

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT POLİTİKASI BİLİM DALI**

**YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV
SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ AÇISINDAN
KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Retno RİYANTİ

KOCAELİ 2017

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT POLİTİKASI BİLİM DALI**

**YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV
SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ AÇISINDAN
KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Retno RİYANTİ

**DANIŞMAN:
DOÇ. DR. Ferhat PEHLİVANOĞLU**

KOCAELİ 2017

**T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT POLİTİKASI BİLİM DALI**

**YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV
SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ AÇISINDAN
KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tezi Hazırlayan: Retno RİYANTİ

Tezin Kabul Edildiği Anstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 01.02.2017 / 5

Jüri Başkanı : Doç. Dr. Ferhat PEHLİVANOĞLU (

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Selçuk KOÇ (

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Yüksel BAYRAKTAR (

KOCAELİ 2017

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	ii
ÖZET	viii
ABSTRACT.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ	x
TABLO LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
ÖNSÖZ	1
GİRİŞ	2

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇIDAN REKABET VE İMALAT SANAYİ

1.1. REKABET GÜCÜ VE REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ.....	7
1.1.1. Rekabet Gücü	8
1.1.1.1. Rekabet Gücü Tanımı	10
1.1.1.2. Genel Rekabet Stratejileri	14
1.1.1.2.1. Toplam Maliyet Liderliği.....	15
1.1.1.2.2. Farklılaştırma	15
1.1.1.2.3. Odaklanma	16
1.1.1.3. Uluslararası Rekabet Gücü Tanımı	18
1.1.1.3.1. Ülke Düzeyinde Uluslararası Rekabet Gücü Tanımları.....	20
1.1.1.3.2. Sektör ve Firma Düzeyinde Uluslararası Rekabet Gücü Tanımları	23
1.1.1.4. Uluslararası Rekabet Gücünün Unsurları ve Belirleyicileri	25
1.1.2. Rekabet Üstünlüğü.....	29
1.1.2.1. Rekabet Üstünlüğü Kavramı: Tanımı, Temel ve Tamamlayıcı Bileşenleri	30
1.1.2.1.1. Rekabet Üstünlüğün Tanımı ve Ekonomik Yaklaşımlar	31
1.1.2.1.2. Rekabet Üstünlüğün Temel Bileşenleri	36
1.1.2.1.3. Rekabet Üstünlüğün Tamamlayıcı Bileşenleri	37
1.1.2.2. Porter Yaklaşımı	38

1.1.2.3. Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabetçi Üstünlükler Üzerine bir Değerlendirme	53
1.1.2.4. Kaliteye Dayalı Uluslararası Rekabet Gücü	58
1.1.3. Rekabetçi Gelişme Aşamaları	73
1.2. İMALAT SANAYİ OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE	78
1.2.1. İmalat Sanayi Tanımı	78
1.2.2. Otomotiv İmalat Sanayi	78
1.2.3. Otomotiv İmalat Sanayinin Rekabet Üstünlüğü	83

İKİNCİ BÖLÜM⁸⁵

YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİ

2.1. YÜKSELEN PİYASA KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ	85
2.1.1. Yükselen Ekonomiler	85
2.1.2. Ülkelerin Gelişmişlik Sınıflandırılması	86
2.1.3. Yükselen Piyasa Ekonomilerinin Makroekonomik Özellikleri	88
2.1.4. Yükselen Piyasa Ekonomilerinin Dünya Ticaretindeki Yeri	91
2.2. YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNİN GENEL DURUMU	91
2.2.1. Brezilya	91
2.2.2. Rusya	95
2.2.3. Hindistan	97
2.2.4. Çin Halk Cumhuriyeti	100
2.2.5. Endonezya	102
2.2.6. Türkiye	106
2.2.7. Güney Kore	108
2.2.8. Meksika	110

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

3.1. ÇALIŞMADA KULLANILAN VERİLER VE İKTİSADİ ANALİZ	112
--	-----

3.1.1. Çalışmanın Önemi	112
3.1.2. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı	112
3.1.3. Kullanılan Değişkenlerin Tanımı	113
3.1.3.1. Teknoloji Yatırımları	113
3.1.3.2. Ar-Ge Faaliyet Yatırımları	114
3.1.3.3. Beşeri Sermaye Yatırımları	115
3.1.3.4. İnovasyon	115
3.1.3.5. Faiz Oranı	116
3.1.3.6. Doğrudan Yabancı Yatırımları	117
3.1.3.7. Ham Petrol Üretimi	118
3.1.3.8. Reel Gayri Safı Yurtiçi Hasıla (R-GSYİH)	118
3.1.3.9. Toplam Otomotiv Üretimi	118
3.1.3.10. Enflasyon	120
3.1.3.11. Petrol Fiyatı	121
3.1.3.12. Döviz Kuru	122
3.1.3.13. Otomobil Satışları	122
3.1.4. Veri Toplama Teknikleri	123
3.1.5. Çalışmanın Yöntemi: Panel Veri Analizi	123
3.1.5.1. Ortak Sabit Regresyon Yöntemi	126
3.1.5.2. Sabit Etkiler Yöntemi	127
3.1.5.3. Rassal Etkiler Modeli	129
3.1.5.4. Chow Testi	130
3.1.5.5. Hausman Testi	131
3.1.5.6. Durağanlık Kavramı ve Birim Kök Testi	132
3.1.5.7. Eşbütünleşme Testleri	133
3.1.5.8. Otokorelasyon ve Değişen Varyans	135
3.2. LİTERATÜR TARAMASI	136
3.3. YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ	141
3.3.1. Brezilya	141
3.3.1.1. Teknoloji Yatırımları	141
3.3.1.2. Ar-Ge Faaliyetleri	142

3.3.1.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	143
3.3.1.4. İnovasyon	143
3.3.1.5. Faiz Oranı.....	144
3.3.1.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	144
3.3.1.7. Ham Petrol Üretimi	146
3.3.1.8. Otomobil Üretimi	146
3.3.2. Rusya.....	147
3.3.2.1. Teknoloji Yatırımları	147
3.3.2.2. Ar-Ge Faaliyetleri	147
3.3.2.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	149
3.3.2.4. İnovasyon	149
3.3.2.5. Faiz Oranı.....	150
3.3.2.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	151
3.3.2.7. Ham Petrol Üretimi	151
3.3.2.8. Otomobil Üretimi	152
3.3.3. Hindistan	153
3.3.3.1. Teknoloji Yatırımları	153
3.3.3.2. Ar-Ge Faaliyetleri	153
3.3.3.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	154
3.3.3.4. İnovasyon	154
3.3.3.5. Faiz Oranı.....	155
3.3.3.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	155
3.3.3.7. Ham Petrol Üretimi	156
3.3.3.8. Otomobil Üretimi	156
3.3.4. Çin Halk Cumhuriyeti	157
3.3.4.1. Teknoloji Yatırımları	158
3.3.4.2. Ar-Ge Faaliyetleri	158
3.3.4.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	159
3.3.4.4. İnovasyon	159
3.3.4.5. Faiz Oranı.....	160
3.3.4.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	161
3.3.4.7. Ham Petrol Üretimi	162

3.3.4.8. Otomobil Üretimi	162
3.3.5. Endonezya	164
3.3.5.1. Teknoloji Yatırımları	164
3.3.5.2. Ar-Ge Faaliyetleri	164
3.3.5.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	164
3.3.5.4. İnovasyon	165
3.3.5.5. Faiz Oranı.....	165
3.3.5.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	166
3.3.5.7. Ham Petrol Üretimi	166
3.3.5.8. Otomobil Üretimi	167
3.3.6. Türkiye	168
3.3.6.1. Teknoloji Yatırımları	168
3.3.6.2. Ar-Ge Faaliyetleri	169
3.3.6.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	171
3.3.6.4. İnovasyon	172
3.3.6.5. Faiz Oranı.....	174
3.3.6.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	174
3.3.6.7. Ham Petrol Üretimi	174
3.3.6.8. Otomobil Üretimi	175
3.3.7. Güney Kore	177
3.3.7.1. Teknoloji Yatırımları	177
3.3.7.2. Ar-Ge Faaliyetleri	179
3.3.7.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	181
3.3.7.4. İnovasyon	182
3.3.7.5. Faiz Oranı.....	183
3.3.7.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar.....	183
3.3.7.7. Ham Petrol Üretimi	184
3.3.7.8. Otomobil Üretimi	185
3.3.8. Meksika	186
3.3.8.1. Teknoloji Yatırımları	186
3.3.8.2. Ar-Ge Faaliyetleri	186
3.3.8.3. Beşeri Sermaye Yatırımları.....	187

3.3.8.4. İnovasyon	187
3.3.8.5. Faiz Oranı	188
3.3.8.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar	188
3.3.8.7. Ham Petrol Üretimi	189
3.3.8.8. Otomobil Üretimi	189
3.4. AMPİRİK SONUÇLAR	190
3.4.1. Tahmin Modelinin Belirlenmesi	191
3.4.2. Tahmin Yönteminin Belirlenmesi	191
3.4.3. Tahmin ve Uyumlu Model Testi	192
3.4.3.1. Normallik Testi	192
3.4.3.2. Çoklu Bağlantı Testi	193
3.4.4. Durağanlık Kavramı ve Birim Kök Testi	193
3.4.5. Panel Veri Analizi	193
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	195
KAYNAKÇA.....	201
EKLER	215
ÖZGEÇMİŞ.....	217

YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

ÖZET

Otomobil endüstrisi, ekonomik olarak daha güçlü olan her ülkenin lokomotif sektörlerinden biridir. 1995-2005 döneminde yüzde 30 oranında büyüme gerçekleştiren söz konusu endüstri, izleyen dönemlerde de büyümeye devam ederek önemli bir sektör olma özelliğini korumuştur. Çin, Hindistan ve Brezilya gibi yükselen ekonomi ülkelerinde otomotiv satışlarının bir esnekliğe sahip olduğu bilinmekle birlikte, sektörün sağlam duruşu günümüze dek bir çok uzmanın tahmininin ötesine geçmiştir.

Otomotiv sektörünün rekabet edebilme gücü oldukça önemli bir husustur. Bu çalışmanın konusu, yükselen piyasa ekonomilerindeki otomotiv sanayinin rekabet üstünlüğünü etkileyen faktörlerin neler olduğu ve faktörlerin bu ülkelerin rekabet güçleri üzerindeki verimliliğinin ve etkililiğinin ölçülmesidir. Otomotiv sanayinin rekabet üstünlüğü konularında ayrıntılı olarak yapılan teorik değerlendirmeler ve bulgulardan hareketle, faktörlerin ayrımında uluslararası rekabet üstünlüğü ile ticaret arasındaki ilişkinin irdelenmesi ayrı bir önem arz etmektedir.

Çalışmanın son bölümünde, panel veri analizi yöntemi ile, Chow ve Hausman testleri kullanılarak sabit etkiler modeli oluşturulmuştur. Bu model, bağımlı değişken olan otomobil satışlarına, bağımsız değişkenler olan GSYİH'nın, otomobil üretiminin, enflasyonun, benzin fiyatının ve döviz kurunun etkisini belirleyebilmek için kullanılmıştır. Başka bir ifade ile söz konusu bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için göreceli olarak daha uygun bir teknik olduğu için bu model seçilmiştir.

Bu kapsamda, son olarak yükselen piyasa ekonomileri, imalat sanayi rekabet etme biçimlerine göre; kaliteye dayalı rekabet eden endüstriler ve fiyata dayalı rekabet eden endüstriler olmak üzere sınıflandırılmıştır. Zayıf altyapı ile ilgili sorunları giderme amaçlı bir ekonomik reform sürecine başlayan yükselen piyasa ülkeleri, sermaye başına düşen Gayri Safi Milli Hasıla içinde istikrarlı bir büyüme sağlamış ve küresel ticarete önemli pozisyonlara ulaşarak küresel ekonomide entegrasyonu arttırmıştır. Çalışmanın sonunda elde edilen sonuç, GSYİH ve otomobil üretiminin otomobil satışlarında anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu yönündedir. Ayrıca, enflasyon ve benzin fiyatının otomobil satışlarında önemli ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Otomobil satışlarında kayda değer bir etkisi olmayan tek değişken ise döviz kurudur.

Anahtar kelimeler: Yükselen piyasa ekonomileri, otomotiv sanayi, rekabet üstünlüğü, otomotiv üretimi

COMPETITIVE ADVANTAGE OF AUTOMOTIVE INDUSTRY IN THE EMERGING MARKET ECONOMIES COUNTRIES IN TERM OF COMPARISON

ABSTRACT

The automobile industry is one of the locomotive sectors of every major country in the World. The industry, which achieved 30 percent growth in the 1995-2005 period, in the following periods continuing to grow maintaining its position as an essential sector. While it is known that automotive sales have a resilience in emerging economies such as China, India and Brazil, the robust stance of the sector has gone beyond the estimates of many experts until today.

The competitiveness of the automotive sector is a very important aspect. The subject of this study is the factors that influence the competitive advantage of automotive industry in emerging market economies and the measurement of the efficiency and effectiveness of these countries on their competitiveness. From the theoretical evaluations and researches that have been made in detail about the competitive advantage of the automotive industry, the examination of the relationship between international competitive advantage and trade in terms of factors is another importance.

In the last chapter of the study, a fixed effect model was created by using panel data analysis method which is according to Chow and Hausman tests. This model was used to determine the independent variables, GDP, automobile production, inflation, gasoline price and the impact of foreign Exchange on automobile sales as a dependent variable. In other words, this model is chosen because it is relatively more appropriate technique to determine the relationship between dependent variable and independent variables.

In this context, the emerging market economies, according to the forms of competition in the manufacturing industry, Quality-based competing industries and competition-based industries. Starting with an economic reform process aimed at addressing weak infrastructure issues, emerging market countries have steadily grown within the GNP per capita and have increased their position in the global economy by reaching key positions in global trade. The result at the end of the study indicates that GDP and automobile production have a significant and positive impact on automobile sales. In addition, inflation and gasoline prices have significant and negative effects on automobile sales. The only variable that has no significant impact on automobile sales is the exchange rate.

Keywords: *Emerging market economies, automotive industry, competitive advantages, automobile production.*

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: AVRUPA BİRLİĞİ
ABD	: AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
AKİP	: ANADOLU KÜMELERİ İŞBİRLİĞİ PLATFORMU
AKÜ	: AÇIKLANMIŞ KARŞILAŞTIRMALI ÜSTÜNLÜKLER
AR-GE	: ARAŞTIRMA-GELİŞTİRME
AYB	: AVRUPA YATIRIM BANKASI
BMKP	: BİRLEŞMİŞ MİLLETLER KALKINMA PROGRAMI
ÇUŞ	: ÇOK ULUSLU İŞLETME
DPT	: DEVLET PLÂNLAMA TEŞKİLATI
DTM	: DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI
GAP	: GÜNEYDOĞU ANADOLU PROJESİ
GSMH	: GAYRİ SAFİ MİLLÎ HÂSILA
GSYİH	: GAYRİ SAFİ YURTTİCİ HÂSILA
GZTF	: GÜÇLÜ/ZAYIF YÖNLER, TEHDİTLER/FIRSATLAR
IMD	: INSTITUTE OF MANAGEMENT DEVELOPMENT
İMA	: İSTANBUL MODA AKADEMİSİ
KDV	: KATMA DEĞER VERGİSİ
KGF	: KREDİ GARANTİ FONU
KOBİ	: KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETME
KOSGEB	: KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ SANAYİ GELİŞTİRME VE DESTEKLEME İDARESİ BAŞKANLIĞI
MPM	: MİLLÎ PRODÜKTİVİTE MERKEZİ
MÜSİAD	: MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ
ODTÜ	: ORTADOĞU TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
OECD	: ORGANIZATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT
OLS	: ORDINARY LEAST SQUARE
OPROB	: ORDERED PROBIT
OSB	: ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

OSTİM	: ORTADOĞU SANAYİ TİCARET VE İŞ MERKEZİ
REOPROB	: RANDOM EFECT PROBIT
SSS	: SAVUNMA SANAYİ SEKTÖRÜ
SBA	: SMALL BUSINESS ADMINISTRATION
SEK	: SIRADAN EN KÜÇÜK KARELER
STA	: SERBEST TİCARET ANLAŞMALARI
STK	: SİVİL TOPLUM KURULUŞU
SSK	: SOSYAL SİGORTALAR KURUMU
TOBB	: TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ
TÜBİTAK	: TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK ARAŞTIRMA KURUMU
TÜİK	: TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU
CAT	: COMPETITIVE ADVANTAGE OF TURKEY
TÜSİAD	: TÜRKİYE SANAYİCİ VE İŞ ADAMLARI DERNEĞİ
URAK	: ULUSAL REKABET ARAŞTIRMALARI KURUMU DERNEĞİ
V.D.	: VE DİĞERLERİ
VB	: VE BENZERİ
VS.	: VE SAİR
YTL	: YENİ TÜRK LİRASI

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Üç Genel Rekabet Strateji.....	17
Tablo 2. Genel Stratejilerin Özellikleri ve Gereklilikleri.....	17
Tablo 3. Ürün Kalitesi Tanımları ve İlgili Kalite Özellikleri.....	59
Tablo 4. Dünya Otomotiv Pazarı ve Satış Oranını (2014-2015).....	84
Tablo 5. Kişi Başına Düşen Milli Gelir'e göre Ülkelerin Sınıflandırılması (\$).....	86
Tablo 6. Gelişmiş ve Gelişmekte olan ülkelerin Dünya ticaretindeki yeri (%)	87
Tablo 7. Yükselen Piyasalar ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Ekonomik Göstergeler (%)	89
Tablo 8. Gelişmiş ve Gelişmekte olan ülkelerin Dünya ticaretindeki yeri (%)	90
Tablo 9. Literatur Taraması.....	139
Tablo 10. Brezilya'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	146
Tablo 11. Rusya'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014).....	152
Tablo 12. Hindistan'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	157
Tablo 13. Çin'de Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	163
Tablo 14. Endonezya'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	167
Tablo 15. Türkiye'de Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	176
Tablo 16. Güney Kore'de Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	185
Tablo 17. Meksika'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)	189
Tablo 18. Tahmin Model Belirlenmesi Panel Veri Analizi	191
Tablo 19. Tahmin Yöntem Belirlenmesi Panel Veri Analizi	191
Tablo 20. Çoklu Bağlantı Sonucunun Tablosu	193

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Verimliliğin ve Verimlilik Artışının Belirleyicileri	27
Şekil 2. Porter'in Elmas Modeli.....	42
Şekil 3. Ulusal Rekabetçi Üstünlüğün Belirleyicileri	47
Şekil 4. Karşılaştırmalı Üstünlük, Pazarlama Faaliyetleri ve Rekabetçi Üstünlük.....	57
Şekil 5. Rekabetçi Gelişme Aşamaları.....	73
Şekil 6. Ulusal Rekabetçi Gelişme Süreci	76
Şekil 7. Otomotiv Sektörünün Ekonomiye Katkısı.....	80

ÖNSÖZ

Yükselen piyasa ekonomilerinin uygulamış oldukları iktisat politikaları, bu ekonomilerin gelişmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca yükselen piyasa ekonomilerinin dünya ekonomisindeki payı gün geçtikçe artmaktadır. Bilhassa son dönemde küresel sermaye daha fazla oranda bu ekonomilere giriş yapmaktadır. Makroekonomik göstergelerin kanıtladığı üzere, BRIC ülkelerinin ve Türkiye'nin gelişmekte olan ülkeler içerisinde oldukça dikkat çeken ülkelere oldukları bilinmektedir.

21. Yüzyıl'ın en önemli üretim aracı bilgi ve teknolojidir. Bilgi ve teknolojinin bu denli önemli olduğu günümüzde hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin bilgi ve teknolojiyi gerek üretim süreçlerinde, gerek diğer alanlarda optimum ölçüde kullanmaları gerektiği saptanmıştır. Gelişmekte olan ülkeler içerisinde yer alan BRICS ülkeleri içerisindeki Çin ve Hindistan gibi büyük ekonomili ülkelerin kalkınmalarına bakıldığında bu ülkelerin bilgiyi ve teknolojiyi kullanarak üretimde avantajlı duruma geçtiği görülmüştür.

Ekonomik gelişmelerle yakından ilgili taraflar, dünya ekonomisinin içinde bulunduğu günümüz koşullarında, piyasa ekonomilerinin yükselişinden veya boy göstermesinden daha büyük bir (ekonomi politikası anlamında) meydan okuyuş ve fırsatın olmadığını öne sürmektedir. Bu tez çalışmasında da yükselen piyasa ülkelerinin uygulamış oldukları otomotiv sanayinin üstünlüğü karşılaştırmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın tüm aşamalarında bana her konuda yardım ve desteğini esirgemeyen, danışman hocam sayın Doç. Dr. Ferhat Pehlivanoglu başta olmak üzere, Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde görevli olan tüm değerli hocalarıma saygılarımı sunar ve teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak da bu günlere gelebilmemde çok büyük emekleri olan anneme ve babama sıkıntılı dönemlerimdeki psikolojik desteklerinden ve bilhassa hayatım boyunca sarf ettikleri çabalarından dolayı teşekkürü bir borç bilir; sevgi, ve saygılarımı sunarım.

GİRİŞ

Küreselleşme sürecinde, hem firmalar hem de ulusal politika yapıcılar bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelere paralel olarak uluslararası rekabet gücü elde edebilme hususuna özel önem vermektedirler. Ulusal düzeyde rekabet gücünün belirlenmesi için verimlilik odaklı, pazar payı odaklı ve barındırılan rekabetçi firma/endüstri sayısına göre değerlendirmeler göz önüne alınırsa, refahın ülkedeki firmaların verimli yöntemler kullanarak daha değerli ürün ve hizmet üretme yetenekleri sayesinde mikroekonomik seviyede oluşturulduğu anlaşılır. Bu da, bir ülkenin firmaları rekabetçi olmadığı sürece o ülkenin de rekabetçi olamayacağı ve refahını arttıramayacağı anlamına gelir. Kurumsal bazda rekabete yol açan indekslerin yayımlanmaya başlanmasıyla, bu çalışmanın bu indeksleri modele katan ilk çalışma olması ve bu indeksleri iktisat teorisi çerçevesinde rekabete yol açan diğer değişkenleri kullanarak da; hem kurumsal hem de teorik faktörlerin rekabet gücü üzerindeki etkisini ölçmeye çalışması ve bu doğrultuda karma modeller geliştirilmesi açısından önemlidir. Çalışma bulgularının ülke yöneticilerine ve firmalara strateji belirleme ve fırsatları değerlendirmede yeni bir vizyon katması açısından da diğer bir öneme sahiptir¹.

Her ülkenin amacı kendi vatandaşlarına yüksek bir refah seviyesi sağlamaktır. Ulusal düzeyde rekabet gücünün en basit ve anlamlı tanımı European Commission tarafından yapılmıştır. European Commission (2009: 15), rekabet gücünü, bir ülkenin, mümkün olan en düşük işsizlik seviyesinde vatandaşlarına sürdürülebilir yüksek yaşam standardı sağlama olarak tanımlar. Diğer taraftan, ülkeler refahlarını, çok verimli oldukları ürün ve hizmetlerdeki uzmanlıklarını ve verimliliklerini arttırarak daha yüksek seviyelere çıkarabilirler. Bu doğrultuda, hızlı ve sürdürülebilir verimlilik artışı için gerekli olan şartların nasıl yaratılacağı sorununa çözümler aranır. İstikrarlı politik ve yasal kuruluşlar ile güçlü makroekonomik politikalar ülke refahını arttırmak için ortam oluşturur.

¹ Akal, Mustafa., Kabasakal, Ali., Seyit, M. Gökmenoğlu (2012), OECD Ülkelerin Rekabet Gücünü Açıklayıcı Kurumsal ve Karma Modeller.

En önemlisi, firmalar ve ülkeler daha başarılı olabilmek için rekabet güçlerini artırmaya çalışmaktadırlar. İmalat sanayi özelinde düşünülürse, işletmelerin gelecekte var olabilmeleri iç ve dış piyasalarda rakiplerine karşı sağlayabilecekleri rekabet gücü üstünlüğüne bağlı olacaktır. Dünya piyasalarında fiyat ve fiyat dışı unsurlar itibariyle rekabet edebilen firmalar gelişip güçlenirken, rekabette zorlananlar bu piyasalardan çekilmek zorunda kalacaktır (Bedir, 2009: 3).

Bu açılardan değerlendirildiğinde, uluslararası rekabet gücünün unsurları, temel belirleyicileri ve ölçüm teknikleri (göstergeleri) gerek akademik dünyada gerekse tüm iktisadi karar alıcılar arasında daha sık ve özenle ele alınır olmuştur. 1980'li yıllardan bu yana bir taraftan uluslararası rekabet gücü ve rekabet gücünün hangi yönde değiştiği hususunda sektörel konular başta olmak üzere akademik çalışmalar, uluslararası faaliyetler ve yerel sivil toplum örgütü inisiyatifleri artarken diğer yandan ülkeler / sektörler / firmalar uluslararası rekabet gücünü geliştirmeye yönelik çeşitli yapılanma ve programlar ortaya koymaktadırlar (Bedir, 2009: 3).

Ancak, öncelikle belirtmek gerekirse uluslararası rekabet gücünün tanımı, belirleyicileri, ölçüm teknikleri üzerinde genel kabul gören bir yaklaşım bulunmamaktadır. Uluslararası rekabet gücü üzerinde ortak bir tanım bulunmaması rekabet gücü kavramına farklı anlamlar yüklenilmesinden kaynaklanmaktadır. Bazıları doğal kaynaklara sahipliğin veya düşük maliyetle üretimin avantajını ifade ederken bazıları ileri kümelenme yapılanmalarının varlığını, teknolojik gelişmişliği veya yüksek büyüme gibi makroekonomik bir göstergelyi öne çıkarmaktadır. Genelde ise, rekabet gücü artışı ile ülkenin yaşam standartlarını uzun vadede artırabilmesi kast edilmektedir (Rekabet Forumu, 2006). Aslında temel mesele rekabet gücünü tek veya sınırlı sayıdaki faktörle ifade etmenin yetersiz olacağıdır. Rekabet gücü, bu faktörlerin her birinden etkileneşine rağmen, çok daha karmaşık ve derin bir yapı arz etmektedir. Bu faktörler çok sayıda olduğu kadar, ülkelerin gelişmişlik seviyesine bağlı olarak önem dereceleri de farklı olabilecektir. Ayrıca, küresel ekonomideki değişikliğin hızlı olduğu da bir veri olarak alındığında, rekabet gücünün iyileştirilmesi için kritik olan faktörlerin zamanla değiştikleri de açıktır (Lopez-Claros, 2006).

Bu çerçevede, uluslararası rekabet gücü kavramını soyut bir kavram olmaktan çıkarıp, sadece belirli rakamsal gösterimlere ve birçok alt göstergenin matematiksel toplulaştırılmasına kıyasla rekabet gücü ifadesine yüklenen anlamın açıklanması oldukça önemlidir. Diğer taraftan, geleneksel dış ticaret teorilerinin öngörülerinin aksine gelişen ve üzerinde düşünülmesi önem arz eden bir husus, uluslararası dış ticaretin yapısında gözlenen gelişmelerdir. Özellikle Avrupa Ekonomik Topluluğu entegrasyonundan sonra, üye ülkeler arasında beklenen karşılaştırmalı üstünlüklere dayalı bir uzmanlaşmanın olduğu endüstrilerarası ticaretten (aynı endüstri veya ürün grubunda tek yönlü ticaret) farklı olarak endüstri-içi ticaretin (aynı endüstri veya ürün grubunda iki yönlü ticaret) görülmesi uluslararası dış ticaret konusunda 1960'lı yılların en önemli bulgularını oluşturmuştur (Fontagné ve diğerleri, 2005; Lindert ve Pugel, 1996).

Bu bağlamda, özellikle mal ve sermaye hareketlerindeki liberalleşmenin de etkisiyle, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere, Doğu Avrupa ülkelerinde olduğu gibi gelişmekte olan ülkeler arasındaki uluslararası dış ticarete de endüstri-içi ticaretin önemi zamanla oldukça artmıştır. Genel anlamda, karşılaştırmalı üstünlüklere göre yapılan endüstrilerarası ticaret bir endüstride ihracat bir başkasında ithalat olarak gerçekleşirken; endüstri-içi ticaret aynı endüstride (oldukça benzer ürünlerde) hem ithalat hem de ihracat yapılması durumu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Oysa, karşılaştırmalı üstünlüklere dayalı uluslararası dış ticaret teorisine göre (geleneksel dış ticaret teorisi), dış ticaret ülkelerin üretim taraflarındaki farklılıklarını kullanmasından kaynaklanır. Bu bağlamda, endüstrileşmiş ülkelerin ağırlıklı olarak gelişmekte olan ülkelerle ticaret yapmaları beklenir. Çünkü, endüstrileşmiş ülkeler faktör donanımı ve teknoloji kapasitesi bakımından önemli ölçüde benzer durumdadır. Karşılaştırmalı üstünlüklere dayalı teoriye göre, işlenebilir arazi ve doğal kaynaklardaki farklılıklardan kaynaklanabilecek birincil ürün ticareti hariç, bu ülkeler arasında çok düşük düzeyde ticaret beklenir (Lindert ve Pugel, 1996: 95).

Buna karşın çok genel bir benzetme olmasına rağmen, Fukasaku (1992), Almanya ile Fransa arasındaki otomobil ticaretinin göreceli faktör donanımı farklılığından

kaynaklandığının açıklanmasının oldukça güç olduğunu günümüz ticaret biçimine klasik bir örnek olarak vermektedir.

Benzer şekilde, Porter (1990a: 12)'a göre, üretim faktörlerine dayalı karşılaştırmalı üstünlüklerin, günümüzde dış ticaretin açıklanmasında yetersiz kaldığına dair inanç gittikçe güçlenmektedir. Daha genel ifadeyle, dünya ticaretinin önemli bir bölümü benzer faktör donanımına sahip gelişmiş sanayi ülkeleri arasında oluşmaktadır. Aynı zamanda, dış ticaretin büyük bir bölümü giderek artan bir biçimde, üretimi benzer faktör donanımı gerektiren ürünlerde meydana gelmektedir. Her iki türdeki uluslararası dış ticaretin de geleneksel dış ticaret teorisiyle açıklanması güçtür. Uluslararası dış ticaretin önemli bir bölümü de, çokuluslu şirketlerin farklı ülkelerdeki bağlı birimleri (kuruluşları) arasında oluşan ithalat ve ihracattan kaynaklanmaktadır.

Diğer önemli bir husus ise, uluslararası dış ticaretin karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin temelini oluşturan varsayımların günümüzde imalat sanayinin birçok endüstrisinde artık gerçekçi olmadığıdır. Günümüz endüstrilerinin çoğu, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin oluşturduğu döneme kıyasla farklı özellikler göstermektedir. Uluslararası düzeyde yaşanan çetin rekabet ortamında ölçek ekonomisinden yaygın bir şekilde faydalanılmakta, yeni ürün ve inovasyon önem kazanmakta, ürünlerin çoğu farklılaştırılmış özellikler arzetymekte ve tüketici tercihlerinin baskın unsur olduğu yaygın ve sürekli bir teknolojik değişim yaşanmaktadır.

Bununla birlikte, günümüz dünyasında şirketler; girdilerini dünya ölçeğinde tedarik etmekte, faaliyetlerini birçok ülkeye yaymakta, üretim faaliyetleriyle yetinmeyip tasarım faaliyetlerine de uluslararası boyut kazandırmakta, dünya geneline satış yapmakta, ulaştırma ve haberleşme teknolojisindeki hızlı gelişmelerin de etkisiyle diğer şirketlerle stratejik işbirlikleri geliştirmekte ve tamamen küresel stratejilerle rekabet etmektedirler. Porter (1990a: 33)'in belirttiği üzere, “uluslararası rekabet baskısı altında olan ülkeler değil, şirketlerdir”. Şirketler, her geçen gün küresel rekabette yetkinliğini artırmak zorundadırlar (Porter, 1990a).

Bu çerçevede, giderek küreselleşen dünyada, bir yandan dünya hâsılasına oranla dünya dış ticaretinin ağırlığı artarken diğer taraftan uluslararası dış ticaretin niteliğinde

yeni unsurlar ortaya çıkmıştır. Uluslararası dış ticaretin bu yeni unsurları olarak; 1) endüstri-içi ticarete artış, 2) üretim sürecinde yaratılan katma değerin çok sayıda farklı coğrafi alanlara kaydırılması, 3) “süper dış ticaretçi” ülkelerin oluşması ve 4) düşük ücretli ülkelere yüksek ücretli ülkelere yönelik yüksek miktarda imalat sanayi ihracatı yapılması hususları öne çıkmaktadır (Krugman, 1995: 332).

Küreselleşmenin yoğun bir şekilde yaşandığı günümüzde ülkelerin rekabette öne çıkmaları büyük ölçüde imalat sanayi tarafından gerçekleştirilmektedir. Firmalar bu büyük rekabette rakiplerinden daha önemli teknolojilere sahip olmalı ve yeniliklere açık olmalıdırlar. Endüstriyel düzeyde bir firmanın rakiplerine eş değer veya ondan daha fazla seviyede bir verimlilik düzeyine ulaşması ise firmaların rekabet gücünü artırmaktadır. Rekabet gücü bir ülkenin üretim kabiliyeti ve kapasitesinin düzenli bir şekilde artışı anlamına gelmektedir. Bu şekilde artan rekabet gücünü geliştirmek firmaların kullandığı kaynakları etkin ve verimli bir şekilde kullanması ile doğru orantılıdır (Pehlivanoglu, 2014: 147).

Otomotiv sanayi ileri teknoloji ve büyük sermaye yatırımı gerektirse de gerek yarattığı katma değer ve sağladığı istihdam olanağıyla gerekse de üretimde kullandığı girdileri tedarik ettiği sektörlerle gerçekleştirdiği yakın iş birliği nedeniyle ülke ekonomilerindeki lokomotif sektörlerin başında gelmektedir. Bu çalışmada yükselen piyasa ülkeleri aralarında imalat sanayinin rekabet üstünlüğü otomotiv sektörü özelinde karşılaştırılmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL AÇIDAN REKABET VE İMALAT SANAYİ

1.1. REKABET GÜCÜ VE REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ

Rekabet kavramı temelde firma düzeyinde ele alınmakla birlikte son yıllarda kapsamının global düzeyde yeniden yapılandığı ve rekabetin çeşitli mekânlarla önemli ilişkilerinin olduğu ortaya atılmıştır (Eroğlu ve Yalçın, 2013: 95). Günümüzde sıkça kullanılan rekabet ve rekabet avantajı kavramlarının tanımlanması hususunda henüz bir fikir birliği olmadığı ve farklı bilim adamları ve kurumlar tarafından farklı tanımlar üzerinde yoğunlaşıldığı görülmektedir. Küreselleşme ve bilgi toplumuna geçiş sürecinde dünyada yaşanan hızlı ve çok yönlü yapısal değişimler, “rekabet” kavramını küresel ekonomide gözlenen en önemli olgu haline getirmiştir. Günümüzün küreselleşen dünyasında rekabetçilik ülkeler, bölgeler, kentler ve firmalar arasındaki farklılığı ortaya çıkarmada bir dönüm noktası olmuş ve bir mekânın rekabetçiliği, o mekânın benzer ekonomik gelişme gösteren diğer mekân ekonomileriyle kıyaslanma ve uluslararası pazardaki konumunu belirleme açısından en önemli unsur halini almıştır (Eroğlu ve Yalçın, 2013: 98).

Gittikçe küreselleşen dünyada üretim uluslararası boyut kazanmakta, üretimde kullanılan hammadde, aramalı, sermaye, teknoloji, hatta işgücü çeşitli ülke veya kaynaklardan temin edilebilmektedir. Ayrıca dış ticaret, uluslararası yatırımlar, teknoloji transferi ve sermaye hareketleri bakımından ülkelerin birbirine bağımlılığı artmaktadır.

Diğer taraftan, rekabetin dünya ölçeğinde küreselleşmesi ilk bakışta ülkeye (üretim yerine) özgü faktörlerin önemini azaltıyor gibi görünsede, ülkeye özgü durumun (yerel şartların) önemi aslında daha da artmaktadır. “Ulusal ekonomik yapıda, değerlerde, kültürde, kurumsal yapıda ve tarihi birikimdeki farklılıklar geniş ölçüde rekabetçi üstünlüklere katkı sağlamaktadır” (Porter, 1990a: 19).

Her şeyden önemlisi; küreselleşmeyi, ülke öneminin yerini alan bir husus olarak görmemek gerekir. Aksine, küresel ölçekte rekabet için gerekli rekabetçi üstünlükler, büyük ölçüde yerel düzeyde (yurt içinde) yaratılmakta ve yerel içeriği yüksek

faaliyetlerde sağlanan başarılarla sürdürölmektedir. Çünkü, rekabetçi olmayan yerel firma ve endüstrilerin korunması için dış ticarete yönelik engellerin ve çeşitli teşvik araçlarının sınırlandığı bir dünya sahasında, rekabetçi üstünlüklerin temel belirleyicileri olan, nitelikli işgücü, inovasyon yapabilme kapasitesi ve teknolojik gelişim gibi yetkinliklerin geliştirilmesi bakımından yurtiçi ortamın önemi gittikçe artmaktadır (Porter, 1990a; 1990b).

Dolayısıyla, firmaların konuşlandığı yurtiçi ortam ve bu ortamın sunduğu ulusal üstünlükler, söz konusu firmaların uluslararası düzeyde rekabet edebilmesi bakımından oldukça önem arz etmektedir. Firmalar, ülke koşullarından kaynaklanan bu üstünlüklerle birlikte uyguladıkları küresel stratejilerle küresel ölçekte rekabet gücü veya rekabetçi üstünlükler kazanmaktadırlar. Uluslararası başarı, nihai olarak ulusal koşulların ve şirket stratejisinin etkin bir bileşiminden kaynaklanmaktadır. Firmaların uygulayacakları küresel stratejiler, yurtiçinde yaratılan bu üstünlüğü destekleyici ve daha da güçlendirici olmaktadır.

1.1.1. Rekabet Gücü

Rekabet gücü, bir ülkede bir endüstrinin/sektörün diğer ülkelerdeki aynı endüstrilere/sektörlere göre daha yüksek gelir ve istihdam yaratabilme gücü olarak ifade edilebilir. Bir ülkenin ürettiğı ürünlerde bir başka ülkenin ürettiğı ürünler ile kıyaslanması noktasında fiyat, kalite ve tasarım gibi bazı noktalarda yarışabilecek seviyede olması gerekmektedir. Rekabet gücü, hâlihazırdaki sektörlerin veya ülkelerin birbirine göre olan durumlarını ortaya koyma konusunda katkı sağlar. Bazı işletmeler, rekabet gücünü üretkenlik, birim üretimde meydana gelen katma değerin miktarı ve bunun artma oranı olarak ifade ederken, bazıları alıcıların tüm ürün alternatifleri içinden, kendi ürünlerini tercih etmek konusunda ikna edebilmesi olarak ifade etmektedir (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008: 106).

Uluslararası düzeyde yaşanan çetin rekabet ortamında ülkeler, sektörler, firmalar hatta bireyler dahi büyük bir yarış içerisindeyler. Uluslararası rekabet gücü için firma, sektör, ülke bazında mukayeseler yapılmaktadır.

Uluslararası rekabet gücü denince genelde ilk olarak akla ülke seviyesinde rekabet gücü gelmesine rağmen, aslında firma veya sektörel bazda rekabet gücü çalışmaları yapılmasının daha anlamlı olabileceği tartışılmaktadır. Bu tartışmalarda, uluslararası rekabet gücü konusunun sadece firmalar veya sektörler açısından zaruri olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda, uluslararası piyasalarda rekabet edenin ülke değil, firmalar olduğuna dikkat çekilmektedir.

Bu çerçevede, “uluslararası rekabet baskısı altında olan ülkeler değil, şirketlerdir” (Porter 1990a: 33). Şirketler, her geçen gün küresel rekabette yetkinliğini artırmak zorundadırlar. Ülke koşulları, firmalarının uluslararası rekabetçi üstünlükler elde edebileceği uygun bir ortamı yaratmak açısından oldukça önemlidir ancak bu fırsatları değerlendirmek şirketlerin yetkinliğine ve uygulayacağı stratejilere bağlı olabilecektir (Porter 1990a; 1990b; 2004; Kibritçioğlu, 1996).

Uluslararası rekabet gücü kavramının, özellikle ulusal düzeyde tam olarak anlaşılması ve iktisadi ilişkisinin ortaya konması kısmen güç olup, üzerinde yaygın bir tartışma söz konusudur (Wignaraja ve Jonier, 2004). Kibritçioğlu (1996)’na göre, uluslararası rekabet gücünün ülke düzeyinde hesaplanması neredeyse tamamen anlamsızdır. Gerçi ülkeler ve hükümetler açısından endüstrilerinin veya firmalarının uluslararası rekabet gücüne sahip olmaları, üretimde uzmanlaşma, istihdam ve dış ticaret dengesi açısından oldukça önemlidir. Ancak, uluslararası rekabet gücü sorunu yalnızca firmalar bakımından yaşamsal bir sorundur. Zaten ülkelerin birbirleriyle olan rekabeti, ürettikleri ürünlerin fiyat ve kalitesine dayalı değildir. Ülkeler (hükümetler) mal, hizmet ve sermaye hareketleri bakımından giderek küreselleşen bir dünyada uygun bir yatırım ortamı sunarak daha fazla yabancı sermaye çekebilmek açısından birbirleriyle rekabet ederler. Özetle, ülkeler bakımından söz konusu olabilecek olan, sadece bir tür kuruluş yeri rekabetidir (Kibritçioğlu 1996: 3; 1998a).

Benzer şekilde Krugman (1994), bir ülkenin uluslararası rekabet gücünün tanımlanması konusunun, bir firmanınkine kıyasla çok daha güç / sorunlu olduğunu belirtmektedir. Firmaların uluslararası rekabet gücü bakımından temel kıstas (ölçü) açık ve nettir. İşçilerine, tedarikçilerine ve hissedarlarına olan ödemelerini yapamayan firmaların varlığını sürdürebilmesi mümkün olamayacaktır. Rekabetçi olmayan bir firma (şirket), piyasadaki konumunu sürdüremeyecek ve mevcut performansını iyileştirmedeği

takdirde piyasan çekilmek zorunda kalacaktır. Oysa, ülkelerin dünya sahnesinden çekilmesi gibi bir durumunun söz konusu olamayacağı, buna karşın ekonomik performanslarına bağlı olarak iyi veya kötü koşullarda bulunabileceği belirtilmektedir. Ayrıca, ülkelerin uluslararası rekabet gücü / ekonomik performansları bakımından kesin ve temel bir kıstasın (bottom line) bulunmadığına da işaret edilmektedir. Bu bağlamda, uluslararası rekabet gücü kavramının ülke düzeyinde ele alınması ve anlaşılması güçtür (Krugman, 1994: 31).

Diğer taraftan, ülkeler geliştikçe, rekabetçi üstünlükleri ve firmalarının rekabet etme biçimi bakımından da değişim ve iyileşme gösterirler. Uluslararası rekebet gücü kazanımı açısından, az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde düşük maliyetli işgücü ve ham maddeler gibi nispeten ana faktör şartları baskın hususlar olurken, gelişmiş ülkelerde ileri teknolojiye dayalı ürün ve hizmet üretebilme yeteneği belirleyici olmaktadır. Bununla birlikte, uluslararası rekabet gücü belirleyicilerinin önem derecesi zaman ve mekâna göre değişim göstermekte ve dinamik bir özellik arz etmektedir. Bu bağlamda, uluslararası rekabet gücünü geliştirmek için farklı gelişmişlik seviyesindeki ülkelerin uygulayacakları politikalar da farklılık arz edebilecektir.

Kibritçioğlu (1996: 2)'nin da vurguladığı üzere, zaten “yeterince berrak ve üzerinde genelde uzlaşılan bir tanımı bulunmayan” uluslararası rekabet gücünün, unsurları, belirleyicileri ve göstergeleri (ölçme metotları) de birbiriyle karıştırılmakta ve zihinlerde içinden çıkılmaz şekilde iyice karmaşıklığa sebep olunmaktadır.

1.1.1.1. Rekabet Gücü Tanımı

Klasik varsayımlardan biri olan emeğin tek üretim faktörü ve tek maliyet kalemi olması; hammaddelerin, sermayenin ve işgücünün hareketli olduğu günümüzün küreselleşen dünya ekonomisinde ülkelerin rekabet gücünü açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Tek üretim faktörünün emek olduğu Klasik teori iş gücü verimliliğinin arttırılarak ülkenin karşılaştırmalı avantaja sahip olması ve ücretlerin düşük tutulması gerektiği yönünde bir düşüncenin oluşmasına sebebiyet verebilir. Faktörleri homojen sayan Faktör Donatımı Teorisi'nin de ülkelerin rekabet gücünü açıklamakta yetersiz kaldığı Leontief Çelişkisi ile gündeme gelmiştir. Keesing ve Kenen'in Nitelikli İşgücü

Teorisi emek faktörünü homojen olarak kabul etmemesi ve ülke rekabet gücünü belirleyen önemli etmenlerden biri olan eğitimli işgücünü dikkate alır (Seyidoğlu, 2007: 101). Ancak nitelikli emeğin tek başına ülke rekabet gücünü belirleyen etmenlerden biri olmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu teoriler doğrultusunda, bir ülke hangi faktör yoğunluğuna sahipse o faktörün yoğun kullanıldığı malda, nitelikli iş gücüne kıyaslamalı olarak daha fazla sahip ülke nitelikli işgücünü gerektiren malın üretiminde uluslar arası rekabet gücüne sahiptir. Emek verimlilik artışı, mal-faktör yoğunluğu ve nitelikli işgücü sahipliği rekabet gücünü pozitif yönde etkilemektedir (Akal, vb. 2012: 110-130).

Krugman, 1993-1995 yılları arasında ABD İktisadi Danışmanlar Konseyi Başkanlığını yürüten Laura D'Andrea Tyson'ın "Rekabet gücü, bir ülkenin vatandaşlarına sürdürülebilir ve devamlı artan yaşam standardı sunarken, uluslararası rekabet ölçütlerine uygun mal ve hizmetler üretme yeteneğidir" tanımının eksik olduğunu belirterek, yaşam standardı büyüme hızının, dış piyasa rekabetinin dışında yerel faktörlerle belirlenen yerel verimliliğin büyüme hızına eşit olduğunu ileri sürer (Krugman, 1994: 33). Dolayısıyla, ülkenin rekabet gücü problemini yerel verimlilik problemi olarak tanımlar. Bu doğrultuda yerel verimliliğin yükselmesi rekabet gücünü pozitif yönde etkileyeceği beklenir.

Uluslararası arenada rekabet edenlerin ülkeler yerine firmaların olduğunu ifade eden Porter, ulusal rekabet gücünü ülkede bulunan firmaların daha fazla verimlilik ve kalite elde etme kapasitesine bağlar (Porter, 1990a: 2). Rekabet gücünü döviz kurları, faiz oranları, devlet bütçe açıkları gibi değişkenlerle ilişkili makroekonomik bir olgu olarak gören düşünceyi; vatandaşlarına sürekli artan bir yaşam standardı sunan Almanya ve İsviçre gibi yüksek para birimine, İtalya ve Kore gibi yüksek faiz oranlarına, Japonya, İtalya ve Güney Kore gibi bütçe açıklarına sahip ülkeleri örnek göstererek çürütür. Rekabet gücünü bol ve ucuz iş gücünün bir fonksiyonu olarak gören düşünceyi ise; Almanya, İsviçre ve İsveç gibi iş gücü kıtlığı ve yüksek ücretlere sahip olmasına rağmen refah düzeyini yükselten ülkeleri, düşük ücret ve düşük işçilik maliyetlerine sahip olmasına rağmen rekabetçi firmalara ve endüstrilere sahip olmayan Meksika ve Hindistan gibi ülkeleri örnek vererek yanırlar. Rekabet gücünü bol doğal kaynaklar ile ilişkilendiren görüşü de Japonya, İsviçre, İtalya ve Güney Kore gibi ulusal rekabet

gücüne sahip ülkeleri göstererek tatmin edici bulmaz. Yine rekabet gücünün korumacılık, sübvansiyonlar ve ithalat teşviki gibi hükümet politikaları ile arttırılabileceği şeklindeki düşüncüyü Japonya'dan sonra dünya ihracatından en fazla pay alan fakat hükümet müdahalesinin az olduğu İtalya örneğini, ihracat üzerinde direk hükümet müdahalesinin ender olarak görüldüğü Almanya örneğini, önemli ihracat endüstrileri üzerinde hükümet rolünün az olduğu Japonya ve Güney Kore örneğini göstererek çürütür. Bu çerçevede bakıldığında rekabet gücünü açıklamada işletme iktisadı ile iktisat teorisi birbiriyle çelişir. Rekabet gücünün yönetim-işçi ilişkileri de dâhil olmak üzere yönetim uygulamalarındaki farklılıktan kaynaklandığı şeklindeki düşüncüyü de her endüstrinin kendine has yönetim usulüne sahip olması gerektiğini, örneğin İtalya'daki küçük bir endüstrinin yönetim biçimi ile Almanya'daki büyük bir endüstrinin yönetim biçiminin aynı olamayacağını ileri sürerek yanırlar. Güçlü sendikaların rekabetçi avantajı zayıflattığını iddia eden düşüncüyü, sendikaları güçlü olmasına rağmen uluslararası seçkinliğe sahip firmalara sahip olan Almanya ve İsviçre örneğini vererek tatmin edici bulmaz (Porter, 1990b: 76). Bu çerçevede bakıldığında işletme iktisadı da rekabet gücünü açıklamada kendi içinde çelişkili ifadeler barındırır. Diğer taraftan Porter'a göre uluslararası ticaret ulusal verimlilik düzeyini arttırmak için bir araç olup, devlet ve şans faktörü ulusal rekabetçilik sistemini tamamlayıp desteklemekte fakat sürekli bir rekabetçi avantaj yaratmamaktadır (Smit, 2010: 115).

Aiginger (2006: 171)'e göre yenilik ve eğitimli işgücüne dayalı rekabetçi avantaj ve yetenekler ülkelerin, bölgelerin olduğu kadar firmaların rekabet gücünü belirlemektedir. Uzun dönemde rekabetçi avantajı sürdürebilen firmalarda aranan özelliklerin sürekli yüksek katma değer üretmek, çalışanlarına yüksek ücret ödemek ve yüksek kar elde etmek gibi özellikler olduğunu, başarılı firmaların genellikle içsel büyüme ya da birleşmelerle istihdam ve boyutlarını arttırabildiklerini; dolayısıyla uzun dönemde başarılı firmaların sahip olduğu tüm bu göstergelerinin ulusal rekabet gücü tanımına ithal edilebileceğini ileri süren Aiginger firmaların rekabet gücünün iyi tanımlanmış kar/zarar hesabından daha fazlası olduğunu ve hatta firma rekabet gücünün refah yaratabilme kabiliyeti olarak tartışılabileceğini düşünmektedir. Dolayısıyla, yenilik ve eğitimli işgücü avantajı ve bunların sürdürülmesi firma ve ülkelerin rekabetini pozitif yönde etkilemektedir (Akal, vb. 2012: 110-130).

