraması yapıldıktan sonra incelenen çalışmalarda kullanılan geleneksel rekabet gücü göstergeleri ve küresel rekabetçilik endeksi ayrıntılı olarak incelenmiştir. Daha sonraki kısımda, parçalı üretim sürecinin öne çıkmasıyla gelişen küresel değer zinciri üzerinde durularak ithal ara girdi kullanımının da dikkate alındığı bir gösterge ile rekabet gücünün ölçülmesinin daha doğru bir sonuç vereceği tespit edilmiştir . Bu bölümde ise, ithal ara-girdi kullanımını da içeren girdi çıktı tabloları kullanılarak Türkiye ekonomisindeki sektörlerin rekabet gücünü ölçmeye dönük bir uygulama yapılacaktır. Öncelikle Türkiye’de sektörlerin gelişimi kısaca anlatıldıktan sonra uygulama da kullanılan veri ve yöntem ele alınacaktır. Son kısımda elde edilen sonuçlar çerçevesinde 35 sektörün rekabet gücü değerlendirilecektir.

3.1 Türkiye’de Sektörlerin Yapısı ve Gelişimi

Milli gelir içerisinde tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin paylarının tarihsel olarak izlediği sürece bakıp bir ülke ekonomisinin uzun vadede geçirdiği yapısal dönüşümlere ilişkin değerlendirmelerde bulunmak oldukça sık başvurulan bir yöntemdir. Sanayileşmenin, beraberinde toplumsal yapıdaki niteliksel gelişmeyi de beraberinde getireceği varsayımı ile milli gelir içerisinde sanayinin payının artması kalkınmışlığın bir göstergesi olarak görülmektedir. Türkiye ekonomisinde de tarihsel süreçte hizmet ve sanayi sektörünün GSYİH’deki payı artmış tarımın payı ise gerilemiştir. 1980 yılında tarımın GSYİH’deki payı %26, sanayinin %25 ve hizmet sektörünün %49 iken, 2006 yılı itibariyle tarım sektörünün payının ise %9’a gerilediği, sanayi ve hizmet sektörlerinin paylarının da %31 ve %60’e yükseldiği görülmektedir. Ana hatları itibariyle bu süreç arzu

edilen bir gelişmeye işaret etmektedir. Aslına bakılırsa hizmet sektörünün üretim hacminin artması temelde sanayi sektöründeki üretimle ilişkilidir. Sanayi sektörünün ileri ve geriye doğru bağlantıları ve ekonomide yarattığı yayılma etkisi hizmet sektörü üretimini uyarmakta ve ekonomik büyümeyi belirleyen temel dinamik olmaktadır (Vakıfbank, 2007).

Sanayileşme sürecinde giderek önemini kaybetse de, tarım sektörü Türkiye ekonomisinin temel dayanaklarından birisidir. Tarımsal üretim 1980-2006 yılları arasında sabit fiyatlarla ortalama % 1,2 büyümüştür. Aynı dönemde GSYİH ise ortalama % 4,4 artış göstermiştir. Böylece 2006 yılı itibariyle bu sektörde cari yıl fiyatlarıyla 53 milyar YTL'lik katma değer 57 yaratılmıştır. Tarımın GSYİH'deki payı 1980 yılında %26, 1990 yılında %17 ve 2000 yılında %14 iken 2014 yılı itibariyle %7,1'e gerilemiştir. Tarımsal üretimin %92'sini çiftçilik ve hayvancılık, % 3,5'ini ormancılık, % 4,5'ini ise balıkçılık oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra tarım sektörü, tarıma dayalı sanayi sektörleri olan gıda, tütün, tekstil, deri, kağıt ve ağaç sektörleri kanalıyla imalat sanayi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Söz konusu sektörlerin imalat sanayi üretimi içerisindeki ağırlığı %30'a ulaşmakta ve tarımsal üretim imalat sanayi üretimi üzerinde belirleyici olmaktadır. Tarım sektörünün dış ticaretimizdeki önemi gittikçe azalmaktadır. 1990 yılında dış ticaret hacminde tarımın payı %10 düzeyinde iken 2014 yılında %3,8'e gerilemiştir (Vakıfbank, 2007).

Bir ülkenin gelişme süreci değerlendirilirken dikkate alınan en temel göstergelerin başında imalat sanayinin ekonomi içindeki payı gelmektedir. İmalat sektörü hızlı verimlilik büyümesi, dinamik ölçeğe göre artan getiri, hızlı teknolojik değişim ve birçok dinamik dışsallıklar ile "büyümenin motoru" özelliklerini sergiler (Ayaş ve Çeştepe,

2010:264). Bu anlamda imalat sanayinin yıllar içindeki gelişimi aşağıda daha ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır.

1923 yılında İzmir’de gerçekleşen I. İktisat Kongresi ile birlikte Türkiye imalat sanayi gelişmeye başlamıştır. Bunun en önemli kanıtı olarak özel sektörün teşvik edilmesi amacıyla kurulan İş Bankası ve Sümerbank’ı gösterebiliriz. Daha sonraki yıllarda, ithalattaki gümrük ve vergi gibi uygulamalarda kolaylıklar sağlanarak ulusal sanayinin canlanması amaçlanmıştır. Fakat, sanayi de gelişim amaçlı bazı teşvikler sağlanmasına karşın 1929 buhranı ile birlikte ülkelerin dışa kapalı ekonomi politikaları benimsemeleri bu gelişimin önünü kapatmıştır.

1950’lerden sonra ise ulaşım olanaklarının gelişmesi, nüfusun artarak kırsal kesimlerden şehirlere göç eden işgücü potansiyeli, devlet sektörü yanında sermayesi artan özel sektörün sanayiye yatırım yapması gibi etkenler sanayinin gelişme ve çeşitlenmesini sağlamıştır. Bu yıllarda doğrudan devlet eliyle değil de devletin özel sektöre sağladığı destekle yeni bir sanayileşme biçimi yerleştirilmeye çalışılmıştır. Bu dönemde; çimento, şeker, enerji ve kömürde yeni yatırımlar yapılmıştır ve toplam sanayinin payında artışlar olmuştur (Keçeli, 2007). Türkiye Sınai Kalkınma Bankası’nın kurulması ile birlikte özel sektörde olumlu gelişmeler yaşanmış ve kamu iktisadi teşebbüsleri örgütlenmiştir. 1963 yılıyla beraber sanayinin planlı gelişimini sağlamak amacıyla kalkınma planları hazırlanmaya başlanmıştır.

Türkiye ekonomisi 1970’li yılların sonuna kadar ithal ikameci politikalar izlemiştir. İthal ikameci politikalar, yurtdışından ithal edilen malların koruyucu ve özendirici önlemlerle yurtiçinde üretilmesini öngören sanayileşme stratejisidir. Bu politikadaki amaç, yurtiçi talebi karşılamaktır. 1977-1979 yıllarında oluşan döviz krizi nedeniyle Türkiye bu politikadan vazgeçmiş ve ihracat önderliğinde gelişme politikaları

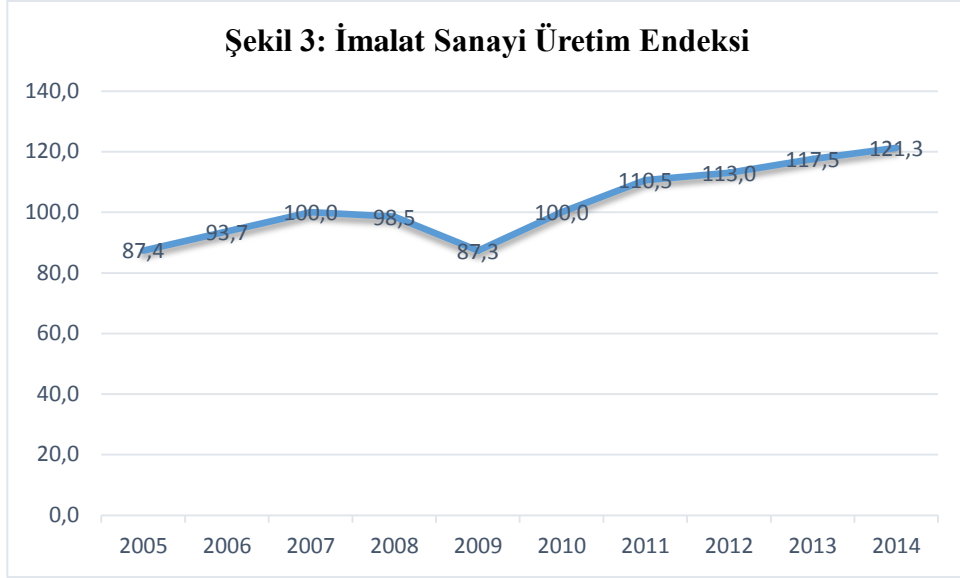
izlemeye başlamıştır. Yani kriz, politika değişikliği ile atlatılmaya çalışılmıştır. 1980 yılından sonra dış ticaret ve sermaye piyasalarında önemli ölçüde serbestleşmeler gerçekleştirilmiştir ve bu serbestleşmelerle yabancı sermaye teşvik edilmiş, ekonomide yeniden yapılanmaya gidilmiştir (Algır, 2015)

1980 yılı sanayileşmede bir milat olmuştur. 1980 sonrası dönüşümün temel hedefi piyasa ekonomisinin işlevini artırmak, kamu kesiminin imalat sanayi içindeki rolünü azaltmak, ihracata yönelik sanayi sektörlerinin üretimlerini teşvik etmektir. 1980 sonrası devlet sanayiye yatırım yapmamış ve özelleştirmelere gidilmiştir. Motor, makine, elektronik, kağıt, kimya ve gıda alanlarına yapılacak yatırımlardan vazgeçilmiş ve KİT'lere yönelik yeni yatırımlar durmuş ve daha sonra özelleştirmeler yapılmıştır. 1980'ler ile uygulanan ucuz emek politikası ile sermaye yoğun mallar yerine emek yoğun mallar; gıda ve tekstil gibi sektörler sanayide ağırlık kazanmıştır (Kepenek,1999). 1980-1989 arası dönemde sanayide küresel rekabet avantajı yakalamak için düşük reel ücret politikaları izlenmiş, Türk Lirası'nın değeri de düşük tutularak ihracatta görece fiyat avantajı yaratılmış, 1980 öncesi sanayi üretim tesislerinde var olan atıl kapasite kullanılarak imalat sanayi üretiminde önemli ölçüde artış sağlanmıştır. Bu dönemde yoğun kredi, mali teşvik vb. uygulamaları ile sanayi üretimi ve ihracat desteklenmiş, imalat sanayi ihracatı önemli ölçüde artmıştır (Baştav,2012:306).

1980'lerde ticaret rejiminin serbestleştirilmesinden sonra 1989 yılında sermaye hareketlerinin de serbestleştirilmesini takiben Türkiye yeni bir makroekonomik çerçeve içerisine girmiş, anılan dönem içinde 1995 yılında Gümrük Birliği'ne (GB) girilirken, yine aynı yıl içerisinde Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) üye olunmuştur. 90'lı yıllarda doğrudan parasal teşvikler kaldırılarak yatırım indirimi, gümrük muafiyeti, vergi indirimlerine ağırlık verilmiştir. Bu aynı zamanda toplam teşviklerin tutarında oransal

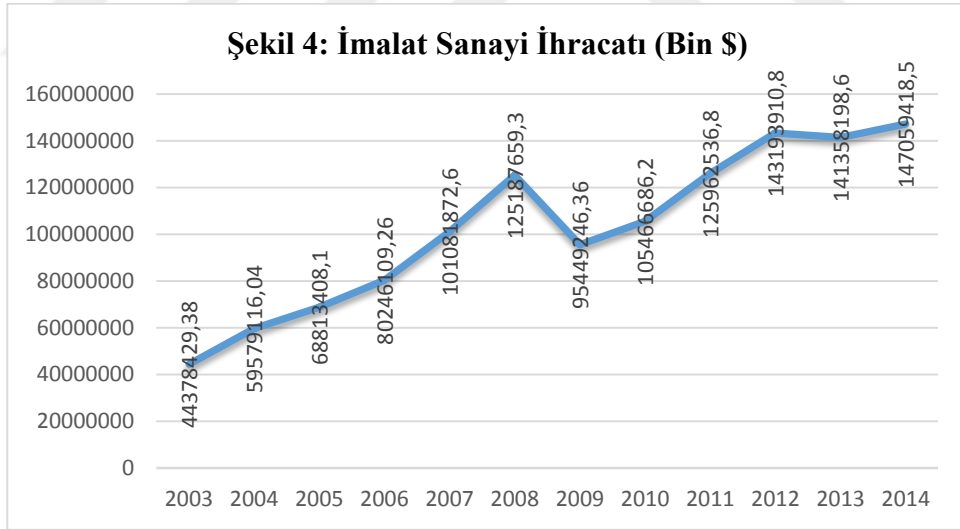
olarak yarı yarıya düşüş getirmiştir. GB ile DTÖ uygulamaları paralelinde sektörel teşvikler verilmesi uygulamasına da son verilmiş, parasal olarak sadece AR-GE, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ), çevreci uygulamalara dönük teşvikler uygulanmıştır. Dönem içerisinde uygulanan politikaların özelliği sektörel ve seçici sanayileşme politikalarından çıkılarak, genel, ana hatları ile belirlenen, yönlendirici olmayan politika uygulamalarına geçilmiş olunmasıdır. Söz konusu yaklaşım 2000’li yıllarda da sürdürülerek, günümüze dek gelen plansız büyüyen ve kısa dönemli hedeflerle yönlene sanayi yapısının temelini oluşturmaktadır. Bu dönemde, imalat sanayi üretim yapısında (emek, kaynak yoğun yapının sürmesi) yapısal dönüşüm gerçekleştirilmemesi, imalat sanayi yatırımlarının 2000’li yıllara kadar giderek azalması, sanayi üretim kapasitesi, verimliliği, rekabetçi gücü ile istikrarı ve istihdam yaratılması üzerinde engel teşkil eden başlıca nedenler olmuştur (Baştav, 2012).

