

T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK
AVANTAJI VE
TÜRKİYE UYGULAMASI

(Doktora Tezi)
Ergin UZGÖREN

ESKİŞEHİR-1992

Anadolu Üniversitesi
Merkez K

ABSTRACT

As a result of globalization tendencies and rapid technological improvements in the world, international competitiveness advantage can not be merely explained by factor endowments. Hence, it is claimed that, innovative firms and countries which provide appropriate environments for these firms, will gain international competitiveness advantage.

In this research, firstly determinants and development phases of international competitiveness advantage has been investigated in a general framework. Secondly, competitiveness advantage of Turkey has been analysed by using this theoretical framework and a special econometric model designed for Turkey.

İÇİNDEKİLER

TABLolar.....	vi
ŞEKİLLER.....	vii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ TANITIMI VE BELİRLEYİCİLERİ

I. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ TANITIMI.....	5
A. KAVRAM.....	5
B. KAPSAM.....	9
C. ÇEŞİTLİ GÖRÜŞLERİN TANITIMI ve DEĞERLENDİRMESİ.....	17
1. <u>Çeşitli Görüşlerin Tanıtımı</u>	17
a. Klasik Görüş.....	18
b. Çeşitli Kriterleri Esas Alan Görüşler.....	21

ba. <u>İşgücü Maliyetleri Kriteri</u>	21
bb. <u>İhracat Performansı Kriteri</u>	22
bc. <u>Piyasa Payı Kriteri</u>	24
bd. <u>Statik Kaynak Dağılım Kazançları Kriteri</u>	25
be. <u>Teknoloji, Fiyat ve Kapasitenin Etkinliği Kriteri</u>	27
bf. <u>Çok Çeşitli Kriterleri Birlikte Dikkate Alan Görüş</u>	29
2. <u>Çeşitli Görüşlerin Değerlendirmesi</u>	31

II. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ.....

39

A. TEMEL BELİRLEYİCİLER	41
1. <u>Faktör Şartları</u>	43
a. <u>Faktör Varlıkları</u>	44
b. <u>Faktör Nitelikleri</u>	46
c. <u>Faktör Yaratma Mekanizmaları</u>	49
2. <u>Talep Şartları</u>	51
a. <u>Talep Hacmi ve Yapısı</u>	51
b. <u>Talebin Uluslararasılaşması</u>	56
3. <u>Destekleyici ve İlişkili Sanayiler</u>	57
a. <u>Destekleyici Sanayiler</u>	58
b. <u>İlişkili Sanayiler</u>	60
4. <u>Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları</u>	63
a. <u>Firma Stratejisi ve Yapısı</u>	63
b. <u>Rekabet Şartları</u>	72
B. DIŞSAL BELİRLEYİCİLER	77
1. <u>Hükümet Politikaları</u>	77
2. <u>Tesadüfi Faktörler</u>	80

İKİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞTİRİLMESİ

I. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİLER VE GELİŞİM AŞAMALARI	84
A. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİLER	84
1. <u>Faktör Şartları Üzerindeki Dinamik Etkiler</u>	84
2. <u>Talep Şartları Üzerindeki Dinamik Etkiler</u>	89
3. <u>Destekleyici ve İlişkili Sanayiler Üzerindeki Dinamik Etkiler</u>	91
4. <u>Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları Üzerindeki Dinamik Etkiler</u>	94
B. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM AŞAMALARI	98
1. <u>Faktöre Yönelim Aşaması</u>	101
2. <u>Yatırıma Yönelim Aşaması</u>	103
3. <u>Devingen Yaratıcılığa Yönelim Aşaması</u>	108
4. <u>Refaha Yönelim Aşaması</u>	114
II. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM AŞAMALARI MODELİNİN KURULMASI	119

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJI

I. <u>TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK ÇEŞİTLİ ÇALIŞMALARIN TANITIMI VE DEĞERLENDİRMESİ</u>	132
A. ÇALIŞMALARIN TANITIMI.....	133
B. ÇALIŞMALARIN DEĞERLENDİRMESİ.....	147
II. <u>TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ</u>	150
A. TEMEL BELİRLEYİCİLER.....	151
1. <u>Faktör Şartları</u>	151
2. <u>Talep Şartları</u>	164
3. <u>Destekleyici ve İlişkili Sanayiler</u>	170
4. <u>Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları</u>	174
B. DIŞSAL BELİRLEYİCİLER.....	177
1. <u>Hükümet Politikaları</u>	178
2. <u>Tesadüfi Faktörler</u>	179
III. <u>TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞTİRİLMESİ</u>	181
A. MODEL UYGULAMASI.....	181
B. ALINMASI GEREKEN TEDBİRLER.....	195
1. <u>Hükümet Tarafından Alınması Gereken Tedbirler</u>	195
2. <u>Firmalar Tarafından Alınması Gereken Tedbirler</u>	199
SONUÇ.....	200
YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	i-viii

TABLULAR

No	Tablonun Adı	Sayfa No
1	Rekabetedebilirlik Avantajının Gelişim Aşamaları Modelinin Kurulmasında Kullanılan Bağımsız Değişkenler	127
2	Devlet Planlama Teşkilatı' nın Araştırmasına Göre Türkiye' nin Rekabetedebilirlik Avantajına Sahip Olan Sanayileri	134
3	Birleşmiş Milletler Endüstriyel Kalkınma Organizasyonu' nun Yaptığı Çalışmaya Göre Türkiye' nin Karşılaştırmalı Üstünlüğe Sahip Olduğu Mal Grupları (1970-1971, 1976-1977)	135
4	Birleşmiş Milletler Tarafından Yapılan Çalışmaya Göre Türkiye' nin Karşılaştırmalı Üstünlüğe Sahip Olduğu Mal Grupları (1986)	137
5	Çeşitli Kriterleri Dikkate Alarak Yapılan Çalışmaya Göre Türkiye' nin Karşılaştırmalı Rekabetedebilirlik Avantajı	141
6	TÜSİAD Raporuna Göre Türkiye' nin Rekabetedebilirlik Avantajını Yaratan Faktörlerin Sahip Olduğu Önem	143

7	TÜSİAD Raporuna Göre Türkiye' nin Rekabetedebilirlik Avantajına Sahip Sanayileri	145
8	Türkiye' nin Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajını Belirlemeye Yönelik Çalışmalarda Elde Edilen Bulguların Sınıflandırılması	146
9	Türkiye' de Nüfusun Gelişimi ve Yaş Gruplarına Göre Dağılımı	153
10	Türkiye' de Okullaşma Hedefleri ve Gerçekleşme	154
11	Türkiye' de İşgücü Piyasasının Gelişimi	156
12	Türkiye' nin Sermaye Kaynakları	159
13	Türkiye' de Altyapıya Yönelik Sabit Sermaye Yatırımları	161
14	Türkiye' de Toplam Yatırım ve Tüketim Harcamalarının Gelişimi	166
15	Türkiye' de Kişi Başına GSMH' nin Gelişimi	168
16	Regresyon Analizinde Yer Alan Değişkenler (Cari Değerler)	183
17	Toptan Eşya Fiyatları Endeksi (1981=100)	186
18	Regresyon Analizinde Kullanılan Değişkenler (Reel Değerler)	187
19	Türkiye' nin Rekabetedebilirlik Avantajının Gelişim Modelini Açıklayan Bağımsız Değişkenlerin Temsil Ettikleri Gelişim Aşamaları	192

ŞEKİLLER

No	Şekil Adı	Sayfa No
1	Bir Ülkenin Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajının Belirleyicileri	40
2	İtalyan Ayakkabı Sanayiinde Destekleyici ve İlişkili Sanayiler	62
3	Firmaların Genel Rekabetedebilirlik Stratejileri	67
4	Firmaların Değer Yaratma Zinciri	68
5	Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajının Belirleyicileri Arasındaki Dinamik İlişkilerin Başlıca Sonuçları	99
6	Rekabetedebilirlik Avantajının Gelişim Aşamaları	100
7	Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajının Gelişim Aşamaları Üzerinde Temel Belirleyicilerin Başlıca Etkileri	118

8	Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajının Geliştirilmesinde İzlenebilecek Yöntemler	124
9	TÜSİAD Raporuna Göre Türkiye' nin Rekabetedebilirlik Avantajının Yaratıcısı Olan Mevcut Faktörler	144
10	Türkiye' nin Uluslararası Rekabetedebilirlik Avantajının Gelişim Aşaması	194

GİRİŞ

Dünya ekonomisinde 1980'li yılların sonlarına doğru bloklaşmaya dayalı bir yapılaşmadan globalleşmeye doğru bir genel eğilim ortaya çıkmıştır. Bu eğilim sonucu dünya ekonomisinin genel olarak üç merkez üzerinde odaklaştığı söylenebilir: ABD ve Kanada' nın oluşturduğu Kuzey Amerika Merkezi, Avrupa Topluluğu Merkezi ve Japonya' nın önderlik ettiği Pasifik Merkezi. Ekonomik ve siyasal güç odakları olmayı amaçlayan bu merkezler arasında şiddetli bir rekabetedebilirlik avantajı kazanma yarışı başlamıştır. Ancak bu yarışın, kutuplaşmaktan daha çok birleşmeye ve işbirliğine yönelik bir yapı sergilediği görülmektedir. Çok Uluslu Şirketlerin (ÇUŞ) diğer merkezlerdeki pazarları elde edebilmek amacıyla birleşmeleri sonucu "uluslararası şirketler" oluşmaktadır. Bu gelişime sermaye kaynakları açısından bakıldığında ise; Japon sermayesi, Amerikan sermayesi gibi kavramlar büyük ölçüde önemini yitirmektedir. Sermayenin sadece belirli bir ülkeye ait olmaması (sermayenin milliyetsizleşmesi) durumu; dünyadaki ekonomik ve siyasal globalleşmeye yönelik eğilimlerin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Ayrıca hızlı teknolojik gelişmeler sonucu iletişim olanaklarının yaygınlaşması, büyük ölçekli üretimin gerçekleştirilmesi, kalite ve maliyet yönünden teknolojiye dayalı avantajların oluşturulması ve

ürünlerin faktör bileşimlerinin değiştirilebilmesi sağlanmıştır. Bu gelişmeler tüm dünya ülkelerinin reddedemedikleri ve dışında kalmayı göze alamadıkları bir yapı değişikliğini ortaya koymaktadır.

Dünya ekonomisinde globalleşmeye yönelik meydana gelmekte olan yapı değişikliği aynı zamanda ülkelerin uluslararası pazarlardaki konumlarını da etkilemektedir. Çünkü globalleşme eğilimleri ile birlikte, ülkelerin uluslararası rekabetebilirlik avantajlarını genellikle faktör maliyetlerini temel alan klasik teori ve yöntemlere dayanarak açıklamanın önemi azalmaktadır. Buna karşılık uluslararası rekabetebilirlik avantajının her alanda sürekli verimlilik artışları ile açıklanması gerektiği ileri sürülmektedir. Sürekli verimlilik artışının sağlanmasında ise; girişimcilik faktörünün yanı sıra "devingen yaratıcılık" faaliyetlerinin özel bir önemi olduğu görülmektedir.

Serbest piyasa şartları altında devingen yaratıcılık faaliyetlerine yönelerek uluslararası rekabetebilirlik avantajı yaratmak firmalara özgü bir davranış biçimi olarak kabul edilebilir. Ancak konu makro açıdan ele alındığında, firmalar için uygun çevre şartlarına sahip olan ülkelerin uluslararası rekabetebilirlik avantajlarının da yüksek olduğu dikkati çekmektedir. Bu nedenle bir ülkenin uluslararası rekabetebilirlik avantajının kaynağını açıklayan belirleyiciler ve bu belirleyiciler arasındaki temel ilişkilerin genel geçerliliği olan bir sistem halinde açıklanması önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada, uluslararası rekabetebilirlik avantajına yönelik yeni bakış açısının tanıtılmasına, gelişim şartlarının ve aşamalarının ortaya konulmasına yönelik teorik çalışmalar ele alınmıştır. Ayrıca Türkiye'nin uluslararası rekabetebilirlik avantajı bu teorik çerçeve kapsamında incelenmiştir.

Birinci bölümde öncelikle uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kavramı ve bu kavramın kapsamı açıklanarak, konu ile ilgili olarak ileri sürülen çeşitli görüşlerin tanıtımı ve değerlendirmesi yapılmıştır. Daha sonra ise, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri teorik olarak açıklanmıştır.

İkinci bölümde uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri arasındaki dinamik ilişkiler ve buna bağlı olarak gelişim aşamaları ele alınmıştır. Ayrıca bu teorik çerçeve kapsamında, rekabetedebilirlik avantajının gelişimini açıklamayı amaçlayan bir model çalışması genel olarak ortaya konulmuştur.

Üçüncü bölümde ise; Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı incelenmiştir. Bu amaçla ilk olarak daha önce yapılan çalışmalar tanıtılmış ve genel özellikleri değerlendirilmiştir. Daha sonra Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri teorik esaslar dikkate alınarak analiz edilmiştir. Ayrıca Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişimini açıklamayı amaçlayan bir model çalışması yapılarak rekabetedebilirlik avantajının geliştirilmesi için alınması gereken tedbirler üzerinde durulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ TANITIMI ve BELİRLEYİCİLERİ

Dünya ekonomisinde meydana gelen globalleşme eğilimlerinin¹ bir sonucu olarak uluslararası rekabetin kaynağını açıklamaya yönelik uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kavramının kullanıldığı görülmektedir.

Aşağıda öncelikle kavram ve bu kavramın kapsamı açıklanarak, ileri sürülen çeşitli görüşlerin tanıtımı ve değerlendirmesi yapılmıştır. Daha sonra ise, bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri teorik olarak incelenmiştir.

¹ Globalleşme eğilimlerinin düşünsel temelleri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. : Feridun ERGİN, **Uluslararası Politika Stratejileri**, İstanbul Üniversitesi Ya. No. 2008, İktisat Fakültesi No. 347, Çağlayan Basımevi, İstanbul, ?, s. 191.

I. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ TANITIMI

A. KAVRAM

Çıkarları çatışan insanların, grupların, kuruluşların, örgütlerin ve devletlerin amaçlarına ulaşmada, uzlaşma yollarını aramak yerine üstünlük kazanmayı tercih etmeleri durumu **"rekabet"** kavramı ile ifade edilebilir. İktisadi alandaki rekabet ise; kişi veya kuruluşların iktisadi amaçlar doğrultusunda üstünlük kazanma güdüsüyle hareket etmeleridir². Rekabet ortamına giren kişi veya kuruluşlardan bazıları diğerlerine göre **"rekabetedebilirlik"**³ yönünden daha iyi durumda olabilir. Rekabetedebilirliği diğerlerine göre daha yüksek olan kişi veya kuruluşların, bu sonuca ulaşmada kendilerini destekleyen ve **"rekabetedebilirlik avantajı"** olarak nitelendirilebilen bazı özelliklere sahip olduğu söylenebilir. Bu özellikler o kişi ve kuruluşlara serbest rekabet ortamında diğer kişi ve kuruluşlara karşı bir rekabetedebilirlik avantajı sağlayabilecektir.

"Rekabetedebilirlik" kavramının iktisat literatüründeki teorik temelleri incelendiğinde, geleneksel olarak fiyat rekabetedebilirliğine büyük önem verildiği görülmektedir.

2 Örneğin firmalar arasında fiyat, kalite, prestij, reklam, piyasa payı, kar ve satış sonrası hizmet gibi konularda rekabetin oluşabileceğinden söz edilebilir. Bkz.: Feridun ERGİN ve diğerleri, **Genel Ekonomi Ansiklopedisi**, Milliyet Yayınları, c.2, Nisan 1988, s. 771.

3 **"Rekabetedebilirlik"**, kelime anlamı itibarıyla **"rekabet gücü"** veya **"rekabet etme gücü"** olarak ele alınabilir. Ancak bu çalışmada **"rekabetedebilirlik"** ifadesinin kullanılması tercih edilmiştir.

Bu aşamada, rekabetedebilirlik kavramı tamamen firma düzeyinde düşünülmüştür. Bir firmanın rekabetedebilirliğinin yüksek olması; o firmanın üretim maliyeti ve dolayısıyla emek maliyeti ya da işgücünün üretkenliği yönünden diğer firmalara göre avantaj sağlaması ile eşdeğer kabul edilmiştir⁴.

Ancak bu dar kapsamlı tanımlamalar, her ne kadar teorik temelleri bakımından hareket noktası olarak kabul edilse de, 1980' li yıllardaki ekonomik gelişim süreci içinde yetersiz kalmaktadır. Özellikle rekabetedebilirlik uluslararası düzeyde ele alındığında, uluslararası ekonomik ve siyasi yapılanmada ortaya çıkan globalleşme eğilimlerinin dikkate alınması zorunlu olmaktadır.

Uluslararası üretimde, ticari ilişkilerde ve rekabetedebilirlik şartlarında ortaya çıkan hızlı değişimler nedeniyle, geleceğe yönelik gelişmelerin önceden tahmin edilmesi son derece güçleşmektedir. 1970' li yıllarda dünya piyasalarına hakim olan sanayilerin rolü giderek azalırken, 1980' li yıllarda daha etkin bir biçimde rekabet edebilen yeni firmalar ve bunların kurulup faaliyet gösterdikleri ülkeler ortaya çıkmıştır.

Bu şartlar altında, rekabetedebilirlik kavramını; sadece firma ve fiyat, kalite, prestij, reklam rekabeti gibi ayrı ayrı konular bazında analiz etmek yetersiz kalacaktır. Bu şekilde dar kapsamlı bir bakış açısı; aynı zamanda, uluslararası rekabetedebilirliğin yeni boyutunu tam olarak kavramada yanılgıya düşülmesine neden olacaktır.

⁴ Herman MÜEGGE, "Endüstriyel Kalkınmada ve Uluslararası Rekabette Ortaya Çıkan Yeni Eğilimler", TÜSİAD, Piyasa Ekonomilerinde Endüstriyel Kalkınma Stratejileri, içinde, İstanbul, Nisan, 1990, s. 47.

Bu durumda, rasyonel ekonomik kararları alabilmek ve işletmeleri yönetebilmek için ulusal politikaları oluşturanlar ve firma düzeyinde karar alanlar, rekabet ve kalkınma stratejilerini belirlemede ve geleceğe ilişkin tutarlı öngörülerde bulunmada yanılığa düşeceklerdir⁵.

Uluslararası rekabetedebilirlik kavramı hakkında; gerek firma gerekse ülke bazında karşılaşılabilecek bu tür yanılırları en aza indirmeye yönelik olarak geniş kapsamlı bir tanımlama yapılması gerekmektedir.

Bruce R. Scott' un, ABD' nin uluslararası rekabetedebilirliğinin belirlenmesine yönelik çalışmasında yaptığı tanımlamaya göre: uluslararası rekabetedebilirlik; "Bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetlerde diğer ülkeler tarafından üretilen mallar ve hizmetler ile uluslararası düzeyde rekabet etme kabiliyetine sahip olması ve bunun, ülkeye hayat standardında bir yükselme kazandıracak tarzda gerçekleşmesidir"⁶.

Uluslararası rekabetedebilirlik hakkında yapılan diğer geniş kapsamlı tanımlama ise; ABD' nin sanayi rekabetedebilirliğinin incelendiği bir raporda yer almaktadır⁷. Buna göre, uluslararası rekabetedebilirlik; "serbest ve düzenli piyasa şartları altında, vatandaşlarının reel gelirlerini arttırmak ve bunu sürekli hale getirmekle birlikte uluslararası piyasalarda rekabetedebilirliği yüksek

⁵ MÜEGGE, *Endüstriyel*..., s. 43.

⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Bruce R. SCOTT and George C. LODGE, *US Competitiveness in the World Economy*, Harvard Business School Press, 1985, p. 185.

⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz.: _____, *Global Competition: The New Reality*, Volume II, The Report of the President' s Commission On Industrial Competitiveness, January, 1985.

mal ve hizmetleri üretebilme derecesidir".

Bu tanımlamalarda genel olarak olumsuz görülebilecek üç nokta vardır: Birincisi; bir ülkenin ihracat performansının diğer ülkelere nisbetle dikkate alınmasıdır. İkincisi; bir ülkenin uluslararası kredibilitesinden daha çok üretim ve pazarlama kabiliyeti yoluyla daha yüksek bir hayat standardına ulaşacağını varsayılmasıdır. Üçüncüsü; bir ülkenin refahının uluslararasındaki gelişmelerden ve ülke içinde verilen vaatlerden daha fazla yükseltilmesi ve kesimler arasında dağıtılması yollarının tartışmaya açık olmasıdır⁸.

Bir ülkenin uluslararası rekabetebilirliğini sadece ihracat performansı ile üretim ve pazarlama kabiliyetine dayanarak belirlemeye çalışmak yerine, o ülkenin uluslararası rekabetebilirliğinin temel esaslarının ortaya konulması daha önemlidir. Bu amaçla bir ülkenin nasıl bir sanayi yapısı oluşturması gerektiği, uluslararası rekabetebilirlikte avantaj yaratabilecek belirleyicilerin neler olabileceği ve bunlar arasındaki etkileşimlerin genel bir teorik çerçeve içinde ele alınması gerekmektedir. Uluslararası rekabetebilirlik kavramına bu tür bir yaklaşım; uluslararası rekabetebilirliğin genel olarak ülkenin refah düzeyini arttırmakla birlikte, diğer ulusal amaçlara ulaşmada da bir araç olduğunu kabul etmektedir⁹.

⁸ Alan RUGMAN, "National Strategies for International Competitiveness", MULTINATIONAL BUSINESS (UK), n. 3, 1985, p. 1.

⁹ Burada sözü edilen amaçlar şu şekilde sıralanabilir: refah düzeyinin yükseltilmesi, ticaret açıklarının azaltılması, daha fazla ve daha iyi iş olanaklarının yaratılması, bütçe açıklarının azaltılması ve ulusal güvenliğin daha da güçlendirilmesi. Ayrıntılı bilgi için bkz.: _____, **Global Competition: The New Reality**, Volume I, The Report of the President's Commission On Industrial Competitiveness, January, 1985.

Yukarıda yapılan açıklamalar çerçevesinde, uluslararası rekabete edebilirlik avantajı: Dünyadaki globalleşme eğilimlerinin ortaya koyduğu genel şartlara uygun olarak, firmaların ürettikleri mal ve hizmetlerde rakiplerine karşı üstünlük kazanmaları; ülkelerin ise bu tür firmaların kurulması için gerekli ortamı sağlamada diğer ülkelere nisbeten bazı özel şartlara sahip olmasıdır.

B. KAPSAM

Uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kavramının kapsamını açıklayabilmek için, öncelikle bu kavramın geliştirilmesinin veya yeni bir bakış açısı getirilmesinin nedenleri üzerinde durulması gerekmektedir. Bu amaçla, dünyadaki globalleşme eğilimleri ile uluslararası rekabete edebilirlik şartlarında meydana gelen gelişmeler kısaca incelenecektir.

Globalleşmenin gerçekleştiği -teorik olarak- varsayıldığında; ölçek ekonomilerinin artacağı, taşıma ve depolama maliyetlerinin azalacağı, dağıtım kanallarının daha rasyonel çalışacağı, faktör maliyetlerinin değişeceği, ülkelerin ekonomik ve sosyal şartlarının sınırlanacağı ve hükümet zorlamalarının azalacağı ileri sürülmektedir¹⁰. Bu nedenle ekonomisini geliştirmek isteyen her ülke; dünya ekonomisindeki global ekonomik ve politik gelişmelere uygun yeni yaklaşımlar geliştirmek zorundadır. Bir ülkedeki teşhis ve politikalar; sadece yurt içi piyasa şartlarının değil, dünyadaki piyasa

¹⁰ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Michael E. PORTER, **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**, The Free Press, New York, 1980, p. 287.

şartlarının sürekliliğini ve etkinliğini gittikçe daha fazla kabul edecektir.

Globalleşme eğilimleri sonucu uluslararası meydana gelen yapı değişikliklerinin temelleri kısaca şu şekilde açıklanabilir¹¹:

1. Ülkeler, uluslararası düzendeki yeni kuralları ve davranış normlarını ve bu düzene katılmada üstlenecekleri görevleri ortaya koymak için; aralarında uzlaşmayı sağlayacak bir yapı oluşturmaya ve yurt içi sektörel politikalarını uluslararası düzeyle uyumlu bir şekilde harekete geçirmeye ihtiyaç duyacaklardır. Ülkeler, uluslararası yapı değişikliği içinde sadece ticaret politikalarını değil, yurt içi sanayi ve tarımsal politikalarını da gözden geçirmek zorunda kalacaklardır. (Örneğin; çelik ve otomotiv sanayilerinde sadece yurt içine yönelik politikalar geliştirmek gittikçe güçleşmektedir.)

2. Ticaret ve finansmanın karşılıklı bir uyum içinde işletilmesi gerekmektedir. Burada ticaret ile ilgili döviz kuru politikası, sanayi kalkınma ve plana dayalı kalkınma yardımları ile ihracat finansmanı gibi konular önem kazanmaktadır. Bu konuda IMF, Dünya Bankası, GATT ve OECD gibi kuruluşlar yeni bir yapı oluşturmak için çalışmaktadır.

3. Her ülkenin yurt içi makro ekonomik politikalarının 1980' li yıllar öncesinde olduğundan daha fazla ayrıntılı ve uluslararası politikalarla uyumlu olma zorunluluğu görülmektedir. Çünkü rekabetebilirlikte azalma, enflasyon baskılarının uluslararası

¹¹ ———. **World Trade Competition: Western Countries and Third World Markets**, Center for Strategic and International Studies, Praeger Special Studies, USA, 1981, p. 443.

etkileri ve politika hedeflerinin uyumsuzluğu gibi sonuçlardan kaçınmak gerekmektedir.

Diğer yandan uluslararasıdaki yapı değişikliklerine uygun olarak bir ülkenin hükümet politikalarında da yeni yapı değişikliklerine gereksinim duyulmaktadır. Hükümet politikalarında meydana gelebilecek yapı değişiklikleri temel olarak şu şekilde açıklanabilir¹².

1. Değişen global rekabete edebilirlik şartlarına uygun ve zamanında karşılık verilebilmesi için, kamu ve özel kesim dayanışmasına ihtiyaç duyulması.

2. Anti-tröst kanunlarının yürürlüğe konulması ve rekabete edebilirlik politikaları için diğer ülkelere nisbeten farklı yöntemler belirlenmesi.

3. Uluslararası rekabete edebilirlikte ve yurt içindeki sanayinin yeniden yapılanmasında bankacılık kesimi tarafından üstlenilecek rolün biçimlendirilmesi. Bu kapsam dahilinde eximbank gibi kuruluşların faaliyetlerinin genişletilmesi ve yeni bir düzene sokulması.

4- Yurt içi ekonomik politika seçeneklerinin; uluslararasıda karşılıklı etkileri açıkça test edilmiş olan diğer farklı yapıdaki politikaları da kapsayabilmesi.

5- Kalkınma yardımı politikalarının global ticareti sağlamlaştırmak için hem genel hem de seçici olarak formüle edilmesi.

¹² _____, *World...*, p. 444.

Globalleşme eğilimleri doğrultusunda gerek genel olarak dünya ekonomisinde gerekse ayrı ayrı ülke ekonomilerinde ortaya çıkan yapı değişiklikleri, aynı zamanda uluslararası rekabete edebilirliğin globalleşmesini kolaylaştıran faktörler şunlardır: Karşılaştırmalı üstünlükler, -üretimde, lojistikte, pazarlamada ve satın almada- ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırma, global tecrübe, geliştirilen özel üretim teknolojileri ve üretimin hareketliliği¹³.

Uluslararası rekabete edebilirliğin globalleşmesinde hiç şüphesiz en büyük katkı, "karşılaştırmalı üstünlükler" tarafından sağlanmaktadır. Bir ülke faktör maliyeti veya kalitesi yönünden diğer ülkelere ve faktörlere nisbeten karşılaştırmalı bir avantaja sahip olabilir. Böylece bu ülkeler, avantajlı buldukları faktörlerin kullanımını gerektiren ürünlerin üretim ve ihracatında da diğer ülkelere ve mallara nisbeten avantajlı olacaklardır. Ülkelerin karşılaştırmalı avantajları bulunan bu sanayilerde faaliyet gösteren global firmalarının stratejik konumu, aynı zamanda o ülkelerin dünya çapındaki konumunda ortaya koymaktadır.

Globalleşmeyi kolaylaştırmada ölçek ekonomilerinin artırılmasının da önemli bir yeri vardır. Ölçek ekonomileri, özellikle maliyet avantajı yaratılmasında etkili olmaktadır. Belirli bir sanayide dünya çapında üretimde bulunan bir kaç firmanın birleşmesiyle global üretim ölçeğine ulaşılarak maliyet avantajı yaratılması söz konusu olabileceği gibi; lojistik hizmetlerin sağlanmasında, ürünlerin pazarlanmasında ve çeşitli girdilerin satın alınmasında da ölçek ekonomilerine ulaşılması sonucu maliyet avantajı elde edilebilecektir.

Diğer yandan, global şartlardaki uluslararası rekabete edebilirlik; özellikle teknolojik yönden kendisini sürekli olarak yenileyen ve

¹³ Ayrıntılı bilgi için bkz.: PORTER, *Competitive...*, p. 278.

ürünlerini farklılaştırarak belirli bir marka imajı yaratan, kredibilitesi yüksek firmaların olmasını gerektirmektedir. Burada firmaların ürün farklılaştırması yapması yanında, kendilerine ait bir üretim teknolojisine sahip olmaları da önemlidir. Global şartlar, sahip olunan bir teknolojinin birkaç ülkede aynı zamanda faaliyete geçirilmesi sonucu oluşabilir.

Uluslararası rekabetedebilirliğin global şartlarını sağlamada üretimin hareketliliğinin de payı vardır. Üretimin sürekli hareketli olmasını gerektiren sanayilerde elde edilen bir teknolojinin bütün ülkelere sağlayacağı fayda, bir ülkeye sağlayacağından daha fazla olacaktır. Ayrıca teknoloji geliştirilmesi için gerekli olan büyük miktardaki harcamaların da, üretimdeki hareketlilik sayesinde yararlanan bütün ülkelere paylaştırılması söz konusudur¹⁴. Globalleşmeyi destekleyen bu tür faktörler arasında karşılıklı bir etkileşim veya birleşimin gerçekleşmesi, uluslararası rekabetedebilirliğin temellerini sağlamlaştıracaktır.

Diğer yandan, uluslararası rekabetedebilirliğin globalleşmesi karşısında çeşitli engeller yaratan faktörler de vardır. Globalleşmeye karşı ekonomik, idari ve mevzuata ilişkin engellerden söz edilebilir.

Uluslararası rekabetedebilirliğin globalleşmesi karşısında olumsuz etkiler yaratan; taşımacılık ve depolamada karşılaşılan sorunlar, talep yapılarının her ülkenin sosyo-ekonomik ve kültürel özelliklerine göre farklılık göstermesi, oluşturulan dağıtım kanallarının ve satış hacminin yetersiz gelmesi ve coğrafi olarak piyasalar arasında çok büyük farklılıkların bulunması ve dünya talebinin daralması gibi

¹⁴ Örneğin: dünya çapında büyük inşaat projeleri gerçekleştiren firmalar iş aldıkları ülkelere nitelikli elemanları ile birlikte mevcut makina parklarını da götürmektedir.

ekonomik engeller bulunmaktadır¹⁵.

Diğer yandan ülkeler arasında vergi uygulamalarında ve idari hizmetlerde farklılıklar bulunması ve idari uygulamaların teknolojinin hızlı gelişimine yetişememesi gibi idari engeller yanında, ülke hükümetlerinin yurt içindeki sanayileri korumak amacıyla almış olduğu kararları içeren mevzuatlar da uluslararası rekabete edebilirliğin globalleşmesini engelleyebilir.

Uluslararası rekabete edebilirlik kavramının kapsamında yer alan globalleşme olgusunun açıklanması sonucu, bir firmanın değer yaratma zincirindeki¹⁶ bazı faaliyetleri çoğu kez kuruluş yeri¹⁷ olan ülke dışındaki diğer ülkelerden de sağlayabileceği görülmektedir.

Bu durumda uluslararası rekabete edebilirliğe yeni bakış açısı; bir firmanın uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kazanmasında ülkelerin sahip olduğu rolün azaldığını değil, bu rolün niteliğinin değiştiğini ortaya koymaktadır. Artık bir ülkenin, belirli bir sanayide rekabete edebilirlik avantajı yüksek firmalar yönünden niçin daha çok veya az istek uyandıran bir kuruluş yeri olduğunun açıklanması önem kazanmıştır.

Uluslararası rekabete edebilirliğin yapısında "denge" değil "sürekli değişim" in olduğu görülmektedir. Sürekli değişim içinde olan rekabete edebilirlikte avantaj kazanmanın temelini de sürekli

¹⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz.: PORTER, *Competitive...*, p. 282.

¹⁶ Bir firmanın "değer yaratma zinciri" nin ayrıntılı açıklaması için bkz.: Bu Çalışma, Birinci Bölüm, s. 68.

¹⁷ Kuruluş yeri; bir firma için uluslararası rekabete edebilirlik stratejilerinin oluşturulduğu, temel ürün ve işlemlerin geliştirildiği, başlıca ve kişiye özel becerilerin bulunduğu ülke olarak dikkate alınmıştır.

verimlilik artışlarının oluşturduğu ileri sürülmektedir¹⁸. Ayrıca sürekli verimlilik artışının sağlanması amacıyla "devingen yaratıcılık" faaliyetlerine büyük önem verilmesi gerekmektedir¹⁹. Çünkü bugün sahip olunan bir rekabetebilirlik avantajı kısa bir süre içinde devingen yaratıcılık faaliyetleri sonucu etkisiz hale gelebilir.

Ayrıca uluslararası rekabetebilirlik avantajı kazanmada; bazen firmaların yeni bir teknolojiyi veya yeni bir ihtiyacı kavramaları dahi gerekmeden, onları sadece atik bir şekilde kendi çıkarlarını düşünerek kullanmaları da önemlidir. Bu durumda da yine o firmalara kuruluş yeri olan olan ülkeler tarafından sağlanan koşulların büyük rol oynayacağı unutulmamalıdır.

Firmalar bir sanayide rekabetebilirlik avantajı kazanmak için daha verimli ve yeni üretim yöntemleri bulup veya mevcut olanları daha iyi kavrayıp uygulamaya koyabilmelidir. Firmaların bu tür girişimleri "devingen yaratıcılık" faaliyeti olarak isimlendirilebilir.

Burada, devingen yaratıcılık geniş kapsamlı bir kavram olarak dikkate alınmaktadır. Bu anlamdaki devingen yaratıcılık kavramının kapsamına; daha verimli üretim metodlarını ve yöntemlerini ortaya çıkaran teknolojik gelişmeler, ürün değişiklikleri, pazarlamada yeni

¹⁸ Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz.: _____, *Global...*, Volume I, p. 15; Michael E. PORTER, "What is National Competitiveness?", HARVARD BUSINESS REVIEW, March-April, 1990, p. 84-85; Emre GÖNEN, "Uluslararası Rekabette Verimlilik Sorunları", 1. VERİMLİLİK ŞURASI, 4-6 Aralık 1990, Milli Prodüktivite Merkezi Ya. No. 436, Ankara, 1991, s. 141.

¹⁹ Dvingen yaratıcılık faaliyetlerinde özellikle Schumpeter' in kapitalist sistemin gelişmesini sağlayan unsurlar olarak kabul ettiği yenilikler ve müteşebbislik temel hareket noktasını oluşturmaktadır. Bkz.: Mükerrrem HİÇ, *Büyüme ve Gelişme Ekonomisi*, Sermet Matbaası, Kırklareli, 1981, s. 53.

yaklaşımlar, yeni dağıtım kanalları ve yeni rekabete edebilirlik alanları dahil edilebilir²⁰.

Devingen yaratıcılık ile bir sanayide belirli bir değişiklik yapılması değil, bu değişikliğin daha ileri götürülmesi ve uygulamaya geçirilmesi önem kazanmaktadır. Pratik olarak devingen yaratıcılık oldukça olağan, güncel bir olaydır. Devingen yaratıcılık daha çok bu güncellik içindeki küçük bilgi birikimleri ile temel teknolojik ilerlemelerin bir araya getirilmesidir. Devingen yaratıcılığın sonucunda, daha önce varolmasına rağmen dikkatli bir şekilde araştırılmayan -diğer bir ifadeyle- "yeni" olmayan fikirlerin ortaya çıkarılması genellikle mümkündür.

"Innovation" kavramının türkçe sözlük anlamı "yenilik, yaratıcılık" olarak belirtilmektedir. Ancak bu durumda "Innovation" kavramının içinde bulunan dinamik öğeler tam olarak yansıtamamaktadır. Çünkü, Innovation; yeni teknoloji yaratma, bunu geliştirme, tekrar yenileme, gerekli değişiklikleri yapma ve sonuçta elde edilen bütün gelişmeleri uygulamaya aktarmayı kapsar. Ayrıca bunlara ilave olarak işletmeler yönünden Innovation; rekabete edebilirlik avantajı yaratma sürecini de açıklar²¹. Bu nedenle, Innovation kavramının türkçe karşılığı olarak "Devingen Yaratıcılık" ifadesinin kullanılması uygun görülmüştür.

²⁰ Peter F. DRUCKER, **Innovation and Entrepreneurship Practice and Principle**, New York, Harpes and Row Publishers, 1985, p. 139.

²¹ James Brian QUINN, **"Managing Innovation: controlled chaos"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, May-June, 1985, p. 74.

C. ÇEŞİTLİ GÖRÜŞLERİN TANITIMI ve DEĞERLENDİRMESİ

Uluslararası rekabete edebilirlik avantajı ile ilgili olarak çeşitli teorik ve uygulamaya yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle, yeni bir uluslararası rekabete edebilirlik avantajı yaklaşımının ortaya konulmasında; konu hakkında daha önce yapılmış olan bu çalışmaların tanıtılarak, geçerlilik ve yeterlilik derecelerinin yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir.

1. Çeşitli Görüşlerin Tanıtımı

Uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kavramı ilk kez uluslararası ticaret teorisinin temelini oluşturan "Klasik Dış Ticaret Teorisi" çerçevesinde ele alınmıştır. Klasik dış ticaret teorisinde bu kavram hakkında ileri sürülen görüşler, her ne kadar II.Dünya Savaşı sonrasında uluslararası rekabet koşullarındaki değişiklikleri tam olarak açıklamaktan uzak olsa da, konu ile ilgili teorik temelleri oluşturması yönünden daima yol gösterici olmuştur. Bu nedenle, Uluslararası rekabete edebilirlik avantajı hakkında daha sonraları yapılan çalışmalar, ya klasik dış ticaret teorisi çerçevesinde yapılmış olan açıklamaları genişletici ya da bu teorisin eksikliklerini giderici yönde olmuştur.

Aşağıda öncelikle, uluslararası rekabete edebilirlik avantajı hakkındaki klasik görüş incelendikten sonra, çeşitli kriterleri esas alan diğer görüşler hakkında bilgi verilmiştir.

a. Klasik Görüş

Klasik dış ticaret teorisinin temellerini atan Adam Smith'in ortaya koyduğu "Mutlak Üstünlükler Teorisi"ne göre; bir ülke düşük maliyetle ürettiği malı, ihraç etmelidir. Diğer bir ifadeyle bir ülke, diğer ülkelere göre bir malı başka mallara kıyasla mutlak olarak daha ucuza üretiyorsa, o malın üretiminde uzmanlaşmalı, mutlak üstünlüğe sahip olmadığı diğer malların üretim ve ihracatını ise bu üstünlüğe sahip olan ülkelere bırakmalıdır ²².

Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisi, uluslararası ticaretin niçin yapıldığını ilk defa ortaya koyması açısından başarılıdır, ancak uluslararası ticaretin tümünü açıklayamaması ve bazı varsayımların gerçekçi olmaması nedeniyle de başarısızdır.

Mutlak üstünlükler teorisinin eksikliklerini gidermeye yönelik olarak ilk kez R.Torrens tarafından ortaya atılan fikirler, David Ricardo tarafından geliştirilerek "Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" oluşturulmuştur.

David Ricardo, karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ile; ülkelerin mutlak bir üstünlüğe sahip olmalarının yanı sıra, nisbi olarak bir üstünlük sağlamalarının dahi birbirleri ile ticarete başlamaları için yeterli olabileceğini kanıtlamıştır. Bu teoriye göre; her iki malın üretiminde de mutlak olarak dezavantajı bulunan ülke, daha az dezavantaja sahip olduğu malı üretilip ihraç ederse, bu malın üretim ve ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olur²³.

²² Rıdvan KARLUK, *Uluslararası Ekonomi* , Genişletilmiş Üçüncü Baskı, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1991, s. 15.

²³ KARLUK, *Uluslararası...*, s. 17.

David Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde ticaret, ülkeler arasındaki işgücü verimlilik farklılıklarına, diğer bir ifadeyle "klasik emek-değer teorisi"ne dayanmaktadır. Klasik emek-değer teorisine göre; bir malın fiyatını o malın üretiminde kullanılan işgücü değeri belirlemektedir. Böylece tek üretim faktörünün emek ve sabit maliyet şartlarının geçerli olduğu varsayıldığında, her ülke nisbi olarak daha fazla faktör verimliliğine sahip olduğu malların üretiminde üstünlük sağlayacaktır. Ricardo'ya göre her ülkenin fiziki imkanları diğerlerine göre farklı olduğu için üretimde de farklı faktör verimlilikleri söz konusudur. Bu nedenle her ülke faktör kullanımı yönünden nisbi olarak diğer ülkelere göre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu üretim dallarına yönelmelidir.

Klasik karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin Ricardo versiyonunda ortaya çıkan eksiklikleri gidermek amacıyla yeni katkılar getiren daha üstün bir versiyonu, Heckscher-Ohlin (H.O.) tarafından ortaya konmuştur. "Faktör Donatımı veya Faktör Oranları Teorisi" olarak da adlandırılan bu H.O. versiyonuna göre; bir ülke hangi üretim faktörüne daha fazla sahipse, üretimi o faktörün yoğun olarak kullanılmasını gerektiren malları daha ucuza üretir, bu malların üretiminde üstünlüğe sahip olur ve ihracatını gerçekleştirir²⁴. Ayrıca H.O. versiyonunda üretim faktörleri sadece emek, sermaye ve tabiat faktörlerinin niceliksel değerleri olarak değil, bunların nitelik farklılıklarını da kapsayacak şekilde ele alınmaktadır²⁵.

Yukarıda açıklanan genel teorik gelişim çizgisi içinde kısaca

²⁴ Halil SEYİDOĞLU, **Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama**, Geliştirilmiş Altıncı Baskı, Güzem Ya. No. 2, İstanbul, 1988, s. 64.

²⁵ Rıdvan KARLUK, **"Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisinin Gelişmekte Olan Ülkeler Yönünden Geçerliliği Üzerine Düşünceler"**, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası Cilt 33, 1973-1974, Sayı 1-4'den ayrı basım, İstanbul, 1976, s.224.

belirtmek gerekirse; karşılaştırmalı üstünlükler teorisine göre ülkelerin bol şekilde sahip oldukları üretim faktörlerinin, üretim sürecinde yoğun şekilde kullanıldığı malların üretiminde faktöre dayalı karşılaştırmalı üstünlükleri vardır. Bu nedenle bu ülkeler bu tür malların üretiminde ihtisaslaşarak üretim ve ihracatlarını arttırmalı ve karşılaştırmalı olarak üstünlüğe sahip olmadıkları malları ithal etmelidirler.

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi buraya kadar açıklanmış olan niteliklerinden ve dayanmış olduğu varsayımlardan da anlaşılacağı gibi, bir "statik genel denge teorisi"dir. Teoriye statik niteliğini kazandıran varsayımlar kısaca şu şekilde sıralanabilir²⁶:

- Ekonomide üretim faktörlerinin miktarı sabit, fakat ülke içinde mobilizasyonu tamdır. Üretim faktörlerinin uluslararası serbest dolaşımı ise kısıtlanmıştır.
- Ekonomide zevklerin ve üretim teknolojisinin değişmediği kabul edilmektedir.
- Faktör ve mal piyasalarında tam rekabet şartları geçerli bulunmaktadır.
- Ticarete başlamadan önce, ekonomi tam istihdam denge seviyesini korumakta ve mevcut kıt kaynaklar ekonomide en rasyonel şekilde dağılmış bulunmaktadır.
- İki malı, iki ülke ve H.O. versiyonunda iki üretim faktörü olduğu varsayılmaktadır.
- Ekonomide dışsal tasarruflar ile ekli ekonomilerin varlığı kabul edilmemektedir.

H.O. versiyonuna göre bu varsayımlara ek olarak;

- İki ülkede de özdeş üretim fonksiyonlarının olduğu kabul edilmektedir.

²⁶ KARLUK, *Karşılaştırmalı...*, s.222.

- Girdi arzının sabit ve aynı nitelikte olduğu ve
- Belli mal-fiyat oranlarında tüketim kalıbının değişmediği kabul edilmektedir.

b. Çeşitli Kriterleri Esas Alan Görüşler

ba. İşgücü Maliyetleri Kriteri

Uluslararası rekabete edebilirlik avantajı hakkında çeşitli kriterleri esas alan görüşlerden en çok bilineni "İşgücü Maliyetleri Kriteri"dir. İşgücü maliyetleri kriteri fiyat rekabete edebilirliğini belirlemeye yöneliktir. Klasik emek-değer teorisini temel alan bu kritere göre; genel olarak işgücü maliyetleri düşük olan ülkelerin uluslararası rekabete edebilirlik avantajı yüksek olacaktır.

İşgücü maliyetleri kriteri uluslararası karşılaştırmalar yapmak amacıyla iki şekilde ele alınmaktadır: Bunlar Birim İşgücü Maliyeti (ULC) ve Nisbi Birim İşgücü Maliyeti (RULC)'dir. Birim işgücü Maliyeti (ULC); sabit fiyatlarla gayri safi üretimin işçilere ödenen ücretler ve katılan diğer sosyal maliyetlere oranlanmasıdır.

Nisbi birim işgücü maliyetleri (RULC) ise; bir ülkenin sabit fiyatlarla gayri safi üretiminin, ticarete bulunduğu diğer ülkelerin ULC'lerine oranlanması ile bulunur. Nisbi birim işgücü maliyetlerinin bulunması ile, ULC uluslararası karşılaştırmalar için elverişli hale getirilmiş olur²⁷.

İşgücü maliyetleri kriterinde, genel olarak birim işgücü maliyetleri dışında kalan hammadde fiyatları ve sermaye maliyetleri

²⁷ Jan FAGERBERG, "International Competitiveness," THE ECONOMIC JOURNAL (UK), Jun 1988, v.98, n.391, p.351.

gibi diğer faktörlerin üretimin toplam maliyetini anlamlı bir şekilde etkiledikleri kabul edilmekle birlikte birim işgücü maliyetlerinin her birim çıktının toplam maliyeti içinde temel bileşen olduğu varsayılmaktadır²⁸.

Bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesinde, birim işgücü maliyeti karşılaştırmaları bir ölçü olarak kullanılmaktadır. Buna göre eğer bir ülkede birim işgücü maliyeti diğer ülkelerdekinden daha fazla yükselirse, o ülkenin yurt içi ve yurt dışı pazar paylarının azalacağı, ekonomik büyümesinin engelleneceği ve işsizlik oranının artacağı, dolayısıyla rekabetedebilirlik avantajının zayıflayacağı ileri sürülmektedir. Bir ülkenin nisbi birim işgücü maliyetlerinde artış yaratan temel faktörler şunlardır:

- Ulusal para birimi cinsinden işçi ücretleri ve katılan sosyal maliyetlerin diğer ülkelere nisbeten daha hızlı artması
- Döviz kurlarının diğer ülkelere nisbeten yükselmesi.
- Verimlilik artışının diğer ülkelere nisbeten daha düşük düzeyde gerçekleşmesi²⁹.

bb. İhracat Performansı Kriteri

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ile ilgili uygulamalarda en çok kullanılan ölçülerden birisi "İhracat Performansı Kriteri"dir. İhracat performansı kriteri kullanılarak bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu mal grupları (veya sanayiler) belirlenmektedir. Bunun sonucunda ülkenin o sanayilerde uluslararası rekabetedebilirlik

²⁸ IMENZLER-HOKKANEN, "Can International Competitiveness be Measured by the Relative Unit Labour Cost Approach? A Comment on Professor Artto", MANAGEMENT INTERNATIONAL REVIEW (Germany), First Quarter, v.29, n.1, 1989, p.72.

²⁹ FAGERBERG, "International...", p.355.

avantajının yüksek olduğu ileri sürülmektedir.

İhracat performansı kriterinin hesaplanmasında kullanılan formül "İhracat Performansı Oranı" olarak isimlendirilmektedir³⁰.

$$e_{ij} = \frac{\frac{X_{ij}}{X_{wj}}}{\frac{X_{im}}{X_{wm}}}$$

Burada;

X= İhracat değeri

i= Ülke adı

j= Mal grubu (sanayi)

m= Toplam üretim

w= Dünya toplam değerlerini gösterir.

İhracat performansı oranı; i ülkesindeki j sanayisinin ihracatının dünya ticareti içindeki payı ile, i ülkesinin toplam üretiminin dünya toplam üretimi içindeki payının birbirine oranlanması sonucu bulunur. Bu oranın 1'e eşit olması; bir ülkenin herhangi bir malın üretiminde dünya ölçeğindeki ağırlığı neyse, o malın ihracatında da aynı ağırlığa sahip olmasıdır.

Böyle bir eşitliğin gerçekleşmemesi halinde ise, iki çeşit olasılıktan söz edilebilir. Birinci olasılık, bir ülkenin herhangi bir malın üretiminde dünya ölçeğindeki ağırlığına nisbeten, o malın ihracatında daha az ağırlığa sahip olmasıdır. İkinci olasılık ise, bir ülkenin

³⁰ ———, **Changing Patterns of Trade in World Industry: An Empirical Study on Revealed Comparative Advantage**, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 1982, p. 24.

herhangi bir malın üretiminde dünya ölçeğindeki ağırlığına nisbeten, o malın ihracatında daha fazla ağırlığa sahip olmasıdır. Birinci olasılık durumunda oran 1'den küçük ikinci olasılık durumunda ise, 1'den büyük olacaktır³¹.

Genellikle bir ülkenin belirli mallardaki ihracatı dikkate alınarak hesaplanan ihracat performansı oranı, ülkenin o mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olup olmamasının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Çeşitli ülkelerin ihracat performansı oranlarının karşılaştırılması sonucu; ülkelerin ticaret kalıbının ortaya çıkarılması ve rekabetedebilirlik avantajının yüksek olduğu sanayilerin belirlenmesi mümkün olabilmektedir.

bc. Piyasa Payı Kriteri

Piyasa payı kriteri görüşü, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik olarak yapılan çeşitli çalışmalarda kullanılmıştır. Piyasa payı kriterine göre; bir ülkenin ihracatının dünya toplam ihracatı içindeki payı ölçü olarak alınmaktadır. Burada, bir ülkenin gerek toplam ihracatının dünya toplam ihracatı içindeki payı, gerekse her bir sektör ihracatının o sektörün dünya toplam ihracatı içindeki payı incelenebilmektedir³².

Piyasa payı kriterinin hesaplanmasında kullanılan formül "Piyasa Payı Oranı" olarak isimlendirilmektedir. Bu oran; ülkenin toplam ihracatı dikkate alındığında,

$$P_i = \frac{X_i}{X_w}$$

³¹ ———, *Changing...*, p. 26.