Porter'ın elmas modeli, Smit (2010: 122)'e göre ticaret teorilerine rakip bir teori olmanın dışında firmaların uluslararası rekabetçi üstünlüğünü arttıran avantajların ülkeye özgü kaynaklarını analiz etmekte kullanılan bir araçtır. Ancak Porter ve benzerlerinin açıklamaları WEF, IMD ve OECD gibi kurumları bir rekabet modelinde kullanılabilecek kapsamlı indeksler yapmaya itelemiştir.

Moon vd. (1998: 139)'ne göre, bir ülkedeki sürdürülebilir katma değerin hem yerel hem de yabancı sahiplikli firmalardan kaynaklanabilir ve sürdürülebilirlik birçok ülkeyi kapsayan coğrafi yapılandırma gerektirebilir. Dunning ve Lundan (1998: 131)' in yaptıkları çalışmaya göre ÇUF'ların gerek teknolojik gerekse nitelsiz işgücü ve doğal kaynaklar gibi geleneksel varlıklar açısından verimli değerleri yurtdışından edinmeye artan eğilimleri olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda bir ülkede ÇUŞ'ların sayısının ve doğrudan yabancı sermaye artışlarının ülkenin rekabet gücünü artırması beklenir.

Cho vd. (2009: 87)'ne göre rekabet gücü yerel doğal kaynaklar, piyasa boyutu, altyapı ve hükümet yapısı gibi değişkenleri içeren yerel fiziki faktörlerden; yerel ücretler, hükümet memurları, yerel girişimciler ve uzmanlar gibi değişkenleri içeren yerel beşeri kaynaklardan; yabancı doğrudan yatırımlar, ticarete açıklık, uluslararası bağlantılar ve küresel standartlar gibi değişkenleri kapsayan uluslararası fiziksel faktörlerden ve uzman meslekler ve iş pazarlarına açıklık gibi değişkenlerden oluşan uluslararası beşeri faktörlerden etkilenir. Rugman ve D'Cruz (1993: 18), Porter'ın tek elmas modelinin dış ticarete açık küçük ülkeler ve gelişmemiş ülkeler için uygulanabilir olmadığını örneğin bu modelin Kanada'da yer alan yabancı sahiplikli firmaların doğasının incelenmediğinden dolayı Kanada'nın uluslararası rekabet gücünü açıklayamadığını ileri sürerek eleştirmişler Çifte Elmas Modelini (Rugman ve D'Cruz, 1993: 34) geliştirmişlerdir. Buna göre Kanada'nın rekabet gücü, kendi ülke elmasları ile ABD'nin elmas modeline göre oluşmaktadır.

Aiginger (2006: 162) rekabet gücünü “refah yaratabilme yeteneği” olarak tanımlar ve bu kavramın kapsamlı bir değerlendirmesinin muhakkak “sonuç odaklı rekabet gücü yaklaşımını” ve “süreç odaklı rekabet gücü yaklaşımını” içermesi gerektiğini ifade eder. Sonuç Odaklı Rekabet Gücü Fonksiyonunu, kişi başı gelir, fakirlik, bölgesel istihdam farklılıkları ve uzun dönemli işsizlik gibi sosyal göstergeler ile dağılım göstergeleri; sera gazı emisyonu, çıkış enerji yoğunluğu taşıma hacmi gibi

çevreyle ilgili göstergeler seti; finansal sürdürülebilirlik, dış ticaret dengesinin sürdürülebilirliği ve politik istikrarın bir fonksiyonu olarak tanımlar. Süreç Odaklı Rekabet Gücü Fonksiyonunu, fiziksel sermaye, işgücü, teknik ilerleme, kabiliyet, kurumlar ve güvenin bir fonksiyonu olarak tanımlar. Bir ülkenin veya bölgenin performansını sonuç odaklı rekabet gücü yaklaşımı ile eşdeğer tutan yazar bu performansın ölçülmesinde kullanılan parametrelerin yaşam standardı ve refah değerlendirmesinde kullanılan parametrelerle benzer olduğunu ve bir ulusun refahının temel olarak kişi başı gelir ve istihdam beklentisiyle ilişkili olduğunu düşünmektedir. Süreç odaklı rekabet gücü fonksiyonu incelendiğinde iş gücü, sermaye ve teknolojik ilerleme gibi standart üretim fonksiyonundaki faktörlerin yanı sıra kabiliyet, kurumların kalitesi, güven, politik kararlılık ve hukukun üstünlüğü gibi faktörleri içerdiği daha genel bir tabirle gelir ve istihdam yaratmak için gerekli olan şartları içerdiği görülmektedir. Bu, bir bakıma bir ülke ya da bölgenin refah yaratma kabiliyeti olarak değerlendirilebilir. Aiginger (2006: 162) rekabet gücünü refah yaratabilme gücü ile eş tutarken Grilo ve Koopman (2006:67) yaşam standardı seviyesi ile eş değer görmektedir. Bu fonksiyona benzer bir modelin Porter tarafından Elmas Modeli adı altında oluşturulduğuna daha önce değinilmişti. Bu açıdan Aiginger'ın Porter'la bu noktada ortak görüşe sahip olduğu görülebilir.

1.1.1.2. Genel Rekabet Stratejileri

İşletmelerin rakiplerini devre dışı bırakmak için potansiyel olarak başarılı olacak üç genel strateji yaklaşımı vardır.

1. Toplam maliyet liderliği
2. Farklılaştırma
3. Odaklanma

Genel stratejiler, sektördeki rakipleri devre dışı bırakma yaklaşımlarıdır; bazı sektörlerde yapı, tüm işletmelerin yüksek getiriler elde etmesi anlamına gelirken, bazı sektörlerde, mutlak anlamda kabul edilebilir getiriler elde etmek, bu genel stratejilerin birinde başarıyı gerektirebilir (Porter, 2007:44).

1.1.1.2.1. Toplam Maliyet Liderliği

Toplam maliyet liderliği stratejisi ile düşük maliyet avantajı yaratarak rekabet üstünlüğü sağlanması amaçlanmaktadır. Bu tür strateji de, işletme faaliyetlerinde agresif olmayı çalışanların ciddi bir denetim ve gözetim altında tutulmasını, maliyetlerin düşürülmesini ve dağıtım maliyetlerinin sıkı bir biçimde kontrol altında tutulmasını gerektirmektedir (Taştan, 2008: 11)

Maliyet liderliği, verimli ölçekte faal tesislerin kurulmasını, deneyimlerden güçlü maliyet düşüşlerinin elde edilmesini, sıkı maliyet ve genel giderler kontrolünü, küçük müşteri hesaplarından kaçınılmasını ve Ar-Ge, servis, satış gücü, reklamlar, vs. gibi alanlarda maliyetlerin en aza indirilmesini gerektirir. Bu hedeflere ulaşmak için, yönetimin, maliyet kontrolü üzerine dikkatle eğilmesi gereklidir. Kalite, hizmet ve diğer alanlar göz ardı edilmese de, rakiplere oranla düşük maliyet, tüm stratejiyi belirleyen ana tema olur. Düşük maliyetli bir konuma sahip olmak, büyük rekabet güçlerinin varlığına rağmen, işletmeye sektöründe ortalamanın üstünde getiriler sağlar. Maliyet konumu, işletmeye rakipleri karşısında bir savunma sağlar; çünkü düşük maliyetler, rakipleri rekabet sonucu kârlarını kaybettikten sonra bile, işletmenin hâlâ getiriler elde edebileceği anlamına gelir. Düşük maliyetlilik konumu, işletmeyi güçlü alıcılara karşı korur, çünkü alıcılar, fiyatları ancak bir sonraki en verimli rakibin fiyat düzeyine kadar düşürmek için güç kullanabilirler. Düşük maliyet, işletmeye girdi maliyetlerindeki artışla başa çıkabilmede daha fazla esneklik kazandırarak, güçlü tedarikçiler karşısında bir savunma sağlar. Düşük maliyetli bir konuma yol açan faktörler, genellikle ölçek ekonomileri ve maliyet avantajları açısından da önemli giriş engelleri sağlar. Son olarak, düşük maliyetli bir konum, genellikle işletmeyi ikame ürünler karşısında sektördeki rakiplerine göre daha avantajlı bir yere oturtur (Porter, 2007: 44-45).

1.1.1.2.2. Farklılaştırma

İkinci genel strateji, işletmenin sunduğu ürün veya hizmeti farklılaştırarak, tüm sektörde benzersiz olarak kabul edilen bir şey yaratmaktır. Tasarım veya marka isminde, teknolojiye, ürün özelliklerinde, müşteri hizmetlerinde veya satıcı ağında v.b. unsurlarda

farklılaştırma ile ilgili yaklaşımlar birçok farklı biçim alabilir. İdeal olan, işletmenin kendini çeşitli boyutlarda farklılaştırmasıdır (Porter, 2008: 47).

İşletmeler, bu vurgulanan farklılaştırma biçimlerinden başka yollardan da ürünlerini tüketiciler nezdinde farklı hale getirebilmektedirler. Özellikle, kaliteli mal veya hizmet sunumu ile bazı işletmeler diğerlerine göre tüketicilerce farklı algılanabilir. Bu durum zamanla marka bağımlılığına kadar gidebilecek ve alıcıların fiyata karşı duyarlılıklarını da azaltabilecektir. Beymen elbise üretir, ama diğerlerinden daha pahalı satar, çünkü ürün farklıdır. Mercedes farklı bir arabadır. Al Ries ile Laura Ries'in da 'Markaların Kökeni' adlı eserlerinde temel sav olarak ileri sürdükleri ve "markaların kökeni farklılıktır" biçiminde özetledikleri gibi, ürünü rakiplerden daha iyi hale getirmekten çok, daha farklı kılmaya yönelik çalışmalar üzerinde durulması gerekmektedir (Karacaoğlu, 2006: 47).

Farklılaşma stratejisi, marka bilinci ve sadakati oluşturmaktan dolayı işletmeye, rekabet avantajı sağlamakta; marka bilinci ve sadakatine sahip olan tüketiciler, ürünün fiyatındaki değişimlere karşı daha az duyarlı olmaktadır. Bu ise, farklılaştırma stratejisi izleyen işletmelerin kâr marjını yükseltmesini ve yeni alanlara rahatlıkla yatırım yapabilmesine olanak sağlamaktadır (Taştan, 2008: 12).

1.1.1.2.3. Odaklanma

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

gerçekleştirememesine karşın, dar pazar hedefi karşısında bu noktaların birine veya ikisini birden ulaşmayı başarır.

Üç genel strateji arasındaki farklar, aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Üç Genel Rekabet Strateji

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

Kaynak: Porter (2007: 49)

Odaklanmayı gerçekleştiren işletme, potansiyel olarak sektör açısından ortalamanın üstünde getiriler de elde edebilir. Odaklanma, işletmenin ya stratejik hedefi ile ilgili olarak düşük maliyet konumuna ya yüksek farklılaştırmaya ya da her ikisine sahip olduğu anlamına gelir. Odaklanma, ikamelere karşı en savunmasız olan veya rakiplerin en zayıf olduğu hedefleri seçmede de kullanılır. Odaklanma stratejisi, her zaman, ulaşılabilir toplam pazar payı üzerine bazı sınırlamalar getirir. Odaklanma, kaçınılmaz olarak ya kârlılıktan ya da satış hacminden ödün vermeyi gerektirir (Porter, 2007: 50).

Üç rekabet stratejisinin özellikleri ve gereklilikleri aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 2. Genel Stratejilerin Özellikleri ve Gereklilikleri

GENEL STRATEJİ	GENEL OLARAK GEREKLİ OLAN BECERİLER VE KAYNAKLAR	GENEL ORGANİZASYONEL GEREKLİLİKLER
Toplam Maliyet	Sürekli sermaye yatırımı ve sermayeye erişim İşlem mühendisliği becerileri	Sıkı maliyet kontrolü Sık, ayrıntılı kontrol raporları Yapılandırılmış

GENEL STRATEJİ	GENEL OLARAK GEREKLİ OLAN BECERİLER VE KAYNAKLAR	GENEL ORGANİZASYONEL GEREKLİLİKLER
Liderliği	İşgücünün yoğun olarak gözlenmesi Üretim kolaylığı için tasarlanmış ürünler Düşük maliyetli dağıtım sistemi	organizasyon ve sorumluluklar Kesin sayısal hedeflere ulaşılmasına bağlı teşvikler
Farklılaştırma	Güçlü pazarlama becerileri Ürün mühendisliği Yaratıcı yetenek Güçlü temel araştırma yetenekleri Kalite veya teknolojik liderlikte kazanılmış kurumsal ün Sektörde uzun bir geçmiş veya diğer işlerden elde edilmiş benzersiz beceriler kombinasyonu Kanallarla güçlü işbirliği	Ar-Ge, ürün geliştirme ve pazarlama fonksiyonları arasında güçlü koordinasyon Sayısal ölçüler yerine, öznel ölçüşler ve teşvikler Üstün nitelikli işçileri, bilim adamlarını veya yaratıcı kişileri çekecek rahat ve hoş bir ortam
Odaklanma	Yukarıdaki politikaların, belirli bir stratejik hedefe yönlendirilmiş kombinasyonu	Yukarıdaki politikaların, belirli bir stratejik hedefe yönlendirilmiş kombinasyonu

Kaynak: Porter (2007: 51)

1.1.1.3. Uluslararası Rekabet Gücü Tanımı

Uluslararası rekabet gücü tanımı, ölçüm teknikleri, belirleyicileri üzerinde genel kabul gören bir yaklaşım bulunmamaktadır.² Bu durum, öncelikle rekabet gücü kavramına farklı anlamlar yüklenilmesinden kaynaklanmaktadır. Bazıları doğal kaynaklar bakımından zenginliğin veya düşük maliyetle üretimin avantajını önemserken, bazıları uygun iş ortamı ve kümelenme yapılarını, teknolojik gelişmişliği veya yüksek

² Örn. bak. Porter (1990a), Reinert (1994), Kibritçiöğlu (1996), Durand ve diğerleri (1998), Aiginger (1998a), İnal (2003), Porter (2004), Wignaraja ve Joiner (2004), Yükseler (2005b), Rekabet Forumu (2006), Snowdon ve Sonehouse (2006) ve Aiginger (2006).

büyüme gibi makroekonomik performansı öne çıkarmaktadır. Genelde ise ülkenin yaşam standartlarını uzun vadede artırabilmesi olarak ifade edilebilmektedir (Rekabet Forumu, 2006). Aslında temel mesele, rekabet gücünü tek faktörle (sınırlı sayıdaki) ifade etmenin yetersiz olacağıdır. Rekabet gücü, bu faktörlerin her birinden etkilenmesine rağmen, çok daha karmaşık ve derin bir yapı arz etmektedir.

Uluslararası alanda rekabet edebilirlik veya diğer bir ifadeyle uluslararası rekabet gücü, kısaca şöyle tanımlanabilir; bir işletme veya ülkenin ya da sektörün dünya piyasalarındaki satış kabiliyetidir. Güçlü ekonomi yaratılabilmesinin temel koşulu rekabet gücünü arttırmaktan geçer. Rekabet gücü, bir ülkenin üretim yeteneğinin ve kapasitesinin düzenli bir şekilde artışını ifade eder. Bir başka ifadeyle, ulusal düzeyde rekabet gücü, bir ülkenin ürettiği mal ve hizmetlerin sürekli ve düzenli artışlar göstererek ekonomik refah düzeyini yükseltmesi ve bunun sonucu olarak ülke vatandaşlarının yaşam standartlarının iyileştirmesi anlamına gelmektedir. Ülkelerin rekabet gücü, işletmelerin toplam rekabet gücünün dışında bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İşletmelerin rekabet gücü ile ulusal düzeydeki rekabet gücü arasında birbirini tamamlayan bağlar olduğu ortadadır. Dünyadaki küreselleşme eğilimlerinin ortaya koyduğu genel şartlara uygun olarak, işletmelerin ürettikleri mal ve hizmetlerde rakiplerine karşı üstünlük kazanmaları, ülkelerin ise bu tür işletmelerin kurulması için gerekli ortamı sağlamada diğer ülkelere nazaran bazı özel şartlara sahip olmasıdır (Altay, 2006: 28).

Ulusların rekabet gücü büyük oranda firmaların verimliliği ve üretkenliğinden kaynaklansa da rekabet gücünün süreklilik arz etmesi özellikle dış çevre ile etkileşimi gerektiren yenilikçiliğe bağlıdır. Piyasa dışı etkileşimlerin büyük bölümü ise devlet ekonomik politikaları ile yakından ilgili olmaktadır (Aktan ve Vural 2004; 16). Uluslararası rekabet gücü, makroekonomik değişkenlerin istikrarlılığıyla direkt olarak ilişki içerisindedir. Bu kapsamda, uluslararası rekabetin özellikle fiyat noktasında tespitinde döviz kuru, faiz, enflasyon ve işsizlik oranı gibi değişkenlerin de dikkate alınması gerekliliği önem arz etmektedir (Koç ve Ozbozkakurt, 2014: 85-91).

1.1.1.3.1. Ülke Düzeyinde Uluslararası Rekabet Gücü Tanımları

AB tanımlamasında, uluslararası rekabet gücü; ekonominin yüksek ve gittikçe artan bir yaşam standardı ile sürdürülebilir yüksek bir istihdam seviyesi sağlama yetkinliğidir (Commission of the European Communities, 2002). AB'nin başka bir tanımlamasında ise uluslararası rekabet gücü verimlik artışı tarafından belirlenir. Uluslararası rekabet gücüne sahip (rekabetçi) bir ekonomi, yaşam standardında artışa yol açan yüksek ve sürdürülebilir verimlilik artışı sağlayan ekonomidir (Commission of the European Communities, 2003: 5). AB Komisyonuna göre, verimlik performansını birçok faktör belirler. Bunlardan kilit öneme sahip olanlar aşağıda verilmektedir:

- a. Yatırımları canlandırmak için piyasa reformlarıyla sağlanan fırsatlar,
- b. Rekabet düzeyi, Ar-Ge harcamalarında artış ve özellikle normal ve mesleki eğitim vasıtasıyla beşeri sermayenin geliştirilmesi yoluyla yenilik yapabilme,
- c. Teknolojik ve teknolojik olmayan yeniliklerin ürünlere hızlı bir şekilde aktarım kapasitesi,
- d. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin adaptasyonu ile iş yapma biçimlerinin yeniden düzenlenmesi;
- e. Daha yüksek verimlilik için bünyesinde müşevvikleri içeren, iç piyasada rekabetçi baskının tamamen işlemlerini tesis eden rekabet düzenlemeleri ve tüketiciyi korumaya yönelik kurallar; ve
- f. Bütün potansiyel kazançların realize edilmesini temin eden mal ve hizmetler için entegre bir piyasa.

Avrupa Birliği Komisyonu'nun, 2006 yılı Avrupa Rekabet Gücü Raporu üzerine yaptığı değerlendirmede, Rapor'un esas itibarıyla, uzun dönemde rekabet gücünün temel göstergesi olarak verimlilik gelişmeleriyle ilgili konuların analizine odaklandığı belirtilmektedir. Uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin veya bölgenin yaşam standartlarında sürdürebilir bir artış ve gayri iradi işsizlik seviyesini mümkün olan en düşük seviyede sağlama vasıtası olarak anlaşılmaktadır (Commission of the European Communities, 2006a: 2).

Ülke düzeyinde uluslararası rekabet gücünün geniş kabul gören tanımı, bir ekonominin, sürdürülebilir bir temelde, ülke nüfusuna yüksek ve artan yaşam standardı

ve çalışmak isteyenlere istihdam sağlama yeteneğidir. Uluslararası rekabet gücü bir ülkenin genel iktisadi performansını ifade eder (Commission of the European Communities, 2006b: 8).

Benzer şekilde ABD Uluslararası Rekabet Gücü Politikaları Konseyi (US Competitiveness Policy Council) kaynaklı bir tanımlamayla, uluslararası rekabet gücü, serbest piyasa koşulları altında uluslararası pazarlarda yarışabilir düzeyde mal ve hizmet üretebilme ve vatandaşların refah düzeylerini sürekli olarak artırabilme gücüdür (OECD, 1996a: 13; National Competitiveness Council, 1998; Togan, 1999).

Daha genel bir OECD tanımlamasına göre uluslararası rekabet gücü; firmaların, endüstrinin, bölgenin, ülkenin ya da ekonomik birliklerin uluslararası rekabette sürdürülebilir bir biçimde, nisbi olarak daha yüksek faktör geliri ve istihdam seviyesi yaratabilme yetkinliğidir (OECD, 1996a: 13; 1996b: 20).

Fagerberg (1988: 355), uluslararası rekabet gücünü ödemeler dengesi sorunlarına yol açmaksızın, ekonomik büyüme ve istihdam artışı başta olmak üzere bir ülkenin temel iktisat politikası hedeflerini gerçekleştirme yeteneği olarak tanımlamaktadır. Buradan hareketle, bir ekonomide uluslararası rekabet gücüne sahip olunabilmesi için ekonomik büyüme ile ödemeler dengesi ve bunu etkileyen faktörler arasındaki ilişkinin sağlanmış olması gerekliliğine işaret edilmektedir.

Buna karşın Aiginger (1997), uluslararası rekabet gücünün, birçok çalışmada kısaca dış dengede açık vermeksizin büyümenin sağlanması olarak ele alındığını belirtmekte, buna karşın kendisi, uluslararası rekabet gücünü birbiriyle etkileşim halindeki hususları kapsayacak şekilde ve dinamik bir perspektifte ele almaktadır. Aiginger (1998a: 164)'e göre, bir ülkenin uluslararası rekabet gücü, ülkenin arzu ettiği (mevcut ve gelecekte) faktör gelirlerinde ve insanları tarafından tatminkâr bulunan iktisadi, çevresel ve sosyal bir makroekonomik ortamda dünya piyasalarına yeterli ürün ve hizmet satabilme yeteneğidir. Bu yetenek, teknoloji, beşeri ve fiziki sermaye gibi içsel kaynakları da içeren bir ülkedeki veri kaynaklara bağlı görülmektedir.

Diğer taraftan Porter'a göre, bir mekân (ülke) düzeyinde uluslararası rekabet gücünün gerçek ölçümü, bu mekânda kullanılan kaynakların verimliliğidir. Ülkeler, yüksek verimlilik seviyelerinde faaliyette bulunmak ve dolayısıyla sermaye için yüksek getiriyi ve yüksek ücretleri mümkün kılan büyük miktarda yatırımı çekmek ve

sürdürülebilir kılmak için uygun bir ortam sağlama şeklinde rekabet ederler (Snowdon ve Stonehouse, 2006: 165).

Porter (2004: 30), uluslararası rekabet gücünün en sezgisel (ilk akla gelen) tanımının, bir ülkede üretilen ürünlerin dünya piyasalarındaki payı olabileceğini belirtmektedir. Ancak, bu tür tanımlamanın, bir ülkenin kazancının bir başkasının kaybına yol açması nedeniyle, uluslararası rekabet gücünü “sıfır toplamli oyun” haline getirdiğine işaret edilmektedir. Bu yaklaşımın, ayrıca, ülke üretimini belirli tercihler doğrultusunda yönlendirmeyi, bu amaçla çeşitli teşvikler sağlamayı, ücretleri düşük tutmayı, ülke parasının değerini düşürmeyi ve bu yolla bütünüyle ihracatı artırmayı amaçlayan politikaların desteklenmesine / uygulanmasına yol açtığına dikkat çekilmektedir.

Ancak, Porter (2004)’a göre uluslararası rekabet gücüne bu tarz bir yaklaşım tamamen kusurludur. Çünkü, teşvikler ulusal kaynakların en verimli bir şekilde kullanımından uzaklaşmasına yol açabilmekte, ücretlerin düşüklüğü refah seviyesini düşürmekte, devalüasyon yerli ürünlerin yurtdışı pazarlarda görece ucuzlamasına yol açarken yurt dışından satın alınan mal ve hizmetlerin fiyatını da artırmaktadır. Porter’ e göre, gerçek uluslararası rekabet gücü verimlilikle ölçülür. Verimliliğin, bir ülkeye yüksek ücretleri, güçlü döviz kurunu ve yüksek sermaye getirilerini ve bu şekilde yüksek yaşam standardını sürdürme imkânını sağladığı belirtilmektedir.

Bununla birlikte, verimliliklerini arttırdıkları sürece dünya genelinde birçok ülkenin refahını artırabilmesi mümkün olabilmekte, böylece, dünya ekonomisinin “sıfır toplamli bir oyun” olmaktan kurtulabildiğine vurgu yapılmaktadır. Bu çerçevede, Porter (2004: 31)’e göre iktisadi kalkınmada temel husus, hızlı ve sürdürülebilir bir verimlilik artışı için uygun ortamın nasıl yaratılacağıdır.

Aynı yaklaşımla, Rekabet Forumu (2006) da rekabet gücünün verimlilikten kaynaklandığını, başka bir ifadeyle, daha az girdiyle daha fazla çıktı üretilmesine bağlı olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte, verimliliği etkileyen birçok faktörün bulunması rekabet gücü kavramına nispeten karmaşık ve derin bir içerik kazandırmakta ve bütüncül bir yaklaşımla ele alınma gerekliliğine yol açmaktadır. Bu çerçevede verimliliğin; enflasyon düzeyi, kamu borç stoğu ile kur ve faiz hadleri gibi hususları içeren makroekonomik ortamdan, insan kaynakları, demografik yapı ve eğitimden,

girişimcilik ve inovasyondan, uluslararası ticarete ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarında dışa açıklıktan, yerli tasarruf ve yurtiçi yatırımlardan, işgücü piyasasının yapısından, kurumsal ve düzenleyici ortamın yeterliliği ve niteliği ile altyapı yatırımları gibi faktörlerden etkilendiği belirtilmektedir.

Son olarak, yıllık yayınlanan ve ülkelerin rekabet gücü sıralamalarını oldukça kapsamlı analiz eden Dünya Ekonomik Forumunun ve IMD'nin sırasıyla Küresel Rekabet Gücü Raporu ve Dünya Rekabet Gücü Yıllığına göre uluslararası rekabet gücü tanımlarını vermek gerekirse; Dünya Ekonomik Forumu uluslararası rekabet gücünü, bir ülkenin verimlilik seviyesini belirleyen faktörlerin, politikaların ve kurumların bir grubu olarak ele almaktadır (Lopez-Claros ve diğerleri, 2006: 3). IMD çalışmaları kapsamında ise uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin, işletmelerinin daha fazla değer yaratmalarını ve vatandaşlarının daha yüksek refaha sahip olmasını mümkün kılacak bir ortamı oluşturma yetkinliği olarak tanımlanmaktadır (IMD, 2007: 15).

1.1.1.3.2. Sektör ve Firma Düzeyinde Uluslararası Rekabet Gücü Tanımları

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından bir sanayi sektörü seviyesinde uluslararası rekabet gücü, küresel piyasada konumunu muhafaza etme ve iyileştirme olarak düşünülmektedir (Commission of the European Communities, 2006a: 2).

Porter (1990a: 173)'a göre uluslararası rekabetçi endüstriler, rekabetçi üstünlük yaratmak ve sürdürülebilir kılmak için firmalarının yeterli kapasitesi olan ve bu imkânlarıyla iyileştirme ve inovasyon yapabilen endüstrilerdir. İyileştirme ve inovasyon yapabilme ise; Ar-Ge, ileri düzeyde eğitim ve bunlara benzer gelişmiş (modern) faaliyet alanlarında yatırımı gerektirmektedir.

Porter'a göre, firma düzeyinde uluslararası rekabet gücünün göstergesi, bahse konu firmanın piyasa payı veya verimliliğidir. Buna karşın, belirli bir mekânın uluslararası rekabet gücü, bu mekânda kullanılan kaynakların verimliliğidir (Snowdon ve Stonehouse, 2006: 165).

Kibritçioğlu (1996: 4)'na göre yerli bir firmanın bir ihracat piyasasında veya yurtiçinde uluslararası rekabet gücüne sahip olması rakip yerli ve yabancı firmalara

kıyasla (1) ürün fiyatı ve / veya (2) ürün kalitesi, teslimde dakiklik ve satış sonrası servis gibi fiyat dışı unsurlar açısından şu anda ve gelecekte aynı durumda veya onlardan daha üstün olması demektir. Ayrıca, yerli bir sektörün, yerli firmanınkinden farklı olarak, yurt içi ve yurtdışı piyasada yerli bir rakibi olamayacağından, bu tanım küçük bir farkla bir sektör için de aynıdır.

Pazarlama faaliyetlerini de dikkate alarak yapılan tanımlamada rekabetçi üstünlük, bir firmanın rakiplerine kıyasla müşterilerine sunduğu daha fazla mal ve hizmet değeri üstünlüğü olarak ifade edilmektedir (Van den Berg, 2004: 129).

Diğer taraftan, Oral (1986) tarafından geliştirilen endüstriyel rekabet gücü modelinde, sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmaların uluslararası rekabet gücü seviyesinde i) endüstriyel yetkinlik (industrial mastery), ii) maliyet üstünlüğü ve iii) firma ve rakiplerinin faaliyette bulunduğu politik ve ekonomik ortam olmak üzere üç hususun belirleyici olduğu görülmektedir.

Bu çerçevede, firmaların ürün gamını, kapasitesini, teknolojisini, makina donanımını, fabrika yerini vb. daha iyi seçerek / kullanarak rakiplerine kıyasla daha yüksek endüstriyel yetkinliğe sahip olabilmeleri önemli olmakla birlikte, rekabet üstünlüğünün sürdürülebilir olması aynı zamanda en azından bazı girdilerinde maliyetlerinin düşüklüğüne bağlı kılınmaktadır.

Böylece, bahse konu hususlardan politik ve ekonomik ortamın dolaylı etkisi öngörülürken, firmaların uluslararası rekabet gücü üzerinde esas itibarıyla mevcut (potansiyel) ve mevcut (potansiyel) karşılaştırmalı konumuna dayalı endüstriyel yetkinlik ile maliyet üstünlüğü belirleyici olmaktadır. Bu hususlara bağlı olarak, firmaların gerçek ve potansiyel uluslararası rekabet gücünün hesaplanması ve bu çerçevede uygun rekabetçi stratejilerin belirlenmesi tasarlanmaktadır (Oral, 1986: 1993; Oral ve diğerleri, 1989).

Tüm bu tanım ve değerlendirmelerden, makro düzeyde uluslararası rekabet gücü açısından üzerinde anlaşılan net bir tanımlama güçlüğüne rağmen, uluslararası rekabet gücünün mikro düzeyde tanımlanmasının daha net ve anlaşılabilir olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, standart bir tanımlama olarak, uluslararası rekabet gücü firmaların belirli bir piyasada rekabet edebilme, piyasa payını artırabilme, büyüme ve kâr edebilme kapasitesi olarak ifade edilmektedir (OECD, 1992: 239; Reinert, 1994). Bu çerçevede,

mikroekonomik rekabet gücü bakımından ürünlerin kalite üstünlüğü, ürün ve üretim teknolojisinde yetkinlik, teslimat sıklığı ve pazarlama / satış sonrası hizmetlerin önem arz ettiği de belirtilmektedir.

1.1.1.4. Uluslararası Rekabet Gücünün Unsurları ve Belirleyicileri

Kibritçioğlu (1996), uluslararası rekabet gücünü, ürünün *fiyatı* ile kalitesi, teslimde dakiklik ve satış sonrası servis gibi *fiyat dışı* unsurlara dayandırmaktadır. Benzer şekilde Fagerberg (1988), uluslararası rekabet gücünü teknoloji, fiyat ve tedarik (kapasite yeterliliği) bakımından rekabet edebilme yetkinliğiyle ilişkilendirmektedir. Fagerberg ve diğerleri (2006) ise, uluslararası rekabet gücünü teknoloji, kapasite, fiyat ve talep yönüyle rekabet gücü biçiminde ele almaktadır.

Aiginger (1997: 575), uluslararası rekabet gücü konusunda fiyata dayalı rekabet gücü ve teknolojiye dayalı rekabet gücü ayrımını yaparak, teknolojiye dayalı rekabet gücünü, ileri teknoloji alanlarında rekabet edebilme, yenilik yapabilme ve en sofistike piyasa segmentlerinde var olabilme yetkinliği olarak tanımlamaktadır.

Bu çerçevede, Aiginger (1997) ve Fagerberg ve diğerleri (2005)'nde olduğu gibi bazı çalışmalarda, uluslararası rekabet gücünün fiyat dışı unsurları bağlamında kaliteye dayalı rekabet gücünü ikame edecek şekilde “teknoloji rekabet gücü” kavramına yer verildiği görülmektedir. Ancak, kanımca, teknolojik yetkinliğin yeni ürünleri de kapsayacak şekilde imalat bakımından daha uygun, dayanıklı ve güvenilir ürün üretiminde baskın unsur olabileceği; buna karşın kalite unsurunun teknolojik yetkinliğe ilave olarak performans ve donanım gibi ürün nitelikleri (farklılaştırma), tüketici tercihlerini karşılayabilme, kalite imajı (marka) vb. hususları da içerdiği düşünülmektedir.

Daha da önemlisi, fiyat dışı unsur olarak, uluslararası kalite ve standartlara uygunluğun dış ticarete başarının ve sürdürülebilirliğin ön koşulu haline geldiğini belirtmek gerekir (Doğan, 2000; Lages, L.F. ve diğerleri, 2004). Dünya piyasalarında giderek artan küreselleşmeyle birlikte, dış ticarete doğrudan koruma engellerinin kaldırılmasına veya gittikçe azaltılmasına rağmen, kalite ve standartlara uygunluk ve belgelendirme hususu dolaylı bir koruma önlemi olarak önemini artırmaktadır.

Bu çerçevede, uluslararası rekabet gücü tanımlarından ve yukarıda yapılan açıklamalardan görüleceği üzere, uluslararası rekabet gücünün fiyat ve fiyat dışı olmak üzere iki tür unsuru ortaya çıkmaktadır. Bir sektörün fiyat açısından rekabet edebilir olması gerekliliği kolayca anlaşılabilir. Bunu maliyet rekabeti olarak da düşünebiliriz. Ancak, fiyat dışı rekabet hem daha kapsamlı hem de daha mikro bazlı analizleri gerektirmektedir. Fiyat dışı başlıca rekabet unsuru olarak, esas itibariyle, ölçülmesi nispeten zor olan kalite unsuru öne çıkmaktadır (Kibritçioğlu, 1996; 1998a; 1998b).

Bu bağlamda, uluslararası rekabet gücü unsurları kapsamında, son olarak kalite ve fiyata dayalı rekabet gücünün kısaca tanımlarını da vermek gerekir ise; fiyata dayalı uluslararası rekabet gücü, özellikle olgunlaşmış ve homojen piyasalarda / ürünlerde düşük maliyette üretim yeteneği olarak tanımlanabilir (Aiginger, 1997: 575). Başka bir tanımlamayla fiyata dayalı uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin, rakiplerinin bulunduğu dış piyasalarda ürünlerini satabilmesini temin edecek fiyat avantajıdır (Drabek ve Olechowski, 1989: 7). Dolayısıyla, fiyata dayalı uluslararası rekabet gücü literatürde, maliyet veya fiyat bazlı mukayese olarak ele alınmaktadır.

Tanımlama güçlüğüne rağmen kaliteye dayalı uluslararası rekabet gücü ise, rekabetçi konumu düşük fiyattan ziyade kalite iyileştirmesinin belirlediği daha sofistike ürünlerde, özellikle tüketicilerin satın alma arzusunu etkileyen ürün nitelikleri itibariyle, üstünlük olarak ifade edilebilir.

Uluslararası rekabet gücü analizinde, rekabet gücünü artırmaya yönelik doğru politikaların uygulanması veya uygun tedbirlerin alınabilmesi için uluslararası rekabet gücünün belirleyicileri hakkında da yeterli bilgiye sahip olmak gereklidir.

Kibritçioğlu, (1996)'na göre, firma düzeyindeki uluslararası rekabet gücünün belirleyicileri (kaynakları), ülkelerin ihracatı teşvik eden ve ithalatı caydıran yapay rekabet gücü yaratan politika veya önlemleri hariç tutulduğunda; firmaların maliyetlerini, ürünlerinin fiyatlarını ve ürün kalitesi, firma / sektör / ülke imajı ve servis gibi fiyat dışı rekabet unsurlarını etkileyen tüm etkenlerdir

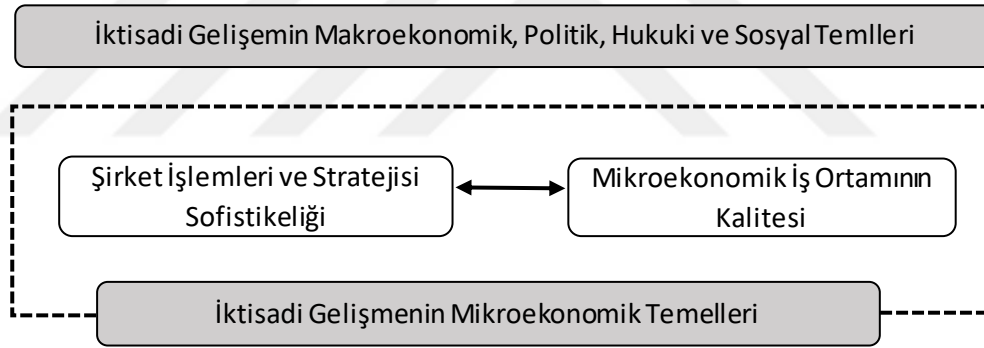
Kuşkusuz; istikrarlı politik, hukuki ve sosyal kurumlar ile güçlü makroekonomik politikaların ulusal refahın iyileştirilmesi için gerekli potansiyeli oluşturacağı, ancak, servetin gerçekte mikroekonomik seviyede, başka bir ifadeyle firmaların etkin ürün ve üretim teknolojisi kullanarak rekabet edebilir mal ve hizmet yaratma yeteneği ile

sağlanacağı hususuna dikkat çekilmektedir (Porter, 2004; Lopez-Claros, 2006; Snowdon ve Stonehouse, 2006).

Bu çerçevede, bir ülkenin verimliliği nihai olarak şirketlerinin verimliliği ile ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda, yerli firmaları veya yabancı firma bağlı birimleri olsun, firmaları rekabetçi olmayan bir ekonominin rekabetçi olması beklenemeyecektir.

Porter (2004), uluslararası rekabet gücü bakımından özel önem atfettiği verimliliğin mikroekonomik temellerini, Şekil 2.1.'de görüleceği üzere iki ilişkili alan üzerine dayandırmaktadır. Bunlar; (1) ülkede rekabet eden yerli şirketler veya yabancı bağlı birimlerin sofistikeliği, (2) bu firmaların faaliyette bulunduğu mikroekonomik iş ortamının kalitesidir.

Şekil 1. Verimliliğin ve Verimlilik Artışının Belirleyicileri



Kaynak: Porter (2004: 31)

Bir ülkenin uluslararası rekabet gücünü belirleyen faktörler arasında, makroekonomik ortam bir ön koşul veya merkezi bir öneme sahip olmakla birlikte, uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesi bakımından kendi başına yeterli olmayıp kurumsal yapı ve iş ortamı gibi mikroekonomik hususlar önem arz etmektedir. Diğer taraftan, bu faktörlerin önem derecesi de ülkelerin gelişmişlik seviyesine göre farklılık göstermektedir. Ayrıca, uluslararası rekabet gücünün geliştirilmesi açısından kritik olan

faktörler küresel anlamda dünya ekonomisindeki gelişmelere bağlı olarak zamanla da değişim (gelişim) göstermektedir.³

Benzer bir yaklaşımla, iktisadi kalkınmanın ilk aşamalarında özellikle doğal kaynaklar ve nüfus artışı önem arzederken, daha sonraki aşamalarda (muhtemelen kişi başına gelir 5.000 ile 20.000 \$ arasında olduğunda) yatırımlar önem kazanmakta, daha yüksek gelir seviyesinde ise inovasyon, bilginin yaratılması ve yayılımı, eğitim ve diğer nitelikli altyapı hususları rekabetçi üstünlük kazanımı açısından belirleyici olmaktadır (Aiginger, 2006: 169).

Bütün bu değerlendirmeler ışığında, uluslararası rekabet gücünün belirleyicileri ayrıntılı olarak ele alındığında; kişi başına sabit sermaye oluşumu, tasarruf oranı, bütçe dengesi, kamu borcu, enflasyon seviyesi, işsizlik oranı, reel faiz oranı, reel döviz kuru, dış ticaret açığı, doğrudan yabancı sermaye hareketleri, ekonomideki çeşitlilik vb. makro hususlar, eğitim ve sağlık harcamaları, temel bilimlerde eğitim sisteminin kalitesi, mesleki eğitim durumu, okullaşma oranı, kırsal nüfus oranı, 15 yaş altı ve 65 yaş üstü nüfus oranları, bebek ölümleri, yaşam beklentisi vb sosyal hususlar, ülke imajı, kültür ve değer sistemleri, yol-liman-enerji gibi altyapı yeterliliği, birim işgücü maliyeti, işgücü niteliği /yeterliliği ve verimliliği, fikri mülkiyet haklarının korunması, teknolojik gelişmişlik, üniversite-sanayi işbirliği, bilimsel araştırma kurumlarının niteliği, araştırma-geliştirme ve inovasyon yapabilme, girişimcilik, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma, yüksek teknoloji ihracatı, istikrarlı bir finansal yapı, finansal araçlardaki çeşitlilik ve erişim kolaylığı, ilgili piyasadaki rekabetin yoğunluğu, girdi maliyetlerini olumsuz etkileyen vergi vb. yükler, sektördeki ortalama firma büyüklüğü (ölçek ekonomileri), kapasite kullanım oranı, marka yaratma ve hızlı ürün geliştirme, üretim sistemlerinde sağlanan gelişmeler, 11 yerel tedarikçi nicelik ve niteliği, kümelenme boyutu, tam zamanında üretim ve teslimat, yönetim yeterliliği, tanıtım yeterliliği, dağıtım ve satış sonrası kanalların yeterliliği, coğrafi konum, idari engeller (mevzuat karmaşıklığı, bürokrasi vb.), yargı ve güvenlik hizmetlerinin işleyişi, yolsuzluk

³ Porter (1990a; 2004), Snowdon ve Stonehouse (2006), Lopez-Claros (2006), Lopez-Claros ve diğerleri (2006) ve Aiginger (2006).

durumu gibi birbirleriyle benzeşen veya etkileşim halindeki bir dizi kriter (etken) sayılabilir.⁴

Bu bağlamda, uluslararası rekabet gücü üzerinde etkili olan faktörlerin çeşitliliği dikkate alındığında, rekabet gücünü geliştirmek için tek bir politika veya sadece belirli bir alanda kaydedilen büyük bir sıçramanın yeterli olmayacağı, belirli bir zaman gerektiren birçok münferit alanlardaki iyileşmelerin gerekliliğine vurgu yapılmaktadır. “Rekabet gücünün geliştirilmesi, bir sürat koşusu olmayıp maraton yarışı gibidir” (Porter, 2004: 32).

Bu bağlamda, uluslararası rekabet gücü kavramının kapsamlı bir şekilde anlaşılması bakımından üzerinde önemle düşünülmesi gereken bir başka husus da Porter yaklaşımıdır. İlerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınacağı üzere, Porter, uluslararası rekabet gücü kavramının içeriğini ve belirleyicilerini, Ülkelerin Rekabetçi Üstünlüğü (The Competitive Advantage of Nations, 1990) adlı kitabında, soyut ve toplulaştırılmış bir yaklaşımdan ziyade, mikroekonomik bir bakış açısıyla güncel rekabette yaşanan tüm unsurları içerecek bir zenginliğe kavuşturmaya çalışmıştır.

Bu yaklaşıma göre, rekabetçi üstünlüklerin yaratılması ve sürdürülmesi ağırlıklı olarak yerli (ulusal) başarıya bağlıdır. “Elmas” modeli olarak adlandırılan ulusal üstünlüğün belirleyicilerinde (kaynaklarında) kaydedilecek gelişmelerle birlikte firmaların uygulayacakları küresel stratejiler, uluslararası rekabetçi üstünlük kazanımında etken olmaktadır.

1.1.2. Rekabet Üstünlüğü

Coyne’ye (1986: 54-61) göre, bazı üstünlükler diğerlerinden daha değerlidir. Eğer bir üstünlük üç koşulu sağlarsa stratejik olarak anlamlıdır. Bu koşullar; a) tüketicilerin işletmenin ve rakiplerinin ürünleri arasında ürünün satın alma kararını etkileyebilecek önemli özelliklerinde bir farklılık algılaması gerekir, b) bu farklılığın işletme ve rakipleri arasındaki yetenek açığının doğrudan bir sonucu olması gerekir, c) hem ürünün önemli özelliklerdeki farklılıkların hem de yetenek açığının uzun sürmesi

⁴ TUSİAD (1991; 2002), Kibritçioğlu (1996), Agenor (1997), UNIDO/DSI (1998), ISO (2002), Lages, L.F. ve diğerleri (2004), Lopez-Claros ve diğerleri (2006), WEF (2006: 2008) ve IMD (2008).

beklenmelidir. Burada a ve b koşulları üstünlüğün varlığına işaret ederken, c koşulu bu üstünlüğün sürdürülebilirliğine işaret etmektedir. Buna göre, eğer üstünlüğü yaratan yetenek açığına dayalı önemli özelliklerdeki pozitif farklılıkların bir fonksiyonu ise, sürdürülebilirlik de hem özelliklerin hem de açığın kalıcılığının bir fonksiyonudur. Aslında, rekabet üstünlüğünün en önemli koşulu mevcut veya potansiyel rakiplerin bu açığı kapatmak için gerekli faaliyetleri yapmamaları veya yapamamalarıdır. Eğer rakipler bu açığı kapatır veya kapatabilirse üstünlük tanımı gereği değildir.

1.1.2.1. Rekabet Üstünlüğü Kavramı: Tanımı, Temel ve Tamamlayıcı Bileşenleri

Smith'e göre, ülkeler rekabet üstünlüğüne sahip oldukları alanlarda üretim yapıp uzmanlaşacaklardır. Dış ticaretin pazarı genişletici etkisiyle birlikte, kaynaklarını üretimde en verimli alanlarda kullanan ülkeler arasında bir işbölümü ortaya çıkacaktır. Böylelikle her ülkenin işbölümüne bağlı olarak belirli malları daha ucuza üretmesi mümkün olacaktır. Bu süreçte tüketicilerin hem daha ucuz hem daha kaliteli malları satın alması olanaklı hale geleceğinden, dünya refahına katkı sağlanmış olacaktır (Kumbaracıbaşı, 1973: 18; Erkök Yılmaz, 1992: 22).

Özellikle 1980'li yıllardan sonra, ekonomi kavramları ve mantığı stratejik yönetim alanında sıkça kullanılır olmuştur. Strateji yazarları görüşlerini temellendirmek için sıklıkla ekonomi teorilerine işaret etmişlerdir. Ekonomi ve stratejik yönetim alanları arasındaki etkileşimi şekillendiren nedenlerden biri işletmeler arasındaki kalıcı performans farklılıkları / rekabet üstünlüğü sorunu olmuştur (Rumelt vd., 1991: 9). Neoklasik mikro ekonomi, rekabetin, uzun dönemde iyi performansı (endüstri ortalamasının üzerindeki performans) yok edeceğine işaret ederken; stratejik yönetim alanındaki bazı araştırma bulguları, aynı endüstrideki işletmeler arasında kalıcı performans farklılıklarının olduğuna, başka bir deyişle iyi veya kötü performansın kalıcı olma eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Stratejik yönetim yazarlarının iyi performansın kalıcılığını açıklamak için ilgili ekonomik teoriyi incelemeleri doğal bir eğilim olmuştur. Mikro ekonomi, işletmeler arasındaki rekabetçi davranışların ve rekabetin incelendiği en yakın ekonomi dalıdır (Barney, 1986: 791). İyi performansın

kalıcılığını açıklamada ise, sanayi ekonomisi, değişik mikro ekonomi dalları arasında en sık başvurulmuş ekonomi dalı olmuştur. Aşağıda, stratejik yönetim alanında sıklıkla adı geçen bazı ekonomi dallarının, iyi performansın kalıcılığını (SRÜ) nasıl öngördüklerine kısaca değinilecektir. Söz konusu ekonomi alanlarındaki teoriler birbirinden tamamen farklı olmamakla birlikte, farklı oldukları bazı önemli alanlar da vardır. Bütün ekonomik yaklaşımlar en azından kısa dönemde iyi performans (rekabet üstünlüğü) öngörürlerken, orta ve uzun dönemde iyi performans (sürdürülebilir rekabet üstünlüğü) konusunda farklı öngörülere sahiptirler. Aşağıda, uzun dönemli aşırı kar kavramı, uzun dönemli daha iyi performans (UDDİP) veya SRÜ'nün varlığı anlamında kullanılmıştır.

1.1.2.1.1. Rekabet Üstünlüğün Tanımı ve Ekonomik Yaklaşımlar

Rekabet üstünlüğü, sektördeki diğer şirketlere göre örgütü pazarda daha uygun konuma getirebilecek stratejilerin formüle edilmesi ile ilgili olarak örgütsel yeteneklerini ifade etmektedir. Yeteneklerini kullanabilen işletmeler rekabet üstünlüğüne ulaşabilmektedirler. İşletmenin pazardaki konumu ile ilgili olarak sahip olduğu kazanımlar (sahip olunan tüketici değerleri) ve işletme bilgisinin yanı sıra fiziksel ve finansal olanakların tümü bir kuruluşun özyeterliliğini yakından ilgilendirmektedir. İşletmelerin kontrolünde olması gereken bu kavramlar, rekabetçi stratejilerin tasarımında ve uygulanmasında başarılı olunması halinde işletmeyi daha da güçlü bir konuma getirebilmektedirler. Küreselleşme ile birlikte işletmelerin dünyaya açılması, aynı işi yapan rakip işletmelerin artması, müşterilerin bilinçli hale gelmesi gibi faktörler pazarların yapısını değiştirmektedir. Bu bağlamda, işletmeler ürün veya hizmet pazarında rekabetçi üstünlük elde etmek için birtakım stratejiler geliştirmekte ve tüketiciler için katma değer yaratmaktadır. Rekabet ortamı, işletmeleri kendilerini yeniden yapılandırmak, örgütsel olarak yenilemek ve sermaye yapılarını güçlendirmek zorunda bırakmıştır. İşletmeler, rekabetçi avantaj için geleneksel yöntemlerin yanı sıra daha yenilikçi yöntemleri daha hızlı bir biçimde bulmak zorundadırlar (Gönen ve Çelik, 2005).

Rekabetçi üstünlük bir dönem üretim hacmi, düşük maliyet, esnek üretim ve toplam kalite iken, günümüzde ise bilgi, sürekli yenilik ve piyasaya en kısa sürede yeni

ürün sunma olarak görülmektedir. Küreselleşen dünyada rekabetçi üstünlüğün temelinde geliştirme, yenilik yapma ve değişim yer almaktadır. Rekabetçi üstünlük, bir işletmenin piyasa konumunu korumasını ve sürdürebilmesini sağlayan stratejik yeteneklerin bir sonucudur. Ancak, bunun için rekabetçi üstünlüğü yaratan etken bileşimlerini anlamak ve analiz etmek gereklidir (Papatya, 2003: 21).

Rekabetçi üstünlük kavramı bir işletmenin daha iyi müşteri değeri yaratarak rakipleri karşısında piyasada avantaj kazanması anlamına gelmektedir. Rekabetçi üstünlük kazanmanın birçok yöntemi bulunmaktadır. Rakipler karşısında fiyat ve kalite avantajı elde etmek, rakiplerden önce müşteri değeri yaratacak yeni piyasa fırsatları elde etmek, müşteri istek ve ihtiyaçlarına hızla yanıt verebilmek rekabetçi üstünlük kazanmanın yöntemlerindendir (Timurcin, 2010: 129).

