

T.C.
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

YÖNETEN : PROF.DR. NEJAT ERK
HAZIRLAYAN : ARŞ.GÖR. YELDA BUGAY

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA-1994

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
ÖZET	II
ABSTRACT	III
GİRİŞ	IV
	SAYFA
BÖLÜM 1	
ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ	
1.1. KARŞILASTIRMALI ÜSTÜNLÜK KURAMINDAN REKABET GÜCÜNE	1
1.2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER	6
1.2.1. Firma Rekabet Gücü	7
1.2.1.1. Üretim Üstünlüğü	8
1.2.1.2. Pazarlama Becerisi	9
1.2.1.2.1. Talep Yetersizliği	9
1.2.1.2.2. Talep İstikrarsızlığı	10
1.2.1.2.3. Fiyat Yetersizliği	10
1.2.1.2.4. Fiyat İstikrarsızlığı	11
1.2.1.3. Mali Güç	12
1.2.1.4. Haksız Rekabet	12
1.2.1.5. Şirket Stratejisi	14
1.2.1.6. İkame Malların Rekabeti ve Çıktı Benzerliği	15
1.2.1.7. Tamamlayıcılık İlişkisi ve Rekabet	17
1.2.2. Hükümet Politikaları	20

1.3. TEKNOLOJİK DEĞİŞİM VE REKABET GÜCÜ	27
1.3.1. Teknolojik Üstünlük Analizleri	30
1.3.1.1. Teknolojik Açık Yaklaşımı	31
1.3.1.2. Ürün Devreleri Yaklaşımı	34
1.3.1.3. Firma Davranışları	38
1.3.2. Teknolojik Stratejisi	40
1.3.2.1. Mevcut Durumun Korunması	41
1.3.2.2. Teknolojik Büyüme	42
1.3.2.2.1. İç Büyüme	42
1.3.2.2.2. Dış Büyüme	45

BÖLÜM II

ENDÜSTRİYEL REKABETİN ÖLÇÜLMESİ

2.1. FİRMA VARLIK MODELLERİ	49
2.1.1. İdeal Varlık	49
2.1.2. Gerçek Varlık	49
2.1.3. Fiili Varlık	52
2.2. SİSTEM VERİMİ ÖLÇÜMLERİ	57
2.2.1 Firma Verimlilikleri	57
2.2.1.1. Gizil Verimlilik	57
2.2.1.2. Fiili Verimlilik	58
2.2.1.3. Genel Verimlilik	59
2.3. MALİYET ÜSTÜNLÜĞÜ ÖLÇÜMLERİ	59
2.3.1. Teknoloji-Maliyet Üstünlüğü	60
2.3.2. Rakip Firma Maliyet Üstünlüğü	63
2.4. OECD TARAFINDAN HESAPLANAN REKABET ÖLÇÜLERİ	66
2.4.1. İthalat Bazında Rekabet	66
2.4.2. İhracat Bazında Rekabet	67
2.4.3. Toplam Rekabet	69
2.4.4. "Interlink" Modelindeki Rekabet	70

BÖLÜM III

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE DİŞ TİCARETİN GELİŞİMİ VE
SEKTÖREL REKABET GÜCÜ

3.1. TÜRKİYE'DE EKONOMİK BÜYÜME VE SANAYİLEŞMENİN GELİŞİMİ	74
3.2. 1980'LI YILLARDA İZLENEN DİŞA AÇILMA POLİTİKALARI VE DİŞ TİCARETİN YAPISINDAKİ GELİŞMELER	85
3.3. TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ VE BU KONUDA YAPILMIŞ ARAŞTIRMALAR VE BULGULARI	
3.3.1. İKV'nin Araştırması (1985)	92
3.3.2. DPT'nin Araştırması (1988)	94
3.3.3. SİAR'ın Araştırması (1988-a)	97
3.3.4. SİAR'ın Araştırması (1988-b)	98
3.4. AÇIKLANMIŞ KARSILASTIRMALI ÜSTÜNLÜK KRİTERİNE GÖRE TÜRKİYE'NİN İMALAT SANAYİİ ALT SEKTÖRLERİNDE REKABET GÜCÜ İÇİN BİR UYGULAMA	
3.4.1. Verilerin Düzenlenmesi	101
3.4.2. Yöntem ve Sınırlamalar	103
3.4.3. Bulgular ve Yorum	107

SONUÇ	117
EK I İmalat Sanayi Alt Sektör Sınıflaması	
EK II Türkiye'de İmalat Sanayi Alt Sektörlerinin İhracat ve İthalatı (1989-1992)	
EK III Türkiye'de İmalat Sanayiinde Beşeri Sermaye Yoğunluğu	
EK IV Türkiye'de İmalat Sanayiinde Fiziki Sermaye Yoğunluğu	
EK V Türkiye'de İmalat Sanayiinde Vasıfsız ve Vasıflı İşçi Yoğunluğu	
EK VI İmalat Sanayi Alt Sektörlerinin Rekabet Gücü	
EK VII Temel Bileşenler Analizinde Kullanılan Matrisler	
KAYNAKÇA	121

ÖNSÖZ

Globalizasyon sürecinde, ülkeler uluslararası ticarette tüm bölgelerdeki pazarlarda rekabet etme durumundadır. Bu nedenle, dış ticareti belirleyen önemli unsurlardan biri olan "rekabet gücü" kavramı ve rekabet gücünü belirleyen faktörler özel bir önem kazanmaktadır. Bu bağlamda "Uluslararası Rekabet Gücü ve Türkiye İmalat Sanayi İçin Bir Uygulama" adı altında yapmış olduğum çalışmada konuya teorik yaklaşımın yanısıra, Türkiye'nin imalat sanayi için sektör bazında dünya ile olan rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmalarım sırasında her türlü konuda bana yardımcı olan tez danışmanım, değerli hocam Prof.Dr.Nejat Erk başta olmak üzere, ekonometrik konularda beni aydınlatan hocam Doç.Dr.Altan Çabuk'a tezin yazımında emeği geçen bölüm sekreterimiz Sn.Neşe Hüvviyetli'ye ve tezin basım aşamasında büyük yardımı olan Arş.Gör.İsmail Güneş'e içten teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

Günümüzde dış ticaretin belirlenmesinde rekabet gücü kavramı oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Bu amaçla, çalışmamızda karşılaştırmalı üstünlükler kuramının eksiklikleri belirlenerek, dış ticarete rekabet gücünün yeri ve önemi açıklanmaya çalışılmıştır. Rekabetin ana unsurlarından biri olan "teknoloji" artık uluslararası mal ve hizmet akımına katılmış ve araştırma-geliştirme politikaları ile yakın bağlantılı olarak ülkeler için bir avantaj durumuna gelmiştir. Globalizasyon eğilimi gelişirken, firmalar yalnız yöresel pazarlarda değil, dünyadaki diğer pazarlarda da rekabet etmek durumundadır. Bu nedenle firmaların zayıf ve kuvvetli yönlerini belirlemeleri gerekmektedir. Bu amaçla, endüstriyel rekabet gücü modelinin kavramsal ve matematiksel yapısı incelenerek, sistem verimi ölçümleri ve maliyet etkinliğinin ölçülmesi üzerinde durulmuştur. Çalışmada, Türkiye'nin rekabet gücüne ilişkin resmi kurumlarca ve bireysel olarak yapılmış bazı çalışmalar özetlenerek, Türkiye'nin imalat sanayi alt sektörlerinin rekabet gücü, "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler" (RCA) indeksleri hesaplanarak belirlenmeye çalışılmıştır. 1989-1992 yılları arasında Türkiye'nin imalat sanayiindeki ihracat ve ithalat değerlerine dayanan RCA indekslerinin sonuçlarına göre, sektör bazında, dokuma-giyim,gıda, içki-tütün, kauçuk, toprak ve orman ürünlerinin rekabet gücünün pozitif olduğu saptanmıştır. Kimya ürünleri, kağıt ve basım, taşıt araçları ve makina imalat sektörleri ise RCA sıralamasında incelenen dört yılda da negatif değer alarak en alt sıralarda yer almıştır.

Son yıllarda gelişmiş ülkelerde kar hadininin düşmesi ile birlikte, gelişmekte olan ülkelere verilen fırsatlar gönüllü ihracat kotaları, anti-damping vergileri ve çevre koruma standartları ile gerilemeye başlamıştır. Tüm dünyada rekabet eşitliği ön plana çıktığından, bu görüş doğrultusunda dünya pazarına ihracat yaparken, kendi pazarını kapalı tutmak isteyen ülkelere pazar kısıtlanmaktadır.

ABSTRACT

This research work about "Comparative Advantage" and "Competitive Advantage" of nations in international trade. The concept of international competitiveness is often used in analyzing countries macroeconomic performance. It compares, for a country and its trading partners, a number of economic features that can explain international trade trends. Capacity for technological innovation, the quality of the products and value of after-sales service are all factors that may influence a country's trade performance. For this reason, measuring competitiveness is very important. A manufacturer's level of competitiveness is defined as a function of three basic factors: Industrial mastery, cost superiority and political-economic environment. On the other hand we examined the measures of competitiveness calculated by the OECD. In this research we look at the determinants of Turkey's comparative advantage of the manufacturing industry. We follow Liesner and Balassa's measure as a variant of "revealed comparative advantage".

GİRİŞ

Son yirmibeş yıl içerisinde, giderek artan sayıda gelişmekte olan ülkenin, ekonomisini dünya ticaretine açarak gelişmeyi tercih ettiğini görüyoruz. Sektörlerin üretim yapısı ve dış ticarete yönelimleri incelendiğinde, 1980 sonrasında Türkiye'de izlenen sanayileşme stratejisinin de ihracata yönelik sanayileşme stratejisi olduğu söylenebilir.

Bir ekonominin rekabet gücü konusunda esas olan, serbest ticaret koşulları altındaki rekabet gücüdür. Korumacı politikaların hakim olduğu ekonomilerde, sektörlerin gerçekte ne ölçüde rekabet gücüne sahip oldukları önem taşımamaktadır. Çünkü, korunan endüstriler varlıklarını, rekabet güçleri olmasa da sürdürebilmektedirler. Oysa, dışa açık ekonomiler için, sektörlerin rekabet güçlerinin bilinmesi, son derece büyük önem taşımaktadır.

Türkiye ekonomisi de, 1980'lerden itibaren, ithal ikameciliğinden vazgeçmiş, ihracata dönük sanayileşme tipini benimseyerek, ticari entegrasyona doğru yönelmiştir. Bu durumun, Türk sanayii açısından ortaya çıkardığı en önemli sorun, uluslararası rekabet gücü sorunu olmuştur. Çünkü ithal ikameci dönemde, Türkiye'de ilk amaç "yerli sanayii her koşulda koruma" olmuştur. Bu tavır ise, bir yandan kaynak israfına yol açmış, diğer yandan, sektörlerin, uluslararası rekabet gücü sağlayacak bir çaba içine girmelerini engellemiştir.

Diğer bir tarafta ise, yüksek korumaya rağmen, kendisini dış rekabete hazırlayan ve elde ettiği karşılaştırmalı üstünlük sayesinde bir çok Avrupa ülkesine, A.B.D.'ye ve doğuya ihracat yapan sanayi kolları da vardır. Bu sanayiler için, ithal ikameci dönem, iyi kar edilen, ölçek ekonomilerinden yararlanılabilecek üretim miktarlarına erişilerek, dünya çapında karşılaştırmalı üstünlük elde edilmesini sağlayacak yatırımların yapıldığı, verimli bir dönem olmuştur (Bakalo, 1992, s.2).

Türkiye'de 1989 yılından itibaren, dünya ekonomisinden ülkemize yansıyan önemli bir pazar olayı yaşanmıştır. Batı dünyası, 1984-1989 yılları arasında bulunduğu durgunluktan çıkarak hızlı bir büyümeye geçmiş, Türkiye, bu büyümeden ihracatını arttırmak yolu ile yararlanmıştır. Diğer taraftan, Irak, İran savaşı da dünya pazarlarından yararlanmamızı sağlamıştır. Özellikle sanayi mamüllerimizi pazarlama imkanı vermiştir. 1989'a gelindiğinde, savaşın sona ermesi ile birlikte önemli bir pazar kaybedilmiştir. 1990 yılında Körfez savaşını izleyen ambargo ise, Irak ve İran'ın altında kalan coğrafi bölgelere geçişi sınırlamıştır. Türkiye, 1980'li yıllarda, büyük ölçüde ihracat artışı için yararlandığı Orta Doğu pazarını bu sebeplerle kaybetmiştir. 1986'da ise petrol fiyatlarındaki düşüş, petrol ihracatçısı ülkelerin satınalma gücünü düşürmüştür. 1990 yılından sonra, Tokyo Borsası'ndaki çıkışı izleyerek, bütün gelişmiş dünya pazarlarında bir daralma söz konusu olmuştur.

Dünya'daki bu gelişmeler sürerken, hemen hemen tüm ülkeler ihracatlarını ve pazar paylarını arttıracak birtakım önlemler almışlar ve almaktadırlar. Bugün, Türkiye için yapılması gereken, kaynak israfına yol açan bir devlet destek ve koruması yerine, yeterli bir süre için etkinlik ve karşılaştırmalı üstünlük elde edilebilecek sektörlerle, gerekli desteğin sağlanması ve bu sektörlerin belirlenmesinde seçici olunmasıdır.

Uygulanacak koruma, Alman iktisatçı, Friedrich List'in, "Bebek Endüstriler" tezi olarak bilinen ve ülke sanayinin, bebeklik dönemini atlatana kadar ve diğer ülke sanayilerinin rekabetine dayanabilecek aşamaya gelene kadar olmalıdır. Bu noktada ise, hangi endüstrilerin böyle bir rekabet etme şansının olduğu belirlenmelidir.

Çalışmamızın birinci bölümünde, "Karşılaştırmalı Üstünlük Kuramı" çerçevesinde, uluslararası rekabet gücü kuramı ve rekabet gücünü belirleyen faktörler , teknolojik üstünlük analizleri de dikkate alınarak incelenmiştir.

Globalizasyon süreci içinde, firmalar dünyanın tüm bölgelerindeki pazarlarda rekabet etme durumundadır. Bu bağlamda, firmaların rekabet güçlerini hesaplamaları büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle, ikinci bölümde, "Endüstriyel Rekabet Gücü" modelinin, kavramsal ve matematiksel yapısı sunulduktan sonra, çeşitli rekabet ölçüleri incelenmiştir.

Üçüncü bölümde, Türkiye ekonomisinde dış ticaretin gelişimi ve sanayileşme süreci incelendikten sonra, Türkiye'nin rekabet gücüne yönelik, resmi kurumlarca ve bireysel olarak yapılmış bazı çalışmalar özetlenerek, Türkiye'nin imalat sanayii alt sektörlerinin rekabet gücü, "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük" indeksleri hesaplanarak belirlenmeye çalışılmıştır.

BÖLÜM I ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

1.1. Karşılaştırmalı Üstünlük Kuramından Rekabet Gücüne

Uluslararası ticaret teorisinin temel sorunlarından biri, dış ticareti neyin belirlediği sorusudur. Bu soru, klasik İngiliz iktisatçıları tarafından "Karşılaştırmalı Üstünlükler" veya "Karşılaştırmalı Maliyetler" teorisi ile cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Teori, ekonomi biliminin en eski ve hala bazı şartlar altında geçerliliğini günümüzde de koruyan teorilerinden biridir.

Klasik teoriye göre, her ülke kendisinde nisbi olarak ucuza üretilen malların üretiminde ihtisaslaşmalı ve tüketiminden fazla gelen malları, ihtiyacı olan diğer mallarla değiştirmelidir. Şüphesiz bu mallar da, diğer ülkelerde nisbi olarak ucuza üretilmektedir. Her ülke nisbi olarak ucuza ürettiği malın üretiminde ihtisaslaşacağı için, dünya ölçeğinde bir ihtisaslaşmaya gidilecektir. Sonuçta dünya üretim hacmi artacaktır. Klasik teoriye göre, denge ticaret haddi veya uluslararası fiyat, uluslararası arz ve talep ilişkileri sonucunda ortaya çıkmakta ve ticaret yapan tarafların kazançlarını belirlemektedir (Karluk, 1991, s.12).

Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi, güçlü bir teori kabul edilmekle birlikte, önemli eksiklikleri vardır. Ricardo, R.Torrens ve J.S. Mill, Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisini birçok basitleştirici varsayımlara dayandırmışlardır.

Özellikle emek-değer teorisi, bir malın değerini, o malın üretimine giren emek ile ölçmektedir. Bu teori günümüzde geçerli değildir. Çünkü emek, üretimde ne tek üretim faktörü, ne de sabit bir oranda üretime katılan bir faktördür. Bu nedenle, emek ile birlikte sermaye, doğal kaynaklar ve girişimcilik gibi üretim faktörlerine de ihtiyaç vardır (Karluk, 1991, s.19).

Ricardo, dış ticaretin nedenini işgücü verimliliğinin ülkeler arasında farklı oluşuna bağlamakla birlikte, bu verimlilik farklarının hangi faktörlerden ileri geldiğini açıklamamıştır (Seyidoğlu, 1988, s.26). Ricardo teorisi bir arz teorisidir. Modelde, dış ticaretin yapılabilmesi için iç fiyatların farklı olması gerektiği belirtilmekle birlikte, gerçekte uluslararası fiyatların hangi düzeyde oluşacağı açıklanmamıştır. Talep hiç dikkate alınmamıştır. Dolayısıyla, maliyet yönünden avantajlı bir mala yönelik ülke içi talep, o malın fiyatının yükselmesine yol açar ve mal fiyatları gerçek maliyet oranlarını yansıtmayabilir (Seyidoğlu, 1988, s.26).

Klasik teorinin, ileri endüstrilerde ticareti ve yatırımı açıklamakta yetersiz kalmasının üç ana sebebi vardır. İlki globalleşmedir. Globalizasyon, uluslararasılaşma sürecinin tamamlanıp, delokalize(1) üretim dokularının üretiminin ve tüketiminin dünya ölçeğinde planlandığı, serbest rekabet ve piyasa düzeninin uluslarüstü kuruluşlarca denetlendiği, kuralların uluslarüstü bir anlayışla çalıştığı bir sistemdir (İKV, 1992, s.116).

(1) Delokalmis, eğer bölgelerin, yeni paylaşım sisteminde, gerek üretim, gerekse hizmet dokularının bir kısmını, geliştirmekte olan ekonomilere aktarmalarıdır.

Tüm şirketlerin ve pazarların globalizasyonu, firmaları doğal faktörlerinden ayırmaktadır. Kaynak eksikliği olan ülke, dünya pazarlarından bunu satın alabilmektedir. Bu durumda dışarıdan doğal kaynak satın almak daha ucuz olmaktadır. Çünkü alıcı, bölgesel etkisiz satıcılara bağımlı kalmamaktadır. Örneğin, ABD'de araba üreticileri uzun bir süre bölgelerindeki çeliği almakta ısrar ettikleri için avantajlı durumda olamamışlardır. Globalizasyon, tüm üretim faktörlerinin, sermaye ve bilgi dahil dünya pazarlarında ticareti anlamına gelmektedir (Porter, 1990, s.40).

Klasik teoriyi yetersiz kılan ikinci neden ise, birçok ülkenin faktör donanımlarının, günümüzde kesin rekabet edebilir düzeye ulaşmış olmasıdır. Bugüne kadar gelişmiş ülkeler, kalifiye usta kişilere ve iyi üretime sahip tek ülke durumunda olmuşlardır. Bu da görece olarak avantajlı olunan mallarda, önemli bir karşılaştırmalı üstünlük yaratmıştır. Oysa bugün, gelişmekte olan ülkelerin ana faktör donanımları çoğunlukla uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek düzeye ulaşmıştır (Porter, 1990, s.41).

Örneğin, 200 yüksek öğrenim kurumu olan Güney Kore'yi ele alırsak, birçok gelişmiş ülke ile rekabet edebilecek bir eğitime sahiptir. Güney Kore'nin yolları, limanları ve telefon sistemleri dünyadaki tüm gelişmiş ülkelerden daha iyi durumdadır (Porter, 1990, s.41).

Güney Kore'nin sağladığı bu olağanüstü başarının temel nedeni, yaygın bir eğitim sistemi ve işbaşında eğitilmiş işgücüdür. Bunun yanında etkin ve dinamik bir özel kesimin varlığı da bu başarıda etkili olmuştur. İyi eğitilmiş, disiplinli halk sayesinde Güney Kore'de nüfus artış hızında da önemli bir düşüş sağlanmıştır (Kazgan, 1988, s.126). Bugün birçok gelişmekte olan ülke, bu özelliklere sahip değildir. Fakat artan sayıda ülke bunu başarmaktadır. Bu nedenle, sadece Amerika'nın veya gelişmiş Avrupa ülkelerinin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğuna dayanan hiç bir teorinin doğruluğu daha fazla kabul edilemez.

Klasik karşılaştırmalı üstünlük teorisini kökünden sarsan üçüncü bir etken teknolojidir. Modern teknoloji, firmalara, üretimde kısmi faktörlerinin önemini yitirmesinde güç vermektedir. Eğer emek miktarı az ise, fabrika sürecinin dışında otomasyona geçilebilir, hammaddenin kıt olduğu yerde, sentetik olanlar onun yerini alabilir.

"Karşılaştırmalı üstünlük" (Comparative Advantage) kavramı, uluslararası ticarete, yerini yaratılan rekabet gücü anlamında "Rekabet üstünlüğü" (Competitive Advantage) kavramına bırakmıştır (Porter, 1990, s.73). Artık firmaların gücü karşılaştırılırken ellerindeki patentlerin sayısı kullanılmakta, aynı mallar piyasaya sürekli yeniliklerle gelmekte, firmalar ve ülkeler arasında rekabet gücünde devamlı kaymalar olmaktadır. Bu nedenle sadece yenilikleri yaratmak yeterli olmamakta, aynı zamanda en iyi rekabet edebilir fiyatta satmak gerekmektedir. Aksi takdirde, A.B.D.'de olduğu gibi, bilgisayarda rekabet üstünlüğünün Japon firmalarınca ele geçirilmesi gibi örnekler artacaktır.

Sonuç olarak, klasik karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, rekabet avantajını düşüncelerden çıkararak, üretim yenilikleri ve yeni teknoloji kavramlarını ihmal eden bir teori olarak, global ekonomide önemini yitirmekte ve işlemez duruma gelmektedir.

Teoriye ait tüm bu problemlere karşılık bazı endüstrilerdeki liderler ve bazı sektörler sadece birkaç ülkede güçlü olma eğiliminde olmuştur. Örneğin matbaa üretiminde tüm dünya önderliği Almanyada'dır. Yine tüm dünya elektronik imalatçıları önderi Japonya'dır. Sinema yapımcıları, minibilgisayar ve kişisel bilgisayar üreticileri önderi ABD'dir. Bir ülke neden belirli bir sanayide uluslararası başarı elde eder? Porter bunu dört ana özellikte toplamaktadır (Porter,1990,s.43):

1. Faktör şartları: Ülkenin verili bir sanayide rekabet için gerekli vasıflı emek ve alt yapı gibi üretim faktörlerindeki konumu;
2. Talep şartları: Sanayinin sunduğu mal ve hizmetlerin yerli talebinin durumu;
3. Bağlantılı ve destekleyici sanayiler: Ülkede uluslararası bakımdan rekabetçi durumdaki bağlantılı sanayilerin varlığı ve yokluğu;
4. Firma stratejisi, yapısı ve rekabet durumu: Ülkede şirketlerin oluşumu, örgütlenmesi ve idaresini yönlendiren şartlar ve iç rekabetin durumu.

1.2. Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

Ulusal refah yaratılır; sadece ülkelerin doğal kaynakları, emek donanımı, faiz oranları veya parasal değerleri ile meydana gelmez. Bir ulusun rekabet gücü, endüstrisinin yenilenme ve iyileşme kapasitesine bağlıdır. Şirketler, baskı ve meydan okumalar nedeni ile, dünyanın en iyi rakiplerine karşı avantaj kazanmaktadırlar. Öncelikle etkili yurtiçi rakiplere, saldırgan yurtiçi üreticilere ve bölgesel müşterilerin taleplerine sahip olmaktan faydalanmaktadırlar.

Dünyada artan global rekabet ülkeler için giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Rekabetin temeli gün geçtikçe, yaratıcılık ve bilgi birleşimine doğru kaydığı için, ülkelerin rolü de büyümektedir. Rekabet gücü, bölgeselliğe doğru önemli bir süreç yaratmış ve sürdürmüştür. Ulusal değerlerdeki farklılıklar, kültür, ekonomik yapı, kurumlar ve tarih, rekabetin başarısında önemli katkılarda bulunmaktadır. Ancak hiçbir ülke tüm endüstrilerde diğer ülkelere rakip olamaz. Sonuçta, ülkeler bazı endüstrilerde başarılı olurlar. Çünkü yurtiçi çevreleri, diğer ülkelere göre bu alanlarda daha ileriye görebilmekte, daha dinamik ve daha mücadeleci bir tavır sergilemektedir (Porter, 1990, s.73).

Ulusların niçin rekabetçi olduğu, başkalarının niçin olmadığına dair açıklamalar çeşitlidir. Bazıları ulusal rekabetçiliği döviz kurlarına, faiz hadlerine ve hükümet açıklarına bağlı makroekonomik bir olgu olarak görmektedir. Ancak uluslar, Japonya, İtalya ve Güney Kore'de olduğu gibi bütçe açıklarına, Almanya ve İsviçre gibi değer kazanan para birimlerine ve İtalya, Güney Kore gibi yüksek faiz hadlerine

rağmen hızla yükselen hayat standartlarına sahip olmuşlardır. Diğer taraftan rekabetsizliğin, ucuz ve bol emeğin bir fonksiyonu olduğu ileri sürülmüştür, fakat Almanya, İsviçre ve İsveç gibi ülkeler yüksek ücretlere ve yaşadıkları emek yetersizliği dönemlerine rağmen zenginleşmişlerdir. Diğer bir görüş rekabetsizliğin zengin doğal kaynaklara dayandığı şeklindedir. Ancak, Almanya, Japonya, İsviçre, İtalya ve Güney Kore gibi yakın zamanlardaki en başarılı ticaret ülkeleri, hammadde ithal etmek zorunda olan sınırlı doğal kaynaklara sahip ülkeler olmuşlardır. Sonuçta karşımıza temel olarak "rekabetsiz bir ülke ne demektir?" sorusu çıkmaktadır. Bir ulusun uzun vadedeki hayat standartlarının ve kişi başına ulusal gelirin esas belirleyicisi üretkenliktir. Sürdürülebilir üretkenlik artışı, ekonominin sürekli olarak kendi kalitesini artırmasını gerektirir (Porter,1990,s.39).

Uluslararası ticaret, tüm mal ve hizmetleri ülke sınırları içinde üretme ihtiyacını ortadan kaldırarak, ülkelere üretkenliklerini artırma imkanı verir. Böylece ülke göreceli olarak daha üretken olduğu sanayi ve alt sanayilerde uzmanlaşıp, rakiplerine göre daha az üretken olduğu mal ve hizmetleri de ithal edebilir.

1.2.1. Firma Rekabet Gücü

Bir firmanın rekabet gücünü oluşturan etkenler veya değişkenlere baktığımızda, niteliksel ve niceliksel olmak üzere yüzlerce sayılabilir. Ancak çok sayıda değişkeni bir arada ele alıp aynı zamanda incelemeye gitmek rekabet gücü ve etkileşimini bir kavramsal yapıya oturtmak açısından karmaşıklığa yol açacaktır.

Rekabet gücünü etkileyen yedi ana değişkeni ele alırsak; Bunlar: Üretim üstünlüğü, pazarlama becerisi, mali güç, haksız rekabet, şirket stratejisi, ikame malların rekabeti ve tamamlayıcı malların etkisi olarak sıralanabilir.

1.2.1.1. Üretim Üstünlüğü

Rekabet gücünü etkileyen en temel faktörlerden bir tanesi "üretim üstünlüğü"dür. Üretim üstünlüğü adı altında toplanabilecek lar sınavi birim maliyet, kalite, miktar ve teslim süresidir.

Birim maliyet düştükçe, kalite arttıkça, müşteri tarafından istenen miktar kısa sürede teslim edildikçe firmanın rekabet gücü artacaktır (Oral, 1983, s.5). "Sınavi birim maliyet", üretim girdilerinin fiyatlarını, eldeki teknolojiyi, kullanılan kapasiteyi ve işletme yöneticisinin becerisini kendisinde yansıtan bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. Birim maliyet düşük olduğu sürece, firma için kârlı fiyatlar tespit edilebilir. Bu da firma açısından istenen bir sonuçtur (Abernathy, Clark, Kontrow, 1981, s.72).

Üretim üstünlüğü "kaliteyi" de kapsar. Dış pazarlara girme çabasında, fiyat pazarlığı ancak sınavi üründe belirli bir kalite düzeyi görüldükten sonra başlamaktadır. Üründe, aranan kalite bulunmadığında fiyat tartışmasına dahi gerek kalmamaktadır (Gilmore, 1988, s.23).

"Miktar" da, rekabet gücü açısından ön plana çıkabilmektedir. özellikle dış pazarlardan gelen sipariş miktarları üretim kapasitesini geçerse, bu durumda müşteri daha

yüksek kapasiteli firmalara yönelebilmektedir. "Teslim süreleri" de üretim üstünlüğü bileşkenlerinden bir tanesidir. Üretim üstünlüğü daha iyi olan bir firma daha kısa sürede siparişi bitirip, teslim edebilir (Oral, 1983, s.7).

1.2.1.2. Pazarlama Becerisi

Üretim üstünlüğünün iyi olması, rekabet gücü için gereklidir. Ancak üretilen malın iyi bir biçimde pazarlanması da zorunludur. Pazarlama ve dağıtım faaliyetlerine yeterince kaynak ayırmayan firmalar istedikleri veya öngördükleri satışların çok altında kalabilirler. Pazarlama sorunlarını genellikle dört ana başlık altında ele almak mümkündür. Bunları talep yetersizliği, talep istikrarsızlığı, fiyat yetersizliği ve fiyat istikrarsızlığıdır. Bunlara ilaveten bazı malların pazarlanmasında özel problemler söz konusu olabilir. Bu problemlerin nedenleri ise genellikle rekabet gücü yetersizliği, haksız rekabet, ikame malların rekabeti ve müşteri psikolojisinden kaynaklanan sorunlardır (Türkkan, 1989, s.24).

1.2.1.2.1. Talep Yetersizliği

Bir firmanın ürettiği tüm malları satabilmesine rağmen, talebin firmanın büyümesine elverişli olmaması talep yetersizliği problemi olarak tanımlanabilir. Talep yetersizliği, firmanın tam kapasite ile çalışmamasına yol açan, bu nedenle maliyetleri yukarı iten bir olgudur. Bazı hallerde talep yetersizliği kendi kendisini besleyen bir süreç yaratabilir. Gerçekten de birim maliyetlerin artması pazar kaybına, pazar kaybı birim maliyetlerinin artmasına neden olarak, bir firmanın pazardan tamamıyla silinmesine neden olabilir (Türkkan, 1989, s.24).

1.2.1.2.2. Talep İstikrarsızlığı

Talep istikrarsızlığının, talep yetersizliğinden farkı öngörülmeyen bir biçimde ortaya çıkmasıdır. Bu nedenle talep istikrarsızlığı önemli miktarda stok birikimine yol açarak firmayı büyük mali sıkıntılara, hatta piyasadan silinmeye kadar götürebilir. Genellikle zevk ve tercihlere çok bağlı malların talebi istikrarsız olabilir. Piyasada rekabetin fazla olduğu, haksız rekabet imkanlarının geniş olduğu ikame mallarının rekabetinin önemli olduğu, belli sosyo-ekonomik kategorilerin talebine bağımlı bulunan hallerde talep istikrarsızlığı daha fazla kendini gösterebilir. Küçük ölçüde firmalar talep istikrarsızlığına karşı dayanıklı ve uyumlu olabilmektedirler. (Türkkan, 1989, s.25).