2005 yılı sonrası imalat sanayinin ihracat ve üretim endekslerini grafikler yardımıyla ele aldığımızda; imalat sanayi üretim endeksinin 2005 yılından itibaren her yıl artış gösterdiği, 2008 krizinin etkisiyle 2009 yılında düşüş yaşayan üretim endeksi 2010 yılından itibaren tekrar yükselişe geçmiştir.

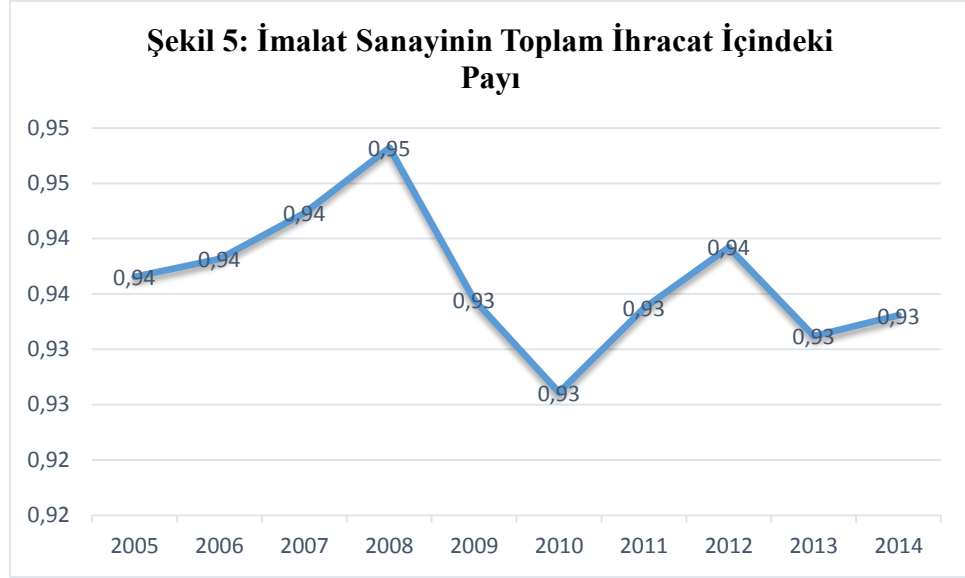


Kaynak: TÜİK

İmalat sanayinin 2003-2011 yılları arasında gerçekleştirdiği ihracat Şekil 4’de gösterilmektedir. Buna göre, her yıl ihracatını artıran imalat sanayinin toplam ihracat içindeki payının da çok yüksek olduğu Şekil 5’de verilmiştir.



Kaynak : TÜİK



Kaynak : TÜİK

İmalat sanayinde 2000 yılı itibari ile en büyük dört faaliyet kolu gıda ürünleri ve içecek, tekstil ürünleri, kimyasal madde ve ürünler ile ana metal sanayidir. 2008 yılında tekstil ürünleri katma değerinde önemli bir azalış görülürken, motorlu kara taşıtı ve römork sanayi katma değerinde önemli bir artış vardır. 2000- 2011 döneminde en hızlı büyüyen sektörler motorlu kara taşıtı ve römorklar, makine ve teçhizat ile plastik ve kauçuk sanayidir. Bahsettiğimiz ilk iki sektörün yatırım malları sanayi içinde yer alması Türkiye'de sanayileşmenin kökleşmeye başladığının, derinliğine sanayileşme sürecinin yaşandığının göstergesi olduğu söylenebilir. Fakat Türkiye'nin ara ve yatırım malları bakımından ithalata bağımlılığı devam etmektedir(Alpaydın ve Tunalı, 2011:288).

Sanayi sektörünün gelişmesine paralel olarak milli gelir içerisinde hizmet sektörünün payı artmıştır. 1980 yılında GSYİH'de hizmet sektörünün payı % 55,6 iken büyüme hızı % 92,1'dir. 1990 yılında bu oran %58'e yükselmiş fakat büyüme hızı % 76,5'e düşmüştür. Bu tarihten itibaren GSYİH'den aldığı pay artan hizmet sektörünün, 2014 yılına gelindiğinde GSYİH aldığı pay % 57,7 olarak gerçekleşirken büyüme hızı sürekli azalarak % 11,7'ye düşmüştür. "Ekonomik kalkınma süreci içerisinde görel

ağırlığı artan hizmet sektörü, son yıllarda gelişen teknolojiye paralel olarak artan küreselleşmeyle birlikte önemini daha da artırmış ve yapısal bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu süreçte daha önceleri dış ticarete payı az olan sektörlerin payının artması veya yazılım gibi yeni hizmet sektörlerinin ortaya çıkması ve doğrudan yabancı yatırımlardan hizmet sektörünün aldığı payın artması söz konusu olmaktadır. Bu süreçte gelişmiş ülkelerin hizmet sektörüne olan yatırımlarını özellikle eğitilmiş ve ucuz işgücünün bulunduğu gelişmekte olan ülkelere kaydırması ve hizmet ihtiyacını bu ülkelere karşılaması söz konusu olmaktadır. Hizmet ihracatı ağırlıklı olarak turizmden oluşan Türkiye ekonomisi için de bu süreç yeni ihracat olanaklarının ortaya çıkmış olması açısından önemli bir gelişmedir” (Vakıfbank, 2007).

3.2. Çalışmada Kullanılan Veriler Ve Yöntem

3.2.1. Veriler

Çalışmada 1995-2011 yıllarına ait Dünya Girdi-Çıktı Veritabanı'ndan alınan Nace Rev 1.1 ekonomik faaliyet sınıflamasına göre 35 endüstrinin verilerinin yer aldığı ulusal girdi-çıktı tabloları kullanılmıştır.

Dünya Girdi-Çıktı Veri Tabanı (WIOD), 1995-2011 arası dönem için, kırk ülke ekonomisine ilişkin dünya girdi-çıktı tablolarının zaman serileriyle (WIOT), diğer ülkelere ilişkin modeli bir araya getirmektedir. Veri tabanı, resmi girdi-çıktı tablolarının (IOT) yanı sıra, ulusal raporlar (NA) ve uluslararası ticaret istatistikleri kullanılarak oluşturulmuştur. WIOD'un en önemli parçalarından biri olan Ulusal Girdi- Çıktı tabloları (NIOT) bölümü, 27 AB ülkesi ve Türkiye'nin de dâhil olduğu 13 başlıca ülkenin milyon dolarlarla ifade edilen rayiç fiyatlarının müstakil IOT'larını içermektedir. Her bir ülkenin WIOD'unda, IOT'lar 59 ürünün ne kadarının söz konusu 35 ülke tarafından üretilip kullanılmakta

olduğunu göstermek üzere oluşturulmuştur. IOT'ların zaman serilerini elde etmek için, ölçüt dışı yıllara ilişkin arz ve kullanım tablolarını (SUT'lar) hesaplamak üzere de bir model ortaya konulmuştur. Sektöre göre ayrıştırılmış girdi ve katma değer serileri , kullanım kategorisi, ithalat, ihracat ve son kullanımları NA'lardan alınmış olup, SUT-RAS adı verilen metotla oluşturulan SUT zaman serilerine ulaşmak için kısıt olarak kullanılmıştır (Timmer, 2015 ve Dietzenbacher, 2013, aktaran İlkaracan, Kim ve Kaya, 2015:72).

3.2.2. Yöntem

Girdi-çıkıtı modelleri en basit tanımıyla ekonomik yapıyı oluşturan üretim ve tüketim birimleri arasındaki karşılıklı bağımlaşmayı ekonomi çapında, çok sektörlü ve nicel olarak inceleyen, matematiksel yapısı basit bir genel denge modelidir. Firmaların ve hanehalklarının bireysel davranışlarını analizin odak noktasına alan mikro iktisadi analiz ile ekonomiyi bir bütün olarak ele alan makro iktisadi analizden farklı olarak, girdi-çıkıtı analizinin odak noktasında iktisadi faaliyet birimi olarak sektörler ve özellikle üreticiler arasındaki ara mal alışverişleri yer alır (Aydoğuş, 1999:1-2).

Girdi-Çıkıtı tablosu satırlar ve sütunlardan oluşmaktadır. Tabloda satırlar çıkıtı miktarlarını, bir başka deyişle sektörün ürettiği mal veya hizmetlerin kullanım yerlerini, sütunlar ise girdi miktarlarını, yani sektörün üretim için gereksinim duyduğu mal veya hizmetin kaynağının nereden sağlandığını göstermektedir. Daha açık bir şekilde ifade edecek olursak, herhangi bir sektörün satırında yer alan değerler, söz konusu sektörün belli bir dönem içinde yaptığı üretimin diğer sektörlerle giden kısmını, bir başka deyişle diğer sektörlerle sağladığı girdi miktarını göstermektedir. Herhangi bir sektörün sütununda yer

alan değerler ise, söz konusu sektörün üretim yapabilmek için diğer sektörlerden talep ettiği girdi miktarını göstermektedir (Taşcı,2013:3).

Girdi-çıkıtı tablosu Tablo 1’de görüldüğü gibi ana hatlarıyla üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, sektörler arasındaki ara-girdi alışverişi yer alırken, ikinci kısımda nihai talep ve üçüncü kısımda temel faktörlerin yarattığı katma değerler yer alır.

Tablo 1: Girdi-Çıkıtı Tablosunun Genel Yapısı

			Ara Talep	Nihai	
			Sektörler	Talep	
			1,2,...N	1,2,....., N	Toplam Çıkıtı
Yerli Ara Girdiler	Sektörler	1,2,...,N	x_{ij}^D	Y_{ij}^D	X_i
İthal Ara Girdiler	Sektörler	1,2,...,N	x_{ij}^M	Y_{ij}^M	Y_i
Temel Girdiler			V_j		
Toplam Çıkıtı			X_i		

Kaynak: Xikang vd, 2007:5

Birçok kullanım alanına sahip olan girdi-çıkıtı tabloları, ekonominin yapısal analizi ve planlaması, üretimin analizi, talep yapısının analizi, fiyat ve maliyet analizi, ithalat ve ihracatın analizi, yatırımların analizi, verimlik analizi, duyarlılık analizi ve etki analizi gibi alanlara uygulanarak endüstriler arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla kullanılır. Bu anlamda girdi-çıkıtı tabloları, sektörler arasındaki alışveriş ortaya koymak ve sektörlerin yarattığı yurtiçi ve yabancı katma değerleri tahmin etmek amacıyla çalışmamızda kullanılmıştır.

Girdi çıkıtı modellerinin temel mantığından hareketle ekonomide denge denklemleri şöyle yazılabilir:

$$A^D X + Y^D = X \quad (1)$$

$$A^M X + Y^M = M \quad (2)$$

$$uA^D + uA^M + uA_v = u \quad (3)$$

Burada, $A^D = [a_{ij}^D]$ nxn boyutlarında doğrudan girdi katsayıları matrisini; $A^M = [a_{ij}^M]$ nxn boyutlarında doğrudan ithal katsayıları matrisini; Y^D , nx1 boyutlu yurtiçi mallara olan gayrisafî yatırım, özel ve kamu tüketimi dahil nihai talep vektörünü göstermektedir. A matrisi, her bir ülke-sektördeki ürünlerin çeşitli yerli veya yabancı ara ürünlerin bir birleşiminin kullanılarak nasıl üretildiğini göstermektedir. Y^M nx1 boyutunda ithal ürünlere olan nihai talep vektörünü (yatırım ve tüketim dahil) ifade etmektedir. X, nx1 boyutunda gayrisafî çıktı vektörü ; M, nx1 boyutunda ithalat vektörünü; $A_v = [a_j^v]$, nxn boyutunda ve ana köşegen elemanları ilgili sektör katma değerinin toplam çıktı içindeki payını gösteren matrisi ; u, 1xn boyutlu birim vektördür. D ve M sırasıyla yurtiçi ve ithal ürünleri yansıtmaktadır. Denklem (1) ve (2) yurtiçi ve ithalat arz ve talep dengesini göstermektedir. Denklem (3) ise; toplam çıktının, doğrudan katma değer ve kullanılan ara-girdi (ithal edilenler dahil) değerleri toplamına eşitliğini gösteren bir dikey kısıttır.