Rekabetçi üstünlük kavramı genelde iki anlamda kullanılmaktadır. Birincisi, işletme yetenek ve kaynaklarının rakiplerine oranla nispi üstünlüğü olarak ifade edilebilir. Bir diğer yaygın anlamı, üstün tüketici faydası ya da düşük nispi maliyetlere bağlı olarak piyasadaki pozisyon üstünlüğü olarak tanımlanmaktadır. Porter'a göre, rekabetçi üstünlük bir işletmenin alıcılarına yarattığı değer ile bu değerın yaratılmasında oluşan maliyetler arasındaki farka bağlı olarak gelişmektedir. Değer, alıcıların ödemeyi kabul ettikleri bedel olup, yüksek değer rakiplerden daha düşük fiyatlar önermekten veya alıcılara daha yüksek bir fiyatı onaylatabilecek şekilde benzersiz yararlar sağlamaktan geçmektedir (Porter, 1985).

a. Neoklasik Mikro Ekonomi

Neoklasik mikroekonomi veya neoklasik fiyat teorisi, pazar güçlerinin pazardaki mal veya hizmetlerin miktarını ve fiyatını nasıl belirlediğini açıklamaya çalışır. Açıklamalarını tam rekabet piyasası üzerine temellendirir. Tam rekabet piyasasında kaynak arzının elastik olduğu varsayımı, işletmelerin üretim faktörlerine eşit bir şekilde ulaşacağına işaret eder. Bu koşullarda bireysel işletmelerin karlarını maksimize etmek istemesi, her işletmenin sıfır ekonomik kar elde ettiği Pazar dengesinin oluşmasına yol açar. Aşırı kar dengeye ulaşınca yok olan bir sapmadır. Rekabet, başarılı işletmeler tarafından kazanılan aşırı karları eriten ve her işletmeye sadece faktör maliyetlerini

karşılamaya yetecek kadar kar elde etmesine izin veren bir olgudur. Dolayısıyla, tam rekabette denge noktasında aşırı kar olmayacağı için, bu ekonomi dalı SRÜ'yü öngörmez.

b. Sanayi Ekonomisi

Sanayi ekonomisi, endüstri performansını “yapı-davranış-performans” modeli ile açıklamaya çalışır ve açıklamalarını oligopol piyasalar üzerine temellendirir. Bu modele göre, endüstri yapısından endüstri performansına doğru nedensel bir akış vardır, davranışı büyük ölçüde yapı belirlediği için performansı da büyük ölçüde yapı belirleyecektir. İşletmeler arasındaki performans farklılıkları temel olarak ölçek farklılıklarından kaynaklanır. Ölçek büyüklüğü monopol güç olarak yansır ve işletmeler aşırı monopol karlar elde edebilirler. Dolayısıyla, birkaç dominant işletmenin olduğu endüstrilerde, işletmeler monopol güçlerini kullanarak uzun dönemli aşırı karlar elde edebilirler. Bu koşullarda işletmeler monopol güçlerini korumaya veya arttırmaya çalışırlar. Endüstriye giriş engelleri oluşturma bunun en önemli araçlarından birisidir. Dolayısıyla, sanayi ekonomisinin SRÜ'yü açıklayan en uygun ekonomi dalı olduğu söylenebilir. Diğer taraftan, sanayi ekonomisi endüstrinin performansını arttırmak için rekabeti teşvik etmeyi amaçlarken, işletme stratejistleri onun görüşlerini işletmenin performansını arttırmak için rekabeti kısıtlamak amacıyla kullanır.

c. Chamberlinian Ekonomi

Chamberlinian ekonomi, işletme performansını, “işletme özellikleri-işletme davranışı-işletme performansı” akışı ile açıklamaya çalışır. Açıklamalarını tekelleri rekabet piyasası üzerine dayandırır. Endüstrideki rekabet hem tam rekabet hem de tekelleri özelliklerinin çoğunu taşır. Dolayısıyla, analizler endüstriden bireysel işletmelere kayar. İşletmelerin kaynak ve yeteneklerindeki (teknik know-how, ün, marka farkındalığı, patentler, yöneticilerin birlikte çalışma yetenekleri, ticari markalar vb.) farklılıklar performans farklılıklarına da yol açabilir. Buna göre, tekelleri rekabet piyasasında en azından endüstrideki bazı işletmeler özgün kaynak ve yeteneklerini iyi şekilde

kullanarak uzun dönemli aşırı karlar elde edebilirler. Dolayısıyla, endüstrideki bazı işletmelerin SRÜ elde etmesi mümkündür. Chamberlinian ekonomi ile sanayi ekonomisinin birbirine karşıt olmaktan çok, birbirini tamamladığı söylenebilir. Sanayi ekonomisi işletmelerin izleyebileceği genel stratejilere işaret ederken, Chamberlinian ekonomi spesifik stratejilere işaret eder. Örneğin, sanayi ekonomisi giriş engellerinin kullanılmasına işaret ederken, Chamberlinian ekonomi ne tür bir giriş engelinin kullanılacağına işaret eder (Barney, 1986: 793-795).

d. Schumpeterian Ekonomi

Schumpeterian ekonomi, ekonomik gelişme sürecini ürün ve üretim teknolojilerindeki yeniliklere dayandırarak açıklamaya çalışır. Sanayi ekonomisi ve Chamberlinian ekonomi rekabetçi dinamikleri işletmenin değişiklere uygun tepkiler vermesine fırsat verecek şekilde bir ölçüde durağan sayarken, Schumpeterian ekonomide rekabet dinamik ve daha az kestirilebilirdir. Rekabet yenilikler sayesinde olur ve yenilikleri önceden kestirmek zordur. Schumpeter her yeniliğin kendinden önceki yeniliği yıkmasını “yaratıcı yıkıcılık” olarak adlandırır. Bu koşullarda, işletmelerin karşılaşacağı rekabetçi belirsizlikler stratejik yönetim teknikleriyle tam olarak ortadan kaldırılamaz (Barney, 1986: 795-796). Yenilik süreci aşırı karlara yol açar. Rakip işletmeler bu aşırı kârlara taklitçilik yoluyla cevap verecekleri için, aşırı kârlar asla kalıcı olmayacaktır. Ayrıca, Schumpeterian mantık yenilik ve taklit dinamiklerinin işletme düzeyinde değil, bireysel ürün düzeyinde gerçekleştiğine işaret eder. Dolayısıyla, taklitçilerin ortaya çıkmasıyla, yeni üründen kaynaklanan kârın azalması işletmenin kârının da mutlaka azalmasını gerektirmez. Dolayısıyla, Schumpeterian ekonomi SRÜ’yü işletme düzeyinde öngörürken bireysel ürün düzeyinde öngörmez (Roberts, 2001: 239-250).

e. Avusturyan Ekonomi

Avusturyan ekonomiyi tam olarak tanımlamak zordur. Avusturyan ekonomi ile sanayi ekonomisi arasında belirli farklılıklar olmakla birlikte, bazı durumlarda fark

sadece bir derece sorunudur. Ayrıca, benzer şekilde, bazı farklılıklar olmakla birlikte, Schumpeter'in çalışmaları çoğunlukla Avusturyan okulu içerisinde düşünülür. Avusturyan ekonomi çoğunlukla pazar dinamiklerine işaret etmek üzere kullanılır. Bu okula göre, işletmeler temel olarak girişimci keşiflerle kar ederler. Ancak, keşiflere bağlı aşırı karlar rakiplerin taklitçiliği nedeniyle kısa süreli olur. Diğer taraftan, bilgi birikimindeki sürekli değişim pazarda da sürekli değişmeye ve yeni kar fırsatlarının oluşmasına yol açar. Sürekli değişen pazarda yeni fırsatları yakalamanın bir aracı olarak da girişimcilik önemlidir. Buna göre, uzun dönemli aşırı karlar elde etmek mümkün olmayacaktır (Jacobson, 1992: 782-807). Sonuç olarak, bu ekonomiye göre, aşırı karlar kısa süreli olacak ve işletmelerin SRÜ elde etmesi mümkün olmayacaktır.

f. Evrimsel Ekonomi

Evrimsel ekonomi, ekonomik değişimi, biyolojik rekabet ile ekonomik rekabet arasında bir benzerlik kurarak açıklamaya çalışır. Bu ekonominin benimsediği evrimsel sürecin çeşitlilik, seçim ve kalıcılık olmak üzere üç önemli özelliği vardır. Bu özellikler bir sürece evrimsel nitelik kazandıran özelliklerdir. Burada, çeşitlilik, işletmeler arasındaki yetenek farklılıklarına; seçim, işletmeler arasındaki rekabete ve kalıcılık da işletmelerin çevreye uyum sağlamasına işaret etmektedir. İşletmeler faaliyetlerini yerine getirirken zaman içerisinde farklı iş yapma yetenekleri (routines) geliştirirler. Rekabetçi ortamda bu yeteneklerden etkin ve verimli olanlar işletmeye rekabet üstünlüğü kazandırır. Etkin ve verimli olmayanlar ise, ya terk edilir ya da değiştirilir. Bazı yetenekler ise, diğerlerinden daha kalıcı rekabet üstünlüğü yaratma özelliğine sahiptir. Bu ekonomide kalıcılık SRÜ'ye oldukça yakın bir kavramdır ve işletmenin çevreye uyum sağladığına işaret eder. Ancak, SRÜ denge koşullarıyla ilgili olarak açıklanmaz, onun yerine hangi yeteneklerin hangi koşullarda SRÜ yaratacağı açıklanmaya çalışılır. Bu ekonominin en aşırı ucu olan popülasyon ekolojisine göre, işletmeler stratejik seçimler yapamazlar ve stratejilerini kolayca değiştiremezler (Barney, 2001: 646-647). Buna göre, işletmeler SRÜ elde edebilirler ancak bu stratejik seçimlerin bir sonucu olarak gerçekleşmez. Dolayısıyla, bu ekonominin stratejik yönetim araştırmalarıyla uyumlu olmadığı söylenebilir. Strateji alanındaki araştırma bulguları, ekonomi

alanındaki teoriler ile karşılaştırıldığı zaman, eğer araştırma bulguları uzun dönemli daha iyi performansın (UDDİP) varlığını göstermeye devam ederse, bu durumda SRÜ'yü öngörmeyen ekonomi teorilerinin bu bulguları açıklayacak şekilde yeniden gözden geçirilmeleri gerekecektir. Eğer araştırma bulguları UDDİP'nin varlığını göstermeye devam etmezse, bu durumda stratejik yönetim teorilerinin bu bulguları açıklayacak şekilde yeniden gözden geçirilmeleri gerekecektir. Eğer araştırma bulguları UDDİP'yi var ancak çok nadir olarak gösterirse, bu durumda da bu alandaki araştırmaların artması beklenecektir (Wiggins ve Ruefli, 2002:84).

1.1.2.1.2. Rekabet Üstünlüğün Temel Bileşenleri

Rekabetçi üstünlük düşüncesinde temel ilke başarılı olmak için işletme stratejilerinin iyi seçilmesi ve uygulanmasını kapsamaktadır. Rekabetçi üstünlüğün temel bileşenlerini üç başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar (Timurçin, 2010: 131):

- Değer üretme,
- Ciddi yaratıcılık,
- Kavram araştırma ve geliştirme.

Değer üretme: Bir işletmenin rekabetçi üstünlüğe sahip olabilmesi değer yaratmasına bağlıdır. Yani, işletmenin fırsatlardan etkili bir şekilde yararlanarak eldeki imkânları istenilen şekilde kullanması şeklinde düşünülebilir. Burada önemli olan üretilen değer işlevsel ve benzersiz olmasıdır (Timurçin, 2010: 131).

Ciddi yaratıcılık: Pratik ve yapıcı olmaktır. Bir başka ifadeyle, deneyimlerin, bilinenlerin, ek değer elde etme konusunda en etkili şekilde kullanılması yoludur. Bunun için etkili güdüleme, sağlıklı tutum, ortak odak noktalar ve uygulanabilir yöntemler gerekir (Timurçin, 2010: 131).

Kavram araştırma geliştirme: Değerin yaratılması ve ciddi yaratıcılığı kolaylaştıran temel işlev olarak ne olması gerektiğinden önce, çok farklı düşünebilme ve kavramların tanımlanmasını kapsar. Rekabetteki gerçek başarı konum ve üstünlük anlayışı, farklı düşünüp kavramların üretilmesini gerektirir (Timurçin, 2010: 131).

1.1.2.1.3. Rekabet Üstünlüğün Tamamlayıcı Bileşenleri

Genel anlamda işletmeler için uyulması gereken ilkeleri ortaya koyar. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Çetin, 2000: 86):

- Rekabetin somut bir yargısı ve en önemli sosyal ve teknik olayı olarak verimlilik,
- Ölçek ekonomilerinden yararlanarak maliyet üstünlüğü elde etmek ve rekabette üstün konuma gelmek için stratejik işbirliği,
- Bilgiyi üretme, izleme, depolama ve etkili kullanma aynı zamanda bilgi kaynaklarının denetimine yönelik bilgilendirme ve bilişim teknolojileri,
- Karşılıklı bağımlılıklarını içeren sistem tarafından tanımlanan kurallar dizisine bağlı olarak birlikte ve uyumlu çalışmayı ya da kollektif düşünce hareketi niteleyen bütünleşme,
- Yepyeni bir dünya, toplum, ekonomi, sistem ve işletme yaşamının yaratılması için yaygınlaşan iletişim ve iletişim ağları,
- Büyüme ile artan üretim kârını maksimum kılmak için maliyetlerin en uygunlaştırılmasına bağlı olarak ölçek ekonomisinden yararlanma, Kritik performans boyutu olarak kalite temelli üretim ve pazarlama,
- Olumlu ve özel bir değişim olarak yenilik ve Ar – Ge çalışmaları,
- Rekabette işlerin ve eylemlerin doğru ve istenilen nitelikte yapılması ve davranışın amaca ulaşma derecesi olarak etkinlik ve etkililik,
- Çalışma yaşamının kalitesini arttırma,
- Kaynakların rasyonel olarak kullanılması,
- Tüm değerlerin birbirleri ile ilişkisine dayalı olarak bütünleştirilmiş değerler ve değerlendirme,
- İşletmenin rakiplerinden daha iyi olmasına yönelik farklılık yaratma,
- İşletmenin çevresinin analizine bağlı fırsatların keşfedilmesinde ve değerlendirilmesinde tam zamanlılık,
- Rekabetçi güç kazanma yolunda ana etkinlik olarak teknolojik belirleyicilik,
- Küresel davranışı sorumluluğu olarak iyileşen çevresel bakış boyutu,

- Geleceğe yönelik faaliyetlerin sürdürülebilmesi ve rekabetçi üstünlüğün elde edilmesi için değişimin artan baskısını kullanma ve yeni eğilimleri izleme,
- Yenilik yaratma, yönetme ve koşullara uyum sağlamak için girişim ve içgirişimcilik,
- Daha akıllı çalışma ve etkinlik için yeni yönetim yaklaşımları,
- Rekabetin getirdiği yeni becerilerin ve yeteneklerin kazanılmasını kolaylaştırmaya yönelik dış kaynak, ya da ortak kaynak kullanımı.

Günümüzde uluslararası ticaret alanında başarı, artık ülke bazında değil işletmeler bazında ölçülmektedir. Bunun nedeni, uluslararası piyasada ülkelerin değil, işletmelerin rekabet etmeleridir. Porter’a göre, de rekabetçi üstünlüğü ülkeler değil işletmeler yaratır. Bu nedenle, rekabetçi üstünlük işletme bazında tanımlanmalı ve incelenmelidir (Çetin, 2000: 87).

1.1.2.2. Porter Yaklaşımı

Porter’ın rekabetçi stratejiler geliştirmek, rekabetçi üstünlüklerin kaynaklarını anlamak ve uluslararası rekabetin temel unsurlarında bir çerçeve oluşturmaya yönelik firma ve endüstri temelli daha önceki çalışmalarına ve bu alanlardaki birikimlerine ilave olarak, Ülkelerin Rekabetçi Üstünlüğü (1990) isimli çalışmasıyla, uluslararası rekabet gücü; kapsamlı bir araştırma ve veri setine dayalı olarak bütünsel bir yaklaşımla ele alınmıştır. Bu yaklaşımda, uluslararası rekabet gücü kavramı, aşağıdan yukarıya veya mikro temelde münferit ülke ve endüstri analizlerinden hareketle, rekabetçi üstünlükler ekseninde bir çerçeveye kavuşturulmaya çalışılmıştır (Porter, 1990a; 1990b; Kibritçioğlu, 1998a; Snowdon ve Stonehouse, 2006).

Uluslararası rekabet gücünün mikroekonomik esaslarına ilişkin Porter’in araştırma ve fikirlerinin tartışılması / ortaya konması amacıyla Snowdon ve Stonehouse (2006) tarafından yapılan görüşmede, hayatta çoğu şeyin fikirlerden meydana geldiğine işaret eden Porter, bu alandaki esas rolünün fikir yaratmak, insanların probleme bakış tarzındaki perspektifi, başka bir ifadeyle ana çerçeveyi değiştirmek olduğunu vurgulamaktadır. Çalışmalarını özel olarak akademik topluma ve literatüre hitap edecek şekilde yazmadığını, gerçek dünyadaki uygulamalarla hep bir ilişki ve tutarlılık kurmaya

çalıştığını ifade ederek, ekonomik politikalarını oluşturan kamu görevlileri veya şirket stratejilerini oluşturan iş dünyası liderlerinin uygulamalarını değiştirmeyi amaçladığını belirtmektedir.

Porter (1990a), uluslararası rekabet gücü hususunda kabul görmüş bir tanımlamanın bulunmadığına ve daha da önemlisi hangi tanım kabul edilirse edilsin genel olarak uluslararası rekabet gücünü açıklayacak bir teorinin olmadığına dikkat çekmekte ve söz konusu çalışmada ortaya konulan teoriyle (yaklaşımla), soyut bir bakış açısından öteye gerçek rekabetin tüm karmaşıklığıyla ve genişliğiyle ele alındığını belirtmektedir. Bu bağlamda, bahse konu çalışmada “ülkelerin rekabetçi üstünlükleri hususunda kapsamlı bir teori geliştirmek ve uygunluğunu göstermek için” çok sayıda ülke ve bu ülkelerdeki yine çok sayıda endüstrinin incelendiği görülmektedir (Porter, 1990a: xiii; Snowden ve Stonehouse, 2006).

Porter, ülkelerin rekabet gücü ile firmaların rekabet gücü arasında yaygın bir karışıklığın yapıldığını belirterek, bir firmanın rekabet gücü ile ülkenin rekabet gücü arasında basit bir geçişin olmadığına da dikkat çekmektedir. Porter, uluslararası rekabet gücünün firma ve mekan (ülke) düzeyindeki farklılığının daha iyi anlaşılması bakımından, Massachusetts’de ayakkabı imalatı yapan ve piyasa payını artıran, ancak işçilerine saatte sadece 50 cent ücret ödeyen bir şirket örneği vermektedir. Düşük ücretlerin ayakkabı satışlarında bu şirketi rekabetçi kıldığına, ancak bu durumun, yüksek ücretler alınmasını gerektiren, Massachusetts’in refahını artırmayacağına işaret edilmektedir.

Bu bağlamda Porter, belirli bir mekanda refahı nelerin artırdığının anlaşılması bakımından, şirketlerin başarısının değerlendirildiği durumdakinden farklı göstergelerin kullanılması gerektiğini belirtmektedir. Ancak şirketlerin belirli bir coğrafi mekanda (ülkede) faaliyette bulunduğundan hareketle, şirketlerle ülkelerin uluslararası rekabet gücünün birbiriyle ilişkili olduğu da aşıkâr bulunmakta ve bunlar arasında bir sentezin olması gerektiğine de vurgu yapılmaktadır.

Bir ülkede makroekonomik istikrarın, güçlü politik ve hukuki kurumların varlığı söz konusu ülkede yatırım eğilimi ve verimlilik artışı sağlanması bakımından oldukça önemli görülmekte, ancak bu durum başlı başına verimliliği artırmak için yeterli bulunmamaktadır. Porter’e göre, bir ülke dünyada en istikrarlı makroekonomiye, iyi

işleyen ve hesap verebilir demokratik politik bir sisteme sahip olabilir, ancak başlı başına bu durum refah artışı için yeterli olmayacaktır. Bir ekonomideki verimliliğin nihai belirleyicisinin firmaların verimliliği olduğuna vurgu yapılmakta ve firmaların verimli olmasını mümkün kılan unsurların, firmaların sofistikeliği / gelişmişlik seviyesi ile bulundukları iş ortamının kalitesine bağlı olduğu belirtilmektedir (Porter, 2004; Snowdon ve Stonehouse, 2006).

Buradan hareketle, yine Porter’e göre “Firmaları rekabetçi olmadıkça bir ülke ekonomisi rekabetçi olamaz” (Porter, 2004: 31; Porter ve diğerleri, 2008: 48).

Ancak bilhassa belirtmek gerekirse, iş ortamı olarak da ifade edilen ülke özellikleri firmaların uluslararası başarısında merkezi bir role sahiptir. Bu bakımından, Porter yaklaşımında “elmas” teorisi /modeli kapsamında ele alınan ulusal rekabetçi üstünlüğün belirleyicilerine büyük önem atfedilmektedir. Söz konusu hususlar, bir ülkede / mekanda rekabette yaşanan tüm unsurları içeren ve firmaların verimlilik düzeyi üzerinde temel belirleyici olan doğrudan doğruya iş ortamıyla ilişkilidir (Snowdon ve Stonehouse, 2006).

Porter, ülkelerin rekabetçilikleri üzerinden şekillenen uluslararası ticareti açıklamaya çalışan dış ticaret teorilerini, belirli noktalarda eleştirmektedir. Bu kısımda Porter’ın dış ticaret teorileri açısından tespit etmiş olduğu sorulara ve kendisinin bu sorulara ilişkin yaklaşımına yer verilmektedir (Arıç, 2013: 86).

Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi’nin varsayımlarına göre; ölçek ekonomileri yoktur, ülkelerin teknolojileri birbirlerine benzerdir, ürünler homojendir, ülkelerin üretim faktörleri sabittir, üretim faktörleri bir ülkeden diğer bir ülkeye hareket edememektedir (Porter, 1998: 12). Fakat günümüz dünyasında birçok ürün birbirinden farklı niteliklere sahiptir ve tüketici talepleri ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. Teknoloji sürekli olarak değişmekte ve farklı coğrafyalara yayılmaktadır (Porter, 1998: 13). Sermaye, emek ve teknoloji ülkeler arasında serbestçe hareket edebilmektedirler. Bu hareketlilikte etkili olan unsur ise üretim faktörlerinin fiyatlarındaki farklılıktır (Salvatore, 2001: 399).

1.1.2.2.1. Ulusal Rekabetçi Üstünlüğün Belirleyicileri

Porter (1990a; 1990b)' a göre, bir ülkenin belirli bir endüstride uluslararası başarı elde etmesi; yerel firmaların rekabet ettiği ortamı biçimlendiren, rekabetçi üstünlük yaratılmasını etkileyen ve başarının sürdürülebilir kılınması için ilgili tüm alanlarda gelişme sağlanması gereken dört genel hususa bağlıdır. *Faktör koşulları:* Belirli bir endüstride rekabet edebilmek için gerekli olan, nitelikli işgücü veya altyapı gibi üretim faktörlerinin durumu.

Talep koşulları: Bir endüstride üretilen ürünler veya hizmet için yurtiçi talep yapısı.

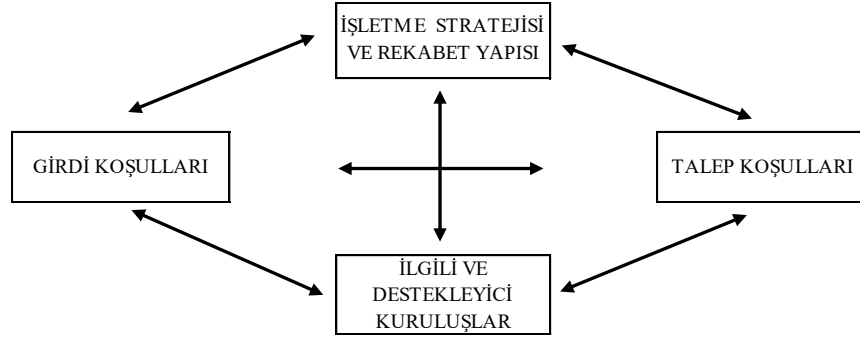
İlgili veya destekleyici endüstriler: Uluslararası düzeyde rekabet gücü olan tedarikçi ve ilgili endüstrilerin mevcudiyeti.

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet düzeyi: Bir ülkede şirketlerin oluşumunu, organize yapısını ve yönetimini etkileyen ülke koşulları ve yurtiçi rekabet durumu.

Porter'e göre, bir ülkenin, yukarıda bir sistem halinde verilen ve ulusal “elmas” olarak tanımlanan söz konusu ulusal üstünlüğün belirleyicilerinin en elverişli olduğu endüstrilerde veya daha alt endüstri kategorilerinde başarılı olma ihtimali en yüksek olacaktır. “İktisadi gelişme süreci, firmaların sürekli daha yüksek başarı ve verimlik elde edebilecek şekilde bu elmasın iyileştirilmesinden ibarettir” (Porter, 1990a; 2004; Snowden ve Stonehouse, 2006: 166).

“Elmas” modeli karşılıklı olarak birbirini etkileyen (güçlendiren) bir sistemdir. Bir belirleyicinin etki düzeyi, diğerlerindeki gelişmeğe bağlıdır. Örneğin talep koşullarındaki elverişlilik, ilgili endüstrideki rekabet durumu firmaların bu koşullara yanıt vermesini mümkün kılacak yeterlilikte değilse, rekabetçi bir üstünlüğe yol açmayacaktır. Bununla birlikte, bir belirleyicideki iyileşme diğerlerinde de iyileşmeyi tetikleyebilmektedir (Porter, 1990a: 72).

Şekil 2. Porter'in Elmas Modeli



Kaynak: Porter (1990: 127)

Porter, ülkelerin rekabet güç ve yeteneğini belirlerken dört grup temel değişkenden yola çıkmaktadır. Bunları şu şekilde sıralanabilir;

Faktör (Girdi) Koşulları; ülkenin belirli bir sanayide rekabet etmek için gerekli olan vasıflı emek ve alt yapı gibi üretim faktörlerinin düzeyi,

Talep Koşulları; endüstrinin sunduğu mal veya hizmete olan talebin yapısı,

İlgili ve Destekleyici Endüstrileri; uluslararası piyasalara yönelmiş işletmenin arkasında yer alan sanayinin yapısı ve potansiyeli,

İşletme Stratejisi, Yapısı ve Rekabeti; ekonomideki rekabet ortamı ve bu ortamı belirleyen şartlar.

Porter, rekabet gücünün belirleyicisi olarak ortaya koyduğu bu dört ana faktörün dışında ayrıca dışsal faktörler olarak iki ilâve değişkene daha değinmiştir

Şans: işletmelerin dışında gelişen faktörlerdir. AR-GE departmanlarının kurulmasıyla yeni icatlar, temel teknolojilerdeki gelişmeler, savaşlar, bir takım dış siyasî gelişmeler, yabancıların taleplerinde meydana gelen büyük değişimler vb. birer şanstır. Bunlar ülkelerin sanayi yapısını yeniden şekillendiren ve bir ülkedeki şirketlerin el değiştirmesine yol açan gelişmelerdir. Tüm bunlar rekabetçi üstünlüğün kazanılması veya kaybedilmesine yol açan faktörlerdir.

Devlet Politikaları: devlet politikalarını şekillendiren o ülkedeki görev başındaki hükûmetlerdir. Hükûmetler almış oldukları politik kararlarla rekabet üstünlüğünün gelişmesine veya gerilemesine sebep olabilirler. Anti tröstlerle ilgili olarak yaptıkları yasalar dahi rekabeti etkileyen unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Hükûmetler

sadece aldıkları kararlarla değil yaptıkları alımlarla da rekabet üstünlüğünü etkileyebilirler. Rekabet üstünlüğünü arttırdıkları gibi azaltıcı etki de yaratabilirler. Hükûmetler bazen ellerindeki kaynakları, bir politika aracı olarak teknolojiyi geliştirmek veya yeni icatlar için yatırım yapmak için kullanırlar ki bu durum rekabet üstünlüğünün değişmesine yol açmaktadır (Altay, 2006:38).

Porter modelinde rekabet gücünü etkileyen faktörler sürekli olarak bir birini etkilemektedir. Porter sistemi birbirini karşılıklı olarak etkileyen karmaşık bir yapıdadır. Porter'e göre rekabet avantajları genellikle yenilik ve değişimlerin hızına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Porter (1990a) çalışması çerçevesinde, ulusal rekabetçi üstünlüğün temel / genel belirleyicileri ve bunların başlıca özellikleri aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılacaktır:

Ulusal rekabetçi üstünlük açısından etkili olan birinci belirleyici, ülkedeki *faktör koşullarıdır*. Rekabetçi üstünlükler açısından faktörlerin göreceli rollerinin daha açıkça anlaşılması için, faktör türleri arasında iki tür ayrıma gidilmektedir. Birincisi, temel ve gelişmiş faktör ayrımıdır. Temel faktörler doğal kaynaklar, iklim şartları ve lokasyon koşulları ile niteliksiz ve yarı nitelikli işgücü ve sermaye gibi hususları içerirken gelişmiş faktörler daha ziyade modern iletişim altyapısı, öncelik arzeden mesleklerde yüksek düzeyde eğitilmiş işgücü ve sofistike disiplinlerde üniversite araştırma enstitüleri vb. kapsamaktadır.

Gelişmiş faktörler, günümüzde rekabetçi üstünlük açısından kritik önem arz etmektedir. Bu faktörlere sahip olmak, farklılaştırılmış veya özgün ürünler ve tescilli üretim teknolojileri gibi ileri derecede rekabetçi üstünlükler elde etmek için elzem görülmektedir. Bu faktörlerin geliştirilmesi gerek fiziki gerekse beşeri alanlarda büyük boyutlarda ve sürekli bir yatırımı gerektirdiğinden, aslında temel faktörlere göre daha kıt ve elde edilmesi güç olan faktörlerdir. Ancak bu faktörlerin, çoğu zaman temel faktörler üzerine inşa edilerek geliştirildiği de bir gerçektir.

Üretim faktörleri arasındaki ikinci önemli ayrım, genel ve özel faktörler olmak üzere niteliklerine göre yapılmaktadır. Genel faktörler, endüstrilerin çoğunda yaygın olarak kullanılan karayolu, demiryolu vb. genel ulaştırma altyapısı, işgücü arzı veya sermaye olarak tanımlanabilirken, özel faktörler belirli bir özellik arzeden altyapı, belirli alanda nitelikli işgücü, belirli alanlarda bilgi birikimi ve daha tanımlı alanlara veya

belirgin bir endüstriye özgü diğer faktörler olarak belirtilmektedir. Genel faktörler, çoğu ülkede genellikle mevcut olup, eksikliğin giderilmesi ise daha kolaydır. Özel faktörlerin genel faktörlere göre, rekabetçi üstünlük açısından daha kesin ve sürdürülebilir bir temel oluşturduğuna işaret edilmektedir.

En etkili ve sürdürülebilir bir rekabetçi üstünlük, bir ülkenin gelişmiş ve özel üretim faktörlerinin her ikisine birden sahip olduğu durumda elde edilebilmektedir. “Gelişmiş ve özel faktörlerin mevcudiyeti ve niteliği potansiyel olarak erişilebilecek rekabetçi üstünlüğün sofistikeliğini (gelişmişlik düzeyini) ve gelişim hızını belirlemektedir” (Porter, 1990a: 79). Ulusal üstünlüğün bir diğer önemli belirleyicisi ise, yurtiçi talep kompozisyonu ile talebin boyutu ve büyüme hızı gibi *talep koşullarından* oluşmaktadır.

Birçok endüstride talep, alt ürün gruplarında çeşitlilik göstermektedir. Bir ülkede, diğer ülkelerde rastlanmayan düzeyde, belirli bir alt grup ürünlerine yüksek miktarlarda talep olması veya bu ülkenin söz konusu endüstri ürünlerine olan talebi içerisinde bu ürünlerin yüksek paya sahip olması durumunda, bu ülkedeki firmaların rekabetçi üstünlükler kazanması muhtemel görülmektedir. Diğer yandan, ölçek ekonomilerinin bulunduğu veya yaparak öğrenmenin mümkün olduğu endüstrilerde geniş bir yurtiçi piyasanın varlığının büyük ölçekte yatırım yapılması, teknoloji geliştirilmesi ve verimlilik artışları yoluyla rekabetçi üstünlükler geliştirilmesine katkı sağlayabileceğine vurgu yapılmaktadır.

Ulusal rekabetçi üstünlüğün üçüncü belirleyicisi, bir ülkedeki, uluslararası düzeyde *rekabetçi tedarikçi (yan sanayici) ve ilgili endüstrilerin* boyutudur. Belirli bir mekanda uluslararası düzeyde rekabet gücü yüksek bir yan sanayici varlığı, bunların ürünlerini kullanan endüstrilerde önemli bir üstünlük oluşturmaktadır. Her şeyden önce, uygun maliyet ve kalitedeki girdilere daha erken / tam zamanında, daha etkin ve tercihli erişim mümkün olabilmektedir.

Yurtiçinde belirli bir endüstri için güçlü bir tedarikçi firmaların varlığının beklide en önemli yanı, özellikle inovasyon ve iyileştirme sürecinin daha etkin sürdürülebilmesinin mümkün olmasıdır. Firmalar bilgiye, yeni fikir ve metotlara ve hatta tedarikçinin yaptığı yeniliklere daha çabuk erişim sağlayabilmekte, araştırma ve geliştirme birikimlerinden karşılıklı faydalanma ve müşterek problem çözme

yöntemleriyle daha etkin bir sonuca varabilmektedirler. Böylece, dünya standartlarında tedarikçiler ile bulunduğu endüstri arasındaki sıkı ilişki ve işbirlikleri rekabetçi üstünlüğün oluşmasına sebep olmaktadır.

Firmaların ürettikleri ürünlerin “değer zincirindeki faaliyetlerini koordine edebildiği veya paylaşabildiği ya da ürettikleri ürünlerin tamamlayıcısı olduğu” ilgili endüstrilerin varlığı da rekabetçi üstünlük sağlanması açısından önemli bir kazanç oluşturmaktadır. Firmalar; teknoloji geliştirme, imalat, dağıtım, pazarlama vb. alanlarda işbirliğine gidebilmektedirler (Porter, 1990a: 105).

Porter, ortaya koyduğu teorisinde temelde şu problematiği çözmeye çalışmaktadır; bazı ülkelerdeki firmaların verimliliği artırıcı avantajları nasıl sağlayabildiklerini, diğer bazı ülkelerdeki firmaların ise söz konusu avantajları nasıl elde edemedikleridir (Porter, 1998: 20).

İlgili endüstrilerdeki yurtiçi firmalar bazen faaliyet paylaşımına gittikleri gibi bazı zamanda ortaklıklar tesis edebilmektedirler. Ayrıca, ilgili endüstrilerden bir endüstrinin uluslararası başarısı tamamlayıcı ürünler için yaratacağı taleple de diğer endüstri/endüstriler için itici güç olabilmektedir.

Porter, birçok dış ticaret teorisinin, dış ticaretin nedenlerini açıklarken maliyet, kalite ve farklılaştırılmış ürünler üzerinden açıklamalarda bulunduğunu belirtmektedir. Yeni teori ise dış ticaretin oluşumuna; endüstrilerin kendi içinde sınıflara ayrıldığı, farklılaştırılmış ürünler, teknolojik farklılıklar ve ölçek ekonomileri temelinde oluşacak rekabetçilik çerçevesinde bir yaklaşım getirmelidir. Bu bakımdan yeni teori; bazı ülkelerdeki firmaların verimliliği artırıcı bu avantajları nasıl sağlayabildiklerini, diğer bazı ülkelerdeki firmaların ise söz konusu avantajları nasıl elde edemediklerini ortaya koymalıdır (Porter, 1998: 20).

Porter, ülkelerin belirli endüstrilerde rekabetçi avantajları nasıl elde ettiklerini tespit etmek amacıyla, on ülkede (Danimarka, Almanya, İtalya, Singapur, İsveç, İsviçre, Japonya, G. Kore, İngiltere, ABD) dört yıl süren bir araştırma yapmıştır (Kibritçioğlu, 1998: 7). Bu ülkelerden ABD, Japonya ve Almanya dünyanın önde gelen sanayileşmiş ülkeleridir. Seçilmiş olan diğer ülkeler ise hükümetlerin endüstrilere yönelik politikaları, sosyal, coğrafik ve bölgesel yapıları itibarıyla birbirlerinden oldukça farklı nitelikler

sergilemektedirler. Asya ülkeleri sanayileşme hamleleri nedeniyle dikkat çektikleri için çalışmaya dâhil edilmişlerdir. Avrupa ülkelerinden İsveç ve İsviçre uluslararası ticarete önemli bir yere sahip olduklarından çalışmada kullanılmışlardır. Porter'ın çalışmasının 10 ülke ile sınırlandırılmasının nedeni, zaman ve kaynak kısıtlarından kaynaklanmaktadır. Söz konusu ülkeler, 1985 yılı itibarıyla dünyadaki toplam ihracatın %50'sini gerçekleştirmektedirler. Bu ülkeler aynı zamanda birçok endüstride rekabetçi üstünlükleri de ellerinde bulundurmaktadırlar (Porter, 1998: 21).

Rekabetçi endüstrilerin belirlenmesi çerçevesinde istatistiksel verilerden, yayınlamış kaynaklardan ve alan mülakatlarından yararlanılmıştır. Çalışmada ekonomideki tarım, sanayi ve hizmetler sektörleri olarak tüm sektörler üzerinde durulmuştur (Porter, 1998: 24).

Bir ülkedeki endüstrinin uluslararası başarısının ölçüsü olarak, o endüstrinin dünya çapındaki benzer en iyi endüstrilere kıyasla sahip olduğu rekabetçi avantajları kullanılmıştır. Böyle bir ölçü yönteminin kullanılmasındaki sebep ise, korumacılığın, sübvansiyonların, farklı hesaplama yöntemlerinin ve komşu ülkelerle gerçekleştirilen sınır ticaretinin ülkedeki endüstrilerin rekabetçi avantajlarının ölçümünde yanıltıcı sonuçlar vermesidir (Porter, 1998: 25).

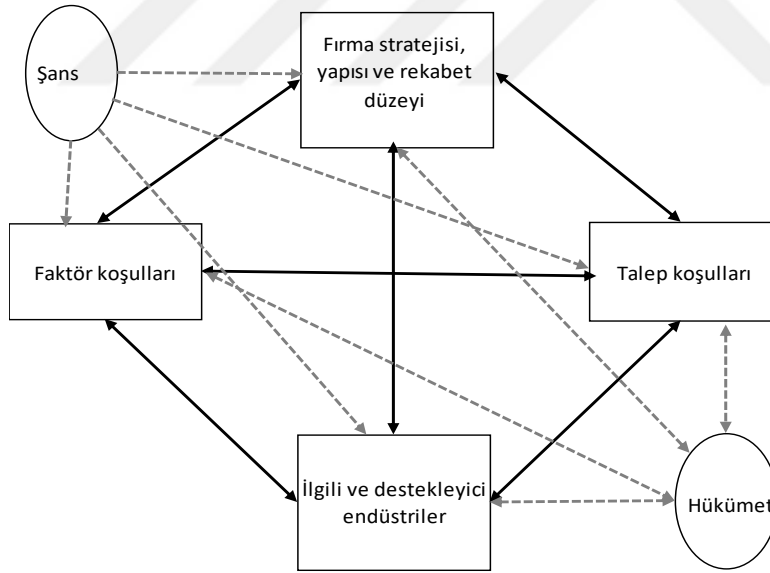
Porter, yabancı yatırımın ve ticaretin birlikte uluslararası rekabet üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Porter, çalışmasında uluslararası rekabetçiliğin ölçülmesinde ülkenin diğer ülkelere gerçekleştirmiş olduğu önemli ve süreklilik arz eden ihracatını ve/veya ev sahibi ülkenin sahip oldukları yetenekler veya koşullar nedeniyle bu ülkeye yapılan önemli yabancı yatırım değişkenlerini kullanmıştır (Porter, 1998: 25).

Ulusal rekabetçi üstünlüğün dördüncü genel belirleyicisi *firma stratejisi, organizasyon yapısı ve endüstrideki rekabet düzeyi* olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, yurtiçi rekabet yapısı ile birlikte yeni firma oluşumu, firmaların organizasyonu ve yönetim biçimi öne çıkmaktadır. Aynı endüstrilerdeki firmaların organizasyon biçiminin, hedef ve stratejilerinin ülkeler arasında farklılık gösterebildiğine vurgu yapılmakta ve belirli bir endüstride, firmaların söz konusu hususlarda yapacağı seçimler ile bu endüstrideki rekabetçi üstünlüklerin kaynakları bakımından tutarlılığın temininin

ulusal üstünlüğe sebebiyet verebileceği belirtilmektedir. Diğer taraftan yurtiçi rekabet yapısı, özellikle firmaların inovasyon sürecinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır.

Porter, ulusal rekabetçi üstünlüklerin geliştirilmesi bakımından yurtiçi rekabet düzeyi üzerinde önemle durmaktadır. Yurtiçi rekabetin firmaların inovasyon yapması ve gelişimi bakımından baskı unsuru olduğu belirtilmekte ancak bunun sadece fiyat rekabetiyle sınırlandırılmaması, teknoloji alanında olduğu gibi diğer rekabet türlerinin de daha yüksek düzeyde sürdürülebilir bir ulusal üstünlüğe yol açabileceğine dikkat çekilmektedir. Bu çerçevede, ulusal rekabetçi üstünlük kazanımı bakımından yukarıda ifade edilen temel belirleyicileri ve birbirleriyle etkileşimini ortaya koyan ulusal “elmas”, Şekil 2.3.’de görüldüğü gibi, “rekabetçi olabilme bakımından güçlü ve zayıf önemli alanların değerlendirilmesi için bir çerçeve” sunmaktadır (Porter, 1990b: 8).

Şekil 3. Ulusal Rekabetçi Üstünlüğün Belirleyicileri



Kaynak: Porter (1990b: 5)

Şekil 3'te görüldüğü üzere, iki ilave değişken bu sistemi önemli derecede etkilemektedir ve teorinin tamamlanabilmesi bakımından gerekli görülmektedir. Bunlar, şans faktörü (rastlantısal olaylar) ve hükümetin rolüdür. Şans faktörü bağlamında, rekabetçi üstünlüğü etkileyen bazı gelişmeler (olaylar) hususunda; temel icatlar ve ana teknolojik dönüşümler (örneğin; biyoteknoloji, mikroelektronik), petrol şokları gibi girdi

maliyetlerindeki değişimler, dünya mali piyasalarında ve döviz kurlarındaki önemli dalgalanmalar, dış kaynaklı politik gelişmeler ve savaşlar örnek olarak verilmektedir. Bunlar, firmaların ve genellikle hükümetlerin kontrolleri dışında olup, bir ara dönem niteliğinde, ülkenin mevcut sanayi yapısının yeniden şekillenmesine yol açmakta ve diğerlerine baskın gelecek şekilde bazı ülke firmalarına fırsatlar veya tehditler sunmakta ve böylece birçok endüstride rekabetçi üstünlüğün değişmesinde önemli rol oynamaktadır. Elmas modelini tamamlayan son unsur hükümetin rolüdür.

Dunning'e göre, Porter dünya ekonomik yapısını oluşturan güçleri dikkate almamış olup küreselleşmenin çok önemli bir parçası olan doğrudan yabancı yatırımlarını modelde ele almamıştır. Ayrıca çok uluslu şirketler, ülkelerin gelişmesinde önemli katkı sağlamaktadır. (Brunner, 2006: 7).

Grant'e göre; Porter çalışmasında rekabet stratejisi teorisi ile uluslararası ticaret ve yatırım teorilerini bütünleştirerek bu alana önemli katkı sağlamıştır. Teorinin gücünü bazı endüstrilerin uluslararası başarısını açıklamadaki ikna kabiliyetine bağlayan olumlu eleştirilerine karşın bu noktada teorinin en büyük zayıflığının Elması oluşturan köşelerin birbirleri ile olan ilişkisinin yönü konusundaki belirsizliğin, etkileşimlerin karmaşık oluşunun ve çift yönlü nedenselliğin güçlü bir öngörü oluşturmada başarısızlığı olduğunu ifade etmektedir. Grant, teorinin diğer bir zayıflığının ise niteliksel olması ve güçlü bir ampirik geçerlilik sınavına başvurmaması olduğunu belirtmektedir⁵.

Grant, Rekabetçi Üstünlükler Teorisi'nin analiz edilmesinde firma, endüstri ve ülke düzeyinde uygulanabilirliğin söz konusu olduğunu belirtmektedir. Teorinin uygulanmasında niceliksel unsurlardan çok niteliksel özellikler ön plana çıkmaktadır. Ayrıca uygulamaların geçerliliğinin test edilmesi de mümkün görünmemektedir. Teori genel olarak firmaların ve ülkelerin gelişmelerine yeni bakış açıları kazandırması bakımından oldukça önemlidir (Grant, 1991: 547, 548).

Davies ve Ellis, bu yeni teoriyi ampirik anlamda uygulanabilirliğinin mümkün olmadığı yönünde eleştirmektedirler. Aynı zamanda rekabetçi üstünlüklere sahip olan endüstrilerin her zaman güçlü bir Elmas Modeli yapısına sahip olmadıklarını belirtmektedirler. Bir ülkeye yapılan yabancı yatırımlar o ülkenin rekabetçilik açısından

⁵ <http://www.rekabet.gov.tr>

zayıf olduğu anlamına gelmemektedir. Bir ülkenin uluslararası başarısının her zaman inovasyon veya ürün farklılaştırmasıyla mümkün olmadığını ifade etmektedirler (Davies ve Ellis, 2000: 1209).

Uluslararası rekabetçi üstünlükler bakımından hükümetlerin gerçek rolü, rekabetçi üstünlüğün dört genel belirleyicisini (Elmas modelini) etkilemek suretiyle görülmektedir. Örneğin, devlet yardımları (teşvikler) ve eğitim politikalarıyla faktör koşulları, vergi politikaları ve ürün standartları veya regülasyonlarla talep koşulları, antitröst politikalarıyla yurtiçi rekabet etkilenmektedir. Ayrıca, hükümetler savunma sanayii, uçak, demiryolu taşıtları vb. ulaşım araçları, inşaat malzemeleri gibi bazı endüstrilerde önemli bir alıcı konumunda bulunmaktadır (Porter, 1990a; 2004).

Hükümetler, kısmi / dolaylı bir rolü bulunmasına rağmen, ulusal rekabetçi üstünlükler geliştirilmesi hususunda önemli bir etkiye sahiptir. Porter (1990a)'a göre, ulusal rekabetçi üstünlüğün tek kaynak olarak tamamen hükümet politikalarına dayandırılması başarısızlıkla sonuçlanacaktır. Başarılı politikalar, ulusal rekabetçi üstünlüğün temel belirleyicilerinin mevcut olduğu endüstrilerde hükümetin bunları güçlendirme yönündeki gayretleri ile mümkün olmaktadır. Hükümetlerin, rekabetçi üstünlüğün altında yatan unsurları etkileyebileceği, ancak başlı başına bir rekabetçi üstünlük oluşturmakta yetersiz kalacağı belirtilmektedir.

Asıl önemli olan, hükümetin rolünün olup olmadığı değil, ne olması gerektiği hususudur. “Hükümetler doğru kuralları ve uygun teşvikleri oluşturmalı, verimli bir ekonominin gerek duyacağı kamu yatırımlarını yapmalıdır” (Porter, 2004: 33). Porter; hükümetlerin istikrarlı politik, hukuki ve sosyal kurumların sağlanması ve makroekonomik istikrarın oluşturulmasında çok önemli bir role sahip olduğuna dikkat çekerek, firmaların rekabetçi konumunun iyileştirmesine yardımcı olmak bakımından bir katalizör olarak faaliyette bulunması gerektiğini belirtmektedir (Snowdon ve Stonehouse, 2006). Hükümet politikalarının ana hedefi, “ülke kaynaklarını yüksek ve gittikçe artan bir şekilde verimlilik elde etmeğe yönlendirmektir” (Porter, 1990a: 617).

Dikkat çekilmeğe değer önemli bir husus, uygun hükümet politikalarının, ülkelerin gelişme aşamalarına bağlı olarak farklılık göstereceğidir. Başka bir ifadeyle, hükümet politikaları gelişen ekonominin ihtiyaçlarına uygun şekilde değişim ve gelişim göstermelidir. Hükümetlerin, faktör ve yatırım etken aşamalarda ulusal üstünlük

geliştirmek hususunda doğrudan etkiye sahip olduğu ancak inovasyon etken aşamada esas sorumluluğunun firmaların yenilikçi ve dinamik olmalarını mümkün kılacak ve bunun sürdürülmesini sağlayacak bir yatırım / iş ortamını tesis etmek olduğu belirtilmektedir.

Faktör koşulları: Faktör koşulları temel ve gelişmiş olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Temel faktörler vasıfsız işgücü, hammadde ve doğal kaynaklar gibi üretimde yeni yatırım gerektirmeyecek unsurları içermektedir. Gelişmiş faktörler ise yeni yatırımlarla ve inovasyon yoluyla güçlendirilmesi gereken unsurları kapsamaktadır (Smit, 2010: 115). Günümüz dünyasında bir ülkenin rekabetçiliğini gösteren yüksek verimliliğe ve ücret getirisine sahip olan endüstrilere avantaj sağlayan faktörler, nitelikli işgücü ve bilimsel altyapı gibi koşulları sağlayan gelişmiş faktör koşullarıdır (Gökmenoğlu vd., 2012: 12)

Talep koşulları: Porter'a göre bir ülkedeki talep koşulları ne kadar çok nitelikli mal ve hizmet talep etme eğiliminde ise firmaların söz konusu istekleri karşılamaları için kendilerini geliştirmeleri gerekliliği oluşacaktır. Böylelikle firmaların performanslarının artması ve ürettikleri malların kalite yönünden gelişmesi mümkün olacaktır (Hansen, 2011: 120). Ülkedeki talep koşullarının inovatif ve kaliteli mallara yönelik olması, firmaların dolayısıyla da ülkelerin rekabetçi üstünlüklerine katkıda bulunacaktır (Arıç, 2013: 93).

İlgili ve destekleyici endüstriler: İlgili endüstriler, firmaların rekabetçilik içerisinde ve değer zinciri çerçevesinde bir arada bulunmaları ve bir malın üretim sürecinin belirli aşamalarında yer almalarıyla şekillenmektedir. Üretim faaliyetlerinin paylaşımı kapsamında; teknolojinin geliştirilmesinde, üretimin yapılmasında, dağıtımın gerçekleştirilmesinde, pazarlamada ve satış sonrası hizmetlerde farklı firmaların faaliyetlerde bulunmaları söz konusudur (Porter, 1998: 105). Ülkedeki herhangi bir endüstrinin, ara malı üreticisinin (tedarikçi) çok sayıda olması ve bunların rekabet içerisinde olmaları, söz konusu malları kullanan firmalara etkin üretim koşullarında girdi sağlayacaktır (Erkekoğlu, 2008: 29). Destekleyici endüstriler bakımından rekabetçi avantajlara bakıldığında, bir firmanın maliyeti yüksek olan girdileri hızlı ve öncelikli

olarak kendi ülkesindeki destekleyici endüstriden temin edilmesi bir avantaj olarak gösterilebilir (Porter, 1998: 101).