³² RUGMAN, *"National..."*, p. 5.

ve ülkedeki belirli bir sektörün ihracatı dikkate alındığında ise;

$$P_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{wj}}$$

oranından hesaplanmaktadır.

Burada;

X = İhracat değeri

i = Ülke adı

j = Mal grubu (Sanayi)

w = Dünya toplam değerleri'dir.

Piyasa payı oranları açısından ülkeler arası karşılaştırmalar yapılarak, yüksek orana sahip olan ülkelerin uluslararası rekabete edebilirliğinin de yüksek olduğu konusunda yorumlar getirilmektedir. Aynı zamanda, bir ülkenin ihracat sektörleri hakkında yapılan hesaplamalar sonucu ise; o ülkenin bir sektördeki ihracatın aynı sektördeki dünya toplam ihracatı içindeki payı bulunarak uluslararası karşılaştırmalar yapılabilmektedir. Böylece bir ülkenin yüksek piyasa payına sahip olduğu sektörlerde, uluslararası rekabete edebilirlik avantajının da yüksek olduğu ileri sürülmektedir.

bd. Statik Kaynak Dağılım Kazançları Kriteri

Statik kaynak dağılım kazançları kriteri; bir ülkedeki sanayileri, teknoloji veri iken belirli bir baz yılında, dünya fiyatları ile karşılaştırmalı üstünlüklerine göre sıralayarak, rekabete edebilirlik

avantajlarını belirlemeyi amaçlamaktadır³³. Statik kaynak dağılım kazançları kriterinde aşağıdaki formül kullanılmaktadır.

$$g_i = \frac{\hat{z}_j}{w\hat{l}_j + c\hat{k}_j} - 1$$

Burada;

$\hat{z}_j$ = Ticareti yapılan j malının birim üretiminde yaratılan ve dünya fiyatları ile değerlendirilmiş doğrudan ve dolaylı katma değerdir (Uluslararası Katma Değer)³⁴

$\hat{l}_j$ ve $\hat{k}_j$ = j malının üretiminde doğrudan veya dolaylı olarak gerekli olan emek ve sabit sermayenin optimal miktarlarıdır.

w ve c = Emek ve sabit sermayenin gölge fiyatlarını gösterir.

Eşitliğin sağ tarafındaki ilk terim; gölge fiyatları ile değerlendirilen üretim faktörlerine yapılan bir birimlik harcamanın Uluslararası Katma Değerde (UKD) yaratacağı artışın parasal değerini göstermektedir. Buna göre g_i katsayısının dış ticaret literatüründe "yurt içi kaynak maliyeti" olarak tanımlanan göstergenin bir benzeri

³³ Bu kriter bir genel denge modeli içinde Henderson tarafından geliştirilmiştir. Bkz.; Okan H. AKTAN, Tercan BAYSAN, "Türk Ekonomisinin Dünya Ekonomisine Entegrasyonu: Liberasyon, Karşılaştırmalı Üstünlük ve Optimum Politikalar", ODTÜ GELİŞME DERGİSİ, 12(1-2), 1984, s. 88' den J.M. HENDERSON, "Optimal Faktör Allocation For Thirteen Countries", in Anne O. KRUEGER (ed.), *Trade and Employment in Developing Countries: Factor Supply and Substitution*, National Bureau of Economic Research, v.2, University of Chicago Press, 1982.

³⁴ Uluslararası Katma Değer (UKD) ; ticareti yapılan malların dünya fiyatlarındaki üretim değeri ile ticarete konu olan tüm girdilerin yine dünya fiyatları ile hesaplanmış maliyeti arasındaki fark olarak hesaplanmaktadır. Bkz.; AKTAN, BAYSAN, "Türk ...", s. 81.

olduğu söylenebilir. Bu formülün dünya fiyatları ile çözümünü sonucu ise, bir ülkenin değişik sektörlerinde maliyet faktörlerinin yaratılan UKD ye nisbeten hangi düzeyde oldukları belirlenebilmektedir.

Böylece bir ülke sanayilerinin pozitif g_i lerden negatif g_i lere doğru dizilmesi, potansiyel olarak serbest ticarete ülkenin rekabetedebilirlik avantajının bir sıralamasını yansıtacaktır. Bir ülkenin g_i leri pozitif olan sanayileri uluslararası piyasalarda rekabet edebilecekler, negatif g_i leri olan sanayileri ise, desteklemeler ile ayakta durabilecek veya üretimlerini azaltmak -belki de durdurmak- zorunda kalabileceklerdir³⁵.

Bir ülkenin herhangi bir sanayide pozitif g_i ye sahip olması, o sanayinin emek ve sabit sermaye maliyetlerinin düşük bir sonucudur. Böylece ülkenin o sanayide üretime devam edip ihracat yapması rekabetedebilirlik avantajını arttıracaktır. Eğer bir ülkenin herhangi bir sanayideki emek ve sabit sermaye maliyetleri o sanayinin yarattığı uluslararası katma değerden daha fazla ise; ülkenin rekabetedebilirliği zayıf olacak ve g_i katsayısı da negatif değer alacaktır.

be. Teknoloji, Fiyat ve Kapasitenin Etkinliği Kriteri

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kavramının kapsamına hem teknoloji hem de fiyat açısından rekabetedebilirliğin dahil edildiği ilk açıklamalar, Joseph Schumpeter tarafından yapılmıştır³⁶.

"Ekonomistler belli bir süre sonunda sadece fiyat açısından rekabetin oluştuğunu kabul etmişlerdir... Ancak uygulamada,

³⁵ AKTAN, BAYSAN, "Türk ...", s. 89.

³⁶ FAGERBERG, "International...", p. 359' dan; J.SCHUMPETER, **Capitalism, Socialism and Democracy**, London: Unwin, 1943.

ortaya çıkan yeni mallardan, teknolojilerden arz kaynaklarından ve organizasyon çeşitlerinden doğan rekabet türlerini hesaba katmamışlardır..."

Schumpeter'in savunduğu bu görüşten hareketle, uluslararası rekabetevedilirlik avantajının sadece fiyat rekabetevedilirliğine dayanmadığı ve fiyat dışı faktörlerin de önemli olduğu zaman içinde görülmüştür³⁷. Onun için fiyat ve kapasitenin etkinliği kriteri çerçevesinde, fiyat rekabetevedilirliğinin yanısıra teknoloji ve kapasite etkinliği de modele dahil edilmiştir.

Bu kritere göre; teknoloji ve kapasite ile ilgili faktörler ülkelerin Gayri Safi Milli Hasılları (GSMH) ve uluslararası piyasalardaki paylarının artışında orta ve uzun dönemde çok önemli bir rol oynamasına karşılık, fiyat rekabetevedilirliği -genel kanının tersine- oldukça sınırlı bir role sahiptir.

Bir ülkenin teknoloji ve fiyat açısından sahip olduğu rekabetevedilirlik avantajı yüksek olsa bile, o ülke üretim kapasitesi ile ilgili sınırlamalar yüzünden ürünlerine olan talebi her zaman karşılayamayabilir. Tersine, teknoloji veya fiyat açısından rekabetevedilirlik avantajının zayıf olması durumunda, uluslararası rekabetevedilirlik açısından ortaya çıkabilecek zaafılar, yüksek kapasiteli üretim gücüne sahip olunduğu zaman bir ölçüde giderilebilir. Bu nedenle, bir ülkenin yurt içi ve yurt dışı piyasa paylarındaki büyüme sadece teknoloji ve fiyat düzeyine değil aynı zamanda o ülkenin üretim kapasitesine de bağlıdır³⁸.

37 Alfred MAIZELS, **Growth and trade**, The National Institute of Economic and Social Research, Cambridge at the University Press, 1970, p. 112.

38 FAGERBERG, **International...**, p. 359.

Bu görüş çerçevesinde teknoloji, fiyat ve kapasite bağımsız değişken olarak alınarak, uluslararası rekabete edebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik teknoloji, fiyat ve kapasitenin etkinliği kriteri bir model şeklinde ifade edilmiştir.

Daha sonra bağımsız değişkenleri etkileyen çeşitli faktörler göz önünde tutularak alt modeller kurulmuştur. Örneğin; temel modelde bağımsız değişken olarak ele alınan kapasiteye dayandırılan rekabete edebilirlik avantajındaki artış, aşağıda sıralanan üç faktöre bağımlı olarak bir alt modelde gösterilmektedir³⁹:

Bu faktörler;

- Teknolojik kabiliyette ve know-how' daki gelişmeler,
- Fiziki üretim, inşaat ve taşımacılık ile altyapı donanımlarındaki gelişmeler,
- Talep miktarlarındaki artışlardır.

Diğer yandan, teknolojiye dayanan rekabete edebilirlik avantajını artırmaya yönelik olarak teknolojik faaliyetleri geliştirmede "teknolojik yatırımlar" ın (bilim adamları ve mühendis sayılarını, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) imkanlarını artırmaya yönelik yatırımlar v.b.) en önemli araç olduğu belirtilmiştir⁴⁰.

bf. Çok Çeşitli Kriterleri Birlikte Dikkate Alan Görüş

Firmalar veya sanayiler arası karşılaştırmalar için yönetsel kriterleri ve/veya finansal oranları içeren çok çeşitli göstergeleri bir arada kullanmak pratik bir yoldur. E.M.F. (The World Economic Forum) bu yolla çok çeşitli kriterleri dikkate alıp ülkelerin uluslararası

³⁹ FAGERBERG, *International...*, p. 362.

⁴⁰ Kemal GÜLEÇ, "Yeni Gelişen Teknolojilerin Kalkınmaya Etkisi", *PLANLAMA DERGİSİ*, s. 25, Nisan 1989, s. 52.

rekabetedebilirlik avantajı hakkında periyodik olarak çeşitli değerlendirmeler yapmaktadır. E.M.F. tarafından hazırlanan bir kitapta bu değerlendirmeler her yıl yayınlanmaktadır.

E.M.F.' ye göre; uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicisi olan temel faktörler şunlardır⁴¹;

- _ Ekonominin Dinamizmi
- _ Endüstriyel Etkinlik
- _ Piyasanın Dinamizmi
- _ Finansal Dinamizm
- _ İnsan (Beşeri) Kaynakları
- _ Devlet Müdahalesi
- _ Doğal Çevre
- _ Dışarıya Yönelim
- _ Yeniliklere Yönelim
- _ Sosyo-Politik Fikirbirliği ve Denge

E.M.F. Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yukarıda belirtilen 10 temel faktörü içinde ayrıca 446 adet alt kriteri de gruplandırmıştır⁴². Kriterlerin seçiminde bir önceki yılın aynen baz alınması şart değildir. Kriterlerden bazıları olduğu gibi alınırken, diğerleri ise uluslararası rekabetedebilirlik şartlarındaki hızlı değişimi yansıtmak amacıyla yeniden tanımlanmaktadır.

Kriterlerin seçimi onların uluslararası rekabetedebilirlik avantajını açıklamadaki nisbi önemine dayanmaktadır. Bazı kriterler

⁴¹ E.M.F., **World Competitiveness Report**, E.M.F. Foundation, August 1986, p. 39.

⁴² Bu 446 adet kriterden 106 adedi her ülkede yapılan anketler sonucu belirlenen subjektif kriterlerdir. Kriterler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.; E.M.F., **World...**, p.40.

rekabetedebilirlik avantajı ile ilgili "klasik" kriterlerdir (Örneğin; birim işçi başına çıktı, birim işgücü maliyeti vb.). Diğerleri ise, rekabetedebilirlik avantajını açıklamada daha az doğrudan ilişkili olarak görülebilir. Fakat bu tür kriterler her ülkenin üst düzey kamu kuruluşları ve ileri gelen sanayicileri ile yapılan anketler sonucu belirlendiğinden; ülkelerin rekabetedebilirlik avantajı ile ilgili sağlıklı yorumlarda bulunabilmek için son derece yararlı olmaktadır.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının bu çalışma yöntemine göre belirlenmesinde; ilk olarak her ülkenin performansı 446 kriter açısından tek tek değerlendirilmektedir. Daha sonra her ülke için yapılan bu değerlendirmeler, rekabetedebilirlik avantajının temel faktörlerine verilen ağırlık katsayıları ile ilişkilendirilerek, en iyi performansı gösteren ülke birinci sıraya getirilmek suretiyle, ülkelerarası sıralama yapılmaktadır⁴³.

2. Çeşitli Görüşlerin Değerlendirmesi

Dünya piyasalarında özellikle 1980' li yıllardan itibaren meydana gelen globalleşme yönündeki eğilimler de dikkate alınarak uluslararası rekabetedebilirlik avantajı hakkında yeni bir bakış açısı ortaya konulması zorunluluğu doğmuştur. Bu nedenle, yukarıda genel olarak tanıtılan klasik görüş ve diğer kriterlere dayanan görüşlerin yeni

⁴³ "Rekabetedebilirlik avantajının temel faktörlerinden herbiri için çeşitli ağırlıklar belirlenmektedir. Çünkü bu faktörlerin rekabetedebilirlik üzerinde farklı derecelerde etkili olabilecekleri düşünülmektedir. Temel faktörlerdeki ağırlıklandırma işlemi, ekonomi ve sanayi alanındaki uzmanların yer aldığı bir uluslararası panel tarafından yapılmaktadır. Ağırlık puanları toplam 100 üzerinden 10 temel faktöre dağıtılmaktadır. " Ayrıntılı bilgi için bkz.: E.M.F., *World...* p. 232.

şartlar altında geçerlilik ve yeterlilik derecelerinin yeniden değerlendirilmesi gerekmektedir.

Aslında uluslararası rekabetedebilirlik avantajı ile ilgili olarak ileri sürülen çeşitli görüşlerin temelinde yer alan karşılaştırmalı üstünlükler teorisi ve varsayımları yıllardır eleştiri konusu olmaktadır. Diğer kriterleri esas alan görüşlerin temel amacı da, bu eksiklikleri gidermek ya da teoriyi daha iyi açıklamaktan ibarettir.

Belirli bir çerçeveyi belirlemesi ve sahip olduğu mantıki bütünlük ile iktisat literatüründe temel bir teori niteliğini kazanmış olan "Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" nin öncelikle belirtilmesi gereken olumsuz yönü, dayandığı statik varsayımlardır⁴⁴. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin statik varsayımlarına ek olarak gelişmekte olan ülkeler için aşağıdaki özelliklerin de gözardı edilmemesi gerekmektedir:

- Gelişmekte olan ülkelerde faktör fiyatları gerçek fırsat maliyetlerini yansıtmaz.
- Üretim faktörlerinin hem miktarı hem de kalitesi, zaman içinde üretim sürecinin bir sonucu olarak önemli ölçüde değişir.
- Piyasaların büyüklüklerine göre ölçek ekonomilerinden yararlanmalar, üretim sektörlerinin bir çoğunda gittikçe önem kazanır.
- Ekonomideki mallar arasındaki tamamlayıcılık, üretici ve tüketici taleplerinin belirgin bir özelliğidir.

Teorinin dayandığı varsayımların gelişmekte olan ülkelerin içinde bulunduğu duruma uymadığı ve teoriye dinamik bir nitelik kazandırılması gereği açıktır. Bu konuda yapılan çalışmalar sonucu ise

⁴⁴ P.A.SAMUELSON, (Çev. Demir DEMİRGİL), İktisat, Menteş Kitabevi, Ankara, 1973, s. 745. Ayrıca, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin statik varsayımları hakkında ayrıntılı açıklama için bkz.: Bu Çalışma Birinci Bölüm, s. 20.

teorinin orjinallığı büyük ölçüde ortadan kalkmaktadır⁴⁵.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine ve ülkeler arası karşılaştırmalar yapılabilmesine yönelik olarak geliştirilen çeşitli kriterlerden birisi olan "İşgücü maliyetleri" nin etkisi yapılan çeşitli araştırmalar ile sınanmıştır. 1963-1975 yılları arasında 12 ülke için yapılan araştırmada; bu ülkelerin ihracat piyasa paylarının gelişimi ile nisbi birim işgücü maliyetlerinin (RULC) değişimi ilişkilendirilmiştir. Sonuç olarak, sadece üç ülkede (Hollanda, İsviçre ve Kanada) RULC' deki bir azalmanın nisbi ihraç fiyatlarında bir azalma ve ihracat piyasa paylarında bir artış yarattığı belirlenmiştir⁴⁶. Diğer ülkelerde ise, bu durumun tamamen tersi bir gelişme gözlenmiştir. Örneğin; 1970' li yıllarda Japanyo için nisbi fiyatlardaki artış ile ihracat piyasa payının değişimi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur⁴⁷.

Bu çalışmalar sonucunda yeterli derecede hızlı büyüme gösteren ülkelerde birim işgücü maliyetlerinde de diğer ülkelere nisbeten daha fazla artış görüleceği -veya tersi- saptanmıştır. Ayrıca, işgücü maliyetleri kriterinin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının sadece fiyat avantajına dayandığını varsayması ve fiyat dışı faktörleri dikkate almamış olması da büyük bir eksiklik olarak belirtilebilir⁴⁸. Bu durumda işgücü maliyetleri kriterinin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı için güvenilir bir temel oluşturmayacağı görülmektedir.

⁴⁵ KARLUK, *Karşılaştırmalı...*, s. 227.

⁴⁶ Kaldor tarafından yapılan çalışma, bkz: FAGERBERG, "International..." p. 355' den, N.KALDOR, *The Effect of Devaluations on trade in Manufactures*, In *Further Essays on Applied Economics*, London, 1978.

⁴⁷ Kellman tarafından yapılan çalışmada Kaldor' un sonuçları doğrulanmıştır: MENZLER-HOKKANEN, "Can...", p. 75.

⁴⁸ MENZLER-HOKKANEN, "Can...", p. 75.

Uluslararası rekabete edebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik diğer kriterlerden "İhracat performansı" ve "piyasa payı"nın uluslararası ticari faaliyetleri önemli ölçüde sınırlandırdıkları ileri sürülebilir. Uluslararası ticari faaliyetlerde Çok Uluslu Şirketlerin (ÇUŞ) yabancı yatırımlar ve lisans anlaşmaları nedeniyle büyük bir etkinliğe sahip oldukları ve uluslararası mal piyasalarında dağıtımını hızlandırma, güven sağlama, tüketiciler ile personeli kaynaştırma ve ürün farklılaştırılması yolu ile monopolcü gibi davranabilme özellikleri dikkate alındığında, bu kriterlerin yetersiz kaldığı görülmektedir. İhracat performansı kriterine dayanarak bir ülkenin gerçek rekabete edebilirlik avantajı hakkında fikir yürütmek yanıltıcı sonuçlara neden olabilir.

Yüksek ihracat performansına sahip olan bir ülkede bu durum; iç pazarın darlığı, ilgili sektörde dünyadaki belli başlı üreticilerden olunması, ve rakiplerin iç pazarının daha geniş olmasının yanısıra yabancı sermayeli büyük ölçekli yatırımların ülkede yapılmasından kaynaklanmış olabilir. Nitekim çok yüksek ihracat performansına sahip olan Yeni Sanayileşmekte Olan Ülkelerin (YSÜ) uluslararası ticaretinin çoğu ABD kökenli yabancı sermaye yatırımcıları tarafından gerçekleştirilmektedir⁴⁹.

Diğer yandan, belirli sektörlerde dünya toplam üretiminin büyük bir kısmını karşılamasına rağmen, bir ülkenin ihracat performansı düşük olabilir. Bu durum o ülkede iç pazarın diğer ülkelere nisbeten daha büyük olmasından ve ihracat konusunda yeteri kadar başarılı olunamamasından kaynaklanabilir. Böylece bir ülkenin ihracat performansının gerçek durumu yansıtmayacağı görülmektedir.

"İhracat performansı" veya "piyasa payı" kriterlerine dayanarak

⁴⁹ RUGMAN, "National...", p. 4.

bir ülkenin rekabetedebilirlik avantajı hakkında yorum yapabilmek için; o ülkedeki sanayilerin verimliliği ve yapısal değişimi hakkında da ayrıntılı bilgi edinilmelidir. Örneğin; piyasa payı kriterine göre ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajında azalma belirlense bile, o ülkede gerçek durum tersine olabilir. Çünkü, ülkede teknolojik gelişme sonucunda kapasitede ve rekabetedebilirlikte meydana gelen artış, piyasa payı kriteri tarafından yansıtılmamış olabilir.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik yeni ölçüm metodları getirmeyi amaçlayan "Statik Kaynak Dağılım Kazançları Kriteri" ile "Teknoloji, Fiyat ve Kapasitenin Etkinliği Kriteri" ise temelde üretim faktörü üstünlüklerine dayandırılmaktadır. Bunlardan, statik kaynak dağılım kazançları kriteri, üretim faktörlerini sadece işgücü ve sermaye ile sınırlandırmıştır. Teknoloji, fiyat ve kapasitenin etkinliği kriteri ise, her ne kadar üretim kapasitesi ve teknoloji üzerinde daha ağırlıklı olarak duruyorsa da, uluslararası rekabetedebilirlik avantajı hakkında yeni ve kapsamlı bir bakış açısı getirememektedir. Çünkü uluslararası rekabetedebilirlik avantajını büyük ölçüde teknoloji farklılığı faktörüne dayandırmak yeterli değildir. Bir ülkenin teknolojik yönden uluslararası rekabetedebilirlik avantajını artırmada; mevcut teknolojinin kullanımını yaygınlaştırmak (kaplumbağa stratejisi), yüksek teknolojiyi alarak (tavşan stratejisi) ülke şartlarına uyarlamaya çalışıp başarısızlığa uğramaktan daha faydalı olabilir⁵⁰.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajını çok çeşitli göstergeleri esas alarak belirlemeye çalışan görüşün olumlu yanı; konu ile ilgili açıklamalarını ülkelerin üzerinde uzlaştığı çok geniş kapsamlı bir temele dayandırması olarak belirtilebilir.

⁵⁰ RUGMAN, "National...", p. 6.

Ancak bu tür oransal yaklaşımlarda finansal ve ekonomik şartlara "temel ve vazgeçilmez belirleyiciler" olarak bakılması, bir eksiklik olarak görülmektedir. Göstergeler arasında yapısal ve davranışsal ilişkiler kurulmamaktadır. Bu durumda, göstergeler kendi kendilerine bir firmanın veya bir sanayi grubunun sadece ortalama ölçütlerini tanımlarken, bunların yabancı rakiplerinden farklı başarılarını meydana getiren strateji veya politika nedenlerinin temeline inmemektedir⁵¹.

Ayrıca çok çeşitli göstergelere ait verilerin elde edilmesinde subjektif değerlendirme yöntemlerinin kullanılması, hesaplamalarda kriterlerin ağırlıklandırılmasının subjektif olması ve karmaşık indekslerin kullanılması⁵²; sonuçları değerlendirmede ise, ülkelerin sadece global olarak sıralamaya tabi tutulması ve durumları hakkında ayrıntılı yorumlara pek fazla yer verilmemesi bu görüşün olumsuz yanları olarak belirtilebilir.

Buraya kadar yapılan değerlendirmeler sonucu; uluslararası rekabetedebilirlik avantajı hakkındaki çeşitli görüşlerde genellikle üretim faktörlerine dayanan karşılaştırmalı üstünlüklerin temel alındığı anlaşılmaktadır. Ancak, bir ülkede özellikle bol olarak bulunan üretim faktörleri ile ilişkilendirilen karşılaştırmalı üstünlüklere dayanarak, o ülkenin ticaret kalıbını ve uluslararası rekabetedebilirlik avantajını açıklamanın etkisini yitirdiği konusunda gittikçe gelişen bir fikir birliği oluşmaktadır⁵³. Örneğin; G. Kore, Kore savaşından sonra kendisinin sahip olmadığı sermayeyi elde ederek;

51 MENZLER-HOKKANEN, "Can...", p. 76.

52 FAGERBERG, "International...", p. 355.

53 Bu konu ile ilgili olarak Leontief' in yaptığı çalışmada; sermaye yoğunluğu yüksek olan ABD' nin ihracatının daha çok işgücü yoğun mallardan oluştuğu sonucuna varması, bir başlangıç noktası olarak görülebilir.

çelik, gemi inşa ve otomobil gibi nisbeten sermaye yoğun sanayilerin geniş bir alanında önemli bir ihracat miktarına ulaşmıştır.

Diğer yandan, yapılan araştırmalar sonucu; dünya ticaretinin büyük bir bölümünün benzer faktör yoğunluklarına sahip ileri sanayi ülkeleri arasında yapıldığı ve benzer faktör niceliklerini içeren üretimin, ülkelerin ticaret hacmini artırdığı belirlenmiştir. Bu ticaretin oluşma şeklini, karşılaştırmalı üstünlükler teorisini esas alarak açıklamak mümkün değildir.

Aynı zamanda sanayi ve hizmetler sektörünün pek çok dalında rekabet uluslararasılaşmıştır. Firmalar, dünya çapında satmayı, hammadde teminini ve düşük maliyet faktörlerinden istifadeyi sağlamak için bir çok ülkede faaliyette bulunmayı içeren global stratejiler izleyerek rekabet etmektedir. Sanayilerin globalleşmesi nedeniyle firmalar bir tek ülkenin faktör yoğunluğu ile kısıtlı kalmamaktadır. Hammaddeler, makinalar ile makina parçaları ve çoğu hizmetler karşılaştırmalı koşullar altında global bir şekilde sağlanabilir. Taşımacılıktaki ilerlemeler faktör ve dolayısıyla üretim maliyetlerini düşürmüştür.

Bu durumda faktör maliyetlerine dayanan uluslararası rekabete edebilirlik avantajı, başka bir yerdeki daha düşük faktör maliyetleri dikkate alındığında kolayca değişebilmektedir. Nitekim bu avantajın farkında olan bazı firmaların üretimini uluslararasılaştırması ile önemli ölçüde maliyet tasarrufu sağladıkları bilinmektedir. En düşük maliyetle işletilen bir kaynak bile, farklı bölgelerde yer alan ve daha önce işletilmesi imkansız olan veya ekonomik olmadığı kabul edilen kaynakların üretime yönelmesine olanak sağlayan yeni bir teknoloji ile çok kısa bir sürede önemini yitirebilir. Uluslararası rekabete edebilirlikte meydana gelen bütün bu değişimleri dikkate almayarak, geleneksel görüşlere dayanarak uluslararası

rekabetedebilirlik avantajı yaratmak isteyen ülkeler; üretim faktörü üstünlüklerindeki değişiklikleri etkilemek için gerek genel olarak gerekse sektör bazında çeşitli politikalar izlemişlerdir⁵⁴. Bunlar; o ülke firmalarının uluslararası rakiplerine kıyasla nisbi maliyetlerini daha düşük tutmayı amaçlayan ve temel olarak;

- İşçi ücretleri,
- Faiz oranları,
- Döviz kurları ve
- Ölçek ekonomileri gibi faktörler üzerinde etkili olmayı amaçlayan politikalar⁵⁵.

Ancak, bu gibi faktörler, bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirliğinde kısa dönemde belirli bir avantaj yarattıkları halde, uzun dönemde gerçek ve sürekli bir avantaj sağlayamamaktadır

Diğer yandan, geleneksel görüşlerin bir ülkedeki uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yüksek sanayilerin nasıl oluştuğunu açıklamada yetersiz kaldığı görülmektedir. Onlar, gerçeğin sadece bir kısmını açıklamaktadır.

Bu durumda global rekabetedebilirlik koşullarını dikkate alarak, uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratan faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin kendi aralarındaki temel ilişkilerin genel geçerliliği olan bir sisteme oturtulması amacına yönelik çalışmalar önem kazanmaktadır.

⁵⁴ Bruce R. SCOTT, "National Strategies: Key to International Competition", in US COMPETITIVENESS IN THE WORLD ECONOMY, Harvard Business School Press, 1985, p. 77.

⁵⁵ Burada, faiz oranlarını düşürmek, ücret maliyetlerini kontrol etmek, karşılaştırmalı fiyatları etkilemek için devalüasyona gitmek, subvansiyonları arttırmak v.b. politikalar örnek olarak verilebilir.

II. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ

Bir ülkede faaliyette bulunan firmaların uluslararası rekabetedebilirlik avantajları yaratmaları sırasında onları destekleyen veya engelleyen çeşitli çevre şartları vardır. Bu çevre şartları aynı zamanda o ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileridir. Bunlar genel özellikleri dikkate alınarak "temel belirleyiciler" ve "dışsal belirleyiciler" olarak iki bölüm halinde incelenebilir (Şekil: 1)⁵⁶. Aşağıda öncelikle temel belirleyiciler, daha sonra ise bunlar üzerinde etkili olan dışsal belirleyiciler açıklanacaktır.

Bu açıklamalarda temel birim olarak "sanayi" kavramının alındığı belirtilmelidir⁵⁷. Burada; sanayi kavramı aşırı derecede geniş kapsamlı (bankacılık, kimyasal maddeler veya makineler v.b.) değil, dar kapsamlı olarak tanımlanmıştır. Örneğin; dar kapsamlı tanımlama sonucu, "Makina Sanayi" içinde örgü makineleri, lastik işleme makineleri, matbaa makineleri gibi çok sayıda sanayinin varlığından söz edilebilir⁵⁸. Çünkü burada tanımlanan her sanayi kendisine özgü rekabetedebilirlik avantajına ihtiyaç duymaktadır.

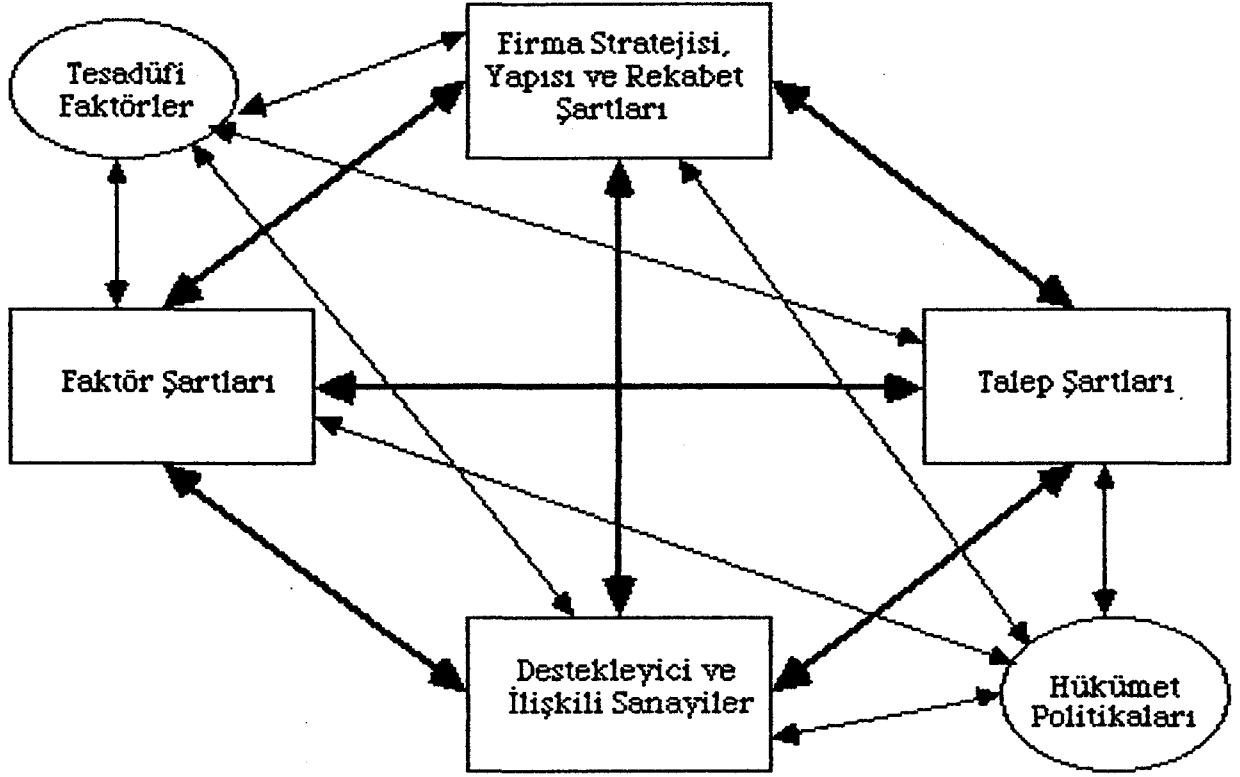
56 Michael E. PORTER, **The Competitive Advantage of Nations**, The Free Press, 1990, p. 71.

57 "Sanayi; çeşitli ürünler (mal ve hizmetler) üreten çok sayıda firmadan oluşan rakipler topluluğudur. Bu rakip firmalar bir sanayi içinde birbirleriyle doğrudan doğruya ve sürekli olarak rekabet ederler". Bkz: A. KOUTSOYIANNIS, (Çev., Muzaffer SARIMEŞELİ), **Modern Mikro İktisat**, Teori Yayınları, Verso A.Ş., Ankara, 1987, s. 9.

58 Firmaların faaliyet gösterdikleri sanayilere göre sınıflandırılmasında geleneksel olarak kullanılan "mal benzerliği" ve "yöntem benzerliği" kriterlerinin katı kurallar içinde uygulanma olanağı bulunmamaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz.: KOUTSOYIANNIS, **Modern...**, s. 11.

ŞEKİL: 1

BİR ÜLKENİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK
AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ



□ Temel Belirleyiciler

○ Dışsal belirleyiciler

Kaynak: PORTER, The Competitive..., p. 127.

Aynı zamanda ele alınan bir sanayinin diğer sanayilerden izole edilmiş durumda değil, aksine yatay ve dikey bağlantıları kuvvetli "bütünleşik yapı" içerisinde olduğu kabul edilmektedir.

A. TEMEL BELİRLEYİCİLER

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının temel belirleyicileri genel olarak dört başlık altında incelenebilir⁵⁹:

- Faktör Şartları: Ülkenin bir sanayide rekabetedebilirlik avantajı kazanması için gerekli olan üretim faktörleri açısından durumu.
- Talep Şartları: Bir sanayinin ürünlerine yönelik yurt içi talebin yapısı.
- Destekleyici ve İlişkili Sanayiler: Bir ülkede uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip destekleyici (supporting) ve ilişkili ilişkili (related) sanayilerin kurulmuş olup olmadıkları.
- Firma stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları: Firmaların, uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmak amacıyla yönelik olarak izledikleri stratejiler ile hukuki ve idari yapıları. Ayrıca, bir ülkedeki firmaların içinde bulundukları rekabet ortamının yapısı.

Yukarıda sayılan dört belirleyici, bir ülkedeki firmaların faaliyete geçmesinde ve uluslararası rekabetedebilirlik avantajını elde etmesinde etkili olan genel şartları açıklamaktadır. Belirleyicilerin bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajını yaratmada etkili olabilecek şartları sağlayan mükemmel bir sistem olarak ele alınması durumu "Temel Belirleyiciler Sistemi" (TBS) olarak nitelendirilebilir.

⁵⁹ PORTER, *The Competitive...*, p. 71.

Böylece, bir ülkenin "TBS" nin en uygun şartları sağladığı sanayilerde uluslararası rekabetedebilirlik avantajını artıracakı söylenebilir.

Bu durum, ülkedeki firmaların tümünün belirli sanayilerde rekabetedebilirlik avantajına ulaşacağını göstermemektedir. Gerçekte, ülke koşullarının dinamizmi içinde başarısız firmaların olması da mümkündür. Çünkü tüm firmalar, gerekli niteliklere ve kaynaklara eşit şekilde sahip olmadıkları gibi; ülke koşullarını kendi çıkarlarına kullanmada da eşit düzeyde hareket edemezler. Bu koşullar altında başarılı olan firmalar, uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanacaklardır.

"TBS", tüm belirleyicilerin karşılıklı etkileşimlerini dikkate alan bir sistemdir. Bir belirleyicide sahip olunan avantajlar, aynı zamanda diğer belirleyicilerdeki avantajları yaratabilir veya etkilerinin artmasını sağlayabilir. Sadece bir veya iki belirleyiciye dayanılarak sahip olunan rekabetedebilirlik avantajı; genellikle ya teknolojik açıdan fazla uzmanlaşma gerektirmeyen ve nitelikli faktör kullanımını şart koşmayan sanayiilerde ya da doğal kaynaklara dayalı sanayilerde mümkündür. Bununla birlikte, bu tür rekabetedebilirlik avantajlarının sürekli olmayacağı söylenebilir. Çünkü bunlar hızlı bir şekilde değişebilir ve global stratejiler uygulayan rakipler tarafından engellenebilir.

Rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için, her belirleyiciden kaynaklanan avantajlara daha önceden sahip olunması gerekli değildir. Avantajların çoğu, belirleyicilerin zaman içinde, karşılıklı olarak birbirlerinin etkisini azaltma veya artırma yönünde gösterdikleri etkileşim sonucu ortaya çıkabilir⁶⁰.

⁶⁰ PORTER, *The Competitive...*, p. 74.

1. Faktör Şartları

Her ülke, mal ve hizmetlerin üretimi için gerekli olan ve genel olarak "üretim faktörleri" kavramı ile ifade edilen unsurlara sahiptir. Üretim faktörleri; işgücü, ekilebilir topraklar, doğal kaynaklar, sermaye ve alt yapı gibi rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için gerekli girdiler olarak da nitelendirilebilir.

Klasik dış ticaret teorisi de bir ülkenin sahip olduğu üretim faktörü yoğunlukları üzerinde durarak, uluslararası uzmanlaşmadaki önemini vurgulamıştır. Gerçekten bir ülkenin sahip olduğu faktör yoğunlukları, o ülke firmalarının uluslararası rekabetedebilirlik avantajları üzerinde önemli role sahiptir. Fakat, üretim faktörlerinin bu rolü genellikle klasik teori çerçevesinde dikkate alınan görüşlerden daha farklı ve komplekstir⁶¹.

Dünya çapında çoğu sanayide -ve özellikle gelişmiş ülkelerde verimlilik artışının yüksek olduğu sanayilerde- rekabetedebilirlik avantajı için en önemli görülen üretim faktörleri, önceden mevcut olup olmadıkları veya ne ölçüde var oldukları üzerinde durulmaksızın yaratılmaya çalışılmaktadır. Böylece ülkenin belirli bir dönemde sahip olduğu üretim faktörlerinin mevcut durumlarından daha çok, belirli sanayiler için yaratılan miktarları ve daha fazla uzmanlaşılabilir türleri hakkındaki bilgiler önem kazanmaktadır.

⁶¹ Bu nedenle ileri sürülen yeni hipotezler hakkında bkz.: SEYİDOĞLU, Uluslararası..., s. 72.

a. Faktör Varlıkları

Bir ülkenin uluslararası rekabetebilirlik avantajında üretim faktörlerinin rolü incelenirken, bunların belirli bir sanayinin rekabetebilirlik avantajı üzerindeki stratejik etkileri dikkate alınmalıdır. Çünkü üretim faktörlerinin çok geniş kapsamlı tanımlanmaları (toprak, işgücü ve sermaye v.b.) sonucu birbirinden farklı sanayilerdeki rekabetebilirlik avantajı üzerindeki etkileri genel bir çerçeveyi belirtmekten ileri gidememektedir⁶².

Üretim faktörleri geniş kapsamlı beş kategori halinde bölümlendirilebilir:

- İnsan Kaynakları: İnsan kaynakları, bir ülkenin toplam insan gücü birikimini kapsar. Burada insan gücünün toplam miktarı yanında; -mühendis, teknisyen, bilgisayar programcısı gibi- mesleklere göre dağılımı ve çeşitli niteliksel özellikleri de -verimi, iş ahlakı, nisbi maliyeti gibi- önem taşımaktadır.

- Fiziksel kaynaklar: Fiziksel kaynaklar, bir ülkenin diğer ülkelere kıyasla ayırt edici fiziksel özelliklerini kapsar. Bu fiziksel kaynakların -su kaynakları, maden rezervleri gibi- çeşitliliği yanında yeterli miktarda ve kolayca elde edilip edilemediği de önemlidir.

- Bilgi Kaynakları: Bilgi kaynakları, genel olarak bir ülkenin bilimsel ve teknik bilgi birikimi ile piyasadaki ürünleri etkileyen piyasa bilgisini kapsar. Bilgi kaynaklarının -akustik, metalurji, kimya gibi- bilimsel çeşitliliği kadar, elde edilmesinde başvuru alan- üniversiteler, resmi-özel araştırma kuruluşları ve ticaret kuruluşları gibi- kuruluşların nitelikleri de dikkate alınmalıdır..

- Sermaye Kaynakları: Sermaye kaynakları, bir ülkenin toplam

⁶² Michael E. PORTER, **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**, The Free Press, New York, 1985, p. 73.

sermaye stokunu kapsar. Burada, sermaye stokunun - yerli veya yabancı sermaye yüksek riskli veya gelirli banolar gibi- çeşitleri yanında, ülkedeki finans sektörünün yapısı da önemlidir. Ayrıca toplam sermaye stoku ülkeden ülkeye farklılık gösteren tasarruf oranı ve sermaye piyasalarının yapısı tarafından da etkilenmektedir. Fakat sermaye piyasalarının globalleşmesi ve ülkeler arasında geniş çaplı sermaye akışı ile, bu tür farklılıkların yavaş yavaş azaldığı görülmektedir.

- Altyapı: Altyapı faktörü; bir ülkede üretken yatırımlara kolaylık sağlamak ve sosyo-kültürel yapıyı geliştirmek için yapılan tüm alt yapı yatırımlarını kapsar. Altyapının, -haberleşme ve ulaşım sistemi, koruyucu sağlık hizmetleri gibi- belirli bir çeşitliliğe sahip olmasının yanı sıra kalitesi ve maliyeti de önemlidir.

Üretimde kullanılan bir faktör karması, sanayiler arasında geniş çaplı (faktör oranları olarak bilinen) farklılıklar yaratabilir. Bir ülke firmaları, belirli sanayiilerde rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için -rekabetedebilirlik stratejilerine uygun olarak- ya yüksek kaliteli faktörleri ya da düşük maliyetli faktörleri kullanarak faaliyet göstereceklerdir.

Bir ülkede üretim faktörlerinin miktarlarını artırmak tek başına büyük bir anlam ifade etmemektedir. Bu nedenle, üretim faktörlerine dayanarak uluslararası rekabetedebilirlik avantajı elde etmenin temelinde; bu faktörlerin ülke çapında yeterli ve verimli bir şekilde nasıl yaygınlaştırılabileceği sorunu yer almaktadır. Ancak, üretim faktörlerinin sadece nasıl yaygınlaştırıldıkları değil, genel olarak hangi sanayilerde ve yerleşim bölgelerinde yaygınlaştırıldıkları da üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

b. Faktör Nitelikleri

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajında üretim faktörlerinin sahip olduğu rolü açıklayabilmek için, faktörleri niteliksel bir ayırıma tabi tutmak gerekmektedir. Bu amaçla iki önemli ayırım yapılabilir⁶³:

- Temel Üretim Faktörleri-Gelişmiş Üretim Faktörleri
- Genel Üretim Faktörleri-Uzmanlaşmış Üretim Faktörleri

Birinci ayırımda, temel üretim faktörleri; doğal kaynaklar, iklim, coğrafi konum, niteliksiz veya orta düzeyde nitelikli işgücü v.b. faktörlerdir. Gelişmiş üretim faktörleri ise; modern dijital veri haberleşme altyapısı, yüksek düzeyde eğitilmiş personel (yüksek mühendisler, bilgisayar bilimcileri v.b.) ve bilimsel bir disiplin altında çalışan üniversite araştırma kuruluşları v.b. faktörleri kapsar. Bazı üretim faktörleri ise, bir ülkenin kendi gayreti dışında doğal olarak mevcuttur. Ancak, bunlar genellikle o ülke tarafından çeşitli yatırımlarla geliştirilmiştir. Temel ve gelişmiş faktörler ayırımı, bu farklılıkları ortaya koymaya yöneliktir.

Bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmasında temel üretim faktörlerinin oynadığı rol gittikçe azalmaktadır. Ayrıca bu faktörlerin, bir ülkenin firmaları için sağlayabileceği avantajlar sürekli olmamaktadır. Çünkü dünya piyasalarında globalleşme eğilimleri doğrultusunda temel üretim faktörlerinin elde edilebilmesi nisbeten kolaylaşmıştır. Temel üretim faktörleri, genel olarak basit ve elde edilmesi mümkün teknolojiler kullanan üretim alanlarında ve/veya tarımsal ürünlere dayalı sanayilerde önemini

⁶³ PORTER, *The Competitive...*, p. 77.

korumaktadır⁶⁴.

Gelişmiş üretim faktörleri uluslararası rekabetebilirlik avantajı için gittikçe daha büyük önem kazanmaktadır. Bu faktörler, farklılaştırılmış ürünlere ve yeni bir üretim teknolojisine sahip olmak gibi daha yüksek düzeyde (higher-order) bir rekabetebilirlik avantajını elde etmek için gereklidir. Ancak gelişmiş üretim faktörleri elde etmek için, hem insan hem de fiziksel sermaye üzerinde sürekli yatırıma, uzmanlaşmış insan gücüne ve gelişmiş teknolojiye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle, gelişmiş üretim faktörlerini global pazarlardan temin etmek veya yabancı ortaklar aracılığı ile elde etmek oldukça zordur.

Gelişmiş üretim faktörleri devingen yaratıcılık faaliyetlerine de altyapı oluşturduğu için, bir ülkenin veya o ülkedeki firmaların bu faktörleri elde etmeye yönelik çaba harcamaları önemlidir. Bu amaçla, gelişmiş üretim faktörlerinin çoğunlukla temel üretim faktörleri üzerine yapılandırıldığı unutulmayarak, her ikisi arasında belirli bir koordinasyonun oluşturulması gerekmektedir.

Üretim faktörlerinin niteliksel durumu hakkında yapılan ikinci ayırım; faktörlerin yoğunluğunu dikkate alan "genel faktörler-uzmanlaşmış faktörler" ayırımıdır. Genel üretim faktörleri, ulaşım sistemleri, borç olarak sağlanan sermaye arzı veya orta düzeyde nitelikli işgücü birikimi v.b. faktörleri kapsar. Bu faktörler pek çok sanayide yaygınlaştırılabilir. Uzmanlaşmış üretim faktörleri ise, inceden inceye nitelik kazanmış personel, özel arazilere yönelik altyapı, özel alanlara dayalı bilgi birikimi, belirli bir sanayiide veya belirli bir alanda tam olarak uzmanlaşılması gibi faktörleri içerir.

⁶⁴ DPT., **Bilim - Araştırma - Teknoloji**, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ya. No 2133, ÖİK. 330, Ankara, 1988, s. 10.

Uzmanlaşmış üretim faktörleri uluslararası rekabetedebilirlik avantajı için genel üretim faktörlerinden daha kesin ve sürekli bir temel oluşturmaktadır. Genel üretim faktörleri rekabetedebilirlik avantajının henüz tam olarak gelişmediği sanayilere destek sağlayabilir. Ancak genellikle bu faktörlere dayanan avantajların geçersiz hale getirilebilmesi nisbeten daha kolaydır. Çünkü genel üretim faktörleri çoğu ülkede bolca mevcuttur ve modern global şirketler onları kolayca elde edebilir.

Uzmanlaşmış üretim faktörleri, daha çok bir uzmanlık alanına odaklanmayı, genellikle risk üstlenmeyi ve özel ve sosyal yatırımlara yönelmeyi gerektirmektedir. Bu tür faktörler, daha komplekstir ve belirli alanlarda uzmanlaşma sonucu kazanılan rekabetedebilirlik avantajı için bir zorunluluktur. Ayrıca, bunlar devingen yaratıcılık faaliyetleri için belirli bir temel oluşturur.

Bir ülkenin belirli bir sanayide uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratmasında ve sürekliliğini sağlamasında hem gelişmiş hem de uzmanlaşmış üretim faktörlerine önem vermesi gerekmektedir. Ülkenin sahip olduğu gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin miktarı, kalitesi ve ulaşılabilir potansiyel, rekabetedebilirlik avantajının bilinçli bir altyapıya kavuşmasını sağlayabilir. Bu faktörler içinde nitelikli insan ve bilgi kaynakları, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılması yönünden büyük önem taşımaktadır.

Üretim faktörlerine dayanarak rekabetedebilirlik avantajı elde etme sürecinin dinamik bir yapısı olduğu unutulmamalıdır. Çünkü gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerini oluşturma standartları sürekli olarak değişmektedir. Bu durumda bilgi ve teknoloji düzeyinin sürekli gelişmesi ve buna bağlı olarak uzmanlaşma standartlarının da

yükselmesi sonucu; uzmanlaşmış üretim faktörlerinin zaman içinde genel üretim faktörleri haline dönüşeceği söylenebilir.

c. Faktör Yaratma Mekanizmaları

Üretim faktörleri arasında yapılabilecek diğer önemli bir ayırım ise; bir ülkede doğal olarak mevcut olup olmadıkları şeklindedir. Bir ülkenin doğal olarak sahip olmadığı üretim faktörlerine dayanarak uluslararası rekabetebilirlik avantajı kazanması için, bu eksikliği gidermeye yönelik çeşitli faaliyetlerde bulunması gerekmektedir. Bu faaliyetler genel olarak faktör yaratma mekanizmaları aracılığı ile yürütülebilir.

Özellikle gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörleri yaratmaya yönelik olan "faktör yaratma mekanizması"; kamu veya özel eğitim kurumlarının, çeşitli mesleki eğitim programlarının, kamu veya özel araştırma kuruluşlarının faaliyetleri ile, bu faaliyetlere yönelik olarak devletin hazırlamış olduğu altyapıyı kapsar. Uluslararası rekabetebilirlik avantajının kazanılması yönünden bir ülkede bu tür faktör yaratma mekanizmalarının oluşturulması ve dünya standartlarında meydana gelen hızlı değişimlere süratle adapte edilmesi büyük önem taşımaktadır⁶⁵.

Faktör yaratma mekanizmaları içinde hem devletin hem de özel sektörün üzerine düşen görevi yapması gerekmektedir. Devlet genellikle, temel ve genel üretim faktörlerini geliştirmeye yönelik yatırımlar yapmaktadır. Gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılmasında ise; devlet, sanayi kuruluşları ile yakın bir işbirliği içinde hareket etmelidir. Çünkü devlet belirli sanayilerin uzmanlaşmış üretim faktörü ihtiyaçlarını veya yeni üretim alanlarını tanımlamada

⁶⁵ PORTER, *Competitive Advantage* :..., p. 87.

yetersiz kalmakta ya da ağır hareket etmektedir.

Ülkeler arasında faktör yaratma mekanizmalarının yapısında ve kalitesinde olduğu kadar, bu amaçla yapılan yatırım alanlarında da önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle her ülke, tüm üretim faktörü çeşitlerini yaratarak, kullanımlarını yaygınlaştıramayacaktır. Bir ülkede yaratılan ve yaygınlaştırılan üretim faktörü çeşitleri ve bunların rekabetedebilirlik avantajı üzerindeki etkileri, o ülkenin Temel Belirleyiciler Sistemi (TBS) içindeki diğer belirleyiciler ile yakından ilişkilidir.

Diğer yandan bir ülke faktör varlıkları bakımından bazı dezavantajlara da sahip olabilir. Ülkenin hangi üretim faktörlerinde dezavantaja sahip olduğunun belirlenmesi; rekabetedebilirlik avantajını engelleyen faktörlerin ortaya çıkartılmasını gerektirir. Genellikle temel üretim faktörlerindeki dezavantajlar, -işgücü kıtlığı, yurt içinde hammadde eksikliği veya kötü iklim koşulları v.b.- etki alanları içinde bulunan çevrede devingen yaratıcılık faaliyetleri için baskı yaratabilir. Devingen yaratıcılık faaliyetleri ile, temel ve genel üretim faktörlerine duyulan ihtiyaç tamamen veya kısmen giderilebilir. Örneğin; yeni bir materyalin bulunması, üretimde daha önce kullanılan materyallere duyulan ihtiyacı ortadan kaldırırken; üretimde otomasyona geçilmesi, ihtiyaç duyulan işgücü miktarını azaltabilir.