Denklem (1) yurtiçi dengeyi göstermektedir. Toplam (arz) üretim (X); ara-malları talebi ve nihai talep toplamına eşittir. Bu denklemde X yalnız bırakılacak olursa;

$$X = A^D X + Y^D$$

$$X - A^D X = Y^D$$

$$(I - A^D)X = Y^D$$

$$X = (I - A^D)^{-1}Y^D \quad (4) \text{ elde edilir.}$$

Denklemdaki I birim matrisi ifade ederken $(I - A^D)^{-1}$ ise Leontief ters matrisi olarak bilinmektedir ve toplam yurtiçi çıktı gereksinimi katsayı matrisidir. Yurt içinde üretilen bir TL (veya \$) değerindeki çıktının yerli katma değer payının (içeriğini) yani yurtiçi katma değerini gösteren bir vektör (DVS) tanımlayalım.

$$DVS = \frac{\hat{A}_V \Delta X}{\Delta Y^D} = \hat{A}_V (I - A^D)^{-1} = A_V (I - A^D)^{-1} \quad (5)$$

Burada A_V ana köşegen elemanları ilgili sektör katma değerinin ilgili sektör toplam çıktısına oranından oluşan $n \times n$ boyutlarında bir matristir. Bu denklem ile her bir endüstrinin yarattığı toplam yurtiçi katma değerler elde edilir. Daha sonra; DVS, ihracat ile çarpılarak, ihracatın yurtiçi katma değer içeriği tahmin edilebilir.

$FVS = u - DVS$, yurt içinde üretilen ürünlerin nihai talebinin yabancı içerik payı, ya da yabancı katma değer olarak tanımlanmaktadır. Denklem (3) ü kullanarak yeniden yazalım;

$$FVS = u - A_V (I - A^D)^{-1} = u A^M (I - A^D)^{-1} \quad (6)$$

Bu denklem; her bir sektör için ithalat katsayıları matrisinin sütun toplamına denk düşmektedir. Bir anlamda FVS dikey uzmanlaşmayı göstermektedir.

Girdi-çıktı tabloları, küresel değer zincirindeki faaliyetleri ortaya koyabilecek nitelikte olduğundan, bu denklemlerden yararlanılarak Türkiye ekonomisindeki 35 sektörün 1995-2011 dönemindeki ihracatın yerli katma değer içeriği tahmin edilmeye çalışılmıştır. Daha sonra bu yerli katma değer verilerinden hareketle rekabet gücü tahmin edilerek en çok ihracat yaptığımız ülkelerle karşılaştırmalar yapılmaya çalışılmıştır.

3.3 Türkiye Ekonomisindeki Sektörlere İlişkin Bulgular

Dünya girdi çıktı Veritabanı(WIOD)'nda bulunan ulusal girdi-çıkıtı tablolarından Türkiye ekonomisine ilişkin tablolar kullanarak (5) ve (6) nolu denklemler Türkiye için tahmin edilmiştir. Veritabanındaki girdi-çıkıtı tabloları 35 sektör biçiminde türetilmiştir. Bu tablolara dayanarak her bir sektör için yurtiçi ve yurtdışı katma değer içeriği hesaplanmıştır. Türkiye'nin 1995, 2000, 2005 ve 2011 yılları için yaratılan yurtiçi ve toplam(yurtiçinde ve yurtdışında yaratılan toplam katma değer) katma değer içeriği Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2'de yer alan endüstrileri tarım, madencilik, imalat sanayi ve hizmet sektörü bazında toplulaştırarak incelediğimiz de; tarım sektörünün yurtiçinde yarattığı katma değer içeriği en yüksek sektörlerden biri olduğu göze çarpmaktadır. Tarım sektörü de madencilik gibi kaynağa dayalı olması nedeniyle bu sonuç doğal karşılanmalıdır. 1995 yılında tarım sektörünün yurtiçi katma değer içeriği 0,90 iken, hafif bir düşüş göstererek 2011 yılında 0,87 olarak gerçekleşmiş görülmektedir.

Kaynağa dayalı bir sektör olmasına rağmen zaman içinde ithal ara-girdi (tohum, ilaç, gübre) kullanımının artması sektörün yurtiçi katma değer payını sınırlı da olsa düşürmüştür. Benzer bir durum madencilik içinde geçerlidir. Madencilikte, 1995 yılında yurtiçi katma değer oranı 0,92 iken 2011 yılında 0,84'e düşmüştür ve yaratılan yurtiçi katma değer oranı bu dönemde azalma göstermiştir. İmalat sanayini incelediğimizde ise; tüketim malları üreten sektörlerin yurtiçi katma değer içeriğinde genel itibariyle küçük azalmalar görülürken, tekstil ve tekstil ürünleri endüstrisinde ise daha büyük bir düşüş meydana gelmiştir. 1995 yılında 0,78 olan yurtiçi katma değer içeriği 2011 yılında 0,66'ya düşmüştür.

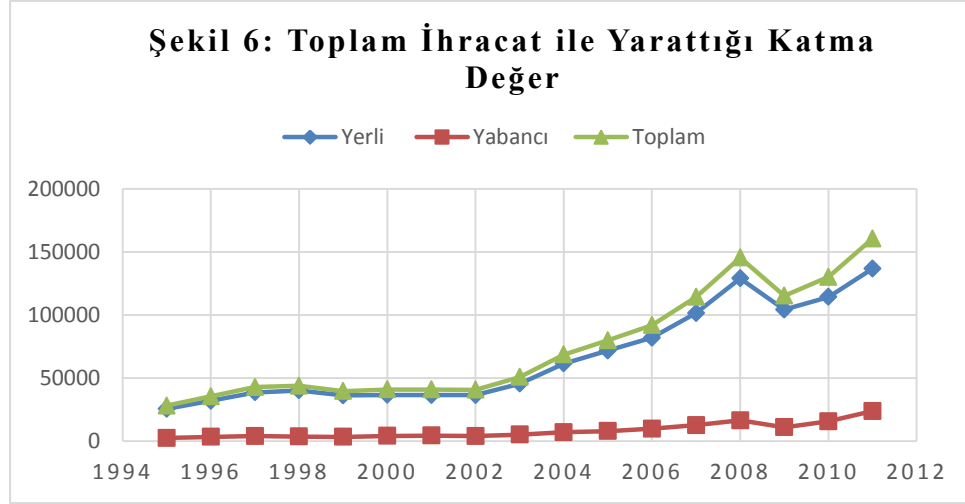
Tablo 2: Sektörlerde Bir Birimlik Talep Artışı Sonucu Yaratılan Yurtiçi Katma Değer İçeriği

Sektör Adı	1995	2000	2005	2011
Tarım, Avcılık, ormancılık ve balıkçılık	0,90	0,87	0,86	0,87
Madencilik	0,92	0,85	0,81	0,84
Gıda, İçki ve Tütün	0,84	0,79	0,78	0,77
Tekstil ve Tekstil Ürünleri	0,78	0,74	0,71	0,66
Deri ve Ayakkabı	0,73	0,70	0,70	0,72
Ağaç ve Ağaç Ürünleri	0,86	0,72	0,67	0,76
Kağıt, Basım ve Yayım	0,82	0,76	0,72	0,80
Kömür, Petrol ve Nükleer Yakıt	0,71	0,44	0,23	0,66
Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler	0,74	0,69	0,67	0,77
Kauçuk ve Plastik	0,71	0,67	0,63	0,74
Diğer Metal Olmayan Mineraller	0,85	0,80	0,75	0,78
Ana Metaller ve İşlenmiş Metaller	0,78	0,71	0,60	0,62
Makine(Nec)	0,81	0,74	0,68	0,71
Elektirikli ve Optik Teçhizat	0,77	0,63	0,62	0,68
Taşıma Ekipmanları	0,74	0,65	0,58	0,55
İmalat,Nec; Yeniden Değerlendirme	0,84	0,73	0,63	0,63
Elektirik, Gaz ve Su	0,85	0,77	0,60	0,86
İnşaat	0,84	0,80	0,75	0,75
Motorlu Araçların Tamir,Onarım ve satışı	0,92	0,89	0,85	0,86
Toptan Ticaret	0,95	0,92	0,89	0,89
Perakende Satış	0,95	0,94	0,92	0,93
Otel ve Restoran	0,87	0,85	0,83	0,82
Yurtiçi Taşıma	0,84	0,81	0,80	0,80
Su Taşımacılığı	0,81	0,80	0,83	0,80
Hava Taşımacılığı	0,76	0,77	0,71	0,68
Diğer Destek ve Yardımcı Taşıma faaliyeti	0,79	0,86	0,86	0,82
Posta ve Telekomünikasyon	0,90	0,90	0,86	0,88
Finansal Aracılık	0,95	0,93	0,91	0,92
Gayrimenkul faaliyetleri	0,96	0,94	0,94	0,94
Kiralama	0,86	0,88	0,87	0,89
İdare, Savunma ve Sosyal Güvenlik	1,00	0,92	0,86	0,86
Eğitim	0,85	0,90	0,93	0,94
Sağlık ve Sosyal iş	0,86	0,88	0,84	0,87
Diğer Toplumsal, Sosyal Hizmetler	0,92	0,90	0,88	0,89
Hanehalkı	1,00	1,00	1,00	1,00

Dayanıksız tüketim malı üreten gıda sektörünün 1995 yılında yurtiçi katma değer içeriği 0,84 iken 2011 yılında 0,77'ye düşmüştür. Emek-yoğun olan bu endüstriler küresel piyasada ucuzlayan emekten yararlanmak için ithal ara-girdi kullanımını arttırarak maliyetlerini azaltma yoluna gitmişlerdir. Bunun sonucunda, yurtiçi katma değer içeriğinde sınırlı oranda azalmalar olmuştur. Ara malı üretimi yapan imalat sanayi sektörlerinde ise

sadece kauçuk ve plastik, kimyasallar ve kimyasal ürünler endüstrilerinin yurtiçi katma değer içeriğinde 0,03'lük küçük bir artış görülmektedir. Bu sektörlerin teknoloji yoğunluğu ve ar-ge faaliyetleri yüksek olduğundan dolayı Türkiye gibi GOÜ'lerde yavaş bir ilerleme sürecindedir. Sermaye malı üretimi yapan sektörlerde ise, hammadde, malzeme, makine-teçhizat, işgücü ve emek maliyetlerini azaltmak için ithal ara-girdi kullanımına gidilmesi yurtiçi katma değer içeriğini azaltmıştır. Makine endüstrisini bu sektörlere örnek olarak verebiliriz. 1995 yılında bir birimlik talep ile 0,81'lik yurtiçi katma değer içeriği yaratan makine endüstrisi, 2011 yılında yurtiçi katma değer içeriğini 0,71'e düşürmüştür.

Yüksek katma değer içeriğine sahip olan enerji sektörünün, 1995 yılında 0,85 olan yurtiçi katma değer içeriği, 2011 yılında 0,86'ya yükselmiştir. Gerçekleşen bu çok küçük artışın yanında, daha büyük oranda ithal ara-girdi kullanımı artmıştır. Yüksek yurtiçi katma değer içeriğine sahip olan hizmet sektöründe ise, ticaret, kiralama, eğitim ve sağlık sektörlerinin yurtiçi katma değer içeriği artarken, diğer hizmet sektörlerinde ise küçük oranda azalmalar olmuştur. En büyük azalma ise, idare, savunma ve sosyal güvenlik sektöründe olmuştur. 1995 yılında bir birimlik talep ile bir birimlik katma değer yaratılırken, artan ithal ara girdiler sonucunda, 2011 yılında yurtiçi katma değer içeriği 0,86'ya düşmüştür.



Şekil'6 de görüldüğü üzere, 1995-2008 döneminde toplam ihracat ile yaratılan katma değer de genel olarak büyük bir azalma yaşanmazken, 2008 krizinin etkisiyle 2009 yılında büyük bir düşüş yaşanmıştır. Ayrıca şekilde de görüldüğü üzere zaman içinde yurtiçi katma değer toplam içindeki payı azalırken, yabancı katma değer payı artış göstermektedir.

Tablo 3'de ise, Türkiye'de yapılan ihracat ile yaratılan katma değer (yurtiçi ve toplam) sektörler göre dağılımı verilmektedir. Kaynağa dayalı üretim yapan tarım ve maden sektörlerinin her yıl ihracatı artmasına rağmen bu sektörlerde yapılan ihracatın içindeki yurtiçi katma değer payı azalmaktadır. Bu azalmanın nedeni, ithal ara-girdi kullanımının artmasıdır. İmalat sanayinde ise tüketim malı üreten sektörlerin ihracat içindeki katma değer payı azalırken, ara malları ve sermaye malları üreten sektörlerin ihracat içindeki katma değer oranı artmaktadır. Bunun kaynağı ana metal, ulaşım ekipmanları, makine, elektrikli ve optik teçhizat endüstrilerindeki artışlardır. Enerji, hizmet ve ticaret sektörlerinin de ihracat içindeki payları artış göstermiştir.