Firma yapısı, stratejisi ve rekabet: Firmaların izledikleri stratejiler ve firma yapıları kendi ülkelerindeki çevresel faktörlere güçlü bir şekilde bağlıdır. Farklı ülkelerdeki endüstrilerin birbirlerinden oldukça farklı nitelikler gösterdiği söylenebilir. Söz konusu bu farklılıkların ise firmaların rekabetçiliklerinde bir üstünlük unsuru olduğu söylenebilir (Smit, 2010: 117). Porter, rekabetçilik açısından bir ülkedeki firmaların kendi aralarındaki rekabeti ifade etmektedir. Bu açıdan bakıldığında rekabetçilik, firmaları maliyet üzerinden rekabet etmek yerine kalitenin ve inovasyonun geliştirilmesi üzerinden rekabet etmeye yönlendirmektedir (Smit, 2010: 117).

Porter, Elmas Modelinde belirtmiş olduğu bu dört faktöre ek olarak şans ve hükümet faktörlerini de modele dahil etmiştir. Şans faktörü, dışsal olarak gerçekleşen olayların (savaş veya doğal afet gibi) firmaların veya endüstrilerin rekabetçilik koşullarını dönüşüme uğratabilmesini ifade etmektedir. Bu dönüşüm mevcut rekabetçi avantajların ortadan kalkmasına veya firmaların yeni koşullara uyum sağlayarak avantajların farklı alanlarda elde edilmesine yol açabilmektedir (Porter, 1998:124). Hükümet faktöründe ise hükümetin sübvansiyonlar, sermaye piyasası düzenlemeleri, eğitim politikaları gibi uygulamalarla Elmas faktörlerini etkilemesi üzerinde durulmaktadır. Porter'a göre, hükümet faktörü ulusal rekabetçilik açısından önemli olmasına karşın, rekabetçilik üzerindeki etkisi kısmidir. Ulusal rekabetçiliğin tahsis edilmesinde sadece hükümet politikalarının uygulanması, tek başına yeterli değildir ve başarılı olma ihtimali zayıftır (Porter, 1998: 127, 128).

1.1.2.2.2. Kümelenme Oluşumları ve Uluslararası Rekabet Gücü

Porter yaklaşımında, uluslararası rekabetçi üstünlükler geliştirilmesi bakımından kümelenme (cluster) oluşumlarının özel bir öneme sahip olduğu görülmektedir.

Porter, bir ülkede veya belirli bir mekanda iş ortamının iyileştirilmesinin kümelenmelere yol açtığını, başka bir ifadeyle kümelenmelerin “elmas modelinin bir türevi” olduğunu belirtmekte ve kümelenmelerin uluslararası rekabet gücünü birçok

yolla etkilediğine vurgu yapılmaktadır (Porter, 1999; 2004; Snowdon ve Stonehouse, 2006: 168).

Kümelenmeler, aynı alandaki birbiriyle ilişkili şirketlerin ve ilgili kurumların mekansal olarak belirli bir alanda yoğunlaşmasıdır (Porter, 1999: 78; Snowdon ve Stonehouse, 2006).

Kumral ve diğerleri (2001: 2)'ne göre kümelenme, ilgili endüstrilerin tanziminden oluşan belirli bir alandaki birbiriyle ilişkili şirketler ve kurumlardır. Daha ayrıntılı bir tanımlamayla kümelenme, ortak özellikleri olan veya tamamlayıcı nitelikteki birbiriyle ilişkili şirketlerin, tedarikçilerin, hizmet sunucuların ve ilgili kurumların belirli bir alanda coğrafi olarak yakın bir şekilde gruplaşmalarıdır (Porter, 2004: 33).

Bu çerçevede, kümelenme oluşumları için, bulundukları faaliyet ortamı itibariyle birbirine yakın olan firmaların mekansal olarak da daha yakın konuşlanmaları benzetmesi yapılabilir.

Rekabetçi üstünlükler geliştirilmesi ve bu üstünlüklerin sürdürülmesinde şirket bünyesinde olup bitenler asıl önemli olmakla birlikte; kümelenmeler vasıtasıyla şirket dışındaki / çevresindeki mevcut iş ortamının sağlayacağı katkılardan da faydalanma imkânı oluşmaktadır.

Genel olarak, imalat sanayiinde bir kümelenme oluşumu içerisinde nihai mal ve hizmet üreticileri, yan sanayiciler ve diğer ilgili firmalar, makine teçhizat ve parça tedarikçileri, uzmanlaşmış altyapı sağlayıcıları ve lojistik firmaları, finans kuruluşları, kalite-standart ve belgelendirme kuruluşları, kamu ve özel destek / danışmanlık birimleri, üniversiteler ve araştırma kurumları, düşünce kuruluşları, mesleki eğitim kuruluşları, sektörel ve / veya dış ticaret dernekleri, hastane gibi sosyal kurumlar vb. görülür.

Kümelenme oluşumlarının, uluslararası rekabet gücü üzerindeki etkileri şu şekilde özetlenebilir (Porter, 1999; 2004; Snowdon ve Stonehouse, 2006).

Kümelenmeler, ilişkili firma ve endüstrilerin verimliliğini artırmaktadır. Belirli bir kümelenme yapısı içerisindeki firmalar, ilgili kurumlara, uzmanlaşmış tedarikçilere, işgücüne, bilgi ve teknolojiye küme dışındaki firmalara göre daha hızlı, kolay, esnek ve böylece etkin bir erişim imkânına kavuşmaktadır.

Çeşitli üretim girdilerine, finansmana, makine-teçhizata, nitelikli işgücüne, teknik altyapıya ve gerekli bilgiye erişim kolaylığı, dikey yapılanmalara veya bunların uzak mesafelerden teminine göre daha yüksek etkinlik ve esneklik sağlamaktadır.

Kümelenmeler, yenilik ve verimlilik artışı için gerekli kapasite imkânı sunarak firmaların daha hızlı büyümesini mümkün kılmaktadır. Müşteri tercihleri / piyasa sinyalleri ve yenilik fırsatları kümelenmeler içerisinde daha kolay idrak edilebilmekte ve bunları değerlendirebilecek işgücü, sermaye ve diğer niteliklere erişim mümkün olabilmektedir.

Kümelenmeler, yeni iş oluşumlarını / girişimciliği tetiklemekte ve bunların hayata geçirilmesini mümkün kılmaktadır. Gerekli olan nitelikli üretim faktörlerinin ve ilgili hizmetlerin mahalinde varlığı, başka bir ifadeyle oluşmuş kaynak birikimine erişim, giriş engellerini azaltabilmektedir. Bu husus, aynı zamanda kümelenme yapısını bizatihi genişleten ve güçlendiren bir özellik arz etmektedir.

Kümelenme yapıları, firmalara işbirliği imkânları /fırsatları sunmaktadır. Küme içerisinde bulunan firmalar bir yandan birbiriyle rekabet ederken, diğer yandan, özellikle dikey entegre firmalar olmak üzere, birbiriyle işbirliği imkânları geliştirmektedirler.

Bu çerçevede, Porter (2004: 34), “kendi başına (tecrit halde) firmalardan kümelenme yapılarına geçişin sağlanmasını ve bu kümelenme yapılarının sofistikeliğinin daha gelişmiş faaliyetlere yükseltmesini” bir ekonomide üstünlük yaratan önemli bir husus olarak görmektedir. Çünkü Porter’e göre kümelenmeler, “firmaların faaliyette bulunabileceği etkin üretken yapı”yı temsil eder (Snowdon ve Stonehouse, 2006: 168).

1.1.2.3. Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabetçi Üstünlükler Üzerine bir Değerlendirme

Uluslararası rekabet gücü kavramı, anlam bakımından hem mutlak hem de karşılaştırmalı üstünlüklerden farklılık arz etmektedir. Öncelikle belirtmek gerekirse, uluslararası rekabet gücü kavramı, karşılaştırmalı üstünlükler kavramıyla kesinlikle aynı anlamı ifade etmemektedir. Çünkü bir ülke diğer ülkelere kıyasla bütün mallarda mutlak maliyet dezavantajına sahip olsa da, bunlar içerisinde bazı mallarda mutlaka göreceli

maliyet avantajına sahip olacağından, karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımına göre ihracat yapabilecek mal veya sektörleri söz konusu olacaktır. Halbuki, uluslararası rekabet gücü bulunmayan firma veya sektörlerin uzun vadede dünya piyasalarında var olması mümkün değildir (Kibritçioğlu, 1996; 1998a).

Kibritçioğlu (1996), uluslararası rekabet gücü kavramının, karşılaştırmalı üstünlükler kavramına kıyasla mutlak üstünlükler kavramına daha çok benzemesine rağmen, fiyat dışı unsuru da içerdiği için çok daha kapsamlı olduğunu belirtmektedir. Her şeyden önce, uluslararası rekabet gücü kavramı karşılaştırmalı üstünlükler kavramıyla aynı anlamda değerlendirildiği takdirde, uluslararası dış ticaretin Ricardo-vari teknolojik farklılıklarla açıklanmasına indirgeneceğine veya sıkça yapıldığı şekliyle uluslararası rekabet gücü ölçümünde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerle (AKÜ (RCA) endeksleri) yetinileceğine işaret edilmektedir.

Bu bağlamda, Kibritçioğlu'na göre, endüstri-içi ticaret'in giderek arttığı günümüz dünyasında, açıklanmış dış ticaret verileri kullanılarak oluşturulan AKÜ endeksleriyle yapılan ölçümlerde aslında, uluslararası rekabet gücünün karşılaştırmalı üstünlüklerle aynı anlama geldiği şeklindeki yanıltıcı kabullenme yatmaktadır. Halbuki, uluslararası rekabet gücü; “belirleyici mi, sonuç mu yoksa gerçekten bir gösterge mi olduğu tartışmalı olan tek bir göstergeye indirgenemeyecek kadar karmaşık ve dinamik yönü bulunan bir kavramdır” (Kibritçioğlu, 1996: 13).

Porter (1990a) çalışmasında, geçmişe kıyasla günümüz değişen uluslararası rekabet koşulları dikkate alınarak, ulusların rekabetçi üstünlüğünü açıklamak amacıyla kurgulanmaya / geliştirilmeğe çalışılan “yeni bir teori”nin, bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün ötesinde rekabetçi üstünlüklerine kayması gerektiğine işaret edilmektedir. Bu bağlamda, sadece karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin faktörlere dayalı sınırlı bir biçimiyle yetinilmeyip, bir ülke firmalarının elde edebileceği rekabetçi üstünlüklerin bütün yönleriyle açıklanması gereğine dikkat çekilmektedir.

Yeni bir teori, “piyasa segmentlerini, farklılaştırılmış ürünleri, teknoloji farklılıklarını ve ölçek ekonomilerini dikkate alacak şekilde uluslararası rekabeti geniş bir yelpazede ele almalıdır. Kalite, üründe farklılaştırıcı / belirleyici nitelikler ve yeni ürün geliştirme gelişmiş endüstri ve endüstri kollarının başarısının temelini oluşturmaktadır” (Porter, 1990a: 20). Ayrıca yeni teorinin, ölçek veya faktör

avantajından kaynaklanan statik maliyet avantajından öteye, rekabetin dinamik ve gittikçe yenilenen / gelişen bir gerçek olduğunun farkında olması gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

Porter (1990a)'a göre, firmalar uygulayacakları rekabetçi stratejiler vasıtasıyla, bulundukları endüstride karlı ve sürdürülebilir bir şekilde rekabet edebilmek için yaklaşım geliştirirler. Bu çerçevede, firmaların rekabetçi strateji seçiminde iki temel konu belirleyici olmaktadır. Bunlar, firmanın rekabet içinde olduğu endüstrinin yapısı ve bu endüstri içerisinde firmanın konumlanma durumudur. Firmanın endüstri içerisindeki konumlanmasının özünde ise, rekabetçi üstünlüklerinin olduğu; rekabetçi üstünlüğün de daha düşük maliyet ve farklılaştırmadan oluşan iki temel unsurunun bulunduğu belirtilmektedir.

Daha düşük maliyet, bir firmanın ürününü rakiplerine mukayeseyle daha etkin bir şekilde tasarlaması, üretmesi ve pazarlaması olarak tarif edilirken; üründe farklılaştırma ürün kalitesi, üründe özel nitelikler veya satış sonrası hizmetleri bakımından müşteriye özgün ve üstün değer sunma yeteneği olarak ifade edilmektedir. Firmaların her iki türdeki rekabetçi üstünlüğünün rakiplerine göre daha yüksek verimliliğe yol açacağı belirtilerek, firmaların uzun dönemde başarı durumu, sürdürülebilir rekabetçi üstünlüklere sahip olup olmayacağına bağlanmaktadır (Porter, 1990a: 37).

Ayrıca Porter'e göre, başarılı bir iktisadi gelişmenin temini için firmalar, ülkelerinin gelişmişlik seviyesine göre rekabet etme tarzlarını değiştirmek zorundadırlar. Daha açık bir ifadeyle, ülkelerin gelişmişlik seviyesine bağlı olarak firmalar, faktör donanımı veya karşılaştırmalı üstünlüklere (ucuz işgücü ve doğal kaynaklar) dayalı bir rekabetten üstün ya da farklı / özel ürün veya işlemlerden kaynaklanan rekabetçi üstünlüklere dayalı bir rekabet tarzına geçebilmelidirler (Porter, 2004: 31)

Diğer taraftan, karşılaştırmalı üstünlükler, rekabetçi üstünlükler ve firma sahipliği arasındaki etkileşim üzerine yapılan çalışmada Bellak (1999), firma sahipliğinin (yerli veya yabancı) karşılaştırmalı ve rekabetçi üstünlüklerin her ikisinin bir sonucu olduğunu açıklamaktadır. Karşılaştırmalı üstünlüğün olduğu ve yerli firmaların rekabetçi üstünlüğünün bulunduğu endüstrilerde yerel sahipliğin; yabancı firmaların transfer edilebilir kaynaklarını karşılaştırmalı üstünlüğün olduğu yerlerdeki

bu üstünlüklerle birleştirmek istemeleri durumunda da yabancı sahipliğin (yabancı sermaye yatırımı) oluşması beklenmektedir. Bu bağlamda, Avusturya imalat sanayii üzerine yapılan çalışmada yabancı sahipliğin büyük bir bölümünün, Avusturya'nın karşılaştırmalı üstünlükleri veri alındığında, yerli ve yabancı firmaların rekabetçi üstünlük farklılıklarına bağlı olduğu belirtilmektedir. Böylece, yerli (yabancı) sahipliğin, bir endüstrideki yerli (yabancı) firmaların rekabetçi üstünlüklerinin varlığına bağlı olduğu saptanmıştır.

1.1.2.3.1. Pazarlama Faaliyetleri, Değer Denklemi ve Rekabetçi Üstünlük İlişkisi

Geleneksel dış ticaret teorisinde, karşılaştırmalı üstünlüğe sahip ürünlerin üretiminde uzmanlaşarak ihracatının yapılması öngörülmektedir. Ancak karşılaştırmalı üstünlüğün ihracatla sonuçlanabilmesi ve uluslararası piyasalarda rekabetçi bir konum elde edilebilmesi için, sadece düşük maliyette üretim veya düşük fiyatların yeterli olmadığı, pazarlama faaliyetlerinin önem arzettiği belirtilmektedir. Bu bağlamda “ürünler; tasarımlanmalı, konumlandırılmalı, tanıtılmalı, dağıtılmalı, fiyatlandırılmalı ve desteklenmelidir” (Van den Berg, 2004: 129).

Van den Berg (2004)'e göre, pazarlamada, karşılaştırmalı üstünlük terimi çok nadiren kullanılır. Pazarlama, karşılaştırmalı üstünlükler yerine, genellikle, firmaların müşterilerine rakiplerinden daha yüksek mal ve hizmet değeri sunabilme üstünlüğüyle ilgili olan rekabetçi üstünlüklerle ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda değer; fiyatla kısmen ilişkili bulunurken, kaliteye, güvene, prestije, kolay kullanıma ve pek çok sayıda diğer özelliğe de bağlı görülmektedir.

Bu çerçevede, Van den Berg (2004) değer kavramını "V", aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

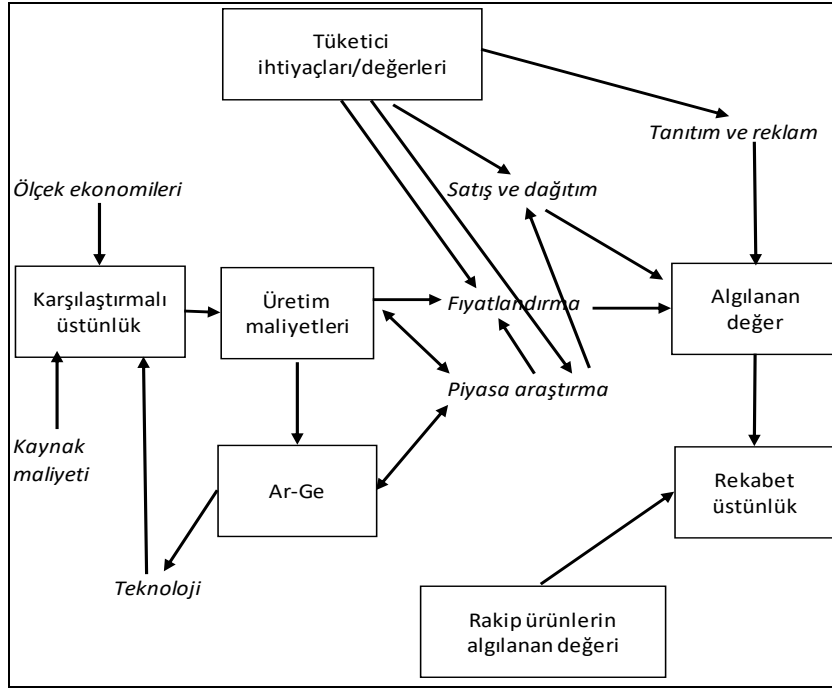
$$V = \frac{P}{B}$$

Bu eşitlikte "B" ve "P" sırasıyla ürünün faydaları ve fiyatıdır. Değer denklemi olarak tanımlanan bu eşitlikte, "B" terimi veya ürünün faydaları, ürünün algılanan özellikleri olup, tüketicinin değerlerinden, kültüründen, geleneklerinden,

alışkanlıklarından ve reklam gibi pazarlama faaliyetlerinden etkilenmektedir. Bir malın değeri, fiyatı düşerse veya algılanan faydaları artarsa yükselmektedir. Karşılaştırmalı üstünlük büyük ölçüde "P" değişkeniyle ilgiliyken, pazarlama esas itibarıyla "B" teriminde yer bulmaktadır. Bir malın değerinin ölçüsü, potansiyel müşterilerin, bu mal ve hizmetlerin fiyatına kıyasla faydalarının diğer firmaların mal ve hizmetlerine göre daha fazla olduğuna dair ikna edilme düzeyine bağlı görülmektedir.

Van den Berg (2004), bazen dar bir ifadeyle satış promosyonu, reklam ve piyasa araştırması olarak tanımlanan pazarlamanın; çok daha genişçe, mal ve hizmetlerin konseptinin oluşturulması ile başlayan, araştırma ve geliştirmeye, imalat işlemlerinin tasarımı ve dağıtım ağı ile devam eden ve promosyon ve satış faaliyetleri ile son bulan bütün faaliyet alanları olarak görüldüğünü belirtmektedir. Pazarlama, bir ürünün müşteri tarafından algılanan değerini artıran faaliyetlerin bütünü olarak ele alınmaktadır. Bu çerçevede; karşılaştırmalı üstünlük, pazarlama faaliyeti ve rekabetçi üstünlük ilişkisi ve etkileşimi aşağıdaki şematik gösterimle oldukça net bir şekilde açıklanmaktadır (Van den Berg, 2004: 130).

Şekil 4. Karşılaştırmalı Üstünlük, Pazarlama Faaliyetleri ve Rekabetçi Üstünlük



Kaynak: Van den Berg (2004: 130)

Pazarlama faaliyetleri, Şekil 4'te italik yazılarla gösterilmiştir. Burada, promosyon ve reklam faaliyetlerinin ürünün algılanan değerini artırma yönünde katkı sağladığı, fiyatlama stratejisi ve dağıtım sistemlerinin ürünün fiyatını ve sahip olma maliyetini etkilediği, piyasa araştırmasının hangi ürünün ne tür özelliklerde üretileceğini belirlemek yoluyla doğrudan imalatı etkilediği ve aynı zamanda araştırma-geliştirmeğe de öncülük ettiği belirtilmektedir. Bu çerçevede, “pazarlama faaliyetleri, ürün geliştirme ve üretimin bütün unsurlarıyla ilişkilidir, çünkü ürünün başarısı algılanan değeri ile insanların ona ödemek istediğine bağlıdır.” (Van den Berg, 2004: 130).

Tüm bu değerlendirmelerden hareketle, bir ürünün rekabetçi üstünlükleri esas itibariyle pazarlama faaliyetlerine bağlı görülmesine rağmen; geniş anlamda pazarlama faaliyetleri, bir ürünün müşteri tarafından algılanan geliştirme ve üretimin tüm unsurlarıyla da etkileşim halinde görüldüğünden, rekabetçi üstünlük kavramının kalite, güvenilirlik, prestij, satış sonrası hizmetler vb. birçok önemli hususla birlikte karşılaştırmalı üstünlüğü de kavrayan daha geniş bir anlamı içerdiği söylenebilir.

Sonuç olarak, Şekil 4'te görüleceği üzere, karşılaştırmalı üstünlüğe ilave olarak araştırma-geliştirme faaliyetlerinin ve tüketici ihtiyaçlarına yönelik pazarlama faaliyetlerinin sonucu ürünün rakip ürünlere göre algılanan değerinde sağlanan üstünlükle rekabetçi bir konuma erişilmektedir.

1.1.2.4. Kaliteye Dayalı Uluslararası Rekabet Gücü

Uluslararası rekabet, fiyat veya maliyet rekabeti ve fiyat dışı rekabet olmak üzere iki türde sınıflandırıldığında, açıklandığı üzere uluslararası rekabet gücünü de fiyata dayalı uluslararası rekabet gücü ve fiyat dışı uluslararası rekabet gücü olarak iki türde ele almak mümkündür. Fiyat dışı rekabet, daha dar anlamda kaliteye dayalı rekabet olarak adlandırılabilir (Kibritçioğlu, 1996; 1998a; 1998b; Aiginger, 1997; 1998a; 1998b; 2000).

Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin uluslararası rekabet gücü açısından hayati bir öneme sahip olan kalite (ürün kalitesi) hususunda gerek işletme, iktisat, mühendislik gibi literatürdeki farklı disiplinlerin farklı yaklaşımları gerekse

üretici veya tüketici gibi bahse konu ürünle ilgili tarafların farklı bakış açıları nedeniyle, tanımlanması ve ölçümlendirilmesi bakımından üzerinde tam bir uzlaşma bulunmamaktadır. Bu konuda, kalite hususunun kompleks içeriği ve her amacı karşılayacak şekilde tanımlama gücü etkili olmaktadır (Garvin, 1984; Kibritçioğlu, 1998b; Aiginger, 2001).

Aiginger (2001: 4)'e göre yüksek kaliteli ürünler, tüketiciler bakımından değerli bulunan bir veya daha fazla ilave karakteristiklere sahip olan mallardır. Satın alma arzusunu artıran karakteristikler hız, kapasite, boyut, dayanıklılık gibi fiziksel olarak ölçülebilir veya güvenilirlik, tasarım, prestij gibi hissedilebilir özellikler olabilir.

Bu bağlamda Garvin (1984)'de, kalite tanımı anlaşılabilir bir çerçevede ele alınmaya ve yine Garvin (1984; 1987)'de ürün kalitesini belirleyen temel özellikler (kalite boyutları) belirlenmeye ve hangi özelliklerin ne tür kalite yaklaşımı açısından temel belirleyici olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu çerçevede, kalite tanımı; 1) felsefi yaklaşım, 2) ürün bazlı yaklaşım, 3) tüketici bazlı yaklaşım, 4) imalat bazlı yaklaşım, 5) değer bazlı yaklaşım olmak üzere beş farklı bakış açısıyla özetlenmekte ve performans, donanım, güvenilirlik, uygunluk, dayanıklılık, etkin bakım ve onarım yapılabilirlik, estetik ve kalite imajı ürün kalitesinin sekiz temel boyutu olarak ele alınmaktadır (Garvin, 1984; 1987).

Garvin (1984; 1987) ve Kibritçioğlu (1998b) esas alınarak; kalite kavramına yönelik farklı tanımlar ile temel kalite boyutları ve aralarındaki etkileşim özetle Tablo 3'te görüldüğü gibi düzenlenebilir.

Tablo 3. Ürün Kalitesi Tanımları ve İlgili Kalite Özellikleri

Tanım Yaklaşımı	Ürün kalitesi tanımı	Kalite boyutu / özellikleri
Ürün bazlı Yaklaşım	Bir üründe sahip olunan nitelik (özellik) düzeyi. Örneğin, bir kilimdeki düğüm sayısı, dondurmadaki kaymak	B1: Performans ➤ Bir ürünün temel çalışma karakteristikleri. Örneğin bir otomobilde ivmelenme, yer tutuşu, konfor vb; bir televizyonda ses, görüntü ve renk netliği gibi.

Tanım Yaklaşımı	Ürün kalitesi tanımı	Kalite boyutu / özellikleri
	miktarı vb.	B2: Donanım ➤ Bir ürünün temel fonksiyonlarına ilave ikincil karakteristikleri. Örneğin, bir uçakta bedava içecek, çamaşır makinasında sürekli sıkma çevrimi gibi. B3: Dayanıklılık ➤ Bir ürünün fiziksel olarak tahrip olmasına kadar geçen kullanım süresi veya tamiri mümkün olan bir ürünü tamir ederek tekrar kullanmaktansa değiştirilmesinin tercih edildiği ana kadar geçen süre.
Tüketici bazlı yaklaşım	Tüketicilerin tercihlerini Karşılatabilme yetkinliği.	B1: Performans B4: Estetik ➤ Bir ürünün görünüşü (güzelliği), lezzeti gibi kişisel yargılara ve bireysel tercihlere bağlı özellikleri. B5: Kalite imajı ➤ Bir ürünün nesnel karakteristiklerinden ziyade, imaj, reklam ve markaya göre kalite algılaması.
İmalat bazlı yaklaşım	Bir ürünün tasarım ve üretiminde önceden belirlenen özelliklerine uygunluk seviyesi.	B6: Uygunluk ➤ Ürün tasarımı ve çalışma karakteristiklerinin önceden belirlenen standartları karşılama derecesi. Aksi durumlar için örnek gösterge: Servisle irtibat düzeyi veya garanti süresinde tamir

Tanım Yaklaşımı	Ürün kalitesi tanımı	Kalite boyutu / özellikleri
		sıklığı. B7: Güvenilirlik ➤ Ürünün belirli bir zaman süresinde arızalanma (kullanım dışı kalma) ihtimali / sıklığı
Değer bazlı yaklaşım	Bir ürünün kabul edilebilir maliyetteki uygunluğu veya kabul edilebilir fiyattaki performans düzeyi. Ürün kalitesinin maliyet ve fiyatıyla birlikte değerlendirildiği bu yaklaşım giderek yaygın kabul görmekte.	Yukarıdaki yedi kalite boyutuyla da belirli ölçüde ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Kaynak: Garvin (1984; 1987) ve Kibritçioğlu (1998b)

Bahse konu kalite boyutlarının tümü önemli olmakla birlikte firmalar, stratejilerine bağlı olarak bunlar arasından bazı kalite boyutlarına daha fazla önem verebilir ve ürünlerinde öne çıkan bu kalite özellikleriyle isim (ün) yapabilirler (Garvin, 1984).

Diğer taraftan kalite unsuruyla ülkelerin gelişmişlik seviyesi; ürünlerin kalitesiyle fiyatı, maliyeti, verimliliği, ihracat performansı / piyasa payı, ihracat kompozisyonu, ürün farklılaştırması, reklam harcamaları, karlılığı gibi hususlar arasında ilişki kurulmakta ve bunlar arasındaki etkileşim incelenmektedir.⁶

⁶ Garvin (1984), Drabek ve Olechowski (1989), Aiginger (1997; 1998b; 2001), Lages, L.F. ve diğerleri (2004), Hallak (2006), Rodrik (2006) ve Fabrizio ve diğerleri (2007).

Özellikle belirtmek gerekirse; Hallak (2006), kalite unsurunun uluslararası dış ticaretin yönünün (patikasının) önemli bir belirleyicisi olduğuna dikkat çekerek, talep yönlü bir bakış açısıyla, gelişmiş ülkelerin yüksek kaliteli ürün üreten ülkelerden görece olarak daha fazla ithalat yapabileceklerini ortaya koymaktadır.

Fabrizio ve diğerleri (2007), Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkelerinin yakın geçmişteki yüksek ihracat performansları ve artan piyasa paylarında, ihracatlarındaki teknoloji yoğunluğunun ve ürün kalitesindeki artışın etkili olduğunu belirtmekte ve sağlanan bu gelişmede özellikle kalite iyileştirmesinin esas belirleyici unsur olabileceğine dikkat çekmektedir. Benzer şekilde, Rodrik (2006), Çin'in yüksek ihracat artışı ve iktisadi büyümesinde, ihracat yapısının benzer gelişmişlik seviyesindeki ülkelerde beklenen üretim ve ihracat yapısına göre çok daha sofistike oluşunun etkili olduğunu belirtmekte ve Çin'in ne kadar ihracat yaptığından ziyade neyi ihraç ettiğinin önemine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda, Çin'in başarısının gelecekte de sürdürülmesinin ihracat hacmine değil kalitesine bağlı olacağına işaret edilmektedir.

Diğer taraftan, uluslararası rekabette kalite unsurunun önemi sadece gelişmekte olan ülkelerin iktisadi performansları açısından sınırlı olmayıp, mevcut karşılaştırmalı üstünlükleri dikkate alındığında gelişmiş ülkeler için de kaçınılmaz bir değere sahiptir. Örneğin, ihracat performansını etkileyen faktörler üzerine Portekiz ve İngiltere ihracatçılarına yönelik yapılan öznel çalışmada, diğer hususlara kıyasla ürün kalitesine görece olarak oldukça yüksek önem atfedildiği ve ilk sırayı aldığı görülmektedir (Lages, L.F. ve diğerleri, 2004).

1.1.2.4.1. Ürün Kalitesi ile Maliyet / Fiyat İlişkisi

Ürün kalitesi ve maliyeti arasında ilişki hususunda, kalite yaklaşımına bağlı olarak farklı görüşler belirtilmektedir. Bu bağlamda, ürün kalitesi ve maliyeti arasındaki ilişkinin, üründe ne tür bir kalite yaklaşımının benimsendiğine, dolayısıyla hangi kalite boyutunun (boyutlarının) öne çıkarıldığına göre farklılık arzedebileceği tartışılmaktadır. Bu çerçevede, ürün bazlı bir kalite yaklaşımında kalite farklılığı; daha pahalı aksam, parça, malzeme, daha yoğun bir işgücü (nitelikli) vb. gerektiren ürün performansı,

donanımı ve dayanıklılığı gibi kalite boyutlarına dayandığından kalite ve maliyet arasında aynı yönlü bir ilişki beklenmektedir (Garvin, 1984).

Diğer taraftan, özellikle kalitede uygunluk özelliğine (boyutuna) ağırlık verilen imalat bazlı kalite yaklaşımında kalite ve maliyet arasında ters yönlü bir ilişki olabileceği ileri sürülmektedir. Bu kapsamda, bu yaklaşımdaki kalite iyileştirme maliyetlerinin; aksi durumda meydana gelecek olan üründe tekrar işlem (düzeltme) yapma, ıskarta- kırıntı-döküntü ve garanti maliyetlerinden daha az olacağı kabul edilmektedir.

Kalitede uygunluk boyutunun önem kazandığı imalat bazlı yaklaşımda ürünün tasarım ve üretiminde mükemmellik, başka bir ifadeyle başlangıçta en iyisinin yapılması prensibi esas olduğundan, güvenilirliği yüksek bir tasarım aşaması ve üretim sürecinde istatiki kalite kontrolü uygulamasıyla üründe kabul edilemez sapmalar başlangıçta önlenabilmektedir. Böyle bir yaklaşımda düşük kalitede üretim aynı zamanda ilave maliyet oluşturan ilave düzeltme işleri, işe yaramaz malzeme ve parça kalıntıları anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, kalitede iyileştirme muhtemel hata ve kusurların önlenmesini sağlamakta, bu durum da, uzun dönemde söz konusu hata ve kusurların yeniden düzeltilmesi ve tamirinden daha az maliyetli görülmektedir. Söz konusu maliyet düşüşünde imalatla sağlanan verimlilik kazançlarının etkili olduğu da belirtilmektedir (Garvin, 1984).

Bu bağlamda, Kibritçioğlu (1998a)'na göre, genel olarak kalite ile ilişkilendirilen fiyat dışı rekabet kavramı, uluslararası rekabet gücünü esnek, başka bir ifadeyle yalın üretim sistemleriyle ilişkilendirmeyi kolaylaştırmaktadır.

1960'lı yıllarda, Japon Toyota fabrikası öncülüğünde gerçekleştirilen esnek üretim sisteminin, Japon otomotiv sanayiinin kısa sürede, oldukça gelişmiş ABD ve Avrupa otomotiv sanayiine göre rekabet üstünlüğüne kavuşmasında çok önemli bir faktör olduğu kabul edilmektedir.

Talepte olabilecek dalgalanmalar veya tüketici tercihlerindeki değişimlerden önemli ölçüde etkilenmeyecek şekilde ürün çeşitliliğine gidebilecek bir üretim teknolojisini ve fabrika içi yapılanmayı ifade eden esnek üretim sistemi, aslında söz konusu işlerden daha geniş kapsamlı olarak, üretici-tedarikçi ve üretici-satıcı ilişkilerini

de kapsamaktadır. Dolayısıyla, bu sistemlerle, “tedarikçi-üretici-satıcı” üçlüsü arasında yüksek bir organize yapı tesis edilmektedir.

Özellikle, bilgi ve iletişim teknolojileri ile ulaştırma alanında sağlanan gelişmelerin de etkisiyle daha esnek firma içi ve küresel düzeyde firmalar arası yapılanmalar mümkün olmaktadır. Bu bağlamda, 1980’lerde, dünya piyasalarında kitlesel (seri) üretimle rekabet edebilme giderek sınırlı hale gelmekte ve esnek üretim sistemleri ortaya çıkmaktadır. Esnek (yalın) üretim (Kibritçioğlu, 1998a; 1998b; Bedir, 1999):

- a. Üretimde çok amaçlı tezgâhların ve birçok alanda yetenekli işçilerin kullanılmasıyla, işçiler basit işler yapar konumdan çıkarılarak üretimin işleyişi ve üretim teknolojisi hakkında alınan kararlar
- b. Azami ölçüde katılımları sağlanmakta,
- c. Verimliliği artan işçilere daha fazla ücret ödenebilmekte,
- d. Ölçeğe dayalı üretimin sağladığı maliyet avantajlarının üstesinden gelebilecek şekilde küçük ölçekli firmalar da uluslararası rekabet edebilmekte,
- e. Üretim teknolojisi, fiyat ve kalitede sürekli iyileştirme (Kaizen) hedeflenmekte ve firmalar arası (ana-yan sanayi) ilişkilerde uzun dönemli ilişkiler, karşılıklı dayanışma ve güven unsuru tesis edilmeye çalışılmakta,
- f. Organize bir üretici-satış teşkilatı yapısıyla mümkün mertebe piyasa sinyallerine duyarlı bir üretim sağlanılarak, aynı veya benzer girdilerin kullanılacağı birden fazla model fabrika içindeki teknolojinin esnekliği sayesinde kısmi değişikliklerle ve daha az zaman kaybı ile daha kısa sürede üretilebilmekte,
- g. Bir taraftan yukarıda bahsedilen kazançlar elde edilirken, ayrıca tam zamanında üretim (JIT: Just in Time) metoduyla, ham madde, ara malları ve nihai ürünlerde stok maliyeti azaltılarak maliyet tasarrufları sağlanabilmektedir. Tam zamanında üretim ve tedarik metodu ile, sık aralıklarla ve düşük miktarda, yani anlık üretim ihtiyacına göre bir üretim ve tedarik yapılmaya çalışıldığından fabrika içi stoklar asgariye indirilebilmektedir.

Bu çerçevede, tam zamanında üretim, toplam kalite yönetimi ve kapsam veya çeşit ekonomilerinin ön plana çıktığı esnek üretim sistemlerinin üretim sürecinde yaygın

olarak kullanılmasıyla, geleneksel üretim teknolojilerinde kalite ve maliyet arasında var olan aynı yönlü ilişki kırılmakta, bir yandan ürün kalitesinde artış sağlanırken diğer taraftan maliyet düşüşü mümkün olabilmektedir (Kibritçioğlu, 1996; 1998a; 1998b).

Alcorta (1994)'ya göre, mikroelektronik, bilgi ve organizasyon teknolojilerinde sağlanan gelişmelerin de etkisiyle imalat sanayiinde önemli yenilikler sağlanmış ve yeni teknolojiler (donanımlar)⁷ (NTs) yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Bu bağlamda, tek amaçlı, uzmanlaşmış seri üretim teknolojilerinin yerine giderek artan bir şekilde bilgisayar destekli tasarım - mühendislik ve imalat uygulamaları ile esnek üretim sistemlerinin kullanılması daha kısa sürede ve daha küçük ölçeklerde çok daha geniş yelpaze de ürün çeşitliliği, ürün tasarım ve üretim aşamalarında daha düşük maliyetle iyileştirme ve esneklik imkânı sunmuştur.⁸

Diğer taraftan, söz konusu yeni üretim teknolojilerin kullanımının üretim, bakım, kalite kontrol, malzeme nakli gibi konularda işgücünden; daha etkin malzeme kullanımı ve daha az üretim hatası nedeniyle ıskarta ürün (parça) oranındaki düşüşlerden dolayı malzemeden; tesis alanından, enerji ve stoklama harcamalarından tasarruf sağlayacağı, böylece işgücü, girdi, stoklama vb. maliyetlerde düşüşe yol açacağı belirtilmektedir. Buna karşın, daha nitelikli işgücü gereksinimi nedeniyle eğitim harcamalarının ve özellikle söz konusu yeni üretim teknolojilerinin (donanımlarının) sabit yatırım tutarlarının yüksekliğinin maliyet artırıcı etkilerinin olduğu tartışılmaktadır (Alcorta, 1994).

Benzer şekilde, Drabek ve Olechowski (1989), teknolojik gelişmelerin ürün kalitesini etkilediği ancak ürün fiyatlarıyla ilişkisinin net olmadığına dikkat çekmektedir. Üretimde ileri teknolojiler kullanılarak daha gelişmiş ürünlerin üretilmesi tüketicilerin satın alma arzusunu ve fiyatları artırırken; bu üstün teknolojilerin fiyat düşüşüne imkân sağlayacak şekilde maliyetleri azaltıcı katkısının olabileceğine de işaret edilmektedir.

⁷ Bilgisayar numerik kontrollü (CNC) takım tezgahları, endüstri robotları, bilgisayar destekli tasarım / bilgisayar destekli mühendislik (CAD/CAE) uygulamaları, bilgisayar destekli imalat (CAM), otomatik klavuzlu araçlar (AGV), otomatik depolama ve boşaltma (AS/RS), esnek üretim sistemleri (FMS), bilgisayar entegre imalat (CIM) vb. (bkz. Alcorta (1994), Kibritçioğlu (1998b)).

⁸ Ayrıca Alcorta (1994), yeni üretim teknolojileri sayesinde, nispeten daha küçük ölçekli firmaların önemli bir güçlü yanı olan esneklik (esnek üretim) imkânına büyük ölçekli firmaların da kavuştuğuna dikkat çekmektedir.

Aiginger (1997), üründe ve üretim teknolojilerinde / sürecinde inovasyonun ürünün birim değeri üzerine etkisini tartışmakta ve bu bağlamda üretim teknolojilerindeki inovasyonun girdi dağılımını etkilemediği, ürünün belirgin (tanımlı) ve homojen olduğu durumda üretim teknolojilerindeki iyileştirmenin ortalama maliyeti, dolayısıyla belirli bir kar marjında ürün fiyatlarını azaltma eğiliminde olacağını belirtmektedir. Ancak, yine Aiginger'e göre, söz konusu durumun aksine üretim teknolojilerindeki inovasyonun, aşağıdaki durumlardan kaynaklanan ürün maliyetini / fiyatını artırıcı etkileri de olabilecektir: Her şeyden önce, i) yenilikçi firmalar belirli bir süre için piyasa gücü kazanabileceğinden piyasa yapısı değişebilir ve piyasada hakim konum elde edebilirler. Ayrıca, ii) üründe, tüketiciler tarafından değerli bulunabilecek tamamlayıcı iyileştirmelere yol açabilir. Daha da önemlisi iii) göreceli faktör kullanımına etkisi nötr olmayabilir.

Bununla birlikte, üretim teknolojilerindeki / sürecinde ve üründe inovasyon birlikte ele alındığında da, birim değerler üzerinde teorik olarak artırıcı veya azaltıcı etkilerinin olabileceği belirtilmektedir. Ancak, üretim teknolojilerindeki ve üründeki inovasyonun birleşik olarak, maliyetler üzerindeki etkisinin net olmaması buna karşılık tüketici beğenisinin kazanılması yönüyle talep artırıcı etkilerinin olabileceği dikkate alındığında, muhtemelen fiyatları artırıcı yönde etkilerinin görülebileceği belirtilmektedir (Aiginger, 1997).

Diğer taraftan, farklı endüstrilerde farklı kalite algılaması olabileceğinden hareketle ürün kalitesi ve maliyeti arasındaki ilişkinin endüstriler bazında farklılık gösterebileceği de tartışılmaktadır. Örneğin, standardize edilmiş homojen ürünlerde belirlenen özelliklerin karşılanma düzeyi, başka bir ifadeyle kalitede uygunluk boyutu baskın unsur olabileceğinden kalite ve direkt maliyetler arasında ters yönlü bir ilişki; ancak performans özellikleri veya sahip olunan donanımın baskın unsur olabileceği farklılaştırılmış ürünlerde ve sermaye mallarında aynı yönlü bir ilişki beklenilebilir (Garvin, 1984).

Benzer şekilde Porter (1990a)'a göre daha düşük maliyette üretim ve üründe farklılaştırmadan ibaret her iki tip rekabetçi üstünlüğün birlikte gerçekleştirilmesi, imkânsız olmamasına rağmen güçtür. Çünkü çoğu durumlarda, özgün bir performans, kalite ve hizmet sağlanarak rakiplere göre üstünlük elde edilmesi doğası gereği daha

yüksek maliyetli görülmektedir. Ancak firmaların; maliyet azaltılmasını ve üründe daha ileri farklılaştırmayı eş zamanlı sağlayacak şekilde teknolojilerini ve uyguladıkları metotları iyileştirebileceğine de işaret edilmektedir. Bununla birlikte firmalar, uzun dönemde, hangi tür üstünlüğe daha fazla önem vermesi gerektiğini belirleyeceklerdir.

Diğer taraftan, konu ürün kalitesi ve fiyatı açısından ele alındığında; Garvin (1984)'e göre, yüksek kaliteli ürünler ancak yüksek maliyetlerle elde edilebiliyor ve iktisat teorisindeki normal öngörüler doğrultusunda ürün maliyeti ile fiyatı arasındaki ilişki paralel ise ürün kalitesi ve fiyatı arasında pozitif bir ilişki beklenilebilir. Ancak, bu durumda, tüketicilerin yüksek fiyat ödemeye razı olacak şekilde ürünün kalitesini değerlendirebilecek yeterli bilgiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Şayet tüketiciler yeterli bilgiye sahip değilse bu ilişki beklenildiği gibi sağlanmayabilir. Çünkü tüketici tercihleri yönüyle yüksek fiyatın yüksek kalite göstergesi olarak algılanma durumu, üreticileri maliyetlerden / kaliteden farklı (yüksek) bir fiyatlandırma stratejine itebilir. Bu bağlamda Garvin (1984), ampirik çalışmalarda kalite ve fiyat arasında net bir ilişki yönü görülmediğini belirtilmektedir.²⁶ Ayrıca, kalite algılaması için ürünün fiyatından başka, ürün markası, satıldığı mağaza imajı, ülke imajı gibi çok daha farklı bilginin göz önüne alındığı durumlarda kalite ve fiyat arasındaki ilişki çok daha zayıflayabilir.

Son olarak belirtmek gerekirse Aiginger (1997), tüketicilerin satın alma arzusunun, yatay ve düşey ürün farklılaştırılması sayesinde artırılabilmesine dikkat çekmektedir.²⁷ Aiginger (2001: 4), farklı kalitedeki malların piyasada tedariki ve satış durumunu düşey ürün farklılaştırması olarak adlandırmakta ve daha yüksek kaliteli ürünler için, pazarını kaybetmeksizin, daha yüksek fiyat ödemeğe razı olunacağını belirtmektedir. Ancak yine Aiginger (2001) tarafından, yeni ürünlerin genellikle daha yüksek kaliteli ürünler olduğu belirtilmekte ve bunların daha iyi malzeme ve daha üstün üretim işlemleri kullanıldığında daha düşük maliyetle üretilebileceği ifade edilmektedir.

1.1.2.4.2. Kaliteye Dayalı Rekabet ve Göstergeleri

Kaliteye dayalı rekabet, düşük fiyatta rekabet etme durumuna kıyasla kalitede iyileştirmenin tüketicilerin satın alma arzusu açısından önemli olduğu rekabetçi bir ortamı ifade etmektedir. Bu çerçevede, kaliteye dayalı rekabet eden endüstriler rekabetçi

konumlarını düşük fiyattan ziyade kalite iyileştirmesinin belirlediği endüstriler olarak tanımlanmaktadır (Aiginger, 2001: 6).

Aiginger (2001), daha yüksek kalitede ürün üretimini, özellikle yüksek maliyetli üreticilerin (ülkelerin) uluslararası rekabet gücünü korumaları için gerekli bir ön koşul olarak görmektedir.

1.1.2.4.2.1. Kalitenin Üç Temel Göstergesi

Kalite anlayışına yönelik farklı bakış açıları nedeniyle çok daha farklı kalite göstergeleri türetmek mümkün olmakla birlikte, kalite hususu ile fiyat ve kalite rekabeti, farklı değerlendirmeleri mümkün kılacaktır

i) ihracat birim değeri ii) açıklanmış kalite elastikiyeti ve iii) yüksek fiyat (kalite) segmentlerinde konumlanma olmak üzere üç ayrı yaklaşımla ele alınabilir.

İkinci gösterge, endüstrilere odaklanırken (fiyat elastik veya kalite elastik), üçüncü gösterge endüstrilerdeki kalite konumuyla (düşük veya yüksek kalite segmenti) ilgilidir. Birinci gösterge ise net olmayıp, diğer her iki gösterge hakkında da bilgi içerebilecektir (Aiginger, 1997; 1998a; 1998b; 2000; 2001; Stengg, 2001).

1.1.2.4.2.2. Açıklanmış Kalite Elastikiyeti

Aiginger (1997), birim değerlerin bazı endüstriler için iyi bir fiyat göstergesi olmasına rağmen bazı endüstrilerde fiyat dışı rekabet göstergesi, yani daha tanımlı bir ifadeyle kalite göstergesi olabileceğini ileri sürmektedir. Bu bağlamda, kanımca oldukça işlevsel olan, kaliteye dayalı rekabet eden endüstriler ve fiyata dayalı rekabet eden endüstriler ayrımı yapılmaktadır (Aiginger, 1997; 1998a; 1998b; 2000; 2001; Stengg, 2001).

Şayet ürünler görece olarak daha homojen ise ve birim değerleri (birim fiyatı) ağırlıklı olarak maliyeti yansıtıyorsa, düşük maliyetli ülkelerin daha yüksek miktarlarda ürün ihracat etmesi (miktar olarak net ihracatçı), diğer taraftan yüksek maliyetli ülkelerin miktar olarak daha az ürün ihraç etmesi beklenir. Ancak, yüksek birim değerlerine sahip ülkeler söz konusu ürünlerde miktar olarak net ihracatçı konumunda

ise bu duruma ithal edilen ürünlere göre ihracat ürünlerdeki kalite farklılığının etken olacağı belirtilmektedir.

İthalat birim değerlerine (*ith BD*) göre ihracat birim değerleri (*ihr BD*) daha yüksek olan endüstriler ithalata göre daha düşük ihracat miktarlarına sahipse fiyat elastik olarak adlandırılmakta ve birim değer farklılıkları ile miktar dengesi zıt yönlü işaret göstermektedir.

Fiyat elastik endüstriler: $BD_{ihr} < BD_{ith} \Rightarrow Q_{ihr} > ith Q$ veya tersi.

Diğer taraftan, kalite elastik endüstriler, ihracat ve ithalat birim değer farklılıkları ile miktar dengesi aynı yönlü işaret gösteren endüstriler olarak açıklanmaktadır.

Kalite elastik endüstriler: $BD_{ihr} > BD_{ith} \Rightarrow Q_{ihr} > ith Q$ veya tersi.

Bu çerçevede, endüstriler üç kategoriye ayrılarak kalite ve fiyat rekabetine göre, rekabet gücü açısından kalitenin önemli olduğu sektörler *açıklanmış yüksek kalite elastik sektörler* (yüksek AKE), nispeten daha az önemli olduğu sektörler *orta düzeyde kalite / fiyat elastik sektörler* ve fiyat rekabetinin baskın olduğu sektörler *açıklanmış düşük kalite elastik (fiyat elastik) sektörler* (düşük AKE) olarak sınıflandırılmaktadır.³⁰ Ayrıca, yüksek AKE sektörlerin toplam ihracattaki oranından düşük AKE sektörlerinin oranının çıkarılması ile de netAKE hesaplanabilmektedir. Ayrıca Aiginger (1997; 1998a; 1998b), fiyat veya kaliteye dayalı rekabet eden sektörleri dış ticaret performanslarıyla da ilişkilendirmekte ve bu çerçevede dört kategoriye ayırmaktadır.

1. Kategori: Başarılı kalite rekabeti gösteren sektörler: Talebin veya en sofistike piyasa segmentinde başarılı bir uzmanlaşmanın yansıması olarak kalitenin önemli olduğu, bir ülkenin daha yüksek birim değerlerine rağmen miktar olarak net ihracata sahip olduğu sektörleridir. Bu durum, özellikle gelişmiş ülkelerin erişmeği hedeflediği bir yapıdır.

2. Kategori: Fiyat rekabet gücü düşük sektörler: Fiyat elastik mallarda (endüstrilerde), bir ülkenin yüksek üretim maliyetlerinden kaynaklanan yüksek birim fiyatlarından dolayı dış ticaret açığı verdiği durumdur.

3. Kategori: Başarılı fiyat rekabeti gösteren sektörler: Fiyat elastik mallarda (endüstrilerde), bir ülkenin düşük birim fiyatlarından dolayı dış ticaret fazlası verdiği durumdur.