Ülkelerin üretim faktörleri açısından sahip oldukları dezavantajları gidermeye yönelik devingen yaratıcılık faaliyetleri sonucu, yeni avantajlar da yaratılabilir. Uzmanlaşmış üretim faktörlerinde sahip olunan avantajların geliştirilmesine yönelik faaliyetlere firmaların önderlik etmesi sonucu, nitelikli işgücü ve

gelişmiş bilgi kaynaklarının kullanımı yaygınlaştırılabilir⁶⁶.

Temel üretim faktörlerinde sahip olunan dezavantajlar, daha yüksek düzeydeki avantajlara ulaşmayı engelleyebilir ve yüksek maliyetler nedeniyle firmaları krize sürükleyebilir. Aksi durumda ise; -temel üretim faktörlerinin bol olarak bulunduğu ülkede- gelişmiş teknolojilerin uygulanması gecikebilir ve firmalar kendilerine gerekli temel faktörleri kolay bir şekilde elde etmenin rahatlığı içinde hareket edebilir. Bu nedenle sürekli olarak verimlilik esasına dayalı üretim yapmak rekabetedebilirlik avantajının temelini oluşturmaktadır⁶⁷.

2. Talep Şartları

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılmasında; yurt içi talep şartlarının -ölçek ekonomileri üzerindeki etkisini açıklayan- "statik" etkilerinin yanı sıra "dinamik" etkileri de önemlidir. Talep şartları, bir ülkedeki firmaların gelişmeye ve devingen yaratıcılığa ne ölçüde ve hangi alanlarda önem vermesi gerektiği konusunda yönlendirici bir unsurdur. Talep şartları; yurt içi talep hacmi ve yapısı ile talebin uluslararasılaşması dikkate alınarak iki ana başlık halinde incelenebilir.

b. Talep Hacmi ve Yapısı

Yurt içi talep hacminin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı üzerindeki etkileri ile ilgili olarak çeşitli görüşler ileri sürülmektedir.

⁶⁶ Bu amaçla faaliyet gösteren devingen yaratıcılık işletmelerinin önemli bir fonksiyonu bulunmaktadır.Bkz.: William TAYLOR, " **The Business of Innovation : An Interview with Paul COOK**", HARVARD BUSINESS REVIEW, March - April, 1990, p. 98.

⁶⁷ Ayhan ÇİLİNGİROĞLU, "Sınai Kalkınma Stratejilerinin Tesbiti ile İlgili Görüşler", TÜSİAD, PİYASA EKONOMİLERİNDE ENDÜSTRİYEL KALKINMA STRATEJİLERİ içinde, İstanbul, Nisan, 1990, s. 109.

Bunlardan bir kısmı, geniş hacimli yurt içi talebin, ölçek ekonomileri aracılığı ile uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratabileceğini savunmaktadır. Aksi görüşte olanlar ise; global sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için daha sınırlı bir yurt içi talebin önemini vurgulamaktadır. Buna göre firmalar talebin sınırlı olması nedeniyle yurt içinde satamadıkları ürünlerini ihracata yöneltmek zorunda kalacaklardır⁶⁸.

Talep hacminin bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı üzerinde yarattığı etki yukarıdaki görüşlerden sadece bir tanesi ile ifade edilemeyecek kadar karmaşıktır. Bu nedenle talebin hacmi yanında yapısının da aynı derecede veya daha fazla önem taşıdığı söylenebilir.

Geniş talep hacmi, özellikle ölçek ekonomilerinin mevcut olduğu veya kısa sürede genişletilebilme olanağının bulunduğu sanayilerde, belirli bir avantaj yaratabilir. Global firmaların ölçek ekonomilerinden yararlanmak amacıyla birden fazla ülkede faaliyette bulunduğu unutulmamalıdır. Çünkü, geniş ölçüde talep imkanı ve büyük miktarda AR-GE harcamaları gerektiren yatırımlar; sadece yurt içi talep hacmine bağlı olarak yapılamaz. Bu durumda yurt dışındaki muhtemel talep edenler dikkate alınmak zorundadır⁶⁹.

Ancak firmalar genellikle yurt içi talep şartlarını dikkate alarak yatırım yapmayı tercih ederler. Çünkü yabancı ülkelere gelebilecek

⁶⁸ Sınırlı yurt içi talep nedeniyle ihracata yönelen ülkelere örnek olarak; İsviçre, İsveç, Güney Kore ve Japonya gösterilmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz.: SCOTT and LODGE, *US Competitiveness*..., p. 170.

⁶⁹ Bir ülkedeki "talep edenler" kavramı kapsamında, sadece "nihayi tüketiciler" değil, aynı zamanda üretimleri için çok çeşitli girdi talebinde bulunan "firmalar" da yer almaktadır.

talepler; firmaları hacim yönünden tatmin edebilecek düzeyde olsa bile, yurt içi talebe nispeten genellikle daha belirsiz bir ortam yaratır. Yurt içi talep hacmi daha kolay ve tutarlı bir şekilde tahmin edilebileceği için bir sanayinin gelişim sürecinde ilk dayanak noktasını oluşturur.

Ayrıca bir ülkede birbirinden bağımsız olarak faaliyet gösteren talep edenlerin mevcut sayısı da, rekabetedebilirlik avantajının kazanılmasını etkileyebilir. Özellikle; belirli bir ürün bazında toplam piyasa talebini az sayıda (bir veya birkaç adet) talep edenin oluşturması durumunda; o ürünü üreten veya üretmek için hazırlık yapan firmaların devingen yaratıcılık faaliyetleri için daha iyi bir ortam hazırlanmış olabilir. Bu durumda talep edenler, ihtiyaç duydukları ürünleri, bunlar ile ilgili olarak karşılaştıkları sorunlar hakkındaki fikirlerini ve piyasadaki bilgi birikimlerini üretici firmalara aktararak onların motivasyonunu geliştirebilir.

Belirli bir ürünün üretim veya dağıtım hizmetini veren az sayıda firmanın bulunması halinde ise; devingen yaratıcılık faaliyetleri açısından bazı statik etkiler görülebilmesine rağmen, bir önceki durumda söz konusu olan dinamizme ulaşmak çoğu zaman mümkün olmayacaktır⁷⁰.

Aynı zamanda talebin artış oranı da, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılmasında önemli etkiye sahiptir. Sanayi yatırımlarının artış oranı yüksek olduğunda, yurt içi piyasa hızlı bir şekilde gelişecek ve firmalar yeni teknolojilere daha hızlı adapte olabilecektir. Diğer taraftan, talep artış oranının daha makul düzeylerde olduğu ülkelerde ise; firmaların gelişimi daha yavaş olacağından yeni teknolojilere uyum sağlamasında sorunlar ortaya çıkabilecektir.

⁷⁰ PORTER, *The Competitive...*, p. 94.

Talebin normal süreden daha önce doyuma ulaşması ; üretici firmalar üzerinde baskı yaratabilir. Bu baskı sonucu, firmalar piyasadaki rekabetedebilirlik avantajlarını kaybetmemek için ürün fiyatlarını düşürmek, ürün performansını değiştirmek veya eski ürünleri üzerinde çeşitli değişiklikler yaparak satışa sunmak gibi çeşitli tedbirler alabilir. Bu tedbirlerin temelini firmaların devingen yaratıcılık faaliyetleri oluşturmaktadır⁷¹.

Diğer yandan talebin normal süreden daha önce doyuma ulaşması sonucu; firmalar sürekli büyümeyi sağlayabilmek ve kurulu kapasitenin tamamını kullanabilmek için yabancı pazarlara açılmak zorunda kalabilir. Firmaların bu konudaki çabaları; yurt içi talebin doyuma ulaşması ile, yabancı pazarlarda genişlemenin aynı zaman sürecinde gerçekleşmesi durumunda daha olumlu sonuçlar verebilir.

Diğer yandan rekabetedebilirlik avantajının kazanılmasında yurt içi talep bileşimi de önemli role sahiptir. Firmalar, talep edenlerin ihtiyaçlarını kavrayarak ve davranış özelliklerini yorumlayarak kendine özgü rekabetedebilirlik stratejileri geliştirebilir. Talep edenlerin firmalar üzerinde yarattığı baskı; talep bileşiminin ülkeler arasındaki farklılıklarına bağlı olarak ülkeden ülkeye değişik düzeylerde gerçekleşecektir.

Dünyadaki globalleşme eğilimleri dikkate alındığında, yurt içi talep bileşiminin, uluslararası rekabetedebilirlik avantajı üzerinde büyük bir etki yaratmayacağı düşünülebilir. Ancak gerçek durum, genellikle aşağıdaki nedenler dolayısıyla bu düşüncenin tersini ispatlamaktadır⁷².

- Firmaların kendilerine yakın piyasalardaki talep edenlerin

⁷¹ DRUCKER, *Innovation*..., p. 99.

⁷² PORTER, *The Competitive*..., p. 86.

ihtiyaçlarını algılaması hem daha kolay hem de daha hassas sonuçlar verebilir.

- Firmalardaki ürün geliştirme kadroları, yeni ürünler hakkında yöneticilerin fikirleri kadar, yurt içindeki talep edenlerin beklentilerini de dikkate alır.

- Yurt içi piyasada firmaların ürün geliştirmesine yönelik olarak talep edenler tarafından şiddetli bir baskı yaratılabilir. Bu etkileşim fiziksel ve kültürel yakınlık nedeniyle daha kolay olmaktadır. Pratikte bir firmanın yabancı talep edenlere ulaşması ve onların talep bileşimlerini analiz ederek rekabetedebilirlik avantajını yaratacak politikaları tesbit etmesi daha zordur. Özellikle firmalar yabancı ve yurt içi piyasalardaki talep bileşimleri arasında önemli farklılıklar bulunduğu durumlarda, genellikle yurt içindeki şartlara uygun hareket edeceklerdir.

Diğer yandan talep bileşiminin uluslararası rekabetedebilirlik avantajına ulaşılması açısından önem taşıyan üç niteliği üzerinde durulabilir⁷³:

- Talebin özellikle bazı sanayi bölümlerine yönelmesi,
- Belirli bir alanda uzmanlaşmış talep edenlerin varlığı,
- Talep edenlerin ihtiyaçlarının diğer ülkelere nisbeten daha önce ortaya çıkması.

Bir ülkede diğer ülkelerden farklı olarak, özellikle bazı sanayi bölümlerine yönelen talep söz konusu olabilir. Bu durumda o ülke için özellik taşıyan sanayilerin kurulması ve gelişmesi teşvik edilmiş olur. Dolayısıyla bu sanayilerde faaliyet gösteren firmalar da, yabancı ülkelerde oluşacak talebi karşılamak açısından belirli bir avantaj elde ederler.

⁷³ PORTER, *The Competitive....*, p. 88.

Diğer yandan bir ülkedeki talep edenler, eğer talep ettikleri ürünler hakkında çok iyi uzmanlaşmış durumdaysalar; o ülke firmalarının bu tür ürünlerde uluslararası rekabetebilirlik avantajı kazanacağı söylenebilir. Uzmanlaşan talep edenler ihtiyaç duydukları ürünün kalitesi, genel nitelikleri veya standartları yönünden yurt içindeki firmalara baskı yapacaktır. Aynı zamanda bu baskı, nihayi tüketiciler, dağıtım kanalları ve üretici firmalar arasında işbirliği ortamının yaratılması ile sürekli hale getirildiğinde; ürünün özelliklerinde günün koşullarına uygun değişiklikler sağlanabilir. Böylece ülkede belirli bir rekabetebilirlik avantajı yaratılmasının yanısıra, sürekliliğinin sağlanması da söz konusu olacaktır.

Ayrıca bir ülkedeki talep edenlerin ihtiyaçlarının diğer ülkelere nisbeten daha önce ortaya çıkması da, o ülkedeki firmalar için belirli bir avantaj sağlayabilir. Çünkü bu durum firmalara, yeni ürünlerin yaratımı veya mevcutların geliştirilmesi için bir anlamda erken uyarı sistemi oluşturabilir. Diğer yandan; bir ülkede yurt içi talebin yeni ihtiyaçları -özellikle uzmanlaşmanın mümkün olduğu alanlarda- yansıtmaması da firmalar için bir dezavantaj yaratabilir.

c. Talebin Uluslararasılaşması

Talebin uluslararasılaşması; bir ülkede talep edenlerin uluslararası hareketliliğinin yüksek olması veya Çok Uluslu Şirketlerin (ÇUŞ) faaliyette bulunması anlamındadır. Uluslararası hareketlilikleri yüksek olan talep edenler yurt içinde yeni ihtiyaçların ve tüketim alışkanlıklarının talepçisi durumuna gelerek, firmaları bu alanlarda yatırım yapmaya teşvik edecektir⁷⁴. Örneğin; bir ülkeye gelen turist sayısının artması sonucu, onların değişik ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan çok sayıda firma yatırım yapabilecektir. Benzer şekilde

⁷⁴ PORTER, *The Competitive...*, p. 97.

ÇUŞ' lerin üretim için gereksinim duyduğu girdilerden büyük bir kısmını faaliyette bulunduğu ülke içinden temin etmeye yönelmesi sonucu; firmalar üzerinde yeni ürünlerin üretilmesi veya ürün geliştirilmesi bakımından olumlu etkiler yaratılabilir.

Talebin uluslararasılaşması; çalışmak veya eğitim görmek amacıyla yurt dışında bulunan kişilerin yurda döndükleri zaman, alışmış oldukları tüketim kalıbını devam ettirmek istemeleri veya kitle iletişim araçlarının sosyo-kültürel etkileri (televizyon programları, sinema filmleri v.b.) sonucu da gerçekleşebilir.

Talebin uluslararasılaşmasının rekabetedebilirlik avantajını yaratmadaki etkileri yukarıda açıklandığı şekilde gerçekleşse bile, talebin gelişmiş ve uzmanlaşmış olmasının taşıdığı önem unutulmamalıdır. Gelişmiş ve uzmanlaşmış talep şartları, firmalara dinamizm kazandırarak sanayiler içindeki değişimi hızlandıracaktır.

Genel olarak talep şartlarının uluslararası rekabetedebilirlik avantajı üzerindeki etki derecesinin, o ülkenin TBS'sindeki diğer belirleyiciler ile yakından ilişkili olduğu unutulmamalıdır. Örneğin; bir ülkede nihai mal üreten firmalar ile bu firmaların faaliyetlerini destekleyici sanayilerin dengeli olarak bulunmaması durumunda firmalar talepçilerin ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalabilir.

3. Destekleyici ve İlişkili Sanayiler

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının üçüncü temel belirleyicisi; destekleyici ve ilişkili sanayilerdir. Eğer bir ülke uluslararası rekabetedebilirliği yüksek destekleyici ve ilişkili sanayilere sahip ise; belirli sanayilerde avantaj yaratılması ve

sürekliliğinin sağlanması mümkün olacaktır.

Destekleyici ve ilişkili sanayilerin uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kazanılmasında yaratacağı etkinin teorik temelini, Hirschman'ın görüşleri oluşturmaktadır. Hirschman'a göre; yatırımların dolaylı olarak, yani geliri ve dolayısıyla tasarrufları artırarak yeni yatırımlara yol açması yanında, doğrudan doğruya yatırımları artırıcı etkisi de vardır. Bu etki yatırımlar arası tamamlayıcılık etkisinin bir sonucudur⁷⁵. Destekleyici sanayiler belirli bir sanayinin üretiminde ihtiyaç duyduğu ürünleri yurt içinden uluslararası piyasa şartlarına uygun olarak sağlayabilmesi için gereklidir. "İlişkili sanayiler" ise; bir ülkede uzmanlaşan sanayilerin kendisiyle ilişkili olarak ve mevcut altyapı imkanlarını da kullanarak yarattığı yeni sanayilerdir.

a. Destekleyici Sanayiler

Bir ülkedeki destekleyici sanayiler; gelişme yolundaki diğer sanayilerde de rekabete edebilirlik avantajı kazanılmasına yardım edebilir. Çünkü firmalar öncelikle fiziki olarak kendilerine en yakın destekleyici sanayileri, etkin ve uyumlu çalışma ortamının sağlanması ve maliyetlerin daha düşük olması nedeniyle tercih edebilir.

Diğer yandan bir firmanın üretimi için ihtiyaç duyduğu destekleyici sanayi ürünlerini yurt içinde kolayca bulabilmesi yeterli değildir. Bu ürünlerin en verimli şekilde kullanımları hakkında bilgi sahibi olunması gerekmektedir. Aynı zamanda destekleyici sanayiler ile bunların ürünlerini girdi olarak kullanan sanayiler arasında da sıkı bir işbirliği ortamının sağlanması uluslararası rekabete edebilirlik avantajının elde edilmesi için önemli görülmektedir. Bu nedenle, bir

⁷⁵ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Akın İLKİN, **Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi**, İstanbul Üniversitesi Ya. No. 92, İstanbul, 1988, s. 99.

ülkede yabancı ülkelere ait destekleyici sanayi firmalarının faaliyette bulunmalarına yönelik teşvik sistemi oluşturulsa bile; yabancı firmalar, o ülkeye ait destekleyici sanayi firmalarının yerine getirecekleri fonksiyonları tam olarak ikame edemeyebilir⁷⁶.

Destekleyici sanayiler devingen yaratıcılık faaliyetlerinin organizasyonunda ve geliştirilmesinde etkin rol oynar. Çünkü bu tür sanayiler üretici firmalara yeni teknolojileri uygulama fırsatı ve yeni üretim yöntemlerini kavrama kolaylığı sağlar. Aynı zamanda destekleyici sanayiler; üretici firmalar arasında teknik bilgi birikimi ve devingen yaratıcılık faaliyetlerinin dönüşümünü sağlayan bir kanal görevini üstlenir. Üretici firmalar ise, destekleyici sanayilerin devingen yaratıcılık faaliyetlerini geliştirmek için bir test merkezi olmanın yanı sıra, onların teknik çabalarını da yönlendirebilir. Böylece devingen yaratıcılık faaliyetleri tüm sanayilerde yaygınlaşacağından, ekonomik gelişmede olumlu etkileri görülebilir.

Örneğin; İtalya'da ayakkabı üreticileri ile deri imalatçıları; yeni modeller ve imalat teknikleri geliştirilmesi için karşılıklı işbirliği ortamı içinde çalışır. Ayakkabı imalatçıları en yeni ayakkabı modelleri, deri renkleri ve deri işleme yöntemleri hakkında bilgi sahibi olur. Bu dinamizmin sonucu olarak İtalya'daki deri ayakkabı üreticileri ve destekleyici sanayileri uluslararası pazarlara bir benzeri olmayan ürünler ile ilk önce girmenin avantajını elde etmektedir⁷⁷. Genel olarak üretici firmalar ile destekleyici sanayiler arasındaki dengeli ilişkilerin kurulması ve toplam faydanın arttırılması için; hem üretici firmaların hem de destekleyici sanayilerin bu amaca yönelik olarak işbirliği içinde çalışması gerekmektedir.

⁷⁶ PORTER, *The Competitive...*, p. 103.

⁷⁷ Michael E. PORTER, "The Competitive Advantage of Nations", HARVARD BUSINESS REVIEW, March-April, 1990, p. 80.

Ülkenin bir sanayide uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanabilmesi için; onunla ilgili destekleyici sanayilerde de belirli bir avantaja sahip olması gerekmektedir. Çünkü, bir sanayinin -ürünleri ve üretim yöntemleri ile ilgili- devingen yaratıcılık faaliyetlerinde özel önemi olmayan girdileri, yabancı kaynaklardan elde etmek nisbeten kolaydır

b. İlişkili Sanayiler

Bir ülkedeki uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip ilişkili sanayiler; genellikle daha değişik avantajlar yaratmaya yönelik olarak yeni sanayilerin oluşumuna zemin hazırlayabilir. Ayrıca bu tür sanayiler, firmalar arası bilgi akışı ve teknik değişim için zemin yaratarak, dünya piyasalarında ortaya çıkan yeni fırsatların kavranılabilmesi olasılığını artırabilir. İlişkili sanayiler, bir firmanın "değer yaratma zinciri"⁷⁸ içindeki faaliyetlerin, birden fazla firma tarafından koordineli bir şekilde kullanabilmesinin veya paylaşabilmesinin mümkün olması durumunda veya tamamlayıcı ürünlerin üretilmesi düşünüldüğünde söz konusu olabilir. Firmaların değer yaratma zinciri içindeki faaliyetlerin ortak kullanımı, teknolojik bilgi birikimi, imalat teknikleri, dağıtım kanalları, pazarlama veya satış sonrası hizmet alanlarında gerçekleştirilebilir. Örneğin; fotokopi ve faksimile cihazları üretiminde, benzer teknolojiler ve girdiler kullanıldığından, bu ürünlerin dağıtım ve satış sonrası hizmetlerinde ortak hareket edilebilir⁷⁹. Görüldüğü gibi bu durumda dışsal ekonomilerden faydalanılması mümkün olabilecektir.

⁷⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Bu Çalışma, Birinci Bölüm, s. 68.

⁷⁹ Bu durumda firmalar arasındaki iletişimin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz.: Michael E. PORTER-Victor E. MILLAR, "How Information Gives You Competitive Advantage", HARVARD BUSINESS REVIEW, July-August, 1985, p. 151.

Belirli bir sanayide uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılması sonucu; birbirlerinin tamamlayıcısı olan ürünlere yönelik talep de artabilir. Özellikle hizmet sektörü, kendisi ile ilişkili ürünlerinin üretim miktarında, kalitesinde ve fiyatlarında olumlu etkiler yaratmaktadır. Örneğin bir ülkede turizm sektörünün gelişmesi sonucu; konaklama , restaurant ve ulaşım gibi. ilişkili alanlarda faaliyet gösteren firmalar arasında karşılıklı işbirliği ortamı oluşacaktır. Böylece, turizm sektöründe faaliyet gösteren firmaların sayısında artış, hizmet kalitesinde iyileşme ve fiyatlarında düşme. görülebilir⁸⁰.

Belirli bir sanayide uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılabilmesi; devingen yaratıcılık faaliyetlerine önem veren ve değer yaratma zincirindeki bazı faaliyetlerin ortaklaşa kullanımına olanak sağlayan ilişkili sanayilerde de bir takım avantajlara sahip olunması ile mümkündür. Ayrıca, sanayi yapısının hem destekleyici hem de ilişkili sanayilerin yer aldığı bir bütünlük içinde olması sonucu; dışsal ekonomilerin artması ve devingen yaratıcılık faaliyetlerinin gelişmesi mümkün olabileceği için rekabetedebilirlik avantajı üzerindeki etkileşim daha yüksek olacaktır. Örneğin; İtalya' da ayakkabı sanayii bu tür yapılanma içinde olduğundan, uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yüksektir (Şekil: 2)⁸¹.

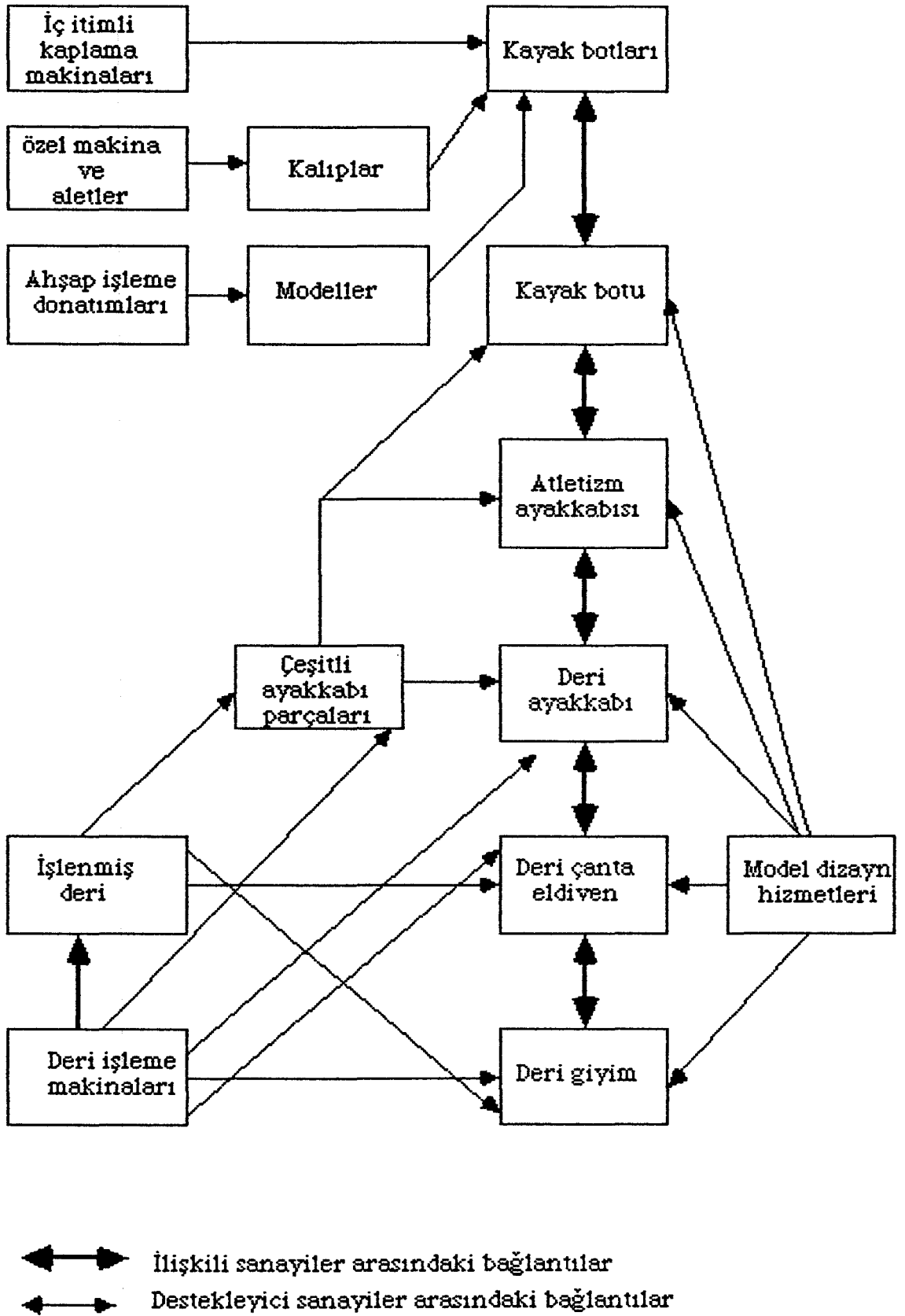
Yukarıda yapılan açıklamalara ilave olarak; destekleyici ve ilişkili sanayilerin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılmasında yarattıkları etkinin, temel belirleyiciler sisteminin diğer belirleyicilerine de bağlı olduğu unutulmamalıdır.

⁸⁰ Fiyatlardaki düşme, piyasada rekabet ortamının gelişmesi ile gerçekleşebilecektir.

⁸¹ PORTER, "The Competitive Advantage...", p. 80-81.

ŞEKİL: 2

İTALYAN AYAKKABI SANAYİİNDE DESTEKLEYİCİ VE İLİŞKİLİ SANAYİLER



4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları

Sanayi içindeki firmaların amaçları, organizasyon yöntemleri ve izledikleri rekabetedebilirlik stratejileri bakımından ülkeler arasında önemli farklılıklar vardır. Bu nedenle uluslararası rekabetedebilirlik avantajının elde edilmesinde bir ülkedeki firmalarının kendi avantajlarını nasıl yarattığı ve güçlendirdiği incelenmelidir. Ayrıca firmaların kurulmuş oldukları ülkede karşılaşmış oldukları yurt içi rekabet ortamının da, devingen yaratıcılık ve dolayısıyla rekabetedebilirlik avantajı üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

a. Firma Stratejisi ve Yapısı

Bir firma, rekabetedebilirlik avantajını; faaliyette bulunduğu sanayi dalında diğer firmalar ile rekabet etmeye yönelik çalışmalar sonucu kazanmaktadır. Bu amaçla firmalar, rekabetedebilirlik stratejilerine uygun olarak bir rekabetedebilirlik yaklaşımı belirleyip bunun temellerini oluşturur⁸².

Dünya çapında tüm firmalar ve sanayiler için geçerli olabilecek genel bir rekabetedebilirlik stratejisinden söz etmek mümkün değildir. Rekabetedebilirlik stratejileri belirli sanayilere ve firmaların başarılı oldukları niteliklere göre değişebilmektedir.

Rekabetedebilirlik stratejisinin oluşturulmasında iki temel belirleyici önem kazanmaktadır. Bunlar; "sanayi yapısı" ve "bir firmanın sanayi içinde sahip olduğu konum" dur.

Firmalar rekabetedebilirlik stratejisi belirlerken, faaliyette

⁸² PORTER, *Competitive...*, p. 301.

bulundukları sanayinin yapısı ile ilgili olarak aşağıdaki faktörleri analiz etmektedir⁸³:

- i- Sanayiye yeni giren firmaların etkisi,
- ii- Ürünlerin yerini alan yeni maddelerin etkisi,
- iii- Arz sağlayanların pazarlık etme gücü,
- iv- Talep edenlerin pazarlık etme gücü,
- v- Mevcut rakipler arasındaki rekabetin etkisi.

Her sanayinin -bu faktörler dikkate alınarak değerlendirilmesi sonucu- kendine özgü eşsiz bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Firmalarda değerlendirme yaparak genellikle yapısal olarak cazip gördükleri sanayilere girmek ister. Bu tür sanayilerde; ileri teknolojinin, özel niteliklerin, marka şöhretinin ve giriş engellerinin korunması nedeniyle işgücü verimliliği ve karlılık yüksektir. Gelişmekte olan ülkeler de genellikle, yapısal olarak cazip görülen sanayilere yatırım yapılmasını amaçlayarak, kıt ulusal kaynaklarının daha verimli kullanımını sağlayabilir.

Diğer yandan bir sanayide meydana gelen yapısal değişiklik, çoğu zaman sanayiye giriş engellerini azaltarak daha önceki lider firmaların rekabetedebilirlik avantajlarının geçersiz hale gelmesine neden olabilir⁸⁴.

Firmalar, rekabetedebilirlik stratejilerini oluştururken faaliyette bulundukları sanayi yapısını iyi bir şekilde analiz etmenin yanısıra

⁸³ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Michael E. PORTER (ed.), **Competition in Global Industries**, Harvard Business School Press, 1986.

⁸⁴ Örneğin; Japonya'da fotokopi makinası üreticileri; ürünlerin boyutunu küçülterek, pazarlamada yeni bir yaklaşım getirerek, imalat yöntemlerini değiştirerek ve yeni bir fiyatlama yaklaşımı benimseyerek ABD firmalarının (Xerox ve IBM) rekabetedebilirlik avantajlarını değiştirmiştir.

kendilerine bu sanayi içinde özel bir konum belirlemelidir. Sanayi içindeki konumlanmanın temelinde iki önemli faktör rol oynamaktadır⁸⁵. Bunlar;

- Rekabetedebilirlik Avantajının Yöntemi ve
- Rekabetedebilirlik Avantajının Alanı' dır.

Firmalar uzun dönemde rekabetedebilirlik avantajlarını sağlamlaştırabildikleri takdirde rakiplerine nisbeten başarılı olacaklardır. Rekabetedebilirlik avantajlarını sağlamlaştırma konusunda firmaların izleyebilecekleri yöntemlerden birisi; fiyatların, rakip firmaların fiyatlarına eşit veya nisbeten daha yakın düzeyde belirlenmesine rağmen, üretim maliyetlerinin azaltılarak karların artırılmasıdır. Diğer yöntem ise; firmaların ürünlerini kalite, özel dizayn veya satış sonrası servis koşullarında talep edenlere bir benzeri daha olmayan veya benzerlerinden daha üstün değer sağlama özelliği (farklılaştırma) ile sunmasıdır⁸⁶.

Rekabetedebilirlik avantajı sağlamaya yönelik her iki yöntem de firmaların rakiplerine nisbeten daha yüksek bir verimlilik düzeyine ulaşmasını gerektirir. Maliyetlerini azaltarak rekabetedebilirlik avantajı sağlamayı amaçlayan firma; aynı ürünün üretimi için rakiplerinin gerekli bulduğundan daha az girdi kullanımına yönelecektir. Ürünlerini farklılaştırarak rekabetedebilirlik avantajı sağlamayı amaçlayan firma ise; birim girdi kullanımı başına rakiplerinden daha yüksek gelir elde edecektir. Böylece rekabetedebilirlik avantajı doğrudan doğruya milli gelir artışı yaratacaktır.

⁸⁵ PORTER, *Competitive...*, p. 310.

⁸⁶ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Pankaj GHEMAWAT, "Sustainable Advantage", HARVARD BUSINESS REVIEW, September-October, 1986.

Başarılı bir şekilde belirlenen rekabetedebilirlik stratejisi yukarıdaki yöntemlerden birisi üzerinde açık bir üstünlük sağlanmasını gerektirmesine karşılık, gerçekte her ikisine de özel bir önem verilmelidir. Maliyetlerini azaltarak rekabetedebilirlik avantajı sağlamayı amaçlayan bir firma; piyasada ürün farklılaştırması yolunu seçen rakiplerine karşı fiyat avantajını yitirmemek için, kabul edilebilir bir kalite ve hizmeti sunmak zorundadır.

Bir firmanın sanayi içindeki konumunu belirlerken dikkate alacağı ikinci faktör Rekabetedebilirlik Alanı veya diğer bir ifadeyle, firmanın sanayi içindeki hedeflerinin genişliğidir. Firma; üreteceği ürün çeşitlerini, kullanacağı dağıtım kanallarını, hizmet vereceği tüketici tipini, satış yapacağı coğrafi bölgeleri ve aynı zamanda kendisine rakip olabilecek diğer firmaları belirleyerek rekabetedebilirlik avantajı kazanabileceği alanın çerçevesini çizmelidir.

Rekabetedebilirlik alanının belirlenmesi özellikle global rekabetedebilirlik koşullarında önem kazanmaktadır. Çünkü sanayiler gittikçe daha küçük bölümlere ayrılma eğilimindedir. Her bölüm kendisine özgü ürün çeşitlerine, dağıtım kanallarına ve farklı tüketici tiplerine sahiptir. Bu nedenle farklı sanayi bölümlerinde faaliyette bulunan firmalar da, farklı rekabetedebilirlik stratejileri uygulamak zorunda kalacaktır⁸⁷.

Firmalar rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için aynı sanayi içinde olsalar dahi farklı rekabetedebilirlik stratejileri belirleyebilir. Bu tür farklılıklar, değişik ülkelere ait firmalar arasında daha çok görülmektedir. Aynı sanayide faaliyet gösteren değişik ülkelere ait firmaların yapabilecekleri temel tercih; geniş bir alanda veya belirli

⁸⁷ PORTER, *Competitive in Global...*, p. 127.

bir bölümde odaklanma arasındadır⁸⁸.

Rekabetedebilirlik avantajının yöntemi ve alanı bütünleştirilerek, seçilebilecek strateji alternatiflerini ortaya koyan "genel rekabetedebilirlik stratejileri" oluşturulabilir (Şekil: 3).

ŞEKİL: 3

FİRMALARIN GENEL REKABETEDEBİLİRLİK STRATEJİLERİ

REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ YÖNTEMİ

		Düşük maliyet	Farklılaştırma
REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ ALANI	Geniş Kapsamlı Amaç	Düşük maliyet	Farklılaştırma
	Dar Kapsamlı Amaç	Düşük maliyete Odaklanma	Farklılaştırmaya Odaklanma

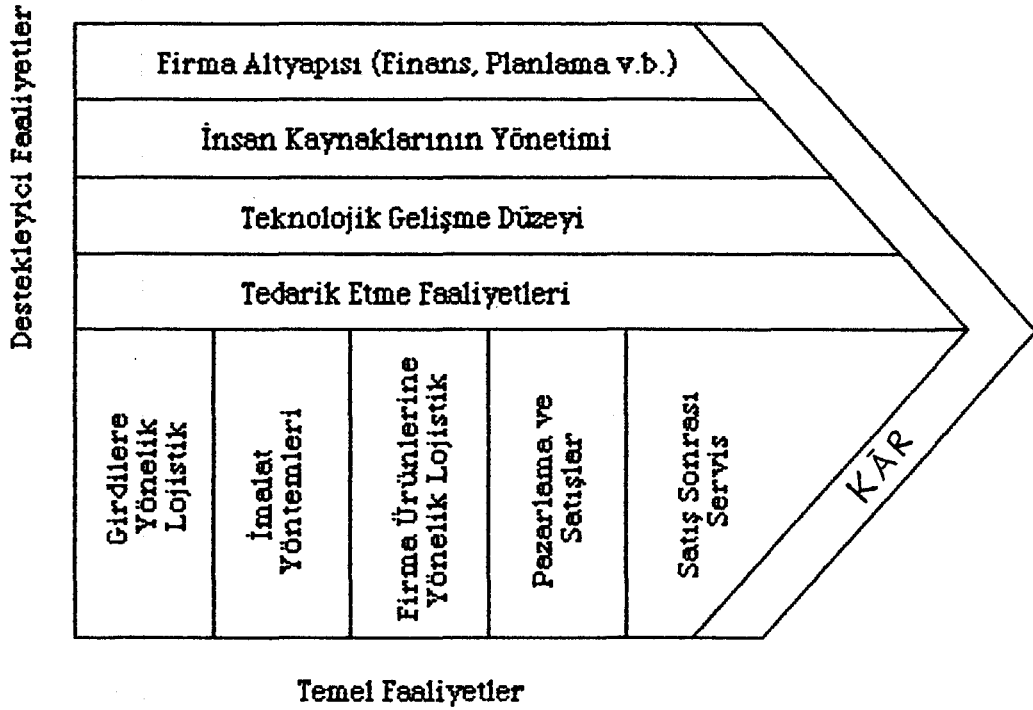
Kaynak: PORTER, *The Competitive...*, p.39.

Firmalar değer yaratma zinciri içinde bulunan bireysel faaliyetleri ve organizasyonları belirleyecekleri genel rekabetedebilirlik stratejilerine uygun olarak bir araya getirip

⁸⁸ Örneğin; ambalaj makineleri sanayiinde, Almanya' daki firmalar geniş bir ürün çeşidine sahiptir. İtalya' daki firmalar ise, genellikle son kullanım ambalajı üzerinde uzmanlaşmıştır.

üretimde bulunur. Değer yaratma zinciri içindeki faaliyetlerin (Şekil:4) rekabetebilirlik avantajı kazanılmasındaki önemi, her sanayi için farklı olabilir. Bu nedenle "Değer Yaratma Zinciri", firmaların rekabetebilirlik avantajının kaynağı olarak da nitelendirilebilir⁸⁹.

ŞEKİL: 4
FİRMALARIN DEĞER YARATMA ZİNCİRİ



⁸⁹ "Değer yaratma zinciri"; bir firmanın rekabetebilirlik avantajı yaratmasında etken rol oynayan faaliyetlerdir. Temel ve destekleyici faaliyetler olarak iki ana gruba ayrılabilir. Temel faaliyetler; üretimin sürekliliğini sağlayan, pazarlama, dağıtım ve satış sonrası servis gibi hizmetlerdir. Destekleyici faaliyetler ise; gerekli girdilerin sağlanması, teknoloji, insan kaynakları veya temel faaliyetleri destekleyici niteliği sahip alt yapı faktörleridir. Ayrıca Ayrıntılı bilgi için bkz.; PORTER, *The Competitive...*, p. 41.

Genel rekabetedebilirlik stratejileri; her sanayi için sadece bir çeşit stratejinin uygulanamayacağını ortaya koymaktadır. Gerçekten bir sanayi içindeki firmalar çok çeşitli stratejileri bir arada başarılı bir şekilde uygulayabilir.

Bir firmanın rekabetedebilirlik stratejisini belirlemesi yönünden yapabileceği en büyük hata; tüm stratejileri hep beraber izlemeye çalışıp muhtemel bir başarısızlığa uğrayarak ortada kalmasıdır. Doğal olarak tüm rekabetedebilirlik stratejileri birbiriyle çelişmektedir. Bu nedenle bir firmanın tüm stratejileri hep beraber izlemeyi denemesi durumunda; rakiplerine nisbeten daha düşük performanslı ve niteliksiz bir strateji ile karşılaşacaktır. Rekabetedebilirlik stratejilerinin firmaların faaliyet gösterdiği ülke koşulları ile karşılıklı etkileşim içinde olduğu söylenebilir. Diğer yandan firmaların yapısal özellikleri de, ülkelerin rekabetedebilirlik avantajı kazanması yönünden önem taşımaktadır.

Hangi ülkede kurulmuş olursa olsun firmalar belirli bir tekdüzeliğe sahip olmaktan daha çok gerek stratejik gerekse yapısal olarak ülke koşulları tarafından yönlendirilebilir. Bir ülkedeki yönetim sisteminin gücünü ve özelliklerini açıklamak için yapılan çalışmalar, uzun bir geçmişe sahiptir. İlk önce ABD yönetim sistemi üzerine yoğunlaşan ilgi, 1980' li yıllarda Japonya' nın yönetim sistemine yönelmiştir. Gerçekte, çeşitli yönetim sistemlerinden herbiri, dünya çapında uygulanabilme niteliğine sahip değildir. Ülkeler genellikle rekabetedebilirlik avantajının kaynaklarına iyi bir şekilde adapte edilebilen ve ülke koşullarına uygun yönetim modellerinin oluşturulabildiği sanayilerde başarılı olabilir. Örneğin; İtalya, daha çok çeşitli bölümlere ayrılabilen dar kapsamlı (mobilya, aydınlatma ve ayakkabı sanayii gibi) sanayi dallarında dünya lideridir. Bu sanayiler özellikle standart ürünlerden daha çok, kendilerine özel modeller yaratarak veya belirli modellerden sipariş

olarak çalışmaktadır. İtalya' da genellikle bu tür sanayi firmaları bir kişiye aittir ya da genişletilmiş aile şirketi şeklinde nisbeten küçük veya orta büyüklüktedir. Bunlar yeni ürünleri hızlı bir şekilde geliştirerek, piyasadaki değişikliklere büyük bir hızla adapte olabilir. Almanya' da ise; İtalya' daki durumun tam tersine mühendislik ve teknik deneyim gerektiren sanayilerde, ürün ve üretim yönetimi geliştirilmesine yönelik güçlü bir eğilim görülmektedir. Çünkü Almanya'da çoğu şirketin üst yönetimi teknik deneyime sahip kişilerden oluşur ve şirketler organizasyon ile yönetim uygulamalarında belirli bir geleneğe sahiptir⁹⁰.

Ülkeler arasında yönetim uygulama ve yaklaşımlarında çeşitli farklılıklar görülebilir⁹¹. Bu farklılıklar, çeşitli sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı yaratılmasını olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir. Firmanın gelişmesinde ve devingen yaratıcılık faaliyetlerinde temel faktör olan işgücü; firma tarafından iyi motive edilmelidir. Bu nedenle çoğu sanayide özellikle işgücü-yönetim ilişkileri önemlidir. Aynı zamanda, bir firmada başarının elde edilmesi için; firma amaçları ile çalışanların motivasyonunun rekabetedebilirlik avantajının kaynakları ile uyumlaştırılması gerekmektedir.

Eğer bir ülkede, nitelikli insan kaynakları yaratmak için bazı özel alanlardaki eğitime öncelik verildiği takdirde, devingen yaratıcılık için

⁹⁰ İmalat sanayiinde uluslararası yapılanma ve yönetim farklılıkları ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz.: Marvin LIEBERMAN, "Learning, Productivity and U.S. -Japan Industrial Competitiveness", in MANAGING INTERNATIONAL MANUFACTURING, edited by Kasra FERDOWS, North-Holland, 1988.

⁹¹ Bu farklılıklar; hiyerarşik düzenin yapısı, karar verme araçları, görevliler arası koordinasyon ve işgücü ile yönetim arasındaki ilişki gibi konularda söz konusu olmaktadır.

en büyük teşvik sağlanmış olur. Böylece, o ülke için özel önemi olan ve özellikle dikkati çeken sanayiler yaratılarak, ülkenin prestiji haline getirilebilir. Bu sanayilerin oluşturulması o ülkeye uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmada büyük kolaylık sağlayabilir (bu durumun tersi de söz konusu olabilir)⁹².

İktisat teorisinde -geleneksel olarak-, kıt kaynakların bir sanayiden diğerine en verimli kullanımları sağlanacak şekilde hızlı ve serbest olarak hareket edebilecekleri varsayılmaktadır. Ancak araştırmalar sonucu, hareketliliği yüksek olan kaynakların uluslararası rekabetedebilirlik avantajını sağlamak için ideal olmadığı görülmektedir. Kaynakların hareketliliği hakkındaki geleneksel görüşün eksikliği; belirli bir sanayide kullanılan kaynakların verimliliğinin bir veri olarak alınmasıdır. Fakat gerçekte, belirli bir sanayide kullanılan kaynakların verimliliğini devingen yaratıcılık faaliyetleri sonucu artırmak mümkün olabilmektedir. Ayrıca, sanayide bilgi ve tecrübe birikimi sağlanarak, firmaların rekabetedebilirlik avantajı artırılır ve süreklilik kazandırılabilir. Bu amaçla, devingen yaratıcılık hem sermaye hem de insan kaynakları üzerinde devamlı olarak yatırım yapılmasını gerektirmektedir

Bu nedenle bir firmanın sahip olduğu uluslararası rekabetedebilirlik avantajını koruyabilmesi için, elde ettiği karı en verimli şekilde yeniden yatırıma yönlendirebilmesi gerekmektedir. Eğer cari karlılık düzeyinde bir azalma söz konusu ise; devingen yaratıcılık faaliyetlerine yönelerek belirli bir dinamizm kazanılabilir⁹³.

92 Örneğin; İtalya' da moda ve mobilyacılık; İsviçre' de bankacılık ve ilaç; ABD' de finans, sinema, popüler müzik ve eğlence, Danimarka' da hayvancılığa dayalı tarımsal sanayiler prestije sahip olarak gösterilebilir.

93 GHEMAWAT, "Sustainable...", p. 53.

Firmaların rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için daha verimli ve yeni üretim yöntemlerini bulup veya onları daha iyi kavrayıp uygulamaya çalışması devingen yaratıcılık faaliyetleri kapsamında incelenebilir. Bu faaliyetlere önem veren bir firma; rakip firmaların rekabetedebilirlik avantajı kazanmak için yeni yöntemler geliştiremediği veya gerekli karşılıkları veremediği kabul edildiği zaman, rekabetedebilirlik avantajını değiştirebilir.

Bununla birlikte, bir firmanın rekabetedebilirlik avantajı için yeni bir yaklaşım ortaya koymadığı sürece rakiplerine nisbeten büyük bir başarı kazanması beklenmemelidir. Bir sanayide devingen yaratıcılık faaliyetleri yoluyla rekabetedebilirlik avantajının yapısı değiştirilmedikçe piyasada kendisini kabul ettirmiş lider firmaların hakimiyeti kaçınılmaz olacaktır.

Uluslararası piyasalarda rekabetedebilirlik avantajı yaratan devingen yaratıcılık faaliyetleri, hem yurt içindeki hem de yurt dışındaki tüketici ihtiyaçlarını önceden belirleyerek genellikle ilk hareketi gerçekleştirir. Diğer yandan sadece yurt içi piyasa şartlarını dikkate alarak gerçekleştirilen devingen yaratıcılık faaliyetleri ise; uluslararası piyasalarda rekabetedebilirlik avantajı kazanılmasını geciktirebilir⁹⁴

b. Rekabet Şartları

Bir sanayide yurt içi rekabet şartlarının şiddetli olması ile, aynı sanayide uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılması ve sürdürülmesi arasında yakın ilişki olduğu görülmektedir. Genellikle şiddetli bir yurt içi rekabetin global sanayilerde önemsiz olduğu ve

⁹⁴ Ayrıntılı bilgi için ve çeşitli firmalar hakkında verilen örnekler için bkz.: DRUCKER, *Innovation*..., p. 224-233.

ülke için bir savurganlık sayılabileceği hakkında ileri sürülen çeşitli görüşler vardır. Bu görüşlerin savunucuları; firmaların ölçek ekonomilerine ulaşmasında şiddetli rekabet şartlarının engel teşkil ettiğini, iki misli çaba sarfettirdiğini ve bir ülkenin yabancı firmalarla rekabetedebilecek ölçek ve güce sahip birkaç adet "büyük firma" ya sahip olmasının yeterli olabileceğini ileri sürmektedir⁹⁵.

Ancak belirli sanayilerde dünya lideri konumunda olan ülkelerin, yurt içinde birkaç adet güçlü firmaya sahip oldukları görülmektedir. Bu durum sadece nisbeten dar kapsamlı sanayiler için değil, aynı zamanda ölçek ekonomilerinin önemli olduğu sanayiler için de geçerlidir. Örneğin; İsviçre' de eczacılık ürünlerinde " Hoffmann, La Roche, Ciba-Geigy"; İsveç' de hem otomobil hem de kamyon üretiminde "Saab, Scania, Volvo" ve Almanya'da kimyasal ürünler sanayiinde "BASF, Hoechst, Bayer v.d." gibi dünya çapında uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip firmalar vardır.

Global rekabetedebilirlik şartları altında başarılı olan firmalar, yurt içinde şiddetli bir şekilde rekabet ederek birbirlerine gelişme ve devingen yaratıcılık için baskı yapar. Böylece firmalar ölçeklerini genişleterek; dünya çapında satış yapmaya ve yabancı firmalardan oluşan rakiplerine karşı avantaj kazanmaya yönelebilirler. Yurt içindeki rakip firmalar arasında yapılan rekabet, yabancı firmalar ile yapılan rekabetten daha farklıdır ve zaman zaman o ülkeye faydalı olmayabilir. Dışa kapalı bir ekonominin yurt içi rekabet ortamında monopol durumunda olan firmalar daha fazla kar edecektir. Global rekabetedebilirlik şartları altında ise; monopol veya kartel şeklinde örgütlenen firmalar, tam rekabet şartlarına daha iyi uyum sağlayan firmalar tarafından yenilgiye uğratılabilir. Bu nedenle yurt içindeki

⁹⁵ Bu konuda ileri sürülen çeşitli görüşler hakkında bkz.: Morton I. KAMIEN-Nancy L. SCHWARTS, **Market Structure and Innovation**, Cambridge University Press, 1982, p. 80.

rekabet şartları tam rekabet şartlarına ne kadar yakın ise; firmalar üzerindeki gelişme ve devingen yaratıcılık faaliyetleri için yarattığı baskı daha şiddetli olacaktır⁹⁶.

Bir ülkede kurulan firmalar arasındaki şiddetli rekabet ortamının uluslararası rekabete edebilirlik avantajının yaratılması üzerindeki belli başlı etkileri şu şekilde sıralanabilir:

- Firmalar arasında gelişme ve devingen yaratıcılık faaliyetleri için karşılıklı etkileşim artar.

- Firmalar sadece kuruldukları ülke içindeki avantajlarını güçlendirmekle yetinmeyerek, gelişmek için yabancı ülkelere satış yapmaya zorlanır.

- Yabancı ülke firmaları ile rekabete giren firmalar, yapılarını güçlendirerek şiddetli rekabet şartlarına uyum sağlamaya çalışır.

- Bir ülkede rekabete edebilirlik avantajı yaratan geleneksel faktörlerin etkisini giderici ve ülkenin yeni avantajlarına yol gösterici bir devingen yaratıcılık faaliyetine zemin hazırlanmış olur.