Tablo 3: Türkiye İhracatının Sektörlere Göre Yurtiçi Katma Değer İçeriği(Milyon \$)

Sektör Adı	1995		2000		2005		2011	
	Yerli	Toplam	Yerli	Toplam	Yerli	Toplam	Yerli	Toplam
Tarım, Avcılık, ormancılık ve balıkçılık	2781,2	3075,30	2468,8	2851,2	3721,6	4344,5	5508,4	6320,9
Madencilik	415,3	450,40	516,9	610,6	765,0	947,3	2180,6	2601,1
Gıda, İçki ve Tütün	2471,1	2946,21	2230,7	2832,6	3750,6	4805,2	7633,9	9949,5
Tekstil ve Tekstil Ürünleri	7925,7	10124,75	11316,0	15228,0	15231,6	21371,5	16708,1	25349,5
Deri ve Ayakkabı	250,3	341,95	265,4	380,1	366,9	521,7	629,0	871,2
Ağaç ve Ağaç Ürünleri	79,7	93,20	84,6	117,9	216,6	325,3	567,0	743,7
Kağıt, Basım ve Yayımlar	179,5	217,86	255,6	335,8	549,8	768,9	1277,0	1600,7
Kömür, Petrol ve Nükleer Yakıt	248,1	347,74	226,6	520,1	649,3	2850,5	4075,9	6147,7
Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler	1098,0	1481,59	1358,6	1959,5	2054,8	3057,4	4008,9	5219,1
Kauçuk ve Plastik	436,6	613,06	783,8	1175,6	1743,5	2762,6	4472,7	6042,9
Diğer Metal Olmayan Mineraller	801,8	944,44	1394,9	1736,7	2368,5	3139,4	3363,2	4328,6
Ana Metaller ve İşlenmiş Metaller	2519,6	3238,88	3124,1	4409,9	6472,2	10866,6	14480,1	23478,5
Makine(Nec)	767,4	946,72	1509,1	2027,3	3562,6	5243,2	7497,2	10497,5
Elektirikli ve Optik Teçhizat	1103,9	1429,16	1798,2	2835,9	3666,5	5943,3	5518,7	8094,6
Taşıma Ekipmanları	1004,3	1355,48	2606,8	4039,2	7892,2	13564,0	11003,9	20034,5
İmalat,Nec; Yeniden Değerlendirme	489,8	583,32	714,1	978,8	1563,2	2496,2	3620,0	5758,7
Elektirik, Gaz ve Su	15,9	18,67	68,3	88,2	177,3	296,9	642,7	747,2
İnşaat	0,0	0,00	30,2	37,5	48,9	64,9	1990,8	2642,3
Motorlu Araçların Tamir,Onarım ve satışı	1,6	1,70	20,8	23,3	63,1	74,2	182,5	212,4
Toptan Ticaret	10,6	11,21	3,4	3,7	5,0	5,6	15,7	17,7
Perakende Satış	0,1	0,07	6,9	7,3	18,3	19,8	45,4	49,1
Otel ve Restoran	37,2	42,99	22,1	25,9	3,7	4,4	10,2	12,5
Yurtiçi Taşıma	46,4	55,49	42,2	52,3	51,0	63,8	2676,7	3361,0
Su Taşımacılığı	7,7	9,49	18,5	23,0	38,6	46,6	2110,9	2643,1
Hava Taşımacılığı	7,8	10,22	30,4	39,3	49,9	69,9	1271,2	1861,2
Diğer Destek ve Yardımcı Taşıma faaliyetleri	0,6	0,81	26,9	31,3	49,3	57,3	2512,5	3063,1
Posta ve Telekomünikasyon	2,8	3,14	3,7	4,1	4,9	5,7	291,7	330,7
Finansal Aracılık	7,2	7,61	51,6	55,5	68,0	74,8	3302,0	3599,0
Gayrimenkul faaliyetleri	11,4	11,87	0,6	0,6	0,1	0,1	0,3	0,4
Kiralama	0,8	0,89	6,5	7,4	15,4	17,7	467,4	522,9
İdare, Savunma ve Sosyal Güvenlik	0,0	0,00	3,6	4,0	7,1	8,3	413,0	481,4
Eğitim	0,0	0,01	2,8	3,1	9,5	10,2	19,4	20,6
Sağlık ve Sosyal İş	0,4	0,49	1,7	2,0	7,0	8,3	13,6	15,6
Diğer Toplumsal, Sosyal Hizmetler	7,8	8,55	17,1	19,1	28,8	32,8	357,6	401,6
Hanehalkı	0,0	0,00	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Toplam	22730,76	28373,26	31011,47	42466,73	55220,91	83868,94	108868,03	157020,40

Özetle, bütün endüstrilerde ithal bağımlılığın arttığı bu nedenle yabancı katma değer her yıl ihracat içindeki payının yükseldiği görülmektedir. Buna örnek olarak tekstil sektörünü gösterebiliriz. Toplam ihracat içindeki payı en yüksek olan tekstil sektörünün yarattığı katma değer yaklaşık olarak yarısı yabancı katma değerdir. Bu durumu Tablo 4 ile özetlemek mümkündür.

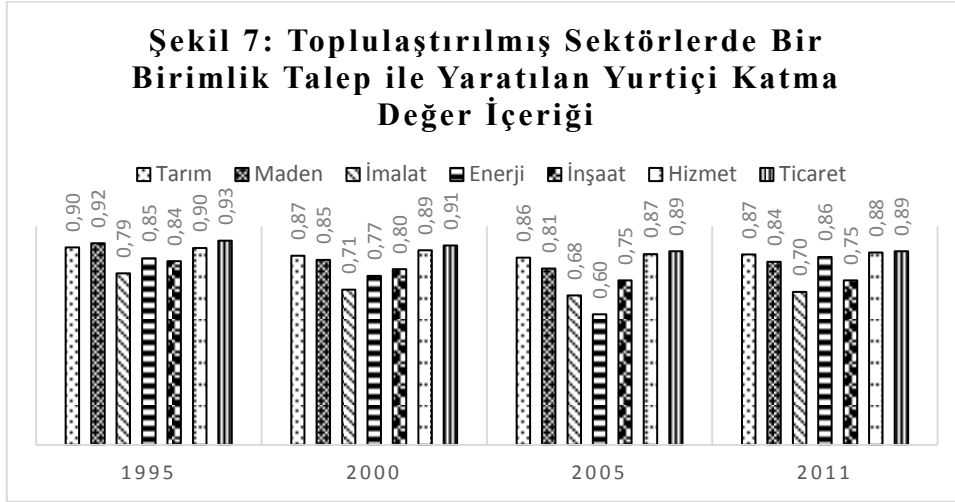
Bir birimlik talep ile sektörlerde yaratılan katma değer içeriğini ele aldığımız Tablo 4'te; kaynağa dayalı üretim yapan tarım ve madencilik sektörlerinin 1995 yılında sırasıyla, yüzde 90,4 ve 92,2'ü yurtiçinde yaratılan katma değerden oluşmaktadır. İthal ara-girdi kullanımının artmasıyla birlikte bu sektörlerin yurtiçi katma değer içeriği sınırlı oranda azalmıştır. İmalat sanayi alt sektörlerinde ise; kimyasal ve kimyasal ürünler, kauçuk ve plastik sektörlerinde yurtiçi katma değer yüzdesi sınırlı oranda artarken, diğer sektörlerde ise azalmıştır. Türkiye ihracatında en yüksek paya sahip tekstil sektörünün 1995 yılında yurtiçi katma değer yüzdesi 78 iken 2011 yılında yüzde 66'a düşmüştür. Bu büyük azalmanın nedeni ise, Dünya'da ucuzlayan emekten yararlanarak maliyetleri düşürmek isteyen firmaların ithal ara-girdi bağımlılığının artmasıdır. Yüksek teknoloji düzeyine sahip makine, elektrikli ve optik ekipmanlar sektörlerinde yüksek ithal ara-girdi kullanımı nedeniyle yabancı katma değer yüzdesi yüksektir. Türkiye gibi düşük-orta düzey teknolojiye sahip ülkeler için bu durum şaşırtıcı değildir. Ara-girdi kullanımı düşük olan hizmet sektöründe ise yurtiçi katma değer yüzdesi yüksektir. Fakat yıllar itibariyle hizmet sektörünün yurtiçi katma değer yüzdesinde azalmalar olmuştur. Yurtiçi katma değer yüzdesi artan hizmet sektörleri ise diğer destek ve yardımcı taşıma faaliyetleri, kiralama, sağlık ve sosyal iş ve eğitimidir. Eğitim sektörünün 1995 yılında 85 olan yurtiçi katma değer yüzdesi, 2011 yılında 94'e yükselmiştir. Bunun en önemli nedeni ise, eğitim harcamalarının artmasıdır.

Tablo 4: Sektörlerde Bir Birimlik Talep Artışı ile Yaratılan Katma Değer (%)

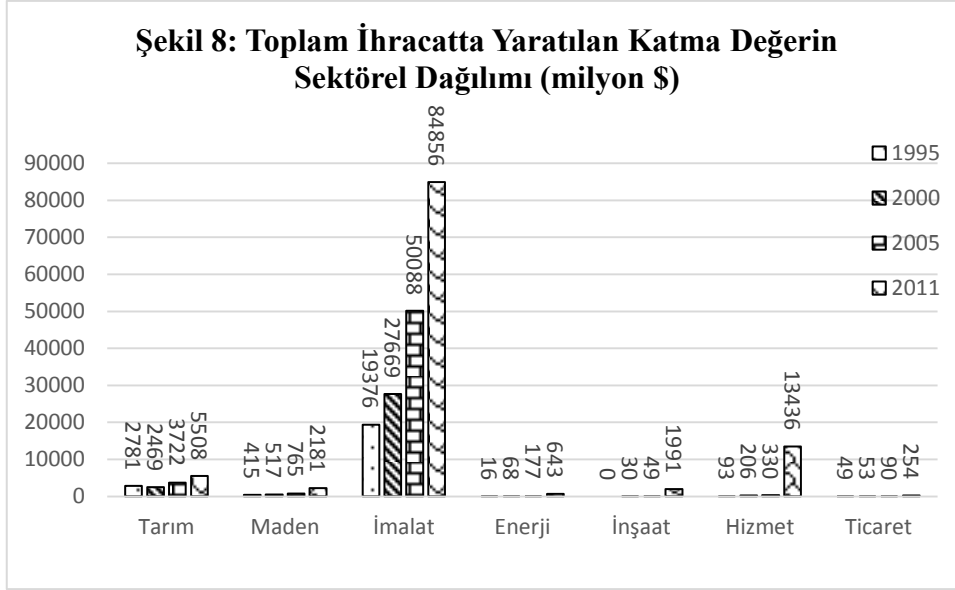
Sektör Adı	1995		2011	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
Tarım, Avcılık, ormancılık ve balıkçılık	90,4	9,6	87,1	12,9
Madencilik	92,2	7,8	83,8	16,2
Gıda, İçki ve Tütün	83,9	16,1	76,7	23,3
Tekstil ve Tekstil Ürünleri	78,3	21,7	65,9	34,1
Deri ve Ayakkabı	73,2	26,8	72,2	27,8
Ağaç ve Ağaç Ürünleri	85,6	14,4	76,2	23,8
Kağıt, Basım ve Yayımlar	82,4	17,6	79,8	20,2
Kömür, Petrol ve Nükleer Yakıt	71,4	28,6	66,3	33,7
Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler	74,1	25,9	76,8	23,2
Kauçuk ve Plastik	71,2	28,8	74,0	26,0
Diğer Metal Olmayan Mineraller	84,9	15,1	77,7	22,3
Ana Metaller ve İşlenmiş Metaller	77,8	22,2	61,7	38,3
Makine(Nec)	81,1	18,9	71,4	28,6
Elektrikli ve Optik Teçhizat	77,2	22,8	68,2	31,8
Taşıma Ekipmanları	74,1	25,9	54,9	45,1
İmalat,Nec; Yeniden Değerlendirme	84,0	16,0	62,9	37,1
Elektrik, Gaz ve Su	85,4	14,6	86,0	14,0
İnşaat	84,0	16,0	75,3	24,7
Motorlu Araçların Tamir,Onarım ve satışı	92,2	7,8	85,9	14,1
Toptan Ticaret	95,0	5,0	89,0	11,0
Perakende Satış	94,6	5,4	92,5	7,5
Otel ve Restoran	86,5	13,5	81,7	18,3
Yurtiçi Taşıma	83,6	16,4	79,6	20,4
Su Taşımacılığı	81,0	19,0	79,9	20,1
Hava Taşımacılığı	76,0	24,0	68,3	31,7
Diğer Destek ve Yardımcı Taşıma faaliyetleri	78,9	21,1	82,0	18,0
Posta ve Telekomünikasyon	89,7	10,3	88,2	11,8
Finansal Aracılık	94,6	5,4	91,7	8,3
Gayrimenkul faaliyetleri	96,4	3,6	94,3	5,7
Kiralama	86,2	13,8	89,4	10,6
İdare, Savunma ve Sosyal Güvenlik	100,0	0,0	85,8	14,2
Eğitim	84,8	15,2	94,1	5,9
Sağlık ve Sosyal iş	86,3	13,7	87,3	12,7
Diğer Toplumsal, Sosyal Hizmetler	91,7	8,3	89,0	11,0

Toplulaştırılmış sektörlerin yurtiçinde ürettiği bir TL(veya \$) değerindeki çıktının yerli payı (içeriğini) Şekil 8’de gösterilmektedir. Buna göre, imalat sanayi ve enerji sektörlerinde yaratılan yurtiçi katma değer içeriğinde 2000-2008 dönemlerinde

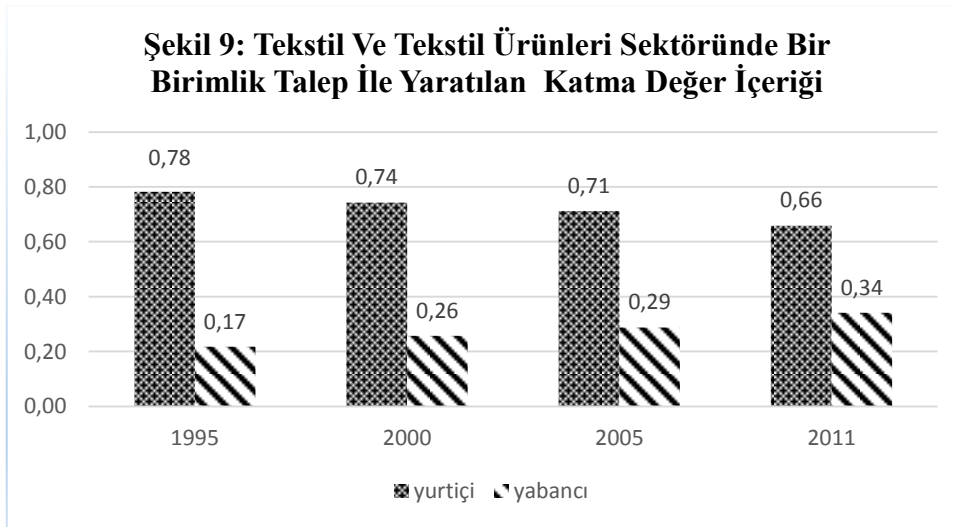
büyük dalgalanmalar yaşanmıştır. Öte yandan Tarım, maden, inşaat ve hizmet sektörlerinin yurtiçi katma değer içeriğinde hafif azalmalar olmuştur.