4. Kategori: Yapısal problemlili sektörler: Bir ülkenin düşük fiyatlarına rağmen dış ticaret açığı verdiği sektörlerdir.

Kuşkusuz yukarıdaki sınıflandırma ülkelere özgü olup, aynı endüstrinin farklı ülkelerde farklı kategori de yer alması muhtemeldir. Bununla birlikte, 1. Gruptaki endüstriler teknolojik veya dinamik uluslararası rekabet gücü bakımından en fazla umut vadeden sektörlerdir. Şayet yüksek maliyetli ülkelerin, endüstrilerinin önemli bir bölümü yüksek birim değerlere sahip ve ihracat fazlası veren bir yapı arz ediyor ise gelecekteki rekabet bakımından iyi bir hazırlık içinde oldukları ifade edilmektedir (Aiginger, 1998a; 1998b).

1.1.2.4.2.3. Yüksek Fiyat Segmentlerinde Konumlanma

Açıklanmış kalite elastikiyeti metodunda kalite rekabeti düzeyine göre endüstriler sınıflandırılırken, bu metotla endüstri içinde kalite konumlandırılması incelenmektedir. Bir endüstride yüksek fiyat segmentlerinde konumlanma düzeyi; daha hassas işlemler ve yeni bir ürün tasarımıyla yüksek kaliteli segmentlere geçişi veya piyasa farklılaştırılması gibi yöntemlerle endüstri içerisinde (belirli ürünlerde / segmentlerde) kalite düzeyinin artırılmasını ifade etmektedir. Birinci metot endüstriler arası kalite farklılığını yansıtırken bu metod daha ziyade endüstri bünyesindeki kalite durumunun analiziyle ilgilidir.

Bu metotta, oldukça alt endüstri kategorilerinden hareketle toplulaştırılmış endüstri grupları, imalat sanayii veya ülkenin toplam ihracat veya ithalatının fiyat segmentlerine göre net konumuna ulaşılabilmektedir. İhracat açısından ele almak gerekirse, öncelikle bir ülkenin veya ekonomik birliğin detaylı endüstri kategorilerinin her biri için dış ticarete bulunan ülkelere³¹ yapılan ihracat birim fiyatları vektörü bulunmaktadır. Her bir endüstride ihracat birim fiyatlarının (örneğin 30 ülke ile ticaret analiz ediliyorsa her bir endüstri için 30 ihracat birim fiyatlarının) en yüksek değere sahip üçte biri *yüksek fiyat segmenti* (YFS), daha sonraki üçte birlik grup *ortalama fiyat segmenti* (OFS) ve en düşük üçte birlik grup *düşük fiyat segmenti* ihracatı (DFS) olarak sınıflandırılmaktadır. Söz konusu endüstri gruplarındaki fiyat segmentlerine ait ihracat tutarları toplanarak, bir üst endüstri grubunun yüksek, ortalama ve düşük fiyat

segmenindeki ihracat tutarlarına (oranlarına) erişilebilmekte ve bu metot takip edilerek daha üst endüstri grupları, imalat sanayii veya toplam ihracattaki fiyat yapısı / konumlanması tespit edilebilmektedir. Ayrıca, yüksek fiyat segmentli ihracat oranından düşük fiyat segmentli ihracat oranı farkı alınarak bir endüstri grubunun, imalat sanayinin veya ülke ihracatının fiyat segmentlerine göre net konumu (NetFSK) bulunabilmektedir (Aiginger, 2000).

$$NetFSK = YFS - DFS \text{ 'dir.}$$

Bu çerçevede, bir endüstride yüksek fiyat segmentlerinde konumlanma oranı bahse konu endüstride kalite düzeyinin önemli bir göstergesini sunmaktadır. Bir endüstrinin, gerek açıklanmış kalite elastikiyet derecesindeki gerekse yüksek fiyat segmentlerinde konumlanma oranındaki yükseklik kaliteye dayalı rekabet içinde olduğunu; kaliteye dayalı rekabet gücünü destekleyecek politikalar sürdürmesini, diğer yandan fiyat rekabetini öne çıkaracak stratejilerden uzaklaşması gerektiğini göstermektedir (Aiginger, 2000).

Aiginger (2000) ihracat birim değeri, kalite elastik endüstriler oranı (netAKE) ve fiyat segmentlerinde konumlanma (netFSK) göstergelerine dayalı olarak kalite düzeyi ile gelişmişlik seviyesi, nitelikli işgücü, AR-GE, bilgi ve iletişim teknolojileri harcamaları ve kalite sertifikasyonu arasında aynı yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ayrıca endüstriler itibariyle, emek ve sermaye yoğun endüstrilerin aksine teknoloji yoğun endüstriler ile kalite düzeyi arasında yine aynı yönlü güçlü bir ilişki tespit edilmektedir.

1.1.2.4.3. Bazı Kalite Göstergeleri

Kalite algılamasındaki farklılıklar, farklı kalite tanımlamaları (yaklaşımları) ve kalitenin çok yönlü boyutu dikkate alındığında kalite rekabetinin ve kaliteye dayalı rekabet gücünün farklı açılardan analizi ve zamanla gelişiminin izlenebilmesi bakımından, birçoğu benzer bilgi içermesine rağmen, yukarıda belirtilen üç temel kalite göstergesiyle birlikte diğer bazı göstergeler toplu olarak aşağıda verilmektedir (Aiginger, 2001):32

- a. Katma değerde kalite yoğun / kaliteye dayalı rekabet eden endüstrilerin oranı (net AKE üretim),
- b. İhracatta kalite yoğun endüstrilerin oranı (net AKE ihracat),
- c. İhracatta, endüstrilerin yüksek kalite segmentlerinin / sektörlerinin oranı (net FSK),
- d. İhracat birim değeri (*ihr BD*),
- e. İthalat birim değeri (*ith BD*),
- f. Görelî birim değeri (*ihr BD / ith BD*),
- g. Katma değerde batık maliyetli endüstrilerin (teknoloji ve pazarlama etkin) oranı,
- h. İhracatta batık maliyetli endüstrilerin (teknoloji ve pazarlama etkin) oranı,
- i. Katma değerde nitelik yoğun endüstrilerin oranı,
- j. İhracatta nitelik yoğun endüstrilerin oranı,
- k. Katma değerde yüksek düzeyde bilgiye dayalı hizmetlere sahip endüstrilerin oranı,
- l. İhracatta yüksek düzeyde bilgiye dayalı hizmetlere sahip endüstrilerin oranı,
- m. Katma değerde yüksek düzeyde ürün farklılaştırmasına sahip endüstrilerin oranı,
- n. İhracatta yüksek düzeyde ürün farklılaştırmasına sahip endüstrilerin oranı,
- o. Katma değerde küresel endüstrilerin (dışa açıklık) oranı,
- p. İhracatta küresel endüstrilerin (dışa açıklık) oranı.

Söz konusu göstergelerden, 1, 2 ve 7 - 12. maddelerde belirtilen göstergeler, endüstri sınıflandırmalarına dayalı olarak daha sağlıklı bir analiz için ihracatla birlikte katma değeri de konu edinmekte ve bu göstergelerde zamanla gözlenen değişim endüstriler arasındaki kalite düzeyi değişimini yansıtmaktadır. Diğer taraftan, 3. gösterge endüstri bünyesinde kaliteli konuma geçişi veya endüstri içerisindeki kalite değişimini göstermektedir. İhracat veya ithalat birim değerleri her iki hususu da kapsayabilmektedir. 13. – 16. göstergeler kalite iyileştirme imkân ve ortamı sunan, endüstrilerin ürün farklılaştırma derecesini ve dışa açıklık boyutunu yansıtmaktadır.

1.1.3. Rekabetçi Gelişme Aşamaları

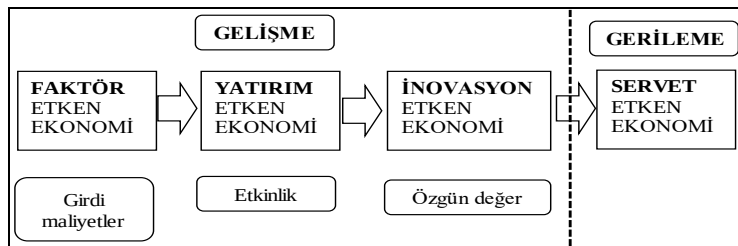
Verimlilikte iyileşme sağlayabilmek için az gelişmiş ülkelerde sağlık, eğitim ve altyapı alanlarında yatırım öncelik kazanırken; bu alanlardaki verimlilik kazançlarını elde etmiş daha sofistike ekonomik yapıda, söz konusu alanlara yatırım verimlilikte iyileşme sağlamak için artık yeterli olmayacağından gelişme patikasında ülkelerin gelişmişliğine göre politika öncelikleri de değişmek ve gelişmek zorundadır (Lopez-Claros ve diğerleri, 2006).

Başarılı bir iktisadi gelişme, “bir ülkenin iş ortamının, firmalarının gittikçe sofistike ve verimli tarzda rekabet edebilmelerini destekleyen ve cesaretlendiren şekilde iyileştiği başarılı bir ilerleme sürecidir”. Farklı gelişme seviyesindeki ülkelerin sorunları ve fırsatları (uğraş alanları) da tamamen farklılık arz eder (Porter, 2004: 34).

Porter’e göre, iktisadi gelişme ardışık bir süreçtir. Örneğin, kişi başına gelirin 1000 \$ civarında olduğu düşük seviyelerde, iktisadi gelişme için altyapı yatırımları önem arz ederken kişi başına gelir açısından 15.000 \$’a erişildiğinde, ileri düzeyde inovasyon yapabilme kapasitesi öne çıkmakta ve buna yönelik uygun kurumsal ve müşvik yapıya gerek duyulmaktadır. Dolayısıyla, ülkelerin mikroekonomik uğraş alanı sürekli olarak değişmekte ve gelişmektedir (Snowdon ve Stonehouse, 2006: 166).

Ulusal ekonomiler, “bir ülke firmalarının uluslararası rekabetteki üstünlüğünün tipik kaynaklarına ve uluslararası düzeyde başarılı endüstri ve kümelenmelerinin yapısına ve boyutuna bağlı olarak birçok rekabetçi gelişme aşaması gösterir” (Porter, 1990a: 545). Bu gelişme aşamaları, Porter (1990a) ve Porter (2004) dikkate alınarak oluşturulan Şekil 5’te görüleceği üzere faktör-etken (factor driven), yatırım-etken, inovasyon-etken ve servet-etken17m olarak sınıflandırılmaktadır.

Şekil 5. Rekabetçi Gelişme Aşamaları



Kaynak: Porter (1990a: 564; 2004: 34).

“Ülkeler geliştikçe, rekabetçi üstünlükleri ve rekabet etme tarzları bakımından iyileşme gösterirler”(Porter, 2004: 34).

Faktör-etken aşamada, düşük maliyetli işgücü ve doğal kaynaklar gibi temel faktör koşulları rekabetçi üstünlüğün ve bu bağlamda ihracatın baskın kaynaklarıdır. Bu aşamada, elmas modelindeki sadece faktör koşulları bir üstünlük arzietmekte olup, hemen hemen tüm gelişmekte olan ülkelerin bu gelişme aşamasından geçtiği belirtilmektedir. Bu tür bir ekonomideki firmalar fiyat bazında rekabet etmekte ve çeşitli yollarla tamamen diğer (gelişmiş) ülkelerden temin edilebilen kısmi bir ürün veya üretim teknolojisine gerek duymaktadırlar. Dolayısıyla, firmalar diğer ülkelerde tasarlanmış kısmen basit ürünleri üretmekte olup, rekabetçi üstünlüğün bu tür kaynağı, uluslararası düzeyde rekabet edebilecek nitelikteki endüstri sayısını sınırlamaktadır. Faktör etken bir ekonominin, dünyadaki iktisadi dalgalanmalara, mal fiyatlarına ve döviz kuru hareketlerine oldukça duyarlı olduğuna dikkat çekilmektedir (Porter, 1990a; 2004).

Yatırım-etken aşamada, rekabetçi üstünlüğün baskın kaynağı (belirleyicisi) yüksek düzeyde yatırım yapma arzu ve yeteneğine dayalı olarak standart ürün ve hizmet üretiminde sağlanan etkinliktir. Bu aşamada, etkin altyapıdaki büyük yatırımların, iş alevi dostu hükümet uygulamalarının, güçlü yatırım teşvikleri ve daha iyi bir şekilde sermayeye erişimin verimlilikte önemli iyileşmeleri mümkün kıldığı belirtilmektedir. Firmalar değer zincirindeki yeteneklerini daha çok genişletmişlerdir ve üretilen ürün ve hizmetler çok daha sofistikedir. Teknoloji ve tasarım hala büyük ölçüde dışarıdan gelmektedir ancak teknolojinin sadece özümsemesiyle / kullanımıyla yetinilmeyip bir taraftan da iyileştirilmesi için çaba sarfedilmektedir. Bu aşamadaki bir ekonominin, finansal krizlere ve dışsal sektör spesifik talep şoklarına duyarlı olduğuna işaret edilmektedir (Porter, 2004).

Gelişme aşamalarında en ileri kademe olan *inovasyon-etken* aşamada ise, en gelişmiş metotlar kullanılarak ileri teknoloji ile ürün ve hizmet üretebilme yeteneği rekabetçi üstünlüğün baskın kaynağıdır. Bu aşamadaki bir ülkenin ekonomisindeki endüstrilerin büyük bir çoğunluğunda “elmas” modelinin tamamen işler halde, “elmas” ın bütün belirleyicilerinin etkili durumda ve birbirleriyle en güçlü etkileşim halinde olduğu belirtilmektedir. Böylece, oldukça sofistike bir tüketici talebi ve derinliği olan bir

kümelenme yapısıyla birlikte, bu merhaledeki bir ekonominin ulusal iş ortamı tüm alanlarda güçlü özellikler göstermektedir (Porter, 1990a; 2004).

İnovasyon etken aşamada, faktör maliyetlerine dayalı rekabetçi üstünlüğün önemi oldukça azalmakta, buna karşılık gelişmiş ve özel faktörler yaratılmakta ve bu faktörler sürekli olarak iyileştirilmektedir. Bu aşamadaki firmalar, daha çok küresel ölçekte kendine özgü stratejilerle rekabet etmekte, yabancı ülke teknolojisi ve üretim metotlarını sadece kullanma ve iyileştirmekle yetinmemekte bu teknolojileri bizatihi üretmektedirler. Dolayısıyla uluslararası rekabet gücü açısından bu merhalede, ürün ve üretim teknolojisi geliştirme, etkin pazarlama ve buna benzer katma değeri yoğun diğer faaliyetlerde başarılı olabilme özelliği öne çıkmaktadır. Tüm bunlarla birlikte, ileri teknolojiye ve ürün farklılaştırmasına dayalı bir rekabeti esas alan inovasyon etken aşamadaki bir ekonominin, hizmet sektörlerinde yüksek bir paya sahip olduğu ve dış şoklara karşı esnek bir özellik arzettiği belirtilmektedir (Porter, 1990a; 2004).

Porter (1990a)'a göre şayet ülkeler, ulusal rekabetçi üstünlüklerini geliştirmek bakımından dinamik bir süreci başarıyla yürütebildiği takdirde, ilk üç gelişme aşamasını yaşayabilirler. Bu süreçte, daha az gelişmiş ve düşük verimliliğe sahip alt ürün gruplarını terk ederken / kaybederken zamanla daha sofistike rekabetçi üstünlüklere yönelim mümkün olmakta ve firmaların başarıyla rekabet edebileceği endüstri aralığı genişleyebilmektedir.

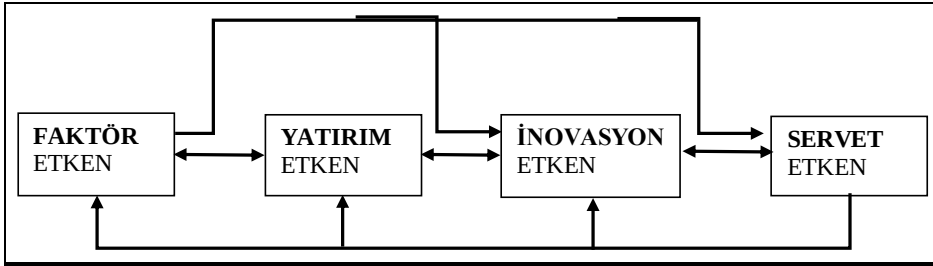
Diğer taraftan *servet etken aşama*, gelişme aşamaları boyunca ilerlerken nihayetinde bir gerilemenin yaşanacağı durumdur. Servet etken ekonomideki itici kuvvet veya belirleyici faktör, kazanılmış olan servettir. Ancak bu aşamadaki sorun, geçmişte elde edilen servetin etken olduğu ekonomi bu serveti sürdürmeğe yetmemektedir. Çünkü, böyle bir ekonomide, her şeyden önce, tüketiciden yatırımcıya kadar uzanan genel bir motivasyon kaybının olacağı, bu durumun da gerekli yatırımı, inovasyonu ve bunların sürekli iyileştirilmesini güçleştireceği belirtilmektedir.

Porter'e göre inovasyon etken aşamada inovasyon yapabilme ve rekabetçi üstünlüğü sürdürebilme kapasitesi oldukça yaygın olduğu halde, servet etken aşamada rekabetçi üstünlüğün sürdürülebildiği endüstriler aralığı daralarak dört genel endüstri kategorisinde mümkün olmaktadır. Bunlardan birincisi kişisel varlıklara, yüksek gelire veya lüks ihtiyaçlara bağlı olarak servet birikiminden kaynaklanan sofistike ve gelişmiş

talebin olduğu endüstrilerdir. İkincisi bilime, sanata, yüksek eğitime, savunma ve sağlık hizmetleri gibi diğer sosyal harcamalara geçmişte uzun bir zaman boyunca yapılan yatırım nedeniyle birikmiş yatırım stoğundan kaynaklanan rekabetçi üstünlüklerin olduğu endüstrilerdir. Üçüncüsü, çok önceden (erken) elde edilen rekabetçi üstünlüklerin korunabildiği, sigara endüstrisi gibi güçlü marka tutkunluğunun bulunduğu endüstriler veya üründe ve üretim teknolojisinde önemli bir değişimin olmadığı endüstrilerdir. Dördüncüsü, temel faktör üstünlüklerinin veya içerilmiş servetin korunduğu endüstrilerdir (Porter, 1990a: 558).

Porter (1990a), her ülkenin, kendi özgün kalkınma patikasında ilerlediğine vurgu yapmakta ve gelişme sürecinde ekonominin izlediği yolun ve sahip olduğu endüstrilerin, “elmas” modeline bağlı olarak her bir ülkenin özgün özelliklerinin bir yansıması olduğuna dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, ülkelerin tarihsel birikiminin hali hazırdaki üstün nitelikler, davranış normları ve kabul gören değerler, talep yapısını belirleyen ihtiyaç ve tercihler ile hatta karşı karşıya olunan sorunlar gibi hususlar üzerinde önemli bir rol oynadığı belirtilmektedir.

Şekil 6. Ulusal Rekabetçi Gelişme Süreci



Kaynak: Porter (1990a: 563)

Bu çerçevede, Şekil 6’da görüldüğü üzere, gelişme aşamaları boyunca hareket çok sayıda / farklı patika üzerinde olabilir ve her ülke için geçerli olabilecek tek bir gelişme yolu söz konusu değildir. Porter (1990a)’a göre, ülkeler ilk üç gelişme aşaması üzerinde hareket ettiği sürece, sağlanan iyileşmeler ulusal verimlilik artışına yol açacağından, ekonomik refahları artış eğiliminde olacaktır. Ancak, ülkeler mutlaka söz

konusu gelişme aşamalarını kateden bir gelişme süreci göstermez. Çoğu ülke, faktör etken veya yatırım etken aşamanın ötesine geçemez (Porter, 1990a: 562-573).

Küreselleşen dünyada ülkeler için rekabetin önemi giderek artmaktadır. Rekabetin değişen dinamikleri ile birlikte işletmelerin, bölgelerin ve hatta ülkelerin hayatta kalabilmeleri bu yeni rekabet koşullarına tepki verebilmesi ve ayak uydurabilmeleriyle mümkündür. Bu yarışa devam etmek, sürdürülebilir bir rekabet avantajı oluşturmakla eşdeğerdir. Ortaya çıkan önemli rekabet üstünlüğü unsurlarını Porter, Elmas Modeli ile açıklamıştır. Model, firmaların rekabet avantajları konusunda doğrudan ve dolaylı etkilere sahip faktörlere dikkat çekmiştir. Porter'ın Elmas Modeli, sıklıkla eleştirilere maruz kaldıysa da, ulusların rekabet gücü araştırmalarını gerçekleştirenler açısından kapsamlı bir etki yaratmıştır. Sektörel araştırmalar noktasında, yöneltilen tüm eleştirilere rağmen, yoğun olarak Porter'ın modelinden faydalanılmaktadır.

Ulusların rekabet üstünlüğüne ilişkin Elmas Modeli'nin en önemli yanı, işletmelerin uluslararası başarı elde edebilmesi noktasında gereken şartları ele alırken onları kapsamlı bir açıdan inceliyor olmasıdır. Böylelikle de firma ve sektör düzeyindeki uluslararası rekabet gücünün belirleyicileri ve ölçülmesi gibi konular daha eksiksiz ve daha gerçekçi bir çerçeve içerisinde gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca, rekabet avantajının yaratılması konusunda ülkelerin değil, ülke içerisinde faaliyette bulunan işletmelerin payı ortaya konulmuştur. Kuşkusuz, firmaların uluslararası arenada başarılı olabilmelerinde, bireysel çabalarının yanı sıra ulusal rekabet güçleri de önemli bir rol oynayacaktır.

Bu bağlamda şirketlerin, bölgesel, küresel ve ulusal rekabet bağlamında yeni değerlendirme ölçütlerine ve rekabet araçlarına ihtiyaç duyacakları ve ulusal güç unsurlarına daha yakından bağlanacakları değerlendirilmektedir.

1.2. İMALAT SANAYİ OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE

1.2.1. İmalat Sanayi Tanımı

İmalat terimi⁹, iki Latince sözcükten *manus* (el) ve *factus* (yapma) oluşur; bileşiminin anlamı ‘*el yapımı*’ dır. ‘*El yapımı*’ (İngilizce: *manufacturing*) sözcüğü M.Ö. 1567 yılında ilk kez önem kazandığında kullanılan imalat yöntemlerini doğru olarak tanımlamıştı. Çoğu modern imalat işlemleri, çalışan insanlar tarafından denetlenen mekanize veya otomatik ekipmanlarla gerçekleştirilmektedir.

İmalat ekonomik açıdan: malzemelerin, bir veya daha fazla ve/veya montaj işlemi aralığıyla daha yüksek değere sahip parçalara dönüştürülmesi. İmalat, malzemeye şeklini veya özelliklerini değiştirerek veya başka malzemelerle birleştirerek değer katar.

Sanayi (endüstri), mal ve hizmet üreten veya sağlayan kuruluş veya organizasyonlardan oluşur. Sanayi aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir:

1. Birincil sanayiler – tarım, madencilik gibi ulusal kaynakları ortaya çıkaran veya gerçekleştirenler
2. İkincil sanayiler – birincil sanayilerin çıktılarını alan ve tüketici veya sermaye mallarına dönüştürenler - imalat temel aktivitedir
3. Üçüncül sanayiler – hizmet sektörü.

1.2.2. Otomotiv İmalat Sanayi

Otomotiv sanayi; bir ülkenin yük ve yolcu taşıma ihtiyaçlarını karşılayacak karayolu taşıtlarını imal eden bir sanayi kolu olarak tanımlanabilir (Dumanlı, 1987: 23). Diğer bir tanıma göre otomotiv sanayi, çelikten cama, lastikten elektronik aksama kadar, birçok sanayi dalına talep yaratan karayolu taşıtlarını üreten, lokomotif sektörlerden biri olarak tanımlanabilir (Müftüoğlu, 1984: 1).

Otomotiv sektörünün dünya ekonomisi içindeki önemini görebilmek için, sektörün temel büyüklüklerini incelemek faydalı olacaktır. Küresel ölçekte değerlendirildiğinde bugün itibariyle yaklaşık 20 civarında ülkede faaliyet gösteren 50 motorlu taşıt üreticisi bulunmaktadır. Önemli otomotiv üreticileri arasında özellikle İtalya,

⁹ M P Groover (2007). Fundamentals of Modern Manufacturing 3/e

Fransa, İspanya ve Japonya'nın üretimi 2008 yılındaki ekonomik krizden ağır darbe almıştır. Bu ülkelerde, 2012 yılı itibariyle kriz öncesi rakamların ancak yüzde 70'i ile yüzde 85'i seviyesine ulaşılabilirdiği gözlenmektedir.

Motorlu karayolu taşıtları, bir yanmalı veya patlamalı motorla tahrik edilen, yük veya yolcu taşımak ve karayolu trafiğinde seyretmek üzere belirli teknik mevzuata göre üretilmiş bulunan dört veya daha fazla lastik tekerlekli taşıt araçlarıdır. Bu araçları üreten sanayi “Otomotiv Ana Sanayi” olarak adlandırılmaktadır. Otomotiv “Yan Sanayi” ise hem taşıt araçları imalat sanayiinde faaliyet gösteren firmalara hem de parktaki araçların parça yenileme talebine yönelik ana sanayi tarafından belirlenen teknik dokümanlara uygun aksam, parça, modül ve sistem üreten sanayi koludur. Otomotiv sanayi bu iki alt sektörün tümünü kapsamaktadır¹⁰.

Otomotiv sektörü artık insan hayatının ayrılmaz ve vazgeçilmez bir parçası konumuna gelmiştir. Dünyadaki globalleşme, haberleşme, bilgi ve araç transferindeki hızlı artış otomotiv ürünlerinin her ülkeye rahatlıkla girmesinin ve yerleşmesinin temel nedenleridir.

Otomotiv sanayi, tüm sanayileşmiş ülkelerde ekonominin lokomotif sanayilerinden biridir. Sanayinin ekonomideki lokomotif etkisinin nedeni, ekonominin diğer sanayileri ile olan çok yakın ilişkisidir. Otomotiv sanayi, demir-çelik, petro-kimya gibi temel sanayi dallarının başlıca alıcısı ve bu sanayilerdeki teknolojik gelişme ve derinleşmenin de sürükleyicisidir. Turizm, altyapı ve inşaat ile ulaştırma ve tarım sanayilerinin gereksinim duyduğu her çeşit motorlu araç, sanayi ürünleri ile sağlanmaktadır. Otomotiv sanayii ayrıca savunma sanayinin de en başta gelen destekçisidir.

Dünya otomotiv sanayinde yapılan üretim genel olarak otomobil ve ticari araç olarak sınıflandırılmaktadır. Sanayide yapılan üretimin yüzde 90 gibi büyük çoğunluğunu otomobil ve kamyonetlerden oluşan hafif araçlar sınıfı oluşturmaktadır. Üretim adetleri otomobil sınıfına göre nispeten az olan diğer araç sınıfları (minibüs, midibüs, otobüs, kamyon, çekici vb.) ise istatistiklerde ticari araçlar olarak anılmaktadır.

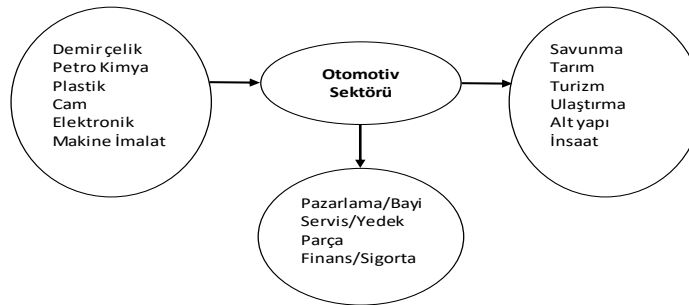
¹⁰ http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/OtomotivElektrikDb/otomotiv_sektoru.doc

Dünyada araç üretimi bulunan her bölgede bu firmalara parça tedariki sağlayan ve 1., 2., 3. seviye olarak ölçeğine göre adlandırılan bir tedarik sanayi mevcuttur. Ülkelerdeki araç üretim sayısına göre değişmekle birlikte genellikle 500 bin – 1 milyon adet yıllık araç üretimi olan bölgelerde 600 – 1.500 adet arasında tedarikçi olduğu gözlenmektedir. Üretim adedi arttıkça 1. seviye tedarikçi sayısı ve ona bağlı değer zincirindeki küçük ve orta ölçekli firma sayısı da artmaktadır.

Küresel toplam otomotiv pazarı 2012 yılında yüzde 4 oranında artarak 83,4 milyon adede yükselmiştir. 2012 yılında en fazla artış yüzde 5 ile otomobil pazarında gerçekleşmiş ve pazar 68 milyon adet düzeyinde ulaşmıştır. Hafif ticari araç pazarı ise yüzde 2 oranında artarak 12,4 milyon adet olmuştur. Ağır ticari araç pazarı ise yüzde 12 oranında azalarak 3 milyon adede gerilemiştir.

Günümüzde otomotiv sektörü, gelişmiş ve hatta gelişmekte olan ülkeler için “anahtar” sektör rolündedir. Güçlü bir otomotiv sektörü, sanayileşmiş ülkelerin ortak özelliklerinden biri olarak gözümüze çarpmaktadır. Otomotiv sektörünün bu denli bir öneme sahip olmasının başlıca nedeni, bu sektörün diğer sektörlerle olan yakın ilişkileridir. Otomotiv sektörü, başka birçok sektörün ürettiklerinden yararlanır; bunların başında demir-çelik, cam, plastik, tekstil, elektronik ve elektrik sektörleri gelir. Bunun yanında, otomotiv sektörü, yaptığı üretim ile bazı sektörlerin de verimli bir şekilde işlemesini sağlamaktadır. İnşaat, turizm ve tarım sektörleri, bunlara örnek olarak verilebilir. Ayrıca, otomotiv sektörünün, savunma sektörüne ve dolaylı olarak da ülkenin milli güvenliğine katkıda bulunduğu da bilinmektedir (Karbuş vd., 2008 :4).

Şekil 7. Otomotiv Sektörünün Ekonomiye Katkısı



Kaynak: “Otomotiv Ana ve Yan Sanayiinde İhracat Stratejisinin Temel İlkeleri”, Rapor 1998/7, OSD.

Şekil 7’de de görüldüğü üzere Otomotiv Sektörü ekonomik gelişmede bir lokomotif, sürükleyici sektör durumundadır. Demir çelik, petro kimya, lastik, tekstil, cam, elektrik-elektronik ve makine imalatı gibi birçok sektörden ürün alır, bunları işler ve üretim neticesinde savunma, tarım, turizm, ulaştırma, alt yapı ve inşaat gibi birçok sektörde kullanılmak üzere lokomotif vazifesi görür (Tezer, 1995: 130). Bu sektörler dışında pazarlama, servis, yedek parça, finans, sigorta ve akaryakıt gibi daha birçok alandaki ek katkısı ile önder konumdadır (OSD, 1994: 1).

Otomotiv sektörü, savunma sanayiinin temelidir. Sürekli ve güvenilir tek vergi kaynağıdır. Yükselen piyasa ülkelerinde karayollarında ve turizmdeki gelişme, hızlı kentleşme ve tüketim biçiminin değişimi, yüksek genç nüfus oranı nedeni ile otomobilde potansiyel talep vardır. Bu talep yerli üretim tarafından karşılanmalıdır, aksi takdirde ithalat için gerekli döviz ihtiyacı artacaktır. Ayrıca otomotiv sektörünün, diğer sektörlerle olan ilişkisi nedeniyle kalkınmada zincirleme etkisi ve lokomotif görevi vardır (Cengiz, 1999: 233).

Otomotiv sektörünün ekonomik katkısının yanında sosyal katkısı da unutulmamalıdır. Bir otomobil sahibi olmanın, hareket serbestisi, zaman tasarrufu, kültür, eğlence, dinlenme ve toplumsal itibar gibi getirileri vardır. Bunlarla birlikte iş çevresi, mutluluk ve başarı gelmektedir. Hepsi bir araya geldiğinde ise toplumsal refah oluşmakta ve kalkınmada ek güç oluşmaktadır (OSD, 1993: 1).

Gerek üretim aşamasında kullanılan girdiler açısından, gerek ürünleri ile diğer sektörlerin temel yatırım mallarını oluşturması, ulusal üretim, kalkınma, istihdam ve teknolojik gelişmeye doğrudan katkıda bulunması, savunma sanayiinin temelini oluşturması, ekonomi için stratejik önem taşıyan bir sektör olması yönüyle otomotiv sektörü, sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde ve gelişmekte olan birçok ülkede özel önem kazanmıştır (Özertem, 1998: 77).

Otomotiv sektörü, teknolojik gelişmeye yaptığı katkılar, yarattığı istihdam ve gelişmesine katkı sunduğu sektörlerin çeşitliliği ile dünya ekonomisinde 20. yüzyıl’da yaşanan ekonomik dönüşüme en yüksek katkıyı sunan sektörlerin başında gelmektedir. Bugün küresel markalarıyla global pazarlarda tutunabilen ülkelerin neredeyse tamamı gelişmiş ülkelerdir. Otomotiv gibi araştırma ve geliştirme yoğun ve aynı zamanda ileri

üretim tekniklerinin kullanıldığı bir sektörde küresel ölçekte rekabet edebilen şirketlere sahip ülkelerde, üretim çeşitliliğinin yüksek ve dış dünyayla bağlantıların kuvvetli olduğu görülmektedir.

Sektörün dünyada ortaya çıktığı ilk yıllarda, üretimin tamamı bir ülke içinde gerçekleştirilirken, şu anda sektördeki üretim faaliyetleri küresel bir değer zinciri biçiminde örgütlenmiştir. Otomotiv üretiminin farklı aşamaları, farklı ülkelere dağılmış durumdadır. Küresel otomotiv şirketleri üretim yapacakları ülkelere karar verirken pazara yakınlık, yatırım ortamı elverişliliği ve hammaddeye kolay erişim gibi kıstasları göz önünde bulundurmaktadırlar.

Otomotiv üretimi başta demir-çelik olmak üzere, elektronik, yazılım, plastik, tekstil ve kimya sanayilerinin gelişimini de beraberinde getirmektedir. Sektörün ilişkili olduğu diğer imalat sanayi kollarındaki teknolojik ilerlemeler, büyük ölçüde otomotiv üreticilerinin talepleri doğrultusunda gelişmekte ve şekillenmektedir.

Otomotiv sektörü enerji ve hizmet sektörleriyle de doğrudan ilişkilidir. Enerji sektörünün dünyanın önde gelen endüstrilerinden biri olmasının temel nedenlerinin başında yine otomotiv sektörü gelmektedir. Hizmet sektörleri tarafından bakıldığında ise otomotiv sektörü, distribütörler, perakende satış, bakım ve onarım ve sigortacılık faaliyetleri başta olmak üzere çok sayıda hizmet sektörünün de gelişimine önemli katkılar yapmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerin otomotiv sektöründeki önemi hem tüketici hem de üretici olarak artmaktadır. Bir yandan üretim merkezleri Güneydoğu Asya'ya kayarken¹¹, diğer yandan gelişmekte olan ülkelerde zenginleşen orta sınıfın araç talebindeki artış trendi de, gelişmekte olan ülkelerin sektördeki önemini artırmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde artan motorlu araç talebi, gelişmiş ülkelere kıyasla çok daha hızlı bir şekilde artmaktadır.¹² Önümüzdeki on beş yılda, küresel otomotiv talebi içerisinde BRIC ülkelerinin payının yüzde 50'ye yaklaşması beklenmektedir. Tüketici taleplerinde de bu trende bağlı bir çeşitlilik gözlenmektedir. Talepteki bu yayılma ve

¹¹ KPMG, 2013, global automotive executive survey ve KP çalışma grubu

¹² IHS Global Insight forecast, June 2012, McKinsey Manufacturing Report 2012

çeşitlilik, beraberinde ürün paletinde de çeşitliliği getirmekte, bu durum üretim sürecinde de etkisini göstermektedir.¹³

1.2.3. Otomotiv İmalat Sanayinin Rekabet Üstünlüğü

Otomotiv sektörü üretim büyüklüğü, istihdam yaratma kapasitesi ve küresel ticaret içerisindeki yüksek payı ile dünyanın önde gelen iktisadi faaliyet kollarından bir tanesidir. Sektördeki üretim, küresel bir değer zinciri etrafında örgütlenmiştir. Otomotiv ürünlerini oluşturan parçaların farklı farklı ülkelerde üretilmesi mümkündür. Gelişmiş ülkeler otomotiv üretiminde tasarım ve üretim aşamasında ağırlıklı olarak yer alırken, gelişmekte olan ülkelerin ağırlıklı olarak montaj aşamalarında özelleştiği görülmektedir.

Otomotiv sektöründe rekabet gücü geliştirebilen, küresel markalarıyla global pazarlarda tutunabilen ülkelere bakıldığında, bu ülkelerin çoğunlukla gelişmiş ülkeler ya da hızlı büyüyen gelişmekte olan ülkeler olduğu görülmektedir. Otomotiv sektörünün gelişmesi, beraberinde birçok diğer faaliyetin gelişmesini getirirken, ekonomideki çeşitliliğe de katkı sunmaktadır. Ekonomik çeşitlenmeyle birlikteyse refah artışı ortaya çıkmaktadır.

İç pazarların üzerindeki üretim hacimleriyle Japonya, Almanya ve Kore, dünyanın en önemli otomotiv ihracatçılarıdır. Ancak bu ülkelerdeki üretimin toplamı, Çin ve ABD'deki pazar büyüklüğünün altında kalmaktadır. Buna ek olarak, orta sınıfın güçlenmesiyle birlikte Hindistan örneği gibi gelişmekte olan ülkelerde önemli bir talep artışının gerçekleşmesi beklenmektedir.

¹³ McKinsey Manufacturing Report, 2012

Tablo 4. Dünya Otomotiv Pazarı ve Satış Oranını (2014-2015)

	Dünya otomotiv pazarı (adet)						Satış oranını (adet/yıl)			
	Mar	Mar	%	Yıl'dan Tarihe	Yıl'dan Tarihe	%	Mar	Yıl'dan Tarihe	Yıl	%
	2015	2014	Fark	2015	2014	Fark	2015	2015	2014	Fark
DÜNYA	8,545,883	8,374,525	2.0%	22,120,296	21,801,677	1.5%	88,866,890	88,093,356	87,329,611	0.9%
ABD	1,543,523	1,534,381	0.6%	3,948,553	3,736,658	5.7%	17,044,382	16,602,148	16,490,861	0.7%
KANADA	160,051	157,343	1.7%	367,888	359,115	2.4%	1,748,216	1,764,032	1,852,549	-4.8%
BATI AVRUPA	1,723,115	1,559,773	10.5%	3,785,988	3,484,533	8.7%	14,690,223	14,327,571	13,584,135	5.5%
DOĞU AVRUPA	337,748	412,674	-18.2%	866,252	1,053,258	-17.8%	3,976,676	4,133,333	4,563,476	-9.4%
JAPONYA	681,503	758,774	-10.2%	1,544,662	1,803,764	-14.4%	5,237,630	5,069,501	5,439,522	-6.8%
GÜNEY KORE	147,375	134,987	9.2%	395,202	373,252	5.9%	1,731,258	1,704,602	1,624,669	4.9%
ÇİN	2,257,663	2,138,915	5.6%	6,292,551	5,962,199	5.5%	24,663,874	24,703,070	23,628,679	4.5%
BREZİLYA / ARJANTİN	272,609	277,031	-1.6%	798,595	980,266	-18.5%	3,450,995	3,430,058	3,972,603	-13.7%
DİĞER	1,422,297	1,400,648	1.5%	4,120,604	4,048,632	1.8%	16,323,636	16,359,041	16,173,117	1.1%
Notlar:										
Son sütunda yüzde değişim satış oranının ortalaması yıldan tarihinde son tam yıl ile karşılaştırmaktadır.										
Geç raporlama ülkeler ve tahminler "Diğer" yer almaktadır.										
Doğu Avrupa, Türkiye'yi kapsamaktadır.										
Çin hafif araç ithalatının tahminini dahildir.										

Kaynak: LMC Otomotiv

İKİNCİ BÖLÜM

YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİ

2.1. YÜKSELEN PİYASA KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Dünya ekonomisinde yer alan ülkelerin hepsinin aynı düzeyde gelişmişlik seviyesinde olduğunu söylemek doğru bir yargı olarak değerlendirilmemektedir. Çünkü bazı ülkeler az gelişmiş, bazı ülkeler gelişmekte olan ve bazı ülkeler ise gelişmiş ülkeler kategorisinde yer almıştır. Dünya'daki ülkeler incelendiği zaman ise daha çok gelişmekte olan ülkelerin sayısının diğerlerine göre daha fazla olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin sayıları ise gelişmekte olan ülkelerin sayısından az olduğu bilinmektedir. Bu çalışmada asıl amaç, yükselen piyasa ülkeleri incelemektir. Bu nedenle bu çalışmada yükselen piyasa ekonomileri üzerinde durulmuştur.

2.1.1. Yükselen Ekonomiler

Yükselen olgusunun tam ve net tanımı olmamakla beraber temel olarak bu kavram şu şekilde tanımlanabilir. Ülkelerin veya insanların yaşam kalitesinin artması yani insani gelişme endekslerinin yüksek olması durumudur. Eğitim, milli gelir ve ortalama yaşam sürelerinin yüksek olmasını da kapsayan gelişme olgusu sadece bunlarla sınırlı olmayan geniş bir kavramdır, bunlara ek olarak sağlık, beslenme ve temiz bir çevre gibi kavramları da içerisinde barındıran bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkeler arasında ki gelişmişlik ve az gelişmişlik ayırımının ortaya çıkışı sanayi devrimine kadar gitmektedir. Sanayi devriminden önce devletler arasında sahip oldukları üretim teknolojisi ve dolayısıyla gelişmişlik düzeyi yönünden önemli bir farklılık söz konusu olduğu görülmemektedir (Dinler, 2009: 571).

Sanayi devrimi, dünya tarihinde ve dünya ekonomisinde yeni bir devrin başlangıcı olarak nitelendirilmektedir. Nitekim Zeynel Dinler'in de ifade ettiği gibi sanayileşme sonrası sanayi alanında ileride olan ülkelere gelişmiş ülkeler, sanayi alanında geri kalmış ülkelere ise gelişmemiş ülkeler olarak adlandırılmıştır ve sanayi

sektöründe gelişen ülkeler eğitim, sağlık ve temiz bir çevre konularında gelişmemiş ülkelere nazaran daha ileri bir durumdadırlar. Bunun yanında makroekonomik göstergeler incelendiği zaman gelişmiş ülkelerin yine gelişmemiş ülkelere kıyasla daha olumlu bir ivme izlediği görülmektedir.

Ülkelerin üç çeşit gelişmişlik sınıflandırılması da vardır. Bunlar; Gelişmemiş, az gelişmiş ve gelişmiş ülkeler olmak üzeredir. Günümüzde daha çok az gelişmiş ülkeler yerine gelişen piyasa ekonomiler, gelişmekte olan ülkeler ve yükselen piyasa ekonomileri gibi kavramlar kullanılmaktadır. Bu kavramın kullanılmasının nedeni ise; bu ülkeler ekonomik ve sosyal göstergelerinde sabit kalmamakta sürekli olarak her geçen yıl bir önceki yıla göre daha fazla gelişme göstermektedir.

2.1.2. Ülkelerin Gelişmişlik Sınıflandırılması

Ülkeler genel olarak gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olarak sınıflandırabilmektedir. Ancak bu sınıflandırmayı yaparken baz alınması gereken Dünya Bankasının ve IMF'nin bazı göstergelere ve endekslere göre yapmış oldukları sınıflandırma tablosudur.

Tablo 5. Kişi Başına Düşen Milli Gelir'e göre Ülkelerin Sınıflandırılması (\$)

Düşük Gelir Düzeyine Sahip Ülkeler	1.045 dolar ve altında olan
Düşük Orta Gelirli Ülkeler	1.046 - 4.125 dolar arasında olan
Yüksek Orta Gelirli	4.126 - 12.745 dolar arasında olan
Yüksek Gelirli Ülkeler	12.476 dolar ve üzerinde olan

Kaynak: (Dünya Bankası, 2013)

Tablo 5'te verilen Dünya Bankası verilerine göre ülkelerin sınıflandırılması yukarıdaki şekildedir. 2013 verilerine göre Endonezya kişi başına düşen GSMH'ye göre yapılan sınıflandırmada yüksek orta gelirli ülkeler arasında yer almaktadır, yani 9.270 dolardır. Endonezya'nın ki gibi Çin'in kişi başına milli yüksek orta gelirli ülkeler arasında yer almaktadır; 11.850 dolar, Hindistan'ın 5.350'dir. Normalde bu ülkelerde GSYİH oldukça fazla olduğu görülmektedir fakat bu ülkelerin nüfusları da bir o kadar fazla olduğu için kişi başına düşen milli gelirleri de bu yüzden dolayı azdır. Rusya'nın

kişi başına düşen geliri 23.190 dolar, Brezilyanın ise; 14.750 dolardır. Türkiye'nin kişi başına düşen geliri 18.800 dolar, Güney Kore'nin 33.440 dolar ve Meksika'nın 16.110 dolardır. Genel itibariyle BRIC ülkelerinin yüksek orta gelirli grubunda olduğu söylenebilmektedir. Çin ve Hindistan'ın nüfuslarından dolayı kişi başına düşen gelirlerinin az olduğu ancak GSYİH'nın yüksek olduğu dikkate alınmalıdır. Sonuç olarak sekiz gelişen piyasa ülkeler kişi başına düşen GSMH'ye göre yapılan sınıflandırmada yüksek gelirli ülkeler arasında yer almaktadır yani Güney Kore, Rusya, Türkiye, Meksika, ve Brezilyadır. Endonezya, Çin, ve Hindistan ise yüksek orta gelirli ülkeler arasında yer almaktadır.

Ülkelerin sınıflandırırken Dünya Bankasından sonra baz almamız gereken diğer bir gösterse ise IMF tarafından hazırlanan tablodur. Bu tabloda şu şekildedir:

Tablo 6. Gelişmiş ve Gelişmekte olan ülkelerin Dünya ticaretindeki yeri (%)

	GSYİH	Nüfus	İhracat Payı
Gelişmiş Ülkeler	43,9	15,1	52
Gelişmekte Olan Ülkeler	56,1	84,9	48
Dünya	100	100	100

Kaynak: (IMF, 2013)

Tablo 6 incelendiği zaman dünya nüfusunun %15,1'lik kısmına sahip olan gelişmiş ülkelerin Gayri Safi Yurt İçi Hâsılları (GSYİH) oldukça fazla olup dünya GSYİH'nin %43'9 civarındadır yani; dünya GSYİH'sinin yarısına gelişmiş ülkeler sahiptir yine aynı şekilde incelendiği zaman dünya ticaretinde de önemli yere sahip oldukları görülmektedir. Dünya ticaretindeki ihracat payları % 52 gibi yüksek bir rakam civarındadır gelişmekte olan ülkeler incelendiği zaman nüfuslarının fazla olmasına rağmen gerek GSYİH rakamlarında gerekse ihracat oranlarında gelişmiş ülkelere nazaran daha düşük olduğu ve bu nedenle de dünya ekonomisi üzerinde ve siyasetinde gelişmiş ülkelerin söz hakkı diğer ülkelere daha fazla olduğu görülmektedir. Bu şekilde olması beraberinde bir sorunu da getirmektedir. Bu sorun ise; dünya nüfusunun çok az bir kısmına sahip olan gelişmiş ülkeler bunun aksine milli gelirleri de çok büyük rakamlarla ifade edilmektedir ve bu da dünya üzerinde gelir dağılımı adaletsizliğinin olduğunu göstermektedir.

2.1.3. Yükselen Piyasa Ekonomilerinin Makroekonomik Özellikleri

Li'ye göre yükselen piyasa ekonomilerinin dört temel özelliğinden bahsetmek mümkündür. Bunlardan birincisi, gelişmekte olan ülke ekonomilerinin sahip olduğu yüksek nüfus oranıdır. Bu nüfus tabiidir ki yeterince derin olmasa da görece büyük piyasa yapısını da beraberinde getirmektedir. İkincisini ise ekonomilerin içinde bulunduğu ekonomik ve sosyal dönüşüm süreci oluşturmaktadır. Buna göre ülkeler, uygulamaya koydukları reform planları vasıtası ile ülkeyi ekonomik ve sosyal değişime yöneltme yolunda çaba sarf etmekte ve iktisadî kalkınma için elverişli piyasa koşulları ile yasal zemini tesis etmek için çalışmaktadır. Üçüncüsü, gelişmekte olan ülkelerin sahip oldukları yüksek büyüme oranlarıdır. Bu oranlar genellikle gelişmiş ekonomilerin büyüme oranlarının üzerinde bir oranda meydana geldiği görülmektedir. Yüksek büyüme oranları, gerek uluslararası platformda ilgiyi kendi üzerine toplama noktasında, gerekse yüksek getiri beklentisi içindeki uluslararası yatırımcıları teşvik edip yurt dışından ülkeye sermaye girişi sağlama noktasında önem arz etmektedir. Dördüncü özellik ise ülkelerin tüm dünyayı ilgilendiren önemli ekonomik, sosyal ve politik karar süreçlerinde taraf olarak yer almasıdır. Bu yol ile ülkeler, uluslararası siyasi arenada söz sahibi olup, global ekonomik pastadan daha büyük pay almak için çabalamaktadır (Karasu, 2008: 63).

Genel olarak incelendiği zaman yukarıda sayılan dört özellik, tüm gelişmekte olan ekonomiler için söz konusudur. Yükselen piyasa ekonomileri incelendiği zaman bu özellikleri en iyi şekilde karşılayan BRIC Ülkeleri olduğu görülmektedir. Bu özelliklere paralel olarak bazı makroekonomik göstergeler çerçevesinde gelişen ekonomilerin ortak özellikleri belirtilecektir.

Gelişen piyasa ekonomileri dış ticaret alanında da son 30 yıldır sürekli olarak ilerleme kaydetmişlerdir. Özellikle küreselleşmenin getirmiş olduğu dışa açılma fırsatı ile gelişmekte olan ülkeler dış ticaret hacimlerini günden güne genişletmişler ve ayrıca gelişen piyasa ekonomilerinin enflasyon konusunda da 2000 yılından sonra başarılı bir yol izledikleri görülmüştür. 2000 öncesi dönem incelendiği zaman bu ülkelerin enflasyon oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Özellikle 1990-1996 yılları arasında

bu oranın arttığı daha sonra ise enflasyon oranların da gözle görülür bir düzeyde azalma meydana geldiği görülmektedir.

Gelişmekte olan ülkeler, hızlı büyüme ve dışa açılma ile birlikte dünya ekonomisiyle bütünleşme yolunda önemli adımlar atmaya başlamasıyla birlikte, sahip oldukları, eğitim, nüfus artışı, yaşam beklentisi gibi demografik özelliklerinin yanı sıra ekonomik ve politik kurumlardaki yapısal sorunlar nedeni ile bu süreçte çeşitli sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. Bu ülkelerin yüksek büyüme oranları ile birlikte kriz riskinin artmış olması, bu durumun bir yansıması olarak değerlendirilebilmektedir (Yanar, 2008: 24).