1.2.1.2.3. Fiyat Yetersizliği

Rekabet şartlarının hakim olduğu hallerde, fiyat yetersizliğinden sözedilebilir. Fiyat yetersizliği, piyasa fiyatının, birim toplam maliyetleri örtmeyecek düzeyde olması durumunda söz konusu olmaktadır. Ancak gerçek anlamda fiyat yetersizliği sorununun varlığından bahsedebilmek için firmanın birim maliyetlerini aşağıya çekmek konusunda tüm imkanlarını kullanmış olması gerekir (Türkkan, 1989, s.25).

Fiyat yetersizliği karşısında bir firmanın uygulayabileceği çeşitli politikalar vardır. Firma böyle durumlarda mal farklılaştırılması yoluna gidebilir, maliyetlerini aşağıya çekici bazı yenilikler uygulayabilir.

1.2.1.2.4. Fiyat İstikrarsızlığı

Fiyat istikrarsızlığı, fiyatın önceden tespit edilmesi mümkün olmayan bir şekilde dalgalanmalar göstermesidir. Fiyatların aşırı yükseldiği dönemlerde rakip malların piyasaya hızla girmesi sözkonusu olabildiğinden, firma gelecekte önemli pazar kayıplarına uğrayabilir. Fiyat istikrarsızlığı doğrudan talep istikrarsızlığından kaynaklanabildiği gibi, otonom fiyat istikrarsızlıkları da sözkonusu olabilmektedir. Rekabetin yoğun olduğu sanayilerde özellikle haksız rekabetin yoğun olduğu hallerde, maliyet öğelerinin fiyatlarının istikrarsız olduğu alanlarda, yüksek enflasyon dönemlerinde fiyat istikrarsızlıkları daha fazla olmaktadır.

Firmanın rekabet gücünü belirleyen pazarlama sorunlarından bir tanesi de özel malların pazarlanması sorunudur. Bazı malların pazarlanmasına bağlı sorunlar, malın özelliğine bağlı olarak çok farklı nitelikler kazanabilir. Bu tür malların pazarlanabilmesi için bir bakım-onarım şebekesinin kurulması gerekir. Genellikle tüketim malları bu niteliktedir. Bazı dayanaksız mallarda taşıma ve stoklama sorunları pazarlama konusunda ön plana çıkmaktadır. Bazı yüksek fiyatlı mallarda firmanın pazarlaması çok büyük mali yükler getireceğinden bir bayilik sisteminin kurulması gerekli olabilmektedir (Türkkan, 1989, s.26).

Buraya kadar sıralanan sorunlar firmanın yeterli rekabet gücüne sahip olmamasından kaynaklanabilir. Bu sorunun çözülebilmesi için rekabet gücünün arttırılması gerekir. Bu da, firmanın pazarlama faaliyetlerine yeteri kadar ağırlık vermemesinden veya kredili satış yapmamasından kaynaklanabilmektedir.

1.2.1.3. Mali Güç

Kredili satışların firmanın nakit-akışını önemli boyutlarda aksattığı zamanlar olabilir. Böyle anlarda firma kendini koruyacak "mali güce" sahip değilse, pazarların gerektirdiği kredili satışları gerçekleştiremeyebilir ve bunun sonucu olarak da pazarlardaki paylarını gittikçe kaybedebilir. İhracatlarda da benzer durumlarla karşılaşılabilir. Ödemelerin yapılması beklenen süreleri aşabilir. Yeterli mali güce erişememişse firmanın bu durumdan kurtulması zorlaşır (Oral, 1983, s.7).

Tüm bu söylenenlerin anlamı, gerçek hayatta "rekabet gücü" kavramının, fiyat ve kalite rekabeti dışında çok çeşitli faaliyetleri kapsadığıdır. Bu çerçevede içinde fiyat ve kalite açısından diğer firmalardan daha geride olan bir firma, bazı hallerde üstünlük sağlayabilmektedir. Rekabet olgusunu, tüketicinin veya malların alıcılarının net avantajları ve firmaların bu avantajları sağlayabilme durumuna göre değerlendirmek gerekmektedir.

1.2.1.4. Haksız Rekabet

Haksız Rekabet olgusu bir firmanın yüksek bir rekabet gücüne sahip olmasına rağmen, kendisinden daha düşük bir rekabet gücüne sahip olan başka bir firma ya da firma grubu tarafından gelir kaybına uğratılmasıdır. Haksız rekabetin yollarından birisi tüketicinin veya malı talep edenlerin yanlış bilgilerle aldatılmasıdır. Bazı firmaların yabancı etiket takarak kötü malları piyasaya sürmesi, etiket üzerine yanlış bilgiler konması gibi durumlar haksız rekabet teşkil etmektedir. Haksız rekabetin yollarından birisi de, bazı yasal yükümlülük ve kurallara

uymayarak maliyetlerde bir avantaj sağlamaktır. Örneğin işçilere sigorta ödememek, vergi kaçırmak, bu konuda yükümlülüklerini yerine getiren firmalara göre bir avantaj sağlayacaktır. Haksız rekabete yol açan bir diğer olay kaçakçılıktır. Kaçakçılık, gümrük ve diğer kanuni yükümlülükleri ödememe, kusurlu ve denetimsiz malların piyasaya sürülmesine de yol açabilmektedir. İç piyasayı koruma oranının yüksek olduğu hallerde bile kaçakçılık bir haksız rekabet teşkil edebilmektedir. Çünkü korunan sanayiler çoğunlukla girdilerini dışarıdan yüksek gümrük ödeyerek temin etmekte, dolayısıyla maliyetlerini yüksek tutmaktadırlar. Bu çerçevede içinde bazı hallerde, normal ithal malları bile bazı sanayiler için haksız rekabet yaratabilmektedir.

Haksız rekabetin en çok rastlanan şekillerinden birisi de dumping uygulamalarıdır. Bu durumda, bir firmanın bilinçli olarak belli bir süre rakiplerini piyasadan elimine etmek veya piyasa payını arttırmak amacıyla, maliyetinin altında satış yapması söz konusudur. Dumping uygulamaları iç piyasadan kaynaklanabileceği gibi, normal ithalat yoluyla dış piyasalardan da kaynaklanabilir (Seyidoğlu, 1992, s.135).

Haksız rekabetin diğer bir şekli de, subvansiyondan yararlanmış ithalattır. Dışarıdan ithal edilen bazı mallar, ihracatçı ülkede devlet tarafından önemli ölçüde subvansiyone edilmiş olabilmektedir. Bu tür haksız rekabet, uluslararası düzenlemelerle yasaklanmış olmakla birlikte çok yaygın bir uygulama bulmaktadır.

1.2.1.5. Şirket Stratejisi

Firmalar, daha kuruluş aşamasında iken talebi sonsuz olan ve iç ve dış rekabetle karşılaşma olasılığı zayıf olan alanları seçmeye çalışırlar. Bu şekilde sağlanan monopol veya oligopol durumu firmanın pazarlama sorunlarını en aza indirmektedir.

Rakip firma sayısının az olduğu, ancak yine de işlerliği olan bir rekabetin kendisini hissettirdiği durumlarda, rakiplerle anlaşma sözkonusu olabilmektedir. Rakiplerle anlaşma, fiyat konusunda olduğu gibi, pazarın paylaşılması şeklinde de meydana gelebilir. Rakiplerle anlaşma yüzyüze görüşmelerle, formel anlaşmalarla veya endirekt yollarla olabilmektedir. Reklam yoluyla pazar yaratma ve pazar payını artırma da iyi bir pazarlama stratejisidir.

Pazarlama kanallarını geliştirerek, müşteriye şahsen ikna etmek, bakım hizmetleri götürmek, kredili satış yoluyla üretici ve tüketici arasında bir bağ kurmak şirket stratejilerinden bazılarıdır (Porter, 1983, s.1).

Kullanılan en klasik yollardan biri de, maliyetleri azaltma ve kâr marjını kısma yoluyla fiyatın düşürülmesi ve kalitenin yükseltilmesidir. Bu şekilde mutlak ve nisbi kârlılık oranlarını arttırmak mümkündür. Sabit maliyetlerin, toplam maliyetler içinde önemli bir paya sahip olduğu alanlarda, sürümün arttırılması için, maliyetleri düşürerek kâr marjı azaltılmış olsa da, sonuçta artan satış nedeniyle, birim maliyetlerin azalması kâr marjındaki azalmayı telafi ettiği gibi, daha yüksek kârlılık oranlarına ulaşma imkanı yaratabilmektedir.

Sürekli yeni mallara yönelinmesi, rakip malların tümüne egemen olunması, üretimi düzenli siparişlere dayandıracak bir sistem geliştirilmesi, iç ve dış pazar arasında bir oran kurarak belirsizliklerin azaltılması gibi yollara başvurmak suretiyle de rekabet gücünü arttırma olanakları mevcuttur (Porter, 1983, s.9).

1.2.1.6. İkame Malların Rekabeti ve Çıktı Benzerliği

Teorik planda çok fazla üzerinde durulmayan bir konu olmakla birlikte, pazarlama alanında firmaların karşısına önemli bir sorun olarak çıkan ikame malların rekabeti bazen firmalar açısından çözümlenmesi imkansız sorunlar yaratabilmektedir. Rakip ve ikame malları farklı teknolojilerle, farklı piyasa koşullarında üretilip pazarlanabileceği için, bazı ikame mallarının gelişmesi bir sanayiye tamamen ortadan kaldıracabilecek etkiler yaratabilmektedir. İkame mallarının karşısındaki çaresizlik birçok firmayı "mal stratejisi"nden vazgeçerek "ihtiyaç stratejisi"ne göre örgütlenmeye itmekte, böylece firmalar sadece bir malın üretim ve pazarlamasıyla yetinmeyip, ona ikame malların üretim ve pazarlamasına da egemen olmaya çalışmaktadırlar (Porter, 1985, s.310).

Rekabet halinde faaliyetler denildiğinde daha çok çıktıları birbirine benzeyen, bu nedenle birbirleriyle ikame edilebilen mallar üreten faaliyetler anlaşılır. Burada firmaları veya endüstrileri rakip haline getiren faktör, belli bir gereksinim açısından pazarın sınırlı olmasıdır. Çıktıları benzeyen firmalar veya endüstriler, bu sınırlı pazarı paylaştıklarından, bunlar arasında açık veya kapalı bir rekabet olasılığı bulunmaktadır.

örneğin, içki sanayii denildiğinde alkollü, alkolsüz bütün içki grupları biraraya getirilir. İnsanların içki gereksinimi sınırlı olduğundan bütün firmalar rekabet içindedirler. Burada karşılaşılan temel güçlük ikame edilebilirliğin belirlenmesidir. Bu konudaki en güzel gösterge çapraz elastikiyettir. Çapraz elastikiyet ne kadar yüksekse ikame edilebilirlik o kadar yüksek demektir.

Bir alandaki rekabet koşullarının incelenebilmesi için sadece belli bir maldan hareket etmek anlamlı olmamakta, o mal ile ikame edilebilen tüm malların arz ve talep durumlarını da incelemek gerekmektedir.

"Çıktı rekabeti" kavramı bugün, çokuluslu veya büyük firmaların örgütlenmesinde önemli bir noktayı oluşturmaktadır. Bazı firmalar yatırım ve plasman politikalarını, belli bir alanda birbiriyle rakip olan tüm malların pazarlarına hakim olacak şekilde yönlendirmekte, bu şekilde ürettikleri malların fiyatları ve miktarları üzerinde daha fazla sözsahibi olabilmektedirler. Çıktı rekabeti, büyük firmaların küçükleri yutmaları ve kontrol altına almalarında etkili olduğu gibi, küçük ve orta boy firmaların birleşme ve bütünleşmelerinde de tayin edici bir rol oynayabilmektedir. Firmalar arasında yapılan fiyat anlaşmaları, pazar anlaşmaları, (pazarın coğrafi olarak bölünmesi veya pazar paylarının miktar olarak belirlenmesi) oldukça yaygın olan uygulamalardır (Porter, 1985, s.54).

1.2.1.7. Tamamlayıcılık İlişkisi ve Rekabet

Tamamlayıcılık ilişkisi de, rekabet gücünü etkileyebilecek bir stratejidir. Tamamlayıcılık ilişkisi firmalar arasında bir bağımlılık ve bütünlük ilişkisi yaratır.

İktisadi hayatta, çeşitli üretim birimlerinin ürettikleri malların önemli bir bölümü, belli bir çıktının elde edilmesi için kullanılır. Bu şekilde farklı mallar üreten farklı üretim birimleri, birbirinin tamamlayıcısı olma durumundadır.

Bazen, üretim birimlerinin ürettikleri malların tek başına bir anlam ve pazarı yoktur. Ancak birçok parça bir araya getirildiğinde fayda yaratan bir mal oluşturulabilmektedir. Burada "yatay girdi tamamlayıcılığı"ndan söz edilmektedir. Tek yönlü, tek ilişkili yatay girdi tamamlayıcılığı, kompleks mallar dediğimiz, çok sayıda parçanın biraraya getirilmesiyle elde edilen malların üretimi açısından önem taşımaktadır. Örneğin, otomobil sanayii denildiğinde, otomobil yapımı için gerekli olan her türlü girdiyi içine alan bir bütün tanımlanabilir. Motor ve motor aksamı, diğer mekanik aksam, elektrik aksamı, lastikler, otomobil camı, koltuklar, kaportayı ilgilendiren diğer aksamı yapan tüm firmalar ve bu parçaların montajını yapan esas fabrika birimi aslında tek bir bütün oluşturmaktadır. Bu bütün, ekonomik, hukuksal ve teknik nedenlerle parçalanmış durumdadır. Ancak bu bütünün tek bir çatı veya örgüt içinde toplanması teorik ve pratik açıdan mümkündür. Kompleks malların bir tek firma veya üretim birimi içinde üretilmesi bazan yüzlerce farklı üretim biriminin bir çatı altında veya bir alanda toplanmasına neden olmaktadır. Bu üretim birimlerinin herbirisi diğerlerine uyumlu ve bağımlı bir faaliyet göstermek zorunda olduğundan, bunlardan

önemli bir bölümünün ekonomik olmayan boyutlarda kurulması kaçınılmaz olmaktadır. Böylece "evrensel üretim ünitesi" denilen, kendisine yeterli ancak irrasyonel ve etkin olmayan bir üretim birimi doğmuş olmaktadır. Bu üretim birimleri, batılı ekonomilerde 20.yy.'ın başlarına kadar varlığını sürdürmüş, ancak sanayide görülen rasyonelleşme çabalarına paralel olarak, büyük değişimlere uğramıştır.

Sonuç olarak, giderek çok sayıda birbirine bağımlı uzmanlaşmış üretim birimlerinin, piyasa ilişkilerinden daha yakın ilişkiler içinde çalışması yaygınlaşmıştır. Burada, piyasa ilişkisinden daha yakın ilişki, firmalar arasında sözlü veya yazılı belli sözleşmelerle çalışılması esasıdır. Bu tür ilişkilere "sub-contracting" veya fason üretimi ilişkisi denir. Bu ilişki bölgesel ve ulusal planda olduğu gibi, uluslararası planda da yaygınlık kazanmaktadır. Fason üretimi ilişkisi, kompleks bir malı oluşturan yüzlerce parçanın veya her bir parça üzerinde yapılan çeşitli operasyonların farklı ve uzmanlaşmış firmalar tarafından yapılmasına imkan verir; bu şekil uzmanlaşmaya paralel olarak birim maliyetler azami ölçüde aşağıya çekilmekte, malın kalitesi ve teknolojik düzeyi artmakta, rekabet bir malın en küçük parçalarına kadar etkili bir biçimde yansımaktadır. Bazı iktisadi faaliyetler yine birbirinden ayrı örgütler ve farklı mekanlarda yapılsa bile bunlar arasında çok sıkı bir bağımlılık ilişkisi vardır. bu bağımlılık ilişkisinin bir öncelik, sonralık ilişkisi biçiminde olması halinde, "dikey girdi tamamlayıcılığı" söz konusu olmaktadır. Bunun için, bir firma veya firma grubunun ürettiği çıktıların tamamına yakın bir bölümünün diğer bir firma tarafından kullanılması gerekmektedir (Porter, 1985, s.54).

Çıktıların tamamlayıcılığı da dikey ve yatay tamamlayıcılık şeklinde düşünülebilir. örneğin ev eşyaları sanayii çerçevesinde birbirinden farklı fiziki özelliklere sahip olan, farklı mekanlarda ve örgütler içinde üretilen çeşitli mallar bir araya getirilebilmektedir. Böylece ev eşyaları sanayii içinde, ağaç işleme sanayiinin çeşitli ürünleri, elektronik sanayiinin çeşitli ürünleri, metal eşya sanayiinin çeşitli ürünleri biraraya gelmektedir. Çünkü tüm bu malların talepleri arasında sıkı bir tamamlayıcılık ilişkisi vardır. Herhangi bir mala yapılan talep, diğer mallara yapılan talebi de zorunlu kılmaktadır.

Bu kriterin kullanılmasıyla, bir ekonomide üretilen tüm mallar belli sayıda pazar çerçevesinde toplanmış olur. Çıktı ve faydaların tamamlayıcılığı kriteri, tutarlı bir planlama yapılabilmesi için, mutlaka esas alınması gereken bir birleştirme kriteridir. Günümüzde çıktılar arasındaki tamamlayıcılık, sanayiinin örgütlenmesinde önemli bir yol gösterici olmaktadır. Firmalar, özellikle bazı büyük firmalar, gelişme stratejilerini çıktı tamamlayıcılığı kriterine göre yönlendirmekte, birbiri ile tamamlayıcı nitelikte olan tüm çıktıları bünyesinde toplamaya çalışmaktadır.

Çıktı ve faydaların tamamlayıcılığı, özellikle ticaret şirketlerinin pazar analizlerinde büyük önem taşımaktadır. Çıktılar arasındaki tamamlayıcılık ilişkileri iyi bir şekilde değerlendirilebilirse ve bu değerlendirme sanayiinin örgütlenme düzeyine yansıtılabilirse, dış pazarlarda rekabet açısından ve iç pazarın dış rekabete karşı korunması açısından çok etkili bir stratejinin geliştirilmesi mümkün olabilir.

1.2.2. Hükümet Politikaları

Hükümetçe alınan parasal karar ve tedbirler, firmaların mali gücünü dolaylı ve dolaysız olarak etkileyebilmektedir.

Talep kısıcı politikalar; istikrar politikaları, dışa açılma politikaları, kendine yeterlilik politikaları vs. çerçevesinde başvurulması kaçınılmaz olan bir yöntemdir. Talep kısıcı politikalar, fiyatların arttırılması, faizlerin yükseltilmesi, devletin harcama politikalarında değişiklik yapması şeklinde uygulanabilir (Seyidoğlu, 1988, s.198).

Talebin kısılması firmalar üzerinde çok ani ve önemli bir etki yaratacaktır. Talebi kısılan firma hem bir gelirden mahrum kalacak, hem de stokların artması ve atıl üretim kapasitesi nedeni ile karşılığı elde edilmeyen mali yükler altına girecektir. Sonuçta, firma, ya daha az üretecek ya da mevcut talep düzeyinde kendi payını arttırmaya ve bu şekilde alınan tedbirlerin kendi üzerindeki etkilerini telafiye çalışacaktır. Toplam talep azaldığı halde, firmanın kendi talebini koruyabilmesi için ya dış pazarlara yönelmesi, ya da diğer firmalarla daha sıkı bir rekabete girerek kendi pazar payını genişletmesi gerekmektedir. Talebin kısılması, genelde firmanın daha sıkı bir iç ve dış rekabet içine girmesine yol açacaktır. Bu nedenle talep kısılmasını rekabetçi nitelikte bir politika olarak değerlendirmek mümkündür (Türkkan, 1989, s.41).

İthal ikamesi stratejisi, yani ithal edilen malların belli bir düzeye ulaştıktan sonra yurtiçi üretimle ikame edilmesi, hem eski, hem de yeni sanayileşme sistemlerinin geçerli olduğu dönemlerde uygulanabilen bir "dış sanayileşme stratejisi"

olmuştur. Günümüzde ithal ikamesi stratejisinin başarıya ulaşabilmesinin temel koşulu, iç sanayileşme stratejisinin, uluslararası sanayileşme sisteminin ortaya çıkardığı "pazar ve pazarlamaya dayalı modern sanayi yapısına" ulaşmayı hedef almasıdır. Sanayileşme sürecinin uluslararasılaşması ile birlikte gerçekleşen yeni sanayi dokusu, modern sanayi yapısının ne olduğu konusunda önemli ipuçları vermektedir. Bu modern sanayi dokusunun ulusal düzeyde gerçekleştirilmesi olanaksız değildir (Türkkan,1989 s.17).

Modern sanayi yapısı kavramının en önemli unsuru "bireysel ürün yerine ürün grubu mal" veya "pazar" kavramının egemenlik kazanmasıdır (Türkkan,1989,s.17).

Uluslararası rekabete giren ülkelerin mevcut sanayi politikalarının, ticaret politikalarıyla da uyuşması gerekmektedir. Uluslararası rekabette, sanayi ve ticaret politikalarının uyumlu bir biçimde hareket ettiği modellere bakıldığında, politikalar arasındaki bağlantıyı, politikaların oluşturulmasındaki temel esaslar doğrultusunda görebiliriz (Şekil I).

ŞEKİL 1

UYUNLU SANAYİ POLİTİKALARININ OLUŞTURULMASINDAKİ ESASLAR

TİCARİ POLİTİKALARI		SANAYİ POLİTİKALARI
Hedefler	Ticari dengelerin (+) yönde etkilenmesi (İhracat/İthalat)	Sanayinin rekabet gücünün arttırılması
Metodlar	İthalatın kontrol altına alınması ihracatın arttırılması	Sanayinin yapısal ayarlamasının kolaylaştırılması
Aygıtlar	Gümrük tarifeleri, kotalar ihracat programları	Tesvikler
Önlemler	Alınabilecek önlemler kısıtlıdır	Alınabilecek önlemler çok çeşitlidir
Bütçe yükleri	Bütçeye düşük yük getirir	Bütçeye yüksek yük getirir
Tüketiciye Etkileri	Fiyatlar açısından ek yük getirir	Bütçeye yüksek yük getirir
Etkinlik	Kısa vadede	Orta ve uzun vadede
Kurallar	Ulusal ve bölgesel bazdaki mevzuat değişiklikleriyle uygulanır ve uluslararası mevzuata uygunluk söz konusudur	Ulusal ve bölgesel bazdaki mevzuatlara göre düzenlenir. Uluslararası mevzuatlar bazen etkili olur

Kaynak: İKV, 1992, 116, s.58.

Uluslararası rekabete açılan ülkelerin sanayi politikalarının temel hedefi, sanayinin rekabet gücünün arttırılması üzerine kurulmaktadır. Bu hedefi destekleyen ve ticaret politikasındaki hedef biçimini alan amaç ise ticari dengelerin olumlu yönde gelişmesidir. Bunun açık anlamı ihracatın ithalatı karşılama oranının %100'ün üstüne çıkarılmasıdır (İKV, 116, 1992, s.59).

Sözkonusu hedefe ulaşmak için, sanayinin yapısal ayarlamasını kolaylaştırıcı tedbirlere başvurmak gerekmektedir. Bunun için ise tek çıkar yol bu tür yatırımların teşvik edilmesidir. Burada en etkili aygıt yeni ihracat programları geliştirmektir. Ancak bu konuda hızlı sonuçlar elde edilemiyor ise gümrük tarifeleri veya miktar kısıtlamalarıyla uluslararası anlaşmaları zorlamadan, geçici tedbirler almakta yarar vardır. Ancak bu dönemde alınabilecek ticari önlemler kısıtlıdır (tarife ve tarife dışı engeller vs); halbuki sanayi politika içerikli önlemler oldukça çeşitlidir (teşvikler, vergi reformları vs). Buna karşılık ticaret politikasına dayalı önlemler hızlı bir biçimde etkisini gösterirken; sanayi politikasına dayalı önlemler etkisini orta ve uzun vadede göstermektedir. Bu önlemlerin genel bütçeye yüküne bakıldığında ticaret politikasına ilişkin olanların bütçeye hemen hiç bir yükü yokken, sanayi politikası içerikli olanların bütçe yükü ciddi boyutlardadır. Tüketici açısından ise, fiyatların ithalata getirilen sınırlı kısıtlamalardan dolayı yükseleceği ve ihracatın, üretim kapasiteleri arttırılamadığı durumlarda, enflasyonist baskı sonucu kısa vadede bazı yükler getireceği, orta ve uzun vadede bir rahatlamanın gözleneceği kuşkusuzdur (Şekil 1).

Dış ticaret politikasının dünya talebine uyumu sağlayacak esneklikte olması ve sanayi politikası ile birlikte düşünülmesi gerekmektedir. Verimlilik ve istihdam artışı hedefleyen sektörler için bu şarttır.

Dış ticaret teorisi ve gelişmiş ülke deneyimleri, dış ticarete uzmanlaşmanın, bir ülkenin dış ticarettten sağladığı yararları arttırdığını göstermektedir. Ancak Tavernier'e göre, uzmanlaşmanın yoğunluğu kadar uzmanlaşmanın hangi sektörlerde

gerçekleştirildiğinde, dış ticaretten elde edilen faydaların artırılmasında belirleyici olmaktadır. Söz konusu çalışmaya göre, Japonya dış ticarete en fazla uzmanlaşan ülkedir. Buna karşılık Almanya, ABD ve Kanada'ya göre uzmanlaşma yoğunluğu daha düşük bir ülke olduğu halde, ihracat performansı bu ülkelerin çok üstündedir. Yine aynı çalışmada, Brezilya'nın, Japonya'dan sonra en fazla uzmanlaşma gösteren ülke olması, uzmanlaşmanın dış ticaret performansındaki başarının tek göstergesi olmadığını ortaya koymaktadır (Tavernier, 1990'dan aktaran: Boratav, 1993, s.119).

Uzmanlaşmanın, dünya talebinin yoğun olduğu ve olmaya devam edeceği alanlarda gerçekleşmesi gerekmektedir. Teknolojinin sürekli değiştiği gözönüne alındığında, uzmanlaşmanın sürekli olarak değişen bir dış ticaret yapısı ile birlikte gerçekleştirilmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Japonya 1970-86 yılları arasında uzmanlaşma yoğunluğunu değiştirmemekle birlikte, bu yoğunluğun dayandığı sektörleri değiştirmiştir (Tavernier, 1990'dan aktaran: Boratav, 1993, s.119).

Sanayi stratejisi herşeyden önce seçim yapmayı gerektirir. Aynı anda hem ithal ikamesi, hem de ihracat teşvik edilemez. Bu iki sektör ekonominin kaynaklarından yararlanma açısından birbirine rakiptir (İSO, 1993, s.8).

Hükümet müdahalesinin şekli, pratikte hangi sektörlerin ne kadar teşvik edildiğinden daha önemlidir. Seçici müdahaleler herşeyden önce gerçekten seçici olmalıdır. Verilecek teşvik miktarı çok yüksek olmamalı ve sınırlı bir zaman süresince uygulanmalıdır. Hükümet, seçilen sektör için açık performans standardı belirlemelidir. Böylece bu tür politikaların yararı,

zararı ortaya çıkmış olur. Bu yapılmadığı takdirde, teşviği alan sektörün teşvik ve fayda görüp görmediği anlaşılamaz. Örneğin Kore'de 1980'lerin sonlarında ağır sanayiye uygulanan teşvikler, 1990'ların başlarında bırakılmıştır. Çünkü Kore ağır sanayii uluslararası pazarda başarı gösterememiştir. Burada gözardı edilmemesi gereken bir husus da, özellikle Doğu Asya ülkelerinde, hükümetlerin teşvik verdikleri sanayiler başarılı olmadığında, koyulan hedeflere ulaşılmadığında, teşvik kredileri derhal kesilmektedir. Doğu Asya ülkelerinde başarıya ulaşan bu politikalar başka ülkelerde uygulanamayabilir. Devletin kurumlarının farklı işlediği ülkelerde aynı politikalar başarıya ulaşamayabilir. Bu gerçeği kabul edersek, daha az müdahaleci, daha az seçisi olan politikaları benimseme yoluna gidebiliriz (İSO, 1993, s.9).

Ekonomilerin, ithal ikameci model ile olan bağlantıları ve dışa açılma dereceleri KİT'lere verilen işlevleri ve KİT'lerin temel niteliklerini de önemli ölçüde belirlemektedir. Buna örnek olarak, Hindistan ile Güney Kore'deki uygulamalar gösterilebilir.

Hindistan'da "planlı ve hızlı kalkınma" ihtiyacı, temel ve stratejik öneme sahip tüm sanayilerin ve kamusal yarar üreten hizmetlerin kamu sektöründe yer almasını gerekli kılmaktadır. Diğer taraftan, Güney Kore'de izlenen stratejiye göre, "üretimde özel mülkiyet", ulusal kalkınmayı harekete geçirmek ve halkın çıkarlarını korumak için gerekli olan denetimin dışında, koşulsuz olarak desteklenmektedir (Le Roy ve Manson'dan aktaranı Boratav, Türkcan, 1993, s.200). Ancak Güney Kore'nin dışa açılma öncesinde uzun bir dönem ithal ikamesine dayalı bir model uyguladığını da dikkate almak gerekmektedir. Güney Kore ile Hindistan'ın KİT'lere ilişkin stratejileri arasında önemli

farklar bulunmasına karşın KİT'lerin ekonomideki göreceli ağırlıklarında benzerlik gözlenmektedir. Ancak bu iki ülkede, iki ayrı KİT modeli bulunmaktadır. Hindistan'daki KİT sistemi " bürokratik model " e, Güney Kore'deki KİT sistemi ise " piyasa modeli " ne uygun görünmektedir. Bu iki farklı modele çelik sektöründe faaliyet gösteren, Güney Kore'deki POSCO ve Hindistan'daki SAIL'i örnek gösterirsek ; ileri teknoloji kullanan POSCO'nun, uluslararası planda, çelik sektöründe çalışan işletmelere göre daha düşük üretim maliyetine sahip olduğu gözlenmektedir. SAIL'in ise POSCO'ya göre daha geri teknoloji kullandığı, karar verme sürecinin daha yavaş olduğu, ve çalışan kişi başına verimliliğin POSCO'nun %10'una eşit olduğu saptanmıştır. POSCO'nun rantabiliteyi ön plana alan, finansal özerkliğe sahip olduğu, işletme faaliyetlerinin verimlilik ilkelerine göre değerlendirildiği, ulusal ve uluslararası platformda potansiyel rekabete açık olduğu gözlenmektedir (Boratav, Türkcan, 1993, s.202).

Diğer taraftan, Güneydoğu Asya'daki "yeni sanayileşmiş" ekonomilerde özerk yapıya sahip, piyasa koşullarına uygun faaliyette bulunan KİT'ler kurulmuştur. Devlet öncülüğünde ciddi bir rekabet ortamı yaratılmıştır.

Sonuçta, çoğu zaman bir yük olarak görünen KİT'lerin, özellikle belirli bir sınai temele sahip olan AGÜ'lerde ekonomik yapının ayrılmaz bir parçasını oluşturduğu, sermayenin uluslararasılaşmasının da devlet işletmeciliğinin aleyhine bir gelişme olmadığı, tam tersine KİT'lerin uluslararası platforma yayıldığı gözlenmektedir.

Sanayileşme için en önemli olan politikalar, sanayinin kendisi ile ilgili politikalardan çok, geniş kapsamlı ekonomik politikalardır. Bunlar öncelikle makro ekonomik istikrarı sağlar, daha sonra geniş ekonomiyi içine alan yatırımları (beşeri ve fiziki yatırımları) gerçekleştirirler. Başka bir deyişle hiçbir sanayi ve ticaret politikası tek başına eğitimsiz ve yüksek enflasyonlu bir ülkeyi kalkındıramaz. Diğer taraftan iyi bir eğitim sistemine sahip, düşük enflasyonlu bir ülke sanayi politikasına çok önem vermese de, kalkınacak ve gelişecektir (İSO, 1993, s.10).

1.3. Teknolojik Değişim ve Rekabet Gücü

Teknolojik değişim rekabetin ana unsurlarından biridir. Endüstrilerin yapısal değişmelerinde ve özellikle yeni endüstrilerin yaratılmasında önemli bir rol oynar.

Dünya ticareti son yıllarda büyük ölçüde yapı değişikliğine sahne olmaktadır. Uluslararası mal ve hizmet akımına "teknoloji" de katılmış ve çeşitli yollarla ülkeler arasında alınıp satılan bir meta haline gelmiştir (Siszek, 1988, s.1).