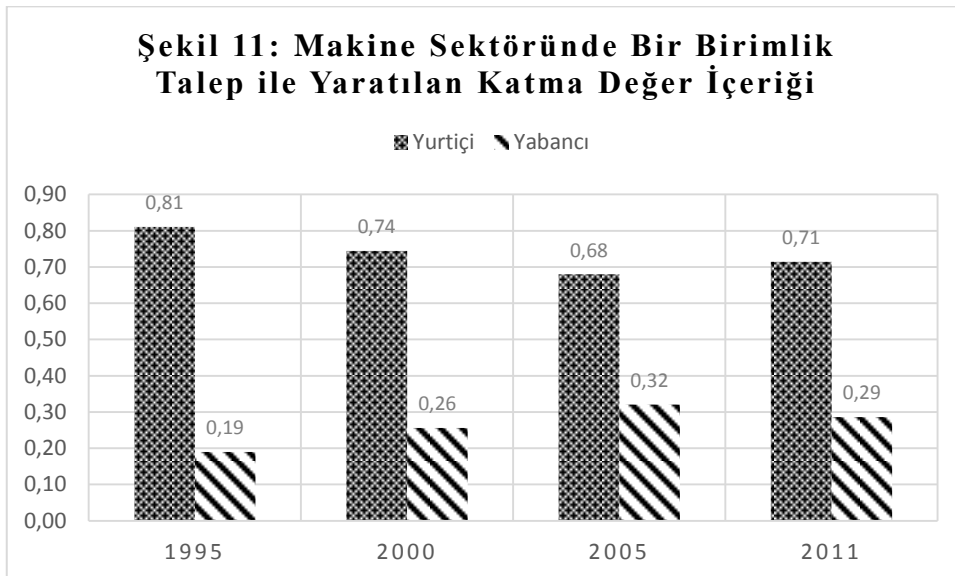
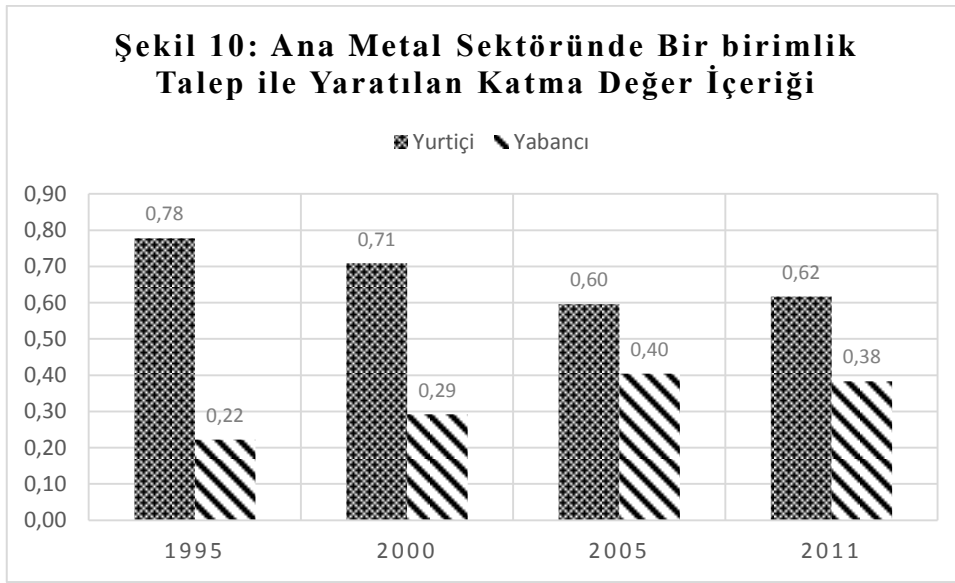
Toplulaştırılmış sektörlerin ihracatta yarattığı yurtiçi katma değer payını incelediğimizde ise, diğer sektörlerle kıyasla daha düşük yurtiçi katma değer içeriğine sahip olan imalat sanayinin toplam ihracat içindeki payının çok yüksek olduğu görülmektedir. Ancak yüksek yurtiçi katma değer içeriğine sahip olan enerji ve ticaret sektörlerinin ihracat içindeki payının çok düşük olduğu, tarım ve hizmet sektörünün paylarının yükseldiği Şekil 9'da görülmektedir.



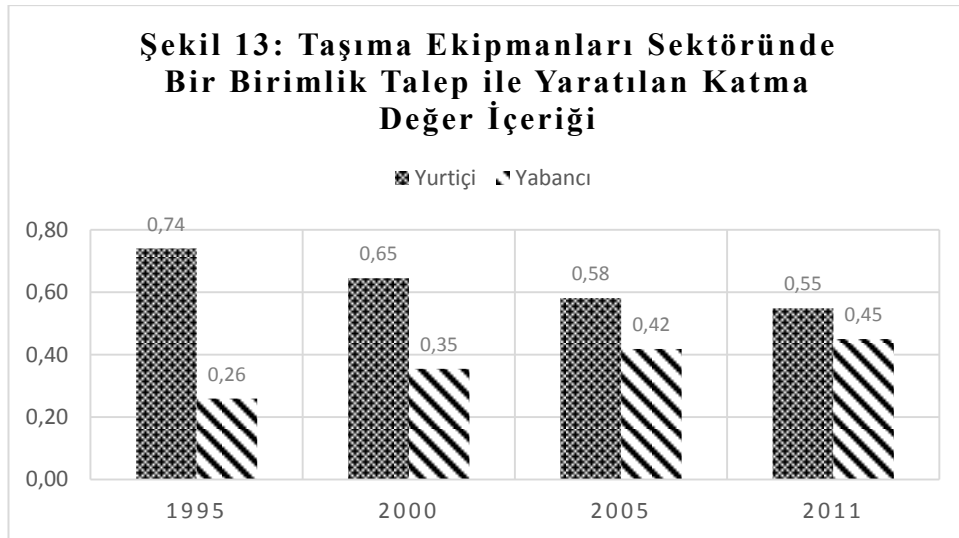
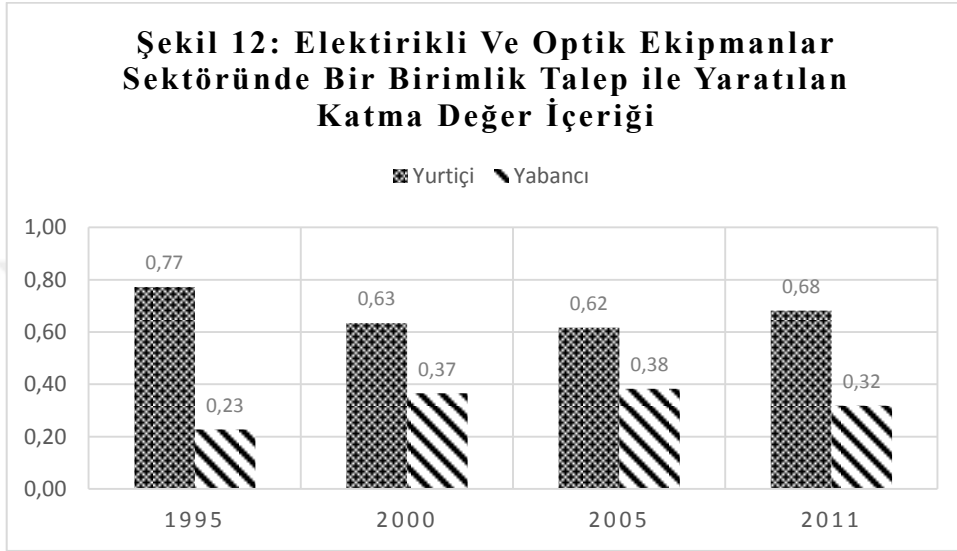
Türkiye ihracatı içinde payları yüksek olan sektörlerin her birinin 1995, 2000, 2005, 2011 yılları içinde yarattığı katma değer içeriğini ve bu katma değerde yabancı katma değer oranındaki değişimler ele alınmıştır. İlk olarak ihracatta en yüksek katma değer yaratan tekstil ve tekstil ürünleri sektörü ele alınmaktadır. Yurtiçi katma değer payının yüksek olduğu bu sektörde 1995 yılından itibaren yurtiçi katma değer payında düşüş gözlenmektedir. Buna karşılık ithal girdi kullanımının sürekli artması sonucu 2008 yılından başlayarak yabancı katma değer payı yurtiçi katma değer payını aşmıştır.



Ara mal üretimi yapan orta düzey teknolojiye sahip ana metal sektöründe yaratılan yurtiçi katma değer payı 1995 yılında 0,78 iken 2011 yılında 0,62'ye düşmüştür. Yurtiçi ve ithal ara girdi kullanımı yüksek olan bu sektörün yurtiçi katma değer payı sürekli düşmüştür.



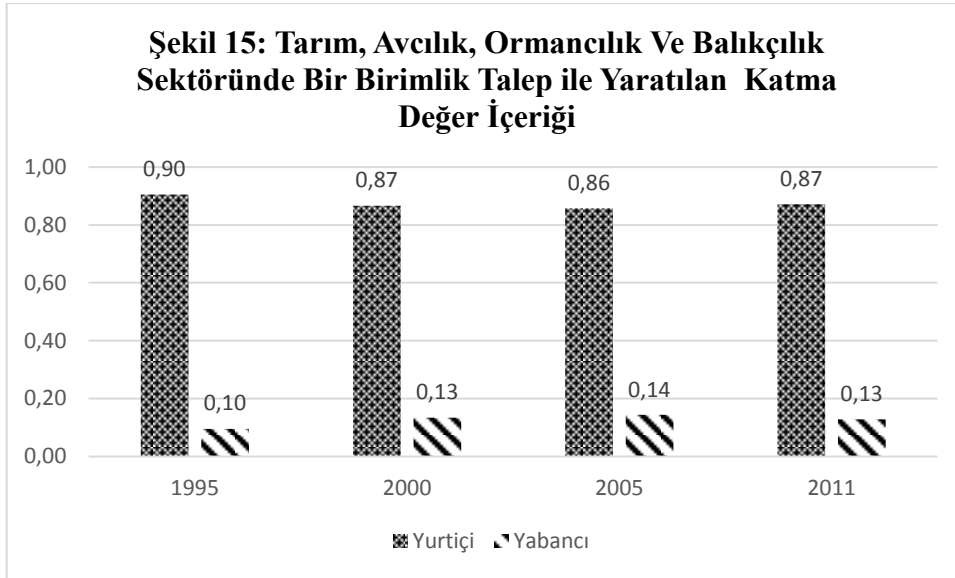
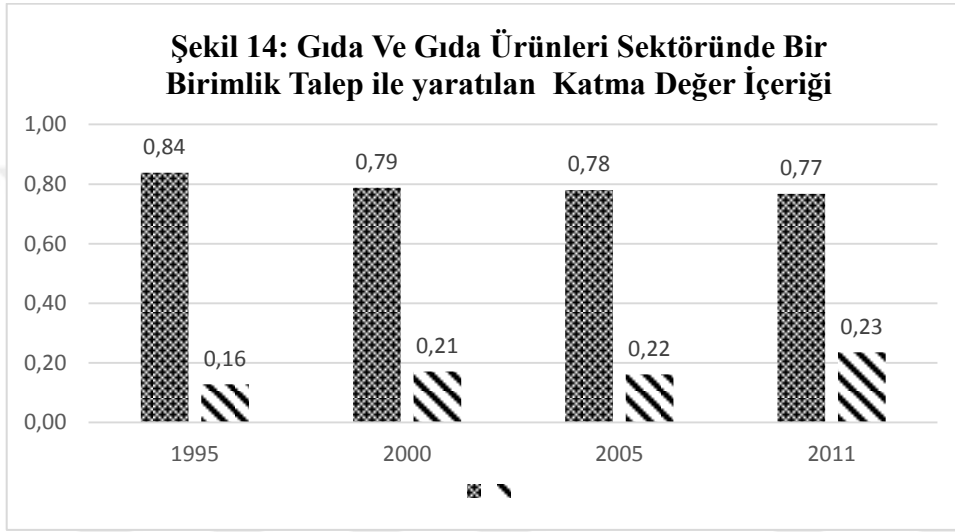
Sermaye malı üretimi yapan makine sektörü ise, ithal ara girdi kullanımı yüksek sektörlerdendir. Yüksek teknoloji düzeyine sahip bu sektörde 1995 yılından sonra kullanılan ithal ara-girdilerin yüksek olması nedeniyle yurtiçi katma değer içeriği büyük oranda düşürmüştür.