Gelişen piyasa ekonomilerinin diğer bir özelliği ise; bu ülkelerin 1980’den sonra sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi neticesinde bu ülkelere hızlı bir şekilde sermaye akışını sağlamış olması ve bu sermaye akışları istikrarsız ve kısa vadeli olan sermaye hareketlerinden meydana gelmesidir. İlk başta ülkelerin faydasına gibi görünen bu gelişme daha sonradan sıcak paranın ülkeyi birden terk etmesi neticesinde ülkeyi krizle baş başa bıraktığı görülmüştür. Ama sermayenin kısa süreli değil de uzun süreli olarak bir ülkede kalması o ülkenin uzun sürede büyümesine katkıda bulunduğu ülkelerin incelemelerinden tespit edilmiştir.

Son olarak gelişen piyasa ekonomilerinde dış borçların sürekli olarak arttığı görülmektedir. Ayrıca bu ülkelerin uzun vadede plan ve hesap yapmaları oldukça güç olmaktadır. Çünkü bu ülkelerde ekonomik güven tam manasıyla sağlanamamıştır. Bu ülkeler mecburen kısa vadeli planlar ve kısa vadeli borçlar alma yoluna giderek ekonomilerini canlandırmayı tercih etmişlerdir. “Yükselen Piyasalar” denilen gelişen piyasa ekonomileri olarak da adlandırılan ülkelerin 2003-2014 arasındaki makroekonomik göstergeleri incelendiği zaman bu ülkelerin ekonomilerinin ne aşamada olduğu anlaşılması açısından aşağıda verilen tablo yol gösterici olacaktır.

Tablo 7. Yükselen Piyasalar ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Ekonomik Göstergeler (%)

YILLAR	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Reel GSYİH Büyümesi	6,2	7,5	7,1	8,2	8,6	5,8	3,1	7,5	6,3	5,2	5,0	4,6	4,0
Enflasyon (Ortalama)	6,7	5,9	5,9	6,1	6,6	9,4	5,2	5,8	7,3	6,0	5,8	5,1	5,6

Kaynak: (IMF, World Economic Outlook, 2009 ve 2015 Rakamları * tahmin edilen rakam)

Tablo 7 incelendiği zaman yükselen piyasaların Reel GSYİH'nin sürekli olarak arttığı fakat 2008 yılında azaldığı görülmektedir. Bilindiği üzere 2008 yılında yaşanmış olan Küresel Dünya Krizi nedeniyle ülkelerin büyüme hızları da düşmüştür. Daha sonra ki yılda da krizin asıl etkileri kendisini hissettirmiştir. Bu tablo'da dikkati çeken BRIC ülkelerine üzerinde durulması gerekmektedir. Çünkü yükselen piyasalar denilen grupta yer alan ülkelerin 2009 yılında büyüme hızları bir önceki yıla bir hayli düşerken BRIC ülkeleri bu ülkelerin aksine büyümelerini sürdürmüşler ve krizin etkilerinden kurtularak büyüme yönündeki istikrarını fazla bozmadan ekonomilerini toparlamışlardır. Bu ülkelerin başında ise Çin gelmektedir. 2010 yılında gelişen piyasa ekonomilerinin büyüme hızları iyileşmiştir, yani 7,5 ulaşmıştır. Fakat 2011'dan 2013'a kadar büyüme hızları yine düşmüştür.

Enflasyonla ilgili verilen rakamlar incelendiği zaman ise 2007 yılına kadar sürekli olarak bir azalma görülürken 2008 krizinden bir önceki dönem olan 2007 yılında enflasyon oranları artmış ve kriz döneminde enflasyon oranları 9,3 seviyelerine kadar yükselmiştir ama hemen akabinde ki yılda ise enflasyon oranları tekrar düşme meyli göstermiştir. 2011 yılında ise enflasyon yine yükselmiştir. En son yıllarda enflasyon oranları istikrarlı 5-6 arasındadır.

Tablo 8. Gelişmiş ve Gelişmekte olan ülkelerin Dünya ticaretindeki yeri (%)

YILLAR	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*
Özel Sermaye Akımları	177,5	226,5	282,7	-145,6	-652,9	-94,8	-448,9	-666,1	-478,9	-269,6	-493,8	-264,4		
Doğrudan Yatırımlar	150	191,6	251,7	-297,9	-444,8	-463,7	-331,2	-415,2	-515,7	-459,9	-469,0	-453,1	-343,9	357,3
Portföy Yatırımları	1,8	17,7	32,7	84,4	-24,7	136,9	-76,9	-240,4	-119,3	-239,9	-155,4	-127,0	-54,3	109,6
Diğer Yatırımlar	25,7	17,2	1,2	67,9	-183,4	232,0	-40,8	-10,5	156,1	430,2	130,6	391,0	852,1	375,7

Kaynak: (IMF World Economic Outlook, Ekim 2014 ve 2015 Rakamları *Tahmin)

Tablo 8'de "Yükselen Piyasa Ekonomileri'nin (Gelişmekte olan) 12 yıllık sermaye hareketlerini gösteren bir tablodur. Genel itibariyle yukarıda da görüldüğü üzere gelişmekte olan veya yükselmekte olan piyasa ekonomilerine sermaye giriş çıkışları düzensizdir.

2.1.4. Yükselen Piyasa Ekonomilerinin Dünya Ticaretindeki Yeri

1980 öncesi dönem incelendiği zaman az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin ekonomisi zayıf, dışa kapalı bir model ve içine kapanık bir ekonomik ve sosyal modelleri benimsemişlerdir. Bunun sonucu olarak bu ülkeler herhangi bir ekonomik ve sosyal değişmelere kapalı durumdadırlar. Ama 1980 yılından sonra küreselleşmenin etkisiyle yayılan dışa açılma politikaları neticesinde bu ülkeler dışarı açılarak hem ithalat, ihracat yapmaya başladılar hem de sosyal ve siyasal tüm dönüşümlere ve değişimlere açık hale gelmişlerdir. Sonrasında 20 yıllık süreç içerisinde küreselleşmenin getirdiği değişime hızla ayak uydurmuşlar ve hiç beklenmedik bir şekilde dünya ekonomisinde söz sahibi olmaya başlamışlardır ve bunun sonucunda da büyüme oranları artmıştır.

1980 öncesi dönemde gelişmiş ülkeler olarak nitelendirilen Amerika, İngiltere, Almanya gibi ülkeler o dönemlerde piyasada hâkim olan ülkeler durumundadırlar. Piyasada üretilen tüm malların sahiplerinin bu ülkeler olduğu bilinmektedir ama hızla değişen dünya ve gelişmekte olan ülkeler zamanla bu yapıyı değiştirmişler bir grubun elinde olan piyasaları daha farklı yapılara büründürmüşlerdir. Rekabet ortamı yaratarak piyasada oligopol düzeni yıkılarak bu piyasalarda gelişmekte olan ülkelere faaliyet göstermeye başlamıştır. Gelişmekte olan ülkeler içerisinde en dikkat çeken ülkeler arasında yer alan ve BRIC ülkesi üyesi de olan Çin Halk Cumhuriyetidir. Son zamanlarda yapmış olduğu ihracat rakamları ve büyüme oranları ile dünya ekonomisi içerisinde çok önemli bir yere sahip olmuştur.

2.2. YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNİN GENEL DURUMU

2.2.1. Brezilya

Brezilya, gayri safi milli hasıla bakımından dünyanın dokuzuncu en büyük ekonomisidir. Nüfus açısından dünyanın beşinci en büyük ülkesi olan Brezilya, bugün Güney Amerika'nın önde gelen ekonomik gücüdür ve bölgede lider durumdadır. Ülke ekonomisi çok yönlü bir yapıya sahip olduğu bilinmektedir. Büyük sanayiinin önemli

kısmı güney ve güneydoğuda toplanmıştır. Kuzeydoğu, ülkenin en fakir kısmıdır ama yeni yatırımları cezp etmeye başlamaktadır (İzmir Ticaret Odası, Raporu 2006).

Brezilya 1967-1974 yılları arasında gayri safi milli hasılasında 1973'te yaşadığı %14'lük artış ile dünyanın ekonomisi büyüyen ülkeleri arasında yerini almıştır. 70'lerin ortalarında dönemin Cumhurbaşkanı Ernesto Geisel, demokrasinin yeniden inşası adına önemli adımlar atmıştır. 1979'da João Baptista Figueiredo hükümetin başına geçmiş ve kısıtlanan siyasi hakların yeniden tanınması için girişimlerde bulunmuştur. 1982 yılında halkı 1965'ten bu yana ilk defa gerçekleştirilecek seçimlerde siyasi haklarını kullanmalarına imkân tanımıştır. (Pilpil, 2010)

1994 yılında başkanlığa seçilen Fernando Cardoso 1994'te "Real Planı" adı verilen bir ekonomik istikrar programı başlatmıştır. Bu program enflasyonun düşürülmesinde büyük ölçüde başarılı olmuştur. Plan aynı zamanda dünyanın en geniş özelleştirme programını başlatmıştır. Pek çok devlet kuruluşu satılmış fakat çok karlı kuruluşlar çok düşük fiyatlarla özelleştirdiği için hem kamu sektörü içinden çıkılmaz bir hale girmiş, hem de ekonomi de düzelmeye ulaşamamıştır. Büyüme yavaşladığı zaman ise, Brezilya ekonomisinin dış finansal desteğe bağımlılığı ve hükümetin finansmanını kontrol edememesi, ekonomiyi dış şoklara açık bir hale getirmiş, dünya ekonomisini etkileyen ve peş peşe gelen Meksika (1995), Asya (1997) ve Rusya (1998) krizleri Brezilya'yı da etkilemiştir. Ekonomik dengenin sağlanmasında ciddi sıkıntılara yol açmıştır. Son yıllarda ülkenin ekonomi politikaları üç hedefe kitlenmiş durumdadır. (1) enflasyonun kontrolünü sağlamak, (2) dış ticaret dengesini sağlamak, (3) ekonomik kalkınmanın desteklenmesidir. Ocak 2007'de kalkınmanın hızlandırılması amacıyla yürürlüğe konulan ekonomik program, özellikle eyaletler arası işbirliğini destekleyen, sosyal güvenlik, vergi ve iş gücü reformları ile birlikte, yatırım alt yapısını teşvik eden düzenlemeler içermektedir (Başer, TÜRKSAM: 2010).

Brezilya, uzun bir dönem enflasyon sorunu yaşamış olan bir ülkedir. 1981-1994 arasında yıllık enflasyon oranı %100'ü aşmış, 1993-1994 yılları arasında %2700'e varan bir oranda hiper enflasyonla karşı karşıya kalmıştır. Brezilya'da enflasyon sorununun çözümü amacıyla uygulanan başlıca istikrar programları şunlar olmuştur. 1986 Cruzado Planı, 1989 Summer Planı, 1990 Collar Planı ve 1994 Real Plan. Döviz kurunu çapa olarak kullanan Real Planı ile enflasyon hızla kontrol altına alınmış, 1994'te dört haneli

rakamlardan, 1995'te iki hanelilere, 1998'de ise, %2'den daha az bir orana düşürülmüştür. Ancak enflasyon oranı düşse de aynı başarı maliye kesiminde sağlanamamıştır. Kurun sabitlenmesi ile Brezilya parasının aşırı değerlenmesi, 1997 ve 1998 yıllarında spekülasyon bir atağın ortaya çıkmasına yol açmıştır (Yiğitbaş, 2009: 217).

Brezilya da enflasyon hedeflemesi politikasına 1 Temmuz 1999' da geçmiştir. Enflasyon hedefi için uygun fiyat endeksi, enflasyon hedefleri ve tolerans aralıkları, maliye bakanı tarafından verilen teklifle Ulusal Para Konseyi tarafından seçilmektedir. Enflasyon hedeflemesinin tüketici fiyat endeksine dayanmasına ve hedeflerin iki yıllık dönem itibarıyla açıklanmasına karar verilmiştir. Enflasyon hedeflemesi politikası doğrultusunda enflasyon hedefi, 1999 yılı için yüzde 8, 2000 yılı için yüzde 6 ve 2001 yılı için yüzde 4 olarak belirlenmiştir. Tolerans aralığı ise her yıl için yüzde +/- 2 olarak belirlenmiştir (Işık ve Duman, 2008: 59).

Brezilya, enflasyon hedeflemesine geçtikten sonra merkez bankasının şeffaflığına ve hesap verebilirliğine önem vermiştir. Bununla beraber Brezilya'nın makroekonomik göstergelerinde ki değişimlerinde enflasyon hedeflemesine geçildikten sonra ne derece olumlu etkilendiği görülmüştür.

Brezilya'da merkez bankasına verilen operasyonel bağımsızlık ve hükümetin senyoraaj gelirlerine olan bağımlılığının düşük olması nedeniyle enflasyon hedeflemesine dair alt yapının hazır olduğu görülmüştür. Brezilya'da daha önce bahsedildiği üzere enflasyon hedeflemesi rejimine resmi olarak, 1999 yılında yayımlanan 3088 no'lu kararname ile geçilmiştir. Kararname, enflasyon hedeflerinin ve tolerans aralıklarının belirlenmesi ile referans fiyat endeksinin seçimi konularında Ulusal Para Konseyi'ne sorumluluk yüklemiştir. Merkez Bankasına ise hedefleri gerçekleştirmek için para politikasının yönetimi ile ilgili sorumluluk verilmiştir. Kararname şeffaflıkla ilgili olarak, merkez bankasının para politikasının durumunu ve enflasyon görünümünü değerlendirmek için her çeyrekte enflasyon raporu yayımlamasını zorunlu tutmuştur. Ulusal Para Konseyi, 30 Haziran 1999 tarihinde 1999 ve 2001 yılları için enflasyon hedefleri ile tolerans aralıklarını belirlemiştir (Demirhan, 2002: 112).

Brezilya'da 2001 yılı ortalarına kadar uygulanan politikalar olumlu sonuçlar vermiş, enflasyon hedefler çerçevesinde gerçekleşirken, GSYİH büyümesi de ivme kazanmıştır. Ancak, 2001 yılında karşılaşılan dışsal şokların etkisiyle döviz kuru değer

kaybetmeye ve doğrudan yabancı sermaye girişlerinde azalmalar başlamıştır. Bu beklenilmeyen durum, fiyat artışlarını hızlandırarak, enflasyon hedeflerinin bozulmasına yol açmıştır. Merkez Bankası yıl boyunca faiz oranını artırmasına karşın, döviz kurunun değer kaybı devam etmiş, 2001 yılı enflasyon hedefinin üstüne çıkıldığı görülmüştür. Yine bu dönemde büyüme hızı yavaşlamış ve işsizlik oranı artmıştır. 2002 yılında da olumsuz gelişmeler devam etmiş ve finansal piyasalarda ciddi dalgalanmalarla karşı karşıya kalmıştır. 2002 yılında, faiz kararlarında sık sık değişiklikler meydana gelmiş ve enflasyon hedefleri revize edilmek zorunda kaldığı görülmüştür. 2003 yılında IMF ile yapılan Stand-by anlaşması sonucunda, finansal piyasalarda sağlanan istikrarın etkisiyle döviz kuru değer kazanmış ve fiyat artışları da yavaşlamıştır. 2003 yılında enflasyon hedefi aşılrken, cari işlemler dengesi fazla vermiş, büyüme yavaşlamış, işsizlik oranının ise arttığı görülmüştür. (Orakçı, 2009: 106).

Goldman Sachs ekonomistleri 2003 yılında Brezilya'yı, dünyaya gelecekte hakim olacak diğer üç büyük ülke olan Rusya, Hindistan ve Çin ile aynı gruba (BRIC) dahil etmesi o dönemde tepkilere neden olmuştur. Bu ülke gösterdiği performans ile bunu ne kadar hak ettiğini göstermiş ve tüm dünya ülkeleri tarafından şaşkınlıkla karşılanmıştır. The Economist'te yer alan bir analizde, düşük büyüme performansı, finansal krizden kolayca etkilenecek olan bir ekonomisi, siyasi olarak sürekli karışıklık içinde olması ve kaynaklarını etkin ve verimsiz kullanması, bu ülkenin diğer gelecek vaat eden ülkeler arasında yeri olmadığı fikrini ortaya çıkardığını, ancak son gelişmelerin bunun tersini ispatladığına işaret edilmektedir.

Brezilya ekonomisinin genel olarak değerlendirildiğinde, bu ülkenin GSYİH ve kişi başına düşen gelirlerin 10 yıl içerisinde arttığı bununla beraber ithalat ve ihracat rakamlarında da artışlar meydana geldiği görülmektedir. Bunlara ek olarak büyüme oranları da bu ülkenin makroekonomik koşullar yönünden son zamanlarda ciddi atılımlar yaptığını göstermektedir. Enflasyon oranları incelendiği zaman Brezilya da enflasyon oranları 1980-1990 arasında hiper enflasyon şeklinde olduğu görülmektedir. Enflasyon rakamları üç haneli rakamlara ulaşmıştır, hatta 90'lı yılların başları gözlemlendiğinde enflasyon oranlarının 4 haneli rakamlara ulaştığını ve bunun da ülkenin ekonomisi için ciddi sorunlara neden olduğu görülmektedir. Ama uygulanmaya başlanan enflasyon hedeflemesi neticesinde enflasyon oranlarının aşamalı bir şekilde

düştüğü görülmektedir. Yaşanan kriz dönemleri haricinde enflasyon hedeflemesi stratejisi başarılı olmuştur.

Brezilya'nın son 5 yıllık ithalat-ihracat rakamlarına ve bu zaman içinde meydana gelen eğilimler incelendiğinde, hangi sektörlerin ülke dış ticareti için daha öne çıktığını anlamak bakımından önemlidir. 2003 yılında 73,2 milyar dolar olan ülke ihracatı 2007 yılında yaklaşık %120 artarak 160,6 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Brezilya, bu başarısını ihraç mallarını çeşitlendirerek ve geleneksel pazarların dışında kalan pazarlara açılarak elde ettiği görülmüştür. Tarım ürünlerinin yanı sıra uçak, otomotiv, demir, kimyasallar, makine, ayakkabı, kağıt, elektrik ve elektronik gibi endüstri ürünleri de önemli ihraç kalemleri arasına girmiştir. Ayrıca Afrika, Ortadoğu, Doğu Avrupa ve Asya gibi son dönemin önemli pazarlarına gerçekleştirdiği ihracatı da önemli ölçüde artırdığı görülmektedir (İGEME Brezilya Ülke Raporu, 2008).

2.2.2. Rusya

1917 Bolşevik devriminin ardından farklı bir devlet statüsü ile kurulan Sovyetler Birliği'nin son döneminde, yapılmak istenilen köklü ekonomik ve siyasi değişimler sırasında birliği oluşturan devletlerin merkezi otoriteye karşı hareket etmeye başlamaları, Sovyetler Birliği'nin 1990 sonunda dağılmasına sebep olmuştur. 1991'de Rusya Federal Cumhuriyeti bağımsızlığını ilan etmiştir (İstanbul Ticaret Odası, Rusya Ülke Etüdü, 2003).

1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte bağımsız bir ülke olarak kurulan Rusya Federasyonunda, ilk yıllarda yönetim kademesinde yaşanan görüş ayrılıkları ve yeni bir oluşumun zorlukları nedeniyle sıkıntılar meydana gelmiştir ve 1993 yılında devlet başkanı Boris Yeltsin askeri kuvvet kullanarak parlamentonun dağıtılmasını ve yeni seçimlere gidilmesini sağlamıştır. 1993 yılında referandumla anayasanın kabul edilmesi ve ardından 12 Aralık 1993'de yapılan seçimlerle yeni parlamentonun kurulması ile Rus siyasetinde istikrar sağlanmaya başlamıştır (Rusya Ülke Bülteni, 2006).

Rusya, Güneydoğu Asya krizine hazırlıksız yakalanmıştır. Rusya'nın dış borçları 140 milyar dolar, iç borçlar ise 70 milyar dolardır. Bunun 20 milyar doları yabancıların elindedir. İç borçların vadesi ortalama 11 aylıktır. Borç faizleri %240 civarındadır. İç ve

dış borçların GSYİH'ya oranı %40'tan fazladır. Hükümet ayda ortalama 6 milyar dolar borçlanma yapmak zorunda kalmıştır. Borçlanma yolu ile elde edilen kaynaklar, verimli yatırımlar yerine cari harcamaların, özellikle maaşların ödenmesinde kullanılmıştır. Serbest piyasa şartlarına uyumu sağlayamayan hükümet, iç borçlanmaya önem vermiş, bu ise faizlerin yükselmesine yol açmıştır. Rublenin devalüe edilmesi krizin başlangıcı olmuş ve fitili ateşlemiştir. Rusya'nın ödemeler dengesi, petrol fiyatlarındaki düşmeye paralel olarak bozulmaya başlamış, cari işlemler dengesinde 1996'da 11.6 milyar dolarlık fazla, 1997'de 3.3 milyar dolara gerilemiştir. Buna karşılık 15 milyar dolara ulaşan kısa vadeli dış borç ödemesi, Rusya'yı sıkıntıya sokmuştur. Hazine kağıtlarının ortalama % 55 getiri sağlaması, buna karşılık kar artışının % 10 olması, rubleye yatırımı özendirmiş ve bankalar açık pozisyonla çalışmaya başlamıştır. Elde edilen bu yüksek karlar ise riskleri arttırmıştır. Vergi gelirlerinde artış olmaz iken, kayıt dışı ekonomi giderek büyümüştür. GSYİH'nın %15.3'ü oranında toplanması hedeflenen vergi gelirlerinin % 9.4'de kalması, bütçenin açık vermesine yol açmıştır. Bütçe, GSYİH'nın % 8'i civarında açık vermeye başlamıştır. Bütçe açığı büyük ölçüde askeri harcamalardan kaynaklanmıştır. (Karluk, vd., Güney Doğu Asya ve Rusya Krizi Karşısında Türkiye, 2011).

Putin'in gelişi ile birlikte Rus dış ticaret politikası yeni bir anlam kazanmış ve araç değişikliğini de beraberinde getirmiştir. 10 Ocak 2000 tarihinde Putin'in onayladığı yeni Ulusal Güvenlik Doktrini ve 10 Temmuz 2000'de açıklanan Dış Politika Doktrini ile yeni politikalar ortaya konulmaya başlanmıştır. Yeni doktrinlerde, ekonomik çıkar ve araçların dış politikada temel öncelikler ve araçlar olacağı açıkça ifade edilmiştir. Yeni politika, 1999 yılına kadar Rus dış politikası karar verme sürecinde temel etken rolünü oynayan askeri çevrelerin gücünün giderek azaldığının da bir göstergesi olmuştur. Aynı zamanda Rus enerji sektörü, bu yeni politikayla birlikte önemli bir üstünlük sağlamıştır. Dünyanın en önemli enerji rezervlerinden birine sahip olan Rusya'nın dış politikasında enerji unsuru etkin bir stratejik araç olarak yeni yüzyılda öne çıkmıştır (Rusya Ülke Bülteni, 2010).

Rusya'nın en önemli sektörü enerji sektörüdür. Türkiye dahil bir çok ülkeye enerji ürünleri ihracatı yapmaktadır. Rusya'nın enerji piyasalarında dünya ülkeleri

içerisinde ne kadar önemli bir güç olduğunu göstermek açısından Rusya'nın enerji piyasalarında Avrupalı devletlerle olan ilişkilerini incelemek yeterli olacaktır.

Bugün Avrupa Birliği (AB) gaz ithalatının yüzde 40'ını, petrol ihtiyacının üçte birini ve kömür ithalatının dörtte birini Rusya karşılamaktadır. Avrupa kıtasında ülke bazında Rus doğal gazına bağımlılığın boyutu ise şöyledir: Moldova, Sırbistan, Karadağ, Estonya, Bulgaristan, Finlandiya kullandığı gazın tamamını, Letonya, Litvanya yüzde 95'ini, Yunanistan, Slovakya, Macaristan yüzde 80'ini, Çek Cumhuriyeti, Avusturya, Polonya, Romanya yüzde 70'ini, Türkiye yüzde 65'ini, Belarus, Ukrayna yüzde 50'sini, Almanya yüzde 40'ını, Fransa yüzde 35'ini, İtalya ise yüzde 30'unu Rusya'dan tedarik etmektedir (Temur, 2010: 54).

2.2.3. Hindistan

19. yüzyıla kadar Hindistan'ın bütün topraklarının politik kontrolü İngiltere'nin himayesi altında olduğu görülmektedir. 1. Dünya Savaşında ve 2. Dünya Savaşında İngiliz ordusundaki Hint silahlı kuvvetleri önemli bir rol oynamıştır. İngiliz kolonileşme hareketine karşı şiddet içermeyen direnme ilk olarak, Mohandas GANDHI ve Jawaharlal NEHRU tarafından başlatılmıştır ve bu direnmenin sonucunda 1947 yılında Hindistan bağımsızlığına kavuşmuştur. Hindistan toprakları Laik Hindistan ve daha küçük bir devlet olan Müslüman Pakistan devleti şeklinde ikiye bölünmüştür. İki ülke arasında ki savaşlar 1971 yılına kadar devam etmiş ve daha sonrasında Doğu Pakistan'da Bangladeş diye adlandırılan ayrı bir devlet kurulmuştur (Konya Ticaret Odası, Hindistan Cumhuriyeti Ülke Raporu, 2008).

1991 yılında Hindistan ticareti şeffaflaşma yönünde ekonomik reformlar yapmaya başladığı görülmektedir. İthalat gümrük vergileri son 1991 yılındaki tepe noktası olan %350'lerden şu andaki ortalama düzey olan %10'lara kadar tedrici olarak azaltılmıştır. Fakat uluslararası standartlara göre hala çok yüksektir. Bu nedenle ithalat vergileri uluslararası firmaların bu pazara satış yapmalarını engellemektedir. Hindistan'ın hali hazırdaki mevzuatı 2002-2007 İthalat İhracat Politikasına bağlı olarak devam etmektedir. Çoğu alanda lisansa gerek duymadan ithalat izni uygulanmaktadır.

Bazı alanlarda ürünler kısıtlanmış ya da yasaklanmıştır ve bazı ürünleri sadece devlet kurumlarınca üretilmektedir (İGEME-Hindistan Ülke Raporu, 2011: 14).

ABD, İngiltere, Kanada, Fransa gibi ülkelerde NASA ve Microsoft başta olmak üzere teknoloji ve bilim üreten birçok kurumda çalışan yüzlerce Hintli ile karşılaşmaktadır. Türkiye’de yaşanan beyin göçünden farklı olarak Hindistan, beyin göçünü bir fırsat olarak değerlendirmiştir. Batı ülkelerinin zengin bilim kurumlarında knowhow ve deneyim kazanan beyinlerin Hindistana *knowhow* ve teknoloji transferi olarak geri döndüğü ve tüm bu teknolojileri ülkelerinde de uygulamaya başladıkları görülmektedir (Şahin, Gasam Hindistan Raporu, 2008: 7)

Son dönemde, Çin ile birlikte en hızlı büyüyen ülkeler kategorisinde yer alan Hindistan, çok çarpıcı gelişmelere ev sahipliği yapmaktadır. Hindistan’ın Bangalore şehri başta olmak üzere birçok kentinde, özellikle bilişim (IT) sektöründe büyük dönüşüm yaşanmaktadır. Genç nüfusunun eğitim alt yapısına çok ciddi yatırımlar yapan Hindistan, bu eğitimi, bilişim altyapısına yaptığı eğitimle birlikte değerlendirmeyi başarmıştır. Her yıl üniversiteden mezun olan 2,5 milyondan fazla genç Hintli geçmişte olduğu gibi ABD’ye göç etmemektedir. Bunun nedeni ABD Çirketleri hızla Hindistan’a gelmektedirler. Geride kalan dönem de, “Dünyanın en kalabalık demokrasisi” ünvanına sahip olan Hindistan’ın, “Dünyanın en kalabalık İngilizce konuşulan ülkesi” ünvanını hızlı bir biçimde ekonomik avantaja dönüştürmeye başladığı görülmektedir (Çalış, 2007:3).

Hindistan, bütün yaşanan gelişmelerin yanı sıra son on yılda güçlü bir dış politika izlediği görülmektedir. Rusya ile ekonomik ve askeri işbirliğini arttırmıştır. Rusya’dan alınan askeri araçlar Hindistan’ın gücünü arttırmak, etki alanını genişletmek için önemlilik arz ettiği görülmektedir. Hint hükümeti çeşitli Asya ülkelerine yüksek düzeyde siyasi ziyaretler yaptı ve ekonomik ilişkilere girmiştir. Ayrıca Hindistan son yıllarda savunma, stratejik ortaklık ve enerji konulu pek çok ikili anlaşma imzalamıştır. Bangladeş, Bhutan, Maldivler, Nepal, Pakistan ve Sri Lanka ile Güney Asya Bölgesel İşbirliği Teşkilatı’nı kuran anlaşma (South Asian Association for Regional Cooperation), Pakistan’ı koruyucu politikasına rağmen ABD ile stratejik işbirliği, İsrail ile ekonomik ve askeri ilişkilerinden ödün vermeden Körfez ülkeleri, İran ve Arap dünyası ile stratejik işbirliği, Rusya, Çin, Japonya ve Avrupa Birliği ile ayrıcalıklı ortaklık, Brezilya ve

Güney Afrika ile India Brazil South Africa (IBSA) adı altında ayrıcalıklı ortaklık gibi birçok anlaşmalar dışında, Bağlantısızlar Hareketi ve Commonwealth'deki yeri de Hindistan dış politikası açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, Rusya ve Çin'in üyesi olduğu Şanghay İşbirliği Örgütü ile son zamanlarda gelişen ilişkileri de dikkat çekmektedir (Akçadağ, "Yükselen Güç Hindistan", 2009).

Güney Asya siyasi, stratejik, ekonomik ve lobicilik anlamında Türkiye açısından önemli potansiyeller barındırmaktadır. Başta Pakistan ve Afganistan olmak üzere Hindistan ve Bangladeş Türkiye'nin her anlamda kredibilitesinin yüksek olduğu ve toplumsal bazda sempati sahibi olduğu ülkelerdir. Osmanlı'nın çöküşü ve yerine Cumhuriyetin ikamesinin ardından, Türkiye'nin doğu politikaları batı politikalarının gölgesinde kalmış ve ihmal edilmiştir. Hindistan ve Çin'in gerçekleştirdiği kalkınmada ilerleme, sahip oldukları enerji, nükleer yetenek, teknolojik kapasite ve uzay çalışmaları Güney Asya'yı dünya ekonomisi ve siyasetinde önemli güç merkezlerinden biri haline getireceği düşünülmektedir. Türkiye'nin hemen yanbaşında oluşmakta olan bu güç merkezinde etkin bir şekilde rol alması, uzun vadeli ulusal çıkarlar için bir zorunluluk olarak görülmektedir (Şahin, Gasam Hindistan Raporu, 2008: 7)

Sonuç olarak Hindistan'ın kalkınma yolundaki atmış olduğu adımlara bakılacak olunursa, Hindistan'da Ar-Ge harcamalarını teşvik eden politikaların uygulanmaya başlanması bu ülkelerde önemli inovasyonların gerçekleşmesine ortam hazırlamıştır. Kişi başına patent-lisans ödemelerinde izlenen Ar-Ge politikaları sonucunda artış görülmeye başlanmıştır. Çin ve Hindistan gibi ülkelerde beşeri sermayeye yapılan harcamaların miktarının artması sonucu büyüme oranındaki artışlarda olumlu şekilde etkilendiği görülmüştür. Bu ülkelerde eğitim için kullanılan kamu harcamalarının artması öğrenmenin marjinal verimliliğini artırmış ve bilgi taşımaya neden olmuştur. Bunun yanında beşeri sermaye sadece eğitim yolu ile değil, sosyal sermaye yoluyla da artış göstermeye başladığı görülmüştür. Eğitimin kalitesinin artması, vasıflı işgücünün sayısının da artmasına neden olduğu belirlenmiştir. Vasıflı işgücüne sahip ülkelerin daha az vasıflı işgücüne sahip olan ülkelere oranla daha hızlı büyüdüğü ülkelerin kalkınma deneyimlerinden anlaşılmıştır.

2.2.4. Çin Halk Cumhuriyeti

Çin Halk Cumhuriyetinin genel olarak ekonomisi incelendiği zaman, Çin ekonomisi temel olarak 1978 öncesi ve 1978 sonrası dönem olarak iki ana döneme ayırmak mümkündür. İlk olarak 1978 öncesi dönem incelenecek olunursa, dünya tarihinde önemli ülkelerden biri olan Çin Halk Cumhuriyeti'nde 1911 yılında hanedanlık sistemi sona ermiş ve bu tarihten itibaren 1949 yılına kadar geçen dönemde ülkede siyasi belirsizlik hakim olmuştur. Bu belirsizlik ve kargaşa dönemi 11 Ekim 1949 tarihinde Mao Zedong'un kurduğu sosyalist yapıya dayanan bir sistem ile son bulmuştur. Mao Zedong'un kapalı, içe dönük politikaları Çin Halk Cumhuriyeti'nin kapılarını dünyaya kapatmış ve dünya ticaretinden ayırmıştır. Mao'nun (1957-1960) dönemindeki tarımın endüstrileştirilmesine dayanan "Büyük Hamle" atılımı beklenen atılımı vermemiş aksine Çin Halk Cumhuriyeti tarihinde unutulmayacak bir olay gerçekleşmiştir. Ülkede yaşanan kıtlık ile 15 milyon kişinin ölümü ile sonuçlanmıştır. Bundan sonraki (1966 - 1976) dönemde başlattığı "Kültür Devrimi" adlı çalışması ise 1976 yılında Mao'nun ölmesi ile, ülkede ekonomik olarak bir gelişme daha tamamlanamadan son bulmuştur (İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, "Çin Halk Cumhuriyeti Ülke Raporu", İstanbul, 2006).

Çin'in modern tarihinde 1978 yılı önemli bir dönem noktası olmuştur. 1978 yılı, Deng Xiaoping'in Çin ekonomisini piyasa ekonomisi şartlarına göre yeniden yapılandırmaya başladığı yıldır. Çin Komünist Partisi, konumunu muhafaza ederken, aynı zaman da bu yıllarda serbest piyasa ekonomisi reformlarını gerçekleştirmiştir. Sovyetler Birliğinin dağılmasıyla halkta siyasi reform isteği artmıştır. Bundan sonraki yıllarda da ÇHC'de siyasi ve ekonomik reformlar meydana gelmiştir.

1980'li yılların sonuna doğru Çin'in reform politikaları, ekonomik durgunluk ve yüksek enflasyon tehditi altına girmiş ve Li Peng liderliğindeki muhafazakar parti ekonomistleri, reformlarda yavaşlatma ve bazı sektörlerde merkezi planlamaya dönüş çağrısında bulunmuşlardır. Aynı zamanda politik reformlar konusunda Çin Hükümetine baskıda bulunan öğrenciler ve aydınların Tiananmen Meydanında aylarca süren gösterileri sonunda sıkıyönetim ilan edilmiş, açılım politikalarının mimarı sayılan Başbakan Zhao Ziyang görevden alınmıştır. Demokrasi yanlısı gösterileri bastırmak

üzere 4 Haziran 1989'da Halkın Kurtuluşu Ordusu'nun harekete geçmesi ile çıkan çatışmalar, yüzlerce ölüm ve binlerce tutuklanma ile sonuçlanmıştır. Ağustos 1989'da Komünist Parti Başkanlığına getirilen Jiang Zemin, 4 Haziran olaylarına rağmen reform ve açık politika taahhüdüne sadık kalınacağını bildirmiştir. 19 Şubat 1997'de Deng'in ölümüyle Jiang Zemin Devlet Başkanlığına getirilmiş, 1998'de Zhu Rongji Başbakan olmuştur. 80'li yılların sonları ve 90'larda Çin, yabancı yatırıma izin veren ve tüm ülkelerle diplomatik ve ticari ilişkilerin güçlendirilmesini amaçlayan "açılım" politikasını sürdürmüştür (ÇHC Yıllık Rapor, 2007).

Çin Halk Cumhuriyeti, gerçekleştirdiği ekonomik reformlardan sonra dünyada etkili olmaya başlamış, toplam dış ticaret hacmi ve Çin Halk Cumhuriyeti'ne yapılan doğrudan yabancı sermaye miktarları artmıştır. Yıllarca benimsenen kapalı ekonomi anlayışından sonra giderek dünya ile entegre çabaları artmış ve şüphesiz ki bu yükselişi ile dünyada ki önemli güçleri bile etkilemiştir. Son 15-20 yılda Çin Halk Cumhuriyeti'nin yüksek kalkınma hızı, 1978 de başlayan dışa açılma ve reform süreci, sonraki yıllarda %10'un üzerinde büyüme oranları ile bu hızlı gelişmesini devam ettirmesinin arkasında, ekonominin stratejik yeniden yapılandırılması, ucuz ve bol işgücü, verimlilikteki artışlar, yüksek yatırım oranları, yüksek tasarruf oranları ve en önemlisi dışa açıklık göstermesi etken olarak görülmektedir (Koyuncu ve Yılmaz, 2005: 18).

ÇHC'nin kalkınmasında önemli olan bir unsurunda yabancı sermaye yatırımları olduğu görülmüştür. Bunun nedeni ise şu şekilde özetlenebilir (İTKİB, 2007: 17):

- a. Hızla büyüyen iç pazara sahip olması.
- b. İşgücü, toprak ve enerji maliyetlerinin düşüklüğünden kaynaklanan yüksek kar marjlarının meydana gelmesi.
- c. DTÖ üyeliğinin uluslar arası piyasalarda güvenilirliğini arttırmış olması.
- d. Siyasi istikrarının kalıcı bir görünüm sergilemesi.
- e. Harcamanın Ülke genelinde düşük olmasına rağmen 200 milyonluk bir kesimin harcama gücünün yüksek olması.
- f. Kredi kullanabilme kolaylığının var olması.
- g. Öncü olmak isteyen çokuluslu şirketlerin pazara girmek için yarış içerisinde olması

- h. Daha önce yurtdışındaki fırsatları daha karlı bulan iç tasarrufun, yatırım teşvik ve güvencelerinden yararlanmak üzere ana vatana geri dönmesi (roundtripping).

ÇHC kalkınma deneyiminin incelenmesinin ardından ortaya çıkan genel değerlendirmeler şu şekilde sıralanabilir:

- a. ÇHC’de dışa açılma ile beraber dış ticarete önemli atılımlar yapmış ve Dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olmuştur.
- b. ÇHC bilgi ve teknoloji politikalarını en iyi şekilde uygulamış ve hükümetler de AR-GE yatırımları yaparak bu konuda destek olmuştur. Bunun yanında ÇHC’de işgücü bol ve ucuz olduğu için üretimde de avantajlı bir duruma geçmiştir.
- c. Yabancı sermaye yatırımlarının oranı bir hayli yüksek olduğu için sermaye konusunda sıkıntı yaşanmamıştır.
- d. ÇHC’de diğer ülkelerden farklı olarak “Beşeri Sermaye” üzerinde yoğunlaşmış ve insanın kas gücünün yanında beyin gücünü de devreye sokulmuştur.
- e. ÇHC’de diğer bir önemli nokta ve diğer ülkelerde pek nadir bulunan bir özellik ise ÇHC’de sosyal, kültürel ve toplumsal değerler korunmuştur.

2.2.5. Endonezya

Bağımsızlığını ancak 1945’te kazanmış olan Endonezya, 1950’li ve 1960’larda yaşadığı büyük iktisadi sorunların ardından iktisadi hedeflerini 5 yıllık kalkınma planları ile belirlemektedir. Kararlı iktisadi idare ülkenin istikrarlı bir büyüme oranı tutturmasını sağlamıştır. Bu büyüme oranı 1970-96 döneminde yıllık %6’nın üzerinde gerçekleşmiş olup, 1960’larda fakir ülkeler sınıfında yer alan Endonezya 1996 yılında gerçekleştirdiği 1.150 \$’lık kişi başına gelirle orta gelirli ülkeler sınıfına girmiştir. Zengin doğal kaynakları, 240 milyon nüfusu ve geride bıraktığımız son 25 yılda gösterdiği büyüme performansı ile Uzak Doğu’nun kaplanları arasında sayılan Endonezya, 1997 yılı ortalarında baş gösteren Asya Krizi ile mali çevrelerin dikkatlerini üzerinde toplamıştır.¹⁴

¹⁴ Endonezya Ülke Raporu 2011

Bugün Endonezya ekonomisinin dengeleri oldukça iyi olarak kabul görmekte ve bu ana sektörlerin önemli rol oynaması sayesinde ortaya çıkmaktadır. Tarım (mezbahacılık, balıkçılık ve ormancılık dahil) geleneksel olarak istihdam ve üretim açısından baskın aktivite konumunu sürdürmektedir. Ülkede bir çok mineral kaynak bulunmakta ve son 30 yıl içinde oldukça hızlı bir şekilde değerlendirilmekte ve böylelikle madencilik sektörü ödemeler dengesine önemli katkı sağlamaktadır. 1980'lerin ortalarında hızlı genişlemeye başlayan imalat sanayi 1991 yılında ilk kez tarım sektörünü geride bırakmış olup, 2010 yılı içinde GSYİH'de %46,9 oranında paya sahip olmuştur. 2010 yılında hizmetler sektörünün GSYİH içindeki payı %38,3 iken tarım sektörünün payı %14,8 olmuştur. Hizmetler sektörünün payının artmasında zaman içerisinde gelişen turizm sektörünün etkisi vardır. Ulusal ekonomi içinde pek çok kamu teşebbüsü faaliyet göstermektedir. Endonezya'da devlet pek çok doğal kaynağın işletilmesinde tekel durumundadır.¹⁵ Endonezya'nın GSYİH'sı 2013 yılı sonuna kadar 870.275 milyar \$ düzeyinde olup, kişi başına milli gelirin yaklaşık 5,248\$ seviyesinde olması beklenmektedir. Tarımın GSYİH'deki payı her geçen gün azalmaktadır. 2012 yılı rakamları esas alındığında GSYİH içerisinde tarım sektörünün payı %14,4, sanayi sektörünün payı % 46.9, hizmetler sektörünün payı ise % 39.1'dir. Hizmetler sektörünün payının artmasında zaman içerisinde gelişen turizm sektörünün etkisi vardır. Ülkedeki GSYİH'nın % 59.3'ü Java adasındadır.¹⁶

İmalat sanayi, Endonezya'nın iktisadi büyümesinin arkasındaki itici güçtür. Ülkede imalat sanayi 1965 yılından sonra sürekli olarak GSYİH'nın üzerinde büyüme oranında seyretmiştir. İmalat sanayinin GSYİH içindeki payı 1965 yılında %8,3 olarak gerçekleşirken bu rakam 1991 yılında %20,8'e ulaşarak tarihinde ilk defa tarımı geride bırakmıştır. Sanayinin 2010 yılında GSYİH içindeki payı %46,9 oranında gerçekleşmiştir.¹⁷

¹⁵ Endonezya Ülke Raporu 2011

¹⁶ Endonezya Ülke Raporu 2014

¹⁷ Endonezya Ülke Raporu 2011

İmalat sanayi ekonomide giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Belli başlı sanayi sektörleri arasında tekstil, kağıt, motorlu araçlar, demir-çelik, alüminyum, petrol rafinerileri, petrol-kimyasallar, çimento ve yüksek teknoloji sanayileri yer almaktadır.¹⁸

Endonezya yüksek nüfusu, sahip olduğu hammadde çeşitliliği sanayinin gelişimi için önemli unsurlardır. Hükümet tarafından önem verilen sektörler; enerji, kimyasallar, tekstil, makina, metal işleme, madencilik ürünleri, makina ve elektronik, gıda, kakao, palm yağı ve kauçuk işleme endüstrileridir.¹⁹

Tekstil ve hazır giyim sanayi, petrol ve gaz dışında ülkenin en büyük ihracat gelirini ve istihdamı sağlayan temel sektördür. Ancak, son yıllarda Çin mallarının rekabetinden olumsuz etkilenmiştir. Kağıt sanayi ilk başlarda birkaç kamu şirketinden oluşmakta olan Endonezya’da 1980’lerde özel yatırım için ilgi çeken bir alan haline gelmiştir. 1999 yılı sonunda ülkede 17 kağıt hamuru ve 88 kağıt fabrikası işler hale gelerek ülkedeki yıllık üretim kapasitesi 4,9 milyon ton kağıt hamuru ve 10,7 milyon ton kağıt miktarına ulaşmıştır. Hızlı gelişen bu fabrikalar uygun ağaç hamuru yatırımları ile eşleştirilmemiştir. Bunun yerine kaynak olarak ülkenin orman rezervleri kullanılmaya yönelinmiş ve neticesinde çığ gibi büyüyen kaynak yetersizliği ve çevre problemleri sorunu ortaya çıkmıştır. Kağıt hamuru ihtiyacı için yıllık ham madde kereste ihtiyacı 25 milyon metreküp civarındadır. Hammadde ihtiyacının doğal kaynaklar ve bu amaçla kullanılan ekim alanları bu miktarı karşılamada çok yetersiz kalmakta ve açığın büyük bir bölümünün kaçak kereste ve sürdürülmesi mümkün olmayan yasa dışı ithal ile kapandığı tahmin edilmektedir.²⁰

2009 yılında kağıt ihracatı 2,2 milyon ton olarak gerçekleşirken kağıt ürünleri ihracatı 1 milyon ton olarak kaydedilmiştir. Bu arada 2005 yılında kağıt iç tüketim miktarı 5,4 milyon ton olarak kaydedilmiştir. Buna rağmen, Endonezya’nın kağıt tüketim oranı kişi başına yıllık 26 kg civarındaki miktar ile 106 kg olan Malezya’daki miktardan hala çok düşüktür. Ülkede bugün sadece 7 kağıt hamuru ve kağıt fabrikası bulunmakta ve toplam yıllık üretim 6,3 milyon tondur. Bu göstergeler Endonezya’nın gelecek on yıl için net bir kağıt ithalatçısı ülke konumuna geleceğine işaret etmektedir.

¹⁸ Endonezya Ülke Raporu 2011

¹⁹ Endonezya Ülke Raporu 2011

²⁰ Endonezya Ülke Raporu 2014

Ticaret Bakanlığı'na göre Endonezya bugün dünya kağıt hamuru pazarında %2,4 pay ile dokuzuncu sırada, kağıt pazarında da %2,2 pay ile on ikinci sırada yer almaktadır.²¹

Taşıt aracı üretimi ülkede son birkaç yıl içinde güçlü büyüme eğiliminde olup, 2005 yılında bir önceki yıla göre %10,5 büyüyerek yıllık üretim 533.910 adet olarak gerçekleşmiştir. Araç satışları 1997 yılında 385.000 adet olmakla birlikte 1998'deki krizin ardından 58.000 adete düşmüş, ancak 2004 yılında bu rakam 483.295 adet olarak gerçekleşmiştir. Satışlar tüketici kredisi, düşük enflasyon ve güçlü Rupiah'ın yarattığı uygun ortam ile hızla artmıştır. Birçok montaj sanayi araç üretiminde %70'lere varan ithal girdi kullanılabilmektedir. Otomotiv sektörü 1999 yılında serbest bırakılarak liberalleştirilmiştir. Tarife engelleri hala uluslararası seviyelerden yüksek olmakla birlikte azaltılmış, 2002 yılında yönetim yeniden artışa giderek binek otomobillerde tarifenin %30'dan %40 oranına yükseltildiğini açıklamıştır. Fakat otomotiv sektörü ASEAN serbest ticaret anlaşmasına dahil edilmiş (Malezya'da üretilen araçlar hariç) ve bu durum %0-5 arasında tarife indiriminin yanı sıra %40'tan fazla yerli katma değer şartı gelmesine yol açmıştır.²²

Endonezya'da bir dizi ağır sanayi de mevcuttur. Bunlardan demir-çelik sektörünün odak noktasında bir kamu firması olan Krakatau Steel bulunmaktadır. Batı Java'da yer alan Cilegon'da 1973 yılında açılarak demir-çelik entegre üretim tesisi şeklinde işletilmektedir. Ülkede yıllık çelik üretimi 2,9 milyon ton civarında olup, Krakatau bu miktarın 2,5 milyon tonunu üretmektedir. Endonezya'da toplam tüketim ise yıllık 3,9 milyon tondur.²³

Yerli sanayi Hindistan ve Çin'den ithal edilen ucuz ithal mallar ile artan bir rekabet halindedir. Bunun üzerine yönetim 2002 yılında ithalatta tarife artışına gittiğini açıklamış, sıcak haddede çelikte %5 oranından %20 oranına ve soğuk hadde çelikte %10'dan %25 oranına yükseltildiğini bildirmiştir. Buna karşın, 2004 yılında uluslararası çelik fiyatında ve Endonezya'nın üretimde ihtiyaç duyduğu hammadde fiyatlarında yükselme olması üzerine tüm tarifeler kaldırılmıştır.²⁴

²¹ Endonezya Ülke Raporu 2014

²² Endonezya Ülke Raporu 2014

²³ Endonezya Ülke Raporu 2011

²⁴ Endonezya Ülke Raporu 2014

Endonezya, Güneydoğu Asya'daki en gelişmiş uçak sanayine sahiptir. Küçük ve sabit kanatlı uçaklar, uçak için yedek parça, helikopter ve motorlar ülkenin en çok ihraç ettiği ürünlerdir. Uçak sanayine ek olarak Endonezya'nın, otomotiv yedek parçalar ve elektronik eşyalar üretme kapasitesi her geçen gün artmakta iken ve ülke, bölgenin en önemli motorlu araçlar ve motor yedek parçası üreticilerinden biri olma yolunda iken patlayan Asya krizi Endonezya'yı kötü etkilemiştir. Kriz sonrası IMF ile yapılan anlaşmalar neticesinde uçak sanayi etkin bir halde değildir.²⁵ Fakat gelişmiş bir havayolu sistemine sahip olan Endonezya'da 179 ticari havaalanı bulunmaktadır. Bunlardan 21 tanesi uluslararası uçuşlarda kullanılmaktadır.²⁶

2.2.6. Türkiye

2001 yılında büyük bir kriz yaşayan Türkiye ekonomisi 2007 yılı sonuna kadar istikrarlı bir ekonomi görüntüsü ortaya koymuş, ancak bu görüntünün arkasında 11 Eylül 2001 tarihinden sonra küresel çaptaki likidite bolluğu ile hem kamu hem de özel sektörün birçok varlığının satılması yer almıştır. Bunun yanında, özellikle ÖTV, KDV gibi dolaylı vergilerin arttırılmasına dayanan gelir politikası ile kriz dönemlerine göre faizlerin daha düşük kalmasıyla belirlenen harcama politikaları sonucu, bütçe açığı sorunu diğer sorunlara göre daha önemsiz hale gelmiş ve kamu borç yükünde bir azalma gerçekleşmiştir. 2007-2009 yıllarında ise Türkiye ekonomisi tüketimden yatırıma, ithalattan ihracata, istihdamdan kapasite kullanım oranlarına önemli düzeyde bir daralma süreci yaşamış, 2010 yılından sonra ise yeniden iyileşme belirtileri ortaya çıkmıştır (Yüceol, 2014: 2).