Geleneksel iktisatta, teknoloji konusuna yaklaşım "üretim fonksiyonu" yaklaşımı çerçevesinde olmuştur. Teknolojik değişimin, ekonomik gelişmenin motoru olduğu görüşüne yer verilmemiştir. Firmaların karşısında bir dizi üretim tekniği olduğu düşünülmekte ve her isteyen firmanın istediği tekniği serbestçe seçip alabileceği ve uygulayabileceği varsayılmaktadır. Bu teknikler dizisindeki her teknik, aynı miktardaki ürünü üretebilecek, değişik miktarlardaki "farklılaşmış" emek ve sermaye girdilerinin belli bir bileşiminden meydana gelmektedir.

Teknolojik değişim ancak orta ve uzun vadede sözkonusu olabilmektedir. Teknolojik değişim çabaları ile üretim miktarının arttırılamayacağı, zira teknolojinin "bilinemez" ve ekonomiye "dışsal" bir faktör olduğu kabul edilmektedir. Geleneksel görüşe göre yeni bir üretim tekniği geliştirildiği zaman bu teknik, her dileyen firma tarafından serbestçe ve bedava olarak elde edilebilmektedir. Bir başka çok önemli varsayım, teknolojinin bir firmadan diğerine sorunsuz olarak aktarılabilceği ve üretim fonksiyonlarının tüm özelliklerinin açık ve kolayca anlaşılabilir ve yeniden üretilebilir olduğudur (Kırım, 1990, s.12).

Dysa, yakın zamanlardaki kuramsal gelişmeler, teknik bir bilgi paketinin hiçbir zaman tüm özelliklerinin tamamen ifade edilemeyeceğini, tümüyle anlaşılamayacağını, kolayca kopya edilemeyeceğini ortaya koymuştur. Dolayısıyla, teknoloji transfer sürecinin sonucunda ortaya çıkan üretim yöntemleri, orjinal teknolojilerden mutlaka çok önemli hususlarda farklılık gösterecektir (Kırım, 1990, s.13).

Geleneksel kuramın en önemli eksikliği, teknolojinin ve teknolojik değişimin ekonomiye dışsal olduğudur. GÜ'lerde ekonomik büyümenin özellikle sabit sermaye stokundaki artışlarla olabileceği ve bu nedenle kalkınma politikalarının asıl hedefinin, sanayileşmiş ülkelerden hazır olarak ithal edilecek yeni üretim sistemleri ile yeni yatırım oranlarını yükseltmek yoluyla olabileceği tezlerinin altındaki temel fikir de, teknolojinin dışsal bir faktör olduğudur varsayımından kaynaklanmaktadır (Kırım, 1990, s.13)

Schumpeter'e göre, teknolojik değişim süreci, piyasa ekonomilerinin işleyişini ve ilerlemesini sağlayan en önemli itici güçtür. Firmaların yaşayabilmeleri ve büyüyebilmeleri tamamen kendi teknolojik çabalarına bağlıdır. Schumpeter'e göre, teknolojik değişim, piyasa ekonomilerinde en önemli rekabet aracıdır. Firmalar, tekel kârları elde edebilmek için maliyet düşürücü teknolojik çabalara girerler. Bu şekilde geliştirdikleri yeni teknolojilerle, rakiplerinden daha düşük maliyetli üretim yapabilir ve geçici bir süre için tekel kârı elde ederler. Ancak yeni üretim yöntemi diğer firmalar tarafından kopye edildiğinde, ilk firmanın rekabetçi üstünlüğü ortadan kalkar ve kârlar eşitlenir (Kırım, 1990, s.13).

Ancak, Schumpeter'in yaklaşımının, geleneksel iktisada kıyasla üstün yanlarına rağmen, önemli eksiklikleri vardır. Schumpeter, büyük ve önemli buluşlarla ilgilenmekte ve bu nedenle de teknolojik değişimi esas olarak "kesikli" bir süreç olarak görmektedir. Yani yeni ve önemli buluşlar arada sırada meydana çıkmakta ve teknolojik değişim bu tür buluşlarla özdeşleştirilmektedir. Oysa teknolojik değişim "artımsal" bir özellik taşımakta ve özellikle üçüncü dünya ülkelerinden elde edilen bulgular ışığında "küçük" buluşlar, büyük verimlilik artışlarına neden olabilmektedir. Ayrıca, teknolojik bilginin açık ve transfer edilebilir olmadığı ampirik araştırmalarla ortaya konmuştur (Kırım, 1990, s.14).

Bu eksik yanlarına rağmen Schumpeter'in teknoloji faktörünün içselleştirilmesi ve teknolojik değişimin kuramsallaştırılması yönündeki çabalara öncülük ettiğini söylemek mümkündür.

1.3.1. Teknolojik Üstünlük Analizleri

Teknolojik üstünlük analizleri, teknolojinin her ülkede eşit olmayan bir biçimde sürekli olarak değiştiği ve bu değişikliklerin de uluslararası ticaretin yapısını bozup değiştirdiği düşüncesini içermektedir. Bu analizlerin en önemli özelliği, uluslararası ticaretin açıklanmasında modern rekabet şekillerinin dikkate alınması ve böylece malların homojenliği, çok sayıda üreticinin rekabeti, bilginin tam ve mükemmel dolaşımı gibi temel varsayımların birer birer terkedilmesidir. Teknik bilgilerin anında yayılmadığı, dolayısıyla da üretim fonksiyonlarının ülkeler arasında farklılık gösterdiği düşüncesi ayrıca dinamik bir uzmanlaşma şeması içine oturtulmuştur (Erdost, 1982, s.29).

Teknolojik üstünlük analizleri iki ayrı yönde gelişmiştir: Birincisi "teknolojik açık" (**technological gap**) yaklaşımı, ikincisi de "ürün devreleri" (**product life cycle**) yaklaşımıdır.

Her iki yaklaşım da, yenilik yapan ülkelerin başlangıçtaki teknelci durumunu, teknolojinin ülkeler arasında hangi sıraya göre yayıldığını ve bu iki olgunun uluslararası ticaretin yapısını nasıl etkilediğini açıklamayı amaçlamaktadır. Her iki yaklaşım da, ülkelerarası teknoloji benzerliğine ilişkin neo-klasik yaklaşımdan bir kopmayı anlatmaktadır

1.3.1.1. Teknolojik Açık Yaklaşımı

Teknolojik açık kavramının temelinde belirli bir zaman boyutu içinde gerçekleşen yenilik/taklit süreci yatmaktadır. Bunun anlamı teknik bilginin anında ve her ülke tarafından elde edilebilir olmadığıdır. Teknolojik açık yaklaşımının temeli 1960'ların başında M.V.Posner tarafından atılmıştır. Bu teorik yapıyı daha sonraları ampirik çalışmalar ve sınamalar izlemiştir (1).

M.V.Posner birbirine oldukça yakın ekonomik koşullara sahip gelişmiş ülkeler arasında sınai ürün ticaretine bir açıklama getirmek amacıyla, analizini zaman faktörünü de dikkate alan bir model üzerine oturtmuştur (Erdost, 1982, s.30).

Posner'in modeline göre, ülkelerarasında yeniliğin yayılması üç değişkene bağlı olarak değişmektedir (Posner, 1961, s.277). Birinci değişken Posner'in "dış tepki gecikmesi" dediği ve yabancı firma tarafından yeni bir ürünün yaratılması ile, bu ürünün yurtiçi pazarda yerli üreticilerce, mevcut yerli ürünlere rakip ürün olarak kabul edildiği an arasında geçen süreyi gösteren öğedir.

İkincisi, yeni ürünün yurtiçi pazarda, tüm yerli ya da yabancı kökenli ürünlerin rekabetine karşı tepki süresini gösteren "yurtiçi tepki gecikmesi"dir. Yurtiçi tepki gecikmesi, endüstrinin sadece yurtiçinden gelen rekabete tepkisini ölçmekte kullanılmaktadır.

(1) Bu çalışmalar arasında başlıcaları: G.C.Hufbauer(1966) - C.Freeman(1963) ve (1966) - J.E.Tilton(1971).

Üçüncü değişken ise, taklit kararı verildikten sonra, her ülkenin taklit kapasitesini anlatan "öğrenme süresi" olmaktadır.

Bu üç öge "toplam taklit gecikmesini" oluşturur. Bunların dışında modele, ayrıca yabancı ürünün yerli talep tarafından tamamen kabul edilmesine kadar geçen süreyi, yani yabancı ürünün yerli ürünlerin yerini tamamen almasına kadar geçen süreyi gösteren "talep gecikmesi" dahil edilmiştir. Yeni ürünün iki ülke arasında ticarete konu olup olmayacağı, bu gecikmelerin büyüklüğüne bağlıdır.

Toplam taklit gecikmesini L , talep gecikmesini τ ile gösterirsek; $L > \tau$ olduğunda ticaret olmayacaktır. Net taklit gecikmesi ise $(L - \tau)$ ile ifade edilebilir. $L < \tau$ durumunda ise, yeni ürünün ticareti söz konusu olacaktır (Erdost, 1982, s.31).

Öte yandan ithalatla ne zaman rekabet edilebileceği, yerli üreticilerin ithalata karşı tepkide bulunma sürelerine ve öğrenme döneminin uzunluğuna bağlıdır. Öğrenme döneminin uzunluğu da yeni ürünün karmaşıklık derecesine, yeniliğin niteliğine, gerekli teknik bilginin elde edilme kolaylığına göre, endüstriden endüstriye değişmektedir. Benzer şekilde, yenilik yapan ülkenin üstünlüğü, bir yandan etkin bir pazarlama politikasıyla talep gecikmesi üzerine etkide bulunarak dış pazarların en kısa zamanda ele geçirilmesine; öte yandan da, gerekli teknolojik bilginin elde edilmesini sınırlandırarak, yabancı ülkedeki üreticilerin öğrenme sürelerinin uzatılmasına ya da daha pahalı bir hale getirilmesine bağlıdır. Teknolojik üstünlük, yeniliğin yayılması geciktiği oranda devam edecektir (Erdost, 1982, s.32).

Yeniliklerin tesadüfe bağlı olmaması, yenilik yapan bir ülkeye ya da firmaya, yenilik faaliyetlerindeki deneyimin verdiği, yenilenen bir üstünlük garantisini sağlamaktadır.

Rekabette avantajlı olabilmek için, yeniliklerin uluslararası ihtiyaçlara karşılık verebilecek nitelikte olması gerekir. Örneğin ABD firmalarının yaptığı gibi bir T.V. setini yenilemek için, seti büyüterek, daha büyük bir mobilyaya koymak bir ıkmazdır. Dünyanın hiç bir ülkesinde tüketicisi böyle bir ürünü istemez. Diğer yandan ürünü daha taşınabilir, daha kk ve daha az enerji tüketicisi yönde geliştirmek, uluslararası piyasada çok değerli bir yenilik olarak kabul görür (Porter, 1992, s.42).

Porter'in analizinde ortaya çıkan önemli noktalardan biri de başarılı endüstrilerin, erken gelişenler olduğudur. Bazı endüstrilerdeki rekabetçi firmalar, genellikle endüstriyel değişimleri erken farkederek bu değişimleri uygulamasını bilen firmalardır. Örneğin bir endüstri kolu, elektromekanik teknolojidenden, elektronik teknolojiye geçiş yaparken, bunu ilk farkedenden ve fırsatı değerlendirerek bu teknolojiyi kullanan firma uluslararası rekabette büyük bir avantaj kazanacaktır. nk, böylece uluslararası düzeyde üretim yaparak kazanç sağlar ve markasını geliştirebilecektir. Her yapısal değişiklikte, potansiyel bir avantaj vardır ve erken davranın bu avantajı yakalar (Porter, 1992, s.43).

1.3.1.2. Ürün Devreleri Yaklaşımı

M.V.Posner, bir yeniliğin, sözkonusu ülke için yeni bir karşılaştırmalı üstünlük yarattığını ve bu yenilik uluslararası düzeyde yayılincaya kadar üstünlüğün devam edeceğini ortaya koymakla birlikte, yeniliğin neden şu ya da bu ülkede gerçekleştiğini açıklamamıştır. Daha sonra bu sorun, yüksek gelir düzeyindeki gruplar tarafından talep edilen tüketim malları ile, emek yerine sermaye ikame eden üretim malları örneğine dayanarak, konuyu yeniden ele alan R.Vernon tarafından aydınlatılmıştır.

İlk kez 1966'da Raymond Vernon tarafından ortaya konulan "ürün devreleri analizi" daha sonra L.T.Wells, S.Hirsch ve R.W.Klein'in katkıları ile geliştirilmiştir (Seyidoğlu, 1988, s.73).

Vernon'un analizinde, özellikle W.H. Gruber ve D.Mehta ile birlikte 1967'de yaptığı ikinci çalışmasında, yeni bir ürünün yaratılmasında ve uluslararası dolaşımında talebin rolü, ürünün maliyet yapısındaki değişme ve oligopolcü rekabet gibi üç ayrı öge birleştirilmiştir (Keesing, Gruber, Mehta, 1967'den aktaranı Erdost, 1982, s.33).

Ürün devreleri modeline göre, yüksek gelir düzeyine sahip tüketicilerin yaygınlığı, pazarın genişliği, emegin görelî fiyatının yüksek olmasından dolayı, yeni ürün önce ABD'de satışa çıkarılacak, sonra ihrac edilecektir. Daha sonra ürün olgunlaştıkça, teknolojik üstünlük maliyet üstünlüğüne dönüştükçe, ABD dışında üretime geçilecek ve nihayet büyük olasılıkla ABD'de bu ürünü ithal eden ülkeler arasına girecektir.

Ürün devreleri, dört ana dönemden oluşmaktadır. Bunlar: Yeni Ürün Devresi, Gelişme-Olgunlaşma Dönemi, Standartlaşma Devresi ve talebin giderek azalmaya başladığı Yaşlanma veya Eskime devresidir (Erdost, 1982, s.33).

Üretimde kullanılan girdilerin yapısında meydana gelen gelişme ve zaman içinde bunların göreceli önemlerinin değişmesi, ürün devreleri kuramının en önemli noktalarından biridir. Ülkelerin rekabet güçlerinde meydana gelen değişiklikleri açıklayan bu değişimlerdir. Yeni ürün dünya pazarlarında yaygınlaşıp, kullanılan teknoloji de standartlaştığı zaman, dinamik üstünlük statik üstünlüğe, başka bir deyişle maliyet üstünlüğüne dönüşecektir (Erdost, 1982, s.34).

Maliyet üstünlüğü, temel üretim girdileri açısından firmanın, rakip firmaya kıyasla ne kadar iyi olduğunu belirlemektedir. Maliyet üstünlüğü arttıkça, firmanın rekabet gücü yükselmektedir (Oral, 1988, s.12).

Vernon'un analizi çerçevesinde, daha sonra ihraç edilecek olan yeni ürünün belirlenmesi açısından talebin rolü, S.B.Linder'in yaklaşımında yer alan temsil edici talebin rolünü andırmaktadır. Ekonomik yapısı ve faktör donanımları birbirine nispeten yakın ülkeler arasındaki ticareti açıklamak için Linder, uluslararası ticaret kuramına "temsil edici talep" kavramını getirmiştir. Bir ekonomide temsil edici talebin varlığı, hangi ürünün üretileceğini ve daha sonra da ihraç edileceğini belirler. Aynı zamanda bir teknoloji ve özel bir know-how yaratılmasına yol açar. Temsil edici talep, "optimum ölçekte, üretimi emebilen talep" olarak tanımlandığından, üretici firmaya dışsal ekonomilerden ve ölçek ekonomilerinden yararlanma olanağı

sağlamaktadır. Bütün bu koşullar, üreticiye karşılaştırmalı bir üstünlük olanağı sağlayacaktır (Seyidoğlu, 1988, s.73).

Vernon, uluslararası yatırım olgusunu ürün devreleri kuramına dayandırmaktadır. Yeni bir ürün üreten firma, bunun üretim tekniğini elinde tuttuğu sürece tekelci bir duruma sahiptir. Uluslararası pazarlarda olduğu kadar, ulusal pazarlarda da tekelci ya da oligopolcü durumlar yaratan olgu, teknoloji piyasasının saydam olmamasıdır. Yeni ürün dönemi boyunca, maliyet yapısı ve fiyatlar elverişli olmasa bile, yenilikçi firma hem iç, hem de dış pazarlarda eğemen durumdadır. Bir pazarı ele geçirmekte ya da ele geçirilen pazarın korunmasında, kuşkusuz yenilik, en azından oligopolcü bir üstünlük sağlamaktadır (Erdost, 1988, s.37).

Son zamanlarda yapılan istatistiksel araştırmalar, taklit süresinin giderek kısaldığını göstermektedir. Böylece, teknolojik üstünlüğün yarattığı tekelci bir durumdan elde edilecek avantaj da giderek daha geçici bir hale gelmektedir. Zira dev firmalar arasında araştırma gücü bakımından pek önemli bir fark yoktur. Bu durumda, buluş içeren yeni bir ürünün pazara sürülmesi, geleneksel ürünlerin basit bir farklılaştırmasından daha çok önem kazanmaktadır. Sonuçta, uluslararası yatırımlar ve uluslararasılaşma, pazarın dünya ölçüsünde genişletilmesiyle, ürünün yaşam devrelerini uzatan bir araç olarak ortaya çıkmaktadır (İKV, 1992, s.74).

Teknolojik gelişmenin sonucu Dünya pazarlarının karmaşık bir yapıya kavuşması ve Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) harcamalarının devletlerin ve işletmelerin kaldıramayacağı büyüklüklere ulaşması sonucu, işletmelerin finansal ve sanayi üretim faaliyetlerinin

birbirleriyle birleştiiği bir şema ortaya çıkmaktadır. Bu şemayı globalizasyon olarak nitelemek de mümkündür. Burada itici güç tekno-globalizm olarak gösterilebilir. Teknolojiye hakim olmak, rekabet üstünlüğüne de hakim olmak anlamını taşımaktadır. Böylelikle teknoloji stratejik belirleyici bir faktör konumuna girmektedir (İKV, 1992, s.73).

Globalizasyon süreci içinde ekonomileri birbirine bağlayan tekno-globalizm ivmesi, aynı zamanda ciddi bir çatışma kaynağı olmaktadır. Bu çatışma alanı Ar-Ge sonucu elde edilen teknolojik yeniliklerin ürün haline dönüşmeden veya dönüştükten sonra, buluşu yapan kurumun veya ülkenin, bunu koruyamaması sonucu diğerlerinin bu önemli maliyet faktörünü gözönüne almaksızın üretime geçerek rekabet üstünlüğü elde etmeleridir. Sonuç olarak, tekno-globalizm, ekonomileri bütünleştirici ve globalizasyona taşıyıcı bir etken olarak ortaya çıkarken, aynı anda uygulamalar ve hükümet politikaları düzeyinde de globalizasyonu önleyici, uluslararası serbest rekabeti zedeleyici faktörleri de beraberinde getirebilmektedir. Bu olumsuz faktörlerden arındırılabilirdiği ölçüde, tekno-globalizm dünya ekonomilerini globalizasyona taşıyıcı role sahip olabilecektir (İKV, 1992, s.75).

Rekabet gücünün zaman içinde ağırlığını koruyabilmesi için kaynakların aralıksız olarak genişletilmesi ve arttırılması gerekir. Bir mal ya da sektöre özgü olan teknolojik üstünlüğün zaman içinde sürekliliği Ar-Ge harcamalarının sürekliliğine bağlıdır. Bir ülkenin, bir sektörde sürekli olarak bir teknolojik üstünlüğe sahip olduğunu söyleyebilmek için, bu ülkede sürekli bir teknoloji yaratma sürecinin olması gerekir. Ancak sürekli bir teknoloji üretme süreci, ülkeye, ürünlerin ve bu sektördeki

tekniklerin ortalama yaşam sürelerini denetleme olanağı verir. Bu durumda ürünlerin ve kullanılan teknolojilerin ortalama yaşam süreleri, rakip ekonomiler için dışsal ve denetlenemeyen değişkenler haline gelir. Teknolojik üstünlük, neo-klasik kuramdaki görelî faktör donanımı gibi, görelî Ar-Ge donanımına değil, mutlak Ar-Ge donanımına dayanmaktadır (Porter, 1983, s.42).

Her iki analize baktığımızda, ne teknolojik açık analizi ne de ürün devreleri analizi, uluslararası teknoloji dolaşımı sorununa bir açıklama getirmemektedir. Teknoloji dolaşımı, teknoloji sayesinde üretilmiş ürünün dolaşımı ile iç içe geçmiş durumdadır. Ürünlerin uluslararası düzeyde yayılmasında, talebin yaratılan yeni ürünlere tepki süresi, üretime başlamak için gerekli taklit süresini belirlemektedir. Taklit süresi, yeni ürünün teknolojisinin elde edilmesine ve bunun için katlanılacak masraflara bağlı olmakla birlikte, ağırlık, üreticiye pazarın varlığını gösterdiği gerekçesiyle, talebe verilmiştir. Yani firmaların tepkilerini açıklayan talep ve talebin üretici önünde açtığı ufuklardır (Erdost, 1988, s.39).

1.3.1.3. Firma Davranışları

Teknolojik üstünlük analizleri, uluslararası alanda firmaların oynadığı rolü ön plana çıkarmakta ve ticarete bulunanlar artık rekabet halindeki firmalar olmaktadır.

Teknolojinin yayılması konusunda firma davranışında iki sorun belirlemektedir. Birincisi teknolojik üstünlüğün kaybolma tehlikesi dışında, doğrudan yatırımlara yol açan nedenler;

ikincisi teknolojinin firma tarafından doğrudan yatırım dışında başka yollarla kullanılmasına ilişkindir. Uluslararası yatırımların nedeni olarak, Vernon'un ileri sürdüğü ABD'nin teknoloji üstünlüğünün aşınması tezi daha sonra uluslararası firma haline gelen ihracatçı firmaların stratejilerindeki dönüşümü açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Firmaların rekabetçi durumlarındaki değişme, mutlaka üretim yerinin değişmesi sonucunu doğurmamaktadır. Eğer bu tez genelleştirilirse Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa gibi ABD'ye göre daha az gelişmiş ülkelerin ABD pazarına sınai mal ihrac edebilmelerini açıklamak olanaksızlaşmaktadır (Erdost, 1988, s.40).

Amerikan firmaları, Avrupa'lı rakiplerinin bazı sektörlerde eşit düzeyde teknolojiye sahip olduklarından değil, benzer nitelikli ürünleri yarıya yakın maliyetle ürettikleri için dış yatırımlarda bulunmakta ve uluslararası firmalar haline gelmektedirler. Böylece yeniliklere yol açan yüksek bir satın alma gücü, belli bir süre sonra ABD ekonomisi aleyhine çalışmaktadır. Sonuçta dış yatırımlar, ihracatın bir alternatifi olarak ortaya çıkmaktadır. Dış yatırımlarla ABD firmaları, Atlantik ötesi rakipleri ile aynı üretim koşullarında faaliyette bulunma olanağı ile ABD'deki yüksek üretim maliyetlerinin doğurduğu elverişsiz durumdan kurtulmuş olmaktadır. Düşük ücret düzeyi kadar, Ar-Ge yoğunluğu yüksek sektörlerin oligopolcü yapıları da, özellikle ABD firmalarının yabancı ülkelere girme ve yerleşme stratejilerinin kökenini oluşturmaktadır. Oligopolcü rekabetin uluslararası düzeye sıçramasından dolayı, lider firmanın rakiplerinden önce davranarak bir ülkeye yerleşmesi de sözkonusu olabilir. Lider firmalardan birinin dış yatırım yapması, aynı sektördeki rakip firmaları hemen harekete geçirecektir (Kazgan, 1988, s.104).

Sonuç olarak diyebiliriz ki, ürün devreleri kuramı, oligopolcü rekabet koşulları ve uluslararasılaşma analizi ile bütünleştirildiğinde daha genel bir açıklama getirmektedir.

1.3.2. Teknoloji Stratejisi

Strateji, işletme amaçlarını gerçekleştirmek için bir işletme için uygulanabilir alternatifleri değerlendirmeyi, belirlemeyi ve uygulanabilir olan bir alternatifi seçme işlemidir (Byars, 1987, s.16).

İşletmecilikte stratejinin yaygın olarak kullanıldığı bir alan da rekabete yönelik strateji formülasyonudur (Anshen, 1983, s.53). İşletmenin, teknolojik yönden hedeflendiği duruma gelmesi büyük ölçüde Ar-Ge çalışmalarına ve etkinliğine bağlıdır. Bu nedenle stratejik kararlara Ar-Ge bölümünün katılımı ve bu kararların, Ar-Ge bölümünün diğer kısımlarına etkin olarak ulaştırılması gereklidir.

Bir işletmenin başarılı şekilde rekabet etmesi için kuvvetli ve zayıf yönlerinin değerlendirilmesinde ana öğeler şunlardır (Hamermesh, 1983, s.37-38):

- i. İşteki küçük sayıda anahtar başarı faktörlerinin belirlenmesi;
- ii. İşin gerektirdiği anahtar başarı faktörleriyle işletmenin kaynak ve olanaklarının karşılaştırılması;
- iii. Başarısızlıkları önleyecek ya da minimize edecek, uygun stratejilerin oluşturulmasında firmanın kuvvetli yönlerinin belirlenmesi;

- iv. İşletki temel rakiplerin kuvvetli ve zayıf yönleriyle, firmanın kuvvetli ve zayıf yönlerinin karşılaştırılması;
- v. İşletmenin temel rakiplerine göre, daha kuvvetli ve daha zayıf yönlerinin ortaya çıkarılması;

İşletmenin kuvvetli ve zayıf yönleri, fırsat ve tehlikeleri belirlendikten, stratejik amaçları, politikaları öngörüldükten sonra, stratejik alternatifler belirlenmelidir (Porter, 1983, s.37). Stratejik alternatifler; mevcut durumun korunması ve teknolojik büyüme olarak sınıflandırılabilir.

1.3.2.1. Mevcut Durumun Korunması

Bu strateji, genellikle başarılı işletmelerde uygulanır. Mevcut durumu koruma stratejisinde, örgüt halihazırdaki durumu sürdürmeyi tasarlamaktadır. Bu strateji yaygın olarak kullanılan bir stratejidir.

Guleck, şu üç koşulun varlığı halinde bu stratejinin etkili olabileceğini söyler (Guleck, 1980, s.205):

- a) işletme olgun bir endüstridedir;
- b) işletme halihazırda başarılıdır;
- c) işletme çevresi çok yavaş değişen bir ortamdadır.

Kuşkusuz teknoloji için böyle bir stratejinin izlenmesi çok küçük bir olasılıktır. Ya da teknolojik değişim hızı, uzun dönemli olan sektörler için sözkonusudur. Çünkü teknoloji sürekli değişmekte ve bu değişmelerde sürekli gelişmeleri getirmektedir.

1.3.2.2. Teknolojik Büyüme

Teknolojik büyüme, işletmenin kendi imkanları ile teknolojiyi izlemesi, geliştirmesi ya da üretmesiyle teknolojik ihtiyacını gidermesi şeklinde olabileceği gibi ki, buna "iç büyüme" diyebiliriz, dış olanaklarla teknolojiyi izleyip geliştirmesi şeklinde de olabilir. Bunu da "dış büyüme" olarak adlandırabiliriz (Akdemir, 1992, s.157).

1.3.2.2.1. İç Büyüme

İç Büyümenin koşulları, Ar-Ge örgüt ve laboratuvarlarına sahip olmak, Ar-Ge kadrolarına sahip olmak ve etkin teknoloji transferi yapabilmektir. Ar-Ge örgüt ve laboratuvarlarına sahip olmak, mevcut teknolojinin geliştirilmesi ve yeni teknolojilerin üretilmesi, etüd, proje dizayn hizmetleriyle, teknik bilgi ve tecrübe birikiminin etkin bir şekilde kullanımını sağlar (Akdemir, 1992, s.158).

W.H.Gruber-D.Mehta-R.Vernon'un 1962 yılı verilerini kullanarak, ABD'deki 19 sanayi dalı üzerinde yaptıkları çalışma, Ar-Ge faaliyeti ile ihracat eğilimi arasında oldukça belirgin ve anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Bu sanayilerin özelliklerine gelince: Ar-Ge faaliyetlerinin en yoğun olduğu sanayiler, aynı zamanda en büyük firmaları kapsayan ve Ar-Ge faaliyeti dışında doğrudan doğruya üretimle ilgili aşamalarda da en fazla nitelikli işgücü istihdam eden sanayilerdir (Gruber, Mehta, Vernon, 1967'den aktaranı Erdost, 1982, s.26).

Neo-klasik kuramın, "her ülke görece en bol sahip olduğu üretim faktörünü en yoğun biçimde içeren malları ihraç eder" biçiminde özetlenen savı, ancak üretim fonksiyonlarının ülkelerarası özdeşliği koşuluyla doğrulanabilir. Oysa başka bir üretim faktörü gibi düşünülen Ar-Ge'nin hesaba katılması, bu koşulu sarsmaktadır. Gerçekte Ar-Ge faaliyetlerinin amacı, üretim fonksiyonlarını değiştirmek ve yeni mallar üretmektir. Bu bağlam içinde, uzmanlaşmanın ve uluslararası pazarlardaki üstünlüğün açıklanmasında, faktör yoğunluklarının ve faktör fiyatlarının önemi de oldukça azalmaktadır. Üretilen her yeni ürün, mutlak üstünlük durumu yaratmaktadır (Erdost, 1982, s.27).

Yeni teknolojik gelişmeler sonucu, üretim sürecinde sermayenin emeği ikame etmesi, işgücünün toplam maliyetteki payını düşürmüştür. Bu durum ise, emek-yoğun diye bilinen malların bu niteliğini kaybetmesi anlamına gelmektedir. Sonuçta, emek-yoğun mallara dayanarak dünya pazarına açılmaya çalışan gelişmekte olan ülkeler bu olanağı giderek kaybetmektedirler (Kaplinsky, 1984'ten aktaranı Kazgan, 1993, s.77).

Üzerinde durulması gerekli ikinci bir nokta, yukarıda sözü edilen çalışmalarda, diğer gelişmiş ülkelere oranla kendine has özellikleri olan ABD'nin ele alınmış olmasıdır. Örneğin Fransa'da 27 sanayi dalı ile ilgili olarak yapılan araştırmalarda, Ar-Ge yoğunluğu ile ihraç yoğunluğu arasındaki bağıntı, ancak 12 sanayi dalı için doğrulanabilmiştir. Ar-Ge yoğun sanayiler global olarak ihracatçı olmakla birlikte, Ar-Ge yoğunluğunun yüksek olmadığı sanayiler içinde de ihracatçı olanlar vardır. Bu durumda, talepte bulunan çeşitli dış pazarların kendine has özellikleri, üretim birikimi, ihracatta daha önce kazanılmış durumların varlığı gibi faktörlerin rol oynadığı düşünülebilir (Erdost, 1982, s.27).

Teknolojinin dikkate alınması iki temel varsayımın terkedilmesine yol açmıştır: Bunlardan birincisi uluslararası teknoloji özdeşliği, ikincisi tam rekabet varsayımdır.