Teknoloji düzeyi ilerledikçe ithal ara-girdi kullanımı artan elektrikli ve optik ekipmanlar ile taşıma ekipmanları sektörlerinde yurtiçi katma değer içeriği sürekli azalma

göstermektedir. Bunun nedeni ise; ithal ara-girdi kullanımındaki artışın yanı sıra yurtiçindeki diğer sektörlerden alınan ara-girdilerin artmasıdır.

Düşük teknolojiye dayanıksız tüketim malı üretimi yapan gıda sektöründe, 1995 yılında 0,84 olan yurtiçi katma değer içeriği 2011 yılında 0,77'e düşmüştür. Genel olarak ülkelerde yüksek katma değer payına sahip bu sektörde ithal ara-girdi kullanımını düşüktür.



Kaynağa dayalı üretim yapan ve ara-girdi kullanımını düşük olan tarım sektörünün bir birimlik talep ile yarattığı katma değer içeriği yüksektir. 1995 yılından 2011 yılına

gelindiğinde yurtiçi katma değer içeriğinde sınırlı oranda düşüş gerçekleştiği Şekil 16'da görülmektedir.

Özetle, sektörlerin üretim süreçlerinde kullandığı ara-girdi miktarı ve teknoloji düzeyi artıkça, yurtiçi katma değer içeriği o ölçüde azalma göstermektedir. Bu nedenle ara-girdi kullanımı (yerli ve ithal) yüksek olan imalat sanayinin yurtiçi katma değer içeriği diğer sektörlerle kıyasla daha düşüktür.

Bütün sektörlerde artan ithal ara-girdi kullanımı nedeniyle toplam ihracat içindeki payını yükselten yabancı katma değerini seçtiğimiz 11 ülkedeki² yansıması Tablo 5'de verilmektedir. Buna göre 1995 yılında gerçekleşen ihracatın içinde yabancı katma değer payı en yüksek olan ülke Belçika'dır. İthal bağımlılığı yüksek olan bu ülkede yapılan ihracatın sadece yüzde 53,5'i yurtiçinde yaratılmaktadır. Toplam ihracat içindeki yabancı katma değerini payı en düşük olan ülke ise Çin'dir. Çin 1995 yılında toplam ihracatının yüzde 92,6'sını yurtiçinde yaratmaktadır. Türkiye'de ise 1995 yılında ithal ara girdi kullanımı düşük olduğundan dolayı toplam ihracat içindeki yabancı katma değerini payı yüzde 9'dur. 1995 yılında genel olarak düşük olan yabancı katma değer payı, üretim sürecinin artan oranda parçalı hale gelmesi ile birlikte yükselişe geçmiştir. 2011 yılına ait katma değer payına bakıldığında bu daha net olarak görülebilir. Bütün ülkelerde artan ithal ara girdi kullanımı nedeniyle yabancı katma değer payının tüm ülkelerde arttığı Tablo 5'te görülmektedir. Burada en dikkat çeken artış ise yine Belçika'da gerçekleşmiştir. 1995 yılında toplam ihracat içindeki payı 46,5 olan yabancı katma değerini 2011 yılında 59,5 yükseldiği görülmektedir. Genel olarak bütün ülkelerde 9-12 puanlık artışların gerçekleştiği yabancı katma değer payı, Çin'de sadece 1,6 puanlık bir artış yaşandığı göze çarpmaktadır.

²Bu ülkeler Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı 20 ülke içinden seçilmiştir.

Tablo 5: Ülkelerin Yaptığı Toplam İhracatın İçindeki Yurtiçi ve Yabancı Katma Değer Payı(%)

ÜLKELER	1995		2011	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
ALMANYA	70,7	29,3	61,1	38,9
İNGİLTERE	74,5	25,5	65,5	34,5
ABD	88,5	11,5	81,6	18,4
FRANSA	80,0	20,0	70,5	29,5
İTALYA	83,9	16,1	74,7	25,3
RUSYA	85,6	14,4	74,0	26,0
İSPANYA	84,8	15,2	76,2	23,8
ÇİN	92,6	7,4	91,0	9,0
TÜRKİYE	91,0	9,0	85,1	14,9
HOLLANDA	66,9	33,1	60,6	39,4
POLONYA	84,2	15,8	70,9	27,2
BELÇİKA	53,5	46,5	36,9	59,5

Çin gibi gelişmekte olan ülkeler düşük maliyet ve ucuz istihdam ile küresel değer zincirinde üretimin yoğunlaştığı ve ara girdi için tercih edilen ülkeler olduğundan dolayı toplam ihracatta yurtiçi katma değer oranları yüksektir. Gelişmiş ülkeler ise düşük katma değer yarattıkları ara mallarının üretimini düşük maliyetli ülkelere kaydardıklarından dolayı toplam ihracatta yabancı katma değer payı büyüktür. Bu durum dış ticaret dengesinde negatif bir sonuç doğursa da firmalar açısından olumlu bir etkiye sahiptir.

Küresel değer zinciriyle birlikte artan ithalat, ülkenin zincire ne kadar eklemlendiğini göstermektedir. Üretim süreçlerini parçalara ayırarak düşük maliyetli ülkelere kaydıran firmalar/ülkeler düşük katma değerli ara-girdileri ithal etme yoluna giderek yüksek katma değerli alanlarda yoğunlaşmaktadırlar. Bu durum ise firmaların/ülkelerin maliyetlerini azaltıp, katma değerlerini arttırmaktadır. Bu anlamda

ucuz ithal ara-girdi kullanımını ülkelerin rekabet gücünün artmasını sağlayan faktörlerden biridir.

3.3.1 KDZ'deki Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler

Ülkelerde yaratılan yurtiçi katma değer payı belirli bir üründe ne derece uzmanlaşıldığı hakkında bilgi vermediği için, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler analizinden yararlanılarak ülkelerin hangi alanlarda uzmanlaşarak rekabet avantajı elde ettiği belirlenmeye çalışılmıştır. Türkiye'nin ve seçtiğimiz 11 ülkenin 1995 ve 2011 yıllarında ihracatın yurtiçi katma değer içeriği verileri kullanılarak hesaplanan AKÜ endeksinde, toplam dünya ihracatı ve ilgili sektörün dünya ihracatı yerine seçtiğimiz 11 ülkenin ve Türkiye'nin ihracatları toplanarak hesaplanmıştır. On iki ülkeli açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi, yurtiçi katma değer payı ve sektörlerin ihracat verileri toplulaştırılmış sektörler bazında ele alınarak karşılaştırılmıştır.

Tablo 6 ve 7'de ele aldığımız verilere göre; kaynağa dayalı üretim yapılan hemen hemen bütün ülkelerde yüksek katma değer payına sahip tarım sektörünün 1995 yılında ülkelerin toplam ihracatının içindeki payının az olması nedeniyle AKÜ³ endeksinde göre 5 ülkede (Almanya, İngiltere, İtalya, Rusya, Belçika) rekabet dezavantajı söz konusu iken, 4 ülke de (ABD, Fransa, Çin, Polonya) zayıf rekabet avantajı, 3 ülkede (İspanya , Hollanda ve Türkiye) ise orta derecede rekabet avantajı vardır. 2011 yılındaki tarım verilerine baktığımızda ise; ülkelerin yurtiçi katma değer payının azaldığı ve AKÜ endeksinde göre ise, sonucu değiştirmeyecek hafif değişimler olduğu görülmektedir.

³Daha ayrıntılı bir analizle, karşılaştırmalı üstünlüğün gücünü göstermek amacıyla Balassa'nın AKÜ katsayısını 4 aşamada sınıflandırabiliriz:

1. Sınıflandırma → $0 < AKÜ \leq 1$; Karşılaştırmalı üstünlük yoktur.
2. Sınıflandırma → $1 < AKÜ \leq 2$; Zayıf bir karşılaştırmalı üstünlük vardır.
3. Sınıflandırma → $2 < AKÜ \leq 4$; Orta derecede karşılaştırmalı üstünlük vardır.
4. Sınıflandırma → $4 < AKÜ$; Güçlü bir karşılaştırmalı üstünlük vardır(Ertan, 2012:199)

Kaynağa dayalı üretim yapan bir diğer sektör olan madencilikte ise, 1995 ve 2011 yıllarında yüksek yurtiçi katma değer içeriğine sahip ve AKÜ endeksine göre güçlü rekabet avantajı olan tek ülke Rusya'dır. Yeraltı zenginliği yüksek olan Rusya için bu sonuç şaşırtıcı değildir. İmalat sanayinin ağırlıklı ortalaması alınarak bulunan sonuçlarda genel olarak ülkelerin yüksek ihracat ve yurtiçi katma değer payına sahip olduğu bu alanda AKÜ endeksine göre, rekabet avantajı söz konusu değildir. 1995 ve 2011 yılı verilerine göre orta düzey rekabet avantajına sahip tek ülke Hollanda'dır.

Tablo 6: Ülkelerin Karşılaştırmalı Rekabet Gücü Analizi (1995 Yılı)

ÜLKELER	TARIM			MADENCİLİK			İMALAT SANAYİ			HİZMET		
	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD
ALMANYA	5049,1	0,29	0,82	2499,4	0,21	0,85	41904,8	1,02	0,76	5883,5	0,57	0,91
İNGİLTERE	2921,2	0,31	0,83	15879,1	2,50	0,87	19107,8	0,98	0,77	5018,8	0,64	0,87
ABD	27256,2	1,16	0,92	10031,9	0,63	0,94	37987,9	0,74	0,87	28422,2	1,39	0,97
FRANSA	14624,4	1,47	0,85	911,5	0,13	0,80	27811,9	1,22	0,75	4713,5	1,14	0,89
İTALYA	4170	0,53	0,88	591,6	0,11	0,89	12217,1	0,86	0,74	3660,7	1,72	0,85
RUSYA	1940,4	0,77	0,89	20339,7	11,82	0,92	2185,9	0,67	0,83	5210,7	4,42	0,93
İSPANYA	7055,4	2,16	0,90	412,6	0,19	0,83	7602,4	1,12	0,79	909,4	0,66	0,87
ÇİN	6763,7	1,35	0,94	3983,4	1,17	0,90	6914,7	0,76	0,86	878,4	0,50	0,90
TÜRKİYE	3075,3	3,64	0,90	450,4	0,78	0,92	1610,1	1,19	0,76	14,8	0,04	0,92
HOLLANDA	15048,6	2,32	0,75	4543,6	1,03	0,89	28646,7	2,21	0,62	3448,8	0,89	0,78
POLONYA	1228,5	1,28	0,83	2239,9	3,42	0,81	2232,3	1,55	0,73	272,1	2,26	0,85
BELÇİKA	2925,7	0,55	0,66	798,8	0,22	0,67	14599,3	1,40	0,57	3387,3	1,50	0,77

Her ülkenin ihracat ile yarattığı yurtiçi katma değer AKÜ endeksine göre imalat sanayisinde rekabet avantajı yarattığı sektörleri ayrıntılı incelediğimizde; Polonya'nın 1995 yılında ağaç ve ağaç ürünleri sektöründe güçlü bir rekabet avantajına sahip olduğunu fakat 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. ABD 1995-2011 yıllarında imalat sanayisinde yüksek yurtiçi katma değer içeriğine ve yüksek ihracat payına sahip olmasına rağmen AKÜ analizine göre imalat sanayi alt sektörlerinin hiçbirinde rekabet avantajı yaratamamıştır. Rusya da ise, 1995 yılında yüksek katma değer içeriğine sahip olduğu

imalat sanayinde sadece ana metal sektöründe orta düzey rekabet avantajı sağlamıştır. Fakat 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. İtalya'da 1995-2011 yıllarında güçlü rekabet avantajına sahip olan sektör ise deri ve deri ürünleri sektörüdür. 1995 yılında tekstil ve tekstil ürünleri sektöründe güçlü rekabet avantajına sahip olan İngiltere'nin 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. Çin'de ise, 1995 yılında emek yoğun sektörler olan tekstil ve deride güçlü rekabet avantajı yaratılırken, 2011 yılında bu avantaj kaybedilmiştir. 1995-2011 yıllarında İspanya da genel olarak bütün imalat sanayi alt sektörlerinde düşük rekabet avantajı vardır. İthal bağımlılığı yüksek olan Belçika'da, 1995-2011 yıllarında düşük katma değer içeriği yarattığı imalat sanayi alt sektörleri, AKÜ endeksine göre düşük rekabet avantajına sahiptir. Almanya'da Belçika gibi imalat sanayi alt sektörlerinde düşük rekabet avantajına sahiptir. Türkiye'nin ise 1995 yılında güçlü rekabet avantajına sahip olduğu sektör tekstildir. Fakat 2011 yılında bu avantajını azaltırken, diğer metalik olmayan mineraller sektöründeki avantajı sınırlı oranda artmıştır. Sonuç olarak Türkiye imalat sanayinde, emek- yoğun ve hammadde yoğun mallarda ihracat avantajına sahiptir.