2001 yılı sonrası ekonomide alınan tedbirler sonucu, özellikle 2002-2007 yılları arasında yüksek büyüme oranları elde edilmiştir. 2007 yılının ortalarından itibaren dünyada baş gösteren küresel kriz ülkemizi de etkisine almış ve büyüme rakamlarında önemli düşüşler yaşanmıştır. Bu durum reel sektörü de olumsuz etkilemiştir. 2009 yılındaki krizden tüm ülkeler gibi Türkiye'de etkilenmiş büyüme oranı %-4,7 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye dış kaynaklı bu krizden, uyguladığı mali disiplin, para

²⁵ Endonezya Ülke Raporu 2011

²⁶ Endonezya Ülke Raporu 2014

politikaları ve yapısal reformlarla en hızlı çıkan ve son dönemlerdeki küresel ekonomik belirsizlikten görece olarak az etkilenen ülkelerdendir. Nitekim 2010 yılı döneminde büyüme %10,3 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin, 2002-2012 döneminde yıllık ortalama büyüme oranı %5,2 olmuştur. 2010 ve 2011 yıllarında kaydedilen yüksek büyüme hızları sonrasında iç ve dış talebi dengelemeye yönelik alınan tedbirler sonucunda 2012 yılında ve 2013 yılı ilk üç çeyrekte büyüme hızı yavaşlamıştır. 2014-2016 Orta Vadeli Programda* 2014 yılında GSYH büyümesi % 4 olarak öngörülmüştür. 2015 ve 2016 yıllarında ise üretken alanlara yönelik yatırımlarla desteklenen, daha çok yurt içi tasarruflarla finanse edilen, verimlilik artışına dayalı bir büyüme stratejisiyle GSYH artış hızı % 5 olarak hedeflenmiştir (Acar, 2014: 18).

Dünya Bankası'nın açıkladığı Türkiye Ekonomik Bilgi Notu'na göre yılın üçüncü çeyreği için açıklanan zayıf GSYH sonucu, yılsonu büyüme rakamının yüzde 3'ün biraz üzerinde gerçekleşebildiğini ifade edilmektedir. Ancak iç talebin diğer bileşenleri iyileşme sinyalleri vermesine rağmen üçüncü çeyrekteki yavaşlamanın büyük ölçüde stoklardaki azalmadan kaynaklandığı belirtilmektedir. Dünya Bankası uzmanlarına göre “Düşen petrol fiyatları sayesinde, Türkiye'nin 2015 yılında dış hesaplarında önemli bir yeniden dengelenme sağlamasını ve cari açığın GSYH'nın yüzde 4,5'i düzeyine, enflasyonun ise yüzde 6,7'ye inmesi” öngörülmüyor (Tahsin, 2015: 8).

Türkiye ekonomisinin temel sorunlarından birisi de dış ticaret açığı ve cari açığıdır. Genel olarak açık finanse edildiği için bir sorun yokmuş gibi görünse de sorunun kendisi finansman şeklinde gizlenmektedir. 2001 krizinden bugüne Türkiye büyük oranda spekülasyon-kısa vadeli sermaye akımlarının uğrak mekanlarından biri haline gelmiştir. Ancak, Türkiye'deki dünya piyasalarına göre yüksek reel faiz ve ucuz döviz kuruna dayalı finansal arbitraj olanaklarını değerlendiren bu tür “sıcak para” akımları, Türkiye ekonomisinin dinamizmine hâkim olmakta ve geleceğine yön vermektedir. Örneğin, gelen paranın devlet iç borçlanma senetleri portföyünde ağırlığına bakıldığında, bunun sürekli arttığı, dolayısıyla ekonominin bu döngüyü devam ettirmek için bu akımlara mecbur kaldığı ve milli ekonominin gücünü azaltan, bir çeşit bağımlılık ilişkisinin sürekli hale geldiği görülmektedir (Yüceol, 2014: 2).

2.2.7. Güney Kore

Güney Kore Cumhuriyeti 1962 yılında başlatmış olduğu ihracat amaçlı kalkınma planı sayesinde sosyal ve ekonomik açıdan büyük bir gelişme gösterdi. Uzak Doğu’da 1998 yılında yaşanan kriz sonrası ülke ekonomisi olumlu seyrini artırarak sürdürdü ve daha yüksek büyüme hızı gerçekleştirdiği gözlemlendi (Demir: 2014: 37)

1997 sonunda başlayan krizin ardından 1998 yılında %6,9 oranında küçülen Güney Kore ekonomisi, 1999’da hızla toparlanıp büyümeye geçti, öyle ki GSYİH artışı 1999’da %9,5, 2000 yılında %8,5 oldu (WDI Online). İstihdamda artışın yeniden başladığı 2000 yılında döviz kurlarında da istikrar sağlandı. Bu hızlı iyileşmenin arkasındaki etmenlerden ilki krizin ardından uygulamaya konulan yapısal reformlar konusunda sağlanan ilerlemelerin, Güney Kore ekonomisine duyulan güveni yeniden kurması olmuştur (Visco, 1999). Yapısal reformlarla mali sistem çok hızlı bir şekilde güçlendirilmekle kalmamış, bu caba şirket kesiminde kurumsal yönetimi iyileştiren reform çalışmalarıyla pekiştirilmiştir (Celasun, 2002). Güvenin hızla yeniden sağlanmasında 1998’deki ithalat daralmasından ve bir ölçüde devaluasyonun etkisiyle artan ihracattan kaynaklanan rezerv artışının da payı olduğu yadsınamaz. Güven artışının gözlemlenebilir sonuçları olarak 1999 ve 2000 yıllarında doğrudan yabancı yatırım girişlerinin (şirket satın almalar dahil) 9 milyar doları aşarak tarihsel olarak en yüksek değerlerine ulaşmış olması, Güney Kore hisse senedi piyasasına krizin en yoğun yaşandığı 1998 yılında sermaye hareketlerinin serbest bırakılmasının ardından 4 milyar dolar net yabancı sermaye girişinin olması ve son olarak uc önemli kredi değerlendirme kuruluşunun Güney Kore’nin kredi notunu yükseltmiş olması sayılabilir (Visco, 1999). Güney Kore’de 1998 yılında enflasyon hedeflemesine geçildi ve bağımsız hale getirilen Merkez Bankası’na, 1999 ve 2000 için sırasıyla %3 ve %2,5 olarak belirlenen hedeflere ulaşma sorumluluğu verildi. Hedeflerin altında gerçekleşen enflasyonun tekrar çok düşük oranlara inmesiyle 1998 sonunda sağlanan mali istikrar dalgalı kur rejiminin uygulamasında kolaylık sağladı (Öz, 2008: 16-17).

Güney Kore ekonomisi, Uluslararası Para Fonu (IMF) desteği ve ekonomik alanda gerçekleştirilen reformlar sayesinde 1999 yılında %9,4 ve 2000 yılında %8,5 oranında büyüyerek yeniden istikrara kavuştu. 2009 yılında yaşanan küresel çaptaki

krizden etkilenecek %0,3'lük düşük bir büyüme yaşayan ülke ancak 2010 yılında %6,3 civarında gerçekleşen büyümeyi 2011 yılında %3,6 ve 2012 yılında %2,2'lik büyüme takip etmiştir. Kriz sonrası imalat sanayisi hızlı toparlanma sürecine giren Güney Kore'nin bu gelişmiş özellikle artan dış talep, iç tüketim talebinde canlanma ve yerel yatırımlardan kaynaklandığı belirtiliyor (Demir: 2014: 37).

50 milyon nüfusa sahip Güney Kore'nin GSM'si 1.129 milyar dolar, kişi başına düşen milli geliri 30 bin dolar. 2013 yılında EIU'nun verilerine göre işsizlik oranı %3,3, enflasyon oranı ise %1,3. Güney Kore 466 milyar dolar ihracatıyla dünya rekabet gücü sıralamasında 19'uncu sırada yer alıyor. Türkiye'den sonra OECD'nin en hızlı büyüyen ekonomisi konumunda bulunan Güney Kore'nin 2013 yılında %3,3 büyümesi öngörülüyor. 2012 yılı verilerine göre Güney Kore, gemi yapımında dünyada ikinci, yarı iletkenlerde üçüncü, otomobil ve petrokimyada beşinci ve demir- çelikte altıncı büyük kapasiteye sahip ülkedir (Demir: 2014: 37).

Ekonomisi büyük oranda uluslararası ticarete bağlı olan Güney Kore'de iş gücü maliyeti Malezya, Endonezya, Filipinler, Tayland, Vietnam ve Çin gibi ülkelere göre daha yüksek olup 1987'den beri artış gösteriyor. Artık ucuz iş gücüne dayalı montaj sanayi Güney Kore'de yeterli üretim koşullarını bulamıyor. Ülke ekonomisinde yüksek katma değerli ürünlerden elektronik, taşıma ekipmanları, ileri teknoloji ürünlerinin üretimi yaşama şansı buluyor. Günümüzde Güney Kore gelişmiş ülkeler statüsünde yer alıyor ve GSYİH büyüklüklerine bakıldığında Asya'nın dördüncü en büyük ekonomisine sahiptir (Demir: 2014: 38).

Temelini eğitim, mühendislik, bilim teknolojili faaliyetleri ve bütünsel bir teşvik modelinin oluşturduğu büyüme modeli ile Güney Kore 2013 yılında 1,2 trilyon dolarlık milli geliri ile dünyanın en büyük 15. ekonomisi haline gelmiştir. Güney Kore de kişi başı gelir 2013 yılında 23.840 dolara yükselmiştir. Güney Kore'nin büyüme modeli ihracata dayalı olup küresel pazarların ihtiyaç duyduğu yüksek teknolojili ürünlerin üretimine ağırlık verilmiş, buna bağlı olarak sanayide önemli bir dönüşüm gerçekleştirmiştir. Bu dönüşümün bir sonucu olarak Güney Kore'nin ihracatı 2013 yılında 559,6 milyar dolara yükselmiştir. Güney Kore dünyanın en çok ihracat yapan 7. ülkesi haline gelmiştir. Güney Kore'nin gelişme modelinde bütünsel bir kalkınma anlayışı bulunmaktadır. Eğitim, mühendislik, bilim, teknoloji politikaları ile insani

gelişmişlik, yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik politikaları bir bütün halinde uygulanmıştır. Buna bağlı olarak Güney Kore insani gelişmişlikte 2012 yılında 11. sıraya kadar yükselmiştir²⁷.

2.2.8. Meksika

Meksika, resmi adıyla Birleşik Meksika Devletleri, başkenti Mexico City olan ve Orta Amerika’da bulunan bir ülkedir. Kuzeyinde Amerika Birleşik Devletleri, güneyinde Guatemala ve Belize bulunmaktadır. Batısında Kuzey Pasifik Okyanusu, doğusunda Meksika körfezi, güneydoğusundan ise Karayip Denizi bulunmaktadır (Meksika Raporu).

1970’li yılların ortalarında Başkan Jose Lopez Portillo liderliğinde Meksika, başlıca petrol üreticisi ülke durumuna gelmiştir. Portillo döneminden sonra, ülke petrol gelirlerinin çok ötesinde, sınırsız olarak borçlandığı için borç yükü artmıştır. 1980’li yıllar boyunca petrol fiyatlarının ucuzlaması sonucunda petrolden elde ettiği geliri azalan Meksika’nın borç kapasitesi de giderek gerilemiştir. İşsizlik ve enflasyon yükselmiş, özel ve yabancı yatırımlar azalmış, halk kırsal alanlardan kentlere ve ABD’ye göç etmeye başlamıştır. 1982 yılında Devlet Başkanı tarafından atanan Hurtado, sert ekonomik politikalar uygulamış, Meksika’nın uluslararası borçlarının ödenmesi için yeniden görüşmelere başlamış, doğrudan yabancı yatırımlar için var olan kuralları gevşetmeye çalışmıştır. Ekonomik krizler ve bunlara cevaben alınan katı ekonomik tedbirlere ilaveten, 1985’de Meksiko Şehri’nde meydana gelen depremden sonra halkın yönetimdeki partiden hoşnutsuzluğu giderek artmıştır (Meksika Raporu).

Latin Amerika’nın en güçlü ekonomilerinden birine sahip olan ve OECD7 üyesi tek Latin Amerika ülkesi olan Meksika, nominal GSYİH açısından tüm bölge ülkeleri arasında 13. , satın alma gücü açısından 11. ve kişi başına düşen gelir açısından da 1. sırada yer almaktadır. NAFTA8 üyeliği, ülkenin gelişmiş Kuzey Amerika ülkeleri ile ekonomik ve ticari bağlantıları açısından önemlidir. Gelir dağılımı adaletsizliği ve uyuşturucu terörü ise ülke ekonomisinin başlıca yapısal sorunlarıdır²⁸.

²⁷ <http://www.tgsd.org.tr/assets/icerik/TGSD-GNEY-KORE-NOTU.pdf>

²⁸ Meksika Raporu, İGEME, Aydın, İnci Selim.

Ülkenin satın alma gücü, 2010 verilerine göre 1.56 trilyon dolar (dünya sıralamasında 12.); reel büyüme oranı; 2010 verilerine göre %5 (dünya sıralamasında 64.); işsizlik oranı 2010 verilerine göre %5.6 (dünya sıralamasında 55.); enflasyon oranı ise 2010 verilerine göre %4.1'dir (dünya sıralamasında 120.)²⁹.

Meksika'nın 2010 yılı ihracatı 303 milyar dolardır ve bu rakamla dünyada 15. sırada yer almaktadır. 2010 ithalatı ise 306 milyar dolardır ve dünyada 16. sırada yer alır. Başlıca ihracat ürünleri; sanayi malları, petrol ve petrol ürünleri, gümüş, meyve, sebze, kahve, pamuk, havacılık, otomotiv, elektronik, biyoteknoloji, tarım ticareti, metal işleme, sağlık, hizmet, bilgi teknolojisi, ayakkabı, hazır giyim, deri, takı, yapı malzemeleri, tekstil ürünleri ve işlenmiş gıdalardan oluşur. Ülke, ihracatının %82,5'ini ABD, %2,4'ünü Kanada, %5,9'unu AB, %4,7'sini Güney Amerika, %3'ünü Asya ve %3.9'unu diğer ülkelere yapmaktadır (Meksika Raporu).

Meksika ekonomisinin büyüme eğiliminde, özellikle 1960 ve 1970'li yıllara kıyasla yavaşlama görülse de, ABD'de 2008 yılında görülen ekonomik krizin ülkeyi oldukça olumsuz etkilemesi dışında yüksek olmayan ancak istikrarlı bir artış yaşanmaktadır. 2013 yılında büyüme oranı iç tüketimin azalmasıyla % 1,3 gibi düşük bir orana inmişse de, 2014 yılında büyümenin % 21'nin üzerine gerçekleşmiştir, 2015 ve sonrasında % 3,5 civarı ortalama bir orana ulaşacağı tahmin edilmektedir³⁰.

²⁹ CIA-The World Factbook

³⁰ World Bank, 2015.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

3.1. ÇALIŞMADA KULLANILAN VERİLER VE İKTİSADİ ANALİZ

3.1.1. Çalışmanın Önemi

Yükselen piyasa ekonomilerinin özellikleri, bu ülkelerin hangi ülkelerden meydana geldiği ve bu ülkelerin kalkınma deneyimleri sırasında hangi iktisat politikalarını izlediklerini belirleme açısından ve izledikleri yolları diğer gelişmekte olan ülkelerin uygulayabilmesi açısından önemlidir. Özellikle yükselen piyasa ülkeler içerisinde yer alan ve BRIC ülkeleri olarak adlandırılan Brezilya, Rusya, Çin ve Hindistan ülkelerinden oluşan bu ülkeler topluluğunu incelemek ve bu ülkelerin son yıllarda yaşamış oldukları ekonomik değişiklikleri göz ardı etmek mümkün değildir. Bu yüzden Dünya ekonomisinde önemli bir yeri olan yükselen piyasa ülkeleri ve BRIC ülkeleri detaylı bir şekilde incelenmiştir.

3.1.2. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmanın amacı ise, son yıllarda yükselen piyasa ülkelerin atmış oldukları adımlar ve izlemiş oldukları politikaların çok verimli olduğu görülmüş ve bu grupta yer alan ülkelerin hızlı bir büyüme oranları ve hızlı bir kalkınma ile dünya ekonomisinde önemli yer edindikleri görülmüştür. Bu nedenle bu ülkelerin dünya ekonomisinde bu kadar etkin rol oynamasının nedenlerini ve başarılarını değerlendirmek için bu çalışma yapılmıştır. Ayrıca Endonezya, Türkiye, Güney Kore, Meksika ve BRIC ülkelerinin ekonomik durumları otomotiv sanayinin rekabet üstünlüğü açısından karşılaştırılıp ne gibi farklar olduğunu tespit etmek amaçlanmıştır. Nicel uygulamasında bu çalışmanın amacı, 1999-2014 dönemi için yıllık verilerle panel veri analizi yöntemini kullanarak 8 yükselen piyasa ekonomilerinin reel GSYİH, otomotiv satışı, enflasyon, petrol fiyatı, döviz kuru otomotiv satışlarına etkilerini ölçmektir.

Çalışmanın genel kapsamı yükselen piyasa ülkeleri ve bu ülkelerin uygulamış oldukları politikalarla otomotiv sanayisinde rekabet üstünlüğüne sahip olabilme yeteneğidir. Son bölümde, gelişmekte olan ülkeler içerisinde yer alan BRIC ülkeleri ve Endonezya, Türkiye, Güney Kore ve Meksika otomotiv sanayilerinin rekabet üstünlüğü açısından karşılaştırmaya tabi tutulmuştur. Ülkelerin uygulamış oldukları tüm politikaların, otomotiv sanayinin rekabet üstünlüğü açısından incelenmesinin hem zaman aldığı hem de açıklamada etkili olmadığı görülmüş, bu yüzden sadece adı geçen ülkelerin kalkınmalarında etkin olan iktisat politikaları üzerinde durulmuştur. Çalışma da kullanılan veriler, 1999-2014 yıllarını kapsamaktadır.

3.1.3. Kullanılan Değişkenlerin Tanımı

Çalışmada, otomotiv sanayilerinin rekabet üstünlüğünü belirleyebilmek adına, 13 farklı değişken kullanılmıştır. Çalışmaya başlamadan önce, genel bir literatür taraması yapılmış ve daha önce yazılan kitaplar, makaleler ve diğer yayınlar bu çalışmada yol gösterici olmuştur. Son bölümde; Endonezya, Türkiye, Güney Kore, Meksika ve BRIC ülkeleri karşılaştırılması yapılmıştır. Analizde; teknoloji yatırımları, AR-GE faaliyet yatırımları, beşeri sermaye yatırımları, inovasyon, faiz oranı, doğrudan yabancı yatırım, ham petrol üretimi, reel GSYİH, toplam otomotiv üretimi, enflasyon oranı, petrol fiyatları, döviz kuru ve otomobil satışları değişkenleri kullanılmıştır. Bu değişkenler kullanılarak yapılan bu karşılaştırma neticesinde BRIC ülkelerinin dünya ekonomisinde önemli bir yerinin olduğu görülmüştür. Ayrıca Endonezya, Türkiye, Güney Kore, ve Meksika ülkelerinin, BRIC ülkeleri ile karşılaştırıldığında imalat sanayilerinin rekabet üstünlükleri (özellikle otomotiv sektörü) nezdinde pek çok eksikliklerinin olduğu saptanmıştır.

3.1.3.1. Teknoloji Yatırımları

Otomotiv sanayinin mali yükünü karşılanabilmesi, sektördeki rekabetçiliğin sağlanabilmesi, pazardaki büyümenin sınırlı kalması, müşterilerin daha talepkar hale gelmeleri ve talep ettikleri ilave ekipmanların maliyetlerinin karşılanabilmesi sorunlarına çözüm üretmek üzere sektörde yeni teknolojiye ihtiyaç duyulmaktadır. Öte

yandan motorlu taşıt araçları üretiminde uygulanan, trafikte mal ve can güvenliği ile çevrenin korunmasını amaçlayan teknik mevzuatın küreselleşmesi ve giderek daha fazla uygulama alanı bulması da teknolojik gelişmenin önemli bir etkenidir. Özellikle Kyoto Konferansı ile ortaya konan çevre kavramı, otomotiv sanayinde daha az karbondioksit emisyonu yaratılması hedefini oluşturmuş ve bunun sonucunda, yeni motor araç ve teknolojilerine olan gereksinin büyümüştür (DPT, 2007:23).

Son yıllarda yaşanan küreselleşme süreci ile birlikte ülkelerin veya sektörlerin mevcut teknoloji kapasiteleri ile yeni teknoloji kapasiteleri geliştirebilme yeteneklerini dolayısıyla teknolojik bilgi oluşturabilme yetilerini daha önemli hale getirmiştir. Aslında teknolojik gelişme yeni üretim yöntemlerinin doğması şeklinde de ifade edebilir (Pehlivanoglu, 2011: 29). Teknoloji yatırımları ile hedeflenen asıl amaç insanın sürüş esnasındaki katkısını en aza indirip, elektronik aksamlarla güvenilirliği ve insan hatasından doğabilecek kazaları azaltmaktır. Otomobil üretim esnasında da çalışanların ihmalkârlıkları sonucu oluşacak hataları ortadan kaldırmaya yönelik yeni teknoloji yatırımları gerçekleşmektedir.

3.1.3.2. Ar-Ge Faaliyet Yatırımları

AR GE faaliyetleri, bilgi birikiminin artırılmasına yönelik yapılan yatırımların yeni teknolojilere veya mevcut fiziksel ve beşeri kaynakların daha etkin kullanımına dönüşmesi şeklinde ifade edilmektedir. OECD tarafından AR GE; sistematik bir temele dayalı olarak beşeri, toplumsal ve kültürel bilgi birikimini artıran yaratıcı faaliyetlerin yürütülmesi ve bu bilgi birikiminin yeni uygulamalarda kullanımı olarak tanımlanmaktadır.³¹

Buna göre Ar-Ge aşağıdaki üç ana faaliyeti kapsamaktadır:

- Temel araştırma (basic research); belirli bir uygulama veya kullanım gözetilmeyerek kuramsal veya deneysel çalışmalarla olguların ve gözlemlenebilir durumların altında yatan etkenlere ilişkin yeni bilgi edinilmesine yönelik çalışmalardır.

³¹ OECD, 2002. The Frascati Manuel, 6th Edition.

- Uygulamalı araştırma (applied research); belirli bir amaca yönelik olarak yeni bilgi elde edilmesi için yürütülen faaliyetlerdir.
- Deneysel geliştirme (experimental development); araştırmadan ve/veya pratik deneyimden edinilmiş olan bilgilerin kullanılarak yeni süreçlerin, sistemlerin ve hizmetlerin oluşturulması veya halen üretilmiş veya oluşturulmuş olanların iyileştirmesi amacıyla yeni materyaller, ürünler, araçlar üretilmesine yönelik sistemli çalışmalardır.

3.1.3.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Beşeri sermaye emeğin sahip olduğu nitelikleri ifade etmektedir. Beşeri sermaye kavramı, ekonomik kalkınmanın önemli unsurlarından biri olarak özellikle 1960'lı yıllarda ortaya çıkmış ve sonrasında bilgi ve teknoloji yoğun üretimin hız kazanmasıyla birlikte büyüme ve kalkınma sürecindeki önemi de artmıştır. Günümüz iktisat literatüründen beşeri sermaye olgusu, büyüme modellerinde önemli bir işleve sahiptir.

Teknolojinin üretim sürecinde kullanılması faktör verimliliğinde önemli artışlara yol açmaktadır. Teknoloji geliştirme ve teknolojinin üretim sürecinde kullanımı ise ülkenin sahip olduğu beşeri sermaye ile yakından ilişkilidir; daha eğitilmiş ve deneyimli işgücü daha hızlı teknolojik ilerlemeye katkıda bulunmaktadır (Keskin, 2011: 127). Bu çerçevede ülkelerin işgücünün niteliği geliştirmek için yaptıkları beşeri sermaye yatırımları yeni ürün ve teknolojilerin benimsenmesini ve uygulanmasını kolaylaştırarak ekonomik kalkınmayı etkilemektedir. Buna ek olarak beşeri sermaye işgücü ve sermayenin verimliliğini artırmak suretiyle de ekonomik kalkınmayı desteklemektedir (Mathur, 1999: 2013)

3.1.3.4. İnovasyon

İnovasyonun tanımı konusunda uluslararası düzeyde kabul gören kaynakların başında gelen OECD ile Eurostat'ın birlikte yayınladığı Oslo Manual Kılavuzun' da (2005) inovasyon; “yeni veya önemli ölçüde geliştirilmiş ürünün (mal veya hizmet) veya sürecin, yeni pazarlama yönteminin veya yeni örgütsel yöntemin işletme içi

uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde uygulanması” şeklinde açıklanmıştır. Genel geçer bir ifade halini almış bu tanıma bakıldığında inovasyon kavramının; ürün veya süreç ile yeni pazarlama yöntemi veya örgütsel değişime bağlandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yaygın kanının aksine inovasyon, salt teknoloji veya buna dayalı ürünlerle, süreçlerle alakalı olarak görülemez.

Literatürde inovasyonlar, derecelerine, alanlarına, özelliklerine göre birçok farklı sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Meydana getirdiği değişim ve farklılığın derecesine göre, inovasyon genel olarak radikal ve artırımsal olarak sınıflandırılmıştır (örn: Ettlie, 1984). Radikal inovasyonlar, radikal fikirler sonucu daha önce denenmemiş ürün, hizmet veya yöntemlerin geliştirildiği büyük atılımlarla oluşur. Artırımsal inovasyonlar ise, adım adım yapılan, bir dizi geliştirme ve iyileştirme faaliyetini içeren çalışmaların sonucu olarak ortaya çıkar (Elçi, 2006: 16). Literatürde, yönetsel ve teknik inovasyon ayırımına da gidilmiştir. Teknik inovasyonlar organizasyonun teknik sisteminde oluşan ve organizasyonun öncelikli iş faaliyetleri ile ilgili inovasyonlar iken, yönetsel inovasyon ise, organizasyonun sosyal sisteminde oluşan inovasyonlardır (Damanpour, 1984: 394).

3.1.3.5. Faiz Oranı

Faiz, paranın kiralanması karşılığında talep edilen bedel veya kullanıma arz edilen sermayenin geliri şeklinde tanımlanabilir. Faiz dar ve geniş anlamda olmak üzere iki şekilde ele alınır; dar anlamda faiz, ödünç verilen fonlara uygulanan ve piyasanın belirlediği kira bedelidir. Geniş anlamda faiz ise üretim sürecine katılan sermayenin üretimden aldığı paydır (Paya, 2007: 120).

Faiz oranı, ekonomide yatırım kararlarını etkileyen en önemli değişkenlerden birisidir. Yatırımların karlılık düzeylerine göre sıralanması faiz oranlarına bakılarak gerçekleştirilebilir. Hangi yatırımın öncelikle yapılacağına, faiz oranlarına bakılarak karar verilir. Yatırımın beklenen karlılığı faiz oranlarından yüksek olduğu sürece yatırım yapma kararı verilir. Bu bağlamda faiz oranları yatırım ve tüketim kararlarını etkileyen önemli bir değişken olmaktadır.

Faiz oranları ekonomide çok yakından izlenen değişkenler arasında yer almaktadır. Bireyler faiz oranlarına bakarak bir taraftan yatırım yapıp yapmama kararı verirken diğer taraftan hangi enstrümanlara yatırım yapacaklarının da kararını verirler. Örneğin faiz bir bireyin tasarrufunu vadeli mevduat, tahvil ya da konut şeklinde değerlendirme kararını etkilerken aynı şekilde iş âleminin ellerindeki fonlarıyla fabrika kurmak ya da bunları bankaya yatırmak şeklindeki kararlarını da etkiler (Parasız, 2009: 68).

3.1.3.6. Doğrudan Yabancı Yatırımları

DYY tanımı farklı ülkelerde farklı şekillerde gerçekleşmektedir. Bu durum istatistiklerin tutulmasında zorluklara, tutarsızlıklara ve ülke karşılaştırmalarında yanlışlıklara sebep olmaktadır. Bu sebepten dolayı DYY kavramının tüm ülkelerde aynı olacak şekilde tanımlanması gerekliliği doğmuştur. Bu görevi IMF ve OECD yerine getirmektedir. OECD, DYY'yi tanımlayabilmek amacıyla çalışmalarına 1983 yılındaki Üye Ülkelerdeki Uygulamalar Araştırması (Practices in its Member Countries Survey) ile IMF ise 1991 yılındaki Uluslararası Sermaye Akımları Ölçümü için Çalıştay Araştırması (Working Party on the Measurement of International Capital Flows Survey) ile başlamıştır (IMF ve OECD, 2000). Bu tarihten sonra gerek OECD gerekse de IMF çalışmalarına devam etmiş ve ikisi de ortak bir tanıma ulaşmıştır. İstatistikler bu ortak tanıma göre tutulmaya çalışılmaktadır (OECD, 1996 ve IMF, 1993).

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları bir tür uluslararası sermaye akışı olup ya bir başka ülkede bir firma kurularak ya da yabancı bir ülkedeki bir şirkete sermaye yatırılarak gerçekleştirilir. Bu yöntemle yabancı ülkede edinilen şirkete “yavru şirket”, “yabancı sermaye şirketi”, “tabi şirket” veya “şube” denmektedir (Oksay, 1998: 1).

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarındaki en belirgin özellik, kısmen veya tamamen şirketin mülkiyetinin elde tutulmasının yanında aynı zamanda onun yönetiminin de denetim altında bulundurulmasıdır. Yavru şirket genellikle ana şirketin elinde bulunan teknoloji, ticari sırlar, yönetim bilgileri, ticaret unvanı ve diğer kolaylıklardan yararlanma olanağına sahiptir. Bunun karşılığında kazanılan kârlar kısmen veya tamamen ana şirkete kalır. Uluslararası literatürde Doğrudan Yabancı

Yatırımları (Foreign Direct Investment-FDI) olarak adlandırılan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarında, yabancı ülkedeki fiziki sermayeye sahip olan ve bunu işleten firmaya Çokuluslu Şirket (ÇUS) adı verilmektedir (Bayraktar, 2003: 5).

3.1.3.7. Ham Petrol Üretimi

Petrol sözcüğü, Latince’de taş anlamına gelen *petra* ile yağ anlamına gelen *oleum* sözcüklerinden oluşmuştur (Petra oleum = Petrol), petrol terimi, doğal durumda ve yeraltından çıkarılan işlenmemiş *ham petrol* anlamına gelir. Petrol, akıcılığı oldukça az, kaygan, rengi koyu sarı ile siyah arasında değişen ve hoş olmayan ağır bir kokuya sahip olan bir sıvıdır. Sudan hafiftir ve suda erimez. Özgül ağırlığı ortalama olarak 0.7-0.97 arasında değişir. Petrol genellikle toprak altından derin kuyular açılarak çıkarılır (Kaya ve Öztürk, 2014: 242).

Ham petrolün üretilmesinde bir diğer faktör de akmaya karşı direnç olarak tanımlanan viskozitedir. Düşük viskoziteli petrolerin üretimi, taşınması, işlenmesi daha kolay ve ekonomik olduğundan dünya ticaretinde bu tür petroler tercih edilmektedir.

3.1.3.8. Reel Gayri Safı Yurtiçi Hasıla (R-GSYİH)

Bir ülkede yerleşiklerin sahip oldukları üretim faktörleri ile belli bir yılda ürettikleri tüm nihai mal ve hizmetlerin toplam piyasa değeridir. Yani; GSYİH, piyasa fiyatları üzerinden hesaplanır. Reel GSYİH, sabit fiyatlar ile hesaplanan milli gelir olarak tanımlanabilir. Sabit fiyat, seçilen baz yılda oluşan mal ve hizmet fiyatları anlamına gelir (Eruygur, 2010: 2). GSYİH ve otomobil satışı pozitif bir ilişki vardır, yani GSYİH artarsa, otomobil satışı da artar.

3.1.3.9. Toplam Otomotiv Üretimi

Otomotiv sektörü, teknolojik gelişmeye yaptığı katkılar, yarattığı istihdam ve gelişmesine katkı sunduğu sektörlerin çeşitliliği ile dünya ekonomisinde 20. Yüzyıl’da yaşanan ekonomik dönüşüme en yüksek katkıyı sunan sektörlerin başında gelmektedir.

Bugün küresel markalarıyla global pazarlarda tutunabilen ülkelerin neredeyse tamamı gelişmiş ülkelerdir. Otomotiv gibi araştırma ve geliştirme yoğun ve aynı zamanda ileri üretim tekniklerinin kullanıldığı bir sektörde küresel ölçekte rekabet edebilen şirketlere sahip ülkelerde, üretim çeşitliliğinin yüksek ve dış dünyayla bağlantıların kuvvetli olduğu görülmektedir.

Sektörün dünyada ortaya çıktığı ilk yıllarda, üretimin tamamı bir ülke içinde gerçekleştirilirken, şu anda sektördeki üretim faaliyetleri küresel bir değer zinciri biçiminde örgütlenmiştir. Otomotiv üretiminin farklı aşamaları, farklı ülkelere dağılmış durumdadır. Küresel otomotiv şirketleri üretim yapacakları ülkelere karar verirken pazara yakınlık, yatırım ortamı elverişliliği ve hammaddeye kolay erişim gibi kıstasları göz önünde bulundurmaktadırlar.

Otomotiv üretimi başta demir-çelik olmak üzere, elektronik, yazılım, plastik, tekstil ve kimya sanayilerinin gelişimini de beraberinde getirmektedir. Sektörün ilişkili olduğu diğer imalat sanayi kollarındaki teknolojik ilerlemeler, büyük ölçüde otomotiv üreticilerinin talepleri doğrultusunda gelişmekte ve şekillenmektedir.

Otomotiv sektörü enerji ve hizmet sektörleriyle de doğrudan ilişkilidir. Enerji sektörünün dünyanın önde gelen endüstrilerinden biri olmasının temel nedenlerinin başında yine otomotiv sektörü gelmektedir. Hizmet sektörleri tarafından bakıldığında ise otomotiv sektörü, distribütörler, perakende satış, bakım ve onarım ve sigortacılık faaliyetleri başta olmak üzere çok sayıda hizmet sektörünün de gelişimine önemli katkılar yapmaktadır.

Geçmişten günümüze otomotiv endüstrisinde görülen önemli karakteristik özellikler şöyle sayılabilir ³²:

- a. Otomotiv endüstrisi her ülke için anahtar endüstri özelliği taşımaktadır.
- b. Tüm dünyada 2000'li yıllarda 3-4 milyon direkt çalışanı, 9-10 milyon yan sanayi, 5-6 milyon satış ve satış sonrası servis ve bakım çalışanı ile yaklaşık 20 milyon kişinin çalıştığı bir sektördür.
- c. Sektör, tüm dünyada küreselleşmenin en fazla olduğu sektörlerin başında gelmektedir.

³² Blotvogel, V., Sektorale Betrachtung III: Automobilindustrie, Weltwirtschaftsgeographie Lecture Notes, Duisburg University, 2002-2003.

- d. Günümüzde 10 büyük üretici firma dünya otomotiv üretiminin yaklaşık %70'ini gerçekleştirmektedir.
- e. Otomotiv endüstrisinde yaygın olarak hat üretimi 'assembly line' uygulanmakta olup, parça ve komponent üretimleri, göstergeler, distribütör, fren, direksiyon, lastik, jant, koltuk döşeme, cam silecekleri, egzoz, hava yastığı, yol bilgisayarı vb. parçalar 'otomotiv yan sanayi' olarak adlandırılan çok sayıda bağımsız işletme tarafından üretilmektedir.
- f. Günümüzde, dünya otomotiv üretiminin önemli bir bölümü ABD, AB, Japonya ve Güney Kore arasında paylaşılmaktadır. Dünya otomotiv üretiminde 1960 yılında ABD'nin %54 ve AB'nin %44 olan payları, 1990 yılında ABD'nin %22, AB'nin %39, Japonya ve Korenin %28 olarak değişmiştir. 1995 yılında, üretim payları, ABD'nin %21, AB'nin %36, Japonya ve Kore'nin %26 olmuştur. 2000'li yıllarda ise dünyada İngiltere'nin payı azalırken İspanya, Meksika orta Doğu Avrupa ülkelerin payı artmaya başlamış, son yıllarda da Hindistan ve Çin'de önemli üretim kapasiteleri ortaya çıkmıştır. Gelecek on yıl içerisinde Çin'in Dünyadaki en büyük otomotiv üreticisi olması ve yurtdışı satışlarının ABD'yi geçmesi beklenmektedir³³.

3.1.3.10. Enflasyon

Latince de şişme anlamına gelen enflasyon hakkında kesin bir tanım yapılmamıştır. Fiyatlar genel seviyelerindeki sürekli artış ve buna karşılık yerli paranın değerini yitirmesi enflasyon olarak kabul edilmiştir. Bu tanımlamada enflasyonun ne olduğunu belirtmekten çok ne gibi sonuçlar doğurduğu göze çarpmaktadır (Frisch, 1989: 1).

Diğer bir tanımlamayla enflasyon; cari fiyat düzeyinde toplam talebin toplam arzdan ya da parasal gelirin reel gelirden fazla olması durumudur. Elde edilmesi mümkün olmayan, bir gelir düzeyini ya da bir harcama büyüklüğünü devam ettirme çabası da enflasyon tanımlamasına dahil edilir (Enç, 1993: 1). Ayrıca; bir ekonomide,

³³ Heymann, E., Neue Entwicklungen in der Globalen Automobilindustrie, Deutsche bank AG, DB Research, D. 60262 Frankfurt am Main, Deutschland, September 2006.

işgücü, mali, para, mal ve dış ticaret piyasalarında meydana gelen talep artışları da enflasyona yol açabilmektedir (Kıvılcım, 1993: 97).

İktisat kuramında en çok kabul gören enflasyon tanımı ise řu şekildedir; fiyatlar genel düzeyinde yaşanan, sürekli, ve önemli yükselmelere enflasyon denmektedir (Uslu, 1993: 1). O halde bu tanımlamaya göre fiyatlar genel seviyesindeki artış öncelikle sürekli olmalıdır. Fiyatlar genel seviyesindeki bir defalık artış veya herhangi bir mal veya hizmet fiyatındaki bir defalık artışların enflasyon olarak kabul edilmesi mümkün olmamaktadır. Buna göre:

- a) Fiyat artışları farklı düzeylerde olsa bile, mal veya hizmet fiyatlarının geneline yansımalıdır. Diğer bir deyişle; bir ülkedeki fiyat artışının enflasyon olarak değerlendirilmesi, bir veya birkaç mal ve hizmet fiyatının değil, genel mal ve hizmet fiyatlarının artış miktarının ortalaması olmalıdır.
- b) Bir ülkedeki fiyat artışları, genele yansıdığı halde, devamlı olmayıp bir defa olmak kaydıyla gerçekleşmiş ve sonra yine durağan bir hal izlemişse, enflasyon olarak kabul edilememektedir.
- c) Bir diğer kavram ise, fiyatlar genel seviyesindeki artış oranının ekonomide etki yaratacak şekilde bir orana sahip olması gereğidir. Burada kesin bir yüzdelik dilim söylemek hata olabilir. Ancak fiyatlar genel seviyesindeki %1 ile %2 arasındaki bir artış enflasyon tanımına uygun bir anlam içermemektedir (Eren, 2002: 95-96).

3.1.3.11. Petrol Fiyatı

Petrol, temel enerji kaynaklarından birisi olarak insanoğlunun yaşamında çok önemli bir yere sahiptir. Ekonomide hemen her sektör, doğrudan ya da dolaylı olarak petrole bağımlıdır. Bu nedenle petrol piyasasında ve dolayısıyla fiyatında ortaya çıkan değişiklikler, oluşturdıkları zincirleme reaksiyonlar aracılığı ile hem ülke, hem de dünya ekonomisi üzerinde çeşitli etkiler yaratmaktadır.

Petrol fiyatları, dünya ve ülke ekonomik performansı açısından önemli göstergelerden birisidir. Doğal olarak, petrol fiyatlarındaki artış ne kadar fazla ve uzun süreli ise, makro ekonomi üzerindeki etki de o kadar büyük olmaktadır³⁴.

Benzin fiyatlarında görülen artışlar, Japon otomotiv sektöründe görülen ihracat artışı, Çin'in otomotiv sektöründe önemli bir üretim ve Pazar merkezi haline gelmesi, lider otomotiv üreticilerinin Çin'de yatırım yaparak bu ülkede önemli bir kapasite fazlası yaratması gibi etkenler dünya otomotiv endüstrisini etkilemektedir (Teker ve Felekoğlu, 2011: 26).

3.1.3.12. Döviz Kuru

En genel ifadesiyle, yabancı paraların fiyatına döviz kuru veya döviz fiyatı denir. Bir başka deyişle, döviz kuru, bir ulusal para ile yabancı para arasındaki değişim oranıdır³⁵.

Bir ülke parasının diğer ülke parası cinsinden fiyatına iki taraflı nominal döviz kuru (bilateral nominal exchange rate): a) iki taraflı günlük döviz kuru, b) iki vadeli döviz kuru³⁶.

Günlük kurlar ile vadeli kurlar farklıdır. Vadeli döviz kuru günlük döviz kurundan büyük ise aradaki pozitif farka vade primi (forward premium), vadeli döviz kuru günlük döviz kurundan küçük ise aradaki negatif farka vade iskontosu (forward discount) adı verilir³⁷.

3.1.3.13. Otomobil Satışları

Dünya otomotiv pazarındaki gelişmeler otomotiv üretimdeki eğilimlerle paralellik göstermektedir. Gelişmiş ülkelerdeki otomotiv pazarı durağanlaşmakta ve tüketim artışı yavaşlamaktadır.

³⁴ H. Nacı BAYRAÇ, Uluslararası Petrol Piyasasının Ekonomik Analizi, Wskişehir Osmangazi Üniversitesi, s: 16.

³⁵ Dilek SEYMAN, 2010, Döviz Piyasası, Ders notu, s: 13.

³⁶ SEYMAN, a.g.e., s: 13.

³⁷ SEYMAN, a.g.e., s: 13.

3.1.4. Veri Toplama Teknikleri

Genel itibariyle bu çalışmada literatür taramasından elde edilen yazılı kaynaklar, Dünya Bankası, IMF, OECD, ODD, TÜİK'ten ve benzeri kurum ve kuruluşlardan makroekonomik göstergeler, imalat sanayinin göstergeler alınmıştır.

3.1.5. Çalışmanın Yöntemi: Panel Veri Analizi

Ekonomik araştırmalar yapılırken farklı veri setlerinden yararlanılabilir. Her bir veri seti ancak yapılarına uygun modeller için kullanılabilir (Pazarlıoğlu ve Gürler, 2007: 38). Panel veri, birden çok kesite ait zaman serilerinin bir arada bulunduğu veri seti ya da zaman boyutuna sahip kesit verileri olarak tanımlanabilir (Greene, 2003: 612).

Panel veri kullanılan araştırmalarda genellikle üç amaç söz konusudur. Birinci amaç birimler arası değişkenliği veya her bir birimin zaman boyunca değişkenliğini tanımlamaktır. Böylece hem belli değişkenliklerin büyüklüğünü hem de bu değişkenliklerin seyrini bilmek mümkündür. İkinci amaç bu değişkenlikleri diğer bazı değişkenler bakımından açıklamaktır. Bu değişkenler cinsiyet gibi zaman boyunca sabit olabileceği gibi, ruhsal durum gibi zaman içinde değişebilen zaman boyunca sabit olmayan türden olabilir. Üçüncü amaç ise her bir birimin ilgili değişken bakımından kestirimini yapmaktır (Hsiao, 2003: 89).

Panel veri setleri her bir kesit için eşit uzunlukta zaman serisi içeriyorsa bu tür panel verilerine dengeli (balanced) panel veri, farklı uzunluklarda zaman serisi içeriyorsa da dengesiz (unbalanced) panel veri adı verilir (Atalay, 2007: 45-46). Panel verilerin basit fonksiyonel gösterimi aşağıdaki eşitlikteki gibidir;

“

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_1 X_{1it} + \varepsilon_{it} \quad i=1, 2, \dots, N \quad t=1, 2, \dots, T$$

(3.1)

3.1 nolu denklemde i alt simgesi, hane halkı, firma, ülke gibi yatay kesit boyutunu ifade ederken, t alt simgesi, zaman serisi boyutunu ifade etmektedir. Denklemde Y_{it} modele ait bağımlı değişkenleri, X_{1it} bağımsız değişkenleri, α_i sabit kesişim katsayısını ve ε_{it} hata terimini göstermektedir (Baltagi, 2005: 11-12).

Panel veri, kesit verilerle veya zaman serileri ile karşılaştırıldığında bir takım avantajlara sahiptir. Bunlar kısaca şu şekilde sıralanabilir³⁸;

1. Panel veri setleri, kapsadığı kesitlerin heterojen olduğu bilgisini içermektedir, yani veri seti heterojenliğe karşı kontrol edilmektedir.
2. Panel verilerde gözlem sayısının çok olması oluşturulacak regresyon modelinin serbestlik derecesinin yüksek olmasını sağlar.
3. Panel veri analizi, zaman serisi ve kesit veri analizlerine göre daha çok değişkenlik arz ettiği için, bu verilerde çoklu bağlantı sorunu daha az olmaktadır.
4. Panel verilerde gözlem sayılarının fazla olmasının bir diğer faydası da modelde elde edilen sonuçların güvenilirliklerinin yüksek olmasıdır.
5. Panel veriler daha karmaşık yapıya sahip ilişkilerin modellenmesine yardımcı olur.
6. Zaman serisi ve kesit verileriyle yapılan tahminler için sapma söz konusu olurken, değişkenlerin birim ve zamana bağlı olarak değişir niteliğinin olmadığı bir durumda panel veri kullanımı sapmayı kontrol altına almamızı sağlar.
7. Yatay kesit verileriyle yapılan tahminlemelerde sadece birimler arası farklar incelenebilirken panel veriler yardımı ile hem birimler arası hem de zamana bağlı olarak her bir birimin kendi içinde meydana gelen farklılıklar incelenebilmektedir.

Panel veri modelleri, hata teriminin yapısına bağlı olarak yapılan varsayımlara göre farklı adlar almaktadır. Eğer modelin hata teriminde, regresyonda yer alan bağımsız değişkenlerle kapsanamayan, zamana göre değişmeyen ancak kesitlere özgü özellikleri kapsayan ve bireysel etki adı verilen bir bileşenin yer aldığı varsayılırsa model, tek taraflı hata bileşeni regresyon modeli adını almaktadır (Baltagi, 2005: 11-28). Buna göre, standart bir panel veri modeli denklem (3.1.)’de belirtildiği gibi iken, hata terimi aşağıdaki gibi ifade edilebilmektedir:

³⁸ BALTAGI, B. H., **Econometric Analysis of Panel Data**, Third Edition, John Wiley & Sons Ltd., England, 2005, ss: 5-9 ve GUJARATI, Damodar N., **Basic Econometrics**, 4th Edition, McGraw-Hill Companies Inc., New York-2003, s: 608.

$$e = \mu_i + v_{it}$$

(3.2)

Burada zamana bağılı olmayan ancak kesitten kesite farklılık gösteren μ_i bireysel etki olarak isimlendirilirken, v_{it} nin hem zamana hem de kesite göre değişim gösterdiği varsayılır. Buna göre μ_i gözlemlenemeyen kesit etkisini göstermektedir, v_{it} ise stokastik hata terimini sembolize eder.

Tek taraflı hata bileşeni yukarıda belirtildiği gibi yalnızca kesit etkisi ve stokastik hata teriminden oluşabileceği gibi aşağıda formüle edildiği gibi, gözlemlenemeyen zaman etkisi λ_i ve stokastik hata teriminden v_{it} de oluşabilir.

$$e = \lambda_i + v_{it}$$

(3.3)

Regresyonun hata teriminde bireysel etkinin yanı sıra, regresyonda öngörülme, kesitten kesite sabit kalan ancak zaman içinde değişen bir bileşenin de (dönem etkisinin) yer aldığı varsayılıyorsa, modele çift taraflı hata bileşeni regresyon modeli adı verilmektedir. Bu durumda hata teriminin gösterimi aşağıdaki denklemdeki gibi olacaktır;

$$e = \mu_i + \lambda_i + v_{it}$$

(3.4)

Burada λ_i nın tüm kesitleri etkileyen ve yalnızca belli bir zaman dilimine ait bir değişken olduğu ve modeldeki değişkenlerce ifade edilemediği varsayılmaktadır (Atalay, 2007: 47). Yani λ_i modeldeki gözlemlenemeyen zaman etkisidir. Çalışmada çok sayıda ülkeye ait zaman serilerinin analizini gerektirdiğinden ekonometrik yöntem olarak yatay kesit ve zaman serisi analizlerini birleştiren panel veri analizinin uygulanması tercih edilmiştir. Panel veri analizinde, modelin hem zaman hem de kesit veriler uyarlamasında tahmin yöntemi olarak panel regresyon ile tahmini aşamasında kullanılabilecek üç yöntem vardır. Bu yöntemler (Gökbulut, 2009: 148);

4. Ortak Sabit Regresyon Yöntemi (Havuzlanmış Panel Veri Regresyonu),
5. Sabit Etkiler Yöntemi,
6. Rassal Etkiler Modeli,

Bu üç yöntemin de özellikleri ve model seçim kriterleri hususunda bilgi verilecektir.

3.1.5.1. Ortak Sabit Regresyon Yöntemi

Zaman ve kesitler arası tüm katsayılar sabit ise model havuzlanmış panel veri analizi ile kurulabilir. Bu durumda en basit yaklaşım, havuzlanmış verilerin kesit ve zaman boyutunu ihmal ederek, geleneksel en küçük kareler yöntemi (EKKY) ile tahmin yapmaktır (Kök ve Şimşek, 2012: 7-19).

Bu modellerin sabit parametre (α) ve bağımsız değişkenlere ait eğim parametreleri (β) birimlere veya birimlere ve zamana göre farklılık göstermemekte, aynı kalmaktadır. Diğer bir ifadeyle, havuzlanmış panel veri regresyonunda, ortak sabit tahmin edicisi her bir kesit birim için aynı sabiti tahmin ederek α 'nın kesit birimler için aynı olduğunu varsaymaktadır. Tüm i ve t 'ler için (6.1) no'lu denklemdeki model aşağıdaki modele dönüşmektedir (Akman, 2012: 109-110):

$$y_{it} = \alpha + \beta x_{it} + \varepsilon_{it}$$

(3.5)

Bu durumda modelde hata teriminin birimlere veya birimlere ve zamana göre farklılıkları barındırdığı varsayılmaktadır. Ayrıca, bu modeller klasik modeller (pooled model) olarak da isimlendirilmektedir.

Bu model N tane yatay kesit biriminden T dönemde elde edilen veriyi bir dönemde toplamış veriyle eşdeğer kılmaktadır. Böylelikle hem zaman boyutu yok edilmiş olmakta hem de kimi gözlemlere yanıltıcı bir ağırlık kazandırılmaktadır. Parametre tahminlerinin saptırılması halinde panel veriyle klasik regresyon analizi yapmak etkin ve tutarlı olmayacaktır (Er ve Bolat, 2005:5-6).

3.1.5.2. Sabit Etkiler Yöntemi

Panel veri analizi tahmininde iki temel yöntem kullanılmaktadır: sabit etkiler modeli (SEM) ve tesadüfi etkiler modeli (TEM). Sabit katsayısının yatay kesitten yatay kesite ya da zaman içerisinde değişim gösterdiği modeller sabit etkiler modeli olarak tanımlanmaktadır. Bu modelde sabit etkilerin yatay kesitten yatay kesite değiştiği, ancak zaman içinde değişmediği varsayılabilir gibi; sabit etkilerin yatay kesitten yatay kesite değişmediği, ancak zaman içinde değişme gösterdiği varsayılabilir. Her iki durumda da tek yönlü bir model söz konusudur (Çetin ve Ecevit, 2010: 172).