Yerel teknolojik arayış çabalarının boyutu ve yönünü etkileyen unsurlara bakıldığında; (i) politika uyarımlı faktörler, (ii) piyasa yapılarına bağlı faktörler, (iii) firma spesifik faktörleri olarak belirlenmiştir (Katz, 1984, s.13).

i. Politika Uyarımlı Faktörler: Yatırım mallarının maliyeti yükseldiğinde, firmalar yeni yatırım kararlarını ertelemekte ve kapasite-esnetme yoluna gitmektedirler. Talepteki hızlı bir artış, girişimciler arasında iyimser beklentiler doğurmakta ve böylece kapasite-esnetme çabaları yerlerini yeni yatırımlara bırakmaktadır. Yüksek gümrük vergileri, firmalara doğal koruma sağlamakta ve firmalar ürün kalitelerini iyileştirme yönünde bir zorlamayla karşılaşmamaktadır. Bu tür ortamlarda, üretilen ürün miktarını arttırma, ürün iyileştirmeye tercih edilen bir teknolojik çaba olmaktadır. Diğer yandan, hükümetlerin firma bazlı Ar-Ge faaliyetlerine sağladıkları desteğin türü ve önemi gibi unsurlar da teknolojik çabaların yönü ve boyutunu etkilemektedir.

ii. Piyasa Yapılarına Bağlı Faktörler: "Tekelci" piyasa yapıları daha çok üretilen ürün miktarını arttırmaya yönelik teknolojik çabaları özendirilmektedir; bu tür piyasa yapılarında maliyet düşürme ve ürün kalitesi iyileştirme çok önemli olmamaktadır. "Oligopolcü" yapılarda ise ürün farklılaştırmasına yönelik teknoloji arama çabaları ile maliyet düşürmeye yönelik çabalar önemlidir. "Rekabetçi" piyasa yapıları ise, birincil olarak maliyet düşürücü, ikinci olarak ta ürün farklılaştırmasına

yönelik teknolojik arayış çabalarını teşvik etmektedir.

iii. Firma-Spesifik Faktörler: Firmanın "hayat devreleri" ile firma içi teknolojik çabaların arasında bir ilişki vardır. Teknolojik değişim önceleri ürün tasarımına yönelik olmakta, bu tür etkinlikler ilerledikçe, üretim süreci ile ilgili teknolojik arama etkinlikleri başlamaktadır. Bunlardan uzun bir zaman sonra üretim planlaması ve endüstriyel mühendislik önem kazanmaya başlamaktadır.

1.3.2.2.2. Dış Büyüme

Bir işletmenin dış kaynaklı olarak teknoloji ihtiyacını gidermesinin birinci yolu lisans anlaşmalarıdır. Birleşmiş Milletler tarafından benimsenen lisans anlaşması tanımı, lisans verenle, lisansı alan arasında bir lisansın verilmesi için yapılmış anlaşmadır ve lisansör ile lisansiyeye arasındaki ticari bağı kurar (Simsek, 1988, s.66).

Lisansı gerektiren anlaşmalar patent, teknik bilgi (Know-How) ve marka olmak üzere üç grup sözleşmeden oluşur (Simsek, 1988, s.66).

Patent bir buluşun veya o buluşu uygulama alanında kullanma hakkının bir kimseye ait olduğunu gösteren belge ya da tesis edildikleri ülkelerde, yetkili organlarca verilmiş belgeler aracılığıyla korunan ve bir işletmenin maddi olmayan haklarına ilişkin dökümandır (Seyidoğlu, 1992, s.679). Patent anlaşması ile, rekabet ya da rekabet riski azalabilir. Patentle teknoloji sağlanabilir (Akdemir, 1992, s.159).

Teknik bilgi (Know-How) ise, bir firmanın üretim teknolojisi veya işletme yönetimiyle ilgili olarak sahip olduğu belirli bilgi ve becerilere verilen isimdir (Seyidoğlu, 1992, s.484).

Marka, bir mamulün diğerinden ayırımı ve teşhisine yarayan bir işaret olarak tanımlanmaktadır (Simşek, 1988, s.68).

Lisans anlaşmalarında ödemeler, toptan ödeme, yapılan üretimin birim satış bedeli üzerinden belli bir oran uygulanması, üretim birimi başına sabit bir bedel tesbiti, üretilen ürünün brüt satış bedeli üzerinden ödeme, üretilen ürünün net satış bedeli üzerinden ödeme, lisansiyenin kârına bağlı olarak hesaplama, azalan oranda royalti ödenmesi, minimum şekilde royalti ödemesi gibi temel şekillerde olmaktadır (Simşek., 1988, s.69).

Lisansiyeyi, lisans almaya iten faktörleri genel olarak şöyle sıralayabiliriz:

- Yüksek Ar-Ge harcamalarından kaçınmak,
- Ar-Ge imkanlarının noksanlığı ya da yokluğu,
- Yabancı pazarlara girme arzusu,
- İç pazardaki kuvvetli rekabete göğüs germe,
- İşsizliği azaltma arzusu.

Lisans anlaşmasının süresi, bir yandan ödemeler, diğer yandan da transfer edilen teknolojinin öğrenilip, çözümlenmesine bağlı olarak belirlenmelidir (Simşek, 1988, s.105).

Lisans anlaşmalarının ihracatı kısıtlayıcı hükümleri bulunmamalıdır (DPT, 1979, s.274). Bir yandan yabancı sermaye yatırımları, diğer yandan lisans, patent ve teknik bilgi gibi maddi olmayan hakların satın alınması uluslararası teknoloji transferinin iki önemli kanalını oluşturmaktadır.

Lisans anlaşmalarında yer alan ihracat sınırlamaları ile ilgili kayıtlar, genellikle lisans altında üretilen malların ihracatını, tamamen ya da belirli bir ülke ve bölge itibarıyla yasaklayıcı niteliktedir. Bu uygulama teknolojinin sahibi uluslararası firmaya, lisans alan firmaların pazarını sınırlamak ve potansiyel bir rakibin ortaya çıkmasını önlemek olanağını vermektedir (Erdost, 1982, s.67).

Doğrudan yatırımlarda ise amaç, teknolojinin devredilmesi ya da satılması değildir. Ana firma, bir yavru firma kurmakla, teknolojinin kullanılmasından elde edilen kazançları ve pazarı, başka bir üretici ile paylaşmayı değil, tersine, bunlardan sadece kendisi yararlanmayı amaçlamaktadır.

Vernon'un ürün devreleri kuramında, doğrudan dış yatırım, teknolojinin yayılması sonucunda, firmanın teknolojik üstünlüğünü kaybetmesine karşı bir korunma tepkisi olarak ele alınmıştır. Vernon'a göre, firma teknolojinin egemenliği altında olup, teknolojinin yayılmasına bağlı olarak hareket etmekte idi. Oysa gözlemler, doğrudan dış yatırımlarla gerçekleştirilen teknoloji transferi olayında, firmanın sahip olduğu teknoloji üzerinde egemenliğini sürdürdüğünü ve firma tercihinin de bu yönde olduğunu ortaya koymuştur.

Bunun yanında taklit tehlikesini, dolayısıyla yerel pazarlarda ortaya çıkabilecek rekabet tehlikesini de dikkate almak gerekir. Az gelişmiş ülkelere yapılan teknoloji transferi ile ilgili çalışmalar, rekabet tehlikesinin varlığını doğrulamaktadır. Teknoloji standartlaştıkça, taklit olasılığı ve rekabet tehlikesi de artmakta, böylece lisans anlaşmaları daha sık başvurulan bir yol olmaktadır.

BÖLÜM II

ENDÜSTRİYEL REKABETİN ÖLÇÜLMESİ

Globalizasyon eğilimi gelişirken, uluslararası değişimlerin örgütlenişinde temel fonksiyonlar olarak kabul edilebilecek alanlarda hedeflerin değiştiği görülmektedir. Bu alanların başında dünya ticareti gelmektedir. Globalizasyon sürecinde, Dünya ticaretinde yeni pazarların oluşturulması ve yatırımlarda verimliliğin artırılması hedeflenmektedir.

Bu süreç içinde, firmalar yalnızca yöresel pazarlarda yerli ve yabancı rakiplere karşı değil, dünyanın öteki bölgelerindeki pazarlarda da rekabet etmek durumundadır. Bu durumda, firmaların ve ülkelerin rekabet güçlerini oluşturması ve oluşturulan rekabet güçlerinin etkin olarak kullanılması öncelik kazanmaktadır. Bu nedenle, firmaların da kendi rekabet güçlerini hesaplaması, zayıf ve kuvvetli yönlerini belirlemesi ve stratejilerini buna göre saptaması gerekir.

Bu bölümde, Endüstriyel Rekabet Gücü Modeli'nin kuramsal ve matematiksel yapısı sunulduktan sonra, sistem verimi ölçümleri ve maliyet etkinliğinin ölçülmesi üzerinde durulacak ve OECD tarafından hesaplanan rekabet ölçümleri incelenecektir.

2.1. Firma Varlık Modelleri

2.1.1. İdeal Varlık

İdeal varlık, bir firmanın rekabet gücü açısından sahip olması gereken insan-makine potansiyeli ile yaratması gereken en iyi sonuçtur. Bu varlık, "toplam brüt kâr", "toplam ciro", veya

"toplam üretim" olabilir. İdeal koşullar altında (örneğin firma sıfır yaşta makina ve teçhizata sahip, işçilik, yönetim ve mühendislik en üst düzeyde, enerji kısıtlamaları ve nakliyat aksamaları gibi alt yapı sorunları yok) firmanın ortaya çıkartabileceğın en iyi varlık "ideal varlık" olarak tanımlanmıştır. Burada insan gücünün yeteneksizliğı, makina ve teçhizatın yıpranması gibi içsel, alt yapı ve pazar kısıtlamaları gibi dışsal kısıtlamalar yoktur (Oral, 1983, s.12).

Bu ideal koşullar altında firmanın ideal varlığını veren model aşağıdaki gibi geliştirilebilir (a.g.e., s.18-22).

x_j : j mamul türünden üretilecek fiziksel miktar,

$$j = 1, 2, \dots, n_1.$$

$f_j(x_j)$ = j mamul türünden x_j kadar üretildiğinde elde edilecek yarar.

a_{ij} = j mamul türünden bir birim üretmek için i kaynağından kullanılması gereken miktar,

$$i = 1, 2, \dots, m_1.$$

k_i = İdeal koşullar altında var olan i kaynak türünden miktarı.

olarak kabul edersek, bu durumda firma ideal varlık modeli:

$$\text{Max } k_1 = f_1(x_1) + f_2(x_2) + \dots + f_{n_1}(x_{n_1})$$

$$a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n_1}x_{n_1} \leq k_1$$

$$a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n_1}x_{n_1} \leq k_2$$

$$a_{m_11}x_1 + a_{m_12}x_2 + \dots + a_{m_1n_1}x_{n_1} \leq k_{m_1}$$

$$x_1 \geq 0, x_2 \geq 0, \dots, x_{n_1} \geq 0$$

Daha kısa bir ifade ile,

$$\begin{aligned} \text{Max } k_1 &= \sum_{j=1}^{n_1} f_j(x_j) \\ A_1 x &\leq I k^I \\ x &\geq \theta \quad (I) \end{aligned}$$

Burada,

$$\begin{aligned} A_1 &= [a_{ij}] \\ k^I &= [k_1^I, k_2^I, \dots, k_{n_1}^I] \\ x &= [x_1, x_2, x_3, \dots, x_{n_1}] \\ \theta &= [0, 0, \dots, 0] \end{aligned}$$

(I)'de verilen bir türde, sistem açısından tatmin edici bir modelin kurulduğunu düşünelim. θ zaman uygun bir optimizasyon tekniği kullanarak optimal mamul üretim miktarları x^0 'ler bulunabilir. Bunlar, amaç fonksiyonunda yerlerine konularak "ideal varlık" hesaplanabilir. Matematiksel olarak,

$$\text{idealVarlık} = I^0 = \sum_{j=1}^{n_1} f_j(x^0_j)$$

Burada yarar fonksiyonu $f_j(x_j)$ 'ye ilişkin olanıdır. $f_j(x_j)$ fonksiyonu, hatırlanacağı gibi f mamul türünden x_j kadar üretildiğinde elde edilecek "yarar" olarak tanımlanmıştır. Ancak buradaki yarar kavramı, seçeneğe göre brüt kâr veya ciro olarak kabul edilebilir.

Tüm sistem olarak, bir firmanın, değişen iç ve dış koşullara göre kendisini kısa zamanda uyarlama yeteneği ve olanağı yoksa, bu firmanın rekabet gücünün olduğu söylenemez. İdeal varlık tanımına göre pazar ve iktisadi koşullar içerilmiştir. Değişen koşullar çerçevesinde optimal mamul karışımı değişebilir. Bu karışım değiştikçe "ideal varlık" değerleri de ona göre değişecektir.

2.1.2. Gerçek Varlık

Firma dışından gelen kısıtlamalar olmasa bile, her zaman sıfır yaşta makina ve teçhizatla, en yetenekli işçi ve yöneticiyle işleri yürütme durumu olmayabilir. Eldeki işçilik düzeyi, yönetim, makina ve teçhizatla, dışsal kısıtlamalar olmadan, firmanın ortaya koyabileceği en iyi sonuç "gerçek varlık" olarak tanımlanabilir. Burada belirtilmesi gereken bir konu içsel koşulların ve kısıtlamaların mevcut olduğudur. Bir başka deyişle, dışsal kısıtlamalar olmadığı taktirde firmanın kendi bugünkü iç koşulları altında gerçekleştirebileceği en yüksek üretim, toplam brüt kâr veya toplam ciro "gerçek varlık" kavramını verir (Oral, 1983, s.13).

Bu koşullar altında firmanın gerçek varlığını veren model aşağıdaki gibi geliştirilebilir (a.g.e., s.27-30).

Y_j = j mamul türünden üretilecek fiziksel miktar,

$j = 1, 2, \dots, n_2,$

$g_j(Y_j)$ = j mamul türünden Y_j kadar üretildiğinde elde edilecek yarar.

G

a_{ij} = j mamul türünden bir birim üretmek için i kaynağından kullanılması gereken miktar, $i = 1, 2, \dots, m_2,$

G
 k_i = gerçek koşullar altında varolan i kaynak türünün miktarı.

Bu durumda firma gerçek varlık modeli:

$$\begin{aligned} \text{Max} k_2 &= g_1(y_1) + g_2(y_2) + \dots + g_{n_2}(y_{n_2}) \\ a_{11}^g y_1 + a_{22}^g y_2 + \dots + a_{1n_2}^g y_{n_2} &\leq k_1^g \\ a_{21}^g y_1 + a_{22}^g y_2 + \dots + a_{2n_2}^g y_{n_2} &\leq k_2^g \\ a_{m1}^g y_1 + a_{m2}^g y_2 + \dots + a_{m2}^{g1} y_{n_2} &\leq k_{m2}^{g1} \\ y_1 \geq 0, y_2 \geq 0, \dots, y_{n_2} &\geq 0 \end{aligned}$$

biçiminde yazılabilir.

Diğer bir ifade ile;

$$\begin{aligned} \text{Max} k_2 &= \sum_{j=1}^{n_2} g_j(y_j) \\ A_g Y &\leq k^g \\ Y &\geq 0 \quad (II) \end{aligned}$$

Burada,

$$\begin{aligned} A_g &= II a_{ij}^g II \\ k^g &= [k_1^g, k_2^g, \dots, k_{m2}^{g1}] \\ Y &= [y_1, y_2, \dots, y_{n_2}] \\ \theta &= [0, 0, \dots, 0] \end{aligned}$$

Uygun bir optimizasyon tekniği kullanılarak (II)'den optimal mamul üretim miktarları y^0 'ler bulunabilir. Bunlar amaç fonksiyonunda yerlerine konularak "gerçek varlık" hesaplanabilir. Matematiksel olarak,

$$\text{Gerçek Varlık} = G^0 = \sum_{j=1}^{n_2} g_1(y^0 j)$$

2.1.3. Fiili Varlık: Varolan koşullar altında (fiili hayatta hem firmanın kendi bünyesindeki koşullardan doğan içsel kısıtlamalar, hem de siyasi-iktisadi ortamın getirdiği dışsal kısıtlamalar vardır.) firmanın ortaya koyabileceği ve gerçekleştirebileceği en iyi sonuçtur (TMMOB, 1993, s.14).

Doğal koşullar altında "ideal varlık" değeri, "gerçek varlık" değerinden; "gerçek varlık" değeri de "fiili varlık" değerinden daha büyüktür.

Fiili varlık değerini verecek model aşağıdaki gibi geliştirilebilir (Oral, 1983, s.32):

$$Z_j = j \text{ mamul türünden üretilecek miktar,} \\ j = 1, 2, \dots, n_3,$$

$h_j(Z_j)$ = j mamul türünden Z_j kadar üretildiğinde elde edilecek yarar,

a_{ij} = j mamul türünden bir birim üretmek için i kaynağından kullanılması gereken miktar, $i = 1, 2, \dots, m_3$.

k_i = Fiili koşullar altında var olan i kaynak türünün miktarı veya i dışsal kısıtlamanın alt veya üst sınırı olsun.

Bu durumda firma fiili varlık modeli:

$$\begin{aligned}
 \text{Max } k_j &= h_1(x_1) + h_2(x_2) + \dots + h_{n_3}(x_{n_3}) \\
 a_{11}^F x_1 + a_{12}^F x_2 + \dots + a_{1n_3}^F x_{n_3} &\leq k_1^F \\
 a_{21}^F x_1 + a_{22}^F x_2 + \dots + a_{2n_3}^F x_{n_3} &\leq k_2^F \\
 a_{m_3 1}^F x_1 + a_{m_3 2}^F x_2 + \dots + a_{m_3 n_3}^F x_{n_3} &\leq k_{m_3}^F \\
 x_1 \geq 0, x_2 \geq 0, \dots, x_{n_3} &\geq 0
 \end{aligned}$$

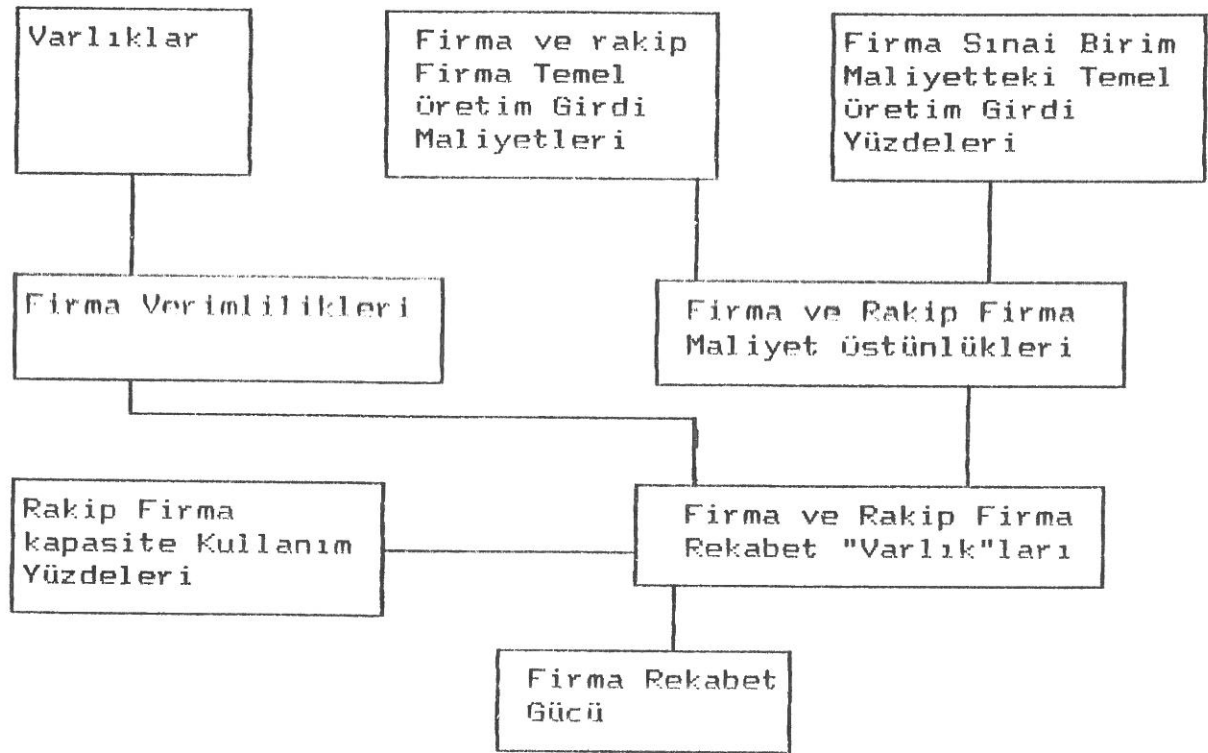
Daha kısa ifade edersek:

$$\begin{aligned}
 \text{max } k_j &= \sum_j h_j(x_j) \\
 A_F x &\leq k^F \\
 x &\geq 0 \\
 \text{Burada,} \\
 A_F &= [a_{ij}^F] \\
 k^F &= [k_1^F, k_2^F, \dots, k_{m_3}^F] \\
 x &= [x_1, x_2, \dots, x_{n_3}] \\
 0 &= [0, 0, \dots, 0]
 \end{aligned}$$

Yine uygun bir optimizasyon tekniği kullanılarak (III)'ten optimal mamul üretim miktarları Z^0_j 'ler bulunabilir. Bunlar amaç fonksiyonunda yerlerine konularak "fiili varlık" hesaplanabilir. Matematiksel olarak:

$$\text{FiiliVarlik} = F^0 = \sum_j h_j(x_j^0)$$

"Varlık" değerleri bilindiği takdirde, firma rekabet gücü göstergesinin nasıl hesaplandığı çizgisel olarak Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Rekabet Gücü Hesaplanması

Şekil 2 'den gözlenebileceği gibi firma rekabet gücü hesaplanması için gereken bilgi ve veriler:

1. Firma varlıkları, K_1 , K_2 ve K_3
2. Firma ve rakip firma temel üretim girdi fiyatları, b_i ve r_i , $i=1,2,\dots,n$,
3. Firma sınai birim maliyetteki temel üretim girdi yüzdeleri α_i , $i = 1, 2, \dots, n$,

4. Rakip firma kapasite kullanım yüzdeleri,
 $\frac{G}{V_R} \frac{F}{V_F} VR$ olmaktadır (Oral, 1983, s.64).

2.2. Sistem Verimi ölçümleri

2.2.1. Firma Verimlilikleri

İdeal varlık, gerçek varlık ve fiili varlık tanımlarına dayalı olarak üç tür firma verimliliğinden söz edilebilir:

- i. Gizil verimlilik,
- ii. Fiili verimlilik
- iii. Genel verimlilik

2.2.1.1. Gizil Verimlilik: "Gerçek varlığın", "ideal varlığa" olan oranı "gizil verimlilik" olarak tanımlanmıştır. Gizil verimlilik üst kademe veya stratejik yönetimin başarı düzeyini gösterir. İdeal varlık bir hedeftir. Bu hedef, rakiplerin durumuna ve iş dünyasının koşullarına göre firmanın idealde sahip olması gereken imkanlarla yaratabileceği en yüksek yararlar ölçülmektedir. Saptanan hedefe ne ölçüde yaklaşıldığı üst kademe yöneticisinin fiiliyatta sağladığı insangücü, makina ve teçhizat ve parasal olanakların bu andaki durumları ile, dışsal kısıtlamalar olmadan yaratabileceği en yüksek yarara bakılarak anlaşılabilir. Gerçek varlık, ideal varlığa ne kadar yaklaşmışsa, üst kademe yöneticisi hedefe o ölçüde yaklaşmış demektir (Oral, 1983, s.38-39).

$$\text{Gizil Verimlilik} = V_D^G = \frac{K_2^0}{K_1^0} = \frac{G^0}{I^0}$$

Gizil verimliliğin değeri yalnızca gerçek varlığa bağlı değildir. İdeal varlığın hesaplanma biçimiyle de yakından ilişkisi vardır. İlk önce gizil verimliliği, sonra da rekabet gücünü etkileyeceği için ideal varlığın hesaplanmasında rakip firmanın durumu gözönünde tutulmalıdır (Oral, Reisman, 1988, s.266).

Gizil verimlilik 1'den büyükse, üst yönetimin dinamik ve kaynakları, imkanları en iyi şekilde kullandığı söylenebilir. 1'den küçük ise, üst kademe yöneticisinin daha dinamik davranarak, işletme yöneticisine daha iyi insangücü, makina ve teçhizat ve mali imkanlar sağlaması ve böylece gizil verimliliği arttırması gerekir (Oral, Reisman, 1988, s.266). Çünkü bu durumda firma zarar görebilecek bir pozisyondadır ve üst yönetim, rekabet için gerekli istenen silahlara sahip değildir.

2.2.1.2. Fiili Verimlilik: "Kullanılan varlık", "gerçek varlığa" bölünerek elde edilmektedir. Üretim ve pazarlama yönetiminin başarısını gösterir.

$$\text{Fiili Verimlilik} = \frac{K_3^0}{K_2^0} = \frac{F^0}{G^0} = V_D^F$$

Fiili verimlilik 1'den küçükse, $V_{0,r}$ değeri fiili olarak gerçekleşen, geriye kalan ise "atıl gerçek varlık"tır. Bu fark, üretim ve pazarlama yönetiminin, dış koşulların getirdiği zorluklara ne ölçüde karşı koyamayışının bir göstergesidir (Oral, 1983, s.43).

2.2.1.3. Genel Verimlilik: Bir firmanın başarısı hem stratejik yönetimin, hem de üretim ve pazarlamanın becerisi ile birlikte ölçülmelidir. Sistemin başarısını belirleyen bir göstergeye ihtiyaç vardır. O'da "genel verimlilik"tir. "Gizil verimliliğin", "fiili verimlilik"le çarpılmasıyla, veya "kullanılan varlığın", "ideal varlığa" bölünmesiyle elde edilir.

$$\text{Genel Verimlilik} = V_B = V_B^F \cdot V_B^O = \frac{K^3}{K_1} = \frac{F^0}{I^0}$$

Bir firmanın yüzde yüz genel verimlilikte çalışması, onun her pazarda rahatlıkla rekabet edebileceğini göstermez. Firmanın, kullandığı temel üretim girdi maliyetleri açısından da belirli bir düzeyde üstünlüğe sahip olması gerekir. Bundan sonraki bölümde bu özellik ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

2.3. Maliyet Üstünlüğü Ölçümleri

Rekabet etme açısından, firmanın teknolojik ve işletmecilik yönlerinden üstün olması tercih edilen bir husus olmakla birlikte, yeterli değildir. Firmanın kendisi için gereken hammadde, enerji, işgücü, kapital, nakliye gibi girdileri, rakibine kıyasla daha avantajlı fiyatlarla sağlaması gerekir.

Firmanın girdileri için rakiplerine kıyasla daha yüksek fiyatlar ödemek zorunda kalması, gittikçe teknolojik ve işletmecilik üstünlüğünün de kaybolması demektir. Bu durumu anlatabilmek için maliyet üstünlüğü kavramı ve göstergesi geliştirilmiştir. Maliyet üstünlüğü göstergesi, kısaca, firmanın girdi fiyatları ve birim üretimde kullanım miktarları açısından, rakibine kıyasla ne durumda olduğunu belirlemektedir (Demir, 1992, s.12).

2.3.1. Teknoloji-Maliyet Üstünlüğü

Firma rekabet varlığını, genel verimlilikle birlikte etkileyen diğer bir önemli faktör, teknoloji-maliyet üstünlüğüdür.

Teknoloji-maliyet üstünlüğü kavramı, kullanılan teknolojinin temel üretim girdi maliyetleri açısından firmaya ne ölçüde rekabine kıyasla üstünlük sağladığını hesaplamak için geliştirilmiştir (Oral, 1983, s.45). Teknolojik üstünlüğün zaman içinde sürekliliği, Ar-Ge harcamalarının sürekliliğine bağlıdır. Bir ülkenin bir sektörde sürekli olarak bir teknolojik üstünlüğe sahip olduğunu söyleyebilmek için, o ülkede sürekli bir teknoloji yaratma sürecinin olması gerekir. Teknolojik üstünlük analizleri, uluslararası alanda firmaların oynadığı rolü ön plana çıkarmaktadır (Erdost, 1982, s.40).

Ancak, yeni teknolojiler yaratma sonucunda sağlanan teknolojik üstünlüğün yanında, firma avantajlı olduğu üretim girdilerini daha çok, dezavantajlı olduklarını da daha az kullanan bir teknolojiye sahipse, sonuçta teknoloji-maliyet üstünlüğü sağlayabilir.

Örneğin, i temel üretim girdisinin firmaya birim maliyeti b_i , rakip firmaya da r_i olsun. (r_i/b_i) oranı 1'den büyük olduğu takdirde i temel üretim girdisi birim maliyeti cinsinden sözkonusu firma, rakibine göre daha avantajlıdır. Tersine $(r_i/b_i) < 1$ olduğunda ise, rakip firma daha iyi durumdadır. Kullanılan temel üretim miktarlarının sinai birim maliyetteki yüzdeleri α simgesiyle gösterirsek; $\alpha_i = i$ temel üretim girdisinin sinai birim maliyetteki yüzdesini gösterebiliriz. $(r_i/b_i) < 1$ olduğu zamanlarda α_i küçük bir yüzde ise durum iyi, büyük bir yüzde ise kötüdür. Çünkü, birim maliyetleri açısından rakibine göre dezavantajlı olduğu temel üretim girdisinden α_i küçük iken daha az, α_i büyük iken daha çok kullanılmaktadır. α 'ler, firmanın temel üretim girdi maliyetleri açısından avantajlı veya dezavantajlı olduğu durumların ne ölçüde önem taşıdığını belirleyen bir gösterge olarak yorumlanırsa, bütün temel üretim girdileri bir arada düşünüldüğünde, firmanın teknoloji-maliyet üstünlüğünü verecek formül:

$$\beta_b = \frac{r_1}{b_1} \alpha_1 + \frac{r_2}{b_2} \alpha_2 + \dots + \frac{r_n}{b_n} \alpha_n$$

olarak yazılabilir (Oral, 1983, s.45-51).

Daha kısa olarak ifade edersek:

$$\beta_b = \sum_{i=1}^n \frac{r_i}{b_i} \alpha_i$$

Burada β_b = firma teknoloji-maliyet üstünlüğü göstergesini

n = temel üretim girdi sayısını göstermektedir.

Sayet $\beta_0 > 1$ ise, Firmanın teknoloji-maliyet üstünlüğü vardır.

$\beta_0 \leq 1$ ise, Firmanın teknoloji-maliyet üstünlüğü yoktur.

Daha açık olarak;

$$\beta_0 = \frac{\text{Rakip firma sınıai birim maliyeti}}{\text{Firma sınıai birim maliyeti}}$$

Bu tanımdan kaynaklanarak β_0 formülü çıkartılabilir.

$$\beta_0 = \frac{\sum_I r_i \cdot q_i}{\sum_I b_i \cdot q_i}$$

$$\beta_0 = \frac{\sum_I r_i \cdot q_i}{\sum_I b_i \cdot q_i} = \sum_I \frac{r_i \cdot q_i}{\sum_I b_i \cdot q_i} = \sum_I \frac{r_i (b_i \cdot q_i)}{b_i (\sum_I b_i \cdot q_i)}$$

elde edilir. Burada;

$$\left(\frac{b_i \cdot q_i}{\sum_I b_i \cdot q_i} \right) \text{ oranıdır.}$$

Bu durumda;

$$\beta_B = \sum_I \frac{r_i}{b_i} \cdot \alpha_i$$

formülü ortaya çıkacaktır.

2.3.2. Rakip Firma Maliyet Üstünlüğü

Rekabet gücünü hesaplariken, rakip firmanın da teknoloji-maliyet üstünlüğü göstergesinin bilinmesine ihtiyaç vardır. Burada hesaplama yapılırken, yukarıda firma maliyet üstünlüğü hesaplanırken kullanılan yöntem geçerli olacaktır. Ancak burada üzerinde durulacak oran (b_i/r_i) 'dir. $(b_i/r_i) > 1$ olursa, i temel üretim girdisi maliyeti açısından rakip firma, sözkonusu olan firmaya göre daha avantajlıdır. $(b_i/r_i) < 1$ durumunda ise, rakip firma dezavantajlıdır. Bütün temel üretim girdileri birarada düşünüldüğünde rakip firma kendi açısından maliyet üstünlüğü sağlayabilir veya tersi olabilir. Buradaki formül;

$$\beta_R = \sum_{i=1}^n \frac{b_i}{r_i} \cdot \delta_i$$

olacaktır.

$\beta_R > 1$ olduğunda rakip firmanın maliyet üstünlüğü vardır. Yani, rakip firma içinde bulunduğu koşullar çerçevesinde kendisine maliyet üstünlüğü sağlayacak olan teknolojiyi seçmiştir.

$\beta_r < 1$ ise, rakip firmanın teknoloji-maliyet üstünlüğünün olmadığını gösterir.

$\delta = i$ temel üretim girdisinin rakip firmaya ait sını birim maliyetteki payını göstermektedir.