Ülkelerin hizmet sektörüne baktığımızda ise, genel olarak yüksek katma değer payına sahip olan bu sektörün AKÜ endeksine göre ülkelerde rekabet avantajı düşüktür. Bu sektörde güçlü rekabet avantajına sahip tek ülke ise Rusya'dır. Ülkelerin hizmet sektörlerini daha detaylı olarak incelediğimizde; ABD'lerinde 1995 yılında toptan ticaret, posta ve telekomünikasyon ve finans aracılığı sektörlerinde orta düzey rekabet avantajına sahipken, hanehalkı (eleman çalıştıran özel haneler) sektöründe yüksek rekabet avantajına sahiptir. 2011 yılına gelindiğinde ise; idare, savunma ve sosyal güvenlik sektöründe yüksek rekabet avantajına sahip olan ABD'nin diğer hizmet sektörlerinde rekabet avantajı düşüktür. 1995 yılında ticaret alanında yüksek rekabet gücüne sahip olan Rusya da, 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. İtalya 1995 yılında ticaret alanında ve gayrimenkul

faaliyetlerde orta düzey rekabet avantajı yaratabilmiştir. Fakat 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. Almanya, Fransa, Çin ve İspanya hizmet sektöründe genel olarak düşük rekabet avantajına sahiptir. 1995 yılında Hollanda eğitim ve inşaat sektöründe orta düzey rekabet avantajına sahip iken, 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. İngiltere'nin 1995 yılında yüksek rekabet avantajı yaratabildiği tek hizmet sektörü eğitimidir. 2011 yılında ise eğitimdeki rekabet avantajı artan İngiltere, finansal aracılık ve hanehalkı sektörlerinde de yüksek rekabet avantajına sahip olmuştur. Belçika genel olarak hizmet sektöründe düşük rekabet gücüne sahip iken, 2011 yılında eğitim sektöründe yüksek bir rekabet avantajı vardır. Polonya 1995 yılında inşaat, motorlu araçların alım, onarım ve satışı, gayrimenkul faaliyetlerinde yüksek bir rekabet avantajına sahip iken 2011 yılında bu avantajı azalmıştır. Son olarak Türkiye'yi ele aldığımızda, 1995 yılında hizmet sektöründe rekabet avantajına sahip olmadığı, 2011 yılında ise inşaat sektöründe yüksek bir rekabet avantajı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 7: Ülkelerin Karşılaştırmalı Rekabet Gücü Analizi (2011 Yılı)

ÜLKELER	TARIM			MADENCİLİK			İMALAT SANAYİ			HİZMET		
	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD	İhracat (milyon \$)	AKÜ	KD
ALMANYA	14797,7	0,48	0,72	6844,5	0,14	0,8	107600,09	1,06	0,63	34452,7	0,70	0,88
İNGİLTERE	5028,7	0,37	0,77	38142,8	1,76	0,8	29580,564	0,87	0,71	27004,3	1,34	0,85
ABD	55485,9	1,56	0,86	33011,3	0,58	0,9	103202,74	0,96	0,74	93544,6	1,70	0,94
FRANSA	26612,4	1,99	0,75	2624,6	0,12	0,7	42587,39	1,19	0,57	9876,8	0,45	0,85
İTALYA	8432,5	0,73	0,80	2127,7	0,12	0,8	35129,396	1,15	0,59	8603,8	1,20	0,77
RUSYA	6241,2	0,66	0,84	167488,6	11,14	0,9	24842,64	1,05	0,80	33005,8	3,78	0,90
İSPANYA	16175,8	2,16	0,84	1718,8	0,14	0,7	29203,849	1,41	0,69	3962,6	0,42	0,82
ÇİN	17751,8	0,44	0,92	10386,7	0,16	0,8	77306,978	0,59	0,82	33477,5	0,66	0,88
TÜRKİYE	6320,9	2,08	0,87	2601,1	0,54	0,8	8998,0379	1,17	0,74	1527,8	0,69	0,87
HOLLANDA	20881,3	2,01	0,64	28568,8	1,72	0,8	60487,846	2,29	0,55	11229,2	1,02	0,72
POLONYA	3351,7	0,76	0,73	5006,3	0,71	0,8	15468,177	1,44	0,58	2975	1,26	0,79
BELÇİKA	6170,6	0,86	0,60	1279,8	0,11	0,5	30834,957	1,68	0,47	7674,1	1,34	0,73

Seçilen ülkelerin ihracat, yurtiçi katma değer payı ve AKÜ endekslerine göre incelediğinde; Almanya, ABD ve Çin'in yüksek yurtiçi katma değer yaratan alanlarda yoğunlaşarak yüksek ihracat payına sahip olmalarına rağmen bu ülkelerin AKÜ endeksine göre imalat sanayisinde rekabet avantajına sahip olmadığı görülmektedir. Seçilen diğer ülkeler ise, genel olarak tüketim mallarında rekabet üstünlüğüne sahiptir.

Bu bölümde ilk olarak, Türkiye ekonomisinin gelişimini ele alarak incelediğimizde, Türkiye ekonomisinin temel dayanaklarından biri olan tarım sektörünün GSYİH ve ihracat içindeki payının azaldığı, hizmet sektörünün ise payını arttırdığı tespit edilmiştir. Toplam ihracat içindeki payı yüksek olan imalat sanayinin ise Türkiye ekonomisinde lokomotif işlevi gördüğü sonucuna ulaşılmıştır.

Girdi-çıkıtı tabloları kullanılarak yapılan katma değer hesaplamaları sonucunda Türkiye ekonomisine ilişkin elde edilen bulgulara göre; tarım, madencilik ve hizmet sektörlerinin yüksek yurtiçi katma değer içeriğine sahip olduğu, imalat sanayinin ise nispeten daha düşük yurtiçi katma değer içeriği yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Fakat 1995'ten 2011 yılına gelindiğinde yurtiçi katma değer içeriğinde sınırlı oranda düşüşler olduğu, ithal ara-girdi kullanımının artması sonucu yabancı katma değer içeriğinin de bütün sektörlerde arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca seçilen 11 ülkenin ve Türkiye'nin ithalat bağımlılığı incelendiğinde, bütün ülkelerde ithal ara-girdi kullanımının büyük oranda arttığı görülmektedir.

Toplam ihracatta yaratılan yurtiçi katma değer payı ile hesaplanan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi ile Türkiye'nin ve seçilen 11 ülkenin rekabet gücünün analiz edildiği son kısımda, sanayileşmiş ülkelerin tarım, madencilik, imalat ve hizmet

sektörlerinde rekabet avantajına sahip olmadığı, Rusya'nın madencilik ve hizmet sektöründe güçlü rekabet avantajına sahip olması nedeniyle bu ülkelerden ayrıştığı görülmektedir. Türkiye'nin ise, tarım sektöründe orta düzey rekabet avantajına, imalat sanayinde ise düşük düzeyde rekabet avantajına sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, hizmet sektöründe rekabet avantajı yaratamayan Türkiye'nin, inşaat alanında güçlü bir rekabet avantajına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



SONUÇ

İkinci dünya savaşı sonrasında dünya ticareti GATT/WTO yönlendirmesiyle serbestleşme eğilimine girmiş ve 1990'lı yıllara gelindiğinde dünya ticaretinin önündeki kısıtlamalar önemli ölçüde azalmıştır. Bu duruma teknolojik ilerlemeler ile bilişim, iletişim, ulaşım ve haberleşme teknolojilerindeki gelişmeler ve taşıma maliyetlerinin düşmesi eklendiğinde, üretim sürecinin parçalanarak her bir aşamanın düşük maliyetle üretilebildiği ülkelere kaydırılmasını da beraberinde getirmiştir. Bu sisteme parçalı üretim süreci veya üretimin parçalı hale gelmesi adı verilmektedir. Bu anlamda; yüksek teknoloji ve vasıflı istihdama sahip ülkeler, ar-ge ve markalaşma alanlarında, düşük teknoloji ve vasıflı istihdam düzeyine sahip ülkeler düşük katma değerli hammadde yoğun alanlarda; orta düzey teknoloji ve vasıflı istihdama sahip ülkeler ise üretim ve montaj alanlarında yoğunlaşarak küresel üretim sürecine eklemlenme yoluna gitmiştir.

Sınırların bir anlamda kalkmasıyla oluşan bu küresel değer zincirinden ülkeler daha fazla yararlanmak için yoğun bir çaba içine girmişlerdir. Bu yeni ortamla birlikte rekabet kaçınılmaz bir unsur olmuştur. Böylelikle, piyasada hakimiyet kurabilme gücü olarak ifade edilebilen rekabet gücü ülkelerin ve firmaların öncelikli amacı haline gelmiştir.

Son 20 yıllık dönemde, üretimin parçalı hale gelmesi ile birlikte ürünlerin önce girdi daha sonra mamul mal olarak sınırlar arasında dolaşımı daha önce hiç olmadığı kadar artmıştır. Bu çerçevede girdi-çıkıtı tabloları kullanılarak ülkelerin yurtiçinde yarattıkları katma değer ile ithalat yoluyla edinilen yabancı katma değer ayrıştırılması ihtiyaç haline gelmiştir. Buna göre, toplam ihracatın yarattığı yerli katma değer ayrıştırılarak açıklanmış

karşılaştırmalı üstünlükler endeksi ile ülkelerin rekabet gücüne sahip olduğu alanlar tahmin edilmeye çalışılmıştır.

İncelenen dönemde Türkiye ekonomisinde imalat sanayinin önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Sürekli artan üretim endeksi ile yüksek ihracata sahip olan imalat sanayinin toplam ihracat içindeki payının yüzde doksanın üzerinde olması bunun bir göstergesidir. Ayrıca incelenen diğer sektörlerden tarım ve madenciliğin ihracat içindeki payının azaldığı ve hizmet sektörünün ise yükselme eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Toplulaştırılmış sektörlerin yarattığı katma değer ayrıştırılarak, sektörlerin ne düzeyde yurtiçi katma değer içeriği yarattığı incelendiğinde; kaynağa dayalı üretim yapan tarım sektörü ihracatı 1995 yılında yurtiçi katma değer içeriği yüzde 90 iken 2011 yılına gelindiğinde bu oran yüzde 87'ye düşmüştür. Yurtiçi katma değer içeriğinde hafif bir düşüş yaşayan tarım sektörünün ithal ara-girdi kullanımının sınırlı oranda arttığı görülmektedir. Tarım sektörü gibi kaynağa dayalı üretim yapan madencilikte de aynı durum geçerlidir. Aynı dönemde imalat sanayi ihracatının yurtiçi katma değer içeriğinde ise ithal ara-girdi kullanımı büyük oranda artarken yurtiçi katma değer içeriği sınırlı oranda azalmıştır. 1995 yılında yüzde 76 olan yurtiçi katma değer içeriği 2011 yılında yüzde 74'e düşmüştür. Hizmet sektöründe ise yurtiçi katma değer içeriği 1995 yılında yüzde 92 iken 2011 yılında yüzde 87'ye düşmüştür. Yabancı katma değer içeriği ise sınırlı oranda artmıştır.

Parçalanan üretim ile birlikte artan ithal ara-girdi kullanımı ülkelerin ihracatındaki yurtiçi katma değer payını da azaltmıştır. Bu anlamda; Türkiye ve seçilen 11 ülkenin ihracatı ayrıştırılarak incelendiğinde; her ülkenin toplam ihracatında yabancı katma

değer payının arttığı görülmektedir. Özellikle sanayileşmiş ülkelerin toplam ihracatındaki yabancı katma değer payının her yıl büyük oranda arttığı görülmektedir. Çin gibi yeni sanayileşmiş ülkelerde ise bu artış sınırlı olmaktadır. Aynı şekilde Türkiye’de de sınırlı bir artış olmuştur.

1995-2011 yıllarını kapsayan Türkiye ve seçilen 11 ülkenin toplulaştırılmış sektörlerinin ihracatının yurtiçi (yerli) katma değer içeriği hesaplanarak elde edilmeye çalışılan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi çerçevesinde rekabet gücü analiz edilmeye çalışılmıştır. Buna göre; Rusya dışındaki sanayileşmiş ülkelerin tarım ve madencilik sektöründe rekabet avantajına sahip olmadıkları, hizmet ve imalat sanayinde ise düşük rekabet avantajına sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Rusya ise 1995-2011 dönemlerinde maden sektöründe güçlü rekabet avantajına sahipken, hizmet sektöründe güçlü olan rekabet avantajını kaybederek orta düzeyde rekabet avantajına sahip olmuştur. Sanayileşme sürecinde olan Türkiye ise, madencilik ve hizmet alanında rekabet avantajı yaratamazken, imalat sanayinde düşük rekabet avantajına sahiptir. Türkiye’nin nispeten yüksek rekabet gücüne sahip olduğu sektör ise tarım sektörüdür.

Türkiye ekonomisinde lokomotif işlevi gören imalat sanayinin alt-sektörlerinin rekabet analizini daha ayrıntılı şekilde ele aldığımızda; tekstil ve tekstil ürünleri endüstrisinin 1995 yılında yurtiçi katma değer içeriği 0,78 iken, AKÜ endeksine (7,01) göre ise bu sektör güçlü rekabet avantajına sahiptir. 2011 yılına gelindiğinde düşen yurtiçi katma değer içeriğiyle (0,65) birlikte AKÜ endeksi (3,55) de düşmüş ve Türkiye ekonomisi bu alandaki güçlü rekabet avantajını kaybetmiş görünmektedir. Tekstilden sonra rekabet avantajı yüksek olan endüstriler ana metal ve diğer metalik olmayan mineraller endüstrisidir. Bu endüstriler 2011 yılında rekabet avantajlarını artırarak orta dereceli rekabet avantajına sahip olmuştur. Gıda ve gıda ürünleri, kauçuk ve plastik, ağaç ve ağaç

ürünleri, imalat: yeniden değerlendirme ve ulaşım ekipmanları endüstrileri 1995 yılında rekabet avantajına sahip değilken, 2011 yılında düşükte olsa bir rekabet avantajı elde ettiği söylenebilir. Deri ve ayakkabı, kağıt, basım ve yayım, kömür, petrol ve nükleer yakıt, kimya ve kimya ürünleri, makine, elektrikli ve optik teçhizat endüstrileri 1995-2011 yıllarında düşük rekabet avantajına sahip oldukları anlaşılmaktadır. 35 sektörün geneline baktığımızda ise 1995-2011 döneminde rekabet avantajını en fazla yükselten sektörün inşaat sektörü olduğu ve bu sektörün güçlü rekabet avantajına sahip olduğu görülmektedir.