Ülke içinde, bazı buluşların firmalar tarafından taklit edilmesi veya geliştirilmesi, o sanayide devingen yaratıcılığı arttıracaktır. Bir sanayide bilgi ve tecrübe birikimi firmalar arası personel hareketliliği kadar firmaların birbirlerini taklit etmesiyle de gelişebilir. Belirli bir firma kendisine ait bilgi ve tecrübeyi koruyamadığı sürece, ülkedeki diğer sanayilerin devingen yaratıcılık faaliyetleri yönünden daha fazla fayda sağlanabilir. Bu tür bilgi ve tecrübe hareketliliğinin ülke içindeki firmalar arasında yapılması daha kolaydır. Çünkü, yabancı ülkedeki firmalardan bu konuda bir sızıntı yapılması çok daha zordur. Ayrıca, ülke içindeki belirli bir şehir veya bölgede birbirine rakip olan firmaların yoğunlaşması durumunda, bu tür bilgi ve

⁹⁶ PORTER, *The Competitive...*, p. 118.

tecrübe hareketliliği sonucu sağlanabilecek toplam fayda da artacaktır⁹⁷.

Bir ülke içindeki şiddetli rekabet şartları sadece rekabetedebilirlik avantajı yaratmakla kalmayıp, ortaya çıkabilecek bazı dezavantajlardan kurtulmak için de yardımcı olabilir. Örneğin; çeşitli rekabetedebilirlik stratejileri izleyen birbirine rakip firmalar; devingen yaratıcılık faaliyetlerinde bulunmayı engelleyen veya ülke içindeki rekabet şartlarını bozan hükümet müdahalelerine karşı bir kontrol mekanizması oluşturabilir.

Firmaların hükümetlerden "yardım" istemesi; ülke içindeki herhangi bir sanayide sadece bir veya iki adet firmanın bulunması durumunda söz konusu olmaktadır. Bu şartlar altında, dinamizmi zayıflatan, belirli bir talep miktarını garanti eden veya bazı yörelerdeki firmaları kayıran yardım sisteminin, devingen yaratıcılık faaliyetleri ve dolayısıyla uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kazanılması üzerinde büyük bir etkisi görülmeyecektir.

Diğer yandan, ülke içindeki rakip firmaların sayısı rekabet şartları yönünden başarıyı belirlemek için bir ölçü olarak alınsa da, tek başına yeterli değildir. Eğer ülke içinde belirli bir sanayide çok sayıda firma olduğu halde şiddetli bir rekabet ortamı yoksa; rekabetedebilirlik avantajı zamanla zayıflayabilir. Ayrıca, ölçek ekonomilerini iki misline çıkarmak ve yabancı piyasalara daha büyük bir firma ile girmek için tavsiye edilen rakip firmalar arası direkt işbirliği; eğer bazı sınırlı ve özel yöntemler uygulanmazsa rekabetedebilirlik avantajını azaltabilir⁹⁸. Çünkü, bu durumda rakip

⁹⁷ PORTER, "The Competitive Advantage ..." p. 82.

⁹⁸ Firmaların gizli fiyat ve miktar anlaşmaları yapması veya büyük bir firmanın diğer rakip küçük firmaları alarak monopol hale gelmesi söz konusu olabilir.

firmalar arasındaki farklılaşma yok edilebilir, firmaların birbirlerine yönelik teşvikleri zayıflatılabilir ve sanayinin gelişme oranı yavaşlatılabilir.

Bir ülkede şiddetli rekabet şartlarının yaratılması için yeni işletmelerin kurulması da gerekmektedir. Yeni işletmeler, belirli bir sanayide devingen yaratıcılık faaliyetlerini destekleyerek, yeni hizmetler ve yeni yaklaşımlar ortaya koyabilecekleri için; rekabetedebilirlik avantajının artırılmasında önemli bir temel oluşturur. Rekabetedebilirlik avantajının kazanılması yönünden yeni işletmelerin yaratılmasında izlenilen yöntemler de önemlidir. Yeni işletmelerin yaratılmasında genel olarak iki yöntem izlenebilir: İlk yöntem; daha önce herhangi bir sanayi içinde hiçbir bağlantısı olmayan tamamen yeni işletmeler kurulmasıdır. Diğeri ise; daha önce kurulmuş bulunan firmalar tarafından, potansiyel görülen ilişkili üretim alanlarıyla ilgili olarak dahili çeşitlendirmeye gidilerek faaliyet alanlarının genişletilmesidir⁹⁹.

Tamamen yeni işletmelerin kurulması, mevcut sanayiler, üniversiteler ve diğer eğitim kuruluşları aracılığıyla belirli bilgi ve beceri birikiminin sağlanmasına dayanmaktadır. Rekabetedebilirliğin diğer belirleyicilerinin de, tamamen yeni işletmelerin kurulması için uygun bir ortam hazırlamış olmaları önemlidir. Faktör şartları - nitelikli ve tecrübeli personel birikimi- tamamen yeni işletmelerin kurulmasında bir ön şarttır. Ayrıca uygun talep şartları da yeni işletmelerin kurulmasını teşvik edebilir.

Daha önce kurulmuş olan firmaların yeni sanayilere girerek dahili çeşitlendirme yoluyla faaliyetlerini genişletmesi durumunda ise; daha çok ilişkili sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı yaratılabilmektedir.

⁹⁹ PORTER, *The Competitive...*, p. 123.

Çünkü firmaların rekabetedebilirlik kaynakları hemen hemen aynı olan başka bir sanayide faaliyete başlaması daha kolaydır. Böylece daha önceden de faaliyet gösteren firmanın bilgi ve tecrübe birikimi yeni faaliyetlere aktarılmış olur.

Hangi yöntem ile olursa olsun, yeni işletmelerin yaratılması aynı zamanda o ülke insanının "girişimcilik" niteliğini ortaya koyar¹⁰⁰. Faktör yaratma mekanizmalarının diğer bir görevi de, girişimciliği yaygınlaştırmaktır.

B. DIŞSAL BELİRLEYİCİLER

Bir ülkenin Temel Belirleyiciler Sistemini (TBS) etkileyen ve teorik altyapıyı tanımlamak için gerekli görülen iki dışsal belirleyicinin de incelenmesi gerekmektedir. Bunlar; "hükümet politikaları" ve "tesadüfi faktörler" dir (Bkz. Şekil: 1)

1. Hükümet Politikaları

Hükümet politikaları ile bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajları arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Uygulanan politikalar sonucu; bir ülkede yeni uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratılabileceği gibi, mevcut olan bazı avantajların kaybedilebilmesi de mümkündür.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasında ve

¹⁰⁰ DRUCKER, *Innovation....*, p. 233.

sürekliliğinin sağlanmasında hükümet politikalarının sahip olduğu rol hakkında çeşitli görüşler mevcuttur. Bunlardan çoğu, hükümet politikalarının modern uluslararası rekabetebilirlik üzerindeki etkisini temel faktör olarak ele almıştır¹⁰¹. Ancak hükümet politikalarını, bir ülkenin rekabetebilirlik avantajının temel belirleyicisi olarak dikkate almak; rekabetebilirlik avantajı yaratılmasında hükümetin üstlendiği rolü tam olarak yansıtmayacaktır. Uluslararası rekabetebilirlik avantajının yaratılmasında hükümetin gerçek rolü; dört temel belirleyici ile karşılıklı etkileşim içinde olmasıdır¹⁰². Hükümet politikaları temel belirleyiciler üzerinde etkili olabilecekleri gibi temel belirleyiciler de zaman içinde meydana gelen gelişmeler sonucu hükümet politikalarında gerekli değişikliklerin yapılmasını zorunlu hale getirebilir.

Bir ülkede "faktör şartları", sermaye piyasaları veya eğitim gibi alanlara yönelik hükümet politikaları ile teşvik edilebilir. Diğer yandan, faktör yaratılmasına yönelik hükümet politikası; belirli bir yöreye yatırım yapabilecek firmalar tarafından bölgesel dağılım yönünden de etkilenebilir. Hükümet politikalarının "talep şartları" üzerindeki etkisi daha karmaşıktır. Çünkü hükümet, talep edenlerin ihtiyaçlarını etkilemek veya kontrol altına almak için ürün standartlarını ve diğer kanuni düzenlemeleri oluşturmasının yanısıra, piyasadaki ürünleri doğrudan doğruya talep edebilir.

Piyasaya yeni çıkan fakat kullanımı hızla yayılan ürünlere yönelik, hükümetin üretim ve güvenlik standartlarını tanımlaması gerekecektir. Ayrıca kamu kuruluşlarının ihtiyacının karşılanmasında yeni ürünlerin alımına yönelik hükümet politikası devingen

¹⁰¹ SCOTT, "National...", p. 98.

¹⁰² PORTER, "The Competitive Advantage ...", p. 86.

yaratıcılığın teşvik edilmesine neden olabilir. Hükümet, destekleyici ve ilişkili sanayilerin oluşma koşullarını etkileyebileceği gibi, "firma stratejisi, yapısı ve rekabet şartları" nı sermaye piyasaları, vergi ve anti-tröst kanunları konusunda yapacağı düzenlemeler ile değiştirebilir.

Hükümet politikaları, bir ülkenin rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri üzerinde olumlu veya olumsuz etki yaratabilir. Örneğin; Japonya' da hükümet faksimile cihazları için "talep şartları" üzerinde teşvik edici politikalar uygulayarak, rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasına yardımcı olmuştur. Japonya Adalet Bakanlığı tarafından faksimile dökümanlarının yasal belge olarak kabul edilmesinin yanısıra; normal telefon hatlarına faksimile cihazlarının bağlanmasına da izin vermiştir. Eğer bir hükümet -bu örneğin tersi bir davranış içinde bulunarak- kanuni düzenlemeleri ve satın alımları teknolojik ve güncel gelişmelere aykırı politikalar ile yönlendiriyorsa; uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmaya çalışan firmalar üzerinde olumsuz etkiler yaratacaktır.

Diğer yandan hükümetlerin genel makro ekonomik değişkenler üzerinde etkili olabilmek için uygulayabilecekleri çeşitli politika seçenekleri vardır. Bunlar; Maliye Politikası, Para, Kredi, Faiz Politikaları, Dış Ticaret ve Kur Politikası, Fiyat ve Gelir Politikası ile doğrudan kontroller olarak sıralanabilir¹⁰³. Hükümetler bu makro ekonomik politikalardan her birisini piyasaya direkt müdahaleye yönelik olmadan, diğer bir ifadeyle ülkede faktör fiyatlarında ve döviz kurlarında piyasa şartlarına uygun davranışları engellemeden uygulamalıdır. Ayrıca, politika seçeneklerinden ortaya koyulacak olan bir strateji; mutlaka serbest piyasa şartlarını oluşturmaya ve sürekli

¹⁰³ Demir DEMİRGİL ve diğerleri, **İstikrarlı Kalkınma ve Yeniden Sanayileşme İçin Ekonomik Çözümler**, TÜSIAD Ya. No. T/89/7/129, İstanbul, 1989, s. II.

verimliliği artırmaya yönelik olmalıdır.

Burada sözü edilen hükümet politikaları; doğrudan doğruya "mali yardım politikaları" nı içermemelidir. Çünkü, firmaların piyasa baskısı ve devingen yaratıcılık faaliyetleri sonucunda faktör maliyetlerinin üstesinden gelebileceği ve firmalara doğrudan doğruya mali "yardım" ın rekabetedebilirlik avantajlarının yaratılmasını engelleyeceği görülmektedir. Ayrıca mali yardım politikalarının genel olarak verimlilik ilkesine uygun olmayacağı söylenebilir.

Hükümet, sanayiler arasında seçici davranarak uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılması sürecini, temel belirleyiciler aracılığıyla hızlandırabilir veya yavaşlatabilir. Ancak hükümet, uygulayacağı politikalar ile kendi kendine uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratamayacaktır.

2. Tesadüfi Faktörler

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajı elde ederek dünya pazarlarında başarılı olan sanayilerden çoğunun tarihi gelişimi incelendiğinde; bu başarının elde edilmesinde tesadüfi faktörlerin kısmen büyük rol oynadığı belirlenmiştir¹⁰⁴. Tesadüfi faktörler; firmanın bir ülkedeki koşullara uygun faaliyet göstermesini etkileyen ve bilgisi dışında gerçekleşen olaylardır. Rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasında özellikle önemli olabilecek tesadüfi faktörlere aşağıdaki örnekler verilebilir:

- Petrol gibi temel girdi piyasalarındaki istikrarsızlık

¹⁰⁴ PORTER, "The Competitive Advantage ...", p. 86.

-Dünya çapında finans piyasaları veya döviz kurlarındaki dengesizlik

- Yabancı ülke hükümetleri tarafından alınan politik kararlar

- Savaşlar

- Talebin miktar ve niteliğinde dünya geneli veya bölgesel olarak meydana gelen aşırı değişimler.

Yukarıda belirtildiği gibi; bir ülke temel belirleyiciler sisteminin (TBS) en uygun olanakları yarattığı sanayilerde rekabetebilirlik avantajı kazanabilmektedir. Tesadüfi faktörler ise; TBS' deki şartları kısmen değiştirerek avantaj yaratılmasını etkilemektedir. Tesadüfi faktörlerin etkisi sonucu, bir ülkedeki firmaların rekabetebilirlik avantajlarını kaybetmesine karşılık, başka ülkelerdeki firmalar yeni avantajlar elde edebilir. Örneğin; savaş dönemlerinde ülke içindeki bilimsel yatırımların (faktör yaratma) seviyesi ve zorunluluğu artabilir ve talep şartları değişebilir.

Tesadüfi faktörler farklı ülkeler üzerinde değişik etkiler de yaratabilir. Örneğin; 1970' li yıllarda yaşanan "petrol şokları", bu enerjiye bağımlı olan ülkeleri daha erken ve şiddetli etkilemiştir. Tesadüfi faktörlerin etkisini ilk kez veya şiddetli olarak hisseden ülkeler; olumsuz etkileri gidermeye yönelik devingen yaratıcılık faaliyetlerine önem vermektedir. Nitekim " petrol şokları" ndan ilk etkilenen ülkeler, daha sonra alternatif enerji kaynaklarının kullanımını yaygınlaştırmaya yönelik çalışmalarını hızlandırmıştır.

Diğer yandan tesadüfi faktörler, bir ülkedeki mucitlik ve girişimcilik açısından da önem kazanmaktadır. Yapılan araştırmalar bir ülkenin mucit ve girişimci topluluğa sahip olmasının; tamamen tesadüfi faktörlere dayandırılmayacağını ortaya koymaktadır. Ancak belirleyiciler; mucitliğin ve girişimciliğin ülke şartları dikkate alınarak ortaya çıkmasının en muhtemel olduğu sanayilerde temel bir rol

üstlenebilir. Bu amaçla faktör yaratma mekanizmaları ve ilişkili sanayiler bilgi ve tecrübe birikimini etkileyerek çok önemli katkıda bulunabilir. Bununla birlikte ülke şartları dikkate alındığında bu tür faktörlerden elde edilecek sonuçlar; gerçekte tesadüfi olarak görülen olaylar nedeniyle farklılık gösterebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞTİRİLMESİ

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicilerinin karşılıklı dinamik etkileşimi sonucu yaratacakları etkinin artacağı ve bu nedenle belirli bir sistem dahilinde ele alınmaları gerektiği görülmektedir. Bu sistem içindeki belirleyiciler arasındaki dinamik etkileşim analiz edilerek, bir ülkenin "TBS" nin özellikleri ortaya konulabilir. Diğer yandan TBS' nin özelliklerine bağlı olarak uluslararası rekabetedebilirlik avantajının geliştirilmesi için geçilmesi gereken aşamalar tanımlanabilir. Böylece bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının geliştirilebilmesi için; ülkenin bulunduğu aşamaların ve belirleyiciler yönünden mevcut durumunun ortaya konularak alınması gerekli tedbirler belirlenebilir.

Aşağıda öncelikle belirleyiciler arsında gerçekleşmesi muhtemel görülen dinamik ilişkiler teorik olarak incelenmiştir. Ayrıca, bu

ilişkilerin sonuçları da dikkate alınarak uluslararası rekabetebilirliğin gelişim aşamaları tanıtılmıştır. Diğer yandan, uluslararası rekabetebilirlik avantajının gelişim aşamalarını belirlemeyi amaçlayan bir model kurulması için gerekli çalışmalar yapılmıştır.

I. ULUSLARARASI REKABETEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİLER VE GELİŞİM AŞAMALARI

A. ULUSLARARASI REKABETEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİLER

Ülkelerin Temel Belirleyiciler Sistemini (TBS) oluşturan belirleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşim sonucu; bir sanayide rekabetebilirlik avantajı kazanılabilir. Ancak bazı belirleyiciler arasındaki etkileşimler, bir ülkenin uluslararası rekabetebilirlik avantajı için diğer ülkelere nisbeten daha önemli olabilir. Bu nedenle, uluslararası rekabetebilirliğin belirleyicileri arasında gerçekleşmesi muhtemel dinamik ilişkilerin incelenmesi ve sonuçlarının yorumlanması gerekmektedir.

1. Faktör Şartları Üzerindeki Dinamik Etkiler

Ülkedeki faktör şartları diğer belirleyiciler tarafından etkilenebilir. Bu etkileşim, ülkenin özellikle uluslararası rekabetebilirlik avantajı kazanması aşamasında etkin yeri

olabilecek üretim faktörlerinin yaratılması yönünden büyük önem taşımaktadır.

Genel üretim faktörlerine yönelik olarak yapılan sürekli yatırımlar, bir ülkenin ekonomik gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle, genel üretim faktörlerine yapılan yatırımlar, hemen hemen her ülkede -değişik düzeylerde de olsa- hükümetin ekonomi politikası uygulamalarının normal bir sonucu olarak görülmektedir. Ülkeler arasında yatırım hacmi, gerekli görülen performans standartları ve faktör yaratılmasında mevcut kuruluşların daha iyi nasıl idare edilmesi gerektiği konusunda farklılıklar olabilir. Ancak genel üretim faktörleri, bir ülkenin uluslararası rekabete edebilmek için yaratması için yeterli bir temel oluşturamamaktadır. Bu durumda, rekabete edebilirlik avantajı elde etmek amacıyla gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılması için alışılmışın dışında etki mekanizmalarının gerçekleştirilmesi önem kazanmaktadır.

Gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılmasına yönelik yatırımlar daha karmaşık yöntemlerin izlenmesini gerektirmektedir. Bu faktörler için yapılan yatırımların tüm ülke ekonomileri arasındaki dağılımı genel faktörler için yapılan yatırımların dağılımına kıyasla dengeli değildir. Ülkeler arasında, özel ve kamu yatırımlarını kapsayan çeşitli sektör ve sanayilerdeki faktör yaratmaya yönelik çalışmalar açısından oldukça büyük farklılıklar görülmektedir.

Bir ülkede gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılmasının ve niteliklerinin artırılmasının, nasıl gerçekleştirilebileceği önem kazanmaktadır. Bu nedenle ülkenin TBS'ndeki diğer belirleyicilerinin faktör şartları üzerindeki dinamik etkileri incelenmelidir.

Bir ülkede faktör şartları üzerinde en büyük etki; yurt içi rekabet şartları tarafından yaratılabilir. Rakip firmalar, etkin yurt içi rekabet şartları altında gerekli insan kaynağını, faaliyeti ile ilişkili teknolojileri, piyasa bilgisini ve alt yapı imkanlarını daha kısa bir sürede elde edebilmektedir. Firmalar, etkin rekabet ortamında kendi üretim faktörlerini oluştururken, -tek tek veya bir birlik olarak- muhtemel rakiplerden daha geri planda kalmamanın baskısı ile yatırım yapar¹⁰⁵.

Bu yatırımlar, doğrudan doğruya firma içinde Araştırma-Geliştirme (AR-GE) bölümü oluşturmak veya firma dışı diğer eğitim ve araştırma kuruluşlarının kendi çalışma alanlarına yönelik olan faaliyetlerini desteklemek suretiyle de gerçekleştirebilir. Firmalar üniversitelerde, devletin desteklediği mesleki kuruluşlarda, eğitim merkezlerinde ve uzman çıraklık programlarında , kendi sanayi dallarına ait nitelikli bilgiler vermeyi amaçlayan özel programlar başlatabilir. Bir adet büyük firma, özellikle kasaba veya küçük yerleşim biriminde gerçekten önemli bir ekonomik etkinliğe sahip olması durumunda; o yöredeki faktör oluşumuna da kendi faaliyet alanı doğrultusunda etkileyebilir. Bu etki alanı, o firmanın üretim faaliyetlerini destekleyici veya onlar ile ilişkili alanlarda faaliyet gösteren sanayilere de genişleyebilir..

Diğer yandan, ülke içindeki etkin rekabet ortamı eğitim kuruluşları, araştırma enstitüleri, araştırmacılar ile üretici firmalar arasında yakın bir işbirliğinin yaratılmasına yardımcı olur. Bunun sonucunda hem verimli bir çalışma ortamı oluşturabilir hem de ülkede çeşitli üretim faktörlerinin yaratılması veya niteliklerinin artırılması

¹⁰⁵ PORTER, *The Competitive...*, p. 134. Ayrıca bkz.0 KAMIEN-SCHWARTS, *Market...*, p. 70.

sağlanabilir. Rakip firmalardan bir kısmının faktör şartları üzerindeki etkisi; otomatik bir davranış olma eğiliminden daha önemli ve olağandır. Çünkü firmalar, faktör birikimlerini sürekli olarak belirli bir seviyede tutmak gereksinimi duyduğu için, bu amaca yönelik yatırımları sürekli olarak teşvik eder. Bu durum; etkin bir yurt içi rekabetin gerçekleşmesi için tüketicilerden gelen zorlayıcı unsura benzeyen özel bir role sahiptir.

Üretim faktörlerinin yaratılması ve birikiminin sağlanması aynı zamanda destekleyici ve ilişkili sanayiler tarafından da etkilenmektedir. Destekleyici ve ilişkili sanayilerin özellikle uzmanlaşmış faktörlerin yaratılması ve geliştirilmesi için kendi mekanizmalarını harekete geçirmeleri gerekmektedir. Bu sanayiler, sahip oldukları makina, araç gereç ve tecrübe yardımıyla aynı zamanda bir okul gibi çalışarak diğer sanayi dalları için uzmanlaşmış üretim faktörleri yaratabilir. Bunlar belirli bir alanda uzmanlaşmış işgücü olabileceği gibi, bir ürünün veya üretim tekniğinin yani kullanım alanının yaratılması şeklinde de olabilir. Hangi tür olursa olsun, uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılması sonucu yeni sanayi alanları da geliştirilebilir. Bu amaçla bazı üretim faktörleri başka bir sanayi dalına devredilebilir. Örneğin; Danimarka' da ileri düzeyde hazırlanmış eğitim programları sonucu uzmanlaşmış kişilerin, bira sanayiinin de yardımı ile bazı besinlerden elde ettikleri biyolojik bulgular; insülin, sanayi enzimleri ve gıda sanayii katkı maddeleri üretiminde uluslararası rekabetedebilirlik avantajının temelini oluşturmuştur.

Bir ülkede genel nitelikleri bilinen birkaç temel sanayi grubunun var olması için; hükümetler, eğitim kuruluşları ve şirketleri teşvik ederek bu sanayiler ile ilgili faktör yaratan mekanizmaların harekete geçirilmesi için yatırım yapılmasını sağlamalıdır. Öncelikle gerekli olan altyapı genişletildikten sonra gelişmiş ve uzmanlaşmış faktörlere

yönelik yatırımlar ile rekabetebilirlik avantajı yaratılmaya çalışılmalıdır. Bu yatırımlar sonucu oluşturulacak uzmanlaşmış altyapıdan, aynı zamanda tüm sanayi grupları yarar sağlayacaktır.

Faktör şartları üzerinde etkili olan diğer belirleyici ise, talep şartlarıdır. Bir sanayinin ürünlerine yönelik talep miktarı beklendiğinden daha az ya da fazla olabileceği gibi, bu ürünlere yönelik talep suni bir şekilde de yükseltilmiş olabilir. Bu şartlara bağlı olarak, gerek kamu gerekse özel yatırımlar ilgili sanayi bölümlerinin ihtiyacı olan faktörlerin yaratılmasına yöneltilebilir. Özellikle gelişmiş ve uzmanlaşmış faktörler bir ülkenin sahip olduğu özel şartlara uygun olarak geliştirilir. Örneğin; Norveç, çeşitli deniz ürünlerinde elde ettiği rekabetebilirlik avantajını koruyabilmek için uzmanlaşmış eğitim ve bilimsel araştırma kuruluşlarına büyük önem vermiştir.

Bir ülkede üretim faktörü yaratmaya yönelik yatırımların sonucunu elde etmek uzun süre alır. Bu nedenle eğitim ve bilimsel araştırma kuruluşları üzerindeki diğer belirleyicilerin etkisi büyük önem kazanmaktadır. Bu etkileşim sonucu, uzmanlaşmış faktör yaratımında süreklilik ve bunun için gerekli teşvik sağlanabilir. Aynı zamanda belirleyiciler arasındaki bu etkileşim ülkeden ülkeye farklılık gösterecektir. Böylece ülkeler arasında uzmanlaşmış faktör birikimi bakımından da büyük farklılıklar görülecektir¹⁰⁶. Çünkü ülkeler arasında faktör yaratmak için yapılan yatırım miktarlarında olduğu kadar, izlenilen yöntemlerde ve fiyatlarda da bir takım farklılıklar vardır.

¹⁰⁶ DPT, *Bilim...*, s. 13.

2. Talep Şartları Üzerindeki Dinamik Etkiler

Bir ülkede belirli bir sanayinin karşılaştığı yurt içi talep şartlarının; nüfus miktarı, iklim koşulları, sosyal değerler ve diğer sanayi kuruluşlarının durumu gibi o ülkeye özgü faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Bu faktörlerin etkisi; aynı zamanda Temel Belirleyiciler Sistemindeki diğer belirleyicilerin talep şartları üzerindeki muhtemel etkisini yansıtacaktır.

Talep şartları üzerinde yurt içi rekabet şartlarının büyük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Birbirine rakip firmalardan bir kısmı, tüketiciler ile iyi ilişki kurmak amacıyla pazarlama ve dağıtım hizmetlerinin geliştirilmesi için yatırım yapar. Ürünlerin fiyatlandırmasında ise; genellikle kar sağlamak veya belirli bir yörede piyasa payını korumak amaçlanmaktadır. Böylece ürünler o firmanın bulunduğu yörede daha kısa sürede tanınmış olacak ve bilinen bir ürüne yönelik talep de daha yüksek olacaktır. Bir ülkede rakip firmalar, çeşitli rekabet şartları karşısında öncelikle yurt içindeki birincil talebi uyarır¹⁰⁷. Yurt içi talep doyuma ulaştığında ise, firmalar yurt dışı pazarlara satış yapmak için daha fazla çaba harcamaya başlar.

Şiddetli rekabet şartları, aynı zamanda yurt içi talep miktarının artmasını da sağlayabilir. Çünkü bazı rakip firmalar, yurt içinde talep edenleri eğiterek, bilinçlenmelerini sağlayarak onların dikkatini belirli bir noktaya çekerek talep artışı yaratmak için çalışabilir. Firmalar arasında şiddetli rekabetin söz konusu olmadığı bir sanayide ise; faaliyet gösteren firmalar kendilerinin belirlediği öncelikler

¹⁰⁷ PORTER, "The Competitive Advantage...", p. 86.

doğrultusunda özel şartlar yaratabilir. Diğer yandan firmalar, yurt dışı pazarlarda ürünlerine olan talebi arttırmak için de kendisine özgü yöntemler uygulayabilir. Örneğin; Japonya' nın müzik aletleri üreticilerinden Yamaha Japonya' da müzik eğitimi veren okullar veya kurslar açarak ürünlerine yönelik bir talep yaratma yolunu seçmiştir. Daha sonra Yamaha uluslararası pazarlara açılma sürecinde yine aynı politikasını sürdürmüştür.

Bir ülkedeki uluslararası rekabetebilirlik avantajına sahip destekleyici ve ilişkili sanayiler, kendi ürünlerine yönelik uluslararası talebi arttırabilir. Bu amaçla izlenebilecek bir yöntem, uluslararası marka şöhretine sahip olabilmektir. Örneğin; 1950 ve 1960' lı yıllarda İsveç saatlerinin, en mükemmel mekanik ürün olarak tanınmasına karşılık; 1980' li yıllarda Japonya' daki firmalar daha fazla bir üretim ve tanıtım sayesinde elektronik saat tüketimini arttırmıştır. İlişkili sanayilerin talep koşullarını geliştirmesinde etkili olabilecek diğer bir yöntem de, yan ürünleri iyileştirerek bunlara yönelik talebin arttırılması için çalışmaktır.

Talebin uluslararasılaşması üzerinde ise; özellikle faktör yaratma mekanizmalarının etkisi görülebilir. Bir ülkede belirli bir sanayi ile bağlantılı olarak oluşturulan uzmanlaşmış üretim faktörü yaratma mekanizmaları yabancı öğrencilerin, araştırmacıların ve firmaların ilgisini çekecektir. Aynı zamanda bunlar, bir ülkenin ürünleri için gelecekteki muhtemel dış talebi oluşturur.

3. Destekleyici ve İlişkili Sanayiler Üzerindeki Dinamik Etkiler

Bir ülkede destekleyici ve ilişkili sanayilerin varlığı, büyüklükleri ve uluslararası başarıları da diğer belirleyiciler tarafından etkilenebilir.

Bir sanayide faktör şartları -özellikle faktör yaratma mekanizmaları- destekleyici ve ilişkili sanayilerin gelişmesinde etkili olabilir. Yapılan yatırımın verimli olabilmesi için, bilgi ve teknolojinin sanayinin tüm alanlarına yaygınlaştırılması gerekmektedir. Bu nedenle bir temel sanayide ilgi alanına uygun üretim faktörü yaratma mekanizmalarının oluşturulması, destekleyici ve ilişkili diğer sanayilerin kuruluşunu kolaylaştırabilir.

Bir ülkede nihayii tüketime yönelik mallar üreten firmaların verimli çalışması, o firmaları destekleyici hizmet veren veya o firmalarla ilişkili üretimde bulunan diğer firmaların mallarına olan talebi de arttıracaktır. Böylece genel olarak tüm sanayide ölçek genişleyecek ve ölçek ekonomilerinden faydalanmak mümkün olabilecektir. Destekleyici sanayilerde ölçek genişlemesi ve belirli alanlarda uzmanlaşılması için mevcut olan yurt içi talebin artarak belirli bir büyüklüğe ulaşması gereklidir¹⁰⁸.

Yurt içindeki şiddetli rekabet ortamı da destekleyici ve ilişkili sanayilerin gelişimini olumlu yönde etkileyen bir unsur olmaktadır. Bir ülkede, uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip az sayıda firmanın bulunması, yurt içinde bu firmaların üretimini destekleyici faaliyet gösteren diğer firmaların ürünlerine de global talep yaratacaktır. Aynı zamanda, uluslararası pazarlarda başarılı olan firmalar, yurt içindeki bu destekleyici firmaları makina, ekipman veya

¹⁰⁸ PORTER, *The Competitive ...*, p. 138.

verdikleri hizmetler yönünden sürekli olarak uyararak, gerekli niteliğe ulaşmalarına yardımcı olacaktır¹⁰⁹. Örneğin; yarı iletken üretiminde dünya lideri olan Japonya' daki bazı firmalar, aynı zamanda yarı iletken üretiminde kullanılan çeşitli parçaların üreticisi diğer firmaların uluslararası piyasalarda söz sahibi olmasını sağlamıştır.

Destekleyici ve ilişkili sanayi firmalarının faaliyetlerini düzenlemesi, geliştirmesi ve devingen yaratıcılığa yönelik çalışmalara daha büyük önem vermesi gerekmektedir. Bu firmalar, aynı zamanda kendi faaliyetlerinin globalleşme hızını ve ürünlerini talep eden diğer firmaların uluslararası piyasalardaki konumunu da takip etmelidir. Burada firmaların rekabetebilirlik avantajı kazanmak amacıyla global stratejiler izlemeleri gerektiği görülmektedir. Ancak firmalar, öncelikle mevcut stratejilerini analiz etmelidir¹¹⁰.

Bir ülkede faaliyet gösteren destekleyici sanayiler genel olarak belirli bir sanayinin kullanımına uygun ürünler yaratmaktadır. Destekleyici sanayilerin ürettikleri ürün çeşidi bir adet ile sınırlı olabileceği gibi, belirli bir sanayinin çok çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla birden fazla da olabilir. Örneğin; Hollywood' daki sinema ve televizyon filmi üreten çok sayıda rakip firmanın belirli bir alana yığılması; özel efekt firmalarından, kostüm dizayncılarına ve üretim sigortası sağlayan firmalara kadar değişik alanlarda faaliyet gösteren destekleyici sanayilerin uzmanlık kazanmasına ve uygun şartlarda büyümesine neden olmuştur. Holywood' un kalitesini artıran da, bu tür destekleyici firmaların hizmet kalitesi ve fiziki yakınlığıdır.

¹⁰⁹ TAYLOR, "The Business...", p. 103.

¹¹⁰ Gary HAMEL-C.K. PRAHALAD, "Do You Really Have a Global Strategy?", HARVARD BUSINESS REVIEW, July-August, 1985, p. 140.

Destekleyici sanayi firmalarının kurulduğu bölgede, bunların ürünlerine talep yaratan diğer firmalar arasındaki şiddetli rekabet; destekleyici sanayi firmalarının pazarlık gücünü ve satış riskini azaltabilir. Bu durumda, yatırım ve uzmanlaşma seviyesi yüksek olan destekleyici sanayilere daha fazla firmanın girmesi teşvik edilebilir. Bununla birlikte, bir ülkede temel sanayilerde faaliyet gösteren birkaç adet firmanın bulunması ve bunların gereksinimleri arasındaki farklılıklar; destekleyici sanayilerin devingen yaratıcılık faaliyetlerini artırarak potansiyel kalkınma merkezleri yaratabilir. Potansiyel kalkınma merkezleri, destekleyici sanayi firmalarının ürünlerini talep eden firmaların faaliyette bulundukları üretim alanı veya bu firmaların coğrafi yerleşim alanı bakımından söz konusu olabilir¹¹¹.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip destekleyici sanayilerin bulunduğu ülkelerde mevcut rekabet ortamından dolayı çok sayıda sanayi kuruluşunun oluştuğu görülmektedir. Örneğin; Norveç' te üretiminin büyük bir kısmını ihraç eden balıkçılık sektörü; gıda üretim makineleri, balıkçı tekneleri, balıkçı tekneleri için kimyasal boyalar, vernikler, telsiz telefon ve haberleşme ekipmanları gibi çok çeşitli destekleyici sanayilerin oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Bir ülkede şiddetli rekabet şartlarının var olması, aynı zamanda ilişkili sanayilerin de uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmasına destek olacaktır. Çünkü bu şartlar altında firmalar değer yaratma zinciri içinde bulunan faaliyetleri daha verimli kullanmak zorunda kalacağından, üretim alanıyla ilişkili sanayilere de girebilir. Diğer yandan şiddetli rekabet şartları ve belirli sanayi alanlarında elde edilen gelişme, yurt içindeki girişimcileri bu sanayiler ile ilişkili alanlara yatırım yapmaya yönltebilir.

¹¹¹ PORTER, *The Competitive ...*, p. 156.

4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları Üzerindeki Dinamik Etkiler

Bir ülkenin Temel Belirleyiciler Sistemi içinde firma stratejisi, yapısı ve rekabet şartları da diğer belirleyiciler tarafından etkilenmektedir.

Talep edenlerin ürünler hakkında çok yönlü kaynak araştırmasında bulunduğu veya alışverişte seçici davrandığı durumlarda; talep şartları yurt içi rekabeti artırabilir. Talep edenlerin bilinçlenmesi, eğitim seviyesinin artması veya diğer bir ifadeyle davranışsal boyuta ulaşması sonucu rakip firmalar üzerinde yaratılacak olan etki artacaktır¹¹².

Ayrıca talep edenlerin de üretici olması ve belirli bir sanayide faaliyet göstererek uzmanlaşması mümkündür. Bu durumda, yurt içi rekabet şartları üzerinde yaratılacak olan etkinin büyüklüğü; talep edenlerin gerisel bağlılığı yüksek sanayilerde faaliyet göstermesine bağlıdır. Örneğin; Japonya' da Matsushita ve Kawasaki gibi ilk ve önder robot üretim firmalarının çoğu aynı zamanda belli başlı robot kullanıcılarıdır. Bu firmalar robotları başlangıçta iç tüketimleri için dizayn etmiş, fakat daha sonra diğer firmalara da satmaya başlamıştır. Burada; bilinçli üreticilerin uzmanlık birikimlerini kullanarak rekabetebilirlik avantajını kazanma olanaklarını artırmak için diğer tüketicilerin gereksinimlerini karşılamak yoluyla belirli bir sanayiye (robot) nasıl girdikleri görülmektedir¹¹³.

¹¹² Ayrıntılı bilgi için bkz.: Yavuz ODABAŞI, **Tüketici Davranışı**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir, 1986,s. 70-73.

¹¹³ PORTER, **The Competitive...**, p.142.

Diğer yandan yurt içi rekabet şartları üzerinde direkt etkileri görülen bir faktör de "girişimcilik" tir. Bir ülkede girişimciliğin devingen yaratıcılık faaliyetlerini artıracığı gibi rekabetin de şiddetlenmesini sağlayabilir.

Yeni girişimcilerin bir sanayide faaliyette bulunmak için çaba göstermesi; destekleyici ve ilişkili sanayilerdeki güçlü firmalar tarafından doğrudan veya dolaylı bir şekilde desteklenebilir. Öncü sektörlerle ve bunlarla ilişkili sanayilere ilgi gösteren yeni girişimciler, özellikle yatırıma ve devingen yaratıcılığa yönelik çalışmaları sonucu yeni bir yurt içi sanayi yapısı oluşturabilir¹¹⁴.

Genel olarak bir sanayi alanında faaliyet gösteren firmaların destekleyici sanayiler bakımından çeşitli güçlüklerle karşılaşması, genellikle bu sanayiler de bir rekabetedebilirlik avantajı sağlanmasına neden olmaktadır. Çünkü destekleyici sanayiler bakımından görülen eksiklikler, girişimcilik ve devingen yaratıcılık özellikleri ile giderilmeye çalışılacaktır. Bu durumda yeni girişimciler, özellikle devingen yaratıcılık faaliyetleri sonucu destekleyici sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı kazanabilecektir.

Diğer yandan temel faaliyet alanının yanı sıra destekleyici sanayilere de girmeyi amaçlayan bir firmanın; rekabeti yeniden düzenleyebilecek temel faaliyetlere kendi özelliklerini ve sahip olduğu olanakları adapte etmesi gerekmektedir. Firmalar genellikle marka isimlerini, dağıtım kanallarını ve teknolojik bilgi birikimlerini bu amaca yönelik olarak işbirliği içinde kullanabilir.

Belirli bir gelişme düzeyine erişmiş destekleyici sanayilerde faaliyet gösteren ve birleşerek rekabetedebilirlik avantajlarını

¹¹⁴ DRUCKER, *Innovation...*, p. 75.

arttırmaya çalışan firmalar, daha önce destekleyici hizmet verdikleri sanayilere girmek istediklerinde daha az engelle karşılaşacaktır. Aynı nedenlerden dolayı, ilişkili sanayilerde sahip olunan rekabetebilirlik avantajı da diğer sanayilere girişte kolaylık sağlayacaktır¹¹⁵.

Bir firmanın, ilişkili sanayilerden uluslararası rekabetebilirlik avantajı yüksek olan temel sanayiye geçme aşamasının zamanlaması tesadüfi olarak nitelendirilemez. Genellikle bu geçiş, ya ilişkili sanayinin temelini oluşturan sanayinin arzu edilen gelişme düzeyine ulaşması ya da önemini yitirmesi durumunda gerçekleşebilir.

İlişkili sanayilerdeki girişimciliğin de uluslararası rekabetebilirlik avantajını artırma amacına yönelik olması arzu edilir. Bu alanda yatırım yapacak olan yeni girişimcilerin daha yüksek düzeyde uluslararası rekabetebilirlik avantajına ulaşmak için çalışmaları gerekmektedir. Örneğin; Japonya' da kişisel bilgisayar üreten çoğu firma, tüketici elektronikleri üreterek faaliyete başlamıştır. Bu firmaların kişisel bilgisayar üretimine yönelerek uluslararası pazarlarda başarılı olması; ilişkili sanayilerde, daha küçük boyutlu compact ve likit kristal display teknolojilerinin geliştirilmesine dayanmaktadır. Devingen yaratıcılık faaliyetlerine büyük önem veren Japonya' daki bu firmalar; destekleyici ve ilişkili sanayiler ile işbirliği içinde diz üstü bilgisayarları da geliştirmiştir.

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet şartları üzerinde, zengin faktör birikiminin veya uzmanlaşmış faktör yaratma mekanizmalarının da önemli etkileri vardır. Bir sanayide faaliyet göstermek için çaba sarfeden girişimciler; özellikle uzmanlaşmış faktör yaratma mekanizmaları yardımıyla yetiştirilmelidir. Eğer girişimcinin bu yolla

¹¹⁵ PORTER, *The Competitive...*, p.142.

yetişmediği düşünülecek olsa bile, en azından girişimci, yatırım yaparken zengin faktör birikimi sayesinde büyük güçlüklerle karşılaşmayacaktır.

Bir ülkenin uluslararası rekabetebilirlik avantajına sahip sanayilerinde birkaç adet yerli firmanın bulunduğu görülmektedir. Yurt içindeki şiddetli rekabet şartları, devingen yaratıcılığı sürekli olarak desteklemektedir. Aynı zamanda rekabet şartları bir ülkedeki firmaları, diğer belirleyicilerden kaynaklanan avantajları elde etmek için teşvik eder. Rekabet şartlarının genellikle doğrudan doğruya ve açıkça gerçekleşen bu yararları kısaca şu şekilde sıralanabilir¹¹⁶:

- Kurulan yeni sanayilerin üretimlerinde ihtiyaç duyabilecekleri yeni ürünler yoluyla girişimcilerin teşvik edilmesi,
- Yeni üretim faktörlerinin yaratılması ve girişimcilerin bu faktörlere olan talebinin desteklenmesi,
- Tüketici talebinin miktarında artış ve talep edilen mallarda çeşitlenme görülmesi,
- Gelecek vaad eden ve hızlı gelişme gösteren destekleyici ve ilişkili sanayilerin kurulması,
- Hükümet politikalarının kaynak israfını önleyerek verimliliği arttırmayı amaçlayan daha uygun alanlara kanalize edilmesi.

Yurt içi rekabet şartlarının dolaylı etkileri sonucu ise, dışsal ekonomilerin ortaya çıktığı görülmektedir. Büyük sanayi kuruluşlarının dışsal ekonomilerden sağlayacağı yarar, küçük firmalara nisbeten daha fazla olacaktır. Çünkü büyük sanayi kuruluşları, belirli bir alanda uzmanlaşmanın, üretimde yeni teknolojileri uygulamanın ve büyük ölçekli üretim kapasitesine sahip olmanın avantajını kullanır.

¹¹⁶ PORTER, *The Competitive...*, p.143.

Serbest piyasa ekonomisi uygulayan bir ÷lkede dışsal ekonomiler geleceğe yönelik bir rekabet içindedir ve rolleri beklenenden daha fazladır. En önemli dışsal ekonomiler, ÷lkede genel olarak bir devingen yaratıcılık yönteminin belirlenmesi ve uluslararası rekabetedebilirlik avantajının arttırılması ile birlikte gerçekleşmelidir. Aynı zamanda dışsal ekonomiler, bir ÷lkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı bulunan sanayilerine yaygınlaşarak, uygun coğrafi konum vasıtasıyla da etkisini artırabilir.

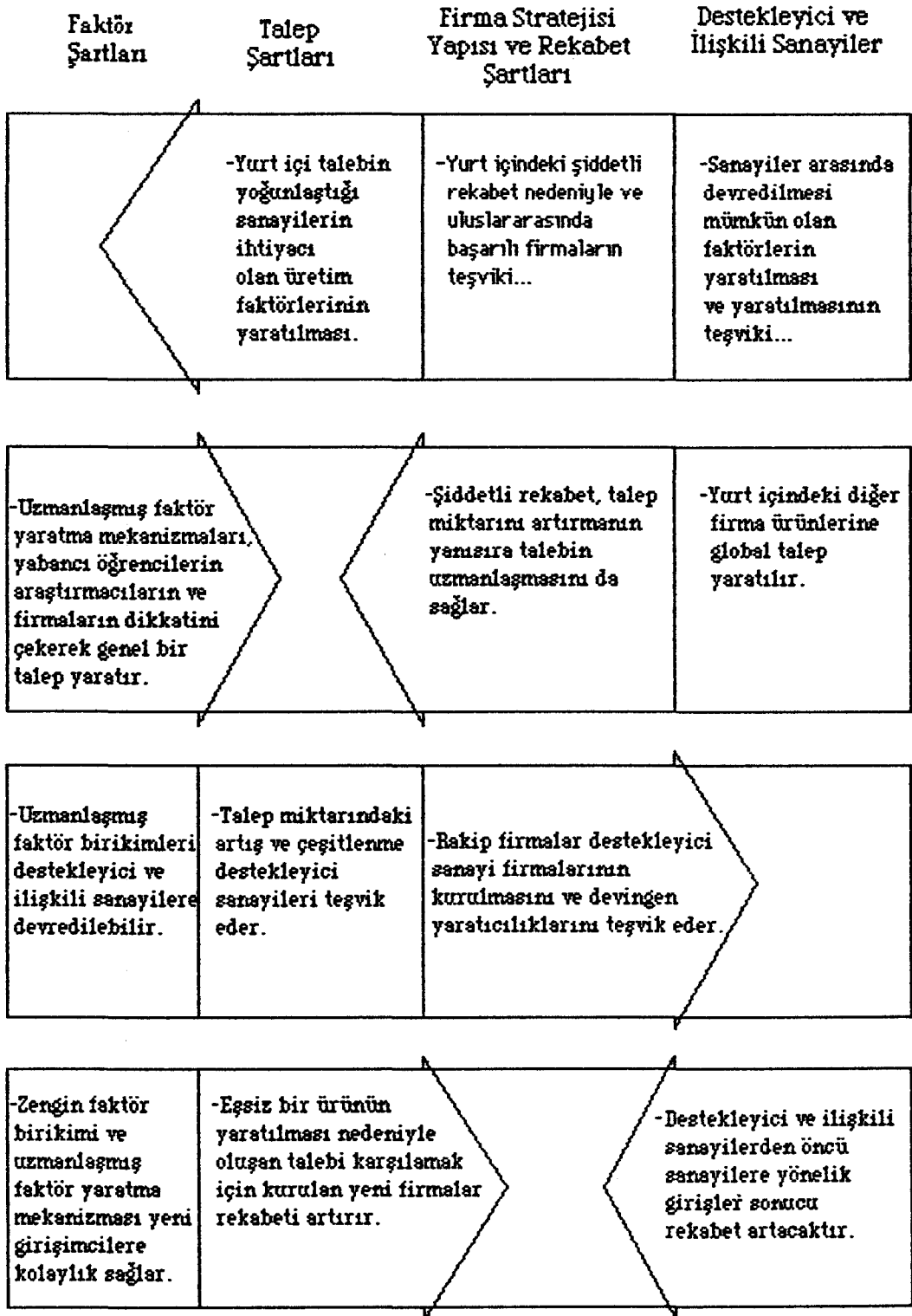
Bir ÷lkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmasında belirleyiciler arasındaki dinamik ilişkilerin önemli rol oynadığı gör÷lmektedir. Bu dinamik ilişkiler sonucu ortaya çıkan belli başlı etkiler aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Şekil: 5).

B. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİşİM AşAMALARI

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri arasındaki dinamik ilişkiler dikkate alınarak, bir ÷lkedeki sanayilerin avantaj kazanması ve bunları devam ettirmesi süreci dört temel aşama içinde incelenebilir. Bunlar; Faktöre Yönelim, Yatırıma Yönelim, Devingen Yaratıcılığa Yönelim ve Refaha Yönelim aşamasıdır (Şekil: 6)¹¹⁷.

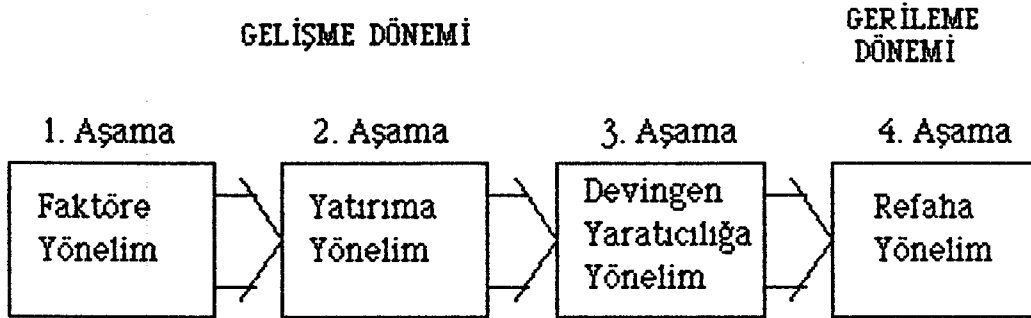
¹¹⁷ PORTER, *The Competitive....* p.545.

ŞEKİL: 5

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ
ARASINDAKİ DİNAMİK İLİŞKİLERİN BAŞLICA SONUÇLARI

ŞEKİL: 6

REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM AŞAMALARI



Aşamalardan ilk üçü; bir ülkenin rekabetedebilirlik avantajlarının birbiri ardınca gelişmesini ve sürekli olarak verimlilik artışı ile bağlantılı olmasını sağlayacaktır. Refaha yönelim aşaması ise; başlangıçta "ulaşılacak istenilen amaç", ulaşıldıktan sonra, rekabetedebilirlik avantajında gerilemenin başlangıcı olmaktadır. Bu nedenle ilk üç aşama "gelişme dönemi", dördüncü aşama ise "gerileme dönemi" olarak nitelendirilebilir.

Rekabetedebilirliğin gelişim aşamalarına dayanarak bir ülkedeki gelişme sürecinin ve bu süreci etkileyen kuvvetlerin neler olduğu belirlenebilir¹¹⁸. Ayrıca, o ülkedeki firmaların ekonomik gelişme süreci içinde farklı zamanlarda karşılaştıkları karakteristik sorunlar da ortaya konularak gerekli tedbirlerin alınması sağlanabilir.

¹¹⁸ Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının artırılması aynı zamanda o ülke ekonomisinin gelişmesini de sağlayacaktır. Bu temel varsayım dikkate alındığında, rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamalarının, Rostow' un gelişme teorisi ile kısmi benzerlik gösterdiği söylenebilir. Gerek bu teori gerekse karşı görüşler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: HİÇ, *Büyüme...*, s. 198-213.

1. Faktöre Yönelim Aşaması

Faktöre yönelim aşamasındaki ülkelerde uluslararası başarıları olan sanayilerin genellikle temel üretim faktörlerine dayanan avantajlara sahip oldukları görülmektedir. Bu aşamada ülkeler, -doğal kaynaklar gibi- temel üretim faktörlerinin belirli ürünler için uygun gelişme şartlarını sağlamaya ve/veya bol ve ucuz yarı-nitelikli işgücü birikimi yardımıyla avantaj kazanmaya çalışır. Bir ülke temel üretim faktörlerinde diğer ülkelere nisbeten belirli bir üstünlüğe sahip ise; başlangıç aşamasında diğer belirleyicilere çok fazla gereksinim duyulmadan rekabetedebilirlik avantajı yaratılması mümkün olabilir. Bu nedenle faktöre yönelim aşamasında temel belirleyiciler sistemi içinde sadece "faktör şartları"nın rekabetedebilirlik avantajının kaynağını (R.A.K.) oluşturacağı söylenebilir¹¹⁹.