δ_i değeri rakip firma maliyetinin oldukça ayrıntılarını yansıtmaktadır. O nedenle bunları her zaman kolayca elde etmek mümkün olamayabilir. Bu durumda yukarıdaki formülün yerine geçebilecek başka bir formül., β_r 'nin temel tanımına dönülerek bulunabilir (Oral, 1983, s.53).

$$\beta_r = \frac{\text{Firma sını birim maliyeti}}{\text{Rakip firma sını birim maliyeti}}$$

veya

$$\beta_r = \frac{\sum_i b_i \cdot q_i}{\sum_i r_i \cdot q_i}$$

yazılabilir. (q_i = gereken miktar)

$$\beta_r = \frac{\sum_i b_i \cdot q_i}{\sum_i r_i \cdot q_i} = \sum_i \frac{b_i \cdot q_i}{\sum_i r_i \cdot q_i} = \sum_i \frac{b_i (r_i \cdot q_i)}{r_i (\sum_i r_i \cdot q_i)} = \sum_i \frac{b_i}{r_i} \delta_i$$

ilişkisi gözlenebilir.

öte yandan,

$$\beta_R = \frac{\sum_I b_I \cdot q_I}{\sum_I b_I \cdot q_I} \cdot \frac{\sum_I b_I \cdot q_I}{\sum_I r_I \cdot q_I} = 1, \text{ veya } \beta_B \cdot \beta_R = 1$$

$$\beta_R = \frac{1}{\beta_B}$$

elde edilebilir. Bu durumda β , değeri hesaplanabileceğinden, rakip firma teknoloji-maliyet üstünlüğü de kolayca hesaplanabilir.

Ancak bu formülün geçerli olmadığı durumlar da vardır. Bu durumda "kıyaslamalı düzeltilmiş fiyat"ların bulunması gerekir. Öncelikle, rakip firmanın hangi temel üretim girdilerine göre, ne ölçüde verimli çalıştığını öğrenmek gerekir (Birim maliyet hesabından kolay); yapılacak işlem, firmaya ait olan temel üretim girdi maliyetlerinde, karşılıklı verimliliklere göre ayarlamalar yapmaktır. Bundan sonra elde edilen "kıyaslamalı düzeltilmiş fiyatlar"

$$\beta_B = \sum_I \frac{b_I}{r_I} \cdot \alpha_I$$

formülünde b_I 'ler yerlerine konularak firma maliyet üstünlüğü göstergesi bulunabilir. Böylece, firma ve rakip firmada değişik miktarlarda üretim girdileri kullanılmış olsa bile, maliyet üstünlüğü göstergesi β , hesaplanabilir. Miktarların değişik

olması halinde verimlilik veya verimsizlik yüzdelerinin bilinmesi gerekir (Oral, 1983, s.55-57).

2.4. OECD Tarafından Hesaplanan Rekabet Ölçüleri

2.4.1. İthalat Bazında Rekabet

Üreticiler arasındaki pazar fiyatı farklılıkları ve onların rakipleri tarafından oluşan ithalat değerleri, yani rakibin fiyatı, aşağıdaki eşitlik denklemi içinde şöyle belirlenebilir:

$$PCM_k = \sum_i M_{ik} \cdot PX_{ik} \quad (A)$$

(k = ithalatçı ülke) (A)

PCM_k = k pazarındaki rakiplerin fiyatı

PX_{ik} = i ülkesinin k ülkesine olan ihracat fiyatı

M_{ik} = rakip i'nin, k'nın toplam ithalatındaki pazar paylaşımı

Bu hesaplama iki taraflı ithalat fiyatları (PCM_k) ortalamasıdır. PCM_k , gerçekte, ithalat fiyatlarının (PM_k) yaklaşık değeridir (K pazarında). PCM_k ve PM_k gerçekte eşit değildir. Bunun iki nedeni vardır: Birincisi, ithalatçı ve ihracatçı ülkelerde sunulan fiyat ölçüleri arasında istatistiksel farklar vardır. İkincisi, tüm pazarlardaki ortalama ithalat fiyatları (iki taraflı ithalat fiyatları için) sadece mükemmel olmayan temsili fiyatlardır. Bunun nedeni ise, farklı pazarlarda ithalatçılar tarafından uygulanan fiyat farklılıklarıdır (Durand,

Giorno, 1988, s.155).

Gelecekte, geçmişe ait ithalat rekabeti şöyle ifade edilmektedir.

$$P_k - PM_k$$

P_k , üreticinin k pazarındaki fiyatı ve PM_k ise, k pazarında oluşan ithalat fiyatından ayrı gerçek ölçüleri ifade etmektedir. Tahmini olarak bu PCM_k 'dir ve PM_k için temsili olarak kullanılmıştır.

2.4.2. İhracat Bazında Rekabet

Rekabet kavramı ihracat bazında düşünüldüğünde sözkonusu edilen ülkeler arasındaki ihracat fiyatlarındaki farklılıklar ve onların ortak pazarlardaki rakipleri tarafından belirlenecektir. Genel olarak, ülkelerin ihracat fiyatlarının ihracatın yapıldığı ülkeye bağlı olmadığı düşünülmektedir. Rakiplerin ihracat fiyatları, çift taraflı model tarafından belirlenmektedir. Örneğin Amerikan pazarını ele alırsak, ihracatçı ülke, sadece Amerikalı üreticilerle değil, aynı zamanda, bu pazara ihracat yapan diğer ülkelerle de rekabet etmek zorundadır (Durand, Giorno, 1988, s.156).

K pazarında, ülkelerin rakiplerinin fiyatı:

$$PCR_{1k} = \frac{S_{kk}}{1-S_{1k}} \cdot P_k + \sum_{1-1,k} \frac{S_{1k}}{1-S_{1k}} \cdot P_i$$

olacaktır. (B)

PCX_{ik} = k pazarında i ülkesinin rakiplerinin fiyatı

P_k = k pazarında üreticinin fiyatı

P_{xi} = i ülkesinin ihracat fiyatı

S_{ik} = k pazarındaki toplam arzın içinde, i ülkesi tarafından ithalatın (k pazarındaki) paylaşımı (ithalat+çıktı)

S_{kk} = k'daki toplam arzın içinde çıktının paylaşımı

$\frac{S_{ik}}{1-S_{kk}}$ = i tarafından k pazarındaki arzda ithalatın paylaşımı (i tarafından ithalat hariç)

i tarafından ithalatın hariç tutulması, şu gerçeğe bağlı olarak kabul edilebilir: i ülkesinin rakiplerinin ihracat fiyatlarının ölçülmesi aranmış olduğundan, sonraki ülke hesaplamanın dışında bırakılmalıdır. Çünkü, ülke kendi kendisi ile rakip halinde değildir.

i ülkesinin tüm pazarlardaki rakiplerinin fiyatları, ülkenin ihracat modeline göre toplanarak hesap edilmektedir.

Bu da;

$$PCX_i = \sum_{k=1}^n .PCX_{ik} (c)$$

X_{ik} = i ülkesinin toplam ihracatı içinde, i'nin k pazarına ihracatının paylaşımı.

Sonuçta;

$$PX_i - PCX_i$$

(28)

denklemini, i ülkesinin ihracat rekabetini ifade etmektedir.

2.4.3. Toplam Rekabet

OECD aynı zamanda, ülkelerin ihracat pazarlarında olduğu kadar, yurt içi pazarlarında da rekabet pozisyonlarının ortalama ölçülerini belirleyecek, tüm rekabet göstergelerini hesaplar. Bu açıdan, i ülkesinin rakiplerinin (k pazarındaki) fiyatları, bu pazardaki toplam arz modeline göre (ithalat+yurtiçi üretim) şöyle tanımlanabilir (Durand, Giorno, 1988, s.157):

(B)'deki notasyonlarla aynı olmak üzere;

$$PCX_{ik} = \frac{S_{kk}}{1-S_{ik}} \cdot P_k + \sum_{1-k,i} \frac{S_{ik}}{1-S_{ik}} \cdot PX_i (k=i)$$

$$PCX_{ii} = \sum_{1-i} \frac{S_{ii}}{1-S_{ii}} \cdot PX_i$$

Burada aynı zamanda, i ülkesinin tüm pazarlardaki rakiplerinin fiyatı, i ülkesinin bütün bu pazarlardaki rakiplerinin fiyatı toplanarak tanımlanabilir. Yurtiçi pazarları da dahil ederek i ülkesindeki örnek talep belirleyicisine göre (ihracat+yurtiçi talep):

$$PCX_i = \sum_k t_{ik} \cdot PCX_{ik}$$

t_{ik} = k ülkesi tarafından i 'de yönlendirilen talebin paylaşımı ve toplam talep.

t_{ii} = i'deki toplam talep yönetimi içinde yurtiçi talep paylaşımı

Bu durumda "rekabet" gerçekten ithalat ve ihracat rekabetinin ortalama hesabının temsilidir.

Hesaplama $(1-t_{ii})$ ve $t_{ii} (1-S_{ii})$ 'ye eşittir.

Bu yaklaşım böylece, toplam rekabet ölçüsünü verir. Çünkü, yaklaşım, ülkelerdeki toplam talep yönetimi ve pazarlardaki toplam arz kavramaları üzerine oturtulmuştur. Ayrıca bir ülkenin rekabeti, yurtiçi pazardaki toplam talebi de içine alır. Bundan başka, ülkelerin hazır bulunduğu tüm pazarlarda, yurtiçi üreticilerin etkisi toplamın içine dahil edilir. Ancak, bu hesaplamalar, hangi oranda yurtiçi malların (herşeyi gözönünde tutarak) ithal malları ile rekabet edebileceğine dair bir açıklamayı gerektirmektedir.

Buradaki önemli nokta; tüm yurtiçi ürünlerin ithal mallarla rekabet halinde olacağını düşünmenin gerçekçi olmayacağıdır. OECD tarafından hesaplanan toplam rekabet göstergeleri bu dışlamayı kapsamamaktadır. Tüm yurtiçi ürünlerin zimmen, tüm pazarlarda, ithal mallarıyla rekabet ettiği düşünülmektedir.

2.4.4. "Interlink" Modelindeki Rekabet

Interlink'te iki faktör ihracattaki değişimleri etkili bir şekilde açıklamaktadır: İhrac pazarlarının büyümesi ve ihrac pazarlarının paylaşımındaki değişimler, ki bu da ülkelerdeki fiyat-rekabet değişimlerinin bir sonucudur. Interlink eşitliğindeki bu karakteristikler, takip eden düzende ihracat

rekabeti göstergelerini açıklamaya rehberlik etmektedir. Her pazarda, yerli ve yabancı üreticiler arasında başlangıçta, yurtiçi üreticilerin, ilgili ithalat rekabetine bağlı olarak, bir arz bölüşümünün mevcut olduğu farz edilmektedir. İthalat için toplam talebi verme, daha sonra da belirleme, bunun rakip yabancı arz edenler arasında dağılımı, ilgili ihracat rekabeti ile belirlenmiştir. Böylece, artık bu aşamada, yurtiçi üreticilerle rekabet var. (kendileri ihracatçı olanlar arasında.) Bu ise, ihracat rekabetini, üzerinde tarif edilen ithalat rekabeti kavramının tam tersi olarak belli bir kavrama götürmektedir. Bu da arz bölüşümünün daha önceden tahmin edilemediği temeline oturan kavramdır (Durand, Giorno, 1988, s.158).

Verilen ülkelerin, her pazardaki rakiplerinin fiyatları, sadece bu pazardaki ithalatlar örneği ile belirlenebilir ve burada Interlink modelindeki ihracat denklemi, rekabet kavramını da içine alır.

(A)'daki notasyonlar geçerli olmak üzere:

$$PCX_{ik} = \sum_{i=1,k} \frac{m_{ik}}{1-m_{ik}} \cdot PX_i$$

Tüm pazarlarda rakiplerin fiyatları aynı yol ile ülkenin ihracat örneğine göre belirlenebilir:

$$PCX_i = \sum_{k=1} X_{ik} \cdot PCX_{ik}$$

PX_i - PCX_i ile ifade edilen rekabet ithalat rekabetinin

zorlukla belirlenen ölçüsünü verir. Ancak şu da unutulmamalıdır ki, bu ölçü, Interlink modeldeki fiyat değişimlerinin ihracat performansı üzerindeki tüm etkisini belirleyemez. Çünkü her bir ülkenin ihracat fiyatları rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak etkiler: Doğrudan etkisi, ithal edilen pazarda ülkelerin rekabet kapasitesini etkileyebilir; dolaylı olarak ise, yerli ve yabancı fiyatlar arasındaki ilişkiyi etkileyerek (her pazarda) dolayısı ile toplam pazar büyüme oranını etkiler. Interlink model ile, ülkelerin ihracat fiyat değişimlerini benzetmek ve sonra ülkelerin ihracat hacimleri üzerindeki toplam etkisini gözlemek mümkün olabilirdi. Bu işlem, rekabet etkilerini tüm ülkelere yansıtan, ürünler arasındaki ikame etkisi gibi rekabet yaratmayan faktörlerle birlikte, bir ölçü sistemi yaratabilecektir. Bu, global ticareti fiyat değişimi oluşumu ile benzetme metodu, IMF'nin MERM adlı ölçüsüne benzemektedir. IMF ölçüleri, değer ilişkilerindeki imalat ticaret dengelerindeki değişimlere bakarak benzetmelerden türetilmiş olsalarda, bu sebepten dolayı, ihracat rekabeti etkilerinden başka etkileri de gözönünde tutmak gerekir (Durand,Giorni,1988,s.159).

Her zaman vurgulandığı gibi, rekabeti ölçme büyük ölçüde hangi fiyat cephesindeki rekabet üzerinde çalışma isteğine bağlıdır.

Sonuç olarak, rekabetin ölçülmesi büyük oranda araştırılması umulan fiyat rekabetinin nasıl görüldüğüne bağlıdır. Nitekim bazı göstergeler diğerlerine göre çok daha kesin ölçüler saptayabilecektir.

Tablo I'deki çalışmada, ölçülebilecek başlıca rekabet türleri, varsayımlarla birlikte ele alınarak özetlenmiştir.

TABLO I.

Rekabet	Ölçünün Türü	Rekabet belirlenmesi mümkün pazarlar	Bu pazardaki Rakipler	Yorumlar
Interlink modelde ithalat-rekabeti	-	i ülkesinin yurt içi pazarı	i pazarına ithalat yapan tüm ithalatçılar	-
Toplam ihracat rekabeti	Çifte Tartı	i ülkesinin ihracat pazarları	Tüm ihracatçılar ve yerel üreticiler	
Toplam ithalat ve ihracat rekabeti	Çifte Tartı	i ülkesinin tüm ihracat pazarları ve yerli pazarları	Her bir pazardaki tüm ihracatçılar ve yerli üreticiler	
Interlink modelde tarif edilen ihracat rekabeti	Çifte Tartı	i ülkesinin k ihracat pazarı	k pazarına ihracat yapan tüm ihracatçılar	İthalatçıların önceden tahmin edildiği varsayılanda
İhracat rekabeti	Basit çok taraflı ihracat tartısı	Dünya pazarı	Dünya pazarındaki tüm ihracatçılar	Kişisel ülke ihracat örnekleri hesaba alınmıyor
İhracat Rekabeti	Basit iki taraflı ihracat ölçüsü	i ülkesinin k ihracat pazarı	k'daki tüm pazarlardaki yerli üreticiler	Üçüncü pazarlardaki ülkeler arasındaki rekabet hesaba katılmıyor
Toplam ticaret rekabeti	HERN Tipi (IMF ölçülerinde)	Tüm ihracat ve i ülkesinin yerli pazarları	Her bir pazardaki tüm ihracatçılar ve yerli üreticiler	Çok uluslu modeller kullanılarak (dış etkiler anlamında elde edilmiştir.

Kaynak: Durand, Giorno, 1988, s:159

BÖLÜM III

TÜRKİYE EKONOMİSİN'DE DIŞ TİCARETİN GELİŞİMİ VE SEKTÖREL REKABET GÜCÜ

1980 sonrası, Türkiye'de sanayileşme olgusu bir değişim, uyum, yeniden yapılanma ve geçiş dönemi olarak karşımıza çıkmaktadır. 1980'li yıllar Türkiye'de rekabet gücünün daha çok tartışıldığı ve konuyla ilgili araştırmaların hızla arttığı yıllar olmuştur. Dışa açılma süreci halen devam etmekte olduğundan, konu önemini korumaktadır. Bu amaçla, bu bölümde, Türkiye'de dış ticaretin ve sanayileşmenin gelişimi incelendikten sonra, Türkiye'nin rekabet gücü konusunda yapılmış bazı çalışmalar ve başlıca bulguları ele alınıp, Türkiye'nin imalat sanayii alt sektörleri için "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük" indeksleri hesaplanarak, sektör bazında rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır.

3.1. Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Sanayileşmenin Gelişimi

1980'lere kadar Türkiye, dışa kapalı ekonomilerin tüm özelliklerini göstermektedir. Bu göstergelerden birisi, ihracatın, ithalatın ve dış ticaret hacminin GSMH'daki payının düşük olmasıdır (Tablo 2). Bu açıdan bakıldığında, Türkiye'nin 1980'lere kadar dışa kapalı ülkeler kategorisine girdiğini görüyoruz. Diğer bir gösterge ise, yabancı sermaye girişlerinin yetersizliğidir. Bu açıdan bakıldığında ise, 1954'ten itibaren 1980'lere kadar, Türkiye'ye girmek için izin alan yabancı sermaye miktarının kümülatif olarak 663 milyon \$ düzeyinde kaldığı görülmektedir (Türkkan, 1992, s.50).

1980 yılından sonra verilen izinler kümülatif olarak 9 milyar doları bulmuş, fiili girişler ise yarısından daha az olarak 4 milyarı aşmıştır (Tablo 3.b.).

TABLO 2: BAZI EKONOMİK GÖSTERGELERİN ORANLARI

Yıllar	Bütçe Gelirleri	İhracat	İhracat	Dış Ticaret Açığı	Sabit sermaye yat.
	Bütçe Giderleri	GSMH (%)	İthalat (%)	GSMH (%)	Cari Üre.Fiyat.GSMH
1963	100.0	5.0	53.5	4.3	14.6
1964	95.5	5.2	76.5	1.6	14.4
1965	93.8	5.5	81.1	1.3	15.0
1966	96.0	4.9	68.3	2.3	16.1
1967	100.5	4.7	76.3	1.5	16.6
1968	96.8	4.0	65.0	2.2	18.0
1969	92.8	3.9	71.8	1.5	18.9
1970	100.8	6.0	66.4	2.2	19.5
1971	87.8	5.3	62.2	3.2	16.7
1972	100.1	5.3	58.7	3.7	17.1
1973	95.6	6.1	64.7	3.3	17.2
1974	94.6	5.0	41.2	7.2	17.1
1975	95.3	3.8	29.6	9.1	19.6
1976	93.2	4.7	38.2	7.6	21.8
1977	79.8	3.7	30.2	8.5	22.9
1978	92.5	3.5	49.8	3.5	20.6
1979	84.8	3.2	44.6	4.0	21.6
1980	84.6	4.9	36.8	8.4	19.4
1981	91.8	8.0	52.6	7.2	19.1
1982	90.2	10.8	65.0	5.8	18.9
1983	88.0	11.3	62.0	6.9	19.2
1984	74.1	14.3	66.3	7.3	18.2
1985	85.0	15.0	70.2	6.4	20.0
1986	82.7	12.9	67.1	6.3	23.2
1987	79.5	15.0	72.0	-5.0	24.2
1988	82.0	16.6	81.4	3.8	24.0
1989	81.9	14.6	73.8	5.2	22.4

Kaynak: TOBB, 1990, s.18.

Yabancı sermayenin sektörler itibariyle dağılımında da değişiklikler görülmektedir. 1980-87 döneminde imalat sanayiinin payı azalırken, hizmetlerin payı giderek artmaktadır. Ancak 1988 yılından itibaren yabancı sermaye tekrar imalat sanayiine yönelmeye başlamıştır (Tablo 3.a).

TABLO 3.a: YABANCI SERMAYE İZİNLERİNİN SEKTÖRLERE GÖRE DAĞILIMI

Sektör	1989	1990	1991	1992	1993 (1)
Tarım	9.8	65.56	22.41	36.0	9.4
Madencilik	10.6	47.09	39.82	19.0	10.0
İmalat Sanayii	930.9	1214.06	1095.48	1273.9	369.4
Hizmetler	560.0	543.33	809.55	492.2	176.6
Toplam	1.511.4	1861.0	1967.03	1821.1	565.4

Kaynak: DPT, Temel Ekonomik Göstergeler, Haziran 1993, HDTM

(1) Ocak-Mayıs

TABLO 3.b: YABANCI SERMAYE İZİNLERİNİN YILLARA GÖRE DAĞILIMI
(Milyon \$)

Yıllar	İzinler		Gerçekleşenler		
	Yıllık Değ.	Kümülatif Değ.	Girişler	Çıkışlar	Net
1981	338	663	141	46	95
1982	167	830	103	48	55
1983	103	933	87	41	46
1984	271	1.204	162	49	113
1985	235	1.439	158	59	99
1986	364	1.803	170	45	125
1987	655	2.339	171	65	106
1988	821	3.164	387	33	354
1989	1.511	4.675	738	75	663
1990	1.861	6.537	789	76	713
1991	1.967	8.504	910	127	783
1992	1.820	10.324	453(2)	134	779
1993	565(1)	10.889	236(3)	43(3)	193(3)
TOPLAM			4.505	841	4.124

Kaynak: MB, DPT, HDTM'dan derlenmiştir.

(1) Mayıs Sonu

(2) 1981-1993 Mayıs sonu

(3) Nisan sonu

1960 sonrası planlı dönemle birlikte, Türkiye’de sanayileşme politikasının temelini sınav ürünlerin ithali yerine yerli üretimin sağlanması oluşturmuştur. Temel tüketim mallarında yerli üretim sürecini başlatan uygulamalardan sonra, 1970’lerde ara ve yatırım mallarının yerli üretimini gerçekleştirmek, bu dönemdeki sanayileşme politikalarının asıl amacı olmuştur. Devlet, yerli sanayii dış rekabetten koruyacak önlemlerin alınması ve birtakım yasal-kurumsal düzenlemeler ile sanayileşme sürecinde rol almıştır. İç pazarın, tüketim eğilimi yüksek ama düşük gelirli toplum kesimlerinin gelirlerindeki artışlarla desteklenerek büyümesi nedeniyle, bu malların üretimi kârlı olmuş ve üretim artmıştır (Boratav, Türkcan, 1993, s.16). Bu politikaların sonucu olarak imalat sanayiinde büyüme, çok büyük ölçüde iç talep genişlemesinden kaynaklanmıştır. İhracat artışı ve ithal ikamesinin katkıları çok düşük olmuştur (Kubo, 1986’ dan aktaran: Boratav, 1993, s.17). Bu dönemde, geleneksel tarım ürünlerinin ihracatından sağlanan döviz, gerekli ithal girdileri karşılayabilmiştir.

1970’lerin sonuna gelindiğinde, ilk zamanlar küçük ölçek ve basit teknoloji ile gerçekleştirilen yatırımlar, daha çok sermaye ve daha ileri teknoloji gerektirmiştir. Sanayi, döviz darboğazından kaynaklanan üretim darboğazları yaşamış, ve Türkiye ciddi bir iktisadi kriz içine girmiştir. Bu dönemde, iç pazarın daralması, verimlilik artışlarının yetersizliği, yaygın dış sokların yol açtığı maliyet artışlarının sürmesi, diğer taraftan bölüşüm ilişkilerinin çalışan kesim lehine dönmesinin sonucu ücret artışlarını telafi edecek ve sınav karlardaki düşüşü önleyecek mekanizmaların geliştirilememesi, ithal ikameci rejimi bunalıma götüren etkenler olmuştur (Boratav, Türkcan, 1993, s.17).

1960'larda, özellikle imalat sanayii alanında küçümsenemeyecek bir gelişme hızı sağlayan ve düşük bir enflasyonla yüksek büyüme hızlarını gerçekleştiren (1963-67'de % 6.6; 1968-72'de % 7.1) Türkiye'nin 1970'lerin sonuna gelindiğinde büyüme hızı % 2.1'lere kadar düşmüştür. (Tablo 4.a).

Küçük ölçek, düşük verimlilik, yüksek orandaki koruma ve artan maliyetlerle çalışan bir sanayi yapısı ile, sanayileşmenin son aşaması tamamlanamamış, birinci ve ikinci petrol krizleriyle sınai gelişme durma noktasına gelmiştir.

1980 yılı sanayileşme sürecinde bir dönüm noktasıdır. Bu tarihte Türkiye, uzun dönemli büyüme ve sanayileşme sürecinde etkili olması düşünülen "ekonomik istikrar önlemleri" ile, öncelikle kamu sektörünün daraltılmasını, piyasa mekanizmasının serbestçe işlemesini öngörmüş ve sınai üretimin arttırılması piyasa koşullarına bırakılmıştır. Önlemlerin bir kısmı ise ekonominin dışa açılması, dünya ekonomisi ile bütünleşmesini amaçlamıştır. Bunun için ekonominin dışa açılma yönünde yeniden yapılanması ve uluslararası ticarete gerekli rekabetçi düzenlemeleri yaparak, ihracata dayalı bir yapısal değişikliğin gerçekleşmesi zorunlu olmuştur. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-94) kamu sektörü yatırımlarının imalat sanayiinden çekilerek ekonomik ve sosyal altyapıya yönlendirilmesini, bu sektörün kaynaklarının nisbi olarak daraltılmasını ve özel sektörün imalat sanayiinde, özellikle ihracata yönelik sektörlerde özendirilerek sanayileşmedeki rolünün artırılmasını öngörmüştür.

1980 yılından sonra çıkarılan çerçeve kararı ile yapılan yeni düzenlemeler sonucu ülkeye yabancı sermaye girişinin hızlandığı görülmektedir. Tablo 2.b'de görüleneceği gibi, gerek verilen yabancı sermaye izinleri, gerekse fiili girişler yıldan yıla artmakta olup, izinler yılda 2 milyar \$, fiili girişler ise 1 milyar dolar sınırına yaklaşmıştır.

Yabancı sermaye girişleri bazı imalat sanayii alt sektörlerinde yoğunlaşma göstermiştir. İmalat sanayiinde gerek yatırım, gerek yabancı ortaklık payı en yüksek sektörler, gıda, demir-çelik, elektronik ve taşıt araçları sektörleri olmuştur. Dolayısıyla, çerçeve kararnamesi ile getirilen ihracat yükümlülüklerinin bazı sektörlerde etkili olduğu söylenebilir (Çelebi, 1991, s.112).

Yabancı sermaye konusunu, bir dış kaynak transferi olarak değerlendirmenin yanında, ülkenin kazanacağı yeni teknolojiler, ekonominin uluslararası alanda edineceği yeni deneyimler olarak ta dikkate almak gerekir.

Tablo 4.a'da, sanayi sektöründe genelde, gerek GSYİH'daki büyüme hızından, gerekse tarım ve hizmetlerde ortaya çıkan büyüme hızlarından (IV.Plan dönemi hariç) daha yüksek büyüme hızlarına ulaşılmış olduğunu görüyoruz. Bu ise, ekonomide yüksek büyüme hızlarına ulaşmada sanayi sektörünün önemli bir rolü olduğunu gösterirken, ekonominin yapısında zaman içinde ortaya çıkan değişmeye de işaret etmektedir.

TABLO 4.a: TÜRKİYE'DE PLANLI DÖNEM BOYUNCA BÜYÜME HIZLARI (%)
1968 Fiyatlarıyla

	I.Plan	II.Plan	III.Plan	IV. Plan	V.Plan	V.Plan Yılları									
	Ortalama	Ortalama	Ortalama	Ortalama	Ortalama	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991(1)	1992(1)	1993(2)	
GSMH	6.6	7.1	6.5	2.1	5.9	5.2	5.1	8.1	7.4	3.7	1.9	9.7	0.3	5.9	12.9
GSYİH	6.4	6.8	7.3	2.5	6.0	4.6	4.2	7.3	6.5	4.7	8.2	8.4	1.1	5.7	8.6
Tarım	3.1	3.5	3.5	2.2	3.5	1.6	2.4	7.9	2.1	8.0	-10.8	7.4	-0.8	2.9	-4.5
Sanayi	10.8	7.8	9.8	1.8	10.1	6.1	6.3	8.7	9.6	3.1	3.1	9.1	3.2	6.6	12.6
Hizmet.	7.8	7.9	7.9	2.6	5.3	5.0	4.0	6.4	6.8	4.1	4.1	8.3	0.8	6.2	9.5

Kaynak: DPT Yıllık Programlar; DPT Temel Ekonomik Göstergeler, Çeşitli Sayılar

(1) Maliye Bakanlığı 1993 Yıllık Ekonomik Rapor (1987 yılı faktör fiyatlarına göre)

GSMH'nın ana sektörleri itibariyle durum şöyledir: 1992 yılında tarım kesimi yüzde 2,9, sanayi kesimi yüzde 6,6, hizmetler kesimi de yüzde 6,2 düzeyinde gelişme hızları göstermişler ve yıl sonu itibariyle de GSMH'da yüzde 5,9 oranında bir büyüme sağlanmıştır. Buna karşılık, 1993 yılının ikinci üç aylık döneminde tarımda yüzde 5,5 oranında bir gerileme kaydedilmiş, ancak sanayi yüzde 2,3, hizmetler ise yüzde 3,2 oranında gelişme hızları göstermişlerdir (Tablo 4.a).

1993 yılının ikinci döneminde, öngörülen hedeflerin oldukça üzerinde, gerçekleşen GSMH artışı, özellikle sanayi sektörünün en önemli alt sektörü olan imalat sanayiinin kaydettiği yüzde 14,2'lik büyümeden kaynaklanmaktadır (MB, 1993 yıllık ekonomik rapor).

Ekonomideki yapısal değişimin bir göstergesi olarak, sektörlerin GSYİH içindeki paylarına bakıldığında, özellikle 1980 sonrasında Türkiye'nin sanayileşme yönünde, yapısal değişim hedefi doğrultusunda önemli gelişmeler gösterdiği söylenebilir (Tablo 4.b).

TABLO 4.b: Tarım, Sanayi, Hizmetler ve GSYİH Sektör Payları

Yıllar	Sektör Payları (%)		
	Tarım	Sanayi	Hizmetler
1980	23.8	20.7	55.5
1981	22.2	21.4	56.3
1982	22.3	21.4	56.3
1983	21.1	21.9	57.0
1984	19.7	22.4	57.9
1985	19.2	23.2	57.6
1986	19.0	24.1	56.2
1987	17.9	25.0	57.1
1988	18.8	24.9	56.3
1989	17.4	26.0	56.6
1990	17.1	25.8	57.1
1991	16.9	26.5	56.6
1992	16.3	25.5	58.2
1993	10.8	27.8	61.4

Kaynak: Maliye Bakanlığı, 1993 Yıllık Ekonomik Rapor.

Türkiye’de gözlenen yüksek büyüme hızlarına ve sanayileşmedeki gelişmelere rağmen, hızlı nüfus artışının etkisiyle, hızla artan sivil işgücünün tam olarak istihdam edilemediği görülmektedir. Tablo 5’ten gözlenebileceği gibi, 1989 yılında 18.680 milyon kişi dolayında olan sivil işgücünün ancak 16.771 milyon dolayında kısmi istihdam edilebilmiş 1.9 milyon kişi işsiz kalmıştır (DPT, 1992).

TABLO 5: YÜRTİÇİ İŞGÜCÜ PİYASASINDA GELİŞMELER

	Sivil İşgücü	Sivil İstihdam	Sivil İstihdamın Sektörel Dağılımı				İşsiz Oranı
			Tarım	Sanayi	Hizmetler	İşsiz	
1978	15.158	13.976	55.3	14.2	30.5	1.182	7.8
1979	15.388	13.890	55.1	13.9	31.0	1.498	9.7
1980	15.619	13.813	54.9	13.8	31.3	1.807	11.6
1981	15.959	14.106	54.4	14.2	31.4	1.853	11.6
1982	16.306	14.393	54.1	14.3	31.6	1.914	11.7
1983	16.662	14.549	53.6	14.5	31.9	2.014	12.1
1984	17.024	15.019	53.1	14.7	32.2	2.005	11.8
1985	17.395	15.360	52.7	14.8	32.5	2.034	11.7
1986	17.708	15.843	51.8	15.1	33.1	1.866	10.5
1987	18.027	16.316	51.0	15.3	33.7	1.710	9.5
1988	18.350	16.550	50.6	15.2	34.7	1.800	9.8
1989	18.680	16.771	50.1	15.3	34.6	1.909	10.2
1990	20.163	18.860	48.8	15.2	36.0	1.482	7.3
1991	20.144	18.669	48.0	15.7	36.3	1.553	7.3
1992 (2)	21.173	19.620	-	-	-	-	-

Kaynak: DPT, Temel Ekonomik Göstergeler.