Çalışmada Türkiye'deki sektörlerin emek-yoğun, düşük ve orta teknoloji ürünlerde rekabet avantajına sahip olduğu ve ayrıca artan ithal ara-girdi kullanımının, toplam ihracat içindeki yurtiçi katma değer payını zaman içinde sürekli olarak düşürdüğü tespit edilmiştir. Özetle, Türkiye'nin rekabet gücünü arttırabilmesi ancak verimliliği arttırabilmesi ve yüksek katma değerli ürünler üretmesi ile mümkündür.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2013). Küresel rekabet gücünün ölçülmesi ve Türkiye bağlamında bir değerlendirme. *Akademik Bakış Dergisi*, 37. 1-21.
- Aktan, C. C., Vural, Y. İ. (2004). *Rekabet gücü ve Türkiye*. Ankara: TİSK yayınları.
- Aktan, Ç.C. Rekabet gücü kavramı. 6 Mart 2015 tarihinde (<http://www.canaktan.org>) adresinden alınmıştır.
- Aktaş, C. (2003). Gelişmekte olan ülkelerde rekabet politikası: bir çerçeve çalışması. *Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi*. 1-75.
- Alemdar, T. (2008). Küresel değer zincirleri çerçevesinde Türk gıda sektörünün konumu. *VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri , Vol. Gıda İ.* 35-45.
- Algır, Ö. (2015). Türkiye’de imalat sanayinin gelişimi. 6 Mart 2015 tarihinde <http://www.iktisadi.org/turkiyede-imalat-sanayinin-gelisimi-2.html> adresinden alınmıştır.
- Alpaydın, Y., Tunalı, H. (2011) 2000 sonrası Türkiye iktisadının değişimi. İstanbul: İTO Yayınları.
- Altay, B., Gürpınar, K. (2008). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler ve bazı rekabet gücü endeksleri: Türk mobilya sektörü üzerine bir uygulama. *Afyon Kocatepe üniversitesi İİBF Dergisi X(5)*. 257-274.
- Arıç, H.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.

- Ayaş, N., Çeştepe, H. (2010). Dış ticaretin istihdam üzerindeki etkileri: Türk imalat sanayi örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2). 259-281.
- Aydoğuş, O. (1999). *Girdi-çıkıttı modellerine giriş*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Aykaç, M., Parlak, Z. ve Özdemir, S. (2009). *Rekabet gücünün arttırılması ve Türkiye’de KOBİ’ler*. İstanbul: Ticaret Odası Yayınları..
- Aynagöz Çakmak, Ö. (2006). Türk sanayisinin Avrupa Birliği piyasasında ihracatta rekabet gücü. 6 Mart 2015 tarihinde <http://www.aso.org.tr/b2b/asobilgi/sayilar/6dosyaeylulekim2010.pdf> adresinden alınmıştır.
- Aytuğ, H.K. (2011). Küresel rekabetin işletmelerin üretim ve istihdam yapısı üzerine etkileri. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 2(2). 45-77.
- Bakımlı, E. (2011). *Türkiye imalat sanayi ve alt sektörlerinin uluslararası rekabet gücü: mevcut durum ve potansiyel analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Baştav, L. (2012). Dışa açık büyüme modelinde sanayi politikalarının gelişimi: Türk imalat sanayiinin yapısı ve rekabet gücü (1980-2011). *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 39(3). 303-322.
- Bedir, A. (2012). Uluslararası rekabet gücü kavramsal çerçevesinde Türkiye imalat sanayi sektörlerinin rekabet etme biçimleri ve uygun politika önerisi. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(1). 171-212.
- Büyükkol, K., Gök, M. (2012). The global competitiveness report 2012-2013 T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı. Ankara.

- Çaşkurlu, S. (2011). Uluslararası piyasaların asimetrik yapısı ve gelişmekte olan ülkeler. *Öneri Dergisi*, 9(36). 189-199.
- Çıplak, U. (2007). *Rekabet gücü göstergeleri ve Türkiye imalat sanayi ürünleri ihracatı açısından bir değerlendirme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Çivi, E. (2001). Rekabet gücü : literatür araştırması. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 8(2). 21-38.
- Çivi, E., Erol, İ., İnanlı, T., Erol E.D. (2008). Uluslararası rekabet gücüne farklı bakışlar. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1). 1-22
- Deiaco, E. (2004). Sister – time for reflection on knowledge policies. *Strategic Institute Programme & Annual Report*. 5-40
- Delgado, M., Ketels, C., Porter, M.E., Stern, S. (2012). The determinants of national competitiveness. *National Bureau of Economic Research*. 25 temmuz 2015 tarihinde <http://www.nber.org/papers/w18249.pdf> adresinden alınmıştır.
- Demir, İ. (2002). Sektörlerde rekabet gücü ölçüm yöntemleri. *DPT Planlama Dergisi* 42. *Yıl Özel Sayı*. 229-234
- Duman, M.C., Gürsu, T., Şahin, S.G. (2015) Küresel rekabetçilik raporu 2014-2015. T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı. Ankara
- Düzgün, R. (2007). Türkiye'nin uluslararası rekabet gücü: çok değişkenli istatistiksel bir analiz. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23. 421-440.

- Eraslan, H. (2010). Rekabetçilik, kümelenme ve elmas model yaklaşımları. 6 Nisan 2015 tarihinde <https://www.workcube.com/rekabetcilik-kumelenme-ve-elmas-model-yaklasimlari/> adresinden alınmıştır.
- Erçel, G. (2000). Küreselleşme ve uluslar arası finansal gelişmeler. 4 Temmuz 2015 tarihinde <http://tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/75c7d540-7055-4bee-952e-9850100efaa1/07Kuresellesme.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=75c7d540-7055-4bee-952e-9850100efaa1> adresinden alınmıştır.
- Erkan, H., Erkan, C. (2004). Bilgi ekonomisinde teori ve politika. *Üçüncü Ulusal Bilgi ve Yönetim Kongresi*, 25-26 Kasım.
- Ertan, B. (2012). Ülkelerin karşılaştırmalı ihracat performanslarının açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarıyla belirlenmesi: Türkiye-Suriye örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15). 195-218.
- Eşiyok, A. (2010). Uluslararası rekabet gücü göstergeleri. *Kalkınma Dergisi*, 58. 18-27.
- Gökmenoğlu, S.M., Akal, M., Altunışık, R. (2012). Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, 13(2). 3-43.
- Gürpınar, K., Barca, M..(2007). Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücü düzeyi ve nedenleri. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2). 41-61.
- Gürpınar, K., Sandıkçı, M. (2008). Uluslararası rekabetçilik analizinde Michael e. Porter'ın elmas modeli yaklaşımı: Türkiye'deki bazı endüstrilerdeki uygulanabilirliğinin ve sonuçlarının araştırılması. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(15). 105-125.

Has, Z. (2013). Kümelenme teorisi ve Porter elmas modeli. 25.04.2015 tarihinde <http://www.izto.org.tr/portals/0/bilgi%20bankas%C4%B1/projeve raporlar/kumelenme/kumelenmeteorisiporterelmas.pdf> adresinden alınmıştır.

İlkkaracan, İ., Kim, K. ve Kaya, T. (2015). Sosyal bakım hizmetlerine kamu yatırımlarının istihdam, toplumsal cinsiyet eşitliği ve yoksulluğa etkileri: Türkiye örneği. 6 Ağustos 2015 tarihinde <http://www.kaum.itu.edu.tr/tr/wp-content/uploads/2015/09/rapor-son-t%C3%BCrk%C3%A7e.pdf> adresinden alınmıştır.

Karahan, A. (2014). Kamu işletmelerinin rekabet gücü analizi ve ulaştırma sektörü örneği. *Maliye Finans Yazıları*, 28(102). 25-44.

Keçeli, S. (2007). *Kaldor'un büyüme modeli çerçevesinde sanayileşmenin rolü: Türkiye imalat sanayi üzerine bir çalışma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kafkas Üniversitesi, Kars.

Kepenek, Y. (1999). *75 Yılda çarklardan chip'lere*. Türkiye İş Bankası Yayınları. 229-240

Kesbiç, Y. Baldemir, E. ve Doğan, S. (2005). "Rekabet gücü ölçümü ve önemi: Türk tarım sektörü için bir analiz". *VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, 26-27 Mayıs 2005, İstanbul üniversitesi, 1-19.

Koç, M., Özbozkurt, O.B. (2014). Ulusların rekabet üstünlüğü ve elmas modeli üzerine bir değerlendirme. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3). 85-91.

Kotan, Z. (2002). Uluslararası rekabet gücü göstergeleri Türkiye örneği. *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, Tartışma Metni*, 53. 1-21.

- Kösekahyaoğlu, L., Özdemir, G.(2011). Türkiye, Çin ve Hindistan'ın sektörel rekabet gücü üzerine. *Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi*, 30(2). 29-49
- Kumral, N. (2006). *Bölgesel rekabet gücünü artırmaya yönelik politikalar*. 1. Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu Bildiriler Kitabı. 275-287
- Landreth, H., Colander, D.C. (1994). *History of economic thought*. ABD: Houghton Mifflin
- Ovalı, S. (2014). Küresel rekabet gücü açısından Türkiye'nin konumu üzerine bir değerlendirme. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(13). 18-36.
- Porter, M.E. (1990). The competitive advantage of nations. 5 Haziran 2015 tarihinde http://dl1.cuni.cz/pluginfile.php/50387/mod_resource/content/0/Porter-competitive-advantage.pdf adresinden alınmıştır.
- Rybakovas, E. (2009). Competitiveness of lithuanian manufacturing industry. 912-918
- Seyidoğlu, H. (2009). *Uluslararası iktisat: teori politika ve uygulama*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Şimşek, N., Sadat, S.A. (2009). ECO pazarında Türkiye: 1997-2005 dönemi rekabet gücü analizi. *DergiPark Akademik*, 10(10). 137-157
- Taşcı, K. (2013). Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörünün girdi-çıktı analizi yöntemiyle Türkiye ekonomisi açısından önemi. *Akademik Bakışlar Dergisi*, 34. 1-20
- Timmer, M., Los, B., Stehrer, R., De Vries, G. (2013). Fragmentation, incomes and jobs: an analysis of european competitiveness. *GGDC Research Memorandum*. 1-57

Timurçin, D. (2010). *Türkiye’de kobi’lerin rekabet gücü ve rekabet üstünlüğü sağlamada kümelenmenin etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Tokatlıoğlu, İ. (1999), İktisat kuramında rekabet kavramının gelişimi. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 10. 5-26

Türkiye Vakıflar Bankası (2007). Küreselleşme sürecinde dünya ve Türkiye ekonomisinde sektörel yapıdaki dönüşüm üzerine bir inceleme. 5 Temmuz 2015 tarihinde https://www.vakifbank.com.tr/documents/earastirma/Kuresellesme_Surecinde_Dunya.pdf adresinden alınmıştır.

Ülengil Tekin, F., Önsel, Ş., ve Karaata, S. (2012). Dünya ekonomik forumu küresel rekabetçilik raporu 2012-2013’e göre bir değerlendirme. TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu REF.

Ülengil, F., Ekici, Ş.Ö., Tamer, E. (2014). Küresel endekslerde Türkiye’nin rekabet gücüne ilişkin bir değerlendirme. 9 Mayıs 2015 tarihinde http://ref.sabanciuniv.edu/sites/ref.sabanciuniv.edu/files/tkrd_2013-14-print.pdf adresinden alınmıştır.

Üstündağ Demir, S. (2015). Küresel rekabet endeksi 2014 - 2015 raporu. 6 Mart 2015 tarihinde <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Rekabet-Yazisi/Kuresel-Rekabet-Endeksi-2014-2015-Raporu> adresinden alınmıştır.

Van Ark, H. H., Erumban, A.A., Chen, V., & Kumar, U. (2008). The cost competitiveness of manufacturing in China and India: An industry and regional perspective. 25 Temmuz 2015 tarihinde

http://www.eaber.org/sites/default/files/documents/ICRIER_VanArk_2008.pdf
adresinden alınmıştır.

Vergil, H., Yıldırım, E. (2006). AB-Türkiye Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin rekabet ortamı üzerine etkisi. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 26. 1-21.

Xikang, C., Ju-e, G. ve Cuihong, Y. (2007). Chinese economic development and input-output extension. 19 Temmuz 2015 tarihinde <https://www.iioa.org/conferences/15th/pdf/chenxikang.pdf> adresinden alınmıştır.

Yapraklı, S. (2011). Uluslararası rekabet gücünü etkileyen makroekonomik faktörler: Türk imalat sanayi üzerine bir uygulama. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 22. 374-395.

Yükseler, Z. (2005). Türkiye'nin rekabet gücündeki gelişim. *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni 2005/1*. 3-22.