Rekabetedebilirlik avantajının kaynağına bağlı olarak ülke içinde kurulacak sanayi türleri bazı sınırlamalarla karşılaşacaktır. Fakat bu şartlara uygun yapıya sahip olarak faaliyet gösteren firmalar uluslararası alanda belirli bir avantaj sağlayabilir.

Faktöre yönelim aşamasındaki bir ülkenin firmaları; ya üretim ölçeği küçük ya da üretim yöntemi basit ve kolayca elde edilebilen teknoloji gerektiren sanayilerde sadece fiyat yönünden rekabetedebilirlik avantajı sağlamaya yönelebilir.

Bu aşamada, ülke içinde teknoloji yaratılması henüz gerçekleşmediğinden dolayı, genellikle diğer ülkelere elde edilmesi zorunluluğu vardır. Teknolojiyi elde etme sorunu, diğer ülkelerdeki bazı sanayilerin taklit edilmesi veya yabancı sermayenin ülkeye davet edilmesi vasıtasıyla çözülmeye çalışılabilir. Daha gelişmiş üretim

¹¹⁹ PORTER, *The Competitive...*, p. 547.

dizaynları ve teknolojiler ise; -anahtar teslimi tesisler gibi- pasif yatırımlar veya ortak girişimler aracılığıyla doğrudan doğruya sağlanabilir¹²⁰. Bu aşamada, genellikle ülkedeki birkaç firma en son teknolojiyi kullanan yabancı firmalar ile doğrudan ilişki içine girmiştir. Yabancı firmalar, bu firmalar için uluslararası pazarlara çok daha hızlı geçiş olanağı yaratmaktadır.

Faktörlere yönelim aşamasındaki bir ülke; dünya ekonomisindeki konjonktürel dalgalanmalara ve döviz kurlarındaki değişimlere karşı hassastır. Bu nedenle ülke diğer ülkelere karşı sahip olduğu üretim faktörlerine dayanan avantajını ve bazı sanayilerdeki liderliğini hızlı bir şekilde kaybedebilir.

Zengin doğal kaynaklara sahip olan ülkelerde belirli bir zaman süreci içinde yüksek düzeyde kişi başına gelire ulaşılmasına rağmen, verimliliğin sürekli olarak arttırılmasına yönelik kurumsal yapının genellikle zayıf olduğu gözlenmektedir¹²¹.

Faktöre yönelim aşaması aynı zaman süreci içinde belirli karakteristik özelliklere sahip olan tüm ülkeleri tanımlayan bir aşamadır. Genellikle gelişmekte olan ülkelerin hemen hemen tamamı ile merkezi planlı ekonomiler de bu aşamaya dahil edilebilir. Bazı ülkelerin uygulanan iktisat politikaları nedeniyle, faktöre yönelim aşamasının dışına çıkması zordur. Özellikle tamamiyle ithal ikameci bir dış ticaret politikası uygulanması halinde; yurt içi piyasayı yabancı rekabetten korumanın sonucu olarak; sanayi yapısında

¹²⁰ "Ancak anahtar teslimi yapılan yatırımlar sonucu kullanılan ileri teknolojinin gerekli olan know-how' ı tam olarak elde edilmeyebilir". Bkz.: Sedat ÇELİKDOĞAN ve diğerleri, "Teknoloji Transferi", BİLİM, ARAŞTIRMA TEKNOLOJİ, DPT Alt Komisyon Raporu, DPT Ya. No. 2133, Ü.İ.K. No. 330, Ankara, s. 156.

¹²¹ Bu konuda en iyi örnek, petrol zengini Arap ülkeleridir.

çeşitlilik ve verimlilik esaslarının gerçekleşmesi uzun süre alabilir. İthal ikamesine tabii olan yurt içi sanayiler uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip olma kaygısından ve dolayısıyla etkin çalışmaktan uzaktır. Eğer korumacılık ülke çapında yaygın ise; firmaların etkin çalışmamasından dolayı ülkenin genel olarak verimlilik düzeyinde belirli bir azalma görülebilir¹²².

2. Yatırıma Yönelim Aşaması

Yatırıma yönelim aşamasında uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yönünden, bir ülkedeki etkin yatırım yapma arzusu ve yeterliliği önem kazanmaktadır. Firmalar genel olarak global pazarlardan elde edilebilecek verimliliği yüksek ve modern teknolojiler ile donatılan geniş ölçek olanaklarını sağlama amacına yönelik yatırım yapma arzusunda olabilir.

Aynı zamanda firmalar, uzmanlaşmış sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı kazanabilmek için; lisans anlaşmaları, know-how, joint venture ve diğer yollarla daha kompleks yabancı ürün ve işlem teknolojilerini transfer etmek için yatırım yapabilir. Genellikle uzmanlaşmış sanayilerde en son teknolojileri elinde tutan dünya liderleri, bunları satmak istemez. Bununla birlikte yatırıma yönelim aşamasında bulunan bir ülkedeki yabancı teknoloji ve yöntemler "tam uygulanabilir" durumda olmasa da "geliştirilmiş" durumdadır. Bir ülkenin yabancı teknolojiyi geliştirmek ve onu kendi bünyesinde adapte etmek için sahip olduğu sanayi kaabiliyeti; yatırıma yönelim aşamasına ulaşması için gereklidir. Aynı zamanda bir ülkenin sahip olduğu bu sanayi kaabiliyeti, faktöre yönelim ile yatırıma yönelim aşamaları arasındaki en önemli farklılıktır. Yatırıma

¹²² PORTER, *The Competitive...*, p.548.

yönelim aşamasında, yabancı teknoloji ve yöntemler üzerinde uzmanlaşılmalı ve firmalar kendi ürün modellerini içeren uyarlamalar geliştirmeye başlamalıdır. Diğer yandan pasif yatırımlara bağlı kalınan sanayilerde teknolojik ilerlemenin yetersiz kalacağı söylenebilir.

Yatırıma yönelim aşamasındaki bir ülkede, daha modern bir altyapı yaratmak ve geliştirmek için temel faktörlerden daha çok gelişmiş faktörlere yatırım yapılmaktadır. Bu aşamada, gittikçe artan nitelikli işgücü birikimi, diğer ülkelere nisbeten daha düşük ücret düzeyi ve yeni teknolojilerin uyarlanarak diğer sanayi alanlarına transfer edilebilmesi söz konusudur.

Yurt içindeki firmalar, yabancı firmalar ile kurulan yakın işbirliği veya ortaklıklara ek olarak, mallarına talep edenler ile doğrudan doğruya bağlantı sağlamak için en azından bazı uluslararası pazarlama kanallarını kurabilir. Firmaların sürekli olarak maliyeti azaltmak, ürün kalitesini yükseltmek, yeni modeller yaratmak ve modern işletme kurallarına uygun çalışmak amacıyla yaptığı yatırımlar yabancı firmalar ile rekabete yöneliktir. Rekabet edilen firmaların bulunduğu diğer ülkelerdeki sanayilerde ise, yurt içi rekabet de şiddetlidir. Firmalar, yatırıma yönelim aşamasında belirli bir risk üstlenir. Bu riski taşıyan yeni girişimlerin ortaya çıkması sonucu çoğu sanayide şiddetli bir rekabet ortamı yaratılabilir¹²³.

Yatırıma yönelim aşamasında bir ülkenin sahip olduğu rekabetebilirlik avantajları; firma stratejisi, yapısı ve rekabet şartları için olduğu kadar faktör şartları için de yönlendirici bir rol oynayabilir. Bu aşamada firmalar, hali hazırda temel faktör

123 DRUCKER, *Innovation*..., p.138.

maliyetlerine dayanan avantajlara sahip olabilir¹²⁴. Ayrıca, ülkede nisbeten daha fazla genel faktör birikimi olmasına karşılık, faktör yaratma mekanizmalarının iyi çalışması ile bu faktörler geliştirilebilir. Böylece, düşük maliyetli gelişmiş faktörlerin¹²⁵ yaratılması ile rekabetedebilirlik avantajı artırılabilir. Yatırıma yönelim aşamasında daha fazla uzmanlaşan ve iyi özümlenen teknoloji ve modern nitelikler; ülkedeki faktör birikimlerinin daha etkin bir şekilde işletilmesine olanak sağlayabilir.

Bu aşamada; bir benzeri daha olmayan ürünler ve imalat yöntemleri ortaya koyma kabiliyetinden daha çok temel faktörlere dayanan avantajları elde etmeye yönelik yatırım yapma arzusu ve kaabiliyetinin bulunması önemlidir. Firmalar, bu nedenle yatırıma yönelim aşamasında bazı sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı elde edebilirler. Bu aşamada rekabetedebilirlik avantajı yüksek firmaların bulunduğu sanayilerin sayısı, faktöre yönelim aşamasından daha fazladır ve piyasaya giriş engelleri daha yüksektir. Bazı sanayiler yatırıma yönelim aşamasında rekabetedebilirlik avantajının arttırılmasına önderlik ederek bu işleyişin diğer sanayilere yaygınlaşmasını sağlayabilir.

Yatırıma yönelim aşamasında düşük hayat standardı ve sınırlı sayıda olan uzmanlaşmış sanayi firmaları nedeniyle yurt içi talep de genellikle uzmanlaşmamıştır. Bu nedenle rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasında, arz yönünden devingen yaratıcılık faaliyetleri yetersiz kalacağı için daha çok talebin neden olduğu çekiş

¹²⁴ Üretim faktörlerinin temel-gelişmiş, genel-uzmanlaşmış olarak niteliksel ayrımı hakkında bkz.: Bu Çalışma Birinci Bölüm, s. 46.

¹²⁵ Örneğin; sadece üniversiteden mezun olarak herhangi bir spesifik alanda uzmanlaşmamış mühendisler.

önem kazanmaktadır¹²⁶.

Yatırıma yönelim aşamasında başarılı olan sanayilerde; yurt içi piyasa talebi diğer sanayilere nisbeten daha geniştir. Yatırıma yönelim aşamasındaki bir ülkede destekleyici ve ilişkili sanayiler genellikle gelişmemiştir. Üretimin hemen hemen her kesimi yabancı teknoloji, ekipman ve hatta girdilere bağlıdır. Bu ülkeler global piyasalarda lider olan diğer ülkelere nisbeten daha geri fakat kendi şartlarına göre modern üretim teknolojilerine sahip olabilir. Ancak bütünleşik sanayi yapısının kurulmamış olması sonucu rekabetedebilirlik avantajının geliştirilmesinde çeşitli sorunlarla karşılaşılabilir.

Yatırıma yönelim aşamasında sadece belirli bir sanayi grubunda rekabetedebilirlik avantajı yaratabilir. Bu sanayiler daha çok işgücü maliyetlerine dayanarak standardize edilmiş ürünler üretir ve düşük hizmet standardına sahip kolayca elde edilebilen teknolojiler kullanır¹²⁷.

Firmalar, yatırıma yönelim aşamasında faktör maliyetlerindeki artışlara rağmen kısa zamanda kazançlı hale gelebilir. Ancak fiyattaki değişmelere aşırı duyarlı sanayilerde faaliyet gösteren firmaların rekabetedebilirlik avantajlarının azalacağı da unutulmamalıdır. Diğer yandan bazı sanayilerde rekabetedebilirlik avantajı; büyük ölçekli tesislerin kurulmaya çalışılması, gelişmiş ülke firmalarının piyasa payı elde etmek istemesi nedeniyle oluşan şiddetli rekabet ortamı ve

¹²⁶ Devingen yaratıcılığın teknoloji itimli veya pazar çekimli olabileceği ileri sürülmektedir. Ancak rekabetedebilirlik avantajı açısından daha önemli olan pazar çekimli etkidir. Ayrıntılı bilgi için bkz.: KAMIEN-SCHWARTS, **Market...**, p. 36.

¹²⁷ Bu sanayiler genellikle nihai tüketim malları veya farklılaştırılmamış aramaları üretir. PORTER, **The Competitive...**, p. 551.

yabancı teknoloji seçiminde düşülen hatalar nedeniyle de azalabilir. Yatırıma yönelim aşamasındaki ülke ekonomileri global şoklar ve döviz kurlarındaki ani değişiklikler karşısında faktöre yönelim aşamasında olduğundan daha az zarar görmesine rağmen genel olarak hassaslıklarını devam ettirmektedir. Bu nedenle hükümet politikaları yardımıyla gerekli tedbirler alınabilir. Böylece bir ülke kendisine özgü politikalar ile rekabetedebilirlik avantajının artırılmasını amaçlayan bir model uygulayabilir. Bu model, yurt içinde yatırımların teşvik edilmesini, girişimciliğin özendirilmesini, çeşitli sanayilerde geçici koruma sağlanmasını ve ihracatı destekleyici tedbirleri kapsayabilir¹²⁸. Ayrıca hükümet politikaları, -yatırıma yönelim modelinde- yeni üretim faktörlerinin yaratılması ve geliştirilmesine yönelik yatırım yapmak isteyen girişimcilere genellikle yol gösterici olmalıdır. Bu politikalar çerçevesinde bazı sanayiler diğerlerinden daha fazla korunabilir. Ancak korumacılık gelişmeyi ve devingen yaratıcılığı hızlandırmak ve sürekli hale getirmek için, yurt içindeki üreticilerden gelecek baskılara rağmen geçici olmalıdır. Eğer koruma yüksek düzeyde ve sürekli hale getirilirse aynı zamanda kaynakların alternatif alanlara tahsisinde etkinlik ve refah optimizasyonundan uzaklaşılacaktır¹²⁹.

Yatırıma yönelim modeli; uzun süreli ekonomik büyümenin sağlanması için gerekli yatırımları, cari tüketim ve gelir dağılımında karşılaşılabilecek olumsuz koşullara rağmen onaylanan "ulusal

¹²⁸ Rekabetedebilirlik avantajı kazanabilmek amacıyla izlenebilecek politikalar ve çeşitli ülkelerden oluşan örnekler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: William A. LOVETT (ed.), **Competitive Industrial Policies and the World Bazaar**, Subcommittee on Economic Stabilization of the Committee on Banking, Finance and Urban Affairs House of Representatives, 98th Congress, Session, U.S. Government Printing office, Washington, 1984.

¹²⁹ Taner BERKSOY, "Kamu Müdahalesi Koruma ve Sanayileşme", ANKARA SANAYİ ODASI DERGİSİ, Y. 13, S. 100, Eylül-Ekim, s. 20.

fikirbirliği" gerektirir¹³⁰. Bu nedenle etki süreci uzun olsa bile disiplinli çalışmayı ve zor kararlar almayı gerektiren politikalara ihtiyaç duyulacaktır.

Bir ülkenin yatırıma yönelim aşamasında oldukça uzun bir süre kalması mümkündür. Bu süre, uluslararası sermaye, teknoloji ve uzman personel hareketliliğinin yüksek olması durumunda azalabilir. Bazı gelişmiş ülkelerin doğrudan doğruya yatırıma yönelim aşamasına geçtikleri görülmektedir. Örneğin; II. Dünya savaşı sonrasındaki dönemde Japonya ve 1980' li yıllarda da Kore bunu başarmıştır. Diğer yandan yatırıma yönelim aşamasında başarılı olan ülkeler arasında Tayvan, Singapur, Hong Kong ve İspanya sayılabilir¹³¹.

3. Devingen Yaratıcılığa yönelim aşaması

Devingen yaratıcılığa yönelim aşamasında firmalar, diğer ülkelerden aldıkları teknoloji ve yöntemleri sadece geliştirip bünyelerine uygulamak ile yetinmeyip, yeni teknolojiler yaratmak için çalışmaktadır. Burada bir ülkedeki firmaların üretim teknolojisi, pazarlama ve rekabete edebilirlik avantajının kazanılmasına yönelik gerekli becerileri geliştirmesi önem kazanmaktadır. Bu aşamada, temel belirleyiciler sistemi pek çok sanayi dalında işlevini tam olarak yerine getirmektedir. Bir ülkede, uygun talep şartları, geriseli bağılıkları yüksek öncü sanayiler, uzmanlaşmış faktörler ve ilişkili sanayilerin bulunması; devingen yaratıcılık faaliyetlerinin

¹³⁰ Yatırıma yönelim modeli üzerinde özellikle Japonya ve G.Kore' de ulusal fikirbirliğine varıldığı görülmektedir. Servet MUTLU, **Japonya' da Endüstrinin Yapısı, İşletmelerin Ölçeği, Verimlilik ve Ücretler**, MPM Ya. No. 391, Ankara, 1989, s. 9.

¹³¹ PORTER, **The Competitive...**, p. 552.

başlatılması ve geliştirilmesi için gerekli teşvik ortamını yaratabilir. Bu nedenle devingen yaratıcılığa yönelim aşamasında tüm belirleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşimin en güçlü düzeyde olduğu söylenebilir (Bkz. Şekil: 7).

Devingen yaratıcılık aşamasında ulaşılması arzulanan temel amaçlar şunlardır¹³²:

- Yeni teknolojilerin yaratılması.
- Yeni veya değişen tüketici ihtiyaçlarının belirlenmesi.
- Yeni sanayi dallarının ortaya çıkarılması.
- Girdi stoklarının veya maliyetlerinin değiştirilmesi.
- Mevzuatlardaki değişikliklerin gerçekleştirilmesi.

Devingen yaratıcılığın en önemli amaçlarından birisi yeni teknolojilerin yaratılmasıdır. Yeni teknolojilerin yaratılarak uygulamaya geçirilmesi ile ürün dizaynı, üretim, pazarlama, dağıtım kanalları ve diğer yardımcı hizmetler için yepyeni olanaklar doğabilir. Yeni bir ürün yaratılmasına yönelik teknolojik gelişme sağlandığında, yeni bir sanayinin oluşacağı söylenebilir. Aynı zamanda yaratılan ilk teknoloji sürekli geliştirilip uygulamaya aktarılabilirdiği takdirde, o sanayi içinde liderin konumu sürekli olarak değişebilir. Örneğin; X ışınlarının Almanya' da keşfedilmesinden sonra, bu ülke tıbbi görüntüleme cihazları üretiminde dünya çapında ilk lider olmuştur. Daha sonra Japonya' daki firmalar bazı uygulamalarla geleneksel X ışınlarının yerine kullanılan elektronik teknolojisini kullanarak tıbbi görüntüleme cihazları üretiminde (Almanya ve ABD firmalarına karşı) önemli bir konum elde etmiştir.

Genellikle yeni veya değişen tüketici ihtiyaçları söz konusu olduğunda, rekabetedebilirlik avantajı değişmekte veya bir yenisi

¹³² PORTER, *The Competitive...*, p. 552.

yaratılmaktadır. Bu nedenle devingen yaratıcılığın önemi; yeni tüketici ihtiyaçlarının yaratılması ya da değişimlerin algılanması aşamasında kendini göstermektedir¹³³. Piyasada belirli bir konuma sahip olan firmalar; çoğu zaman tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için gerek duyulan yeni değer yaratma zincirlerini oluşturamaz ya da yeni tüketici ihtiyaçlarını algılayamaz. Örneğin; ABD' li fast-food firmaları pek çok ülkede yeni tüketici ihtiyaçlarını uyardığı ve uygun şartlar sağladığı için uluslararası rekabetedebilirlik üstünlüğünü kazanmıştır. Buna karşılık ABD' li fast-food firmalarının bulunduğu ülkelerdeki yerel restoranlar ise; değer yaratma zinciri bir hayli farklı olan bu sisteme çok ağır uyum sağlayabilmiştir.

Devingen yaratıcılık yoluyla yeni bir ürün yaratılması veya üretimine devam edilen ürünün sürekli olarak geliştirilerek daha başka ihtiyaçları gidermeye yöneltilmesi sonucu yeni sanayi dalları oluşabilecektir.

Diğer yandan; işgücü, hammadde, enerji, taşıma ve haberleşme gibi girdilerin mutlak veya nisbi maliyetlerindeki değişiklikler sonucu, rekabetedebilirlik avantajının değişebileceği bilinmektedir. Bu nedenle bu tür girdileri üreten sanayilerde devingen yaratıcılık yoluyla, ürünlerin maliyetlerini azaltmaya veya yeni bir tip ve/veya kalite yaratarak yeni bir kullanım olanağı ortaya koymaya çalışmak, rekabetedebilirlik avantajı kazanmak bakımından önemlidir.

Devingen yaratıcılık ile ilgili faaliyetlerde; yürürlükte olan ürün standartları, çevre kontrolleri, sanayiye giriş kısıtlamaları veya ticaret engelleri gibi hükümet mevzuatlarının da teşvik edici bir rol oynadığı söylenebilir. Bu tür mevzuatların; devingen yaratıcılık için belirli bir

¹³³ DRUCKER, "The Discipline...", p. 68.

alt yapı hazırlaması yanında, devingen yaratıcılık faaliyetleri sonucu gerçekleştirilen yeniliklere uyarlama gerekmektedir.

Devingen yaratıcılık aşamasında bulunan bir ülke ekonomisinde, kamu ve özel kesim yukarıdaki amaçlara ulaşmak için faaliyette bulunmaktadır. Faktöre yönelim ve yatırıma yönelim aşamalarının ardından bu aşamaya ulaşıldığında, yurt içi talebin uzmanlaştığı görülmektedir. Çünkü özellikle yüksek eğitim seviyesi, şiddetli rekabet şartları, işçi ücretlerindeki artış ve refaha ulaşma istekleri sonucu yurt içi talep uzmanlaşmaktadır. Çeşitli sanayilerde faaliyet gösteren firmaların rekabetedebilirlik avantajlarını artırabilmesi, aynı zamanda ürünlerini talep eden diğer sanayilerdeki firmaların da uzmanlaşmasına bağlıdır. Aynı zamanda bu aşamada destekleyici ve ilişkili sanayiler gelişecek ve yeni girişimciler de ortaya çıkabilecektir. Böylece oluşabilecek şiddetli rekabet şartları altında uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip destekleyici sanayiler, bir bütünleşik yapının oluşmasını kolaylaştıracaktır. Devingen yaratıcılığa yönelim aşamasında bulunan bir ülkedeki firmalar uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmak amacıyla daha çok farklılaştırılmış sanayi bölümlerinde faaliyet gösterecektir¹³⁴.

Devingen yaratıcılığa yönelim aşaması değişik ekonomik gelişme seviyesinde bulunan ülkeleri kapsayabilir. Ekonomik gelişme seviyesi ne olursa olsun, bir ülkedeki bazı sanayiler daha yüksek düzeydeki bir rekabetedebilirlik avantajına ulaşarak diğer sanayilere önderlik edebilir. Bu aşamada oluşan bütünleşik sanayi yapısı içinde ilk olarak dikey bir derinleşme meydana gelebilir. Çünkü, nihai ürün üreten sanayilerin rekabetedebilirlik avantajları, onlara girdi sağlayan destekleyici sanayilerin avantajlarını da etkileyebilir. Destekleyici

¹³⁴ PORTER, *The Competitive...*, p. 554.

sanayiler gelişmiş bir ülke ekonomisinde daha çok global rekabetedebilirlik şartlarına uyum sağlamalıdır. Bununla birlikte bir ülke ekonomisinin daha fazla gelişmesi ve dinamik bir yapı kazanması; yeni bir bütünleşik sanayi yapısının ortaya konulmasına ve yatay olarak genişletilme yeteneğine dayanmaktadır¹³⁵.

Devingen yaratıcığa yönelim aşamasındaki bir ülke ekonomisinin karakteristik özellikleri ve rekabetedebilirlik avantajının gelişimi, o ülkenin bazı uzmanlaşmış hizmetlerdeki uluslararası konumu tarafından etkilenebilir. Çünkü bu aşamada firmalar; pazarlama, mühendislik ve diğer destekleyici hizmetlerde olduğu gibi çeşitli uzmanlaşmış hizmet gereksinimlerini sürekli olarak artırmaktadır. Diğer yandan, yüksek gelir elde eden, iyi eğitim görmüş ve belirli bir sosyo-ekonomik seviyeye ulaşmış olan tüketiciler de uzmanlaşmış hizmetlere yönelik taleplerini artıracaktır. Böylece yurt içi talep uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratılmasında devingen yaratıcılık faaliyetleri için bir temel oluşturacaktır.

Devingen yaratıcılık aşamasındaki ülkeler belirli bir ekonomik gelişme performansı göstererek refah seviyesinde artış sağlayacaklardır. Bu ülkeler yurt içinde şiddetli rekabet ortamının ve bütünleşik sanayi yapısının geliştirilmesi sonucu; dünya ekonomisindeki şoklardan ve döviz kurlarındaki istikrarsızlıklardan daha az etkilenecektir. Aynı zamanda devingen yaratıcılık aşamasında, sürekli değişim ve yeni teknolojiler ile rekabetedebilirlik avantajının devam ettirilebilmesi mümkündür. Bu aşamada firmaların izleyeceği rekabetedebilirlik stratejilerinin global şartlara uygun olması da genel ekonomik gelişme üzerinde olumlu etkiler yaratacaktır.

¹³⁵ PORTER, *The Competitive...*, p. 555.

Hükümet politikaları devingen yaratıcılığa yönelim aşamasında, önceki aşamalarda olduğundan daha farklı role sahiptir. Bu aşamada devingen yaratıcılığın temel felsefesi ve değişim ortamına uygun olan hükümet politikaları uygulanmalıdır. Bu nedenle, sermaye yatırımcılığını etkileyen, korumacılığı artıran ve ihracata mali teşvikler getiren politikalar gibi direkt müdahale yöntemleri kullanılmamalıdır. Çünkü bu yöntemler firmaların devingen yaratıcılık faaliyetlerine dayalı olarak kazandıkları rekabetebilirlik avantajlarını kaybetmesine neden olabilir. Dvingen yaratıcılık faaliyetleri, çeşitli niteliklere sahip girişimcilerin ortaya çıkması ve bunların hükümet politikalarını olumlu yönde etkileyebilecek düzeye ulaşması sonucu artacaktır. Bu durumda ekonomik gelişmenin temelinde devingen yaratıcılık faaliyetleri için üstün çaba sarfeden müteşebbüslerin olduğu söylenebilir¹³⁶.

Ayrıca serbest piyasa ekonomisinin düzenli işleyişini kolaylaştırıcı kanuni ve kuramsal altyapı tamamlandığında; kamu idaresi yeni girişimcileri ve bunlar arasındaki tüm bağlantıları sürekli olarak izlemek zorunda kalmayacaktır. Bu durumda hükümet politikaları yeni üretim faktörlerinin yaratılması, yurt içi talebin geliştirilmesi, yeni girişimcilerin teşvik edilmesi ve yurt içinde haksız rekabeti önleyici yasal düzenlemelerin yapılması gibi dolaylı yöntemler içerecektir. Firmalar ise, sürekli olarak faktör yaratma ve devingen yaratıcılık faaliyetlerine önderlik etmelidir. Çeşitli ülkelerin ekonomik gelişme süreçleri incelendiğinde; devingen yaratıcılığa yönelim aşamasını İngiltere'nin 19. yy'ın ilk yarısında, ABD, Almanya ve İsveç'in 20. yy'ın başlarında, İtalya ve Japonya'nın ise 1970'li yıllarda aştığı görülmektedir¹³⁷.

¹³⁶ Hiç, *Büyüme*..., s. 54.

¹³⁷ PORTER, *The Competitive*..., p. 556.

4. Refaha Yönelim Aşaması

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişimini belirli bir dinamizm ile sürdürebilen ülkelerde, ilk üç aşama kısa sürede geçilebilir. Böylece uzmanlaşmış rekabetedebilirlik avantajlarına sahip firmaların bulunduğu çeşitli sanayilerin genişlemesi sağlanmış olur. Diğer yandan daha az avantaja sahip olunan ve verimliliği düşük sanayiler zaman içinde önemini yitirecektir.

Refaha yönelim aşamasına ulaşan bir ülke ekonomisinde yönlendirici güç, ulaşılmış olan refah seviyesidir. Ancak bu aşamada, ülke ekonomisi eninde sonunda gerileme dönemine girecektir. Burada özellikle geçmişte elde edilen refah seviyesi ile, ekonomik gelişmedeki sürekliliği sağlayacak zenginliğin birlikte kontrol edilebilmesi önem kazanmaktadır. Çünkü geçmiş dönemlerde elde edilen refah seviyesi, bir ülkedeki bireylerin -yatırımcı, yönetici,işçi v.s.- motivasyonunu zayıflatabilir. Bu durumda girişimcilik ve devingen yaratıcılık faaliyetlerine gösterilen ilgi zaman içinde zayıflayarak sosyal refah ve emniyet ön plana geçebilir¹³⁸.

Firmalar refaha yönelim aşamasında, çeşitli nedenlere bağlı olarak uluslararası rekabetedebilirlik avantajlarını kaybetmeye başlayabilir. Bu aşamada firmalar, yeni rekabetedebilirlik avantajlarını yaratmaktan daha çok mevcut durumu korumayı veya etkili hükümet politikaları nedeniyle belirli bir büyüklük ile sınırlı olmayı tercih edebilir.

Sürekli gelişmenin ve devingen yaratıcılık faaliyetlerinin yavaşlamasına neden olan bu davranışlar; sadece firmalar açısından değil aynı zamanda çalışanlar için de söz konusudur. Refaha erişmiş

¹³⁸ HİÇ, **Büyüme**..., s. 212.

toplumlarda çalışanların boş zaman tercihleri artacağından daha yüksek gelir seviyesine ulaşma istekleri ve motivasyonları azalabilir. Diğer yandan bir ülkede bazı sanayilerin sahip olduğu prestij diğer sanayilere nisbeten düşebilir. Ayrıca eğitim standartları da toplumsal ve ailevi değer yargılarına paralel olarak değişebilir.

Bir ülkede genel olarak firma birleşmeleri ve daha karlı çalışır duruma gelmeleri, refaha yönelim aşamasına geçilmesinin bir belirtisi olarak görülebilir. Firmalar bu aşamada yurt içi ihtiyaçları karşılamaya çalışmaktan daha çok, risksiz ve hızlı bir büyümeyi tercih edeceklerdir. Firmaların birleşmesi de yeni iş alanları oluşturmak için değil, genellikle riski azaltarak genişleme ve diğer işletmelerden artan mevcut rekabetedebilirlik avantajlarını paylaşma arzusuna dayanmaktadır. Bu birleşmeler yeni rekabetedebilirlik avantajı yaratmayı amaçlamadığı için, sürekli gelişimi ve devingen yaratıcılık faaliyetlerini yavaşlatabilir. Diğer yandan öncü sanayilerin kendisini sürekli olarak yenileyememesi sonucu destekleyici sanayiler üzerindeki baskı azalacak ve genel olarak bütünleşik sanayi yapısı zayıflayabilecektir.

Daralma sürecine giren ekonomide, öncelikle temel sanayilerdeki rekabetedebilirlik avantajlarının kaybedildiği ve daha sonra tüm alanlarda üretimin azaldığı görülebilir. Bu aşamada, global rekabet şartlarına uyum sağlayan yabancı firmalar; bu ülkedeki firmaları ele geçirerek aynı yerel şartlar içinde kendi global rekabetedebilirlik stratejilerine entegre etmeye çalışabilir.

Firmalar yüksek düzeydeki bir rekabetedebilirlik avantajını kaybettikleri zaman, yurt içindeki daha küçük hacimli firmalar ile fiyat rekabetine girişebilir. Diğer yandan sabit ücretler ve artan işsizlikle birlikte hükümetin verimliliği artırmak için objektif olmayan teşvik politikaları uygulaması sonucu; firmalar uluslararası pazarlarda

sahip olduğu konumları kaybedebilir. Üretim kalitesinde ve yurt içi talep uzmanlaşmasında görülen azalmanın ardından ise, kişi başına gelirden de düşme başlayacaktır.

Refaha yönelim aşamasının belirlenmesinde, genel olarak rekabete edebilirlik avantajlarını sağlamış olan firmaların bulunduğu sanayi dallarından oluşan dört temel kategori kullanılabilir. Her kategoride esas özellikleri belirtilen sanayiler, bulundukları ülkelerin genel ekonomik gelişme düzeyi, dolayısıyla refah seviyesi hakkında bilgi verebilecektir. Çünkü bir ekonomide "refah düzeyi" yönlendirici güç olmaktadır.

Birinci kategoride; gelişmiş menkul kıymetler borsalarının bulunduğu yüksek gelir ve lüks ihtiyaçlar nedeniyle talebin uzmanlaştığı ülkelerde gelişmiş olan sanayiler yer almaktadır (örneğin; finansal hizmetler, eğlence, kendisine özgü paketlenmiş tüketim malları). İkinci kategori ise, temel bilim, sanat ve yüksek eğitimde ileri düzeyde uzmanlaşmanın, ya da savunma ve sağlık gibi diğer toplumsal yatırımların sonucunda rekabete edebilirlik avantajı elde eden sanayilerden oluşmaktadır (örneğin; biyoteknoloji, eğitim hizmetleri, uzay ve savunma sanayii). Üçüncü kategori de, başlangıçta her ülkenin içinde bulunduğu değişik şartlara (örneğin; ülkelerin belirli sanayilerdeki tarihsel başarısı gibi) bağlı olarak elde edilen rekabete edebilirlik avantajlarına zaman içinde süreklilik kazandırmış olan sanayiler bulunmaktadır (örneğin; sigara sanayii). Dördüncü kategoride ise, temel üretim faktörlerine veya ülke içinde doğal olarak bulunan zenginliklere dayanarak rekabete edebilirlik avantajı kazanmış olan sanayiler yer almaktadır¹³⁹.

139 PORTER, *The Competitive...*, p. 559.

Refah artışı bir ülkede hizmetler sektörü için, uygun talep ortamının yaratılmasına yardımcı olur. Bu nedenle refaha yönelim aşamasında hizmetler sektörü imalat sanayiine oranla çok hızlı bir gelişme göstereceğinden Gayri Safi Hasıla içindeki payı da artacaktır. Ancak bu sürecin gelişmiş ülkelerin hemen hemen hepsinde meydana geleceği düşünüldüğünde; ülkelerin farklı aşamalara ayrılması için hizmetler sektörünün GSMH içindeki payı hakkında bir genelleme yapmak güçleşmektedir. Hizmetler sektöründe uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanılması, o ülke ekonomisinde yeni başlayan bir duraklama sürecinin göstergesi olarak ele alınamaz. Aksine bir ülke ekonomisinin geçmekte olduğu aşamaların belirlenmesinde avantaja sahip olan hizmet sektörlerinin niteliği önem kazanmaktadır.

Refaha yönelim aşamasında ekonomik durgunluk sonucu çoğu firma iflas edebilir işsizlik artabilir ve hayat standardı düşebilir. Sosyal programlar ülke ekonomilerine ağır yük haline gelebilir. Refahın bedeli olan vergilendirmeler, toplumun çeşitli kesimlerinde rahatsızlıklara yol açabilir.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamaları, yukarıdaki ayrıntılı açıklamalardan görüldüğü gibi temel belirleyiciler sistemine bağlı olarak incelenmektedir. Gelişim aşamalarının ve bunlar üzerinde temel belirleyicilerin başlıca etkileri Şekil: 7' de ayrıntılı olarak verilmiştir.

ŞEKİL: 7

ULUSLARARASI REKABETEDİBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM AŞAMALARI ÜZERİNDE
TEMEL BELİRLEYİCİLERİN BAŞLICA ETKİLERİ

	Faktör Şartları	Talep Şartları	Firma Stratejisi Yapısı ve Rekabet Şartları	Destekleyici ve İlişkili Sanayiler
Faktöre Yönelim Aşaması	-R.A.K. Temel Faktörlerdir			
Yatırıma Yönelim Aşaması	-Temel faktör avantajları devam eder-Gelişmiş faktörler yaratılır	-Yurtiçi talep hacmi ve artış hızı itici güç oluşturur	-Bireylerin ve firmaların motivasyonu yüksektir -Yurtiçi rekabet şiddetlidir	
Devingen Yaratıcılığa Yönelim Aşaması	-Gelişmiş ve uzman faktörler yaratılır, Dezavantajlar R.A.K.yı oluşturabilir	-Uzmanlaşmış ve uluslararasılaşmış yurtiçi talep itici güç oluşturabilir	-Firmalar Global stratejiler geliştirebilir	-Bütünleşik sanayi yapısı içinde gelişme hızlanır
Refaha Yönelim Aşaması	-Mevcut faktör yaratma mekanizmalarının avantajı devam eder	-Talep şartları sanayi gelişimini sınırlandırır	-Motivasyon zayıflar -Yurtiçi rekabet azalır	-Bütünleşik sanayi yapıları zayıflar



R.A.K = Rekabetedebilirlik Avantajının Kaynağı

II. ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM AŞAMALARI MODELİNİN KURULMASI

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamaları bir ülkenin Temel Belirleyiciler Sistemine uygun olarak izleyebileceği süreci açıklamaktadır. Bu nedenle aynı zamanda rekabetedebilirlik avantajı yaratılmasında ülkelerin sahip olduğu karakteristik özellikler ortaya konulmaktadır. Genel olarak herhangi bir ülke belirli bir zaman sürecinde sadece bazı gelişim aşamalarının karakteristik özelliklerini taşıyabilir. Ancak ülkelerin bulundukları bir aşamadan diğer bir aşamaya geçmesi de mümkündür.

Gelişmekte olan ülkeler dinamik kalkınma sürecinde bu aşamalardan hariç tutulamayacağı gibi; herhangi bir aşamaya tam olarak uygun da değildir. Çünkü rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamaları sadece bir ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli görülen sanayilerin özelliklerine dikkat çekerek, ülkenin kendi yapısına uygun destekleyici tedbirler alınmasını öngörmektedir¹⁴⁰. Bu durumda, ekonomik kalkınma süreci ve yöntemi ile ilgili tüm ayrıntıların rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamalarına dayanılarak açıklanamayacağı söylenebilir.

Buna rağmen rekabetedebilirliğin gelişim aşamaları ile; bir ülkedeki firmaların uluslararası rekabetedebilirlik avantajının dayandığı temel özellikler belirli zaman süreci için gözlenebilir. Bu

¹⁴⁰ Bir ülkedeki çeşitli sanayiler birbirinden farklı uluslararası rekabetedebilirlik avantajlarına sahip olabileceklerdir. Diğer yandan belirli bir sanayinin rekabetedebilirlik avantajının da yapısal özellikler nedeniyle, ülkeden ülkeye farklılık göstereceği unutulmamalıdır.

temel özellikler aynı zamanda o ülkedeki firmaların rekabetedebilirlik avantajı kazanmada başarılı oldukları sanayiler için de geçerli olabilir.

Rekabetedebilirlik avantajının kazanılması için harcanan çabaların sonucu olarak ülkenin sanayi yapısında ortaya çıkan genel eğilim; yaklaşık aynı zamanlarda kurulan ve -birbirine paralel olarak- gelişen sanayilerin "bütünleşik yapı"oluşturmasıdır¹⁴¹.

Bu oluşum genel olarak rekabetedebilirlik avantajının gelişimini sağlayan ilk üç aşamada (faktöre yönelim, yatırıma yönelim ve devingen yaratıcılığa yönelim aşamaları) ilerleme göstermektedir. Çünkü bu aşamalarda, sürekli olarak daha yüksek düzeydeki avantajların yaratılmasını destekleyen unsurlar vardır. Ayrıca bir sanayide başarılı olmak için gerekli faktörlerin elde edilmesi yönünde de belirli bir baskı söz konusudur. Bu nedenle rekabetedebilirlik avantajının gelişimini açıklayan ilk üç aşamada, bir ülkenin Temel Belirleyiciler Sistemi düzenli bir gelişme gösterebilir.

Bir ülkenin daha ileri düzeydeki rekabetedebilirlik avantajlarına ulaşmasında, bir aşamadan diğer aşamaya geçiş için gerekli olan bazı ön şartlardan söz edilebilir. Bunlar; faktör yaratma mekanizmalarının oluşturulması, sürekli yüksek motivasyona önem verilmesi, yurt içinde rekabet şartlarının düzenlenmesi, talep artışının sağlanması, dezavantajlı olunan faktörlerin belirlenmesi ve yeni işletmelerin kurulması için girişimcilik kapasitesine sahip olunması gibi faktörlerdir¹⁴².

- Faktör yaratma mekanizmalarının oluşturulması: Bir ülkedeki üretim faktörlerinin miktar ve -özellikle- kalitesi rekabetedebilirlik

141 PORTER, *The Competitive...*, p. 562.

142 PORTER, *The Competitive...*, p. 560.

avantajını sınırlayıcı rol oynamaktadır. Bu nedenle faktör yaratan, yaratılan faktörlerin daha üstün niteliklere sahip olmasını sağlayan ve başarılı bir şekilde işleyen mekanizmaların kurulması ile rekabetedebilirlik avantajının belirli sınırlar içinde kalması önlenabilir. Çünkü, rekabetedebilirliğin gelişim aşamalarından ilk üçü, daha çok gelişmiş ve uzmanlaşmış faktörlerin oluşturulmasına ihtiyaç gösterir. Böylece aşamalara uygun ekonomik gelişim için bu tür faktör yaratma mekanizmalarının oluşturulması ön şarttır.

-Sürekli yüksek - motivasyona önem verilmesi:

Rekabetedebilirliğin bir aşamasından diğer bir aşamasına geçiş için, ulusal fikir birliği içinde bireylerin motivasyonunu sürekli olarak yüksek tutmaya önem verilmesi gerekmektedir. Bu nedenle bireyler, uzun süre verimli çalışarak daha yüksek gelir elde etmeye ve sürekli atılım yapacak girişimciliğe motive edilmelidir. Motivasyonun yüksek olması ile, verimlilik artışı ve yeni fikirlerin ortaya çıkması sağlanabilir.

- Yurt içinde rekabet şartlarının düzenlenmesi: Bir ülkede yurt içi rekabet şartları düzenlenerek, mümkün olduğu kadar eksik rekabetin engellenmesine yönelik veya eksik rekabetin olumsuz etkilerine karşı tedbirler alınarak; tam rekabet şartlarına yakın bir rekabet ortamı sağlanabilir. Bu durum devingen yaratıcılığın sürekliliği ve rekabetedebilirlik avantajlarının gelişimi için gereklidir. Çünkü şiddetli rekabet şartlarının geçerli olması halinde; bireyler başarılı olmak için daha fazla çalışmak zorunda kalacaklardır. Ayrıca şiddetli rekabet şartları diğer belirleyiciler üzerinde de önemli etkilere sahiptir.

- Talep artışının sağlanması: Uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip sanayiler; uzmanlaşmış talep yaratmalarının yanı sıra talep artışına da neden olur. Talep artışı daha çok gelişmiş ve

uzmanlaşmış sanayilerde başarıya ulaşılması için bir potansiyel oluşturur. Çünkü talep artışı ve uzmanlaşması dikkate alınarak, sanayilerin gelişme ve devingen yaratıcılık faaliyetlerine verdikleri önem değişebilir.

- Dezavantajlı olunan faktörlerin belirlenmesi: Temel ve genel üretim faktörlerinde sahip olunan bazı dezavantajlar, daha ileri düzeyde bir rekabetebilirlik avantajı yaratılması için gerekli motivasyonu ve rekabet ortamını sağlayabilir. Dezavantajlı olunan faktörlerin geliştirilmesi durumunda rekabetebilirlik avantajının gelişim aşamaları arasındaki ilerleme kolaylaşabilir.

- Yeni işletmelerin kurulması için girişimcilik kapasitesine sahip olunması: Uluslararası rekabetebilirlik avantajı kazanılması için, yurt içine veya yurt dışına yönelik faaliyet gösteren yeni firmaların kurulması gerekmektedir. Yeni firmalar; sağlıklı bir rekabet ortamı, yeni ve uzmanlaşmış sanayiler, destekleyici ve ilişkili sanayiler ve bunlara bağlı olarak sağlam bir "bütünleşik sanayi yapısı"nın gelişimi için temeldir. Yeni firmaların kurulmasında girişimciliğin rolü büyüktür. Bu nedenle bir ülkede girişimcilik için uygun ortamlar hazırlanmalıdır.

Bir ülkenin ekonomik kalkınma süreci içinde rekabetebilirlik avantajının gelişim aşamaları arasındaki geçişin ön şartları dikkate alınmalıdır. Bu önşartlara ve rekabetebilirliğin gelişim aşamalarına uygun olarak oluşturulan sanayi yapısı; ülkenin Temel Belirleyiciler Sisteminde (TBS) kendisine özgü sahip olduğu şartları yansıtacaktır. Ülkelerin tarihi gelişimi; TBS üzerinde ihtiyaçlar, zevkler, davranış kalıpları ve yaratılan faktörlerin nitelikleri yönünden önemli rol oynar. Bu nedenle her ülkenin ekonomik kalkınma sürecinde kendisine özgü yöntemler uyguladığı söylenebilir. Ekonomik kalkınma için bir başlama noktası sağlayan belirli sanayiler, genellikle ülkenin

doğal kaynaklarına dayanmaktadır. Doğal kaynaklar yönünden zengin -ABD ve İsveç gibi- ülkeler, bu zenginliklere dayalı olan -demir, çelik, orman ürünleri ve tarım gibi- sanayilerde uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip olabilir¹⁴³.

Diğer yandan doğal kaynaklar yönünden zayıf olan -Japonya, Kore, İsviçre ve İtalya gibi- ülkeler ise; yurt içinde üretebildikleri gıda maddeleri, ev ürünleri, tekstil ve konfeksiyon gibi işgücü yoğun üretim teknikleri içeren nihai tüketim malları üretiminde, ekonomik kalkınma süreci içinde uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmıştır. Bu ekonomik kalkınma sürecine başlangıç noktalarının mutlak üstünlükler teorisi ile açıklanması da mümkündür. Bu sanayiler bütünleşik sanayi yapısının kurulması için bir temel oluşturarak, destekleyici ve ilişkili sanayilerin rekabetedebilirlik avantajı kazanmasını sağlayabilir.

Öncü sanayilerde veya destekleyici ve ilişkili sanayilerde güçlü bir konuma sahip olunması; yatırıma yönelim aşamasından daha önce devingen yaratıcılık aşamasına geçilmesi için bir olanak yaratabilir. Bir ülkenin bu sanayilerde rekabetedebilirlik avantajına sahip olabilmesi için, güçlü şirketlere ve daha yüksek teknolojik bilgi düzeyine ihtiyaç vardır. Örneğin; çeşitli makinelerin üretimi ile ilgili sanayilerde uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip olmak; devingen yaratıcılığa yönelim aşamasının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Çünkü bu durum, devingen yaratıcılık faaliyetlerinin gücünü göstermektedir.

Rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamalarına uygun olarak hangi yöntem izlenirse izlensin, temel belirleyiciler sistemi içindeki

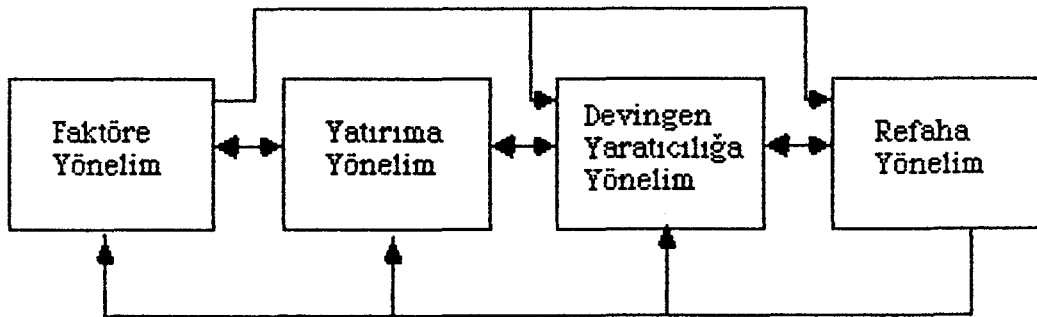
¹⁴³ LOVETT, *Competitive...*, p. 38.

dinamik etkileşim büyük önem taşımaktadır. İzlenebilecek yöntemler arasındaki başlıca farklılıklar da bir ülkenin TBS' si içinde yapılabilecek temel tercihlere dayanmaktadır. Örneğin; pek çok ülke faktöre yönelim aşamasından sonra, yatırıma yönelim aşamasına hareket etmeyebilir. Bunun yerine, faktör, miktar ve kalitesindeki gelişmeyi temel alarak devingen yaratıcılık aşamasına geçen ülkelerde de hızlı bir gelişme görülebilir. Ancak yatırıma yönelim aşamasından vazgeçildiği halde sürekli olarak hızlı gelişme yeteneği göstermek; temeli faktör yaratma mekanizmalarına dayanan sanayi faaliyetlerinin uzun bir tarihi geçmişe sahip olmasına bağlıdır¹⁴⁴.

Ekonomik kalkınma sürecinde rekabetebilirlik avantajının gelişim aşamalarına uygun olarak hareket ederken çeşitli yöntemler izlenebilir (Şekil: 8)¹⁴⁵.

ŞEKİL :8

ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞTİRİLMESİNDE
İZLENEBİLECEK YÖNTEMLER



¹⁴⁴ Bu süreci izleyen ülkelere İtalya örnek gösterilebilir.

¹⁴⁵ PORTER, *The Competitive...*, p. 563.

Rekabetedebirliğin gelişim aşamalarından ilk üçünü sırası ile geçen ülkelerde, refah artışı meydana gelecektir. Çünkü bu aşamalar ülke genelinde verimlilik artışına önderlik etmektedir. Bu doğal kaynaklara sahip olma bakımından dünya üzerinde çok önemli mutlak üstünlüğe sahip olan bir ülke; henüz faktöre yönelim aşamasında olmasına karşılık yüksek düzeyde milli gelir elde edebilir. Bu milli gelir düzeyi süresiz olarak sağlam bir gelir kaynağını oluşturmayacaktır. Örneğin; petrol zengini pek çok ülkede kişi başına gelir yüksek olmasına rağmen, sanayileşme yönünden önemli bir gelişme görülmemektedir.

Ekonomik kalkınmalarını tükenmesi mümkün olan doğal kaynaklara dayandıran ülkeler, yeni yabancı kaynaklara veya teknolojik değişikliklere ihtiyaç duymayabilir¹⁴⁶. Aynı zamanda bir ülkenin bereketli doğal kaynaklara sahip olması, daha başka sorunlar da yaratabilir. Örneğin; firmaların doğal kaynaklara dayanan rekabetedebilirlik avantajlarının haricinde faaliyette bulunması veya onun yerine geçecek başka bir avantaj elde etmesi oldukça zordur. Fakat buna rağmen, doğal kaynaklar bakımından mutlak üstünlüğe sahip ülkeler doğrudan doğruya faktöre yönelim aşamasından refaha yönelim aşamasına geçebilir.

Bir ülkenin genel olarak faktöre yönelim aşamasında kalması; uluslararası başarıları sanayilerin sayısını artırmak veya sürekli verimlilik artışı sağlamak için sağlam bir temel oluşturmayacaktır. Refaha yönelim aşaması ise, eğer ulaşmak mümkün olursa belirli bir süre sonunda ekonomik kalkınma sürecinde yavaş bir gerilemeye öncülük edecektir. Bu gerilemeye, ülkenin genel yapısında yıllar önce gözlenmiş olan çeşitli durgunluklar neden olabilir. Diğer taraftan, boş zaman tercihinin ve lüks talebin artması bazı yeni sanayileri de

¹⁴⁶ LOVETT, *Competitive...*, p. 27.

harekete geçirebilir. Refaha yönelim aşamasında ekonomik kalkınma sürecindeki gerilemeyi engelleyemeyen ülkelerin, faktöre yönelim aşamasına yeniden geri dönmesi mümkündür. Ekonomik yapı içinde yüksek düzeyde verimliliğe sahip sanayilerde sahip olunan avantajların kaybedilmesi ile, ücretler ve diğer faktör maliyetleri yükselecektir. Fakat tekrar faktör maliyetlerine dayanarak rekabetedebilirlik avantajını artırmayı amaçlayan bir ülke; zaman içinde yeni ekonomik yapılanmaya giderek verimli çalışan sanayiler oluşturabilir¹⁴⁷.