(2) 1992 yılı tahmini, Yıllık Program Dökümanı, 31.1.1992
Resmi Gazete, s.332

İşgücü yönünden zengin bir ülke olan Türkiye'de, sendikalaşmanın da yeterince gelişmemiş olması nedeniyle, işgücü ucuz bir faktör olma özelliğini sürdürmektedir. Bu durum, Türkiye'nin emek-yoğun sanayi dallarındaki mukayeseli üstünlüğünün önemli bir nedenini oluşturmaktadır. İşgücü maliyetleri (esas ücret veya maaş+diğer ödemeler), tüm çalışanlar açısından, 1983-86 döneminde (reel olarak) önemli gerilemeler göstermiş, 1987 yılında bir ölçüde artmış, 1988'de tekrar düştükten sonra, 1989 yılında önemli bir artış göstermiştir (DPT, 1990 Yılı Programı, s.347-348).

1980'lere kadar, Türk sanayinin dışa kapalı kalmasının temel nedenlerini, bu döneme kadar izlenen iktisat politikalarında aramak gerekir. 1980'lere kadar TL'nin, yabancı paralar karşısında aşırı değerlendirilmesine dayalı sabit kur politikası, sanayi ihracatının gelişmemesini açıklamakta önemli bir faktördür. Sabit kur politikası, malların iç piyasada satılmasını, ihracata nazaran daha avantajlı kılmaktadır. Yüksek gümrük duvarları, ihalat kısıtlamaları, ithalat yasağına dayalı ithalat rejimi ve ithal ikamesi politikası da sanayi ithalatının GSMH'daki payının düşük düzeyde kalmasına yol açmıştır.

Sabit ve aşırı değerlendirilmiş kur politikası, ithalatı ucuzlatarak cazip hale getirmişse de, ithalat yasakları ve döviz darboğazı ithalatı kısıtlayan temel faktörler olmuşlardır. Böylece, yüksek koruma duvarları ve döviz darboğazı nedeniyle kârlı hale gelen geniş iç pazar cazibesi, hem ihracatı sınırlamış, hem de ithal ikamesini teşvik ederek sanayinin dışa açılmasını engelleyici bir etki yaratmıştır.

Tüm bunların doğal sonucu olarak, rekabetçi olmayan bir sanayi yapısı oluşturmıştır. Rekabetçi olmayan sanayi yapısının belli başlı özellikleri ve göstergelerine baktığımızda şunları görebiliriz (Türkkan, 1992, s.51):

- ölçek ekonomilerinden yararlanamayan küçük kapasiteli üretim birimi;
- Rekabet endişesinden uzak, uzmanlaşmamış üretim yapısı;
- Geri teknoloji, yerli katkının zorlanması ve rekabet eksikliğinden kaynaklanan düşük kaliteki üretim;
- İthal ikamesi sürecinden ve iç pazar yetersizliğinden kaynaklanan monopolcü pazar yapısı;
- Maliyet ve rekabet endişesinden uzak yerleşim yeri seçimi nedeniyle alt yapı yetersizliği.

Bu özelliklerin çoğunun rakamsal tespiti oldukça zor almakla birlikte, bunlar dışa kapalı sanayi yapısının genel özellikleri olarak kabul edilmektedir. Türkiye, 1963 yılından bu yana ekonomik kalkınmasını beş yıllık planlarla sürdürmüştür. İlk üç plan dönemindeki çok yüksek büyüme hızlarından sonra dördüncü plan döneminde görülen yavaşlama, 1984 yılından itibaren yerini yine yüksek büyüme hızlarına bırakmıştır. Ancak 1988 ve 1989 yıllarında büyüme hızı tekrar bir yavaşlama içine girmiştir (Tablo 4.a).

3.2. 1980'li Yıllarda İzlenen Dışa Açılma Politikaları ve Dış Ticaretin Yapısındaki Gelişmeler

24 Ocak 1980 ekonomik istikrar programı ve devamında izlenen politikalar, para, maliye, dış ticaret ve döviz kuru politikalarında radikal değişiklikler getirmiş ve "ithal ikamesine dayalı-ıç piyasaya yönelik" sanayileşme yerine, "ihracata dayalı-dışa yönelik" sanayileşme yönünde bir dönüşüm gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

1980 reformlarından beri, Türk Lirası için gerçekçi bir döviz kuru politikası izlenmesi ve giderek döviz kurlarının piyasa güçlerince belirlenmesi temel bir tercihi oluşturmuştur. Mayıs 1981'den itibaren iç ve dış fiyat düzeylerindeki değişimler ile ödemeler dengesi ve uluslararası döviz piyasalarındaki gelişmeler gözönünde tutularak Merkez Bankası tarafından günlük olarak ayarlanan döviz kurları, 1988 Ağustos ayından itibaren döviz piyasasında belirlenmeye başlanmıştır. Döviz piyasasının yanısıra 1989 Nisan ayından itibaren, T.C.Merkez Bankası tarafından altın piyasası da açılmıştır. Bunun sonucu olarak resmi kanallardan döviz girişi hem artmış, hem de daha istikrar kazanmıştır (M.B. 1990, s.8).

Diğer taraftan 1984 yılından itibaren kambiyo rejiminde de büyük ölçüde liberalleşme sağlanmıştır. Döviz alımıyla ilgili bütün sınırlamalar kaldırılmış, Türk Lirası ile ihracat ve Türk Lirası ihracat ve ithali de tamamen serbest bırakılmıştır. Vatandaşların yurt dışına çıkışta götürebilecekleri döviz miktarı 5000 dolara çıkarılmıştır. Altın ve kıymetli taşların ithali ve ihracı serbestleştirilmiştir. İhracatçıların, 90 gün içinde olmak şartıyla ülkeye getirmek zorunda oldukları ihracat gelirleri

%80'den, %70'e düşürülmüş, böylece ihracat gelirlerinin ülkeye erken transferi özendirilmiştir. 5 milyon dolara kadar sermaye çıkışı serbest bırakılmış, Türkiye'de yerleşik kişilere yabancı menkul kıymetler alma ve transfer etme imkanı, yabancılara da yurtiçi menkul kıymetler borsasında alım-satım yapma imkanı getirilmiş, bu kişilere, bankalar veya özel mali kurumlar aracılığıyla kullanılmak şartıyla, doğrudan dış kredi sağlama imkanı verilmiştir (Resmi Gazete, 1990) (DPT, 1990).

Döviz kuruna yönelik izlenen politikaların bir amacı da ihracatı teşvik etmektir. Ancak ihracatta gözlenen olumlu gelişmelerdeki tek etken döviz kurundaki değişimler değildir. 1980 sonrasında kur değişmelerinin ihracat üzerindeki etkisini araştıran bir çalışmada 1980-84 döneminde sübvansede edici yapıdaki teşviklerin görece olarak daha etkili olduğu saptanmıştır (Ersel, Temel, 1984, s.117-124).

Ancak, genellikle 1979-84 dönemini kapsayan çalışmalar farklı sonuçlar vermektedir. 1980 sonrasında ihracat hacminin reel döviz kuruna karşı esnekliğini belirlemeye çalışan M.Celasun ve D.Rodrik, reel döviz kuru gerilemesinin, 1990 sonrası ihracat artışındaki katkısının %30, kur değişmesindeki istikrarsızlığın azalmasını ise %7 ve döviz kuru politikasının toplam katkısını ise %37 olarak hesaplamıştır (Celasun, Rodrik'ten aktaran Çelebi: 1991, s.106).

Döviz piyasası ve kambiyo rejimi alanında ortaya çıkan bu gelişmeler, bir yandan piyasa mekanizmasının iktisadi kararlar üzerindeki rolünü arttırırken, bir yandan da Türkiye Ekonomisi'ni dış alemden gelen etkilere karşı daha duyarlı hale getirmiştir. Bunun sonucu olarak, Türkiye'deki iktisadi karar birimlerinin

dünyadaki gelişmeleri daha yakından izlemek durumunda oldukları bir ortam doğmuştur.

1980 sonrası dönemde, ihracat artışları ve ihracatın yapısındaki gelişmeler üzerinde etkisi büyük olan ihracat teşviklerine baktığımızda, özellikle dönemin ilk yarısında, bu teşvik araçlarının başında "ihracatta vergi iadesi"nin yaygın olarak kullanıldığını görüyoruz.

1980-83 döneminde kullanılan ihracat teşvik araçlarının bir kısmı 1984 yılından itibaren azaltılmaya başlanmıştır. 1985 yılı başında düşük faizli ihracat kredileri kaldırılmıştır. Vergi iadesi oranları ve vergi iadesinden yararlanan ihracat da 1984-1986 döneminde azaltılmıştır. Getirilen düzenlemelerin ihracat üzerindeki olumsuz etkilerinin hissedilmesi üzerine 1986 yılının sonlarında yeniden bazı teşvikler yürürlüğe konmuştur. İhracatçılara Merkez Bankası kaynaklarından reeskont kredisi kullandırılmasına yeniden başlanmış, vergi iadesi oranları yeniden düzenlenmiş ve ek vergi iadesi oranları ihracatın büyüklüğüne paralel şekilde yükseltilmiştir. Aralık 1986'da da, belli malların ihracına destekleme ve fiyat istikrar fonundan prim ödenmeye başlanmıştır (Seyidoğlu, 1986,s.13). İhracata sağlanan teşviklerin 2/3'ü 1989 yılı başından itibaren kaldırılmış olmaktadır.

1980'lerde uygulanmaya başlanan politikaların sonucu olarak, imalat sanayii, 1981-1988 döneminde yıllık ortalama %7,6 oranında artış göstermiştir. Ancak 1988 ve 1989 yıllarında sanayi büyümesinde bir yavaşlama eğilimi gözlenmiş ve 1990'da ise sanayi büyümesi tekrar hızlanarak yüzde 9.0'a ulaşmıştır (Tablo 3.a). Bunun temel nedeni, 1988 başında döviz darboğazı oluşması ve

ithalat maliyetinin hızlı yükselişidir. İmalat sanayii kapasite kullanım oranlarında da artış kaydedilmiştir. 1991 yılında yaklaşık %74 seviyesinde olan oran 1992 yılında %76.5'e yükselmiştir. Bu oran özel sektörde %75.7, kamu sektöründe ise, %77.8 olarak gerçekleşmiştir. Alt sektörler itibariyle en yüksek kapasite kullanımı %85.8 ile taş ve toprak ürünleri sanayiinde ve %80.9 ile metal ana sanayiinde kaydedilirken en düşük kapasite kullanımı %70.6 ile gıda sanayiinde gerçekleşmiştir (Maliye Bakanlığı, 1993 Ekonomik Rapor, s.26). Sanayinin GSYİH içindeki payı 1980 yılında %20'den 1990 yılında %25,8'e, imalat sanayiinin payı ise %21,1'den %23,5'e yükselmiştir (DPT, 1993, s.3).

İmalat sanayiinde büyük firmaların yeni politikalara oldukça olumlu cevap verdiği görülmektedir. Sanayide son yıllarda kalite geliştirme, maliyet düşürme, atıl kapasiteden yararlanma, yeni ürün geliştirme gibi faaliyetlere öncelik verilmiştir.

1980 sonrası dönemde, ihracatın yapısında köklü bir değişim ortaya çıkmıştır. İhracatın tarım ürünlerinin hakim olduğu bir yapıdan, büyük ölçüde sanayi ürünlerine dayalı bir yapıya geçmesi, sanayileşme yönünde yapısal değişim olgusunun hızlandığı şeklinde yorumlanabilir.

İhracatın sektörel dağılımının yer aldığı Tablo 6, sanayi ürünleri ihracatının, toplam ihracat içindeki payının büyük artışlarla 1989 yılında %36'dan, 1993 yılında %80,5'e yükseldiğini, tarım ürünleri ihracatının payının ise, aynı yıllar itibariyle %57'den %18.3'e düştüğünü göstermektedir.

TABLO 6: İHRACATIN SEKTÖREL DAĞILIMI (%)

	Tarım ve Hayvancılık	Madencilik ve Taşocakçılığı	Sanayi Ürünleri
1989	57	7	36
1990	18.4	3.5	78.1
1991	19.7	2.1	78.2
1992	17.3	1.9	80.7
1993 (1)	18.3	1.2	80.5

Kaynak: DPT, 1993, Temel Ekonomik Göstergeler
(1) Ocak-Mart 1993

1980 sonrasında, ithalat rejiminin liberalleştirilmesi yönünde de önemli adımlar atılmıştır. Ancak ithalatın liberaleştirilmesi ve korumacılığın azaltılması yönündeki genel politikaya rağmen, bazı tedbirlerle ithalat artışı frenlenmeye ve yurtiçi üreticiler üzerindeki dış rekabet baskısı hafifletilmeye çalışılmıştır. 3577 sayılı İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi hakkındaki kanunun yürürlüğe girmesi de önemli bir düzenlemedir. (Kabul tarihi: 14.6.1980, Resmi Gazete Yayın Tarihi: 1.7.1980).

İthalattaki liberalleşme eğilimi, "ihracat aleyhine sapma"yı azaltıcı bir faktör olmuş ve aynı zamanda ithalatın hacim ve kompozisyon olarak gelişimini de etkilemiştir. Türkiye'nin ithalatı, ülkenin ekonomik kalkınma çabaları ve 1980 öncesi ithal ikamesi politikalarının sonucu olarak büyük ölçüde, ara ve yatırım mallarından oluşan "zorunlu" ithalat niteliğindedir. Normalde bu mallara olan talebin gelir ve fiyat elastikiyetleri düşüktür. Ancak bu malların yurtiçinde yeterli ve etkin bir biçimde ikame edilebilmesi ölçüsünde diğer bir deyişle yerli üreticilerin rekabet gücünün yüksekliği derecesinde, bu elastikiyetler, toplam taleple ilgili düşük olsa da, ithal talebiyle ilgili daha yüksek olabilir.

1980 sonrasında "reel" den çok "parasal" önlemlerle yetinilmesi, üretim kapasitesini arttırıcı yeni yatırımların gerçekleşmesini, sanayinin verimlilik artışlarını olumsuz yönde etkilemiş, uzun dönemde yeni teknolojilerin üretim süreçlerine uygulanmasını geciktirmiştir.

Reel ücretlerdeki düşüşe ve verimlilik artışlarına karşın, imalat sanayi yatırımlarının gerilemesinde, ticaret ve hizmetler sektörü gibi alanlarda karlılığın görece yüksekliği etkili olmuştur. Bunun sonucu olarak, firmalar üretim kapasitelerini yeni yatırımlarla genişletme ve yeni teknolojileri kullanmak yerine, kurulu kapasitelerden azami ölçüde yararlanmaya yönelmiş ve modernizasyon türü yatırımlarla yetinmişlerdir. Özel imalat sanayiinde, üretim ve satışlar normal düzeyde iken, sermayeyi kullanma maliyetinin, yüksek kredi faizleri nedeni ile artması, sinai kar marjlarını düşürmüştür.

Diğer taraftan, ihracata yönelik firmaların teknolojik değişim harcamalarının çok küçük olduğu gözlenmiştir. DPT'nin, bilim ve teknoloji politikalarının ülke kalkınmasındaki önemini ve Türkiye'nin araştırma kapasitesini inceleyen çalışmasında, Ar-Ge harcamalarına ayrılan mali kaynak ve personel sayısının gelişmiş ülkelere göre, çok düşük düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (DPT, 1992b, s.186). 1985 yılında Türkiye'de Ar-Ge harcamalarına GSMH'dan ayrılan pay % 0.52, her onbin çalışana düşen araştırma personeli sayısı 6 olarak bulunmuştur. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında ise, Ar-Ge harcamalarının GSMH'ya oranının %1 olarak hedeflendiği, ve her onbin kişiye düşen araştırmacı personel sayısının 15 kişiye yükseltileceği belirtilmiştir (Boratav, 1993, s.36).

1980 sonrasında firmaların Ar-Ge harcamaları yerine, teknoloji transferini yeğledikleri gözlenmektedir. Bu dönemde, yabancı sermaye yatırımı ve teknik işbirliği ile gerçekleştirilen teknoloji transferi etkinliğinin az sayıda firma tarafından tercih edildiği anlaşılmaktadır (Kırım, 1990, s.123). Oysa Türkiye'nin de içinde yer aldığı OECD ülkelerinde Ar-Ge harcamalarının GSMH'ya oranının ortalaması % 1.63'tür.

Teknolojik gelişmenin, sermaye mallarında içerildiği durumlarda, sermaye yoğunluğu ve yatırımlarla ilişkili olması gerekir. Uzun dönemde verimlilik ve büyüme hızlarını arttırmak açısından, fiziki sermaye yatırımlarının, dolayısı ile sermaye stokunun önemi ve bunun yanında yetişmiş nitelikli insangücünün önemi gözardı edilemez.

Kişi başına sermaye stoku olarak tanımlanan, sermaye yoğunluğundaki artış hızının, 1980 sonrası dönemde düşük olduğu gözlenmektedir. 1978 yılında (1988 fiyatları ile) 58566.1 milyar TL olan sermaye stoku, 1992 yılına gelindiğinde sadece % 30'luk bir artış göstermiştir. Bu ise, verimlilik artışını etkileyecektir (Ek 1v). Üretim ölçeğinin genelde küçük olduğu ve üretim kapasitesi kullanımının neredeyse sınırına geldiği düşünülürse, verimlilik ve rekabet gücü olan, ileri teknoloji ile çalışan bir sınai yapı oluşturmak için, yapılacak en iyi şey imalat sanayi yatırımlarını canlandırmak olacaktır (Boratav, 1993, s.37).

3.3. Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücü ve Bu Konuda Yapılmış Araştırmalar ve Bulguları:

Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünü ölçmeye yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan bir kısmı ankete dayalı araştırmalardır. İKV (1985), DPT (1988) ve SİAR (1988 a) bu çalışmalar arasındadır. Diğer bir kısmı da veri ve hesap yöntemleri kullanılarak yapılan çalışmalardır: SİAR (1988 b), DPT (1990). Bu iki tür araştırmalardan, ankete dayalı olanlar ilki yanlı görüşlere ve hatta dileklere dayandığından, ikinci türdeki araştırmalar ile çelişkili sonuçlara ulaşılabilir (Özkale, 1992, s.12).

3.2.1. İKV'nin Araştırması (1985)

Bunlardan İKV'nin çalışmasının amacı, Türk sanayiinin korumasız ortamda AT karşısında rekabet gücünü araştırmaktır. Bu amaçla 53 sanayi kolu ele alınmış ve bir yandan sanayicilerin kendileriyle görüşülerek, diğer yandan çeşitli yayın ve araştırmalardaki veri ve bulgulara dayanılarak, bunlardan hareketle rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada herhangi bir formül veya model kullanılmamıştır. Çalışmanın sektörel rekabet gücüne ilişkin bulguları aşağıdadır:

TABLO 7: SANAYİ KOLLARI İTİBARIYLA REKABET GÜCÜ

Rekabet Gücü Yüksek	Rekabet Gücü Normal	Rek.Gücü Zayıf- Önem Gerekir
Un Sanayii	Bisküvi Sanayii	Et ve Et Mam.San.
Makarna Sanayii	Zeytinyağı Sanayii	Süt ve Süt Mam.San.
Domates İşleme Sanayii	Şeker Sanayii	Konserve Sanayii
Bitkisel Yağ Sanayii	Meyve Suyu Sanayii	şekerli Mad.San.
Bira Sanayii	Sigara Sanayii	Şarap Sanayii
Pamuklu Dokuma ve Giyim Eşyası	Yünlü Dokuma ve Giyim Eşyası	Yem Sanayii
Halı Sanayi (El Halısı)	Halı Sanayii (Mak.Hal.)	Plastik İşleme San.
Deri Giyim Sanayii	Ayakkabı Sanayii	Bıçkı Orman ürün.San.
Yonga Levha Sanayii	Lastik Sanayii	Lif Levha Sanayii
Selüloz Sanayii	Kontraplak Sanayii	Ahşap Ambalaj Sanayii
Sentetik ve Selülozik	Kağıt Sanayii	Mobilya Sanayii
Elyaf Sanayii	Ana ve Ara Kimyasal	Boya Sanayii
Petrol Rafineri Sanayii	Maddeler Sanayii	Tarım İlaç.Sanayii
Cam Sanayii	Petrokimya Sanayii	Kozmetik Sanayii
Çimento Sanayii	Kimyevi Gübre Sanayii	Porselen Sanayii
Çelik Boru Sanayii	İlaç Sanayii	Binek Arabaları Sana.
Dayanıklı Tüketim Mal.San.	Temizlik Malzemeleri San.	Elektronik Sanayii
Gemi İnşa Sanayii	Seramik Sanayii	
	Demir-Çelik Sanayii	
	Döküm Sanayii	
	Metalürji Sanayii	
	Madeni Eşya Sanayii	
	Makina İmalat Sanayii	
	Otobüs,kamyon,minibüs san.	
	Otomativ Yan Sanayii	
	Elektrik Mak.ve	
	Gereçler Sanayii	

Kaynak: DPT, s.57.

Araştırmada varılan genel sonuç, Türkiye'nin AT'ye tam üye olmasının siyasi açıdan olduğu kadar sınai ve ticari açıdan da yararlı olacaktır (İKV, 1985).

3.3.2. DPT'nin Araştırması (1988)

1986-1988 tarihleri arasında yapılan çalışmalardaki raporlara dayanan bir çalışmadır. Türkiye'nin AT'ye karşı gümrük indirimi ve AT'nin Ortak Gümrük Tarifesine uyum ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirmesi durumunda Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları (GTİP) bazında sanayi ürünlerinin nasıl etkileneceğini belirleme amacıyla yapılmıştır. Çalışmada 1986 yılı verileri baz olarak alınmıştır. Ulaşılan sonuçlar özel İhtisas Komisyonu üyelerinin görüşlerini yansıtmaktadır.

Çalışmanın rekabet gücüne ilişkin bulguları imalat sanayii rekabet şansı ve gıda, içki, tütün sanayii rekabet şansı olarak incelenmiştir (Tablo 8.a ve 8.b).

TABLO 8.a: İMALAT SANAYİİ REKABET ŞANSI

	İmalat San. Ür.İç.Payı(%)	İmalat San. İhr.İç.Payı (%)
-Rekabet şansı olmayan	1.82	0.09
-Alınacak politika tedbir- leriyle rekabet şansı artacak olan	39.90	43.61
-Rekabet şansı olan	27.72	38.52
TOPLAM	69.44	82.22
Değerlendirmeye dahil olmayan*	30.56	17.78
GENEL TOPLAM	100.00	100.00

(*) Değerlendirmeye dahil olmayanlar: Petrokimya, kimya, madeni esya, sentetik elyaf, petrol ürünleri, beseri ilaç, diğer.

Rekabet Şansı Yüksek Olan Sektörler:

- Refraktör ve yapı elemanları
- Orman ürünleri
- Hazır giyim
- Basım-yayım (%26:düşük)
- Gübre (%30 düşük)
- Deri ve deri mamulleri (%30:tedbir gerekli)
- Elektrikli makinalar (%45: tedbir gerekli)

Rekabet İçin Tedbir Gerekli Olan Sektörler:

- Çimento
- Demir-Çelik
- Kara nakil vasıtaları
- Kağıt
- Seramik
- Gemi inşaa
- Bakır ve alaşımları
- Kurşun-çinko
- Volfram-civa
- Lastik
- Tarım Makinaları
- Cam
- Elektrisiz Makinalar (%26:yüksek)
- Elektronik (%40 yüksek)
- İplik ve dokuma (%41:yüksek)

TABLO 8.b. GIDA, İÇKİ, TÜTÜN (GİT) SANAYİNİN REKABET ŞANSI

	G.İ.T. San. Ör.İç.Payı(%)	G.İ.T. San. İhr.İç.Payı (%)
-Rekabet şansı olmayan	14.00	6.90
-Alınacak politika tedbir- leriyle rekabet şansı artacak olan	30.93	24.50
-Rekabet şansı olan	36.85	12.90
TOPLAM	81.78	44.30
Değerlendirmeye dahil olmayan*	18.22	55.70
GENEL TOPLAM	100.00	100.00

(*) Değerlendirmeye dahil olmayanlar: Su ürünleri mamul, meyve-sebze işleme, şekerli mamuller, nişasta-glikoz, diğer içki (y.alkollü hariç)

Rekabet Şansı Yüksek Olan Maddeler:

- Kuru incir
- Kuru üzüm
- Şeker
- unlu mamuller

Rekabet Şansı Düşük Olan Maddeler:

- Et

Rekabet İçin Tedbir Gerekli Olan Maddeler:

- Süt
- Bitkisel Yağlar ve Margarin
- Çay
- Meyve suyu
- Yem
- Tütün
- Y.Alkollü İçkiler

3.3.3. SİAR'ın Araştırması (1988.a):

Çalışmanın temel amacı, Türk imalat sanayiini oluşturan küçük, orta ve büyük ölçekli firmaların rekabet gücünü ölçmeye çalışmak; bu firmaların AT ile rekabet konusundaki düşüncelerini ve beklentilerini belirlemektir. Uygulamada tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 331 firmaya kapsamlı bir anket uygulanmıştır. Araştırmaya göre, rekabet gücü firma ölçeğine göre daha anlamlı bir biçimde farklılaşmakta ve firma ölçeği büyüdükçe rekabet gücü artmaktadır.

Ölçek ayırımı yapılmadan ortaya çıkan sonuç şöyledir (Tablo 9):

TABLO 9: ANASEKTÖRLER İTİBARIYLA İMALAT SANAYİİ REKABET GÜCÜ

<u>Rekabet Gücü Kuvvetli</u>	<u>Sınırdaki</u>	<u>Rekabet Gücü Zayıf</u>
-Gıda, içki, tütün -Dokuma, giyim -Makina imalatı -Taşıt araçları	-Lastik ve plastik	-Ağaç, mobilya -Kimya, petrokimya -Seramik, taş, toprak, cam -Demir, çelik metal Diğer imalat san.

Kaynak: DPT, s.61.

Hesaplama ile desteklenen rekabet gücü çalışmaları ise SİAR (1988.b), DPT (1990)'dır.

3.3.4. SİAR'ın Araştırması (1988,b): (1)

Çalışmanın amacı, Türkiye'nin AT'ye entegrasyon açısından birincil önemde kabul edilen yönlerinin analizidir. Çalışmada, Türkiye'nin mevcut rekabet yapısı, 1984 öncesi ve sonrası dönemlerdeki efektif koruma oranları, rekabet gücüyle, Topluluk-Türkiye dış ticaretinin gelişimi arasındaki ilişki, Avrupa Para sistemine katılmanın etkileri incelenmiştir.

Analizde 1973 input-output katsayıları kullanılmış ve ticarete konu olan 66 sektör incelemeye alınmıştır. Bu sektörlerin, net uluslararası katma değerlerinin tahmininde uluslararası fiyatlar kullanılmıştır. Üretim faktörleri gölge fiyatlarla değerlendirilmiştir.

Çalışmanın alt sektörler ve başlıca ürün grupları itibariyle Türkiye ekonomisinin rekabet gücüne ilişkin bulguları Tablo 10'da sunulmuştur.

(1) Araştırma Gülten Kazgan'ın başkanlığında Halis Akder, Okan Aktan, Canan Balkır, Gül Turan, Sunday Üner'in çalışmalarına dayandırılmıştır.

TABLO 10: ALT SEKTÖRLER VE BAŞLICA ORTA GRUPLAR İTİBARIYLA EKONOMİNİN REKABET GÜCÜ

	Faktör stokları ve Fiyatları veri (1)	Sermaye stoku veri, nispi- ücretlerde %10 Artış (2)	Emek stoku veri, sermaye stokunda %5 artış (3)
I. Rekabet Gücü Olan Sektör- ler (Serbest ticaret altın- da fiyat avan- tajı olan sek- törler)	Basım-yayım; demir cevheri çıkarımı; kuru fasulye, patates, soğan, diğer tahıllar ve yem; buğday; demir-dışı metal cevheri çıkarımı; balıkçılık; diğer gıda maddeleri tütün işleme; alkolsüz içkiler pamuk; diğer yağlı tohumlar; Fındık; Zeytin; üzüm; Turuncgiller; Tütün; domates, diğer sebze; koyun, keçi; diğer sınai bitkileri; metalik-olmayan maden çıkarımı; bitkisel ve hayvansal yağlar; kümes hayvanları; inek ve manda	I(1)'deki bütün sektörler (-) metalik olmayan maden çı- karımı; bitkisel ve hay- vansal yağlar	I(1)'deki bütün sektörler (+) deri ve kürk ürünleri; kömür madenciliği; mezbaha ürünleri; işlenmiş meyve ve sebze; diğer hayvanlar; taş ocakçılığı; nohut, mercimek; elbise, giyim; dokuma sanayii; orman ürünleri; mobilya
II. Marjinal Sektörler (%15'e kadar fiyat dezavan- tajı olan sektörler)	Deri ve kürk ürünleri kömür madenciliği; mezbaha ürünleri; işlenmiş meyve ve sebze; diğer hayvanlar taş ocakçılığı nohut, mercimek; elbise, giyim; dokuma san; orman ürünleri; ağaç, mobilya; çimento; demiryolu araçları; ağaç ve mantar ürünleri; çırçırılama;	II.(1)'deki bütün sektörler (-) demiryolu araçları	çimento, demiryolu araçları; ağaç ve mantar ürünleri; çırçırılama; ayakkabı; diğer petrol ve kömür ürünleri

III.Rekabet gücü olmayan sektörler (%15'den fazla fiyat dezavantajı olan sektörler)	cam ve cam ürünleri, petrol ve kömür ürünleri; diğer metalik olmayan mad.ürün.; demir-dışı temel metaller; pirinç; diğer taşıt araçları; metal eşya; motorlu taşıtlar, gemi inşa ve tamir; diğer imalat sanayii tarımsal makina ve teçhizat; elektriksiz makinalar; gübre; kauçuk ürünleri; diğer kimyasal maddeler; ham petrol ve doğal gaz; petrol arıtımı; elektrikli makinalar; ilaç; kağıt ve kağıt ürünleri; demir-çelik; alkollü içkiler; plastik ürünleri; şeker; un ve unlu mamuller;	III (1)'deki bütün sektörler (+) bitkisel ve hayvansal yağlar; metalik-olmayan maden çıkarımı;	III(1)'deki bütün sek. (-) petrol ve kömür ürünleri
---	---	---	---

Kaynak: SİAR, 1988.

3.4. AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜK KRİTERİNE GÖRE TÜRKİYEİN İMALAT SANAYİİ ALT SEKTÖRLERİNDE REKABET GÜCÜ İÇİN BİR UYGULAMA

Türkiye'de uzun yıllar izlenen korumacı politikalardan sonra, dışa açılma yönünde gelişme, 24.Ocak.1980 istikrar programı ile birlikte gündeme gelmiştir. Bu dönemde ekonomi politikalarının temel yönelişlerinden birisi, ekonominin rekabetçi koşullar altında işlerlik göstermesi idi.Bu arada sektörlerin, özellikle sanayi sektörünün rekabet gücü konusunun önemi artmıştır.

3.4.1. Verilerin Düzenlenmesi

Ampirik çalışmalarda sanayi sektörü genellikle geniş anlamda tanımlanmakta ve Uluslararası Standart Sanayi Sınıflandırmasının (ISIC) yaptığı sektörel ayırım benimsenmektedir. Buna göre, sanayi sektörü madencilik (ISIC 2), imalat sanayi (ISIC 3), elektrik, gaz ve su (ISIC 4) ve inşaat (ISIC 5) sektörlerinin toplamından oluşmaktadır. Çalışmamızda, geniş anlamda sanayi sektörü içinden, imalat sanayi ele alınmıştır. Araştırmada, 1989-1990-1991-1992 yıllarını kapsamak üzere, Türkiye'nin imalat sanayiinde ihracat ve ithalatının sektörel dağılımı incelenerek (Ek-2' de verilmiştir), imalat sanayinin rekabet gücü "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük" endeksleri hesaplanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Sektör tasnifinde, DİE' nin üç digitli kodlama sınıflamasına uygun olarak 15 alt sektörlük bir ayırım benimsenmiştir. Bu tasnif Ek-1' de sunulmuştur.

Çalışmanın diğer bir yönünde ise, imalat sanayi alt sektörlerinin rekabet gücünü etkilemesi muhtemel görünen değişkenlerden Beşeri Sermaye Yoğunluğu (BSY), Fiziki Sermaye Yoğunluğu (FSY), Vasıfsız İşçi Yoğunluğu (VİY), Vasıflı İşçi Yoğunluğu (SİY), DİE' nin incelemeye alınan dört yılı kapsayan verilerinden derlenerek hesaplanmıştır. Bu değişkenlere ilişkin kavramlar ve değişkenlere ait verilerin düzenlenmesi aşağıda verilmiştir:

Beşeri Sermaye Yoğunluğu: Endüstri bazında ortalama saat ücreti ile, vasıfsız bir işçinin kazancı (asgari ücret) arasındaki fark alınarak hesaplanmıştır (Weiss, 1983, s.23). Ek-3' te hesaplamaya ait veriler sunulmuştur.

Uygur'un, Kendrick'ten aktardığına göre, verimlilik artışı maddi olmayan, (beşeri) sermayeye yapılan yatırımların bir fonksiyonudur. Kendrick, maddi olmayan sermaye stokunu, Ar-Ge, eğitim, sağlık, güvenlik ve alışkanlığa bağlı olarak ölçmekte ve ABD'de bu tip sermayenin, fiziki sabit sermayeye göre artışının, toplam fiziki faktör verimlilik artışının önemli bir kısmı olduğunu vurgulamaktadır (Uygur,1991,s.13'ten aktaran:Boratav, 1993,s.)

Fiziki Sermaye Yoğunluğu: İşletmenin üretimde kullanmak üzere sahip olduğu ve kendileri de üretilmiş bulunan sabit varlıkların,amortismanına tabi tutulmamış stoku olarak alınmıştır (Weiss,1983,s.23). Ek-4 te imalat sanayii alt sektörleri için, sektörel sabit sermaye stokları sunulmuştur.

İktisat literatüründe, "fiziki ömürleri birden fazla dönemi kapsayan üretim araçları" sabit sermaye olarak adlandırılmaktadır. Sabit sermaye yatırımlarının GSMH ya da GSYİH'ya oranı, ulusal sermaye birikim oranı olarak tanımlanırsa, sermaye birikiminin arttırılması, Keynesçi bir yorumla, tasarrufları arttıracak ve büyümeyi hızlandıracaktır. Bu durumda, iktisadi gelişme için sermaye birikiminin hızlandırılması bir zorunluluk olmaktadır (Şahinkaya,1993,s.6).

Vasıfsız İşçi Yoğunluğu: Her endüstri dalında, çalıştığı iş için altı aydan daha kısa süreli bir eğitim gören ve tekrarlanan görevleri yapan işçilerin paylarını ifade etmektedir. DİE Yıllık İmalat Sanayi Anketlerinde, vasıfsız işçileri, ustabaşı, kontrolörler ve montaj, labratuvar, depolama, kalite kontrolü, ambalaj, bakım ve onarım işlerinde çalışan işgücünü kapsamaktadır.Bu paylar Ek-5'te sunulmuştur.

Vasıflı İşçi Yoğunluğu: Mesleki ve teknik eğitim ya da kazanılan deneyimler sonucunda, bir işte bilgi, beceri edinmiş işçileri ifade eder. Üretimde verimliliği, vasıfsız işçiye göre daha yüksektir. DİE'nin Yıllık İmalat Sanayi Anketlerinde, yüksek düzeydeki teknik elemanları, büro çalışanları, yönetici ve araştırmacılar bu grupta toplanmıştır. Ek-5'te, imalat sanayi alt sektörlerindeki vasıflı işçilerin payları verilmiştir.

3.4.2. YÖNTEM VE SINIRLAMALAR :

Çalışmamızda, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük İndeksleri (Revealed Comparative Advantage), Liesner ve Ballasa'nın rekabet gücü ölçüm formülü kullanılarak hesaplanmıştır.

Liesner ve Ballasa'ya göre, bir endüstrinin rekabet gücü "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük" (RCA), değişkeni ile ölçülmektedir (Liesner, 1958, aktaran: Weiss, 1983, s.22).

$$RCA_{ij} = \ln \left[\left(\frac{x_{ij}}{M_{ij}} \right) + \left(\frac{\sum x_{ij}}{\sum M_{ij}} \right) \right]$$

Burada x_{ij} ve M_{ij} sırasıyla j.ci ülkenin , i.ci ürünü ihracat ve ithalatını göstermektedir. $RCA > 0$ çıkması, ilgili sektörde, oransal olarak ithal edilenden daha fazla ihracat yapılmakta olduğu anlamına gelmekte ve bu durum söz konusu sektörde ülkenin açıklanmış bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu biçiminde yorumlanmaktadır.

Tersi durumda ise, yani $RCA < 0$ olması durumunda, ülke açıklanmış karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir. Diğer taraftan, RCA'nın cebrik değeri ne kadar büyükse, karşılaştırmalı üstünlükte o ölçüde fazla kabul edilmektedir. Bu nedenle, RCA indekslerinin büyüklüğüne göre sektör bazında rekabet gücü sıralaması yapılabilmektedir.

Hesaplanan RCA indeksleri fiili ihracat ve ithalat değerlerine dayanmaktadır. Bu nedenle, söz konusu gösterge, iç ve dış arz ve talep koşullarını belirleyen, ülkede ve dış dünyada geçerli olan zevk ve tercihler, gelir düzeyleri, üretim faktörü donanımları ve kullanılan teknolojiler gibi temel faktörlerin etkilerini üzerinde taşımaktadır.

Bununla birlikte, sektörler arasında koruma ve teşvik yapıları itibariyle büyük farklılıklar bulunmadığı ve sektör bazında farklılıklar doğuran, bir katlı kur uygulaması geçerli olmadığı sürece, koruma, teşvik ve kur politikalarında ortaya çıkabilecek değişimler, RCA indekslerine göre yapılan rekabet gücü sıralamalarını, pek fazla değiştirmeyecektir.

Çalışmamızın diğer tarafında, 1989, 1990, 1991, 1992 yılları olmak üzere dört ayrı veri matrisi oluşturulmuştur. Her bir yıl için oluşturulan veri matrisinde, Türkiye'nin imalat sanayii alt sektörleri değişken, buna karşın, vasıfsız, vasıflı işçi yoğunlukları, beşeri sermaye yoğunluğu ve fiziki sermaye yoğunlukları ise gözlemler olarak dikkate alınmıştır. Buradaki amaç, belirlenen faktör katsayılarının açıkladığı ağırlıklar doğrultusunda, Türkiye'de imalat sanayii alt sektörlerinde hangi değişkenlerin yoğunluklu olarak yer aldığını belirlemektedir.

Çalışmamızın bu yönünde, çok boyutlu ölçekleme tekniklerinden, "Faktör Analizi" nin bir alt aşaması olan "Temel Bileşenler Yöntemi" kullanılmıştır. Bu yöntem, birden fazla değişkene bağlı bir değişkeni açıklamakta katkısı olan bağımsız değişkenlerin sayısını ve bu bağımlı değişkenin faktör yüklerini bulmada kullanılan bir yöntemdir (Emin,1984,s.30).

Faktör analizini kullanmanın amacı, veri setinin ilgili değişkenler çerçevesinde neyi ölçtüğünü belirlemektir. Yani çok sayıda değişkenler topluluğundan en iyi sonucu verecek şekilde, daha az boyutlu göstergeler elde etmektir (Koutsoyiannis, 1989, s.428).

Temel bileşenler analizinin kuramında verileri toplayan n satırlı ve p sütunlu olan x (pxn) matrisinden hareket edilmektedir. Matrisin sütunlarında örneğe giren istatistiksel birimler satırlarında ise birimlerin çeşitli özellikleri bulunur. Temel bileşenler analizinde ilk aşama, analizde kullanılan değişkenlerin seçimi ve bu değişkenlerin gözlemleri ile birlikte oluşturulan veri matrisinin kurulmasıdır. Veri matrisi kurulduktan sonra, bu matriste bulunan değişkenlerin analizde kullanım biçimlerine karar verilir. Bu kullanım biçimleri değişkenlerin kendi değerleri, ortalamadan sapma değerleri ya da standartlaştırılmış değerleri şeklinde olabilir (Koutsoyianis, 1989, s.428).

Çalışmamızda verilerimizin bir kısmı dolar, bir kısmı ise adet cinsinden olduğu için birimlerden arındırma mecburiyetinden dolayı analizimizde standartlaştırılmış veriler kullanılmıştır.

Analizde ikinci aşama, kullanım biçimi belirlenmiş olan verilerle yeni veri matrisinin (X_n) kurulmasıdır. Araştırmada standartlaştırılmış veriler kullanıldığından bu değerlerden oluşan standartlaştırılmış birim normal sapmalar matrisi (X_n) oluşur. Bu matrisin her sütununda bulunan elemanların ortalaması 0 ve varyansı 1'dir.

Temel bileşenler analizinde işleme başlangıç aşaması korelasyon matrisidir. Korelasyon matrisi (R) standartlaştırılmış birim normal sapmalar matrisinden $R_p \times P = X_n^T \times X_n$ şeklinde türetilir.

X_{nr} = X_n 'nin evriği olup, $P \times n$ boyutludur.

Korelasyon matrisi belirlendikten sonra bu matrisin özdeğerleri (\hat{u}) hesaplanır. Özdeğerlerin elde edilmesinde şu eşitlikten yararlanılır:

$$|R - \hat{u} \cdot I| = 0$$

$I = p \times p$ boyutlu birim matrisidir.

$$\hat{u}_1, \hat{u}_2, \hat{u}_3, \dots, \hat{u}_p$$

Bu eşitlikten elde edilen özdeğerlere karşı ($\hat{u}; i=1,2,3\dots p$) gelen öz vektörler hesaplanır. Bu öz vektörlerin oluşturduğu bileşik eksenler Temel Bileşen Analizinde faktör eksenleri olarak isimlendirilir. Bu öz vektörlerin her birinin boyutu, değişken sayısı p olduğundan $p \times 1$ 'dir.

Birinci özdeğere karşılık gelen birinci özvektör (A), değişken sayısı (p) kadar koordinat $(a_1, a_2, a_3, \dots, a_p)$ içerir. Değişken sayısı p olduğundan, p sayıda özvektör ve o sayıda da önemli bileşen elde edilir. Ancak özdeğeri birden büyük olanlar, ya da toplam değişkenliğin belirli bir kısmını açıklayan özdeğerler kriter olarak alınır. Ve o sayıda önemli bileşen hesaplanır.

3.4.3. BULGULAR VE YORUM

Son 25 yıl içinde, giderek artan sayıda gelişmekte olan ülkenin ekonomisini, dünya ticaretine açarak gelişmeyi tercih ettiğini görüyoruz. Sektörlerin üretim yapısı ve dış ticarete yönelimleri incelendiğinde 1980 sonrasında Türkiye'de izlenen sanayileşme stratejisinin de İhracata Yönelik Sanayileşme Stratejisi olduğu söylenebilir.

Araştırmamız Türkiye'nin imalat sanayiinde, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) kriterine göre rekabet gücünü hesaplamayı ve bu sektörlerin vasıfsız, vasıflı işçi yoğunluğu, beşeri, fiziki sermaye yoğunluğu ile olan ilişkisini "temel bileşenler" analizinin gösterdiği hedefler doğrultusunda açıklamayı amaçlamıştır.

Buna göre, Türkiye'nin imalat sanayiindeki ihracat ve ithalat değerlerine dayanan RCA indeksleri sonuçları Tablo 12'de yer almaktadır. RCA indeksi pozitif olan sektörlerin, açıklanmış bir karşılaştırmalı üstünlüğü, RCA indeksi negatif olan sektörlerin de açıklanmış bir karşılaştırmalı dezavantajı mevcuttur. RCA endeksi 1989-1992 yıllarını kapsamak üzere hesaplanmıştır. Bulunan sonuçlar şöyle özetlenebilir:

i. Sektör bazında RCA endeksi hesaplaması, dokuma- giyim (3), gıda (1), içki-tütün (2), kauçuk (9), toprak (10) ve orman ürünlerinin (5) Türkiye imalat sanayiinde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu göstermektedir.

ii. Türkiye'de ihracatın % 29.5'ini oluşturan giyim esyası mal grubundaki efektif korumanın % 358.39, ihracatın % 31.6'sını oluşturan dokumada ise % 91.46 olduğu gerçeği de gözardı edilmemelidir (Togan, Olgun, 1989). Ancak aynı koruma ve teşvikler tüm dünyada uygulanmaktadır.

iii. Petrol ve petrolden elde edilen ürünlerde (8), negatif RCA değerleri görülmektedir.

iv. Deri ürünlerinin (4), 1989'da pozitif RCA değeri gösterirken, bu yıldan sonra negatif RCA değeri verdiğini görmekteyiz.

v. Kimya ürünleri (7), kağıt ve basım (6), taşıt araçları (15) ve makina imalat (13) sektörleri ise RCA sıralamasında incelenen dört yılda da negatif değer almakta ve en alt sıralarda bulunmaktadırlar.

vi. RCA endeksleri, yıllık ihracat artışları ile birlikte değerlendirildiğinde, özellikle yüksek pozitif RCA endeksi veren dokuma-giyim (3), gıda (1), içki-tütün (2) gibi sektörlerde, hızlı bir ihracat artışı gözlemlenmemiştir.

Ancak, RCA endeksi sıralamasında en alt sıralarda yer alan taşıt araçları (15), elektrikli makina (14) gibi sektörlerde, ihracat artışı önemli boyutlarda olmuştur. Bunda ise, vergi iadesi ve benzeri teşviklerin etkili olabileceği düşünülebilir.

İncelenen dört yılda da rekabet gücü açısından, ilk sırada Dokuma ve Giyim Sanayii (01) yer almaktadır. Sanayi mallarının ihracatının yapısında başlangıçta karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olunan dokuma ve giyim sanayiinin ihracatının artışı sürdürmesi nedeniyle, emek yoğun sanayilerin toplam imalat sanayii ihracatı içindeki görece önemini koruduğu gözlenmektedir.

TABLO 12
İMALAT SANAYİİ ALT SEKTÖRLERİNİN GENEL REKABET GÜCÜ
(RCA İNDEKSLERİNE GÖRE SIRALAMA)

1989	1990
03 Dokuma ve Giyim (2,853)	03 Dokuma ve Giyim (2,459)
05 Orman Ürünleri (1,014)	01 Gıda (0,889)
01 Gıda (0,967)	10 Toprak (0,810)
02 İçki ve Tütün (0,935)	02 İçki ve Tütün (0,626)
09 Kauçuk Ürünleri (0,726)	05 Orman Ürünleri (0,484)
04 Deri	
10 Toprak (0,709)	11 Metal Ürünleri (0,007)
12 Madeni Eşya (-0,195)	09 Kauçuk Ürünleri (-0,206)
8 Petrol Ürünleri (-0,199)	04 Deri Ürünleri (-0,243)
11 Metal Ürünleri (-0,431)	12 Madeni Eşya (-0,314)
7 Kimya Ürünleri (-1,022)	08 Petrol Ürünleri (-0,388)
14 Elektrikli Mak. (-1,303)	14 Elektrikli Mak. (-0,911)
15 Taşıt Araçları (-1,471)	06 Kağıt ve Basım (-1,244)
06 Kağıt ve Basım (-1,619)	15 Taşıt Araçları (-1,623)
13 Makina İmalat (-2,155)	13 Makina İmalat (-2,504)
1991	1992
03 Dokuma ve Giyim (2,564)	03 Dokuma ve Giyim (2,358)
05 Orman Ürünleri (0,266)	01 Gıda (1,126)
01 Gıda (1,204)	10 Toprak (1,172)
02 İçki ve Tütün (0,796)	02 İçki ve Tütün (0,458)
09 Kauçuk Ürünleri (0,031)	05 Orman Ürünleri (0,133)
10 Toprak Ürünleri (1,043)	09 Kauçuk Ürünleri (0,243)
04 Deri Ürünleri (-0,014)	04 Deri Ürünleri (-0,004)
11 Metal Eşya (-0,113)	11 Metal Eşya (-0,031)
12 Madeni Eşya (-0,449)	12 Madeni Eşya (-0,407)
8 Petrol Ürünleri (-0,499)	07 Kimya Ürünleri (-1,349)
07 Kimya Ürünleri (-1,022)	08 Petrol Ürünleri (-2,916)
14 Elektrikli Mak. (-0,926)	14 Elektrikli Mak. (-0,678)
15 Taşıt Araçları (-1,382)	06 Kağıt ve Basım (-1,374)
06 Kağıt ve Basım (-1,384)	15 Taşıt Araçları (-1,331)
13 Makina İmalat (-2,427)	13 Makina İmalat (-2,155)

1984-90 döneminde pamuklu dokuma yıllık artış oranları sırasıyla %7,4 ve %3,9 düzeyinde gerçekleşmiştir. Uzun süre 49 bin ton düzeyinde gerçekleşen yünlü dokuma üretiminin 1983'ten sonra yılda ortalama %3.4'lük artış kaydederek ortalama 62,6 bin tona ulaşmıştır (Çelebi, 1991, s.163).

Diğer taraftan, Türkiye'de imalat sanayiinin alt sektörlerinde hangi değişkenlerin yoğunluklu olarak yer aldığını belirlemek amacıyla, çok değişkenli istatistik tekniklerinden biri olan Faktör Analizi yönteminin bir alt aşaması olan Temel Bileşenler Yönteminin kullanılacağı daha önce belirtilmişti. Bu yöntemde aralarındaki korelasyonun güçlü olduğu değişkenler aynı faktörde toplanmakta ve birinci faktör, açıklanmaya çalışılan olaydaki toplam değişimin en büyük kısmını açıklamaktadır. İkinci faktör ise, geriye kalan açıklanmayan kısımdan en büyük kısmı açıklayacak şekilde oluşturulmaktadır. Böylece ilgilenilen değişkenlerin doğrusal bileşimlerinden oluşan faktörler yardımıyla hangi değişken ya da değişken grubunun öncelikle incelenmesi gerektiği de ortaya çıkmaktadır.

Seçilmiş 4 değişkenin 15 alt sektöre ait verilerinden oluşan veri kümesine faktör analizi uygulanmıştır. Türetilen faktörlerde, araştırmada, sayısal değeri birden büyük özdeğerler kriter olarak alınmıştır. Türetilen faktörler, toplam değişkenliğin yaklaşık %60'lık kısmını açıklayan özdeğerlere karşılık gelmektedir ve bu faktörlerden elde edilen temel bileşen değerleri dikkate alınmıştır.(1)

(1) Çözümlemelerde SPSS (Statistical Package For Social Sciences) İstatistik paket programı kullanılmıştır.

1989 yılı için veri matrisindeki toplam bilginin %59'luk kısmını açıklayan, birinci faktör eksenini etrafında yoğunlaşan değişkenler, önemlilik derecelerine göre sırasıyla:

- %61 : Vasıflı işçi,
- %60 : Vasıfsız işçi
- %49 : fiziki sermaye, şeklinde bulunmuştur.

Bu faktörlerin kullanımıyla elde edilen temel bileşen değerleri büyüklük sırasına göre;

- 03. Sektör : Dokuma ve Giyim (3,84)
- 01. Sektör : Gıda (2,27)
- 07. Sektör : Kimya Ürünleri (1,36)
- 11. Sektör : Metal Ürünleri (1,00)
- 10. Sektör : Toprak Ürünleri (0,68)

şeklinde sıralanmıştır.

Aynı veri matrisinde, toplam bilginin %32'sini açıklayan ikinci faktör eksenini etrafında yoğunlaşan değişkenler önemlilik derecelerine göre;

- %83 : Beşeri sermaye
- %50 : Fiziki sermaye

Yine bu faktörün kullanımıyla elde edilen temel bileşen değerleri ise sırasıyla;

- 08. Sektör : Petrol ürünleri (2,46)
- 07. Sektör : Kimya Ürünleri (2,02)
- 11. Sektör : Metal Ürünleri (1,60)
- 15. Sektör : Taşıt Araçları (0,25)
- 13. Sektör : Makina İmalat (0,02)

1990 yılı için oluşturulan veri matrisindeki toplam bilginin %60'lık kısmını açıklayan birinci faktör eksenini etrafında yoğunlaşan değişkenler önemlilik sırası ile:

- %58 : Vasıflı işçi,
- %57 : Vasıfsız işçi,
- %55 : fiziki sermaye,

olarak bulunmuştur.

Bu faktörün kullanımıyla elde edilen temel bileşen değerleri:

- 03. Sektör Dokuma ve Giyim (3,48)
- 01. Sektör Gıda (2,12)
- 11. Sektör Metal Ürünleri (1,80)
- 07. Sektör Kimya Ürünleri (1,55)
- 10. Sektör Toprak Ürünleri (0,48)

Aynı yıl için, toplam bilginin %32'sini açıklayan ikinci faktör eksenini etrafında yoğunlaşan değişkenler önemlilik derecelerine göre,

- %83 Beşeri Sermaye
- %36 Fiziki sermaye

olarak bulunmuştur.

Bu faktörün kullanımıyla elde edilen temel bileşen değerleri ise;

- 11. Sektör : Metal Ürünleri (3,13)
- 08. Sektör : Petrol Ürünleri (1,17)
- 07. Sektör : Kimya Ürünleri (0,98)
- 15. Sektör : Taşıt Araçları (0,24)
- 09. Sektör : Kauçuk Ürünleri (0,18)

Aynı bilgiler için 1991 ve 1992'ye baktığımızda ise; 1991'de veri matrisindeki toplam bilginin %59'unu açıklayan birinci faktör eksenini etrafında yoğunlaşan değişkenler:

- %57,9 : Vasıflı işçi
- %57,5 : Vasıfsız işçi
- %55 : Fiziki sermaye

olarak bulunurken, buna bağlı olarak bulunan temel bileşen değerleri büyüklük sırası ile;

- 03. Sektör : Dokuma ve Giyim (3,40)
- 01. Sektör : Gıda (2,23)
- 11. Sektör : Metal Ürünleri (1,69)
- 07. Sektör : Kimya Ürünleri (1,59)
- 10. Sektör : Toprak Ürünleri (0,48)

Yine 1991 yılı için, toplam varyasyon %32'lik kısmını açıklayan ikinci faktör eksenini etrafında yoğunlaşan değişkenler sırasıyla;

- %84 : Beşeri Sermaye
- %36 : Fiziki sermaye

olarak bulunmuştur.

Bu faktörün kullanımıyla elde edilen temel bileşen değerleri ise;

- 11. Sektör : Metal Ürünleri (2,96)
- 08. Sektör : Petrol Ürünleri (1,56)
- 07. Sektör : Kimya Ürünleri (1,00)
- 15. Sektör : Taşıt araçları (0,32)

olarak belirlenmiştir.

Analizlerin tüm sonuçları Tablo 13'te gösterilmiştir.

TABLO 13. Ağırlık Sırasına Göre Temel Bileşenler ve Değerleri

Faktör No	Temel Bileşenler (Faktörler) (1)	Temel Bileşen Değerleri (Sektör Kodları) (2)	Faktör % (3)	
89	1	Vasıflı İşçi Vasıfsız İşçi Fiziki Sermaye	03,01,07,11,10 (02,03,07,10,11)	59
	2	Beşeri Sermaye Fiziki Sermaye	08,07,11,15,13 (07,08,11,13,15)	32
90	1	Vasıflı İşçi Vasıfsız İşçi Fiziki Sermaye	03,01,11,07,10 (01,03,07,10,11)	60
	2	Beşeri Sermaye Fiziki Sermaye	11,08,07,15,09 (07,08,09,11,15)	32
91	1	Vasıflı İşçi Vasıfsız İşçi Fiziki Sermaye	03,01,11,07,10 (01,03,07,10,11)	59
	2	Beşeri Sermaye Fiziki Sermaye	11,08,07,15 (07,08,11,15)	32
92	1	Vasıflı İşçi Vasıfsız İşçi Fiziki Sermaye	03,01,07,11,10,15 (01,03,07,10,11,15)	60
	2	Beşeri Sermaye Fiziki Sermaye	08,07,11,15,10 (07,08,10,11,15)	30

(1) Faktör eksenlerinde yoğunlaşan değişkenlerin ağırlıklarına göre sıralanması

(2) Temel Bileşen Değerleri; önemine göre sektör sıralaması

(3) Faktörlerin toplam değişkenliği açıklama yüzdesi

Bu sonuçlara göre, vasıflı işçi, vasıfsız işçi ve fiziki sermayenin yoğun olarak yer aldığı sektörler her 4 yıl içinde genelde Dokuma ve Giyim (03), Gıda (01), Kimya Ürünleri (07), Metal Ürünleri (11), Toprak Ürünleri (10) olarak gözlemlenmiştir.

Diğer taraftan beşeri sermaye ve fiziki sermayenin yoğun olarak kullanıldığı sektörler ise, petrol ürünleri (08), Kimya Ürünleri (07), Metal Ürünleri (11), Taşıt Araçları (15), Toprak ürünleri (10) olarak sayılabilir.

SONUÇ

Son yıllarda, dünyadaki endüstriyel şirketler, hızlı pazar değişiklikleri, ürün ve üretim teknolojisi değişiklikleri ve giderek zorlaşan rekabet koşullarından önemli ölçüde etkilenmeye başlamışlardır.

İthalat ve ihracatı oluşturan mal bileşimlerine, faktör donanımı, sanayii teşvik politikaları, dış ticaret rejimi ve döviz kurunun yanında, teknolojik gelişmeler, Ar-Ge çalışmaları gibi çeşitli etkenler de yansıdığından, karşılaştırmalı üstünlükler, tek başına dış ticaretin yapısını belirleyebilecek bir kriter olmaktan çıkmaktadır.

Uluslararası rekabet avantajı sağlamak için ve daha da önemlisi bu durumu korumak için "üretkenlik" ilk koşul olmaktadır. Rekabetçi üstünlüğü sürdürmek için bir firmanın Schumpeter'in "yaratıcı yıkım" dediği şeyi kendi üstünde uygulamasını gerektirmektedir. Yani, yeni üstünlükler geliştirerek eski üstünlükleri yok etmelidir. Diğer taraftan, küresel bir strateji yaklaşımı da gereklidir. Sadece iç pazara değil, bütün dünyaya satış yapmak, ölçek ekonomilerinden yararlanmak, faaliyetleri dünya çapında koordine ve entegre etmeyi bilmek bu stratejinin ana koşulları olmaktadır (Porter, 1990, s.45).

Türkiye'nin 1980'lerde ithal ikameciliğinden vazgeçerek, ihracata dönük sanayileşme tipini seçmesi ile, Türk sanayii açısından ortaya çıkan ilk sorun uluslararası rekabet gücü sorunu olmuştur. Çünkü bu yıllara kadar, Türkiye'de sanayileşmenin her koşulda devlet tarafından desteklenmesi ve yerli sanayiinin korunması, bir taraftan kaynak israfına yol açarken, korunan endüstriler kendilerini uluslararası rekabete hazırlayamamışlardır.

Dışa açılma ile birlikte, Türkiye ekonomisi giderek dışarıdan gelen etkilere karşı daha duyarlı hale gelmiştir. Bu nedenle, özellikle Türk sanayiinin, yabancı rakipler karşısındaki rekabet gücü konusu özel bir önem kazanmıştır. Çalışmamızda, önemi ve güncelliği giderek artan böyle bir konuda, Türkiye'de imalat sanayiinin rekabet gücü, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) indeksleri hesaplanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun yanında imalat sanayii alt sektörlerinde vasıfsız işçi, vasıflı işçi, beşeri ve fiziki sermaye yoğunluğu değişkenleri ele alınarak, belirlenen faktör katsayılarının ağırlıkları doğrultusunda, hangi değişkenlerin bu sektörlerde yoğunluklu olarak yer aldığını belirlemek amaçlanmıştır.

Çalışmamızın sonuçlarına göre genel bir değerlendirme yaparsak; Türkiye'nin genel olarak tüm dünya ile rekabet edebildiği sektörlerin başında dokuma-giyim(3) sektörleri gelmektedir. Avrupa Topluluğu'nun, Türkiye'nin bu sektörlerden yaptığı ihracata kota uygulaması ve bu sektörün "çok elyaflı ürünler" anlaşmasının dışında korunması bu sektörlerdeki karşılaştırmalı üstünlüğümüzün bir göstergesi sayılabilir. Bu alandaki korumacılığın sürmesi, teknolojik gelişmelerin şimdilik ucuz emeğin yarattığı rekabet gücünü faktör tersinmesi yoluyla gidererek, bu avantajın tamamen silinmesine yol açmadığını gözlüyoruz. Ancak yeni teknolojik gelişmeler izlenmezse, bu başarı da çok uzun süreli olmayacaktır. Çünkü bu sektörlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan ihracatçı ülkelerin en önemli özelliği ucuz emek iken, hızla otomasyona gidildiği gözlenmektedir. Bu da ucuz emeği karşılaştırmalı üstünlük elde edilecek bir üretim faktörü olmaktan çıkarmaktadır.

Otomobil ve yüksek teknoloji sanayi ürünleri, mallar düzeyinde korumanın olduğu diğer bir sektördür. Batı bloklarındaki ülkelerin, Uzak Doğu ülkeleri karşısında rekabet güçlerinin azaldığı görüşü ,bu ülkeleri dış ticaret korumacılığının yanında dolaysız yatırımlarda da koruma yollarına

itmiştir. Örneğin Japon otobobil firmaları dış ticaret korumacılığını aşma düşüncesi ile AT pazarından, İngiltere'ye doğrudan yatırım yapmıştır. Buna karşılık AT üyeleri, Japon firmalarına belli oranlarda AT malı kullanma şartı getirmiştir. Böylece kendi pazarlarında karşılaştıkları rekabeti en aza indirmeyi amaçlamışlardır (Kazgan,1993,s.73).

Çalışmamızda, kauçuk ürünlerine(9) dahil edilen lastik sektörüne baktığımızda, bu sektörün yeni teknolojileri hızla getiren ve kullanan bir sektör olduğunu görüyoruz. Bu sayede, işçilik ücretleri açısından yüksek maliyetlere katlanıldığı ve emek-yoğun kabul edilen bir sektörde olmalarına karşın, ihracat yapabilmektedirler. Ayrıca, lastik sektöründeki firmalardan biri, Türkiye'nin ilk yabancı sermayeli şirketlerinden birisi olması nedeniyle ithal ikameci dönemi yaşamış, ancak bu dönemi kendini yenileyerek uluslararası karşılaştırmalı üstünlük elde etmekte kullanmıştır. Diğer firmalarda bu itici güçten yararlanmış ve tüm sektör en son teknolojileri izlemek durumunda kalmıştır.

Oysa, RCA sıralamasında negatif değer alan taşıt araçları(15) sektörüne baktığımızda, 1980 öncesinde eski modeller, eski teknolojilerle üretilerek, zaten düşük düzeyde olan talep bekletilmiş ve yükselen fiyatlarla yüksek karlar elde edilirken, dünyadaki gelişmelerden uzaklaşmıştır. 1980 sonrasında ise, uluslararası rekabete hazır olmayan bu sektör, yerli üretimin 168 bin adet olduğu 1990'da 70 bin otomobil ithal edilmiştir. Bu sektörde de işçilik maliyetlerinin yüksekliği öne sürülmüşse de, sektörün yeni model, yeni teknoloji, ölçek ekonomisi ve karşılaştırmalı üstünlük zincirini tamamlaması ile bu sıkıntı lastik sektöründe olduğu gibi önemsiz kalacaktır (Özkale,1992,s.21).