Yukarıda yapılan açıklamalar sonucu, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılmasının TBS' ne bağlı olduğu görülmektedir. Her ülke rekabetedebilirlik avantajı yaratmak amacıyla kendisine özgü bir strateji belirleyebilir. Ancak bu stratejinin belirlenmesinde sahip olunan TBS' nin analizi kadar, rekabetedebilirlik avantajının hangi aşamasında bulunduğu da önemi vardır. Bu nedenle bir ülkenin rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamalarının belirlenebilmesi için, bazı temel makro ekonomik değişkenler yardımıyla bir model kurulabilir.

Rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamaları modelinin kurulmasında, gelişim aşamalarını temsil edebilecek çeşitli değişkenler seçilerek GSMH ile oluşturulacak regresyon modeli kullanılabilir. Regresyon modeli şu şekilde belirtilebilir.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + u$$

Burada; Y_i : Bağımlı değişkeni (GSMH)

X_1, X_n : Bağımsız değişkenleri

u : Tesadüfi faktörleri göstermektedir.

¹⁴⁷ PORTER, *The Competitive...*, p. 565.

Modelde bağımlı değişken olarak (GSMH) alınabilir. Çünkü bir ülkenin uluslararası rekabetebilirlik avantajı kazanmasının, o ülkenin ekonomik gelişme düzeyini etkileyeceği varsayılmaktadır. Bağımsız değişkenler ise; rekabetebilirlik avantajının gelişim aşamalarının karakteristik özelliklerini temsil edebilecek şekilde belirlenebilir. Yukarıda yapılan teorik açıklamalar dikkate alınarak belirlenen bağımsız değişkenler ve temsil ettikleri rekabetebilirliğin gelişim aşamaları Tablo: 1' de gösterilmiştir.

TABLO: 1
REKABETEBİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM AŞAMALARI MODELİNİN
KURULMASINDA KULLANILAN BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLER

Bağımsız Değişken	Faktöre Yönelim Aşaması	Yatırıma Yönelim Aşaması	Devingen
			Yaratıcılığa
			Yönelim Aşaması
Toplam Sabit Sermaye Yatırımları	X	X	
Toplam Kredi Stoku		X	
İşgücü Verimliliği		X	X
AR-GE Harcamaları			X
İmalat Sanayiinin Kullandığı Toplam			
Girdi Miktarı		X	X
Yabancı sermaye		X	
Sanayi Yoğunlaşma Oranı		X	
Direkt Mali Teşviklerin Toplam			
İhracat İçindeki Payı	X	X	
Reel Döviz Kurları	X	X	

Bağımsız değişkenlerin belirlenmesinde gelişim aşamalarından "gelişme" dönemini oluşturan ilk üç aşama dikkate alınmıştır. Değişkenler her aşamanın özelliklerine göre değerlendirildiğinde, bir değişkenin birden fazla aşamayı temsil etmesinin mümkün olduğu görülmektedir.

Bu nedenle değerlendirme, her değişkenin temsil etme kabiliyetinin en yüksek olduğu aşamalar dikkate alınarak yapılmıştır. Belirlenmiş olan bağımsız değişkenlerin temel özellikleri kısaca şu şekilde sıralanabilir:

- Toplam sabit sermaye yatırımları; kamu ve özel kesim ayrımı olmadan bir ülkede belirli bir yılda yapılan sabit sermaye yatırımlarıdır. Bu değişkenin genel olarak yatırıma yönelim aşamasını temsil edeceği düşünülebilir. Ancak sabit sermaye yatırımları içinde faktör yaratma mekanizmalarına yönelik yatırımların da bulunduğu dikkate alınmalıdır.

- Toplam kredi stoku; bankacılık sistemi aracılığıyla açılan tüm kredilerin toplamıdır. Bol miktarda kredi temin edilebilmesi yatırımları büyük ölçüde etkileyecektir. Bu nedenle toplam kredi stoku, yatırıma yönelim aşamasının karakteristik özelliklerinden birisi olarak kabul edilebilir.

- İşgücü verimliliği; -geniş anlamda- GSYİH' nin istihdam edilen toplam işgücüne oranlanması ile elde edilebilir. İşgücü verimliliğinin yatırıma yönelim ve devingen yaratıcılığa yönelim aşamalarının özelliklerine uygun olduğu görülmektedir.

- Araştırma-Geliştirme (AR-GE) harcamaları; bir ülkede genel olarak AR-GE amacıyla yapılan harcamaların toplamını ifade eder. AR-GE harcamaları her üç aşamada da etkili olabilir. Ancak AR-GE harcamalarının özellikle devingen yaratıcılığa yönelim aşamasının

temel özelliklerini karakterize eden bir değişken olarak ele alınması daha uygundur.

- İmalat sanayiinin kullandığı toplam girdi miktarı; imalat sanayiinin oluşturduğu talep hacmini ifade edebilir. Aynı zamanda imalat sanayiinde bütünleşik yapı içinde önsel ve gerisel bağılıkların artmasını teşvik edici rol oynayabilir. Bu nedenle imalat sanayiinin kullandığı toplam girdi miktarını yatırım yönelim ve devingen yaratıcılığa yönelim aşamalarını temsil ettiği varsayılmaktadır.

- Yabancı sermaye; bir ülkenin yurt içi sermaye kaynaklarının veya sahip olduğu teknolojinin yetersizliği sonucu başvurduğu yatırım kaynaklarıdır. Portföy yatırım veya dolaysız yatırımlar şeklinde olabilir. Yabancı sermaye, faktöre yönelim ve devingen yaratıcılığa yönelim aşamalarında önemli bir etkiye sahip olmasına rağmen, yatırıma yönelim aşamasının temel özelliklerine uygun görülmektedir.

- Sanayi yoğunlaşma oranı; ekonominin bütünü için dikkate alındığında ekonomik ve politik gücün toplum içindeki dağılımının ve rekabetin ekonomik faaliyeti düzenleyici rolünün ortaya konulması amacıyla kullanılabilir¹⁴⁸. Değişken bu yönden değerlendirilerek yatırıma yönelim aşamasını temsilen regresyon modeline dahil edilebilir.

- Direkt mali teşviklerin toplam ihracat içindeki payı; ihracatın artırılmasına yönelik olarak uygulanan tüm direkt mali teşviklerin toplam ihracat miktarına oranıdır. Direkt mali teşvikleri kapsayan

¹⁴⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Rana EŞKİNAT, **Türkiye İmalat Sanayii Piyasalarının Analizi (Yoğunlaşma ve Karlılığın Değerlendirilmesi)**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 1989, s. 74.

tedbirlere, özellikle faktöre yönelim ve yatırıma yönelim aşamalarında başvurulduğu görülmektedir.

-Reel döviz kurları; nominal döviz kurlarının her iki ülke iç fiyat oranları dikkate alınarak reel hale dönüştürülmesi sonucu elde edilir. Bir ülke ekonomisinin döviz kurlarındaki reel değişime karşı özellikle faktöre yönelim ve yatırıma yönelim aşamalarında hassas olduğu görülmektedir. Bu nedenle reel döviz kurları rekabetedebilirlik avantajının ilk iki aşamasını temsilen regresyon modeline dahil edilebilir.

Bir ülkenin GSMH' sı üzerinde belirlenen bağımsız değişkenlerden hangisinin daha yüksek bir etkiye sahip olduğunun ortaya konulması sonucu, o ülkenin rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamaları hakkında yorum yapılabilir. Ülkenin bulunduğu aşama hakkında temel fikir elde ettikten sonra; bu aşamada rekabetedebilirlik avantajının daha fazla artırılması ve/veya ilerideki aşamalara geçiş için alınması gerekli tedbirler hakkında öneriler getirebilir. Alınması gereken tedbirlerin belirlenmesinde, yukarıdaki model çözümlemelerinin yanısıra, ülkenin rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri açısından içinde bulunduğu durum da değerlendirilmelidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJI

Türkiye' nin 24 Ocak 1980 kararları ile; ithal ikamesine yönelik ve yurt dışı rekabete kapalı bir sanayileşme stratejisinden, ihracata yönelik ve serbest rekabet şartlarını oluşturmayı amaçlayan bir sanayileşme stratejisine geçişi gerçekleştirmek için gerekli tedbirleri almaya çalıştığı görülmektedir. Böylece yurt içindeki sanayilerin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanabilmesi ve global şartlara uyum sağlayabilmesi için temel strateji değişikliğinin yapıldığı söylenebilir¹⁴⁹. Bu yapı değişikliğini amaçlayan Türkiye' nin dünyadaki gelişmelere karşı ilgisiz kalamayacağı açıktır. Türkiye' nin

¹⁴⁹ 24 Ocak 1980 kararları; istikrar tedbirleri paketi olması ve daha sonraki uygulamalar ile pek çok değişikliğe uğratılmasına rağmen Türkiye' nin ekonomik kalkınma sürecinde bir dönüm noktası olarak dikkate alınmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bkz.; Zeyyat HATİBOĞLU, **Yeniden Dirilen Türkiye Ekonomisi 24 Ocak 1980 ve Ötesi**, İşletme İktisadi Enstitüsü Ya., No. 100, İstanbul, 1989.

uluslararası rekabetedebilirlik avantajının geliştirilebilmesi de, dünyadaki global gelişme eğilimlerine ve uluslararası rekabetedebilirlik avantajının özünde meydana gelen değişmelere iyi bir şekilde uyum sağlamasına bağlıdır.

Bu çalışmada Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı, daha önceki bölümlerde teorik açıklaması yapılan yeni yaklaşım temel alınarak incelenmiştir.

I .TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLENMESİNE YÖNELİK ÇEŞİTLİ AŞAMALARIN TANITIMI VE DEĞERLENDİRMESİ

Uluslararası rekabete açılmayı amaçlayan Türkiye' nin gerek genel gerekse sektörel bazda sahip olduğu rekabetedebilirlik avantajlarının belirlenmesine yönelik çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışma sonuçlarının aynı zamanda 24 Ocak 1980 kararlarının başarısını ölçmek amacıyla da kullanıldığı görülmektedir.

Aşağıda, öncelikle Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik olarak yapılmış olan başlıca çalışmalar tanıtılacaktır. Daha sonra bu çalışmaların genel değerlendirmesi yapılacaktır.

A. ÇALIŞMALARIN TANITIMI

Türkiye' nin uluslararası rekabetebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik kapsamlı çalışmalardan birisi, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından yapılmıştır. Özellikle Avrupa Topluluğu (AT) ile yapılan anlaşmalar dikkate alınarak ve gelecekte tam üyeliğin gerçekleştirileceği düşünülerek yapılan bu çalışma; DPT tarafından oluşturulan Özel İhtisas Komisyonları (Ö.İ.K.) aracılığıyla yürütülmüştür. Belirlenen sanayilerin herbirine uzmanlardan oluşan Ö.İ.K.' lar oluşturularak, bu sanayilerin rekabetebilirlik avantajlarının durumu ve alınabilecek tedbirler konusunda ayrıntılı görüşler ortaya konulmuştur.

Bu çalışmada özellikle Gıda, İçki, Tütün sanayiilerinin % 36.85' inin AT karşısında rekabetebilirlik avantajının bulunduğu, % 30.9' unun gerekli tedbirler ile avantajlı hale gelebileceği ve % 14' ünün ise rekabetebilirlik avantajı kazanma şansının olmadığı belirlenmiştir. Diğer yandan imalat sanayi için yapılan araştırmalar sonucu; bu sanayinin % 27.7' sinin rekabetebilirlik avantajı bulunduğu, % 39.9' unun avantaj kazanmasının alınabilecek tedbirlere bağlı olduğu ve % 1.82' sinin ise rekabetebilirlik avantajı kazanma şansının olmadığı görülmektedir¹⁵⁰.

Bu genel sınıflandırma dışında Türkiye' nin AT karşısında rekabetebilirlik avantajına sahip olarak görülen sanayilerin ayrıntılı sıralaması da yapılmaktadır (Tablo: 2).

¹⁵⁰ Araştırmada kullanılan veriler 1986 yılına aittir. DPT, **Türk Sanayiinin AT Sanayii Karşısında Rekabet İmkanları Ö.İ.K. Raporu**, Devlet Planlama Teşkilatı, Düzeltilmiş Üçüncü Baskı, C. 1, Ya. no: DPT:2141-ÖİK: 334, Ankara, 1989, s. 1x1.

TABLO: 2

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATININ ARAŞTIRMASINA GÖRE TÜRKİYE' NİN
REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJINA SAHİP OLAN SANAYİLERİ

Gıda, İçki, Tütün Sanayii

- Kuru İncir
- Kuru Üzüm
- Şeker
- Unlu mamuller

İmalat Sanayii

- Hazır Giyim
- İplik ve Dokuma
- Gübre
- Reflakter ve Yapı Elek.
- Deri ve Mamulleri
- Orman Ürünleri
- Cam
- Tarım Makineleri
- Basın-Yayın

Kaynak: DPT, **Türk sanayiinin AT Sanayii Karşısında Rekabet**

İmkanları, Ö.İ.K. Raporu, Düzeltilmiş Üçüncü Baskı, C. 1. Ya. No: DPT:
2141-Ö.İ.K.: 334, Ankara, 1989, s. 1xııı' den değiştirilerek alınmıştır.

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik olarak yapılan bazı çalışmalarda ise karşılaştırmalı üstünlüklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmalarda özellikle ihracat performansı ve piyasa payı kriterinin kullanıldığı görülmektedir.

Birleşmiş Milletler Endüstriyel Kalkınma Organizasyonu tarafından yapılan çalışmada, ülkelerin mal gruplarına göre sahip oldukları karşılaştırmalı üstünlükler belirlenmeye çalışılmıştır. Burada ihracat performansı kriteri kullanılarak her ülke için mal grupları bazında hesaplamalar yapılmıştır.

Araştırmada Türkiye ile ilgili elde edilen sonuçlar 1970-1971 ve 1976-1977 yılları dikkate alınarak verilmiş ve karşılaştırma olanağı yaratılmıştır¹⁵¹ (Tablo: 3).

TABLO: 3
BİRLEŞMİŞ MİLLETLER ENDÜSTRİYEL KALKINMA
ORGANİZASYONUNUN YAPTIĞI ÇALIŞMAYA GÖRE TÜRKİYE' NİN
KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞE SAHİP OLDUĞU MAL GRUPLARI
(1970-1971, 1976-1977)

	İhracat Performansı Oranı	
	1970-1971	1976-1977
Yaş Meyve, Sebze	117.49	147.31
Kürkten Mamul Giyim Eşyası	1.03	17.75
Pamuk İpliği ve Çeşitli Dokuma İplikleri	3.53	13.45
Sebzeler, Kök ve Yumru Bitki Ürünleri	5.09	8.97
Kağıt ve Kartondan Döşemeler ve Seccadeler	3.13	7.43
Cam Eşya ve Cam Ürünleri	1.12	6.20
Balık Ürünleri	0.14	4.61
Çeşitli Konfeksiyon Ürünleri	0.91	3.52
Bitkisel yağlar	0.37	3.18

Kaynak: _____, **Changing Patterns of Trade In World Industry: An Empirical Study on Revealed Comparative Advantage**, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 1982, p. 189-191' den değiştirilerek alınmıştır.

¹⁵¹ Ayrıntılı bilgi için bkz.: _____, **Changing** p. 21.

Burada Türkiye' nin özellikle tarım ve tekstil ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu görülmektedir. İki dönem arasında tekstil ürünlerinin karşılaştırmalı üstünlüğündeki artışın daha yüksek olduğu söylenebilir.

Diğer yandan yine piyasa payı ve ihracat performansı kriterleri esas alınarak Türkiye' nin mal piyasaları bazında açıklanan karşılaştırmalı üstünlükleri hesaplanmıştır. Bu çalışmada Türkiye' nin karşılaştırmalı üstünlüğünün genel olarak doğal kaynaklara, doğal konuma ve işgücü maliyetlerine dayandığı ileri sürülmektedir¹⁵². Mal grupları bazında yapılan araştırma sonuçlarına göre ise; Türkiye' nin tarım ve hayvancılık ürünlerinde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu, tekstil ve orman ürünleri gibi bazı imalat sanayi dallarında da karşılaştırmalı üstünlüğünün devam ettiği görülmektedir (Tablo: 4).

Türkiye' nin ihracat performansının sabit piyasa payı analizinin yapıldığı çalışmada ise; rekabetedebilirlik avantajı bulunan mal gruplarının belirlenmesi ve genel olarak bu mal grupları bazında yabancı pazarlarda sahip olunan rekabetedebilirlik etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada Türkiye' nin ihracat ürünlerinin piyasa payını yansıtan değerlendirmeler sonucu; özellikle sebze ve meyvalar, tekstil iplikleri ve lifleri, giyim eşyası ve aksesuarlar ihracatının dünya pazarlarındaki büyümeden daha fazla gerçekleştiği ortaya konulmuştur¹⁵³. 1985-1986 ve 1986-1987 yıllarını kapsayan

152 _____, **Developments in the External Economic Relations of Turkey**, United Nations, ?, p. 22.

153 Binnaz BAYKARA, **"Türkiye' nin İhracat Performansının Sabit Piyasa Payı Analizi -Bir Deneme-**", HAZİNE ve DIŞ TİCARET DERGİSİ, S. 6, Haziran, 1990/2, s. 4.

TABLO: 4

**BİRLEŞMİŞ MİLLETLER TARAFINDAN YAPILAN ÇALIŞMAYA GÖRE
TÜRKİYE' NİN KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜĞE SAHİP OLDUĞU MAL GRUPLARI
(1986)**

	Açıklanan Karşılaştırmalı Üstünlükler Oranı (1986)
Giyim Eşyaları ve Aksesuarları	286.36
Sebze ve Meyve	222.76
Balıklar ve Ürünleri	171.39
Seyahat Eşyaları ve çanta	164.33
Çeşitli Şekilde hazırlanmış Gıda maddeleri	127.89
Mobilya ve Döşeme Eşya	122.68
Şeker ve Şeker Ürünleri	117.80
Dokuma İpliği, Dokumalar	94.19
Tahta ve Mantar Mamülleri (Mobilya Hariç)	93.70
Ayakkabılar	72.11
Hayvan Gıdaları (Üğütülmemiş Hububat Hariç)	71.67
Sihhi tesisat, Aydınlatma ve Isıtma Cihazları	70.69
Ham Hayvansal ve Bitkisel Maddeler	66.20
Et ve Et Ürünleri	65.06
Ham Gübre ve Mineraller	62.60
Süt ve Yumurta	60.33
Tütün ve Mamülleri	54.17
Uçan Yağlar ve Parfümeri Hammaddeleri	40.42
Madensel Madde Mamülleri	37.73
Dokuma Elyafı	30.58
Kauçuk Mamülleri	29.40
Canlı Hayvanlar	27.09
İşlenmiş Hayvansal ve Bitkisel Yağlar	24.45
Çay, Kahve ve Baharat Mamülleri	20.29

Kaynak: _____, **Developments in the External Economic Relations of
Turkey**, United Nations, ?, p. 27.

çalışmaya göre, Türkiye' nin ihracatı nisbi olarak hızlı büyüyen mal pazarlarına yönelmiştir. Diğer yandan ihraç mallarının yöneldiği piyasalara göre farklılaşma oranı da, hedef piyasa paylarının dünya ticaretindeki gelişmeler ile ilişkilendirilmesi sonucu elde edilmiştir. Türkiye'nin ihracatının "Piyasa Etkisinde" özellikle 1986-1987 döneminde gelişme görülmektedir.

Sabit piyasa payı modeli ile ifade edilen ihracat büyümesi ile gerçek ihracat büyümesi arasındaki fark; fiyat değişiklikleri ile açıklanmakta ve "Rekabetedebilirlik Etkileşimi" ni oluşturmaktadır¹⁵⁴. Almanya ile ticari ilişkiler örnek alınarak yapılan çalışmalar sonucu, Türkiye' nin 1985-1986 döneminde gerçek ihracatının düşmesi ve piyasa etkisinin yüksek bir pozitif değer alması sonucu rekabetedebilirlik etkilerinin azaldığı görülmektedir. 1987 yılında ise, Türkiye' nin ihracatı ile dünya ticareti arasında mal kompozisyonu ve piyasa etkileri toplamından daha fazla fark olduğu için, Türkiye' nin Almanya pazarındaki rekabetedebilirlik avantajının yüksekliği ortaya konulmuştur.

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik yapılan çalışmalardan birisi de " Statik Kaynak Dağılım Kazançları Kriterini" esas almaktadır. Bu çalışmada Türkiye ekonomisindeki mevcut sermaye stoku ve nisbi emek-sermaye maliyetleri ile 25 adet sektörün uluslararası fiyatlarda rekabet edebilecekleri belirlenmiştir¹⁵⁵. Rekabetedebilirlik avantajına sahip olarak görülen sektörler şunlardır:

¹⁵⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz.: BAYKARA, "Türkiye' nin...", s. 4.

¹⁵⁵ AKTAN-BAYSAN, "Türk...", s. 92.

- | | |
|--------------------------------------|------------------------|
| - Basım-Yayım-Cilt | - Pamuk |
| - Demir Cevheri Çıkarımı | - Diğer Yağlı Tohumlar |
| - Kuru Fasulye, Soğan, Patates | - Fındık |
| - Diğer Tahıllar, Hayvan Yemi | - Zeytin |
| - Buğday | - Üzüm |
| - Demir Dışı Metalik Cevher Çıkarımı | - Turunçgiller |
| - Balıkçılık | - Diğer Meyveler |
| - Diğer Besin maddeleri | - Tütün |
| - Domates, Diğer Sebze, Diğer Bakla | - Tütün Sanayii |
| - Alkolsüz İçkiler | - Koyun, Keçi |
| - Diğer Sınai Bitkiler | - Hayvancılık |
| - Metalik Olmayan Maden Çıkarma | - İnek ve Manda |
| - Bitkisel ve Hayvansal Yağlar | |

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajına sahip olan sanayilerinin genellikle tarım ürünleri, madencilik ve balıkçılık gibi doğal kaynaklara dayandığı görülmektedir. Bunlar arasında, Türkiye' nin geleneksel ihraç ürünlerinden olan pamuk, fındık, tütün, turunçgiller ve diğer meyveler özellikle dikkati çekmektedir.

Diğer yandan bu çalışmada bazı sektörlerin uluslararası fiyat/maliyet dezavantajının % 10 düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Ancak ekonominin dışa açılması sonucu üretim yapısının etkinliğe kavuşması ve yabancı sermaye girişinin sağlanması sonucu bu dezavantajların giderilebileceği ileri sürülmektedir¹⁵⁶. Buna göre rekabetedebilirlik avantajına ulaşabilecek sektörlerden bazıları şunlardır:

¹⁵⁶ AKTAN-BAYSAN, "Türk...", s. 97.

- Elbise-Giyim Eşyası ve Konfeksiyon
- Dokuma sanayii
- Sebze ve Meyve İşleme Sanayii
- Çimento Sanayii
- Orman Sanayii
- Ağaç Mobilya ve Döşemecilik

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı hakkında çok çeşitli kriterleri dikkate alarak yapılan çalışmadan da söz edilebilir. Bu çalışmada Türkiye, rekabetedebilirlik açısından diğer ülkeler ile karşılaştırılarak bir sıralamaya sokulmaktadır. Daha sonra Türkiye' nin sahip olduğu konum rekabetedebilirlik araştırmasına temel oluşturan çeşitli kriterler açısından değerlendirilmektedir. Bu çalışma, Türkiye' nin hangi sanayilerde rekabetedebilirlik avantajına sahip olduğunu ayrı ayrı araştırmak yerine; genel olarak rekabetedebilirlik avantajının göstergeleri üzerinde durmaktadır. Türkiye World Economic Forum (EMF) tarafından yapılan araştırmalara göre; incelemeye dahil edilen ülkeler arasında genel rekabetedebilirlik avantajı bakımından 1986 yılında 20., 1990 yılında ise 21. sırada bulunmaktadır(Tablo: 5)

Diğer yandan rekabetedebilirlik avantajının temelleri olduğu varsayılan çeşitli kriterlere göre Türkiye' nin 1986 yılı itibarıyla diğer ülkeler arasında yer aldığı sıralama aşağıda verilmiştir¹⁵⁷.

¹⁵⁷ EMF,World....p. 12.

TABLO: 5

ÇEŞİTLİ KRİTERLERİ DİKKATE ALARAK YAPILAN ÇALIŞMAYA GÖRE
TÜRKİYE' NİN KARŞILAŞTIRMALI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJI

Sıra	1986 Yılı	1990 Yılı
1	Japonya	Japonya
2	ABD	İsviçre
3	İsviçre	ABD
4	Almanya	Almanya
5	Danimarka	Kanada
6	Kanada	İsveç
7	İsveç	Finlandiya
8	Hollanda	Danimarka
9	Norveç	Norveç
10	Finlandiya	Hollanda
11	Yeni Zelanda	Avusturya
12	Avusturya	İngiltere
13	Belçika/Lüksemburg	Avustralya
14	Avustralya	Fransa
15	İngiltere	Belçika/Lüksemburg
16	Fransa	İrlanda
17	İrlanda	Yeni Zelanda
18	İtalya	İtalya
19	İspanya	İspanya
20	TÜRKİYE	Portekiz
21	Portekiz	TÜRKİYE
22	Yunanistan	Yunanistan
23	_____	Macaristan

Kaynak: 1) E.M.F., "World Competitiveness Report", E.M.F.
Foundation, August, 1986.

2) E.M.F., "World Competitiveness Report", E.M.F.
Foundation, August, 1990.

Türkiyenin yer aldığı sıra

- Ekonominin dinamizmi	20
- Endüstriyel Etkinlik	21
- Piyasanın Dinamizmi	20
- Finansal Dinamizm	17
- İnsan Kaynakları	22
- Devlet müdahalesi	1
- Doğal Çevre	21
- Dışarıya Yönelim	11
- Yeniliklere Yönelim	19
- Sosyo-Politik Fikir Birliği ve Denge	16

Araştırma kapsamında bulunan 22 adet ülke içinde Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı ve bu avantajı etkileyen faktörler bakımından son sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bunlardan özellikle "İnsan Kaynakları", "Endüstriyel Etkinlik", "Ekonominin Dinamizmi" ve "Yeniliklere Yönelim" faktörleri açısından Türkiye' nin içinde bulunduğu durum; genel sıralamadaki yerini belirleyici unsur olmaktadır. Ayrıca Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı üzerinde olumsuz etkileri görülen "Devlet Müdahalesi" bakımından birinci sırada olması da genel yargıyı güçlendirmektedir.

E.M.F.' nin 1990 yılında yayınlanan çalışmasında ise, Türkiye' nin bazı göstergeler bakımından gelişme kaydettiği fakat genel rekabetedebilirlik avantajının bu gelişmeden etkilenmediği görülmektedir. Örneğin; Türkiye "Hükümet Esnekliği" bakımından birinci ve "İş Dünyasında Yeni Nesil" bakımından ise, üçüncü durumda olmasına rağmen, genel rekabetedebilirlik açısından 21. sıraya gerilemiştir¹⁵⁸.

¹⁵⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz.: E.M.F., **World Competitiveness Report**, E.M.F. Foundation, August, 1990, p. 5-32.

Diğer yandan Türkiye' nin rekabetebilirlik avantajının belirlenmesi ve yirmibirinci yüzyıla yönelik olarak bir stratejinin ortaya konulması amacıyla TÜSİAD tarafından kapsamlı bir araştırma yapılmıştır. TÜSİAD araştırmasının temel olarak E.M.F.' nin çalışmasına dayandığı söylenebilir. Ancak bu çalışmada Türkiye' nin rekabetebilirlik avantajının daha kapsamlı ve sektörel bazda incelenerek, alınması gereken tedbirler konusunda öneriler getirildiği görülmektedir. TÜSİAD' ın hazırladığı rapora göre; Türkiye' nin muhtemel rekabetebilirlik avantajını oluşturan çeşitli faktörler ve bunların sahip oldukları önem şu şekilde gösterilebilir¹⁵⁹ (Tablo: 6).

TABLO: 6

**TÜSİAD RAPORUNA GÖRE TÜRKİYE' NİN REKABETEBİLİRLİK AVANTAJINI
YARATAN FAKTÖRLERİN SAHİP OLDUĞU ÖNEM**

1. İşgücü Maliyeti (Ücret)	% 82.4
2. Coğrafi Konum	% 71.2
3. Nitelikli İşgücü	% 66.4
4. Hammadde Bulunabilirliği	% 64.8
5. Teknoloji	% 61.0

Kaynak: TÜSİAD, **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım**

Stratejisi, II. Bölüm, TÜSİAD, Ya.No. T/91.3.141, Mart, 1991, s. 2.47.

Bunlardan özellikle "coğrafi konum" un ve "altyapı" nın önemi gittikçe artmaktadır. Fakat halen Türkiye' nin rekabetebilirlik avantajının temelini oluşturan "işgücü maliyetleri" nin sahip olduğu

¹⁵⁹ TÜSİAD, **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**, II. Bölüm, TÜSİAD, Ya. No. T/91.3.141, Mart, 1991, s. 2.7.

önemin zaman içinde azalacağı ifade edilmektedir. Diğer yandan Türkiye' nin doğal faktörlerden daha çok "yaratılan" faktörlere dayalı olarak rekabetebilirlik avantajını artıracığı görülmektedir. Ancak günümüzde Türkiye' nin rekabetebilirlik avantajının yaratıcısı durumunda olan faktörler bakımından sahip olduğu konum şu şekilde gösterilebilir.

ŞEKİL: 9

**TÜSİAD RAPORUNA GÖRE TÜRKİYE' NİN MEVCUT REKABETEBİLİRLİK
AVANTAJININ YARATICISI OLAN FAKTÖRLER ***

		Az ← → Çok				
Doğal ↑ Yaratılan ↓	Coğrafi Konum				* →	
	Doğal Kaynaklar		← *	→		
	İşgücü Maliyeti			← *		
	Tarih ve Gelenekler				*	
	Sanayi Deneyimi			* →		
	Teknik Temeller		* →	→		
	Alt Yapı			* →		
	Teknoloji		*			

(*) Rekabet edilen ülkelere karşı

Kaynak: TÜSİAD, **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**, II. Bölüm, TÜSİAD, Ya.No. T/91.3.141, Mart, 1991, s. 2.7.

Türkiye' nin sahip olduğu rekabetebilirlik avantajı üzerinde işgücü maliyetlerinin, coğrafi konumun ve nitelikli işgücünün büyük öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu faktörlerin Türkiye' nin belirli sanayilerde sahip olduğu rekabetebilirlik avantajları dikkate alınarak belirlendiği ve daha çok doğal faktörler olduğu unutulmamalıdır. Bu araştırmaya göre Türkiye' nin rekabetebilirlik avantajına sahip olduğu sanayiler şunlardır:

TABLO: 7

TÜSİAD RAPORUNA GÖRE TÜRKİYE' NİN REKABETEBİLİRLİK AVANTAJINA SAHİP SANAYİLERİ

1. Turizm	9. Hayvancılık
2. Dokuma-Giyim	10. Deniz Ürünleri
3. Seramik	11. Su Ürünleri
4. Pişmiş Kıl	12. Elektriksiz Makinalar
5. Tarımsal Ürünler	13. İçki
6. Cam	14. Lastik
7. İşlenmiş Gıda	15. Petro Kimya
8. İnşaat	16. Demir-Çelik

Kaynak: TÜSİAD, **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**, II. Bölüm, TÜSİAD, Ya.No. T/91.3.141, Mart, 1991, s. 2.47.

Ayrıca Türkiye' nin uluslararası rekabetebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik olarak yapılan belli başlı çalışmaların bulguları Tablo: 8' de özetlenmiştir. Burada rekabetebilirlik avantajı yüksek veya orta düzeyde olan sektörler "rekabetebilirlik avantajına sahip",

TABLO: 8

**TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJINI BELİRLEMeye
YÖNELİK ÇALIŞMALARDA ELDE EDİLEN BULGULARIN SINIFLANDIRILMASI**

Çelişkili Bulgular	Rekabetedebilirlik Avantajına Sahip	Rekabetedebilirlik Avantajı Bulunmayan
Ağaç ve Mantar	Kuru Üzüm	Demir-Çelik
Bitkisel Yağlar	Elbise, Giyim Eşyası	Metallürji
Demir-Dışı metal	Dokumadan Hazır	Madeni Eşya
Pişmiş Kil, Çimento	Eşya	Tarım Alet, Makina
Taş, Toprak, Taş Ocak	Alkolsüz İçki	Elektronik
Cam,	Tütün	Demiryolu
Elektrikli Makinalar	Balıkçılık, Su Ürünleri	Gemi İnşaatı
Karayolu Taşıtları		Süt, Süt Mamülleri
Un, Unlu Mamüller		Kağıt
Şeker sanayii		Elektriksiz Makina.
Dokuma Sanayii		Petrokimya
Deri Ürünleri		Kimya
Seramik		İlaç
Alkollü İçkiler		Plastik
Mobilya Sanayii		Diğer Sanayi Ürün.
Lastik		
Basım		
Mezbaha Ürünleri		
Yem sanayii		
Gübre		
Petrol Ürünleri		

Kaynak: Lerzan ÖZKALE, "Türk Sanayii' nin AT Karşısındaki Rekabet
Gücünü Belirlemeye Yönelik Çalışmaların Değerlendirilmesi
ve Öneriler", 1991 SANAYİ KONGRESİ, 9-13 Aralık, TMMOB, Makina
Mühendisleri Odası, Ya. No. 148-1, 1991, s. 323.

orta veya zayıf düzeyde olanlar "rekabetedebilirlik avantajı bulunmayan" ve birbirine çok zıt sonuçlar bulunmuş olan sektörler ise "çelişkili bulgular" başlığı altında toplanmıştır¹⁶⁰.

B. ÇALIŞMALARIN DEĞERLENDİRMESİ

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesini amaçlayan çalışmaların büyük bir kısmı karşılaştırmalı üstünlükler teorisine dayandırılmaktadır. Dolayısıyla Türkiye' nin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu alanlarda, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının da yüksek olacağı varsayılmaktadır.

Türkiye' nin, ticaret yaptığı veya rakibi olan ülkelere nisbeten karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu üretim faktörlerinin ve sanayi dallarının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmalarda genel olarak nisbi birim işgücü maliyetleri, piyasa payı, ihracat performansı ve statik kaynak dağılım kazançları kriterlerinin esas alındığı görülmektedir. Ayrıca Türkiye' yi çok çeşitli kriterler açısından inceleyerek diğer ülkeler ile rekabetedebilirlik sıralamasına tabi tutan çalışmalardan da söz edilebilir. Ancak burada Türkiye tek tek rekabetedebilirlik avantajına sahip olan sanayileri açısından değerlendirilmemektedir. Sadece inceleme kapsamına alınan kriterler açısından diğer ülkeler ile karşılaştırmalı durumu ortaya konulmaktadır.

¹⁶⁰ Lerzan ÖZKALE, "Türk Sanayii' nin AT Karşısındaki Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Çalışmaların Değerlendirilmesi ve Öneriler", 1991 SANAYİ KONGRESİ, 9-13 Aralık, TMMOB, Makina Mühendisleri Odası, Ya. No. 148-1, 1991, s. 320.

TÜSİAD' ın hazırladığı raporda ise; Dünya Ekonomik Forumu' nun (E.M.F.) "Rekabetedebilirlik Araştırmasının temel alındığı fakat sektörel açıklamaların yapılabilmesi için diğer kriterlerin de kullanıldığı görülmektedir.

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik olarak yapılan çalışmaların, teorik temelleri "rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik çeşitli görüşlere" dayanmaktadır¹⁶¹. Bu görüşler hakkında teorik olarak yapılan değerlendirmelerin, aynı görüşler esas alınarak Türkiye' ye yönelik yapılan uygulamalar için de geçerli olacağı söylenebilir.

Yapılan çalışmalar sonucunda, Türkiye' nin özellikle, tekstil ve hazır giyim, kuru üzüm, alkollü içki, tütün, balıkçılık ve su ürünleri alanlarında rekabetedebilirlik avantajına sahip olduğu ileri sürülmektedir. Bu durum aynı zamanda Türkiye' nin sadece doğal kaynaklar ve işgücü maliyetleri ile rekabetedebilirlik avantajı yaratabildiğini ortaya koymaktadır. Ancak tekstil ve hazır giyim sanayiinde eğer teknolojik gelişmeler yakından izlenmezse, bu başarının da çok uzun süreli olmayacağı söylenebilir. Çünkü dünya üzerinde bu sanayide rekabetedebilirlik avantajı elde eden ülkelerin en önemli özelliği ucuz işgücü faktörüne sahip olmaları iken; söz konusu sanayide gün geçtikçe daha çok otomasyona geçildiği görülmektedir¹⁶². Hızlı teknolojik gelişmelerin yaşandığı tekstil ve hazır giyimde bir işçi ile birkaç tezgah denetlenebilmekte ve hazır giyim gibi emek yoğun olduğu düşünülen bir alanda robotlar

¹⁶¹ "Rekabetedebilirlik avantajının belirlenmesine yönelik çeşitli görüşler" hakkındaki genel teorik açıklamalar için bkz: Bu Çalışma Birinci Bölüm, s. 17-31.

¹⁶² Lerzan ÖZKALE, **Türkiye' nin Uluslararası Rekabet Gücü ve AT Üyeliği Sorunu**, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul, 1992, s. 13.

kullanılmaktadır. Bu durumda tekstil ve hazır giyim sanayileri için ucuz işgücüne sahip olmak uluslararası rekabetedebilirlik avantajı elde etmek için yeterli olmayacaktır.

Ayrıca, Türkiye' de ihracatın % 29.5' ini oluşturan hazır giyim mal grubundaki efektif korumanın % 358.39, ihracatın % 31.6' sını oluşturan tekstilde ise % 91.49 olduğu unutulmamalıdır¹⁶³. Böylece Türkiye' nin adı geçen sanayilerde sahip olduğu rekabetedebilirlik avantajının büyük ölçüde korumadan kaynaklandığı söylenebilir¹⁶⁴.

Diğer yandan Türkiye' nin doğal kaynaklara dayalı rekabetedebilirlik avantajına sahip olarak görüldüğü tarım ve tarıma dayalı sanayilerde de gerçek durum pek iç açıcı değildir. Türkiye' nin yüksek düzeyde koruma tedbirleriyle ve dünya fiyatları üzerinde üretimini yapabildiği bazı tarım ürünleri Avrupa Topluluğu' na üye olduğu düşünüldüğünde ithal edilmek zorunda kalınacaktır. Bu ürünlere yumurta, süt, çay ve tavuk örnek verilebilir¹⁶⁵.

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı değerlendirilirken çelişkili bulguların ortaya çıktığı sanayiler arasında Türkiye açısından son derece önemli ve sürekli tartışılan bazı anahtar sektör ve mal gruplarının olduğu görülmektedir. Bunlar arasında kuşkusuz en önemlileri karayolu taşıtları veya otomotiv sektörü, lastik, elektrikli makinalar, cam ve petrol ürünleridir. Bu ürünlerde de efektif ürün

¹⁶³ Sübidey TOĞAN-Hasan OLGUN, "1980' li Yıllarda Türkiye' de İthalatın Liberalizasyonu ve Gümrük Vergilerinin Yeniden Düzenlenmesi: Bir Değerlendirme", ANKARA SANAYİ ODASI DERGİSİ, Eylül-Ekim 1989, Ankara, s. 27.

¹⁶⁴ Koruma ve teşviklerin tüm ülkeler tarafından çok çeşitli şekillerde uygulandığı göz ardı edilmemelidir. Ancak bu durum rekabetedebilirlik avantajını daha sağlam temellere oturtmak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasına engel olmamalıdır.

¹⁶⁵ ÖZKALE, *Türkiye' nin...*, s. 16.

koruma oranlarının yüksekliği ve teknolojik gelişmelerin gerektiği şekilde takip edilemediği dikkati çekmektedir¹⁶⁶. Etketif koruma oranları; petrol ürünlerinde % 28.04, lastikte % 30.86, elektrikli makinalarda % 58.01, karayolu taşıtlarında % 90.15 ve camda % 90.67 dir¹⁶⁷. Ayrıca örneğin; otomotiv sektöründe ithal ikameci dönem boyunca teknolojik gelişmeler yakından takip edilmeyerek uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratmak için çaba sarfedilmemiştir.

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı hakkında yapılan çalışmalarda dünyadaki globalleşme eğilimlerinin ve bunun sonucunda rekabetedebilirlik şartlarında ortaya çıkan değişimin etkileri üzerinde kapsamlı bir şekilde durulmadığı görülmektedir¹⁶⁸. Ayrıca değişen şartlar altında rekabetedebilirliğin belirleyicilerinin iyi tanımlanması ve ülkenin içinde bulunduğu durumun buna göre değerlendirilmesi gerekmektedir.

II. TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ BELİRLEYİCİLERİ

Türkiye' nin uluslararası pazarlardaki başarılı firmalarının sahip olduğu veya zaman içinde elde edebileceği rekabetedebilirlik avantajlarını etkileyen çeşitli çevre şartları vardır. Bu çevre şartları aynı zamanda Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının

¹⁶⁶ ÖZKALE, *Türkiye' nin...*, s. 17

¹⁶⁷ TOGAN-OLGUN, "1980'li Yıllarda...", s. 27.

¹⁶⁸ Globalleşme eğilimlerinin Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı olan sanayileri nasıl etkileyebileceği hakkındaki yorumlara sadece TÜSİAD'ın hazırlamış olduğu raporda yer verilmiştir. Bkz: TÜSİAD, *21. Yüzyıl...*, II. Bölüm.

belirleyicileridir. Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri "temel belirleyiciler" ve "dışsal belirleyiciler" olmak üzere iki başlık altında, teorik açıklamalar temel alınarak incelenebilir.

A. TEMEL BELİRLEYİCİLER

Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı; "Faktör Şartları", "Talep Şartları", "Destekleyici ve İlişkili Sanayiler" ve "Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları"ndan oluşan Temel Belirleyiciler açısından incelenebilir. Bu belirleyicilerin birbirleriyle karşılıklı etkileşimi sonucu rekabetedebilirlik avantajının kazanılmasında etkili olabilecek bir sistemin yaratılması durumu; "Türkiye' nin Temel Belirleyiciler Sistemi" olarak isimlendirilebilir.

1. Faktör Şartları

Türkiye' nin faktör şartları bakımından mevcut durumunun statik olarak incelenmesi sonucu rekabetedebilirlik avantajının yaratılması üzerindeki etkileri belirlenebilir. Bu amaçla üretim faktörleri olarak insan kaynakları, fiziksel kaynaklar, bilgi kaynakları, sermaye kaynakları ve altyapı faktörleri nicelik ve nitelikleri dikkate alınarak incelenmiştir. Ayrıca Türkiye' nin faktör yaratma mekanizmaları bakımından içinde bulunduğu şartlar belirlenmeye çalışılmıştır.

Türkiye' nin faktör şartları sahip olunan insan kaynakları açısından incelenirken öncelikle nüfus miktarı ve çeşitli nitelikler

bakımından dikkate alınabilir. Türkiye' nin nüfusu 1927 yılında yapılan ilk sayıma göre 13 milyon 648 bin kişi iken 1989 yılında 55 milyon 541 bin kişiye ulaşmıştır¹⁶⁹. 1923-1960 yılları arasındaki dönemde izlenen nüfus politikaları sonucu % 2' nin üzerinde gerçekleşen (1934-1945 dönemi hariç) yıllık ortalama nüfus artış hızı, 1955-1960 yılları % 2.85 ile en yüksek orana ulaşmıştır.

Ancak planlı dönemde nüfus artış hızını yavaşlatmaya yönelik izlenen yeni politika ve bu çerçevede gerçekleştirilen uygulamalara rağmen nüfus artış hızı % 2' nin altına düşürülememiştir¹⁷⁰. Hızlı nüfus artışına bağlı olarak Türkiye nüfusunun büyük bir kısmını gençler oluşturmaktadır. 1989 yılı nüfus tahminlerine göre Türkiye nüfusunun % 36.2' si 0-14 yaş grubu, % 59.7' si ise 15-64 yaş grubundadır (Tablo: 9). Çalışma çağındaki nüfusu ifade eden 15-64 yaş grubunun toplam nüfus içindeki payının artması sonucu, 1970 yılından itibaren bağımlılık oranında azalma görülmüştür. Bağımlılık oranı 1989 yılında % 67.4 olarak tahmin edilmiştir.

Görüldüğü gibi Türkiye oldukça genç bir nüfusa sahiptir. Bu nedenle Türkiye gereksinim duyacağı insangücü miktarı bakımından kısıtlı durumda değildir. Ancak insan gücünün nitelikleri bakımından mevcut durumun değerlendirilmesi daha büyük önem taşımaktadır. Türkiye' de nüfusun okur-yazarlık durumuna bakıldığında -14-44 yaş grubunda- 1980 yılında % 76.7 olan okuma-yazma bilenlerin oranı 1989' da % 89.4' e yükselmiştir.

¹⁶⁹ 1985 yılında yapılan nüfus sayımı sonuçlarına göre 50 milyon 664 bin kişi olan nüfus miktarı D.İ.E.' nin yıllık nüfus artış oranını % 2.5 olarak yaptığı tahmin ile 1989 yılında 55 milyon 541 bin kişiye ulaşmıştır.

¹⁷⁰ TOBB, **İktisadi Rapor**, Türkiye Ticaret Sanayii Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, Ankara, 1990, s. 40.

TABLO: 9
TÜRKİYE' DE NÜFUSUN GELİŞİMİ ve YAŞ GRUPLARINA GÖRE DAĞILIMI
(Bin Kişi)

Sayım Yılı	Toplam Nüfus	Yıllık Ort. Nüfus Artış Hızı(%)	Nüfus Yoğunluğu (Kişi/km ²)	<u>Yaş Gruplarına Dağılımı</u> (%)			Bağımlılık Oranı (%)
				0-14	15-64	65+	
1965	31.391	2.46	41	41.9	54.1	4.0	849
1970	35.605	2.52	46	41.8	53.8	4.4	859
1975	40.348	2.50	52	40.5	54.9	4.6	823
1980	44.737	2.06	58	39.1	56.1	4.8	781
1985	50.664	2.49	65	37.6	58.2	4.2	718
1989*	55.255	—	72	36.2	59.7	4.1	674

Kaynak: (*) DPT, **Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Nüfus Tahminleri**,
Ocak 1989.

- DİE, **Genel Nüfus Sayımları**

Bölgeler arasında okuma-yazma bilenlerin oranı bakımından büyük farklılıklar vardır. Bu oran bazı illerde % 97' nin üzerinde iken, bazı illerde % 60' ın altındadır.

Türkiye genelinde okullaşma oranları bakımından V. ve VI. Beş Yıllık Kalkınma Planlarında çoğunlukla hedeflere ulaşamadığı görülmektedir(Tablo: 10)¹⁷¹.

¹⁷¹ TOBB, **İktisadi...**, s. 59.

TABLO: 10
TÜRKİYE' DE OKULLAŞMA HEDEFLERİ ve GERÇEKLEŞME

Eğitim Kademesi	Yaş Grubu	V. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1989		VI. Beş yıllık Kalkınma Planı 1990	
		Hedef (%)	Gerçekleşme (%)	Hedef (%)	Gerçekleşme (%)
OKUL ÖNCESİ EĞİTİM	5-6	10.0	4.2	5.5	4.5
İLK ÖĞRETİM					
İlkokullar	7-11	100.0	100.0	100.0	100.0
Orta okullar	12-14	75.0	57.1	65.0	57.0
ORTA ÖĞRETİM	15-17	39.4	35.2	37.2	34.9
Genel	15-17	18.8	20.5	21.2	20.3
Mesleki-Teknik	15-17	20.6	14.7	16.0	14.6
YÜKSEK ÖĞRETİM	18-21	12.0	12.4	12.6	13.5

Eğitim çağına gelmiş olan nüfus, genel eğitimin verildiği aşamalardan geçerek çeşitli niteliklere sahip hale gelmektedir. Türkiye' de Yüksek Öğrenim görmüş olan kişilerin 1989 yılı itibarıyla toplam sayısı yaklaşık olarak 920 bin kişidir¹⁷². Türkiye' nin yüksek öğrenimli insangücü arzı nitelikleri açısından incelendiğinde; sosyal bilimler, ilkokul öğretmenliği, orta okul, lise öğretmenliği, tıp, matematik ve fen bilimleri, hukuk, inşaat mühendisliği, makina mühendisliği ile ziraat ve ormancılık alanları özellikle dikkati çekmektedir.

¹⁷² Burada yüksek öğrenim sadece lisans eğitimi ile sınırlandırılmıştır.

Diğer yandan Türkiye' de insan gücünün istihdam edilmesinde sürekli olarak sorunlarla karşılaşıldığı söylenebilir. Türkiye' de işsizlik oranı 1978 yılında % 7.8 iken 1983 yılında % 12.1' e yükselmiştir. Daha sonraki yıllarda ise işsizlik oranında bir miktar azalma görülmesine rağmen 1989 yılında % 10.4 olarak gerçekleşmiştir. İstihdamın sektörel dağılımı incelendiğinde ise; Türkiye' de insan gücünün istihdam edildiği sektörler bakımından temel yapı değişikliğinin gerçekleştirilemediği görülmektedir. Türkiye' de insan gücünün % 50' si doğal kaynaklara dayalı, nisbeten geri teknoloji kullanılan ve gizli işsizliğin yoğun olduğu tarımsal üretim alanında istihdam edilmektedir (Tablo: 11). Diğer yandan Türkiye' nin doğal konumu, yüzey şekilleri, deniz, akarsu ve diğer su kaynakları, toprakları, madenleri ve iklim şartları gibi fiziki faktörler bakımından bazı avantajlara sahip olduğu söylenebilir¹⁷³

Türkiye fiziki konum itibarıyla Avrupa ile Asya kıtası arasında köprü görevi gördüğü için, siyasi ve ticari bakımdan stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye' nin önemi özellikle 1990' lı yılların başlarında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği' nin dağılması sonucu daha da artmıştır. Bunun yanı sıra Türkiye iklimin, yüzey şekillerinin, toprakların ve su kaynaklarının elverişli olması sonucu bir tarım ülkesi olma özelliğine sahiptir. Türkiye' nin kendi gayreti dışında doğal olarak sahip olduğu diğer fiziki kaynağı ise madenleridir. Türkiye, jeolojik yapısı nedeniyle, krom, kurşun, bakır, demir, manganez, kükürt, boraks, antimon, civa, lületaşı, çinko ve mermer bakımından zengin maden rezervlerine sahiptir.

¹⁷³ Burada sıralanan Türkiye' nin fiziki kaynakları hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Halil DİRİMTEKİN, **Türkiye Ekonomisi**, Sevinç Matbaası, ?, s. 13-24.