Son yıllarda gelişmiş ülkelerin bazı sanayi dallarını azgelişmiş ülkelere bırakmaları düşündürücüdür. Gerçekten içlerinde tekstil de olmak üzere , çimento ve her türlü montaj işlerinin azgelişmiş ülkelere yavaş yavaş bırakılmakta olduğunu görüyoruz. Bunlar ileri teknoloji gerektirmeyen emek yoğun işlerdir. Gelişmiş ülkeler bunlardan vazgeçerek, azgelişmiş ülkelere iş olanağı sağlamak amacıyla değillerdir, aksine daha ileri teknolojilerin uygulandığı alanlarda yoğunlaşmayı amaçlamaktadırlar.

Türkiye’de son yıllarda tartışılan konular, yeni teknolojiler, ölçek ekonomileri, yabancı sermaye, devletin sınai üretimden çekilmesi konuları olmaktadır. Artık, en yeni teknolojilerin ithal edilmesi görüşü, tüm kesimlerde benimsenmiş durumdadır. Türkiye’nin emek-yoğun bir ülke olması nedeni ile, emek-yoğun teknolojilerin tercih edilmesinin, istihdam açısından daha yararlı olacağı tezi terkedilmiş ve böylece etkin-rekabet edebilir üretimler konusunda eğilim artmıştır (Özkale,1992,s.33).

Bugün uluslararası rekabete katılabilmek için, Türkiye’nin uygulaması gereken şey, planlı bir dış ticaret ve kalkınma politikası oluşturup, bunu uygulamaya geçirmesidir. Bu şekilde planlı kalkınmanın bir yararı da, uluslararası konjonktürün kötü olduğu dönemlerde üretimde görülebilecek düşmeyi, iç talep uyarlamaları ile en aza indirebilme olanağıdır.

EK 1 : İMALAT SANAYİ ALT SEKTÖR KAPSAMLARI

Tüketim Malları

Gıda 311+312

İçki ve Tütün 313+314

Dokuma ve Giyim 321+322

Ara Malları

Deri Ürünleri 323+324

Orman Ürünleri 331+332

Kağıt ve Basım 341+342

Kimya Ürünleri 351+352

Petrol Ürünleri 353+354

Kauçuk Ürünleri 355+356

Toprak Ürünleri 361-362-369

Metal Ürünleri 371-372

Yatırım Malları (*)

Madeni Eşya 381

Makina İmalat 382

Elektrikli Makina 383

Taşıt Araçları 383

* Yatırım malları, sektör sınıflandırması yapılırken, 385+390 100 sayılıp, ağırlıklarına göre yatırım malları sektörlerine pay edilmiştir.

Ek:2 Türkiye'de İmalat sanayi Alt Sektörlerinin ihracat ve ithalatı.

ITHALAT(MİLYON \$)

	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%
TUKETİM MALLARI	1054.1	9.007938	1843.1	11.12996	1628.3	9.7883	1972.2	10.7969
Bida	564.1	4.820584	919.4	5.551999	735.0	4.41836	873.1	4.7798
İçki ve Tutun	225.5	1.927037	348.3	2.103286	376.6	2.26388	331.6	1.8153
Dokuma,Giyim	264.5	2.260316	575.4	3.474679	516.7	3.10608	767.5	4.2017
ARA MALLAR	6173.7	52.75809	7167	43.27950	7356.5	44.2227	7873.9	43.1061
Deri Urunleri	76.5	0.65373	145.9	0.881049	142.0	0.85361	150.8	0.8255
Orman Urunleri	17.7	0.15125	43.8	0.264495	44.0	0.26450	68.2	0.3733
Kagit ve Basım	303.1	2.59017	324.5	1.959564	369.6	2.22180	397.7	2.1772
Kimya Urunleri	1952.6	16.68617	2383.5	14.39328	2331.1	14.0131	2488.9	13.6256
Petrol Urunleri	8.8	9.56084	1549.2	9.355185	1622.3	9.75227	1695.3	9.2810
Kaucuk Urunleri	110.0	0.94001	286.0	1.727073	302.9	1.82084	357.5	1.9571
Toprak Urunleri	162.1	1.38524	253.2	1.529003	226.6	1.36217	238.4	1.3051
Metal Urunleri	2432.9	20.79064	2180.9	13.16984	2318.0	13.9343	2477.1	13.5610
YATIRIM MALLARI	4474.1	38.23396	7549.7	45.59052	7650.3	45.9889	8420.2	46.0969
Madeni Esya	415.1	3.54728	527.5	3.185424	391.9	2.35586	354.6	1.9412
Makina İmalat	2037.0	17.40742	3563.3	21.51777	3670.7	22.0659	3882.1	21.2527
Elektrikli Makina	1120.4	9.57451	1698.0	10.25374	2015.4	12.1153	1840.1	10.0737
Tasit Araçları	901.6	7.70473	1760.9	10.63358	1572.3	9.45170	2343.4	12.8290
TOPLAM	1701.9	100	16559.8	100	16635.1	100	18266.3	100

Ek: 11. Türkiye'de İmalat Sanayi Alt Sektörlerinin İhracat ve İthalatı

IHRACAT

	1989	%	1990	%	1991	%	1992	%
TUKETİM MALLARI	5882	56.80183	6824.7	58.11816	7293.4	60.10664	7895	62.05102
Bida	1314.1	12.69012	1586.9	13.51381	1787.3	14.72956	1876.2	14.74605
İçki ve Tutun	508.5	4.910528	462.2	3.936028	609.1	5.019737	365.3	2.871087
Dokuma, Giyim	4059.4	39.20118	4775.6	40.66832	4897	40.35734	5653.5	44.43387
ARA MALLAR	3510.1	33.89665	3708	31.57679	3552.5	29.27699	3269.3	25.69517
Deri Ürünleri	89.8	0.867188	81.1	0.690635	102.1	0.841430	104.6	0.822107
Orman Ürünleri	43.2	0.417177	50.4	0.429199	41.9	0.345307	54.3	0.426772
Kağıt ve Basım	53.1	0.512780	66.3	0.564601	67.5	0.556283	70.1	0.550953
Kimya Ürünleri	621.5	6.001757	522.3	4.447831	416.2	3.430003	449.8	3.535218
Petrol Ürünleri	810.9	7.830772	744.9	6.343461	717.8	5.915560	63.9	0.502224
Kauçuk Ürünleri	201.2	1.942966	164.9	1.404264	227.9	1.878178	317.8	2.497760
Toprak Ürünleri	291.7	2.816915	404	3.440406	469.5	3.869261	536.5	4.216640
Metal Ürünleri	1398.7	13.50709	1674.1	14.25639	1509.6	12.44097	1672.3	13.14349
YATIRIM MALLARI	963.2	9.301517	1210.1	10.30503	1288.2	10.61636	1559.1	12.25380
Madeni Eşya	302	2.916380	273.2	2.326532	182.4	1.503201	164.3	1.291321
Makina İmalat	208.8	2.016358	206.5	1.758524	236.2	1.946580	313.2	2.461606
Elektrikli Makina	269.2	2.599634	484.1	4.122526	581.9	4.795576	650.5	5.112627
Tasit Araçları	183.2	1.769142	246.3	2.097455	287.7	2.371004	431.1	3.388245
TOPLAM	10355.3	100	11742.8	100	12134.1	100	12723.4	100

Ek III. Türkiye'de İmalat Sanayiinde Beşeri Sermaye Yoğunluğu

	1989	1990	1991	1992
TUKETİM MALLARI				
Gıda	0.637670	0.981211	1.694124	1.575711
İçki ve Tutun	1.074728	1.215107	2.401079	2.603295
Dokuma, Giyim	0.523573	0.685199	1.141606	0.840664
ARA MALLAR				
Deri Ürünleri	0.506129	1.169861	1.026498	1.022285
Orman Ürünleri	0.577322	1.083588	1.512350	1.431983
Kâğıt ve Basım	1.072371	1.224693	2.322901	1.619846
Kimya Ürünleri	1.706034	2.4375	3.520023	3.340519
Petrol Ürünleri	2.343941	2.670245	4.532973	5.227134
Kauçuk Ürünleri	0.999764	1.753067	2.044964	2.152511
Toprak Ürünleri	0.684347	1.614263	1.959352	2.544497
Metal Ürünleri	1.536303	5.857361	7.263429	3.442145
YATIRIM MALLARI				
Madeni Eşya	0.842762	0.804064	1.747362	2.600246
Makina İmalat	1.171381	0.913343	2.385491	2.526930
Elektrikli Makina	1.039839	1.588957	2.114028	2.521559
Tasit Araçları	1.290664	2.263420	2.806594	3.484683

Ek IV: Türkiye'de İmalat Sanayiinde Fiziki
Sermaye Yoğunlukları

TUKETİM MALLARI

Yıl	Toplam	Gıda	İçki Tütün	Dokuma Giyim
1978	15566.1	5766.1	1017.3	8782.7
1979	16206.4	6186.0	1188.1	8832.3
1980	16478.8	6362.9	1277.1	8838.8
1981	16595.3	6412.7	1360.7	8821.9
1982	16745.0	6610.5	1557.7	8576.8
1983	16703.4	6627.5	1623.1	8452.8
1984	17062.7	6695.8	1691.3	8675.6
1985	17232.8	6743.0	1670.5	8819.3
1986	17243.8	6706.7	1641.4	8895.7
1987	17623.8	6607.2	1620.6	9396.0
1988	17793.0	6581.1	1579.2	9632.7
1989	17782.8	6556.8	1555.2	9670.8
1990	17919.2	6492.0	1539.4	9887.8
1991	18428.9	6492.4	1578.4	10358.1
1992	18462.5	6478.9	1588.6	10395.0

Ek IV: Türkiye'de İmalat Sanayiinde Fiziki
Sermaye Yoğunlukları.

ARA MALLARI

Yıl	Toplam	Deri	Orman	Kagıt	Kimya	Petrol	Kaucuk	Toprak	Metal
1978	34493.8	294.2	1288.4	3282.9	6368.0	5512.5	1587.9	4716.5	11443.4
1979	37017.2	311.8	1459.1	3663.4	7034.8	5573.3	1710.5	5028.5	12215.8
1980	39432.2	316.5	1522.2	3980.7	8127.1	5718.1	1724.8	5094.7	12948.1
1981	41723.3	322.0	1471.5	4095.0	9636.2	5983.2	1660.7	5394.9	13159.8
1982	43775.0	328.3	1425.8	4322.8	10709.9	6369.1	1619.3	5549.2	13250.6
1983	44885.3	327.4	1384.1	4282.0	11307.0	6693.4	1709.3	5857.2	13324.9
1984	45135.1	317.5	1325.8	4219.3	11749.2	6568.8	2026.2	5873.5	13054.8
1985	45314.5	311.7	1272.2	4209.6	12159.4	6367.5	2287.8	5903.2	12803.1
1986	45842.9	298.5	1227.2	4130.2	12802.9	6256.1	2435.7	5858.8	12833.5
1987	45864.0	350.7	1182.1	4029.5	12968.7	6247.4	2548.4	6121.4	12415.8
1988	45446.7	363.0	1153.9	3980.6	12933.3	6032.6	2620.2	6369.1	11994.0
1989	44870.1	361.4	1139.3	3886.8	12692.6	5790.9	2609.9	6581.2	11808.0
1990	44108.3	364.6	1114.2	3820.4	12350.7	5547.9	2708.1	6692.5	11509.9
1991	44372.8	363.5	1161.6	3886.2	12254.3	5359.3	2951.5	7061.6	11334.8
1992	44818.5	355.0	1162.5	3955.0	12115.1	5299.1	3031.8	7306.9	11593.1

Yıl	YATIRIM MALLARI					İMALAT SANAYİ
	Toplam	madeni esya	makina İmalat	Elekt. Makina	Tasit Araçları	
1978	8506.5	1942.2	2408.7	1368.3	2787.3	58566.4
1979	9391.0	2055.7	2764.4	1584.2	2986.7	62614.6
1980	9855.8	2109.8	2983.2	1656.2	3106.6	65766.8
1981	10141.4	2080.1	3026.4	1660.5	3374.4	68460.0
1982	10012.9	1998.8	3070.9	1636.2	3307.0	70532.9
1983	10269.7	2022.7	3109.0	1744.5	3393.5	71858.4
1984	10434.2	2073.8	3188.1	1788.7	3383.6	72632.0
1985	10592.7	2114.5	3143.0	1856.2	3479.0	73140.0
1986	10820.0	2164.4	3136.8	1946.4	3572.4	73906.7
1987	11144.1	2194.3	3215.9	2076.1	3657.8	74631.9
1988	11333.4	2233.9	3217.9	2133.4	3748.2	74573.1
1989	11651.8	2260.0	3216.4	2228.3	3947.1	74304.7
1990	11707.4	2294.2	3159.1	2241.3	4012.8	73734.9
1991	12237.0	2362.3	3229.3	2435.9	4209.5	75038.7
1992	13027.9	2421.5	3408.4	2632.5	4565.5	76308.9

Ek V: Türkiye'de İmalat Sanayinde Vasıfsız ve Vasıflı İşçi
Yoğunluğu

	VASIFLI			
	1989	1990	1991	1992
TUKETİM MALLARI	60724	61682	59486	52910
Gıda	26512	27776	26035	23185
İçki ve Tutun	8648	8546	10087	8909
Dokuma, Giyim	25564	25360	23364	20816
ARA MALLAR	57669	58372	56028	46029
Deri Ürünleri	1190	1157	1066	961
Orman Ürünleri	2487	2778	2582	2493
Kâğıt ve Basım	6893	7465	7300	5033
Kimya Ürünleri	17154	16437	16262	14289
Petrol Ürünleri	3093	3165	3240	2527
Kauçuk Ürünleri	4058	4458	4142	3642
Toprak Ürünleri	12755	11874	11302	9977
Metal Ürünleri	10031	11038	10134	7107
YATIRIM MALLARI	32555	33830	26086	28708
Madeni Eşya	6157	6271	5623	5104
Makina İmalat	7300	8132	7998	6534
Elektrikli Makina	9933	9410	11389	6495
Tasit Araçları	9165	10017	1076	10575
TOPLAM	150948	153884	141600	127647

Ek V: Türkiye'de İmalat Sanayinde Vasıfsız ve Vasıflı İşçi Yoğunluğu

VASIFSIZ

	1989	1990	1991	1992
TUKETİM MALLARI	290223	283560	254654	245358
Gıda	87026	87432	86605	82236
İçki ve Tutun	31201	32339	29438	23706
Dokuma, Giyim	171996	163789	138611	139416
ARA MALLAR	210013	204562	181643	172139
Deri Ürünleri	6325	5609	5155	4775
Orman Ürünleri	11416	9917	9496	9407
Kağıt ve Basım	22465	22256	19835	20365
Kimya Ürünleri	36777	34745	31237	29118
Petrol Ürünleri	6142	5985	5871	5359
Kauçuk Ürünleri	16612	16510	14256	13697
Toprak Ürünleri	53607	49250	42351	38794
Metal Ürünleri	56669	60290	53442	50624
YATIRIM MALLARI	117949	125972	114066	111101
Madeni Eşya	23111	23015	18913	18454
Makina İmalat	30764	31686	26856	25163
Elektrikli Makina	25238	29098	27145	25361
Tasit Araçları	38836	42173	41152	42123
TOPLAM	618185	614094	550363	528598

Ek VII. Temel Bileşenler Analizinde Kullanılan Matrisler

1989					1990				
RCA	ViY	SiY	BSY	FSY	RCA	ViY	SiY	BSY	FSY
0.9679	87026	26512	0.63767	4.6142	0.8895	87432	27776	0.98121	4.56861
0.9353	31201	8648	1.07472	1.0944	0.6266	32339	8546	1.21510	1.08332
2.8532	171996	25564	0.52357	6.8050	2.4599	163789	25360	0.68519	6.95833
0.2825	6325	1198	0.50612	0.2543	-0.2434	5609	1157	1.16986	0.25657
1.0145	11416	2487	0.57732	0.8017	0.4340	9917	2778	1.08358	0.78409
-1.6196	22465	6893	1.07237	2.7352	-1.2443	22256	7465	1.22469	2.68852
-1.0225	36777	17154	1.70603	8.9321	-1.1743	34745	16437	2.437	8.69155
-0.1996	6142	3093	2.34394	4.0752	-0.3885	5985	3165	2.67024	3.90422
0.7260	16612	4058	0.99976	1.8366	-0.2069	16510	4458	1.75306	1.90577
0.7097	53607	12755	0.68434	4.6313	0.8109	49250	11874	1.61426	4.70971
-0.4312	56669	10031	1.53630	8.3096	0.0792	60290	11038	5.85736	8.09985
-0.1958	23111	6157	0.84276	1.5902	-0.3142	23015	6271	0.80406	1.61449
-2.1556	30764	7300	1.17138	2.2634	-2.5044	31686	8132	0.91334	2.22315
-1.3037	25238	9933	1.03983	1.5681	-0.9111	29098	9410	1.58895	1.57726
-1.4713	38836	9165	1.29066	2.7776	-1.6232	42173	10017	2.26342	2.82392
1991					1992				
RCA	ViY	SiY	BSY	FSY	RCA	ViY	SiY	BSY	FSY
1.2040	86605	26035	1.69412	4.56889	1.1265	82236	23185	1.57571	4.55929
0.7962	29438	10087	2.40107	1.11076	0.4584	23706	8909	2.60329	1.11794
2.5644	138611	23364	1.14160	7.28930	2.3585	139416	20816	0.84066	7.31522
-0.0143	5155	1066	1.02649	0.25580	-0.0041	4775	961	1.02228	0.24982
0.266	9496	2582	1.51235	0.81745	0.1336	9407	2493	1.43198	0.81808
-1.3847	19835	7300	2.32290	2.73483	-1.3741	20365	5033	1.61984	2.78325
-1.4074	31237	16262	3.52002	8.62371	-1.3491	29118	14289	3.34051	8.52575
-0.4999	5871	3240	4.53297	3.77149	-2.9166	5359	2527	5.22713	3.72913
0.0310	14256	4142	2.04496	2.07705	0.2439	13697	3642	2.15251	2.13356
1.0439	42351	11302	1.95935	4.96945	1.1727	38794	9977	2.54449	5.14208
-0.1133	53442	10134	7.26342	7.97663	-0.0312	50624	7107	3.44214	8.15840
-0.4493	18913	5623	1.74736	1.6624	-0.4076	18454	5104	2.60024	1.70408
-2.4279	26856	7998	2.38549	2.27255	-2.1556	25163	6534	2.52693	2.39859
-0.9267	27145	11389	2.11402	1.71421	-0.6782	25361	6495	2.52155	1.85256
-1.3828	41152	1076	2.80659	2.9623	-1.3314	42123	10575	3.48468	3.21287

KAYNAKÇA

- Aruoba Çelik-Alpar, Cem (1992); Türkiye Ekonomisi Sektörel Gelişmeler, Türkiye Ekonomi Kurumu , 1.Baskı , Ankara
- Akdemir, Ali (1992); AT İşletmeleriyle Bütünleşmede Teknolojinin Stratejik Yönetimi , Eskişehir , Anadolu Üniversitesi
- Balassa, Bella (1967); Studies In Trade Liberalization, Baltimore: Johns Hopkins University Press ,1967
- (1986); Dışa Açık Ekonomi Üzerine Makaleler, Derleyen: Avni Hedilli, Maliye ve Gümrük Bakanlığı A.P.K. Yayın No: 1986 / 270, Ankara
- (1990); " Trade and Industrialization: A Stages Approach to Comparative Advantage "
- Berksoy, Taner (1990); " Türkiye'de 1980-1989 Döneminde İhracatın Gelişmesi, Ürün ve Pazar Yapısı " , İTO, Yayın No: 30, İstanbul
- Boratav, Korkut - Türkcan, Ergun (1993), Türkiye'de Sanayileşmenin Yeni Boyutları ve KİT'ler ; Tarih Vakfı Yurt Yayınları, II.Baskı, İstanbul
- Byars, Lloyd (1987); Strategic Management: Planning and Implementation Concepts and Cases , Harper and Row Publishers, New York
- Celasun, M.- Rodric, D. (1986); " Turkish Experience With Debt: Macroeconomic Policy and Performance " , Derleyen: Jeffrey D. Sachs, Developing Country Debt and World
- Chiang, Alpha (1990); Matematiksel İktisadın Temel Yöntemleri Verso Yayıncılık, Ekim 1990
- Celebi, İsin (1991); Dışa Açık Büyüme ve Türkiye , I.Baskı,
- Dahlman, Carl J. (1991); " The Role of Government Education Policy, Technical Change, R&D , and Competitive Advantage " , Economic Development Institute of the World Bank, III.Series
- Demir, Ahmet (1992); " Türk İmalat Sanayiinde Sektörel Risk Değerlendirmesi-1991 Yılı " , 111. İzmir İktisat Kongresi , Tebliğler , Cilt:2

- DİE (1989,1990,1991,1992); İmalat Sanayii: İstihdam - Ödemeler - Üretim - Eğilim, Ankara
- DPT (1988); Türk Sanayiinin AT Sanayii Karşısında Rekabet İmkanları , Ö.İ.K. Raporu, Yayın No: 2141, , Ankara
- (1989); Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), Y.No: 2174, Ankara
- (1990-a); Dışa Açılma Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Rekabet Gücü , Y.No: 2231, Eylül, 1990, Ankara
- (1990-b); 1980'den 1990'a Makroekonomik Politikalar , Türkiye Ekonomisindeki Gelişmelerin Analizi ve Bazı Değerlendirmeler , DPT yayınları, Ankara, 1990
- (1992-a); Temel Ekonomik Göstergeler , Çeşitli Sayılar , Ankara
- (1992-b); Bilim ve Teknoloji Politikalarının Ülke Kalkınmasındaki Önemi Türkiye'nin Araştırma Kapasitesi , S.P.Müd.
- Durand, Martin-Giorno,C. (1987); " Indicators of International Competitiveness , Conceptual Aspects and Evaluation " , Economics and Statistical Department , OECD Report, pp.147-182
- Ersel, H.- Temel,A. (1984); " Türkiye'nin 1980 Sonrası Dışatım Başarısının Değerlendirilmesi Üzerine Bir Deneme " , Toplum ve Bilim, Ankara, pp.117-124.
- Emin, S.M. (1984); Çok Boyutlu Verilerin Bazı İstatistiksel Analiz Yöntemleri ve Uygulamaları, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Ens. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara
- Erdost, Cevdet (1982); Sermayenin Uluslararasılaşması ve Teknoloji Transferi , Savaş Yayınları , Ankara
- Eser, Uğur (1993); Türkiye'de Sanayileşme , I.Baskı , İmge Kitapevi
- Esin, Arif (1992); Dünya'da Globalizasyon ve AT'nun Sanayi Politikası-Türkiye'ye Etkiler, İ.K.V. No: 116
- Fagerberg, Jan (1988); " International Competitiveness " , The Economic Journal , 98 , June,1988, pp.355-374 , Printed in Great Britain

- Frohman, Alan,L. (1982); " Tecnology as a Competitive Weapon ",
Harvard Business Review , January,February,1982
- Gruber, W.- Mehta, D.-Vernon,R. (1967); " The R-D Factor in
International Trade and International Investment of
United States Industry " , Journal of Political
Economy , Feb.1967, pp.20-37
- Guiltinan, Joseph - Paul, G.W. (1994); Marketing Management
Strategies and Programs , Mc.Graw Hill , ISBN
0.07.113322.4
- Güran, Nevzat (1990); " Dışa Açılma Sürecinde Türkiye
Ekonomisinin Rekabet Gücü " , DPT , Y.No:2231, AETB:
24,1990
- Güleç, Kemal (1988); Yeni Gelişen Teknolojilerin Kalkınmaya
Etkisi , DPT , Ankara
- Hamermesh, Richard,G. (1983); Strategic Management, Harvard
Business Review , Executive Book Series , New York
- Haque, İrfan (1990); " International Competitiveness
Interaction of the Public and the Private Sectors " ,
Economic Development Institute of the World Bank ,
April, 18-21, 1990
- Inotai, A. (1988); " International Competitiveness and
Imports " , Acta Oeconomica , vol.39(1-2), pp.45-60,
Academia Krado, Budapest
- IMEDE-WEF (1989); " The World Competitiveness Report 1989 " ,
European Affairs , No:3/89, Autumn
- İKV (1985); Avrupa Topluluğu Karşısında Türk Sanayiinin
Durumu (53 Sanayi Kolunu Kapsayan Araştırma) , Y.No:13
Eylül,1985
- (1988); İKV Araştırmalarında Türkiye'nin AT Karşısında
Durumu , Y.No:59, Haziran,1988
- Kotler, Philip - Armstrong, Gary (1991); Principles of
Marketing , Prentice-Hall International, Inc.1991,
Fifth Edition

- Kazgan, Gülten (1985); *Ekonomide Dışa Açık Büyüme* , Altın Kitapevi Yayını , I.Baskı, İstanbul,1985
- (1988); " Türk İmalat Sanayinin Rekabet Koşulları, AT'ye Katılma Eğilimi ve AT'ye İlişkin Beklentileri " , İşveren Dergisi, c.xxvi,Eylül
- (1993); " 2000 Yılına Doğru Yeni Ekonomik Düzen ve Türkiye " , Birinci Ulusal İktisat Öğretimi Kongresi, Türkiye Ekonomi Kurumu, Ankara
- Kurth, Wilhelm (1990); " Competitiveness Through Technology " , The OECD Observer, June,July, 1990
- Kalıpsız, A. (1981); *İstatistik Yöntemler* , İstanbul Üniversitesi , Orman Fakültesi Yayınları , İstanbul
- Kendall, M. (1980); *Multivariate Analysis* , Second Edition Bristol
- Karluk, Rıdvan (1981); *Türkiye'de İhracata Yönelik Dış Ticaret Politikası ve İhracatın Yapısal Analizi*, Eskişehir , İTİA Yayın No: 237/158
- Karluk, Rıdvan (1991); *Uluslararası İktisat, Bilim-Teknik* Yayınevi, 111.Baskı, İstanbul
- Kubo, Y. -De Melo, j.- Robinson, S. (1986); "Trade Strategies and Growth Episodes " , (Der.) H.Chenery, S.Robinson ve M.Syrquin; *Industrialization and Growth, A Comparative Study* içinde, Oxford University Press
- Korum, Uğur (1977); *Türk İmalat Sanayii ve İthal İkamesi: Bir Değerlendirme* , A.Ü.S.B.F.,Yayın No:40B, Ankara
- Koutsogiannis, A. (1989); *Ekonometri Kuramı: Ekonometri Yöntemlerinin Tanıtımına Giriş*, Çev: Ü.Şenesen, G.Şenesen, I.Baskı, Verso A.S.
- Kırım, A. - Senses,F. (1990); " Türkiye'de 1980 sonrası Ekonomik Politikalar, Sanayileşme Etkileşimi ve Sanayinin Yeniden Yapılanma Gerekleri " , T.M.M.O.B. 1989 Sanayi Kongresi Bildirileri içinde , M.M.O. Yayın No:134/1, Ankara
- Kırım, Arman (1990); " Türkiye İmalat Sanayiinde Teknolojik Değişim " , T.O.B.B. Yayın No:145, Ankara
- Lancaster, Geoff-Massingham, Lester (1990); *Marketing Management* , Massingham Lester , II Title , Mc.Graw-Hill Book Company Europe , England

- Liesner, H.H. (1958); " The European Common Market and British Industry " , The Economic Journal , 68(70), June,1958, pp.302-316
- Lovelock, Christopher,H.- Weinberg,C. (1993); Marketing Challenges , Mc.Graw-Hill Book Company
- Maraslıoğlu, Hayri-Tıktık, Ahmet (1991); Türkiye Ekonomisinde Sektörel Gelişmeler, Üretim, Sermaye Birikimi, İstihdam: 1968-1988 , D.P.T.,1991
- Oral, Muhittin-Reisman, Arnold (1986); Measuring Industrial Competitiveness , International Marketing Management
- Oral, Muhittin-Özkan, Alev (1983); Rekabet Gücü Araştırması , Türk Sınai Kalkınma Bankası, Mayıs,1983
- Oral, Muhittin (1993); T.M.M.O.B. 1989 Sanayi Kongresi Bildirileri içinde , M.M.O. Yayın No:134/1, Ankara
- Özkale, Lerzan,N. (1991); " Türk Sanayiinin AT Karşısındaki Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Çalışmaların Değerlendirilmesi ve Öneriler " , 1991 Sanayi Kongresi 9-13 Aralık, T.M.M.O.B. Yayın no:148-1
- (1992); " Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücü ve AT Üyeliği Sorunu " , İ.T.Ü. İşletme Fak., İstanbul
- Porter, Micheal,E. (1983); " The Tecnological Dimension of Competitive Strategy, Research on Tecnological Innovation, Management and Policy " , Vol 1, pp.1-33,AI Press
- (1985); " Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance " , Free Press, N.Y.
- (1990); " The Competitive Advantage of Nations " , The Economist, pp.37-62
- Posner, M.V. (1961); " International Trade and Tecnical Change " , Economics of Innovation and Knowledge , D.M. Lamberton (Ed.) Penguin,1971, s.265-288

Seyidoğlu, Halil (1988); Uluslararası İktisat, Teori, Politika, Uygulama ; Turhan Kitapevi, 8.Baskı, Ankara

----- (1992), Ekonomik Terimler ; Güzem Yayınları, Ankara

Singh, Afit (1991); " International Competitiveness and Industrial Policy " , Economic Development Institute of the World Bank

SİAR (1988-a); Türk İmalat Sanayiinin Yapısı ve Avrupa Topluluğuna Katılma Konusundaki Düşünce ve Beklentileri (Firma Ölçeklerine Göre Bir Saha Çalışması) ; SİAR, 1988

----- (1988-b); " Prospects for Turkey's Accession to the Community with Special Reference to Competitvity " , Friedrich Ebert Vakfı için Hazırlayan: G.Kazgan, H.Akder, O.Aktan, C.Balkır, G.Turan, S.Üner; İstanbul

Sonay, Necdet (1987); " Gerekli Önlem Alınmazsa Rekabet Gücümüz Zayıflar " , İSO Dergisi , Temmuz 1987

Sahinkaya, Serdar (1992); " Sermaye Birikimi , Sınai Birikim ve İmalat Sanayi " , III.İzmir İktisat Kongresi , Tebliğler, Cilt:2

Simşek, Salih (1988); Lisans Anlaşmaları Yoluyla Teknoloji Transferi , T.O.B.B. Yayın No: 54

T.C.Merkez Bankası (1990); 1990 Yılına Girerken Türk Ekonomisi , Ankara,1990

T.C.Maliye Bakanlığı (1993); 1993 Yıllık Ekonomik Rapor , Ankara,1993

T.C.Resmi Gazete ; Çeşitli Sayılar

T.O.B.B. (1990); Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi , Ankara, 1990

Türkkan, Erdal (1992); " 1980 Sonrasında Sanayileşme " , Türkiye Ekonomisi Sektörel Gelişmeler içinde , Der: Ç.Aruoba, C.Alpar, Türkiye Ekonomi Kurumu, I.Baskı, Ankara

Türkkan, Erdal (1990); Ders Notları

TÜSİAD (1991); 21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi , II.Bölüm, Yayın No:T-91.3. 141, Mart 1991, İstanbul

- Togan, S. - Olgun, H. (1989); " 1980'li Yıllarda Türkiye'de İthalatın Liberalizasyonu ve Gümrük Vergilerinin Yeniden Düzenlenmesi: Bir Değerlendirme " , Ankara Sanayi Odası Dergisi , Eylül,Ekim 1989 , Ankara, pp.20-30
- Uludağ, İlhan - Yılmaz, Tomris (1983); Uluslararası Ekonomi, Reel Yönden Analiz ; Bayrak Yayıncılık, İstanbul
- Uygur, E. (1991); " Policy, Productivity, Growth and Employment in Turkey, 1960-1989 and Prospects for the 1990's " , Special Topic Study, ILO,Genova
- Vernon, R. (1966); " International Investment and International Trade in the Product Cycle " , Quarterly Journal of Economics, May 1966, pp.190-207
- Yeldan, E. (1990); " İhracata Yönelik Sanayileşme ve Bölüşüm-Uyumsuz Büyüme, Türkiye 1980-1989 " , B.Ü. Ekonomi ve İdari Bilimler Dergisi, C.4, s.2 , İstanbul
- World Trade; The Economist, September,22,1990
- Weiss, Frank Dietmar (1983); The Structure of International Competitiveness in the Federal Republic of Germany, World Bank Staff Working Papers , No:571.