TABLO: 11
TÜRKİYE' DE İŞGÜCÜ PİYASASININ GELİŞİMİ
(15 + yaş)(Bin Kişi)

	1978	1980	1983	1986	1989
Sivil İşgücü	15158.2	15169.2	16662.3	17703.1	18680.0
Sivil İstihdam	13975.9	13812.5	14648.6	15842.5	16733.0
İşsiz	1182.3	1806.6	2013.7	1865.6	1947.0
İşsizlik Oranı (%)	7.8	11.6	12.1	10.5	10.4

Sivil İstihdamın Sektörel Dağılımı

	Miktar (%)		Miktar (%)		Miktar (%)		Miktar (%)		Miktar (%)	
TARIM	7729.8	55	7583.1	55	7851.6	54	8206.4	52	8380.0	50
SANAYİ	1979.1	14	1911.7	14	2116.6	15	2388.4	15	2561.0	15
Madencilik	177.9	9	183.4	10	188.4	9	216.3	9	226.0	9
İmalat Sanayii	1712.8	87	1631.3	85	1820.8	86	2052.1	86	2205.0	86
Diğer	88.4	4	97.0	5	107.4	5	120.0	5	130.0	5
HİZMETLER	4267.0	31	4317.7	31	4680.3	32	5247.7	33	5792.0	35
TOPLAM	13975.9	100	13812.5	100	14648.6	100	15842.5	100	16733.0	100

Kaynak: DİE, İstatistik Yıllığı, Muhtelif Yıllar.

Türkiye' nin bilgi kaynaklarının incelenmesinde, özellikle cumhuriyetten bu yana uygulanan sanayileşme stratejileri sonucu sağlanmış olan belirli bir bilgi birikimi dikkate alınmalıdır¹⁷⁴. Ancak tekstil, konfeksiyon, toprağa dayalı sanayiler, şeker ve çimento gibi alanlarda elde edilen gelişmenin sahip olunan bilgi birikiminin devingen yaratıcılığa dönüştürülememesi sonucu sınırlı kaldığı söylenebilir.

Bilgi kaynaklarının düzeyinin belirlenmesinde çeşitli göstergeler kullanılabilir. Bu göstergelere göre bilgi kaynaklarının yaratılmasında Türkiye' nin içinde bulunduğu durum açıklanabilir. Örneğin; Türkiye' de AR-GE harcamaları GSMH' nin yaklaşık olarak % 0.2' sidir. Bu oran gelişmiş sanayi ülkelerinin 1/10' u, hızlı bir gelişme gösteren Kore' nin 1/5' i düzeyindedir. Türkiye' de araştırmacı sayısı ise 10 bin işgücüne karşılık 4.2 kişidir. Türkiye araştırmacı sayısı bakımından da gelişmiş ülkelerin 1/10' u düzeyinde bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerde bir yılda 2 araştırmacı bir yayın yaparken, Türkiye' de 15-20 araştırmacı bir yayın yapabilmektedir. Aynı zamanda bu yayınlar arasındaki kalite farkları da dikkati çekmektedir¹⁷⁵.

Türkiye bilgi kaynakları bakımından belirli bir atılım yapabilmek amacıyla özellikle 1980' li yılların sonlarına doğru araştırmacı, bilgi işlem sistemleri ve haberleşme gibi alt yapı alanlarına önem vermeye başladığı görülmektedir.

¹⁷⁴ Türkiye' de uygulanan sanayileşme stratejileri için bkz.: Ergül HAN, **Türkiye' de Sanayileşme Süreci ve Stratejisi**, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, Ya. No. 205/134, Eskişehir, 1978, s. 35-78.

¹⁷⁵ Bilgin KAFTANOĞLU ve Diğerleri, **"İleri Teknoloji ve Ürünleri Sanayii Genel Değerlendirme Raporu"**, I. SANAYİ ŞURASI YATIRIM MALLARI SANAYİİ YÖNLENDİRME PLANI ÖZET RAPORU, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Ankara, 1-4 Eylül 1987, s. 64.

Türkiye' nin faktör şartları sermaye kaynakları bakımından incelendiğinde temel gösterge olarak sermayenin parasal yönü alınabilir. Sermayenin parasal yönü, para arzı kredi genişlemesi ve kamu harcamalarındaki gelişmeler ile ifade edilebilir¹⁷⁶. Türkiye' nin sermaye kaynakları incelendiğinde reel para arzındaki değişim ile kredi stokundaki değişim oranları arasında paralellik görülmektedir (Tablo: 12) Reel para arzında 1984 ve 1988 yılında meydana gelen daralmalar, reel kredi stokunda da görülmesine karşılık; kamu harcamalarında 1984 yılında bir daralma söz konusu değildir. Bu durum, kamu harcamalarının finansmanında yabancı sermaye kaynaklarına başvurulmasının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Kamu harcamaları yönünden 1988 yılında da benzer bir gelişme söz konusudur.

Türkiye' de 1980' li yıllarda yurt dışı sermaye kaynaklarına büyük ölçüde başvurulduğu görülmektedir. Reel yabancı sermaye miktarı 1980 yılında 9.6 milyar TL iken 1989 yılında 368.6 milyar TL' ye ulaşmıştır. Dış borçlarda 1980 yılında 1382 milyar TL iken 1989 yılında 10479 milyar TL' ye yükselmiştir. Gerek yabancı sermaye gerekse dış borçlar, 1984 yılında en yüksek düzeyde artış göstermiştir. Türkiye' de yabancı sermaye kaynaklarının 1980' li yıllarda artış göstermesinin en önemli nedeni yurt içi sermaye

¹⁷⁶ Sermaye kaynaklarının incelenmesinde iki yöntem uygulanabilir. Ancak, üretimde kullanılan fiziksel mal varlıklarının yeniden üretilen kısmını tam olarak tesbit etmek mümkün değildir. Bu nedenle sermaye kaynaklarının incelenmesinde sermayenin parasal yönü dikkate alınacaktır. Ayrıntılı bilgi için bkz.: Yakup KEPENEK, **Gelişimi, Üretim Yapısı ve Sorunlarıyla Türkiye Ekonomisi**, Verso Yayıncılık, Beşinci Baskı, Ankara, Mayıs 1990, s. 88.

TABLO: 12
TÜRKİYE' NİN SERMAYE KAYNAKLARI

Yıllar	Reel				Konsolide					
	Para	Değişim	Reel	Değişim	Bütçe	Değişim	Yabancı	Değişim	Dış	Değişim
	Arzı	Oranı	Kredi	Oranı	Harcama	Oranı	Sermaye	Oranı	Borç.	Oranı
	Mil. TL	%	Mil. TL	%	Mil. TL	%	Mil. TL	%	Mil. TL	%
80	990.0	—	1936.6	—	1487.8	—	9.6	—	1382	—
81	1019.3	3.0	2244.2	15.9	1564.7	5.2	42.9	346.9	1894	37.0
82	1107.9	8.7	2138.7	-4.7	1330.3	-15.0	24.8	-42.2	2386	26.0
83	1257.6	13.5	2203.7	3.0	1685.2	26.7	17.4	-29.8	2770	16.1
84	902.3	-28.3	1617.5	-26.6	1717.5	1.9	66.0	279.3	5036	81.8
85	958.5	6.2	1868.7	15.5	687.4	-59.9	64.8	-1.8	7015	39.3
86	1158.9	20.9	2674.6	43.1	1798.0	161.6	97.3	50.2	8580	22.3
87	1422.4	22.7	3225.6	20.6	2095.5	16.6	143.9	47.9	10786	25.7
88	1101.1	-22.6	2790.8	-13.5	2087.7	-0.4	263.4	83.0	13004	20.6
89	1168.7	6.1	2614.0	-6.3	2219.4	6.3	368.6	39.9	10479	-19.4

Kaynak: 1) D.İ.E., İstatistik Yıllığı, Muhtelif Yıllar.

2) TOBB, Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi, Ankara, 1990

3) Yakup KEPENEK, Gelişimi, Üretim Yapısı ve Sorunlarıyla Türkiye Ekonomisi, Verso Yayıncılık, Beşinci Baskı, Ankara, 1990.

4) Rıdvan KARLUK, Uluslararası Ekonomi, Bilim Teknik Yayınevi, Genişletilmiş Üçüncü Baskı, İstanbul, 1991.

Mil. TL= Milyar TL

Not: Kullanılan verilerin reel rakamları; tarafımızca 1981 yılı baz alınarak (1981=100) düzenlenen toptan eşya fiyatları endeksi ve reel döviz kurları kullanılarak hesaplanmıştır.

kaynaklarının yetersiz olmasıdır¹⁷⁷

Türkiye' nin globalleşme şartlarına uyum sağlayabilmesi, rekabete edebilirlik avantajını artırılabilmesi ve dolayısıyla ekonomik kalkınmasını hızlandırılabilmesi için, altyapıya büyük önem vermesi gerekmektedir. Bu konuda 1980' li yıllar öncesinde başlatılan yatırımların 1980' li yıllarda da devam ettirildiği, dünyadaki teknolojik gelişmelerin izlenmeye çalışıldığı ve dünya ile bütünleşmeye yönelik bazı teknik atılımların yapıldığı görülmektedir.

Türkiye' de altyapıya yönelik sabit sermaye yatırımlarının 1980-1989 yılları arasındaki gelişimi incelendiğinde toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payının 1979-1981 yılları arasında azaldığı fakat 1982 yılından itibaren sürekli bir artış eğilimine girdiği görülmektedir. Altyapıya yönelik sabit sermaye yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payı 1981' de % 46.3 iken 1989 yılında % 65.7' ye ulaşmıştır. Altyapı yatırımları yıllar itibariyle değişim oranları incelendiğinde ise; özellikle 1985, 1986 ve 1987 yıllarındaki yüksek düzeydeki artış eğilimi dikkati çekmektedir. 1989 yılında ise % -3.5 oranında bir azalma görülmesine rağmen, toplam sabit sermaye yatırımlarında daha yüksek düzeyde azalma olduğu için altyapı yatırımlarının toplam içindeki payı yükselmiştir (Tablo: 13)

Diğer yandan, altyapı yatırımları içinde ulaştırma, konut ve enerji yatırımlarının; eğitim ve sağlık yatırımlarına nisbeten daha yüksek pay aldığı görülmektedir. Eğitime yönelik sabit sermaye yatırımları 1979 yılında toplam sabit sermaye yatırımlarının % 1.9' unu oluştururken, -on yıllık bir dönem içinde istikrarsız bir gelişim sonucu- 1989 yılında ancak % 3.2' sini oluşturmaktadır. Sağlık

¹⁷⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Necla ÜNSAL ve Diğerleri, **Türkiye' de Dış Kredi Kullanımı**, MPM Ya. No. 380, Ankara, 1989, s. 8-13.

TABLO: 13
ALTYAPIYA YÖNELİK SABİT SERMAYE YATIRIMLARI
Reel Fiyatlar-(1981=100)-Milyar TL

Enerji			Ulaştırma			Konut			Eğitim			Sağlık			Toplam Altyapı Yatırımları			Top.Sab. Ser.Yat.	
Yıllar	Miktar	D.O.	T.İ.P.	Miktar	D.O.	T.İ.P.	Miktar	D.O.	T.İ.P.	Miktar	D.O.	T.İ.P.	Miktar	D.O.	T.İ.P.	Miktar	D.O.	T.İ.P.	
1979	132.6	—	11.3	202.4	—	17.3	276.0	—	23.6	22.6	—	1.9	11.3	—	1.0	644.0	—	55.1	1171.2
1980	134.8	1.7	11.5	186.0	-8.1	15.9	251.0	-9.1	21.5	26.6	17.7	2.3	12.0	6.2	1.0	610.4	-5.4	52.2	1170.0
1981	136.5	1.3	11.0	226.1	21.6	18.2	165.5	-34.1	13.3	31.6	18.8	2.5	15.8	31.7	1.3	575.5	-5.7	46.3	1242.8
1982	172.6	26.4	14.0	239.6	6.0	19.4	163.7	-1.1	13.2	32.0	1.3	2.6	14.6	-7.6	1.2	622.5	8.2	50.4	1236.1
1983	189.5	9.8	14.5	274.0	14.4	20.9	171.5	4.8	13.1	34.3	7.2	2.6	13.2	-9.6	1.0	682.5	9.6	52.1	1309.1
1984	175.3	-7.5	13.3	287.0	4.7	21.7	190.0	10.8	14.4	27.9	-18.7	2.1	12.3	-6.8	0.9	692.5	1.5	52.5	1319.7
1985	203.0	15.8	13.0	370.6	29.1	23.8	223.5	17.6	14.3	40.6	45.5	2.6	14.1	14.6	0.9	851.8	23.0	55.0	1558.8
1986	284.4	40.1	14.5	452.9	22.2	23.0	316.5	41.6	16.1	46.9	15.5	2.4	18.8	33.3	1.0	1119.5	31.4	56.9	1966.0
1987	311.7	9.4	13.4	541.2	19.5	23.2	484.0	53.0	20.8	61.5	31.1	2.6	23.7	26.1	1.0	1422.1	27.0	61.0	2331.0
1988	316.7	1.6	13.5	463.6	-14.3	19.7	618.0	27.7	26.3	69.0	12.2	2.9	25.4	7.2	1.1	1492.7	5.0	63.5	2352.4
1989	287.5	-9.8	13.0	400.6	-13.6	18.3	653.8	5.8	29.8	71.2	3.2	3.2	29.0	14.2	1.3	1440.3	-3.5	65.7	2193.1

D.O.= Değişim Oranı

T.İ.P.= Toplam Sabit Sermaye Yatırımları İçindeki Payı

Kaynak: TOBB, **Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi**, Ankara, 1990' den alınan cari rakamlar 1981=100 bazlı toptan eşya fiyatları endeksi ile reel hale dönüştürülerek tarafımızca hesaplanmıştır.

yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payı -1979-1989 döneminde- % 0.9 (1984,1985) ile % 1.3 (1989) oranında değişmiştir(Tablo: 13).

Türkiye' de 1980' li yıllarda özellikle kara ve hava taşımacılığı ile haberleşme altyapısına önem verildiği görülmektedir. Enerji altyapısı bakımından ise, özellikle Güney Doğu Anadolu Projesi (GAP) kapsamında yer alan hidroelektrik santrallerinin yapımı devam ettirilmiştir. Konut, bu dönemde bir alt yapı faktörü olduğu kadar, ekonomik canlanmayı sağlayacak öncü sektör olarak ele alınmış ve konut açığını kapatmaya yönelik çeşitli tedbirler uygulanmıştır. Ancak üretim faktörlerinin yaratılmasında temel rol oynayan eğitim altyapısına, fiziksel ortamların yaratılması yönünden olduğu kadar belirli bir eğitim sisteminin geliştirilmesi yönünden de gereken önemin verilmediği görülmektedir. Sağlık altyapısının geliştirilmesi yönünde sarfedilen çabaların da çok yetersiz kaldığı söylenebilir.

Türkiye' nin üretim faktörlerinin miktarı bakımından belirli bir gelişme sürecinde olduğu söylenebilir. Ancak uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılması açısından bu üretim faktörlerinin gerek yurt içinde yeterli ve verimli bir şekilde yaygınlaştırılabilmesi, gerekse gelişmiş ve uzmanlaşmış faktörler haline dönüştürülmesi önem kazanmaktadır. Türkiye' deki üretim faktörleri bu yönden değerlendirildiğinde; çeşitli altyapı olanaklarından yararlanılması bakımından bölgeler arasında büyük farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılıkları önlemek için devlet, yatırımlarını genellikle ticari faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelere yönlendirmesine rağmen, geri kalmış bölgelerin enerji, ulaştırma ve haberleşme altyapısını geliştirmeye yönelik faaliyetlerini de sürdürmektedir. Ayrıca, devlet Türkiye' de geri kalmış bölgelerin nitelikli üretim faktörlerinden yararlanabilmesi için teşvik edici çeşitli

önlemler almaktadır¹⁷⁸.

Türkiye' de üretim faktörleri sahip oldukları nitelikler bakımından, temel ve genel nitelikli üretim faktörleri olarak değerlendirilebilir. Bu durum aynı zamanda Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajlarını belirlemeye yönelik yapılan çalışmalar sonucu da ortaya konulmuştur. Türkiye genellikle doğal faktörlere ve niteliksiz işgücü kullanımına dayanan sanayilerde rekabetedebilirlik avantajına sahiptir. Ancak dünyadaki genel eğilim bu tür temel ve genel nitelikli üretim faktörlerinin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanılmasındaki rolünün giderek azaldığı yönündedir¹⁷⁹.

Türkiye' nin faktör şartları incelenirken dikkate alınması gereken bir konu da; doğal olarak sahip olunmayan üretim faktörlerinin yaratılabilmesi için gerekli mekanizmaların kurulup kurulmadığıdır. Burada özellikle Türkiye' deki kamu ve özel kesim eğitim kurumlarının, mesleki eğitim programlarının, kamu veya özel araştırma kuruluşlarının ve bu tür faaliyetlere yönelik olarak devletin sağlaması gereken altyapının durumu değerlendirilmelidir.

Faktör yaratma mekanizmalarının ilk aşamasını oluşturan eğitim sisteminde, orta ve yüksek eğitim alanında okullaşma oranının düşük düzeyde kaldığı ve bunu artırabilmek için çeşitli çabaların sürdürüldüğü görülmektedir. Ancak buradaki gerçek sorun, eğitim sisteminin henüz tam olarak oturtulamaması ve kişilerin becerilerine

¹⁷⁸ Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu Bölgesinde gerek yapılacak olan yatırımlara gerekse çalışacak olan kişilere uygulanan çeşitli teşvik tedbirleri söz konusudur. Ayrıca I. derece ve II. derecede öncelikli iller arasına bu bölgeler dışında olan ve geri kalmış bazı yöreler de dahil edilmiştir.

¹⁷⁹ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Bu Çalışma Birinci Bölüm, s. 46.

ve ilgi alanlarına yöneltilmesinin mümkün olamamasıdır¹⁸⁰. Bu durumda Türkiye' deki eğitim kurumlarında araştırmaya ve yaratıcılığa yönelik olarak temel eğitimin tam anlamıyla verilemediği söylenebilir.

Genel olarak eğitim sistemi içindeki devingen yaratıcılık faaliyetlerinin yaygınlaşması, bilimsel araştırma merkezlerinin faaliyetleri ile desteklenmektedir. Ancak Türkiye' de mevcut teknolojiyi geliştirebilecek, yeni teknolojiler yaratabilecek ya da, ürün ve dizayn geliştirilmesi ile piyasaya uygulamasını yapabilecek araştırma merkezleri yetersiz kalmaktadır. Türkiye' de bu amaçla faaliyet gösteren kuruluşlar, Türkiye Sanayi Sevk ve İdare Enstitüsü (TÜSSİDE), Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Marmara Araştırma Merkezi, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı' na (KOSGEB) bağlı olan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Eğitim merkezi (KOSEM) ve İstanbul Teknik Üniversitesi işbirliği ile kurulan İstanbul Teknoloji Geliştirme Merkezi ile Milli Prodüktive Merkezi (MPM)' dir¹⁸¹.

2. Talep Şartları

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri arasında yurt içi talep şartları da değerlendirilmelidir. Bu amaçla Türkiye' deki talep şartları, talep hacmi ve yapısı ile talebin uluslararasılaşması yönünden incelenebilir.

¹⁸⁰ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Zekai BALOĞLU, **Türkiye' de Eğitim-Sorunlar ve Değişime Yapısal Uyum Önerileri**, TÜSİAD, İstanbul, 1990, s. 131.

¹⁸¹ Bu kuruluşlar hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Necati ARIKAN, **"Sanayiye Destek Veren Kamu Kuruluşları"**, İSTANBUL TİCARET ODASI DERGİSİ, Yıl. 26, Sayı. 308, 22 Ekim 1991, s. 5.

Geniş bir yurt içi talep hacminin, ölçek ekonomileri aracılığıyla uluslararası rekabete edebilirlik avantajı yaratılmasında etkili olabileceği düşünüldüğünde; Türkiye'nin 60 milyona yaklaşan nüfusu ile büyük bir pazar olduğu ileri sürülebilir. Ancak pazarın büyüklüğünü belirlemek için sadece nüfus miktarını esas almak yetersiz olacağından, toplam talep hacminin gelişimi de incelenmelidir. Toplam talep hacmi toplam yatırım ve tüketim harcamaları dikkate alınarak incelenebilir. Yatırım harcamalarında özellikle 1986 ve 1987 yıllarında yüksek oranlı artış (sırası ile % 25 ve % 12.5) meydana gelmiştir (Tablo: 14).

Özel kesimin yatırım harcamalarındaki artış kamu kesiminin yatırım harcamalarındaki artıştan sürekli olarak daha yüksek gerçekleşmiştir. 1988 ve 1989 yıllarında ise, yatırım harcamalarında belirli bir durgunluk meydana geldiği görülmektedir. Bu durumun 1988 yılında özellikle kamu yatırımlarının kısılması sonucu ortaya çıktığı söylenebilir. 1989 yılında ise, kamu ve özel kesim yatırımları birlikte gerilemesine rağmen, bu gerileme kamu kesiminde daha fazla olmuştur (-14.6). Kamu kesimi ve özel kesim yatırımlarındaki gelişim karşılaştırıldığında; 1987 yılına kadar kamu kesimi yatırımlarının sürekli olarak özel kesimden daha fazla olduğu ancak, bu yıldan itibaren özel kesim yatırımlarının öne geçtiği görülmektedir.

Tüketim harcamalarında incelenen yıllar arasında sürekli artış görülmesine rağmen, artış oranları % 2.6 ile % 7.5 arasında değişmektedir (Tablo: 14). Tüketim harcamalarındaki artış, 1982 ve 1986 yılında sırasıyla % 7.5 ve % 7.3 ile en yüksek düzeye ulaşırken; 1988 yılında sadece % 2.6 olmuştur.

Tüketim harcamalarının kamu ve özel kesim ayrımı incelendiğinde; özel kesim tüketim harcamalarının kamu kesimine nisbeten sürekli olarak daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak, kamu

TABLO:14
TÜRKİYE' DE TOPLAM YATIRIM ve TÜKETİM HARCAMALARININ GELİŞİMİ
(1981=100)-(MİLYAR TL)

Yıllar	Yatırım Harcamaları						Tüketim Harcamaları					
	Toplam Miktar	Değişim Oranı %	<u>Kamu</u>		<u>Özel</u>		Toplam Miktar	Değişim Oranı %	<u>Kamu</u>		<u>Özel</u>	
			Miktar	Değişim Oranı %	Miktar	Değişim Oranı %			Miktar	Değişim Oranı %	Miktar	Değişim Oranı %
1981	1572.6	—	977.9	—	594.7	—	5222.3	—	700.1	—	4522.2	—
1982	1397.3	-11.1	822.5	-15.9	574.8	-3.4	5614.0	7.5	735.8	5.1	4878.2	7.9
1983	1433.7	2.6	783.5	-4.7	650.2	13.1	5874.8	3.0	704.5	-4.3	5080.3	4.1
1984	1461.6	2.0	812.0	3.6	649.6	-0.0	6097.7	5.4	651.5	-7.5	5446.2	7.2
1985	1592.4	8.9	857.6	5.6	734.8	13.1	6322.5	3.7	653.5	0.0	5669.0	4.1
1986	1990.3	25.0	1046.6	22.0	943.7	28.4	6782.5	7.3	735.0	12.5	6047.5	6.7
1987	2235.1	12.3	1087.8	3.9	1147.3	21.6	7022.2	3.5	819.2	11.5	6203.0	2.6
1988	2340.7	4.7	1069.8	-1.7	1270.9	10.8	7201.3	2.6	858.1	4.8	6343.2	2.3
1989	2153.5	-8.0	913.5	-14.6	1240.0	-2.4	7664.6	6.4	1044.3	21.7	6620.2	4.4

Kaynak: TOBB, **Yıllık Rapor**, muhtelif yıllar' dan elde edilen cari değerler tarafımızca oluşturulan 1981 bazlı (1981=100) toptan eşya fiyatları endeksi ile reel hale dönüştürülmüştür.

kesimi tüketim harcamaları özellikle 1986 (% 12.5), 1987 (% 11.5) ve 1989 (% 21.7) yıllarında özel kesime nisbeten daha fazla artmıştır (Tablo: 14).

Diğer yandan Türkiye' de kişi başına GSMH' nin 1981 fiyatlarıyla reel olarak 1979 yılında 129.9 milyon TL iken % 37.4' lük artış ile 1989 yılında 178.5 milyon TL ye yükseldiği görülmektedir (Tablo: 15). Kişi başına GSMH' nin yıllar itibarıyla gelişimi incelendiğinde ise; düzenli bir gelişme yerine istikrarsızlık dikkati çekmektedir. Ancak genel olarak 1980-1987 yılları arasında -1983 yılı hariç- sürekli artış görülmektedir. Bu dönem içinde en yüksek oranlı artış % 10.10 ile 1987 yılındadır. Kişi başına GSMH 1988 yılında hemen hemen hiç artmadığı gibi, 1989 yılında ise % 2.08 oranında azalmıştır.

Kişi başına GSMH' nin yanısıra kişisel gelir dağılımı da, talep hacmi ile ilgili açıklayıcı bilgi verebilir. Türkiye' de kişisel gelir dağılımı ile ilgili olarak yapılan çalışmalara göre; nüfusun en yüksek gelire sahip olan % 20' lik kısmı toplam gelirin yaklaşık % 50' sini geriye kalan % 80' i ise, gelirin diğer % 50' sini almaktadır¹⁸². Bu durumda kişi başına GSMH' nin da toplumun tüm kesimleri tarafından adaletli bir şekilde paylaşılmadığı söylenebilir. Gelir dağılımlarındaki adaletsizlik sonucu düşük gelir gruplarına dahil kişilerin talep hacmi sanıldığından daha sınırlı olacaktır. GSMH' nin düşük ve kişisel gelir dağılımının adaletsiz olması gerçekte yurt içi pazarı sınırlayan bir unsur olarak değerlendirilebilir.

¹⁸² Ayrıntılı bilgi için bkz.: DİE, 1987 **Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları**, Ankara, Aralık 1990; Y.ESMER, H. FİŞEK, E. KALAYCIOĞLU, **Türkiye' de Sosyo Ekonomik Öncelikler, Hane Gelirleri, Harcamaları ve Sosyo Ekonomik İhtiyaçlar Üzerine Araştırma Dizisi**, Cilt II, TÜSİAD, 1986.

TABLO: 15
TÜRKİYE' DE KİŞİ BAŞINA GSMH' NİN GELİŞİMİ
(1981=100)

Yıllar	Kişi başına GSMH (Milyon TL)	Değişim Oranı (%)
1979	129.9	—
1980	133.8	3.00
1981	143.9	7.55
1982	147.3	2.36
1983	145.7	-1.09
1984	150.3	3.16
1985	154.8	2.99
1986	165.3	6.78
1987	182.0	10.10
1988	182.3	0.16
1989	178.5	-2.08

Kaynak: Tablo:18'deki reel GSMH rakamlarının DİE' nin
yıl ortası nüfus tahminlerine oranlanması ile
hazırlanmıştır.

Türkiye' de yurt içi talep yapısal olarak incelendiğinde, (1981-1989 döneminde) tüketim mallarına yönelik talebin, yatırım mallarına yönelik talepten daha fazla (yaklaşık 3 katı) olduğu görülmektedir. Ayrıca yatırım mallarına yönelik talebin yaklaşık 1989 yılı itibarıyla % 58' i, tüketim mallarına yönelik talebin ise, yaklaşık % 86.6' sı özel kesime aittir.

Diğer yandan Türkiye'de firmaların uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kazanabilmesi için, öncelikle üretimine yön

verecek talep edenlerin ihtiyaclarının ve davranış özelliklerinin belirlenmesi gerekir. Ancak Türkiye' de talep edenlerin henüz gerekli bilince ulaşamadıkları ve piyasa hakkında tam olarak bilgilendirilemedikleri görülmektedir. Türkiye' de talep edenler ile firmalar arasında iletişim kurularak talep edenlerin ürünler hakkındaki düşüncelerini firmalara aktarmasını sağlamaya yönelik faaliyetler 1990' lı yılların başında gelişmeye başlamıştır. Bu nedenle talep edenler ile üretici firmalar arasında gerekli olan iletişimin henüz yetersiz olduğu ve devingen yaratıcılık faaliyetleri için talep edenlerden firmalara yönelik zorlamanın tam anlamıyla gerçekleşemediği söylenebilir.

Ancak Türkiye' de özellikle belirli bölgelerde gelişme göstermiş olan sanayi dallarında, firmalar arasındaki iletişimin daha kolay kurulabildiği görülmektedir. Talep eden durumda olan bir sanayi kuruluşu ihtiyacı olan çeşitli ürünleri üreten diğer firmaların kurulması ve gelişimi üzerinde önemli etkiye sahiptir. Örneğin; Bursa ilinde tekstil ve otomotiv sanayiinin gelişmesi sonucu, bu alanda faaliyet gösteren pek çok firma, diğer firmalardan talep ettikleri ürünlerin geliştirilmesi için belirli bir teşvik unsuru olmaktadır.

Diğer yandan Türkiye' de talep, kitle iletişim araçlarındaki gelişimin ve dünyaya açılmanın bir sonucu olarak uluslararasılaşma sürecine girmektedir. Bunun en önemli göstergelerinden birisi yabancı sermayeli firmaların yaptıkları yatırımlardır. Türkiye' de yabancı sermayeli firmalar özellikle nihai tüketim mallarında kitle iletişim araçları aracılığıyla marka imajını yerleştirerek farklılaştırılmış ürün sunmaya çalışmaktadır.

Türkiye' de talebin uluslararasılaşmasını etkileyen diğer bir etken ise; turizmin gelişmesidir. Türkiye' ye gelen turistler alışık oldukları tüketim kalıplarını tatil esnasında da sürdürebilir. Aynı

zamanda turistlerin davranışları Türk halkının tüketim kalıpları üzerinde de etkili olabilir. Bu durumda değişen tüketim kalıplarına uygun ürünlerin yurt içinde üretilmesi için belirli bir potansiyel oluşmaktadır.

Türkiye' de yatırım yapmış olan yabancı sermayeli firmalar da yurt içi talebin uluslararasılaşması yönünde katkıda bulunmaktadır. Çünkü bu firmalar üretimde bulunurken pek çok yatırım malı, hammadde ve aramalarını Türkiye' den temin etmek durumundadır. Dünya standartlarına yakın bir kalitede üretim yapmayı amaçlayan bu yabancı sermayeli firmalar; talep ettikleri ürünleri de, sahip olması gereken kalite yönünden değerlendirerek yerli firmaların bu istekler doğrultusunda gerekli tedbirleri almasını sağlayabilir.

3. Destekleyici ve İlişkili Sanayiler

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanabilmesinde ve buna koşut olarak ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesinde sanayi yapısı da önemli rol oynar. Sanayi yapısı içinde destekleyici ve ilişkili sanayiler geliştirilerek dikey ve yatay tamamlanmanın sağlanması sonucu "bütünleşik sanayi" yapısı oluşturulmalıdır¹⁸³. Ancak Türkiye' de genel olarak imalat sanayii içinde tüketim malları üretiminin yatırım malları üretiminden daha fazla pay aldığı görülmektedir. Bu durum imalat sanayiinin yapısındaki bir dengesizliği ifade etmektedir¹⁸⁴.

Türkiye' de imalat sanayii yapısındaki destekleyici sanayileri ayrıntılı bir şekilde incelemek amacıyla, ileri bağlantı ve geri bağlantı

¹⁸³ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Bu Çalışma Birinci Bölüm, s. 61.

¹⁸⁴ HAN, *Türkiye' de...*, s. 105.

etkileri kullanılabilir. İmalat sanayiinde 1985 yılında en yüksek geri bağlantı etkisi "un ve unlu ürünler", "diğer petrol ve kömür türevleri" ve "diğer gıda maddeleri" sanayiilerinde görölmektedir. Daha sonra "tarım makina ve araçları", "mezbağa ürünleri", "plastik ürünleri", "deri ve kürk", "giyim eşyası", "sebze ve meyva işleme" ve "bitkisel ve hayvansal yağlar" gelmektedir. Bu sanayiilerde üretim değeriinin % 70' den fazlası girdi alımında kullanılmaktadır¹⁸⁵.

Türkiye imalat sanayiinde ileri bağlantı etkileri incelendiğinde ise; 1985 yılında özellikle "diğer metal sanayii", "demir-çelik ana sanayii", "kimyasal gübre", "kauçuk ürünleri", "çimento", "diğer kimyasal maddeler", "kağıt", "deri ve kürk", "petrol arıtımı" ve "diğer petrol ve kömür ürünleri" sanayiinde yüksek ileri bağlantı etkisi görölmektedir¹⁸⁶.

Bağımlılık etkilerinin yukarıda belirtilen boyutları sadece yurt içindeki üretim ile sınırlı olmayıp, ithalatı da kapsamaktadır. Ancak Türkiye' deki destekleyici sanayilerin analizi için yerli üretim boyutlarının bilinmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle imalat sanayiinde ileri bağlantı ve geri bağlantı etkileri yerli girdi yapıları dikkate alınarak incelenebilir. Yerli girdi yapılarına göre geri bağlantı etkisinin en yüksek olduğu sanayiler, " un ve unlu maddeler", "diğer besin maddeleri", "mezbağa ürünleri", "sebze ve meyva işleme", "alkolsüz içkiler", "şeker sanayii", "ağaç ve mantar ürünleri", "giyim eşyası", "petrol arıtımı", "çırçırılama", "bitkisel ve hayvansal yağlar", "çimento" ve "tarım makina ve araçları" dır. Bu sanayilerde toplam üretimin % 60' dan fazlası yerli üretilen girdilere harcanmaktadır¹⁸⁷.

¹⁸⁵ Yakup KEPENEK, **Türk İmalat Sanayiinin Üretim Yapısı-1985**, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul, 1991, s. 14.

¹⁸⁶ KEPENEK, **Türk...**, s. 14.

¹⁸⁷ KEPENEK, **Türk...**, s. 15.

Yerli üretime nisbi olarak daha fazla bağımlı olan bu sanayiilerin gözlenen ortak özelliği, temel tüketim malı üretmeleri ve genellikle tarımsal girdi kullanmalarıdır. Bu durumda destekleyici sanayilerin kurulmasına ve devingen yaratıcılık faaliyetlerine yönelik olarak güçlü bir etki oluşamayacağı söylenebilir.

Diğer yandan ileri bağlantı etkileri de yerli üretime dayalı olarak incelendiğinde , toplam etkileşim ile aynı yönde bir sonuca ulaşılmaktadır. İleri bağlantı etkisi özellikle; "diğer metal ana sanayii", "çimento", "kauçuk ürünleri", "kimyasal gübre", "petrol arıtımı", "kağıt", "diğer petrol ve kömür türevleri", "çırçırılama" ve "ağaç ve mantar ürünleri" sanayiinde yüksektir. Bu sanayilerin ortak özelliği, ara malı üreten nitelikte olmalarıdır¹⁸⁸.

İleri bağlantı etkilerinin destekleyici sanayiler ile ilgili genel verileri sağladığı varsayıldığında, Türkiye' de yatırım malları sanayiinin destekleyici fonksiyonunun kuvvetli olmadığı görülmektedir. Ayrıca Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajına sahip olduğu ileri sürülen bazı sanayiler ile ilgili olan destekleyici sanayilerin eksikliği dikkati çekmektedir. Örneğin; Türkiye' nin tekstil ve konfeksiyon sanayiinde sahip olduğu uluslararası rekabetedebilirlik avantajlarının artırılmasını engelleyen ve/veya sanayilerin gelecekteki gelişimlerinin sınırlandırılmasına neden olan durum; çarpık yapılanmadır. Çünkü her iki sanayiide de yeni teknolojik gelişmeleri izleyen makina sanayii, mesleki eğitim ve araştırma kurumları ve bilgisayar destekli tasarım birimleri gibi destekleyici sanayilerin eksikliği söz konusudur¹⁸⁹.

¹⁸⁸ KEPENEK, *Türk...*, s. 15.

¹⁸⁹ Ayrıntılı bilgi için bkz.: Arman KIRIM, *Türkiye Hazır Giyim Sektörünün Yeniden Yapılanma Gerekliliği*, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul, 1990, s. 67-70.

Türkiye' nin belirli bir sanayide uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanması için, ilişkili sanayilerin de geliştirilmesi gerekmektedir. Türkiye' de 1980' li yıllarda yapılan bazı çalışmaların bu yönde olduğu söylenebilir. Örneğin; ihracat ürünlerinin dış ticaret sermaye şirketleri kanalıyla pazarlanmaya çalışılması ilişkili sanayinin geliştirilmesine yönelik bir çabayı göstermektedir¹⁹⁰. Dış ticaret sermaye şirketleri ihracat yapmak isteyen pek çok firmanın değer yaratma zincirlerindeki bazı faaliyetleri üstlenerek daha verimli çalışması ve uzmanlaşması amacıyla kurulmuştur. Bu uzmanlaşma sonucu dış ticaret sermaye şirketlerinin piyasa araştırması ile elde ettikleri dış piyasa bilgilerini üretici firmalara aktararak veya dış piyasalarda ürünlerin tanıtımını yaparak devingen yaratıcılık faaliyetleri için yurt içindeki üretici firmalar üzerinde baskı yaratmaları söz konusudur.

Diğer yandan Türkiye' de 1980' li yıllarda dışa açılma süreci ile birlikte alınan çeşitli tedbirler sonucu turizm sektörünün gelişmesi de, pek çok ilişkili sanayi alanını teşvik etmiştir. Bunlardan özellikle, otel ve restaurant işletmeciliği, havayolu taşımacılığı ve eğlence sektöründe önemli gelişmeler görülmesine rağmen beklenen hizmet kalitesi ve yoğunluğuna henüz tam olarak ulaşamamıştır.

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı kazanmasında destekleyici ve ilişkili sanayilerin rolü değerlendirildiğinde; rekabetedebilirlik avantajı bulunduğu varsayılan sanayilerde bütünleşik sanayi yapısının oluşturulamadığı görülmektedir. Ekonomik gelişme sonucu ortaya çıkan bazı umut verici gelişmeler ise; firmalar arasında iletişim eksikliği, firmaların ve

¹⁹⁰ Dış ticaret sermaye şirketlerinin başarılı olup olmadıkları hakkında çeşitli yorumlar yapılabilir. Ancak genel düşünce olarak bu şirketlerin kurulması; ihracat pazarlamasına yönelik bir ilişkili sanayi yaratma çalışması olarak değerlendirilebilir.

kamu kuruluşlarının belirli bir organizasyon içinde AR-GE çalışmalarına yönelmemeleri ve finansman sorununun çözümlenememesi gibi çeşitli faktörler nedeniyle istenilen düzeye ulaşamamaktadır.

4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı üzerinde etkisi görülebilecek diğer temel belirleyici firma stratejisi, yapısı ve rekabet şartlarıdır.

Türkiye' de sanayi kuruluşları üretim girdilerini büyük ölçüde ve teknolojilerini ise hemen tümüyle dışarıdan almaktadır¹⁹¹. Girdisini ve teknolojisini kendi üretemeyen bir sanayi yapısının gelişiminin sınırlı olacağı ve zaman içinde bulunduğu konumu dahi kaybedeceği açıktır¹⁹². Ayrıca uluslararası rekabetedebilirlik avantajının yaratılabilmesi için hızla gelişen teknolojilerin, evrensel değerlerin ve globalleşme eğilimlerinin de, Türk firmaları tarafından takip edilmesi ve bu değişimleri dikkate alan yeni stratejilerin uygulamaya konulması önem kazanmaktadır.

Türkiye' de henüz bilim ve teknoloji alt yapısı kurulamadığından bu durumun doğal bir sonuc olarak özel sektör firmalarında da AR-GE faaliyetleri yetersiz düzeydedir. Ayrıca Türkiye' deki firmalar,

¹⁹¹ Türkiye imalat sanayiinin teknolojik yapısının incelendiği bir çalışmada yurt içinde bazı teknolojilerin üretildiği ve hatta ihrac edildiği sonucuna varılmıştır. Ancak bu istisnalar Türkiye imalat sanayiinin özellikle ileri teknolojilerde dışa bağımlılığının dikkate alınmamasını gerektirmez. Adı geçen çalışma için bkz.: Arman KIRIM, **Türkiye İmalat Sanayiinde Teknolojik Değişim**, TOBB, Ya. No. Genel 145: Ar-Ge 59, Ankara, 1990.

¹⁹² KEPENEK, **Gelişimi...**, s. 385.

sermaye kıtlığı, dış pazarlara açılmadaki sorunlar ve ithal ikamesi ile sürekli korunmaya alışmış olmanın hantallığı gibi sorunlarla karşı karşıyadır. Bu şartlar altında Türkiye' de kurulmuş olan bir firmanın uluslararası pazarlara yönelik bir rekabetedebilirlik stratejisi uygulaması beklenmemelidir.

Buna rağmen, Türkiye' de dünyadaki gelişimlere belirli bir ölçüde uyum sağlayarak uluslararası pazarlarda başarılı olmak için çaba harcayan -az sayıda da olsa- firmaların bulunduğu unutulmamalıdır. Bu firmaların bir kısmı değer yaratma zinciri içindeki faaliyetlerden bazılarında yetersiz olduğunu analiz ederek, yabancı firmalar ile bu eksikliklerini gidermeye yönelik olarak stratejik işbirliği veya ortaklık olanaklarını araştırmıştır¹⁹³. Örneğin; Sabancı Holding' e ait Lassa, Türkiye' de diğer çok uluslu lastik üreticilerine rakip olmuştur. Ancak gerek teknolojik yenilenme, gerekse dış pazarlarda tutunabilme açısından karşılaşılan sınırlı şartlar sonucu, lastik sanayiinde dünya çapında marka imajı ve teknolojiye sahip olan Brightstone ile stratejik ortaklık kurmuştur. Böylece Lassa Brightstone' un marka imajını, dağıtım kanalları ve teknolojisini kullanarak dış pazarlarda satış yapabilme olanağına kavuşmuştur.

Türkiye' de 1990' lı yılların başlarında yerli firmalardan bazıları konfeksiyon sanayiinde dahi yurt içi pazarda satış olanaklarını artırabilmek amacıyla yabancı firmalarla lisans, patent veya ortaklık anlaşmalarına girmişlerdir. Bu durum gerçekte her iki firmanın yararına bir sonuç yaratmaktadır. Örneğin; Türkiye Jean pazarına pek çok yabancı firma, Türkiye' deki bazı firmalar ile işbirliği halinde girmiştir. Burada yabancı firmanın marka imajı, patentli model kalıpları ve pazarlama tecrübelerinden yararlanan yerli firma da

¹⁹³ Firmaların değer yaratma zinciri hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Bu Çalışma Birinci Bölüm, s. 68.

kazanç sağlamaktadır. Bu tür ilişkilerin gelişmesi aynı zamanda Türkiye' deki firmaların üretim ve yönetim teknikleri ile pazarlama stratejileri yönünden gelişmesini ve global tecrübeler kazanmasını sağlayabilir.

Firmaların gerek stratejik gerekse yapısal olarak ülke koşullarından etkilendiği bilinmektedir. Türkiye' deki firmalar üzerinde de bu etki görülmektedir. Türkiye' de küçük işyerleri şeklinde ve tek kişi yönetimi altında faaliyet gösteren firmalar çoğunluktadır¹⁹⁴. Büyük firmalarda dahi, tek kişi veya aile şirketi yönetiminin devam ettiği söylenebilir. Türkiye' de bu yönetim yapısı uluslararası rekabete edebilirlik avantajının dinamik bir kaynağı haline dönüştürülememiştir. Japonya, G. Kore ve İtalya' da işletmelerin başarılı oldukları pek çok alan yaratılabilmektedir.

Türkiye' de firmaları engelleyen gerek tesadüfi faktörler, gerekse hükümet politikalarının bulunduğu bir gerçektir. Ancak bu tesadüfi faktörler dahi, devingen yaratıcılığa yönelen firmalar için belirli bir avantaj kazanılmasının temeli olabilmektedir. Türkiye' de bu tür olanakların yaratılabilmesi için, firmaların gerek mali gerekse yönetsel ve teknik sorunlarının çözüme kavuşturulması gerekmektedir.

Türkiye' de firmaları devingen yaratıcılık faaliyetlerinde bulunmaya zorlayacak en önemli dışsal baskı, şiddetli rekabet ortamının yaratılabilmesidir. Türkiye' de 1970' li yıllarda uygulanan ithal ikameci sanayileşme politikaları sonucu sanayide belirli bir gelişme sağlanmış ve altyapı oluşturulmuştur. Ancak yabancı

¹⁹⁴ Türkiye' deki küçük ve orta boy işletmeler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Atilla BAĞRIÇIK, **Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy Firmalar (Dünya ve Türkiye' de)**, Dünya Ya. No. 44, İstanbul, 1989.

firmaların rekabetine kapalı olan bu sistem içinde firmalar rekabetten ve dinamizmden yoksun bir şekilde ve genellikle oligopol ve monopol oluşumlar içinde faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Ancak Türkiye' de 1980' li yıllarda piyasa ekonomisine geçiş amaçlandığı halde piyasa rekabet ortamının henüz sağlanmadığı görülmektedir¹⁹⁵. Piyasada şiddetli rekabet ortamı yaratabilmek, bu ortamın yaratılmasını engelleyen çeşitli bürokratik ve ekonomik koşulların ortadan kaldırılması ve devletin ekonomideki ağırlığının aşamalı bir şekilde azaltılmasını gerektirmektedir¹⁹⁶.

Bu tür tedbirler alınmaması durumunda yurt içi rekabet şartları gelişemeyeceği için firmalar üzerinde devingen yaratıcılık ve dolayısıyla verimlilik artırma etkisi azalacaktır. Bunun sonucu olarak Türkiye' de her siyasi iktidar değişiminde şirket kurtarılması, korumacılığa yönelik direkt teşviklerin ve doğrudan mali yardımların artırılması istekleri gündeme gelmektedir.

B. DIŞSAL BELİRLEYİCİLER

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının T.B.S.' ni etkileyen, dışsal belirleyiciler ise; "hükümet politikaları" ve "tesadüfi faktörler" dir.

¹⁹⁵ TÜSİAD, 1980 Sonrası Ekonomide Kamu-Özel Sektör Dengesi, Ya. No. TÜSİAD-T/88.4.113, İstanbul, 1988, s. 2.

¹⁹⁶ Orhan DİKMEN, "Türkiye Bugün Bir Monopoller Ve Oligopoller Cennetidir", İSO, Y. 21, S. 250, 15 Aralık 1986, s. 15.

1. Hükümet Politikaları

Türkiye' de uygulanan hükümet politikaları ile Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı arasında karşılıklı bir etkileşimin olması gerekmektedir. Ancak Türkiye' de bu etkileşim büyük ölçüde, hükümetlerin uluslararası rekabetedebilirlik avantajını klasik yöntemlere dayanarak yaratmaya çalışması şeklinde meydana gelmektedir. Çünkü her ne kadar 1980' li yıllarda ihracata yönelik sanayileşmeyi ve piyasa ekonomisini yerleştirmeyi amaçlayan bir strateji değişikliği yapıldı ise de, uygulamada belirli bir istikrarın sağlanamadığı görülmektedir.

1980 yılındaki önlemler sonrasında Türkiye ekonomisi 1986 yılından itibaren yine bazı sorunlarla karşılaşmaya başlamıştır. Aşırı pozitif kredi faizleri, enflasyonun kontrol edilememesinden kaynaklanan aşırı kur dalgalanmaları, kamu açıklarının finansmanı için başvurulmuş aşırı KİT zamları ve aşırı içi ve dış borçlanmadan kaynaklanan sorunlar sanayi kuruluşlarının gelişimini olumsuz yönde etkilemiştir¹⁹⁷. Bu sorunlar içinde hiç kuşkusuz en önemlisi piyasa ekonomisinin yerleştirilmesi düşünülen bir dönemde kamu kesiminin tüm ekonomideki ağırlığının gittikçe artmış olmasıdır¹⁹⁸. Bu durumda firmalar üzerinde devingen yaratıcılık faaliyetlerine yönelik baskı yaratılamadığı gibi, özel sektör yatırımlarına yönlendirilebilecek kaynaklar kamu kesimi tarafından düşük verimli alanlarda kullanılarak kaynak israfına neden olmaktadır.

Diğer yandan Türkiye' de henüz rekabet kurallarını ortaya koyacak kanuni düzenlemelerinde yapılamadığı görülmektedir. Gerekli idari ve kanuni düzenlemelerden yoksun olan piyasa

¹⁹⁷ DEMİRGİL, *İstikrarlı...*, s. 1.

¹⁹⁸ TÜSİAD, *1980 Sonrası...*, s. 3.

şartlarında, firmaların çeşitli anlaşmalar ile oligopol veya monopol haline gelerek kaliteyi artırmaya gerek duyulmadan yüksek düzeyde kar sağladıkları görülmektedir. Bu nedenle firmalar üzerinde rakip firma baskısı olmadığından AR-GE yatırımı veya devingen yaratıcılık faaliyeti de gelişmemektedir.

Türkiye' de hükümet müdahalelerinin ihracatçılardan sanayicilere ve çiftçiye kadar çoğunlukla direkt mali teşvikler şeklinde yapıldığı görülmektedir. Bu da mali teşviği gören kesimlerin devingen yaratıcılık faaliyetine yönelmemesine ve verimliliği artırmaya yönelik çaba sarfetmemesine neden olabilmektedir.

2. Tesadüfi Faktörler

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının aynı zamanda tesadüfi faktörlerden de etkilendiği görülmektedir. Tesadüfi olaylar sonucu hem Türkiye ekonomisi genel olarak hem de firmalar bazında etkileşim söz konusudur.

1970-1991 yılları arasında Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajını etkileyen tesadüfi faktörlerden en önemlileri şu şekilde sıralanabilir:

- Dünya petrol bunalımı
- Kıbrıs barış harekatı sonucu Türkiye' ye uygulanan ekonomik ambargo
- Körfez savaşı
- Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği' nin dağılması.

Bunların yanısıra çeşitli dönemlerde ortaya çıkan göç dalgası (Bulgaristan' dan ve Kuzey Irak' tan) ve doğal afetlerin de düşük düzeyde de olsa bir dışsal etkileşim yarattığı söylenebilir.

Türkiye 1974 yılındaki dünya petrol bunalımında ve 1990 yılındaki körfez krizinden en çok etkilenen ülkeler arasında yer almıştır. Çünkü sanayileşmiş batı ülkelerinden pek çoğu gelişmiş teknolojilerin ve esnek firma yapıları ile değişen koşullara çok çabuk adapte olabilmıştır. Teorik olarak bu tür hammadde sağlanmasını engelleyici bunalımların devingen yaratıcılık faaliyetlerini artıracakları ileri sürülmüş olmasına rağmen,Türkiye' deki gerekli altyapı faktörlerinin eksikliği bu gelişimi engellemiştir.

Türkiye açısından diğer olumsuz bir gelişme ise; Kıbrıs barış harekati sonrasında ABD ve diğer batı ülkeleri tarafından ekonomik ve siyasi ambargonun uygulanması olmuştur. Bu dönemde Türkiye' nin dış dünya ile ilişkileri büyük ölçüde zayıfladığı gibi genel ekonomik durumu da kötüleşmiştir.

Türkiye' nin mevcut olan uluslararası rekabetedebilirlik avantajının kaynaklarından birisi de, bilindiği gibi doğal faktörlerdir. 1990' lı yılların başında meydana gelen ve tamamıyla Türkiye' nin kontrolü dışında ki gelişmelere dayalı olarak ortaya çıkan Türki cumhuriyetleri' nin ve doğu avrupa ülkelerinin bağımsızlık kazanması olayı da; Türkiye' ye -sahip olduğu doğal konumun bir sonucu olarak- belirli bir avantaj sağlayabilir. Ancak ortaya çıkan bu fırsattan yararlanılabilmesi için gerek hükümet ve gerek firmalar bazında stratejik bir planlama yapılması gerekmektedir. Türkiye' deki araştırma kuruluşları ve firmalar gerekirse yabancı firmalarla ortaklık oluşturarak bu ülkelerde belirli alanlarda meydana gelen teknolojik gelişimi başka bir alana uygulayarak ticari başarı elde etmeye yönelik devingen yaratıcılık faaliyetleri için belirli bir ivme kazanabilir.

III. TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞTİRİLMESİ

A. MODEL UYGULAMASI

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamasının belirlenmesine yönelik olarak oluşturulan modelin çözümlemesi yapılmıştır. Yukarıda teorik olarak ana hatlarıyla belirtilen modelin analizinde kullanılan ölçüt GSMH' dir. Bu durumda Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajının gelişimi sonucu GSMH' sının etkileneceği varsayılmaktadır. Diğer bir ifade ile, Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajı ile GSMH arasında aynı yönde bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan Türkiye' nin rekabetedebilirlik avantajının gelişme dönemini temsil eden bağımsız değişkenler belirlenmiştir. Bu bağımsız değişkenlerin gelişim aşamalarının - faktöre yönelim, yatırıma yönelim ve devingen yaratıcılığa yönelim- çeşitli karakteristik özelliklerini temsil ettiği varsayılmaktadır¹⁹⁹.

Regresyon analizi sonucu -teorik olarak- ulaşılması arzulanan amaçlardan birisi de tanımlama modeli oluşturmaktır. Diğer bir ifadeyle, bağımlı değişken üzerinde etkisi olan bağımsız değişkenlerin tanımlanmasıdır. Bu analizde dikkate alınması gereken "önemli ölçüt" R^2 (determinasyon katsayısı) değeridir. R^2 , modelde yer alan tüm değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini göstermektedir. R^2 değerleri esas alınarak en uygun regresyon modeli oluşturulmaktadır. Model oluşturulmasında, R^2 değerlerinin yanısıra, regresyon modeli

¹⁹⁹ Bağımsız değişkenler hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Bu Çalışma İkinci Bölüm, s. 127.

varsayımlarının da sağlanıp sağlanmadığı mutlaka test edilmelidir²⁰⁰. Böylece oluşturulacak modele göre, bağımlı değişkenin hangi bağımsız değişkenler tarafından yeterince tanımlanabileceği veya açıklanabileceği belirlenebilir.

Regresyon analizi sonucu Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının hangi aşamalarında olduğu tahmin edilecektir. Çalışmanın güvenilirliği, değişkenlerin ve değişkenlere ait verilerin doğru bir şekilde belirlenmesine bağlıdır. Burada, Türkiye için oluşturulacak olan model, diğer ülkeler için tamamıyla genelleştirilemez. Çünkü her ülke uluslararası rekabetedebilirlik avantajının farklı gelişim aşamalarında bulunabileceğinden, modelde her ülke için farklı olabilecektir.

Regresyon analizinde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenler şu şekilde tanımlanabilir (Tablo: 16)

Y : GSMH

X₁ : Toplam Sabit Sermaye Yatırımları

X₂ : Toplam Kredi Stoku

X₃ : İşgücü Verimliliği

X₄ : AR-GE Harcamaları

X₅ : İmalat Sanayiinin Kullandığı Toplam Girdi Miktarı

X₆ : Yabancı Sermaye

X₇ : Sanayi Yoğunlaşma Oranı

X₈ : Direkt Mali Teşviklerin Toplam İhracat İçindeki Payı

X₉ : Reel Döviz Kurları

²⁰⁰ Aydın ERAR, **Regresyon Çözümlemesi**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1985, s. 86.

Bazı bağımsız değişkenlerin tanımlanmasında ve verilerin elde edilmesinde çeşitli zorluklarla karşılaşmıştır. Regresyon modeline dahil edilen bu değişkenlerin özellikleri şunlardır.

X4: Türkiye' de AR-GE harcamalarının genel gelişimi; Türkiye' de AR-GE harcamalarının gelişimini açıklamaya yönelik düzenli olarak tutulan istatistiksel veriler bulunmamaktadır. Bu nedenle AR-GE harcamalarının GSMH' nin % 0.2' si²⁰¹ olduğu varsayılarak tarafımızca bir seri oluşturulmuştur.

X5: Türkiye' de imalat sanayiinin kullandığı toplam girdi miktarının gelişimi: Bu değişken, Türkiye imalat sanayiinde 10 ve daha fazla işçi çalışan işyerlerini kapsayan verileri içermektedir.

X6: Türkiye' de yabancı sermayenin gelişimi: Türkiye' de yabancı sermayenin net girişlerine ait veriler, regresyon analizi yapılan tüm yıllar bazında elde edilemediğinden verilen yabancı sermaye izinleri kapsam dahiline alınmıştır.

X7: Türkiye imalat sanayiinde genel yoğunlaşma oranları: İmalat sanayiinde yoğunlaşma oranları Türkiye ekonomisinin bütünü için dikkate alınmıştır. Bu değişkenin, hesaplanmasında, İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl hazırlanan ve Türkiye' de imalat sanayiinin en büyük firmalarının yer aldığı araştırmalardan faydalanılmıştır. Bu araştırmalarda yer alan büyük sanayi kuruluşlarının sayısı zaman içinde değişikliğe uğradığı için, toplam firma sayısının % 10' u esas alınmıştır.

201 KAFTANOĞLU ve Diğerleri, "İleri...", s. 64.

X₈: Türkiye' de direkt mali teşviklerin toplam ihracat içindeki payı: Türkiye' de ihracata uygulanan direkt mali teşviklerin kapsamında vergi iadesi, Destekleme ve Fiyat İstikrar fonu (DEFİF) ile Kaynak Kullanımını Destekleme Primi (KKDP) bulunmaktadır. Bu direkt mali teşviklerin toplam değeri Türkiye' nin toplam ihracatına oranlanmıştır.

Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin regresyon analizinde kullanılabilmesi için cari değerlerle ifade edilen tüm değişkenler, reel değerlere dönüştürülmelidir. Bu nedenle Türk lirası ile ifade edilen değerler için; 1981 yılı baz alınarak (1981=100) oluşturulan toptan eşya fiyatları endeksi deflatör olarak kullanılmıştır(Tablo: 17). Her yıla ait cari değer, o yıla ait toptan eşya fiyatları endeksine bölünerek söz konusu değişkenlerin reel değerleri elde edilmiş ve bu faktörler üzerinde zamanın etkisi giderilmiştir.

Diğer yandan cari (nominal) döviz kuru ile ifade edilen değişkenleri de reel değerlere dönüştürülmüştür. Bu amaçla yapılan çalışmalarda reel döviz kuru ABD doları üzerinden dikkate alınarak, aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır²⁰².

$$\text{Reel Döviz Kuru } r_k = \frac{\text{Yabancı ülke fiyat düzeyi}}{\text{Yurt içi fiyat düzeyi}} \times \text{nominal kur}$$

²⁰² Hesaplama yöntemi için bkz.: Rudiger DORNBUSH-Stanley FISCHER, **Macroeconomics**, 5th Edition, Mc Graw Hill Publishing Company, New York, 1990, p. 185.

TABLO: 17
TOPTAN EŞYA FİYATLARI ENDEKSİ
(1981=100)

Yıllar	Endeks Değerleri(%)
1972	5.6
1973	6.8
1974	8.7
1975	9.7
1976	11.3
1977	14.6
1978	22.4
1979	39.2
1980	74.6
1981	100.0
1982	127.0
1983	165.7
1984	249.1
1985	356.8
1986	462.3
1987	610.4
1988	1027.3
1989	1741.9

Regresyon analizinde kullanılan tüm değişkenlerin reel değerleri Tablo: 18' de toplu halde gösterilmiştir. Burada yer alan her değişken için ayrı ayrı regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon modelinde yer alan tüm bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri tek tek incelendiğinde (t testi), bazı değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklamada fazla etkili olmadığı saptanmıştır. Bu sonuçların elde edilmesinde en önemli faktör, regresyon analizinin

TABLO: 18
REGRESYON ANALİZİNDE KULLANILAN DEĞİŞKENLER
(Reel Değerler)

Yıllar	GSMH Milyar TL Y	Top.Sa.Ser.Yat. Milyon TL X ₁	Top.Kre. Sto. Milyar TL X ₂	İşgücü Ver. Milyar TL X ₃	AR-GE Har. Milyon TL X ₄	İma.San.Kul.TGM Milyon TL X ₅	Yab. Ser. Milyon \$ X ₆	San. Yoğ. Or. % X ₇	Di. Ma.Teş.İh.Payı % X ₈	Döviz Kur. \$ Karşı. TL X ₉
1972	4300.0	894857.1	1348.2	93.45	8.6	1137642.9	1367.04	36.6	5.8	106.8
1973	4555.9	929720.6	1514.7	99.92	9.1	1268279.4	6581.94	36.5	5.9	97.8
1974	4909.2	933505.8	1626.4	104.42	9.8	1463229.9	-694.54	39.9	4.3	90.2
1975	5523.7	1192659.8	1997.9	115.95	11.0	1699103.1	1363.53	38.8	6.4	90.3
1976	5973.5	1462008.8	2483.2	126.53	11.9	1798725.7	839.27	43.7	10.1	94.3
1977	5978.8	1539863.0	2931.5	135.81	12.0	1883164.4	714.84	44.8	10.9	77.7
1978	5762.1	1324473.2	2402.7	137.48	11.5	1731888.4	898.56	47.6	5.3	76.8
1979	5611.0	1171224.5	2113.0	141.98	11.2	1615979.6	-445.44	48.3	4.4	69.6
1980	5945.3	1169532.2	1936.6	134.05	11.9	1893473.2	9641.80	59.8	2.1	99.4
1981	6553.6	1242839.0	2244.2	139.95	13.1	2276630.0	42896.25	59.4	4.6	127.1
1982	6878.0	1236066.9	2138.7	145.84	13.8	2632476.4	24749.40	59.0	9.3	148.2
1983	6971.6	1309138.8	2203.7	161.64	13.9	2882718.8	17346.03	52.2	11.5	168.9
1984	7376.5	1319707.3	1617.5	173.29	14.8	3179819.8	66031.62	49.2	12.6	243.3
1985	7788.5	1558767.1	1868.7	175.13	15.6	3406334.1	64768.90	57.9	8.0	276.2
1986	8503.1	1965995.0	2674.6	191.55	17.0	3472005.0	97297.20	53.6	8.7	267.3
1987	9565.9	2330946.9	3225.6	224.60	19.1	4359771.1	143942.95	52.0	7.5	268.3
1988	9790.9	2352370.3	2790.8	690.40	19.6	4258973.5	263427.75	53.3	6.1	319.5
1989	9798.5	2193122.5	2614.5	688.30	19.6	4307469.5	368629.28	53.5	4.5	250.7

varsayımlarının geçersiz olmasıdır. Örneğin; bazı bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu ile karşılaşıldığı gibi, denenmiş olan modellerden bir kısmının artık değerleri arasında otokorelasyon olduğu görülmüştür.

Yapılan bu analizler sonucu, Türkiye' nin uluslararası rekabete edebilirlik avantajının gelişim aşamalarını ortaya koyabilecek nihayi model belirlenmiştir. Bu modeli oluşturan değişkenler, tüm regresyon analizi varsayımları açısından test edilerek geçerlilikleri ortaya konulmuştur.

Y : GSMH

X₂ : Toplam Kredi Stoku

X₆ : Yabancı Sermaye

X₇ : Sanayi Yoğunlaşma Oranı

X₉ : Reel Döviz Kurları

Çoklu doğrusal regresyon modeli:

$$Y = 837 + 0.961X_2 + 0.00469X_6 + 38.4X_7 + 10.2X_9$$

$$R^2 = 98.4 \quad S = 249.2 \quad d = 1.90$$

Modelde yer alan dört bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama derecesini gösteren R² değeri oldukça yüksek çıkmıştır. Ancak modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığı hakkında, sadece R² değerine bakarak karar verilemez. Bu nedenle diğer testlerin de yapılması gerekmektedir.

Çoklu doğrusal regresyon modelinde yer alan bütün bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkili olup olmadığını anlamak için; tümel-F testi yapılmıştır. F testi için kurulan hipotezler ve yapılan hesaplamaların sonuçları aşağıda gösterilmiştir.

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

$$H_1: \text{En az bir } \beta_j \neq 0 \text{ dır}$$

Varyans Çözümleme Çizelgesi

Değişim Kaynağı	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F
Toplam	17	51254960		
Regresyon	4	50447376	12611844	
Arık	13	807590	62122	203.017

$$F_{hes} = 203.017 > F_{0.05,4,13} = 3.18$$

H_0 hipotezi reddedilir. Sonuç olarak doğrusal bağıntı ve model bir bütün olarak anlamlıdır. Bu durumda en az bir β_j sıfırdan farklıdır.

En az bir β_j 'nin sıfırdan farklı ($\beta_j \neq 0$) olup olmadığı ise t testi ile test edilebilir.

Değişken	Katsayı	Katsayıların	
		Standart Hatası	t oranı
		S_b	(b/S_b)
	837.0	443.1	1.83
X_2	0.9614	0.1367	7.03
X_6	0.0046947	0.0009489	4.95
X_7	38.391	9.173	4.15
X_9	10.169	1.149	8.85

Her bağımsız değişken için t testi yapılırken kurulan hipotezler;

$$H_0 : \beta_j = 0$$

$$H_1 : \beta_j \neq 0$$

şeklinde dir. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerin tek tek modele katkısının önem derecelerini belirleyebilmek için yapılan t testi sonuçları şu şekildedir.

$$X_2 \text{ değişkeni için : } t_2 = 7.03 > t_{0.05;13} = 2.16 \quad H_0 \text{ red.}$$

$$X_6 \text{ değişkeni için : } t_6 = 4.95 > t_{0.05;13} = 2.16 \quad H_0 \text{ red.}$$

$$X_7 \text{ değişkeni için : } t_7 = 4.19 > t_{0.05;13} = 2.16 \quad H_0 \text{ red.}$$

$$X_9 \text{ değişkeni için : } t_2 = 8.85 > t_{0.05;13} = 2.16 \quad H_0 \text{ red.}$$

Bu sonuçlara göre, modelde yer alan tüm bağımsız değişkenler %5 yanılma payı ile anlamlıdır. Diğer bir ifade ile, toplam kredi stoku (X_2), yabancı sermaye (X_6), sanayi yoğunlaşma oranı (X_7) ve reel döviz kuru (X_9)' nun, Türkiye' nin GSMH (Y)' sini açıklamada önemli değişkenler olduğu söylenebilir.

Ancak modelin tutarlılığını test etmek amacıyla son olarak hata terimleri arasında otokorelasyon olup olmadığı incelenmelidir.

Modelde, $n > 15$ ve $d = 1.90 < 2$ olduğundan Durbin-Watson pozitif otokorelasyon testi yapılmıştır.

H_0 : Pozitif otokorelasyon yok.

H_1 : Pozitif otokorelasyon var.

$$n = 18$$

$$d_L = 0.61$$

$$k = 4$$

$$d_U = 1.60$$

$$\alpha = 0.01$$

Pozitif otokorelasyon var	Karar verilemez	Pozitif otokorelasyon yok
$d_L = 0.61$	$d_U = 1.60$	(1.90)

$$d_{hes} = 1.90 > d_U = 1.60$$

olduğu için H_0 hipotezi kabul edilir. Hata terimleri arasında pozitif otokorelasyon yoktur.

Model üzerinde yapılan incelemeler sonucu başka bir varsayım bozulumuna rastlanmamıştır. Böylece oluşturulan model, yukarıdaki teorik varsayımlara dayalı olarak. Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamalarını açıkladığı kabul

edilmiştir²⁰³. Böylece modelde yer alan bağımsız değişkenlerin temsil ettikleri rekabetebilirliğin gelişim aşamaları dikkate alınarak, Türkiye' nin hangi aşamalarda bulunduğu genel olarak tahmin edilmeye çalışılmıştır.

TABLO: 19

TÜRKİYE' NİN REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ GELİŞİM MODELİNİ
AÇIKLAYAN BAĞIMSIZ DEĞİŞKENLERİN TEMSİL ETTİKLERİ GELİŞİM AŞAMALARI

	Faktöre Yönelim Aşaması	Yatırıma Yönelim Aşaması	Devingen Yaratıcılığa Yönelim Aşaması
Bağımsız Değişken			
Toplam Kredi Stoku		X	
Yabancı Sermaye		X	
Sanayi Yoğunlaşma Oranı		X	
Reel Döviz Kuru	X	X	

Regresyon analizi sonuçlarına göre; Türkiye' nin uluslararası rekabetebilirlik avantajının gelişiminde genel olarak yatırıma yönelim aşamasında bulunduğu söylenebilir. Ancak, Türkiye' nin uluslararası rekabetebilirlik avantajının belirleyicileri ile ilgili olarak yukarıda yapılan değerlendirmeler de dikkate alındığında, model sonuçları ile elde edilen genel eğilim daha ayrıntılı olarak

²⁰³ Modelin teorik olarak kurulması aşaması ve değişkenler ile ilgili varsayımlar hakkında ayrıntılı bilgi için bkz.: Bu Çalışma İkinci Bölüm, s. 128

ortaya konulabilir²⁰⁴.

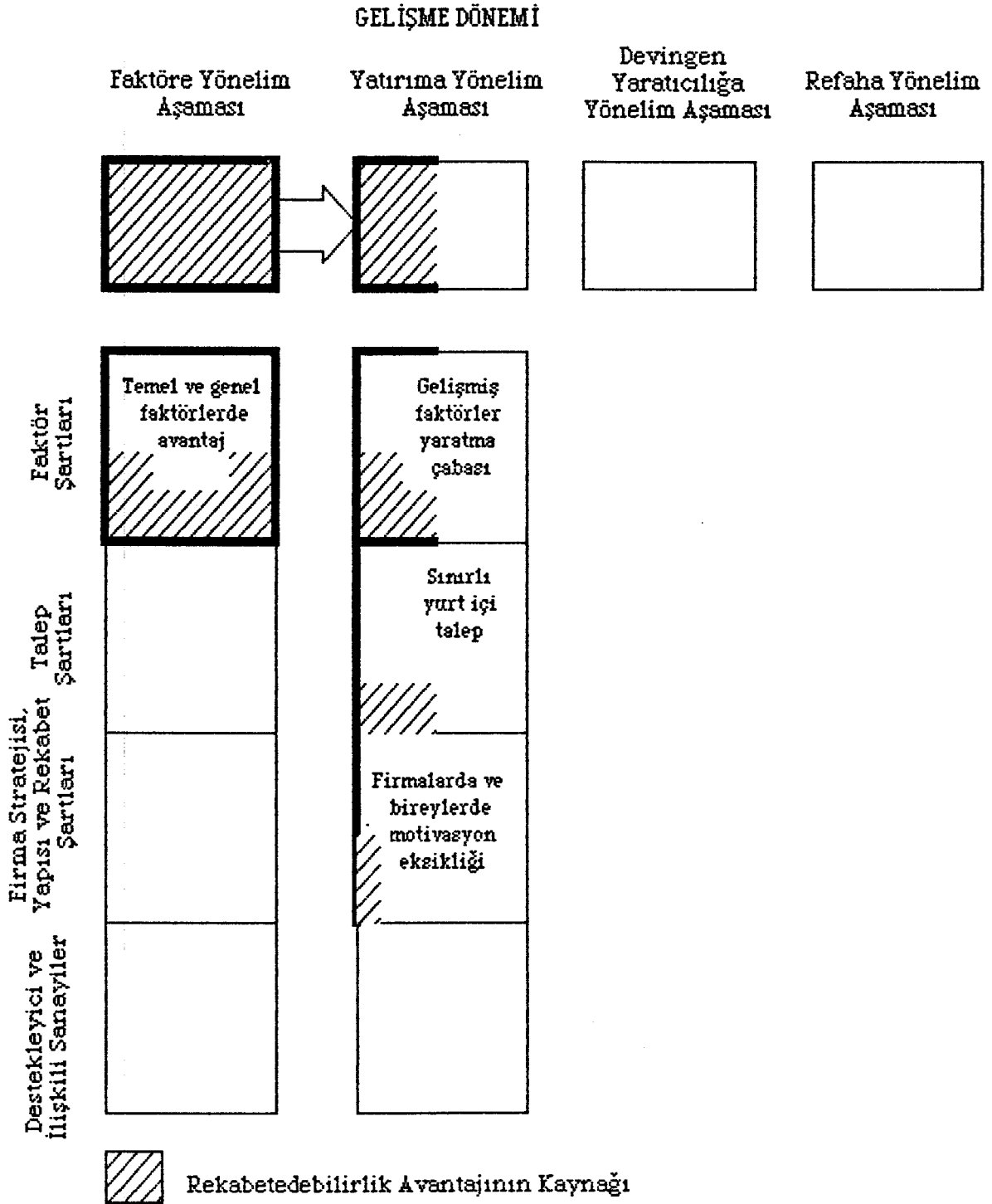
Türkiye' de faktör şartları bakımından temel ve genel üretim faktörlerinde avantaja sahip olunduğu ve gelişmiş üretim faktörlerinin artırılmaya çalışıldığı belirlenmiştir. Aynı zamanda Türkiye büyük bir pazar olmasına rağmen yurt içi talep hacminin kişi başına düşük gelir ve adaletsiz gelir dağılımı nedeniyle sınırlı kaldığı görülmektedir. Diğer yandan Türkiye' de enflasyonist baskının devam etmesi, demokratik ve kurumsal yapıların tam olarak yerleştirilememesi ve bazı tesadüfi faktörler nedeniyle firmaların ve bireylerin motivasyonları değişik düzeydedir. Ayrıca kurumsal yapılar ile kanuni düzenlemelerin gerçekleştirilememesi ve gerekli olan yatırım hacmine ulaşamaması sonucu yurt içinde eksik rekabet şartlarının geçerli olduğu bilinmektedir. Yapılan model uygulaması sonucunda da Türkiye ekonomisinde GSMH' nin reel döviz kurlarına karşı hassas olduğu belirlenmiştir. Bu durumun faktöre yönelim ve yatırıma yönelim aşamalarını birlikte içine alan bir özellik taşıdığı söylenebilir.

Türkiye' nin uluslararası rekabetebilirlik avantajının gelişim modelinin uygulama sonuçları ve uluslararası rekabetebilirlik avantajının belirleyicileri ile ilgili değerlendirme sonuçları dikkate alındığında; -çalışmanın teorik bölümlerinde yapılan varsayımlara dayanarak - Türkiye'nin faktöre yönelim aşamasından yatırıma yönelim aşamasına geçiş sürecinde olduğu görülmektedir (Şekil : 10).

²⁰⁴ Türkiye' nin rekabetebilirlik avantajının belirleyicileri ile ilgili olarak ayrıntılı bilgi için bkz. : Bu Çalışma Üçüncü Bölüm, s. 150.

ŞEKİL: 10

**TÜRKİYE' NİN ULUSLARARASI REKABETEDEBİLİRLİK AVANTAJININ
GELİŞİM AŞAMASI**



B. ALINMASI GEREKEN TEDBİRLER

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı; bu avantajın belirleyicileri ve gelişim aşamaları dikkate alınarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucu Türkiye' nin mevcut rekabetedebilirlik avantajlarının korunabilmesi veya yeni avantajların yaratılabilmesi için çeşitli tedbirlerin alınması gerektiği görülmektedir. Burada gerek hükümet gerekse firmalar tarafından alınması gerekli görülen tedbirler konusunda öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

1. Hükümet Tarafından Alınması Gereken Tedbirler

Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının geliştirilmesine yönelik olarak hükümet tarafından alınması gerekli görülen tedbirler; rekabetedebilirlik avantajının belirleyicilerine uygun bir şekilde aşağıda sıralanmıştır.

- Gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılmasına yardımcı olunmalıdır: Rekabetedebilirlik avantajının geliştirilmesinde etkin olan gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılması amacıyla; uzmanlaşmış teknik personelin yetiştirilmesi, mesleki ve teknik eğitimin kalitesinin artırılması, üniversite-sanayi işbirliğine dinamizm kazandırılması ve bu amaçlara yönelik faaliyette bulunan firmaların teşvik edilmesi gerekmektedir.

- Devingen yaratıcılığa yönelik faaliyetler ve yatırımlar öncelikle ele alınıp, teşvik edilmelidir: Türkiye' nin en ileri teknolojileri öğrenme kapasitesine ulaşması yanında uzun vadede esas önemli olan,

teknoloji üretme kapasitesine sahip olabilmesidir. Türkiye'ye 1980'li yıllarda gerek direkt gerekse şirket evlilikleri yoluyla yabancı sermaye girişi artmıştır. Yabancı sermaye ile birlikte belirli bir düzeyde teknolojinin de getirildiği görülmektedir. Bu aşama, en azından getirilen teknolojilerin öğrenilme aşaması kabul edilerek, teknoloji geliştirilmesine yönelik devingen yaratıcılık faaliyetlerine hız verilmelidir. Bunun gerçekleştirilebilmesi için öncelikle mevcut ileri teknolojileri öğrenerek değişik alanlara uygulamayı amaçlayan devingen yaratıcılık faaliyetleri teşvik edilmelidir.

Devingen yaratıcılık faaliyetlerinde gerek kamu kesimi gerekse özel sektör tarafından yapılacak AR-GE harcamalarının büyük önem taşıdığı unutulmamalıdır. Bu nedenle Türkiye'de faaliyette bulunan üniversiteler, TÜBİTAK, KOSGEB, MPM ve bunlara bağlı kuruluşların üretici firmalar ile ortaklık kurmaları veya işbirliği yapmaları sağlanarak, bu faaliyetler stratejik bir plan dahilinde ele alınmalıdır.

Bu kamu ve sektör işbirliği içinde "Teknoloji Araştırma Merkezleri"nin kurulması teşvik edilerek devingen yaratıcılık faaliyetinin yerleştirilebilmesi ve teknoloji üretiminin gerçekleştirilebilmesi amacıyla çalışılmaktadır.

Ayrıca hükümet devingen yaratıcılık faaliyetinde bulunan firmalara sermaye piyasası aracılığı ile teşvik sağlayabileceği gibi, devlet ihalelerinde öncelik tanıyabilir veya yeni bir ürünün kullanımını kısıtlayan bir kanuni düzenlemeyi kaldırabilir.

- Faktör ve döviz piyasalarına müdahale edilmemelidir: Hükümetler, Türkiye'nin bu sanayilerdeki rekabetebilirlik avantajını koruyabilmek kaygısı ile hareket edip faktör maliyetlerini

düşük tutmaya ve/veya ihracatın artırılmasını desteklemek amacıyla döviz kuruna müdahale etmeye yönelmemelidir. Bu tür tedbirler verimsiz üretimi teşvik ederek firmaların devingen yaratıcılık faaliyetlerine yönelmesini engelleyecektir.

- Ürün ve üretim ile ilgili standartlar gelişmiş ülke normlarına uyulanmalıdır: Dünya gündeminde 1990' lı yıllarda insana saygı, çevreyi koruma ve demokrasiyi geliştirme gibi evrensel değerlerin bulunacağı görülmektedir. ABD ve Avrupa Topluluğu bu evrensel değerlere uygun olarak yeni standartlar belirlemektedir. Bu standartlar Türkiye' de de uygulanabilir hale getirilmelidir. Daha ileri bir aşamada ise, firmaların devingen yaratıcılık yapmalarını teşvik amacıyla evrensel değerlere uygun olarak yeni standartlar geliştirilmeye çalışılmalıdır. Ancak burada, standartların kesin olarak belirlenmesi ve uygulama sonuçlarının sıkı bir şekilde takip edilmesi önem kazanmaktadır.

- Rekabet şartlarının serbestleştirilmesine yönelik tedbirler alınmalıdır: Türkiye' de bu amaca ulaşabilmek için öncelikle, verimsiz çalışarak devlet bütçesinde büyük bir yük teşkil eden ve piyasada haksız rekabete neden olan Kamu İktisadi Teşebbüslerinin islahı veya belirli bir plan doğrultusunda tamamen özelleştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca hükümet, işletmeleri kısa dönemde karlı olmaya yöneltmek devingen yaratıcılık faaliyetlerini unutturacak şekilde, sanayilere giriş ve çıkışları kontrol altına almak veya fiyatları dondurmak gibi direkt müdahalelerden kaçınmalıdır.

Özelleştirme ve rekabet şartlarının serbestleştirilmesi aynı zamanda, anti-kartel yasalarının çıkarılması ve yurt içi rekabetin teşvik edilmesi gibi tedbirlerle desteklenmelidir. Türkiye' de devingen yaratıcılık faaliyetlerini geliştirebilmek için, özellikle firmaların birleşmelerinin ve anlaşmalarının, ortak fiyat

belirlemelerinin önüne geçilebilmesi amacıyla anti-kartel politikaları saptanması gerekmektedir. Ortaya konulacak bu politika tedbirleri yabancı veya yerli firma ayrımı yapılmadan uygulanmalıdır. Ancak büyük şirketlerin kendi sanayi dalındaki küçük şirketleri, uluslararası rekabete edebilirlik avantajı kazanılmasına, teknoloji transferine veya teknoloji yaratılmasına faydası olup olmayacağı analiz edilerek, ele geçirmelerine izin verilebilir.

Türkiye'nin rekabete edebilirlik avantajının geliştirilmesi amacıyla öngörülen spesifik tedbirlerin yanı sıra, genel olarak Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu sorunları çözümlmeye yönelik tedbirlerin de alınması gerektiği açıktır. Bu genel tedbirler özellikle Türkiye' nin uluslararası rekabete edebilirlik avantajının yatırıma yönelim aşamasına geçiş döneminde olduğu düşünüldüğünde daha büyük önem taşımaktadır. Yatırımların artırılabilmesi için sadece gelişmiş altyapı faktörlerinin geliştirilmesinin yeterli olmayacağı açıktır. Bu nedenle enflasyonist sürecin aşılması, siyasi istikrarın devam ettirilmesi, Türkiye ekonomisinin genel gelişimi yönünden olduğu kadar firmalar ve bireylerin motivasyonları yönünden de önem kazanmaktadır.

Ancak burada alınması gereken tüm tedbirler hakkında izlenmesi uygun görülen yaklaşım, sinerjik etkileşimin artırılmasını öngörmektedir. Bu nedenle alınması gereken tedbirlerden öncelikle acil olanları ele alarak, diğerlerini ertelemek yerine; ekonomide genel olarak aksayan yönleri düzeltmeye ve rekabete edebilirlik avantajını geliştirmeye yönelik olarak tüm tedbirleri almayı amaçlayan bir stratejik plan yapılması uygun olacaktır.

2. Firmalar Tarafından Alınması Gereken Tedbirler

Bütün ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gerçek yaratıcıları firmalardır. Bu nedenle, firmalar öncelikle Türkiye'nin rekabetedebilirlik avantajının belirleyicilerini iyi analiz etmeli ve buna göre faaliyette bulunmalıdır.

Firmaların üst kademedan en alt kademeye kadar tüm çalışanları "devingen yaratıcılığın" önemini kavramalı ve bunun geliştirilebilmesi için uluslararası baskı ve rekabet ortamının gerekliliğine inanmalıdır. Türkiye'deki firmalar bu bilinci yerleştirebilmek amacıyla; öncelikle AR-GE bölümleri oluşturmalı, kamu araştırma kurumlarıyla ortaklık veya işbirliğine yönelmeli ve ileri aşamada kendi teknolojisini üretmek için faaliyetlerini sürdürmelidir. Aynı zamanda, teknoloji transferini gerçekleştirebilmek için yabancı ülke firmaları ile patent, know-how ve lisans anlaşmaları yapılmalı veya direkt olarak ortaklık kurulmalıdır.

Firmalar şiddetli yurtiçi rekabetten ve yabancı firmaların piyasaya girmesinden rahatsız olmayacak sürekli dinamik ve mücadeleci bir yapı oluşturmalıdır. Dinamik yapılaşma içinde gerek tepe yöneticilerinin niteliği gerekse uygulanan yönetim sistemi önem kazanmaktadır.

Türkiye'de faaliyette bulunan bir firmanın uluslararası rekabetedebilirlik avantajı yaratabilmesi için, yurtiçi talep şartlarına uygun üretimde bulunarak, öncelikle belirli bir ölçeğe ve teknolojik birikime ulaşması gerekmektedir. Daha sonra bu firmanın üretim ve devingen yaratıcılık faaliyetlerinde sahip olduğu tecrübe ile uluslararası pazarlara açılması mümkün olabilecektir.

SONUÇ

Dünyadaki hızlı teknolojik gelişmeler ve globalleşme eğilimleri sonucu bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı sadece klasik teori ve yöntemlere dayanarak açıklanamamaktadır. Çünkü bu görüşler, uluslararası rekabetedebilirlik avantajının işçi ücretleri, faiz oranları, döviz kurları veya ölçek ekonomilerinden yararlanabilme gibi faktörlere dayandığını ileri sürmektedir. Ancak bu faktörler, bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajını kısa dönemde artırabildikleri halde, uzun dönemde gerçek ve kalıcı bir üstünlük sağlayamamaktadır.

Bu durumda uluslararası rekabetedebilirlik avantajının sürekli verimlilik artışlarından kaynaklandığını ve devingen yaratıcılık faaliyetlerinin temel faktör olduğunu savunan görüşler önem kazanmaktadır. Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının temelini ortaya koymaya yönelik yeni bakış açısına göre bu avantajın belirleyicileri şunlardır: Faktör Şartları, Talep Şartları, Destekleyici ve İlişkili Sanayiler, Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Şartları. Ayrıca bu belirleyiciler üzerinde "Hükümet Politikaları" ile "Tesadüfi Faktörler" in dışsal etkileri görülmektedir.

Uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri karşılıklı etkileşim ve dinamizm içinde olduklarından, her ülkenin sahip olduğu şartlara göre bir sistem oluşturmaktadır. Bu sistem içinde belirleyiciler arasındaki karşılıklı etkileşimin ortaya konulması sonucu bir ülkenin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişimi açıklanabilir. Bunlar; Faktöre Yönelim, Yatırıma Yönelim, Devingen Yaratıcılığa Yönelim ve Refaha Yönelim Aşamalarıdır.

Türkiye' nin 1980' li yıllarda ithal ikamesine yönelik sanayileşme politikasından ihracata yönelik sanayileşme politikasına geçiş için gerekli tedbirleri almaya çalıştığı görülmektedir. Bu durumda dünya ile bütünleşmesi önem kazanan Türkiye' nin, dünyada meydana gelen gelişmelere karşı ilgisiz kalamayacağı açıktır. Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının geliştirilebilmesi de, dünyadaki globalleşme eğilimlerinin ve uluslararası rekabetedebilirlik avantajının özündeki değişikliklerin iyi kavranılmasına bağlıdır.

Bu çalışmada, Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı öncelikle bu avantajın belirleyicileri, daha sonra ise, gelişim aşamaları dikkate alınarak analiz edilmiştir. Yapılan açıklamalara göre; Türkiye' nin faktör şartları bakımından rekabetedebilirlik avantajının henüz temel ve genel üretim faktörlerine dayandığı görülmektedir. Talep şartları bakımından genel olarak Türkiye' nin geniş bir pazara sahip olmasına rağmen gerek düşük gelir, gerekse adaletsiz gelir dağılımı nedeniyle sınırlı bir talep ile karşılaştığı söylenebilir. Fakat talebin yeniliklere açık olduğu ve uluslararasılaşma sürecine girdiği görülmektedir. Firma stratejisi, yapısı ve rekabet şartları bakımından, öncelikle ithal ikameci politikaların firmalar üzerinde yaratmış olduğu durağanlığın henüz tam olarak

atılamadığı ve devingen yaratıcılığa yönelik hemen hemen hiç faaliyette bulunulmadığı dikkati çekmektedir. Diğer yandan, sermaye piyasasının gelişmemesi, devletin ekonomideki ağırlığının hafifletilememesi ve diğer genel ekonomik faktörler nedeniyle sermaye kıtlığının sürdüğü, piyasada rekabeti artırmaya ve düzenleyici kuralları koymaya yönelik kanuni düzenlemelerin tam olarak yapılamadığı ve firmalarda sürekli olarak devlet tarafından korunma isteklerinin devam ettiği görülmektedir.

Türkiye' nin destekleyici ve ilişkili sanayiler bakımından önemli düzeyde eksiklikler ve dengesizlikler içinde bulunduğu belirlenmektedir. Türkiye' nin halen uluslararası rekabetedebilirlik avantajı olduğu ileri sürülen çeşitli sanayi dallarında dahi destekleyici sanayiler bakımından büyük eksiklikler görülmektedir.

Çalışmada ayrıca, Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamasının belirlenmesine yönelik olarak model uygulaması yapılmıştır. Rekabetedebilirlik avantajının gelişim aşamalarını temsil eden değişkenler teorik olarak belirlenmiş ve modele Türkiye' ye ait veriler uygulanmıştır. Çoklu regresyon analizi ile elde edilen sonuçlar ve Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajının belirleyicileri hakkında yapılan değerlendirmeler de dikkate alınarak; Türkiye' nin uluslararası rekabetedebilirlik avantajı gelişiminin faktöre yönelim aşamasından yatırıma yönelim aşamasına geçiş döneminde olduğu söylenebilir.

Yapılan analizler sonucu Türkiye' de sahip olunan uluslararası rekabetedebilirlik avantajlarının korunabilmesi ve/veya yeni avantajların yaratılabilmesi için alınması gerekli görülen tedbirler şu şekilde sıralanabilir:

Hükümet tarafından;

- Gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerinin yaratılmasına yardımcı olunmalıdır,
- Devingen yaratıcılığa yönelik faaliyetler ve yatırımlar öncelikle ele alınıp, teşvik edilmelidir,
- Faktör ve döviz piyasalarına müdahale edilmemelidir,
- Ürün ve üretim ile ilgili standartlar gelişmiş ülke normlarına uyandırılmalıdır,
- Rekabet şartlarının serbestleştirilmesine yönelik tedbirler alınmalıdır,

Firmalar tarafından; üst kademedен en alt kademeye kadar tüm çalışanların devingen yaratıcılığın ve şiddetli rekabetin önemini kavramasına yönelik tedbirler alınmalıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- AKTAN,Okan-BAYSAN,Tercan : " Türk Ekonomisinin Dünya Ekonomisine
✓ Entegrasyonu:Liberasyon,Karşılaştırmalı
Üstünlük ve Optimum Politikalar", ODTÜ
GELİŞME DERGİSİ, 12(1-2), 1984.
- ARIKAN, Necati ✓: "Sanayiye Destek Veren Kamu
Kuruluşları", İSTANBUL TİCARET ODASI
DERGİSİ, Yıl. 26, Sayı. 308, 22 Ekim 1991.
- BAĞRIAÇIK, Atilla : Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy
Firmalar (Dünya ve Türkiye' de), Dünya ✓
Ya. No. 44, İstanbul, 1989.
- BALOĞLU, Zekai : Türkiye' de Eğitim-Sorunlar ve Değişime
Yapısal Uyum Önerileri, TÜSİAD, İstanbul, ✓
1990.
- BAYKARA, Binnez ✓: "Türkiye' nin İhracat Performansının
Sabit Piyasa Payı Analizi -Bir Deneme-",
HAZİNE ve DIŞ TİCARET DERGİSİ, S. 6, Haziran,
1990/2.
- Taner BERKSOY, Taner ✓: "Kamu Müdahalesi Koruma ve
Sanayileşme", ANKARA SANAYİ ODASI
DERGİSİ, Y. 13, S. 100, Eylül-Ekim.

-
- _____ : **Changing Patterns of Trade in World Industry: An Empirical Study on Revealed Comparative Advantage**, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 1982. ✓
- ÇELİKDOĞAN, Sedat ve Diğerleri : **"Teknoloji Transferi"**, BİLİM, ARAŞTIRMA TEKNOLOJİ, PPT, Alt Komisyon raporu, DPT Ya. No. 2133, Ö.İ.K. No. 330, Ankara. ✓
- DEMİRGİL, Demir ve Diğerleri : **İstikrarlı Kalkınma ve Yeniden Sanayileşme İçin Ekonomik Çözümler**, TÜSİAD Ya. No. T/89/7/129, İstanbul, 1989. ✓
-
- _____ : **Developments in the External Economic Relations of Turkey**, United Nations, ?. ✓
- ✓ DİE : **1987 Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları**, Ankara, Aralık 1990
- ✓ DİE : **Dış Ticaret İstatistikleri**, Muhtelif Yıllar.
- ✓ DİE : **Genel Nüfus Sayımları**.
- ✓ DİE : **İstatistik Yıllığı**, Muhtelif Yıllar.
- DİKMEN, Orhan : **"Türkiye Bugün Bir Monopoller Ve Oligopoller Cennetidir"**, İSO, Y. 21, S. 250, 15 Aralık 1986. ✓
- DİRİMTEKİN, Halil : **Türkiye Ekonomisi**, Sevinç Matbaası, ?. ✓
- ✓ DPT : **Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Nüfus Tahminleri**, Ocak 1989.
- ✓ DPT : **Bilim - Araştırma - Teknoloji**, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ya. No.2133, ÖİK.330, Ankara, 1988.

✓ DPT

- : **Türk Sanayiinin AT Sanayii Karşısında Rekabet İmkanları Ö.İ.K. Raporu**, Devlet Planlama Teşkilatı, Düzeltilmiş Üçüncü Baskı, C. 1, Ya. no: DPT-2141-ÖİK: 334, Ankara, 1989.

DORNBUSH, Rudiger-
FISCHER, Stanley

- : **Macroeconomics**, 5th Edition, Mc Graw Hill Publishing Company, New York, 1990. ✓

DRUCKER, Peter F

- : **Innovation and Entrepreneurship Practice and Principle**, New York, Harpes and Row Publishers, 1985. ✓

✓ E.M.F.

- : **The World Competitiveness Report**, E.M.F. Foundation, August 1986

✓ E.M.F.

- : **The World Competitiveness Report**, E.M.F. Foundation, August, 1990.

ERAR, Aydın

- : **Regresyon Çözümlemesi**, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 1985. ✓

ERGİN, Feridun ve diğerleri

- : **Genel Ekonomi Ansiklopedisi**, Milliyet Yayınları, c.2, Nisan 1988. ✓

ERGİN, Feridun

- : **Uluslararası Politika Stratejileri**, İstanbul Üniversitesi Ya. No. 2008, İktisat Fakültesi No. 347, Çağlayan Basımevi, İstanbul, ?. ✓

ESMER, Y.-FİŞEK, H.-
KALAYCIOĞLU, E.

- : **Türkiye' de Sosyo Ekonomik Öncelikler, Hane Gelirleri, Harcamaları ve Sosyo Ekonomik İhtiyaçlar Üzerine Araştırma Dizisi**, Cilt II, TÜSİAD, 1986. ✓

EŞKİNAT, Rana

- : **Türkiye İmalat Sanayii Piyasalarının Analizi (Yoğunlaşma ve Karlılığın Değerlendirilmesi)**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, 1989. ✓

FAGERBERG, Jan

- ✓ : **"International Competitiveness"** THE ECONOMIC JOURNAL (UK), Jun 1988, v.98, n.391.

GHEMAWAT, Pankaj

- ✓: **"Sustainable Advantage"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, September-October, 1986.

- : **Global Competition: The New Reality**, Volume I, The Report of the President' s Commission On Industrial Competitiveness, January, 1985. ✓

- : **Global Competition: The New Reality**, Volume II, The Report of the President' s Commission On Industrial Competitiveness, January, 1985. ✓

GÖNEN, Emre

- : **"Uluslararası Rekabette Verimlilik Sorunları"**, 1. VERİMLİLİK ŞURASI, 4-6 Aralık 1990, Milli Prodüktivite Merkezi Ya. No. 436, Ankara, 1991. ✓

GÜLEÇ, Kemal

- ✓: **"Yeni Gelişen Teknolojilerin Kalkınmaya Etkisi"**, PLANLAMA DERGİSİ, s. 25, Nisan 1989.

HAMEL, Gary-PRAHALAD, C.K

- ✓: **"Do You Really Have a Global Strategy?"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, July-August, 1985.

HAN, Ergül

- : **Türkiye' de Sanayileşme Süreci ve Stratejisi**, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi, Ya. No. 205/134, Eskişehir, 1978. ✓

HATİBOĞLU, Zeyyat

- : **Yeniden Dirilen Türkiye Ekonomisi 24 Ocak 1980 ve Ötesi**, İşletme İktisadi Enstitüsü Ya., No. 100, İstanbul, 1989. ✓

HİÇ, Mükerrerem

- : **Büyüme ve Gelişme Ekonomisi**, Sermet Matbaası, Kırklareli, 1981. ✓

İLKİN, Akın

- : **Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi**, İstanbul Üniversitesi Ya. No. 92, İstanbul, 1988. ✓

KAFTANOĞLU, Bilgin ve Diğerleri

- : **"İleri Teknoloji ve Ürünleri Sanayii Genel Değerlendirme Raporu"**, I. SANAYİ ŞURASI YATIRIM MALLARI SANAYİİ YÖNLENDİRME PLANI ÖZET RAPORU, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Ankara, 1-4 Eylül 1987. ✓

KAMIEN, Morton I.-
SCHWARTS, Nancy L.

: **Market Structure and Innovation**, ✓
Cambridge University Press, 1982.

KARLUK, Rıdvan

✓: **"Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisinin
Gelişmekte Olan Ülkeler Yönünden
Geçerliliği Üzerine Düşünceler"**, İstanbul
Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası Cilt 33,
1973-1974, Sayı 1-4'den ayrı basım, İstanbul,
1976.

KARLUK, Rıdvan

: **Uluslararası Ekonomi**, Genişletilmiş Üçüncü ✓
Baskı, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1991.

KEPENEK, Yakup

: **Gelişimi, Üretim Yapısı ve Sorunlarıyla
Türkiye Ekonomisi**, Verso Yayıncılık, Beşinci ✓
Baskı, Ankara, Mayıs 1990.

KEPENEK, Yakup

: **Türk İmalat Sanayiinin Üretim Yapısı-** ✓
1985, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul, 1991.

KIRIM, Armen

: **Türkiye Hazır Giyim Sektörünün
Yeniden Yapılanma Gerekleri**, Friedrich ✓
Ebert Vakfı, İstanbul, 1990.

KIRIM, Armen

: **Türkiye İmalat Sanayiinde Teknolojik** ✓
Değişim, TOBB, Ya. No. Genel 145: Ar-Ge 59,
Ankara, 1990.

A KOUTSOYIANNIS
(Çev. Muzaffer SARIMEŞELİ)

: **Modern Mikro İktisat**, Teori Yayınları, Verso ✓
A.Ş., Ankara, 1987.

LIEBERMAN, Marvin

: **"Learning, Productivity and U.S. - Japon
Industrial Competitiveness"**, in MANAGING ✓
INTERNATIONAL MANUFACTURING, edited by
Kasra FERDOWS, North-Holland, 1988.

- LOVETT, William A. (ed.) : **Competitive Industrial Policies and the World Bazaar**, Subcommittee on Economic Stabilization of the Committee on Banking, Finance and Urban Affairs House of Representatives, 98th Congress, Session, U.S. Government Printing office, Washington, 1984. ✓
- MAIZELS, Alfred : **Growth and trade**, The National Institute of Economic and Social Research, Cambridge at the University Press, 1970. ✓
- MENZLER, I-HOKKANEN ✓: **"Can International Competitiveness be Measured by the Relative Unit Labour Cost Approach? A Comment on Professor Artto"**, MANAGEMENT INTERNATIONAL REVIEW (Germany), First Quarter, v.29, n.1,1989.
- MUTLU, Servet : **Japonya' da Endüstrinin Yapısı, İşletmelerin Ölçeği, Verimlilik ve Ücretler**, MPM Ya. No. 391, Ankara, 1989. ✓
- MÜEGGE, Herman : **"Endüstriyel Kalkınmada ve Uluslararası Rekabette Ortaya Çıkan Yeni Eğilimler"**, TÜSİAD, Piyasa Ekonomilerinde Endüstriyel Kalkınma Stratejileri, içinde, İstanbul, Nisan, 1990. ✓
- ODABAŞI, Yavuz : **Tüketici Davranışı**, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi, Eskişehir, 1986. ✓
- ÖZKALE, Lerzan : **Türkiye' nin Uluslararası Rekabet Gücü ve AT Üyeliği Sorunu**, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul, 1992. ✓
- ÖZKALE, Lerzan : **"Türk Sanayii' nin AT Karşısındaki Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Çalışmaların Değerlendirilmesi ve Öneriler"**, 1991 SANAYİ KONGRESİ, 9-13 Aralık, TMMOB, Makina Mühendisleri Odası, Ya. No. 148-1, 1991. ✓

- PORTER, Michael E. : **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**, The Free Press, New York, 1985. ✓
- PORTER, Michael E.(ed.) : **Competition in Global Industries**, Harvard Business School Press, 1986. ✓
- PORTER, Michael E. : **Competitive Strategy:Techniques for Analyzing Industries and Competitors**, The Free Press, New York, 1980. ✓
- PORTER, Michael E. : **The Competitive Advantage of Nations**, The Free Press, 1990. ✓
- PORTER, Michael E." ✓: **"The Competitive Advantage of Nations"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, March-April, 1990.
- PORTER, Michael E.-
MILLAR, Victor E. ✓: **"How Information Gives You Competitive Advantage"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, July-August, 1985.
- PORTER, Michael E. ✓: **"What is National Competitiveness?"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, March-April, 1990.
- QUINN, James Brian ✓: **"Managing Innovation: controlled chaos"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, May-June, 1985.
- RUGMAN, Alan ✓: **"National Strategies for International Competitiveness"**, MULTINATIONAL BUSINESS (UK), n. 3, 1985.
- SAMUELSON, P.A.
(Çev. Demir DEMİRGİL) : **İktisat**, Menteş Kitabevi, Ankara, 1973 ✓
- SCOTT Bruce R. and
LODGE, George C : **US Competitiveness in the World Economy**, Harvard Business School Press, 1985. ✓

- SCOTT, Bruce E. : **"National Strategies: Key to International Competition"**, in US COMPETITIVENESS IN THE WORLD ECONOMY, Harvard Business School Press, 1985. ✓
- SEYİDOĞLU, Halil : **Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama**, Geliştirilmiş Altıncı Baskı, Güzem Ya. No. 2, İstanbul, 1988. ✓
- TAYLOR, William ✓: **"The Business of Innovation : An Interview with Paul COOK"**, HARVARD BUSINESS REVIEW, March - April, 1990.
- ✓TOBB : **İktisadi Rapor**, Muhtelif Yıllar.
- ✓TOBB : **Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi**, Ankara, 1990.
- TOGAN, Sübidey-OLGUN, Hasan ✓: **"1980' li Yıllarda Türkiye' de İthalatın Liberalizasyonu ve Gümrük Vergilerinin Yeniden Düzenlenmesi: Bir Değerlendirme"**, ANKARA SANAYİ ODASI DERGİSİ, Eylül-Ekim 1989, Ankara.
- ✓TÜSİAD : **1980 Sonrası Ekonomide Kamu-Özel Sektör Dengesi**, Ya. No. TÜSİAD-T/88.4.113, İstanbul, 1988. ✓
- ✓TÜSİAD : **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**, II. Bölüm, ✓ TÜSİAD, Ya. No. T/91.3.141, Mart, 1991.
- ÜNSAL, Necia ve Diğerleri : **Türkiye' de Dış Kredi Kullanımı**, MPM Ya. No. 380, Ankara, 1989. ✓
- _____ : **World Trade Competition: Western Countries and Third World Markets**, ✓ Center for Strategic and International Studies, Praeger Special Studies, USA, 1981.