Sabit etkili modeller sadece birimler arasındaki farklılıkları ele alıyorsa, tek yönlü sabit etkiler modeli, birimlere ve zamana göre meydana gelen farklılıkları ele alıyorsa iki yönlü sabit etkiler modeli adı verilir (Hsiao, 2002: 30). Her bir birime ait sabit kesit katsayılarının tahmin edilmesinde Tek faktörlü sabit etkiler modeli kullanılır. Tek faktörlü sabit etkiler modelinin genel ifadesi aşağıdaki gibidir:

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta X_{it}' + \varepsilon_{it} \quad i=1,2,..,N \quad t=1,2,...,T$$

(3.6)

3.5 nolu denklemde i alt simgesi, hane halkı, firma, ülke gibi yatay kesit boyutunu ifade ederken, t alt simgesi, zaman serisi boyutunu ifade etmektedir. Denklemde Y_{it} modele ait bağımlı değişkenleri, X_{it} bağımsız değişkenleri, α_i sabit kesişim katsayısını ve ε_{it} hata terimini göstermektedir.

Panel veri ile yapılan çalışmalarda, birimlere veya birimlere ve zamana göre meydana gelen farklılıklardan kaynaklanan değişim sabit etkiler modelleri kullanılarak incelenebileceği gibi, tesadüfi etkiler modelleri kullanılarak da incelenebilmektedir. Tesadüfi etkili modellerde, birimlere veya birimlere ve zamana göre meydana gelen değişiklikler, modele hata teriminin bir bileşeni olarak dahil edilmektedir. Bunun temel nedeni sabit etkili modellerde karşılaşılan serbestlik derecesi kaybının önlenmek istenmiş olmasıdır (Pazarlıoğlu ve Gürler, 2007: 38).

Tesadüfi etkiler modeli, sadece kesit birimler arasındaki farklılıkları ele alıyorsa, tek yönlü tesadüfi etkiler modeli, her iki boyuta göre meydana gelen farklılıkları ele

alıyorsa iki yönlü tesadüfi etkiler modeli olarak adlandırılır (Hsiao, 2002: 30). Sabit ve tesadüfi etkili modeller arasındaki en önemli fark, birim etkinin bağımsız değişkenlerle ilişkili olup olmamasıdır. Birim etkinin bağımsız değişkenlerle ilişkisiz olması durumunda model tesadüfi etkiler modeli olarak adlandırılacak, birim etki bağımsız değişkenlerle ilişkili ise sabit etkiler modeli söz konusu olacaktır (Baum, 2006: 118).

Tek faktörlü tesadüfi etkiler modelinde μ_i 'lerin sabit katsayılar olmadığı, tersine bağımsız tesadüfi değişkenler olduğu varsayılır. Tek faktörlü tesadüfi etkiler modeli aşağıdaki gibidir:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + u_{it}$$

(3.7)

$$u_{it} = \mu_i + \varepsilon_{it}$$

3.6 nolu denklemde i alt simgesi, hane halkı, firma, ülke gibi yatay kesit boyutunu ifade ederken, t alt simgesi, zaman serisi boyutunu ifade etmektedir. Denklemde Y_{it} modele ait bağımlı değişkenleri, X_{it} bağımsız değişkenleri, α sabit kesişim katsayısını göstermektedir. Modeldeki hata terimi u_{it} , iki kısımdan oluşur. ε_{it} , bilinen hata terimidir. μ_i , birimler arasındaki farklılıkları gösterir. Bir başka ifadeyle zaman içerisinde değişmeyen i . birime ait spesifik etki terimidir.

Panel veri analiz yöntemlerinde karar verilmesi gereken önemli konulardan bir tanesi sabit etkiler modellerin mi yoksa tesadüfi etkiler modellerin mi kullanılacağıdır (Baltagi, 2005: 19-20). Bu durumda sabit etki model parametre tahmincileri ile tesadüfi etkili modelin parametre tahmincileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla rassal etkiler modelinin mi yoksa sabit etkiler modelinin mi kullanılacağı Hausman testi ile ortaya koyulabilir (Wooldridge, 2002: 289).

3.1.5.3. Rassal Etkiler Modeli

Rassal etkili modellerde kesitlere veya kesitlere ve zamana bağılı olarak meydana gelen değişiklikler modele hata teriminin bir bileşeni olarak dâhil edilmektedirler. Böylece sabit etkili modellerde karşılaşılan serbestlik derecesi kaybının da önüne geçilir.

Rassal etkiler modelinde yalnızca gözlenen örneklemdaki kesitler ve zamana göre meydana gelen farklılıkların etkisi değil aynı zamanda örneklem dışındaki etkileri de dikkate alınmaktadır. Rassal etkiler modellerinde kullanılan hata terimi sabit etkili modeldekilerden farklı olarak μ_i değerini içereceğinden rassal etkiler modellerinin genel gösterimi aşağıdaki gibi olacaktır.

$$Y_{it} = \alpha + \beta_{1it} X_{1it} + \dots + \beta_{kit} X_{kit} + (v_{it} + \mu_i) \quad (3.8)$$

Burada $v_{it} \approx IID (0, \sigma_v^2)$ ve $\mu_i \approx IID (0, \sigma_\mu^2)$ varsayımları geçerlidir.

Denklem (3.8)'deki gösterime göre; rassal etkiler modelleri iki bileşenli hata terimine sahiptir. Bunlardan ilki $i=1,2,...,N$ olan bir kesit için herhangi bir zaman periyotundan diğerine farklılık göstermeyen μ_i değeri ile zaman içindeki değerleri birbiriyle ilintili olmayan geri kalan kısmı ifade eden v_{it} değeridir. μ_i ve v_{it} değerlerine ilişkin iki varsayım söz konusudur. Buna göre kesit etkisini gösteren μ_i ile geri kalan hata terimlerini içeren v_{it} birbirlerinden bağımsızdır. Aynı zamanda bu iki hata bileşeni her bir bağımsız değişkenin her hangi bir gözlem değerinden bağımsızdır (Verbeek, 2004 :348). Bu durumda denklem (3.8)'deki μ_i ve v_{it} tahmini değerlerinin saptanmasında sıradan en küçük kareler yöntemi tahminçileri tutarlı ve sapmasızdır. Bununla birlikte rassal etkiler modelindeki birleştirilmiş hata terimi kısmen otokorelasyon içermektedir. Bu nedenle sıradan en küçük kareler yöntemi tahminçileri kullanılarak elde edilen standart hata değerleri hatalıdır. Bu hatanın ortadan kaldırılması için hata kovaryans matrisi yardımıyla elde edilen genelleştirilmiş en küçük kareler (generalized least squares, GLS) yöntemi tahminçileri kullanılabilir.

Hata terimlerinin içeriğine göre panel veri modelleri bu şekilde ikiye ayrılıyorken, panel veriye ilişkin bir başka ayrım da verilerin niteliğine göre yapılabilmektedir. Buna göre veri setlerinin her bir kesitteki uzunluğunun niteliğine göre

de panel veri modelleri ikiye ayrılmaktadır. Eğer veri seti kesitler arasında farklılık göstermeyecek şekilde eşit uzunlukta ise başka bir ifadeyle araştırılan zaman aralığında her bir kesitin her bir değişkene ait değerleri tam ise bu şekilde oluşturulan veri setine *dengeli (balanced) panel* denilmektedir. Bunun aksine eğer veri setinde kesitten kesite farklılık söz konusu ise yani kesitlerde değişkenin gözlem değerlerinde kayıp gözlem mevcut ise bu biçimdeki veri setine de *dengesiz (unbalanced) panel* adı verilmektedir.

Greene (2005) Panel veriler kullanılarak gerçekleştirilecek olan ekonometrik ölçümlerde sabit etkiler modelinin mi yoksa rassal etkiler modelinin mi kullanılacağına dair karar verilirken çeşitli testler uygulanabilmektedir. Kullanılan en genel yöntem Hausman (1978) Model Belirleme Testidir. Hausman testinin sıfır hipotezi regresyon modelindeki bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında ilişkinin olmadığını ifade etmektedir **[H0: E(ϵ_{it} , X_{kit})=0]**. Yani sıfır hipotezi kabul edilirse rassal etkiler modelinin kullanımı söz konusu olacaktır. Buna göre sıfır hipotezin reddedilmesi ise sabit etkiler modelinin kullanımının gerektiği anlamına gelmektedir. Hausman Tanımlama Testinin yanında rassal etkilerin ölçülmesinde Breush ve Pagan tarafından 1980 yılında ortaya konan Lagrange Çarpanı (LM) testi de uygulanabilmektedir. Breush ve Pagan LM testinde sıfır hipotez hata terimlerinin varyansının sıfıra eşit olduğunu varsaymaktadır. Buna göre Hausman testinde olduğu gibi sıfır hipotezin kabulü halinde rassal etkiler modelinin kullanımı tercih edilecek, alternatif hipotezin kabulü halinde ise sabit etkiler modelinin kullanımı tercih edilecektir.

3.1.5.4. Chow Testi

Chow Testi (1960) ile havuz modeli parametre ile sabit etkiler modelinin parametre tahmincileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı incelenmektedir. Chow testine göre istatistiğinin hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H0: E(ϵ_{it} | X_{it}) = 0 kesit verisi ve zaman serisi etkileri havuzdur

H1: E(ϵ_{it} | X_{it}) = 0 kesit verisi ve zaman serisi etkileri sabittir

Bu testte boş hipotez, etkin modelin havuz modeli olduğu ifade etmektedir. Eğer hesaplanan F-istatistiği tablo değerinin üstünde yer alırsa, kukla değişkenlerine ait katsayılarının farklı olduğu sonucuna ulaşılır ve boş hipotez reddedilir ve geçerli tahmin yöntemi olarak sabit etkiler modeli kullanılır.

3.1.5.5. Hausman Testi

Hausman Testi (1978) ile sabit etkiler modeli parametre tahmincileri ile rassal etkiler modelinin parametre tahmincileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı incelenmektedir. Hausman test istatistiğinin hipotezleri şöyledir:

H0: $E(\epsilon_{it} | X_{it}) = 0$ kesit verisi ve zaman serisi etkileri rassaldır

H1: $E(\epsilon_{it} | X_{it}) \neq 0$ kesit verisi ve zaman serisi etkileri sabittir

Bu testte sıfır hipotezinin kabul edilmesi rassal etkiler modelinin sabit etkiler modeline tercih edilmesi gerektiğini göstermektedir. Hausman testinde, tesadüfi etkiler modelinden elde edilen katsayılar ile sabit etkiler modelinden elde edilen katsayıların aynı olduğunu gösteren boş hipotezin reddedilmesi sabit etkiler modelinin reddedilememesi ise tesadüfi etkiler modelinin daha etkin sonuçlar verdiğini göstermektedir.

Regresyon analizlerinde dikkate alınması gereken bir diğer konu da modellerde kullanılan serilerin durağan olması gerektiğidir. Serilerin durağanlaştırılmasının sebebi, hata terimlerine ait varsayımları sağlayabilmektir. Bu varsayımlar, serilerin ortalamasının sıfır ve varyanslarının sabit olmasıdır. Durağan olmayan bir değişken seti ile kurulan bir model eğer en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilirse, her hangi bir şoktan sonra değişkenler arasında gerçekte var olmayan ilişkiler elde edilebilir. Bu da, sahte regresyon adı verilen bir soruna yol açar. Regresyon analizlerinde serilerdeki durağanlığın sağlanması için birim kök testleri kullanılmaktadır.

Panel veri modellerinde diğer analizlere benzer şekilde durağanlığın kontrol edilmesi gerekmektedir. Panel veri çalışmalarında kullanılan birim kök testlerini iki kısımda incelemek mümkündür. Birinci grupta yer alan Im, Peseran, Shin (2003) ve

Fisher odaklı testler (ADF ve PP testleri gibi) bireysel birim kök testleri olarak adlandırılmaktadır. Levin, Lin, Chu (2002); Breitung (2000) ve Hadri (2000) birim kök testleri ise ortak birim kök testleri olarak bilinmektedir.

Bu çalışmada, bireysel birim kök testleri olarak adlandırılan Im, Peseran, Shin (2003) ve Fisher odaklı Augmented Dickey-Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) testleri ile ortak birim kök testleri olarak bilinen Levin, Lin, Chu (2002) birim kök testlerinden yararlanılmıştır.

3.1.5.6. Durağanlık Kavramı ve Birim Kök Testi

Zaman serisinin ortalaması ve varyansı zamandan bağımsız ise, seri durağan bir zaman serisidir (Çil Yavuz, 241). Durağanlık, zaman serisi verilerinin belirli bir zaman sürecinde sürekli artma veya azalmanın olmadığı, verilerin zaman boyunca bir yatay eksen boyunca saçılım gösterdiği biçiminde tanımlanır.

Değişkenler arasında sahte ilişkilerin olması durumunda, incelenen değişkenler arasında regresyon sonuçları güvenilir olmayacaktır. Bu nedenle regresyon analizinde durağanlığın kontrol edilmesi ve giderilmesi gerekmektedir. Birim kök testleri, serilerin durağan olup olmadıklarının anlamamıza yardımcı olurlar. Eğer bir zaman serisi durağan değilse, durağan oluncaya kadar farkları alınır. Dereceden bütünleşik olduğu ifade edilir.

Durağanlık bir takım istatistiksel çıkarımlar yapılabilmesi ve değişkenin daha başarılı tanımlanabilmesi için önemlidir (İğde, 2010: 5). Ortalaması ile varyansı zaman içinde değişmeyen ve iki dönem arasındaki ortak varyansı bu ortak varyansın hesaplandığı döneme değil de yalnızca iki dönem arasındaki uzaklığa bağlı olan olasılıklı bir süreç durağan bir süreç olarak tanımlanır (Gujarati, 2005; aktaran, İğde, 2010: 5).

Eğer bir zaman serisinin ortalaması, varyansı ve kovaryansı zaman boyunca sabit kalıyorsa, serinin durağan olduğu söylenebilir. Bir regresyon denklemindeki açıklayıcı değişkenlerden her hangi birisi yukarıda tanımlandığı anlamda durağan olmadığında regresyon teorisi bozulur. Klasik regresyon modeli durağan değişkenler arasındaki ilişkilerde kullanılmak için keşfedilmiştir. Bu nedenle durağan olmayan serilere uygulanmamalıdır.

Durağanlığın test edilmesinde uygulamada en çok kullanılan yöntemler otokorelasyon fonksiyonlarının incelenmesi, Portmanteau testleri ve birim kök testleridir. Birim kök testleri, gözlenen seride birim kökün varlığını incelenmesinde diğer bir ifade ile serinin durağanlığının araştırılmasında yaygın olarak kullanılmaktadırlar. Bir serinin birim kök içermesi, söz konusu serinin durağan olmadığını ifade eder.

Bir iktisadi zaman serisini tanımlayan stokastik sürecin, birim kök süreci olup olmadığı, ekonomistler için ekonometrik bir sorundan fazlasını ifade eder. İktisadi teori açısından birim kök varlığının testi, iktisadi denge analizi ile yakından ilişkilidir. Denge, değişme eğiliminin olmadığı bir durumu ifade ettiğinden, denge ilişkisinin istatistiksel tanımı durağanlık anlamına gelmektedir. Birim kök kavramı ve testleri durağanlığın sınanmasında yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Panel verilerinin birim kök içerip içermediğini test etmede kullanılan yöntemler arasında Levin, Lin ve Chu-t testi, Breitung-t testi, Im, Peseran ve Shin-W testi, PP-Fisher Chi-square ve Choi Z testi, Hadri-Z testi gibi testler bulunmaktadır. Son dönemde ise panel veri birim kök testi yapan çalışmalar arasında en yaygın olarak kullanılan testler PPF, LLCt ve IPSw testleridir. Ortak birim kök süreçleri LLCt testi ile, her birim için birim kök süreci IPSw testi ile ve birimlerden bağımsız serilerde durağanlık ise genelleştirilmiş ADF testi ile test edilebilir (Akman, 2012:117). Bu testlerin 0 hipotezi birim kök bulunduğu yönündedir. İstenen durum ise birim kökün olmamasıdır. Birim kök yoksa durağanlık vardır. Yani 0 hipotezi reddedilebilir ve klasik regresyon yöntemi kullanılabilir. PPF, LLCt ve IPSw testlerinde hipotezler aşağıdaki şekilde kurularak sınanabilir.

H_0 : Seride birim kök vardır (durağan değildir).

H_1 : Seride birim kök yoktur (durağandır).

3.1.5.7. Eşbütünleşme Testleri

Birim kökler araştırıldıktan sonra seriler arasında uzun dönemde karşılıklı bir ilişkinin bulunup bulunmadığının araştırıldığı eşbütünleşme analizi yapılmaktadır. Bağımsız değişkenler ve bağımlı değişken arasındaki uzun dönemli karşılıklı bir

ilişkinin araştırılması amacıyla çalışmamızda Pedroni eşbütünleşme analizi ve Kao eşbütünleşme analizi olmak üzere iki farklı eşbütünleşme analiz yöntemi kullanılmıştır.

Pedroni 1997, 1999, 2000 ve 2004 yıllarında eşbütünleşme analizlerinde heterojenliğe izin veren birkaç test önerisi ileri sürmüştür (Asteriou ve Hall, 2007: 373). Bu test, eşbütünleşme vektöründeki heterojenliğe izin veren bir testtir. Bu test yalnızca dinamik ve sabit etkilerin panelin kesitleri arasında farklı olmasına izin vermesinin yanı sıra alternatif hipotez altında eşbütünsel vektörün kesitler arasında farklı olmasına da izin vermektedir. (Güvenek ve Alptekin, 2010:181). McCoskey ve Kao'nun yaklaşımlarından kesit varsayım trendi ve eşbütünleşmenin olmadığı sıfır hipotezleri bağlamında farklılaşan Pedroni'nin yaklaşımında Pedroni testleri bazı olumlu özelliklere sahiptir. Pedroni testleri birden fazla açıklayıcı değişkene (regressor) izin vermesi, eşbütünleşme vektörünün panelin farklı kısımları boyunca çeşitlenmesi ve ayrıca, kesit birimleri boyunca hataların heterojenliğine izin vermesi olumlu özellikler olarak belirtilmektedir. Paneldeki kesit içi (within) ve kesitler arası (between) etkilerini kapsayabilmesi için yedi farklı eşbütünleşme testi sunulmuş ve bu testler iki farklı kategoriye ayrılmıştır. İlk kategori "within" boyutunda havuzlanmış dört testi içermektedir. İkinci kategori ise "between" boyutunda diğer üç testi içermektedir (Asteriou ve Hall, 2007: 374). "Birinci kategori içindeki dört testten ilk üçü parametrik olmayan testlerdir. İlk test varyans oranı tipinde bir istatistiktir. İkincisi Phillips-Peron (PP) (rho) istatistiğine, üçüncü istatistik de PP (t) istatistiğine benzemektedir. Dördüncü istatistik ise Augmented Dickey Fuller (ADF) (t) istatistiğine benzer parametrik bir istatistiktir. İkinci kategoride üç testten ilki PP (rho) istatistiği ile benzer iken diğer ikisi PP (t) ve ADF (t) istatistiklerine benzemektedir (Güvenek ve Alptekin, 2010:181). Çalışmada kullanılacak diğer eşbütünleşme testi ise Kao eşbütünleşme testidir. Kao, 1999 yılında DF ve ADF testlerini kullanarak panel veri analizi için bir eşbütünleşme testi sunmuştur (Baltagi vd., 2000: 13; Asteriou ve Hall, 2007:372).

Eşbütünleşme testleri uygulandıktan sonra bu ilişkinin nihai sapmasız katsayılarını tahmin etmek üzere tahmin edicilerinin beklentilerimiz çerçevesindeki tutarlılığını test etmek amacıyla Pedroni (2000 ve 2001) tarafından geliştirilen DOLS (Dynamic Ordinary Least Square) yöntemi ve FMOLS (Full Modified Ordinary Least Square) yöntemi olmak üzere farklı iki yöntem kullanılmıştır.

FMOLS yöntemi, standart sabit etkili tahmincilerdeki (otokorelasyon, değişen varyans gibi sorunlardan kaynaklanan) sapmaları düzeltirken, DOLS yöntemi modele dinamik unsurları da dahil ederek statik regresyondaki (özellikle içsellik sorunlarından kaynaklanan) sapmaları da giderebilecek özelliğe sahip bir yöntemdir (Kök vd., 2010: 8). Pedroni'nin bireysel kesitler arasında önemli ölçüde heterojenliğe izin veren bu FMOLS yöntemi, sabit terimin ve hata terimi ve bağımsız değişkenlerin farkları arasındaki olası korelasyonun varlığını hesaba katmaktadır. Pedroni (2000), FMOLS yönteminin küçük örneklerdeki gücünü de araştırmış, t istatistiğinin küçük örneklerdeki performansının Monte Carlo simülasyonları ile iyi olduğunu hesaplamıştır” (Kök ve Şimşek, 2006: 7-8).

3.1.5.8. Otokorelasyon ve Değişen Varyans

Otokorelasyon, zaman serilerinin geçmiş ve gelecek değerlerinin birbiriyle korelasyon içinde olmasıdır. Eğer hata terimleri birbirleri ile ilişkili ise bu durum otokorelasyon olarak adlandırılır. Panel veri analizleri yapılırken veri setinde otokorelasyonun olup olmadığı Wooldridge otokorelasyon testi ile araştırılabilir. Wooldridge otokorelasyon test istatistiğinde hipotezler şu şekilde kurulmaktadır;

H_0 = Hata terimleri arasında otokorelasyon yoktur.

H_a = Hata terimleri arasında otokorelasyon vardır.

Wooldridge otokorelasyon test istatistiği ile hesaplanan olasılık değeri (p) 0.05'den düşük olduğunda; hata terimleri arasında otokorelasyon olduğu saptanacağından sıfır hipotezi reddedilmektedir. Değişen varyans, hata terimlerinin varyansının bütün örneklem için sabit olmaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Değişen varyansın nedenleri, veri setinde yaşanan ölçek farkı, modelin yanlış kurulması nedeniyle açıklayıcı gücü yüksek bir değişkenin modele dahil edilmemesi, veri setinden uçta kalan gözlemlerin olması ve açıklayıcı değişkenlerin dağılımı şeklindedir. Değişen varyans probleminin gözlenip gözlenmediği Greene'in testi ya da Wald testi ile sınanarak tespit edilebilir. Bu testte, eş varyanslılık üzerine kurulu sıfır hipotezi olasılık değerinin (p) %5 anlamlılık düzeyinde 0.05'den düşük olması durumunda modelde

değişen varyans olduğu saptanacağımdan sıfır hipotezi reddedilir (Gujarati, 2004: 754-760).

3.2. LİTERATÜR TARAMASI

Rekabet üstünlüğü teorisinin ampirik literatürü oldukça geniştir. Literatür taraması sonucu iki veya fazla firma arasında incelendiği birçok akademik çalışmaya rastlanmıştır. Akademik çalışmalardan bir kaç tane veya bütün rekabet stratejileri kısa ve uzun dönemli firma veya ülke aralarda karşılaştırmasına odaklanmıştır. Yaptığımız literatür taramasında yukarıda bahsettiğimiz tüm akademik çalışmalar incelenmeye çalışılmıştır.

Hamilton (1988), Pindyk ve Rotemberg (1984), Barber vb. (1999) anlamlı bir petrol fiyatı artırsa, otomobil satışı artmasını ortaya çıkarmaktadır. Bu faktör belirsiz maliyet operasyonunda total otomobil satışını indüklenmesi etkilenebilmektedir. Aynı bulgular Lee ve Ni (2002)'nin araştırması on dört ülkeler üzerinde görülmektedir. Petrol fiyatı artarsa sanayi sektörünün arzısı bozmaya bulunmaktadır, aynı zamanda tüketici talebi sanayi ürünleri için özellikle otomobil etkilenebilmektedir. Duncan (1980) petrol fiyatı artırsa tüketici tercihi küçük boyu otomobil karşı sallanmaktadır.

Diğer faktörleri gelir düzeyi, faiz oranı, mali agrega ve işsizlik oranı analiz yapılmıştır. Bunlardan arasında Shahabudin (2009) tarafından iç ve dış otomobil satışı araştırma yapılmıştır. Bu çalışmada, hepsi değişkenler otomobil satışına anlamlı etkisini bulunmaktadır.

Diğer yandan, Ludvigson (1998) atfedilen banka kredileri teklifi araba satın alma için finans politikasını otomobil satışı üzerinde etkisi test edilmiştir. Temel faiz oranı artırsa otomobil satışı üzerinde anlamlı negatif etkilemiştir.

Dargay ve Gately (1999) onların çalışmada otomobil sahibi 26 ülkelerde 1960'dan 1992'ye tanımlamıştır, otomobil sahibi tahmini 2 on yıllık 2015'e kadar düşük gelir ülkeler için yüksek bulunmuştur. Portekiz, Yunanistan ve İrlanda diğer ekonomik düzeyi ülkeler olarak aynı istatistik tahmini kaydedilmiştir. Diğer yandan, Çin, Hindistan ve Pakistan otomobil sahibi iki katlı artar GSYİH kişi başı büyümesini doğrultusundadır.

Dargay (2001) aile harcamaları anketi 1970-1995 kullanmıştır, istatistik kaydettiği otomobil sahibi pozitif artış eğilimi gelir artışı ile göstermektedir. Ancak, negatif ilişkisi eğer azalma gelir vardır. Bunu kişisel alışkanlıklar tüketici ile bağlanmıştır, çünkü günümüzde otomobil önemli bir zorunluluk günlük hayatta dır.

Aydeniz (2005) ileri üretim teknolojilerinden biri olan yalın üretim sistemini başarıyla uygulayan Japon otomotiv sanayii ile Avrupa ve Amerikan otomotiv sanayilerinin karşılaştırmasını yaparak, ileri üretim teknolojilerinin üstünlüklerini vurgulamayı amaçlamaktadır.

Bedir (2009) Türkiye imalat sanayii endüstrileri rekabet etme biçimine göre kaliteye ve fiyata dayalı rekabet eden endüstriler ayrımında sınıflandırılmıştır. Son olarak, 1995-2005 yılları arasında Türkiye imalat sanayii endüstrilerinde panel veri yöntemiyle uluslararası rekabet gücü ile endüstri-içi ticaret arasındaki ilişki test edilmiştir.

Entemiz (2009) Firma ölçeğinde araştırma sonuçlarına göre, otomotiv sanayi yer seçimi yönlendiricileri firmaların sahip oldukları karakteristiklere, firma politikalarına ve firma geçmişine göre değişebilmektedir. Tarih olgusu süreç içerisinde yer seçimini yönlendiren önemli bir kriter haline gelmektedir. Firma yetkilileriyle yapılan mülakatlar sonucunda belirlenen yer seçimi yönlendiricileri önem sıralamasında; pazar olanaklarının en önemli kriter olduğu ortaya çıkmıştır.

Oğuz (2009) bilgi toplumunda otomotiv sektörü Türkiye ve Güney Kore açısından değerlendirilip, karşılaştırılması yapılmıştır. Türk otomotiv sanayinin teknolojik gelişim hızını ölçmek amacıyla kurulan model; Solow'un Katma Değer, Sermaye ve İşgücünden hareketle yaptığı çalışma temel alınıp, Ewiev's programında en küçük kareler yöntemi kullanılarak oluşturulmuştur. Türk otomotiv sektörünün bilgi toplumu sürecinde rekabet üstünlüğü sağlaması için, yapılması gereken çalışmalar ve alınması gereken önlemler hakkında, çeşitli öneriler sunulmaktadır.

Özdamar ve Albeni (2011) Türkiye otomotiv sanayisinin dış ticaret rekabet gücü üç farklı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (AKÜ) Endeksi kullanılarak 1990-2008 dönemi için analiz edilmiştir. AKÜ analizlerinden elde edilen sonuçlara göre Türkiye

binek otomobiller ürün grubunda 2002 yılından itibaren dünya piyasalarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip hale gelmiştir ancak rekabet katsayısı yeterince yüksek değildir. Türkiye, kamyon-kamyonet ürün grubunda 2002, minibüs-midibüs-otobüs ürün grubunda ise 1990 sonrasında rekabet avantajına sahiptir.

Teker ve Felekoğlu (2011) Dünya Otomotiv Endüstrisinde Küresel Gelişmeler ve Bu Gelişmelerin Türk Otomotiv Endüstrisi Üzerindeki Etkileri araştırmıştır. Otomotiv sektörünün bugün sahip olduğu rekabet gücünü gelecekte de koruyabilmesi ve geliştirebilmesi için alınması gereken önemler şöyle sıralanabilir; 1) İşletmeler arası işbirlikleri, kümeleşme ve ağı yapıları geliştirilmelidir, 2) AR-GE çalışmalarına yatırım artırılmaktadır, 3) Marka imajına ilişkin çalışmalar yoğunlaştırılmaktadır, 4) Maliyet düşürücü önemler sadece girdi fiyatlarının azaltılması ile sınırlı kalmamalı, süreç iyileştirme çalışmalarına önem verilmelidir, 5) Değer yaratma sürecinde dünyadaki yeni eğilimlere benzer şekilde dış kaynak kullanımı ‘outsourcing’ ve sanal mühendislik ‘virtual engineering’ çalışmaları yoğunlaştırılmalıdır, 6) Otomotiv sektörü, iç pazardaki güçlü pozisyonunu korumak için güvenlik, tasarım, ürün kalitesi ve alternatif motor geliştirme çalışmalarına (hybrid motor) aktif katılımını artırmalıdır, 7) Gelecekte kalitatif büyümenin itici gücü olacağı öngörülen otomotiv elektroniğinde yeni ürün ve sistem geliştirilme çalışmalarına yatırım yapılmalıdır.

Muhammad, Hussin ve Razak (2012) makroekonomik değişkenler ve otomobil satışı arasında nedensellik ilişkisi ASEAN ülkeleri 1996-2010 dönemde analiz yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre değişkenler uzun dönemde otomobil satışı ile ilişkisi vardır. GSYİH otomobil satışı üzerinde pozitif ilişkisi vardır. Yani demek ki milli gelir düzeyi otomotiv sanayi için önemli bir unsurdur. Diğer yandan, Enflasyon, işsizlik oranı ve faiz oranı otomobil satışı üzerinde negatif etkisi vardır.

Karaatlı (2012) Yapay Sinir Ağları yöntemi kullanılarak Türkiye’de yeni otomobil satış rakamları tahmin edilmiştir. Çalışmada Ocak-2007 ile Haziran-2011 yılları arasındaki aylık veriler dikkate alınmıştır. Çalışmada otomobil satışını etkileyen değişkenler gayri safi yurtiçi hasıla, reel kesim güven endeksi, tüketici güven endeksi,

yatırım harcamaları, tüketim harcamaları, tüketici fiyat endeksi araç alım satımı, dolar ve zaman olarak belirlenmiştir.

Nawi vb. (2013) Malezya binek otomobil satışları çeşitli makroekonomik faktörlerden etkilenmektedir, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH), faiz oranı, tüketici fiyat endeksi (TÜFE), döviz kuru, ve işsizlik oranı gibidir. Geçen 30 yıl 1981 yılından itibaren 2010 yılına kadar veriler kullanılarak, tüm tanımlanabildiği konstruktırları binek otomobil satışları ile çok anlamlı korelasyon sonuçlar göstermiştir. GSYİH ve döviz kuru binek otomobil satışı üzerinde pozitif etkisi vardır, fakat faiz oranı ve TÜFE negatif etkilemektedir.

Tablo 9. Literatur Taraması

Yazar	Yıllar	Uygulanan Ülke/ler	Ekonometrik Yöntem	Bulgular
Duncan (1980)	1973-1975	ABD	Nedensellik	Petrol fiyatı ve otomobil talebi olumsuz etkilenmektedir.
Barber vb. (1999)	1973-1994	ABD	VAR	Petrol fiyatı ile otomobil satışları arasında anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Dargay ve Gately (1999)	1960-1992	26 ülkeler	Ortak Sabit Regresyon	Otomobil satışı ve GSYİH büyümesini pozitif etkisini bulunmaktadır.
Dargay (2001)	1970-1995	İngiltere	Sabit Etkiler Yöntemi	Otomobil sahibi ve eğilimi gelir pozitif etkisi göstermektedir.
Lee ve Ni (2002)	-	14 ülkeler	VAR	Petrol fiyatı ve otomobil talebi etkilenmektedir.
Aydeniz (2005)	-	Japon, Avrupa ve Amerika	-	Teknolojik gelişmeyle birlikte, üretim sürecinin örgütlenmesinde ve yürütülmesinde önemli ve kalıcı değişiklikler meydana gelmiştir.
Shneyerov (2007)	1992-2003	ABD ve Kanada	OLS	Petrol fiyatı (TÜFE) ile otomobil satışları arasında anlamlı nedensellik tespit edilmiştir.

Yazar	Yıllar	Uygulanan Ülke/ler	Ekonometrik Yöntem	Bulgular
Shahabudin (2009)	-	ABD	Adımsal Regresyon (SPSS)	Gelir düzeyi, faiz oranı, mali agrega, işsizlik oranı otomobil satışına anlamlı etkisini bulunmaktadır.
Bedir (2009)	1995-2005	30 OECD Ülkeler	Panel Veri (standart hataları)	Türkiye’de imalat sanayi endüstrilerinde uluslararası rekabet gücü rakiplerine yaklaştıkça endüstri-içi ticaretinin artacağı söylenebilir.
Oğuz (2009)	1995-2005	Türkiye ve Güney Kore	En Küçük Kareler	Teknolojik gelişme ile otomotiv sektörünün büyüme trendi arasında pozitif bir ilişki bulunmadığıdır.
Acemoglu ve Woodford (2010)	1972-2009	ABD	VAR	Petrol fiyatı ile otomobil satışları arasında anlamlı nedensellik tespit edilmiştir.
Özdamar ve Albeni (2011)	1990-2008	Türkiye	AKÜ Endeksi	Türkiye binek otomobiller ürün grubunda 2002 yılından itibaren dünya piyasalarında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip hale gelmiştir ancak rekabet katsayısı yeterince yüksek değildir.
Muhammad, Hussin ve Razak (2012)	1996-2010	ASEAN	Nedensellik	Makroekonomik değişkenler ve otomobil satışı arasında ilişkisi vardır. GSYİH otomobil satışı üzerinde pozitif ilişkisi vardır. Enflasyon, işsizlik oranı ve faiz oranı otomobil satışı üzerinde negatif etkisi vardır.
Karaatlı (2012)	2007-2011	Türkiye	Yapay Sinir Ağları	Otomobil satışını etkileyen değişkenler gayri safi yurtiçi hasıla, reel kesim güven endeksi, tüketici güven endeksi, yatırım harcamaları, tüketim harcamaları, tüketici fiyat endeksi araç alım satımı, dolar ve zaman etkisi vardır.

Yazar	Yıllar	Uygulanan Ülke/ler	Ekonometrik Yöntem	Bulgular
Nawi vb. (2013)	1981-2010	Malezya	Vector Error Correlation Model (VECM)	Binek otomobil satışları ile çok anlamlı korelasyon sonuçlar göstermiştir. GSYİH ve döviz kuru binek otomobil satışı üzerinde pozitif etkisi vardır, fakat faiz oranı ve TÜFE negatif etkilemektedir.
(2015)	2007-2014	Romania	Zaman Serisi için Regresyon Model	GSYİH, enflasyon ve kredi, Dacia ve yabancı otomobil genel satış trend üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3.3. YÜKSELEN PİYASA EKONOMİLERİNDE OTOMOTİV SANAYİNİN REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ

Dünya otomotiv sanayinde yaşayan küreselleşme, uluslararası otomotiv üreticilerini rekabette zorlamaktadır. Otomotiv sanayinin rekabet gücünü artırabilmesi ve gücüne süreklilik kazandırılabilmesi, ana sanayi ile yan sanayi arasında tam bir entegrasyonun sağlanmasını gerektirmektedir. Ülkelerin, sektörlerin ve firmaların rekabet kapasiteleri arasındaki farklılıkları, dolayısıyla ekonomik büyümelerinin yönünü belirleyen en önemli unsurlardan birisi hatta en önemlisi teknolojik gelişmedir. Teknolojik gelişmeyi yakalayan ülke rekabette ön sıralara yerleşmektedir.

3.3.1. Brezilya

3.3.1.1. Teknoloji Yatırımları

Destekler, firmanın yerleşim yeri, büyüklüğü ve üzerinde çalıştığı projelere bağlı olarak değişebilmektedir. Ar-ge harcamaları ve çalışanların eğitimi için yapılan harcamalar gelir vergisinden düşülebilmektedir. Yazılım, lisans ve diğer ekipman harcamaları IPI vergisinden düşülebilmektedir.

İhracatçıların ihracat miktarına bağlı olarak, çalışanları için ödediği sosyal güvenlik harcamalarından %50 indirim yapılmaktadır. İhracat amaçlı alınan aramalar da

vergilerden muaf tutulmaktadır. Teknoparklarda yerleşik firmalar emlak vergilerinden muaf tutulmakta ve indirimli hizmet vergisi ödemektedirler.

BNDES ana kredi kaynağıdır, ancak Bilim ve Teknoloji Bakanlığı tarafından ayrı kredi imkânları da oluşturulmuştur. Ayrıca Eyaletlerce münferit yatırım teşvikleri de bulunabilmektedir.

3.3.1.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Brezilya hükümeti Ar-Ge faaliyeti yapan firmaların faaliyetlerini teşvik amaçlı, 2005 yılında onaylanan 2006 yılında uygulamaya gecen “Lei bo Bem”, “The Benefits of Act³⁹” olarak adlandırılan bir kanun çıkarmıştır. Çıkarılan bu kanun firmaların teknolojik yeniliklerini otomatik olarak teşvik eden bir dizi vergi indirimi sistemine dayanmaktadır. Ayrıca belirli kanun ve kanun değişiklikleriyle vergisel teşviklerin yanı sıra Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri de hükümet tarafından desteklenmektedir.

- Basit araştırmalar: Çalışma performansını geliştirmeye yönelik yeni fikirler, süreçler, ürün geliştirmelerini kapsar,
- Araştırma uygulamaları: Yeni bilgi edinme üzerine yapılan çalışmaları kapsar
- Deneysel gelişim: Yeni ürünlerin fonksiyonlarını ya da fizibilitesi üzerine yapılan çalışmaları içermektedir.
- Basit endüstriyel teknolojiler: Makine ayar, bakım ve ekipmanları, ürün patentleri ve is geliştirmelerini içine almaktadır.
- Teknik servis desteği: Adından da anlaşılacağı gibi Ar-Ge faaliyetleri içerisindeki teknik servis ve destek işlemlerini kapsamaktadır.

Brezilyanın Çalışma ve Projelerin Finans Kurulu, ülkenin ekonomik ve sosyal gelişimini destekleyen, kamu yararına yönelik, bilim teknoloji ve yenilik alanlarında faaliyet gösteren, üniversite, teknoloji enstitüsü, şirketler ve diğer kamu ve özel sektör enstitülerine, bilim ve teknoloji için sektörel fonlar, özel fonlar olmak üzere iki ayrı alanda, geri ödemeli ya da geri ödemesiz destek vermektedir.

³⁹ “The Tax Benefit Act” olarak uygulamaya konulan kanun Ar-Ge faaliyeti gösteren firmanın yeni bir ürün ortaya koymasının yanı sıra, yeni bir imalat süreci veya ürüne yeni bir karakteristik özellik ya da işlevsellik kazandırılması ile de işletmeleri desteklemektedir.

3.3.1.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Brezilya'nın büyümesinin kaynaklarının tespit edilmesine yönelik olarak yapılan çalışmada beşeri sermaye ve teknolojik gelişimin büyümeye %64'lük katkı sağladığı bulunmuştur. Bu katkının %24'lük kısmı ise sadece beşeri sermaye tarafından sağlanmış. Fiziki sermaye ve emeğin toplam katkısı ise %36 düzeyinde gerçekleşmiştir⁴⁰.

3.3.1.4. İnovasyon

FINEP- Brezilya İnovasyon Ajansı : Araştırma yapan üniversite ve diğer kar amacı gütmeyen kuruluşlara hibe sağlamakta, firmalara ise kredi vermektedir. Bilim ve teknoloji konuları genellikle elit bir kamu oyunun etkinliği olarak görülmekte iken Brezilya hükümeti yeni yasa için ayrıntılı bir kamusal katkı süreci tasarlamıştır. Yani karar süreçlerine halkın ya da halkın geniş kesimlerini temsil eden örgütlerin katılımına önem vermiştir, son taslağın hazırlanması öncesinde yaygın internet mobilizasyonu sağlamıştır. Son taslak da geniş katılımlı halka açık toplantılarla şekillenmiştir. (Kaynak: Science and Development Network).

Kanunun üç ayağı bulunmaktadır:

- Üniversiteler, özel sektör ve araştırma kurumları arasında işbirliklerini teşvik etmek
- Üniversite ve araştırma kurumlarının bilimsel bilgi üretimini yenilik ucuna daha çok yaklaştırmak
- Özel sektörde teknolojik yenilik üretimini teşvik etmek

Brezilya için en önemli yeniliklerden biri kamu ve özel sektör arasında araştırma altyapısını paylaşmayı öngören düzenlemelerdir. Yalnız burada oranlar dikkat çekici olabilmektedir, örneğin bir şirket araştırmaya ayırdığı iş gücünü %5 artırırsa araştırmacıların ücretlerinin %80'i vergiden muaf olmuştur. Ek olarak, yüksek lisans ve doktora yapan araştırmacıların ücretlerinin bir kısmını fonlardan karşılamak mümkün olmaktadır.

⁴⁰ Yumuşak, İbrahim Güran, Beşeri Sermayenin İktisadi Önemi ve Türkiye'nin Beşeri Sermaye Potansiyali, s: 14.

Yenilik Kanunu'nun yanı sıra Brezilya'da odaklı teknik-ekonomik alanlara yönelik yoğunlaşma artan bir hızla sürmektedir. Brezilya ekonomisi çeşitli yapısal zaaflarına rağmen son derece dinamik özelliklere sahiptir. Ülkenin tarihinde ekonomik sektörlere yönelik seçici devlet müdahalelerinin çok başarılı olmuş örnekleri olması bu son açıklamaları daha gerçekçi kılmıştır. Brezilya ulaştırma sektöründe petrolden önemli ölçüde bağımsızlığın dünyadaki yegane örneği; ulaştırmada kullanılan yakıtın %50'ye yakını şeker kamışı üretiminden türetilen etanolden sağlanmaktadır. Brezilya bu modeli küresel ölçekte yaymak ve tüm dünyanın en ucuz ulaştırma yakıtını üretmek için yüz milyar dolarlarla ölçülen devasa programlar planlamaktadır.

3.3.1.5. Faiz Oranı

Brezilya ekonominin canlandırılması amacıyla, gösterge 2012'de faiz oranı %7.25'e kadar düşürülmüştür. 2014 yılının ilk yarısında ekonomik daralma yaşayan Brezilya ekonomisi enflasyon baskısını azaltmak için faiz artırımına gitmiştir. Brezilyada seçimden sonra hükümetin yüzde 4,5 olan tüketici fiyat endeksi hedefinin tutturulmasına yönelik olarak politika faizi 50 baz puan artırılarak %11.75 seviyesine yükseltilmiştir.

2015 yılında Brezilya yüksek faiz oranıyla mücadele kapsamında faiz oranını kademeli olarak yükseltmektedir. Faiz oranı %14.25 ulaşmıştır.

3.3.1.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Brezilya otomotiv yatırımları açısından dünyada ön sıralarda yer almaktadır. 2012 yılında 65 milyar \$ ile dünyanın 4üncü en fazla doğrudan yabancı yatırım alan ülkesi olmuştur.

Havaalanlarında yolcu sayısının geçtiğimiz beş yılda yaklaşık iki kat artması havaalanlarına yatırım ihtiyacını beraberinde getirmektedir. Dış ticaret hacminin son yıllarda hızlı bir şekilde artması limanların iş yükünü artırmış ve liman yatırımları ihtiyacını doğurmuştur. Trafığe yeni giren araç sayısının ciddi artış göstermesi trafik yoğunluğunu artırmış ve özellikle otoyollara yatırım yapılmasını gerektirmiştir.

Söz konusu yatırım ihtiyaçları nedeniyle, Lojistik Yatırım Programı açıklanmış ve bu kapsamda karayolları, demir yolları, limanlar, havaalanları ve enerji alanında özel firmalarca yatırım yapılmasına yönelik ihaleler serisi başlatılmıştır. Söz konusu programlar çerçevesinde özel sektörün yatırım yapması, devletin ise uygun koşullarda finansman sağlaması ve genel ekonomik istikrarı sürdürerek ekonomik büyümenin artırılması hedeflenmektedir.

2015 yılında doğrudan yabancı yatırımları 5,455 milyon dolarına ulaşmıştır. Brezilya'da yerli ve yabancı yatırımcılar genel itibariyle aynı kurallara tabi tutulmaktadır. APEXBrasil, Brezilya'ya yabancı yatırımların çekilmesinden sorumlu olup, yabancı yatırımcılara sektörel bazda yatırım imkânları hakkında bilgi sağlamakta, uygun yatırım yeri ve koşullarının temininde yardımcı olmakta, yasal prosedürlerin kolaylaştırılması, işgücü temini gibi ihtiyaçların giderilmesinde hizmet vermektedir. Eyaletler kendi alanı içerisinde yatırımların artırılması için özel projeler yürütebilmekte, sektör veya yerleşim yeri bazında farklı teşvikler sunabilmektedir. Ayrıca, her bir eyaletin yatırım ajansı bulunmaktadır. Özellikle yabancı yatırımların kolaylaştırılması için hizmet vermektedirler.

Brezilya'da istikrarlı sürdürebilir bir kalkınma için; yabancı sermayenin çekilmesi yönündeki politikaların gözetilmesi, mevcut iktidarların sol söylemleri ve millileştirme çabalarına rağmen genel olarak ihracat artışını büyümenin motoru olarak gören bir yaklaşımın tercih edilmesi, idari altyapının efektif işlemesi için iyileştirmeler yapılması, hiç kuşkusuz birbiri ile bağlantılı olup, bu unsurlara giderek artan bir önem verildiği gözlemlenmektedir.

Brezilya'da yabancı yatırımlara uygun koşullar sağlanmasına rağmen, devlet tekelinde olan petrol arama ve çıkarma, iletişim-medya, maden cevherleri, atom enerjisi, madenler ve diğer minerallerin araştırma ve çıkarılması, kırsal bölgelerde mülkiyet edinme, hava taşımacılığı ve finans sektörünün bazı dallarında yabancı yatırımlara bazı kısıtlamalar getirilmiştir. Yapılan anayasa değişiklikleriyle, yerli ve yabancı sermayeye sağlanan teşvikler arasındaki farklılığın yok edilmesine çalışılmaktadır. Devlet tekelindeki telekomünikasyon, petrol ve doğal gaz dağıtımını özel sektöre açılmıştır.

Brezilya'da otomotiv sektörüne yapılan yüklü yabancı yatırımlar sonucu gerçekleşen hızlı büyüme sonucu 17 farklı markayı barındıran otomotiv sektörü son

yıllarda hızla büyümüştür. Sektörün %93'ünü çokuluslu şirketler oluştururken, hükümetin sağladığı kolaylıklar ve destekleyici politikalar yabancı yatırımcılar için cazibesini sürdürmektedir.

3.3.1.7. Ham Petrol Üretimi

2011 yılı araştırma verilerine göre 149 bin metrekarelik bir bölgede tespit edilen toplam onaylanmış pre-sal rezervi 17.9 milyar varildir. 2015 yılında 28,75 milyar varildir, petrol fiyatı olarak sekiz yükselen piyasa ülkeleri arasında dördüncü sırada olmuştur, yani 1.27 per litredir.

3.3.1.8. Otomobil Üretimi

Kısa süre öncesine kadar umutlu pazarlar olarak gösterilen ve kendi kıtalarında en üst sıralarda yer alan Brezilya ve Rusya 2015 yılında sert düşüşlerle karşı karşıya çıkmıştır. 2015'te Brezilya'da daralma yüzde 14, araç kayıtları 2,3 milyona gerileyecektir. Bunlar üç yıl öncesinde elde edilen 3 milyona göre oldukça düşük rakamlar göstermiştir. Zayıf satış figürlerine ek olarak işsizlik planlarının ve tesis kapanışlarının da gösterdiği gibi her iki ülkede de yerel otomotiv sektörü zorluk çekmiştir. Brezilya pazarı 2016'da biaz istikrar kazanabilecektir, ancak hacimler düşük seyretmeye devam edecektir. 2015'te Brezilya dünya'da sekizinci otomobil üreten ülke kaydedilmiştir, yani yılda 2,3 milyon adet üretilmiştir.

Tablo 10. Brezilya'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (milyon)	Satış Aralığı (milyon)	%	Üretim (milyon)	Üretim Aralığı (milyon)	%
1	1999	0.94			1.35		
2	2000	1.17	0.23	24.47%	1.67	0.32	23.71%
3	2001	1.20	0.03	2.56%	1.82	0.15	8.75%
4	2002	1.20	-	0.00%	1.79	(0.02)	-1.35%
5	2003	1.32	0.12	10.00%	1.83	0.04	1.96%

NO	Yıl	Satış (milyon)	Satış Aralığı (milyon)	%	Üretim (milyon)	Üretim Aralığı (milyon)	%
6	2004	1.52	0.20	15.15%	2.21	0.38	20.91%
7	2005	1.71	0.19	12.81%	2.53	0.32	14.51%
8	2006	1.93	0.21	12.43%	2.61	0.08	3.17%
9	2007	2.46	0.53	27.75%	2.98	0.37	14.02%
10	2008	2.82	0.36	14.52%	3.22	0.24	8.17%
11	2009	3.14	0.32	11.38%	3.18	(0.04)	-1.17%
12	2010	3.52	0.37	11.90%	3.38	0.20	6.25%
13	2011	3.63	0.12	3.36%	3.41	0.03	0.77%
14	2012	3.80	0.17	4.65%	3.40	(0.01)	-0.16%
15	2013	3.77	(0.03)	-0.91%	3.71	0.31	9.11%
16	2014	3.50	(0.27)	-7.15%	3.15	(0.57)	-15.25%

Kaynak: OICA

3.3.2. Rusya

3.3.2.1. Teknoloji Yatırımları

Rusya’da yaşanan bu değişim ve inşa sürecinde dikkat çekilen en önemli husus, teknoloji ve inovasyondur. Teknoloji ve inovasyon açısından dünyada rekabet edebilen bir ülke konumuna yükselmeyi hedefleyen Rusya, çeşitli stratejiler hazırlamıştır. Bu stratejilerin uygulanması sonucunda uzay, nükleer, askeri ve bazı sanayi alanlarında kendisinden söz ettirmeyi başarmış bulunmaktadır.

2015 yılında Rusya’dan yaşanan ekonomik krizden dolayı büyük yankı getiren projelerin bazılarının iptal edilebileceği iddia edilmiştir. Rusya’da bütçeden büyük miktarda pay ayrılan inovasyon projelerinin bitirilmesi gündeme gelmektedir.

3.3.2.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Dünyanın toprak genişliği olarak en büyük ülkesi olan Rusya Federasyonu, 1998-2008 yılları arasında Gayri Safi Ar-Ge Harcamalarını neredeyse ikiye katlamıştır,

yine bu dönemde tarihinin en büyük büyüme oranını yakalamıştır. Ne yazık ki Rusya Federasyonu'nun ekonomik ve yapısal bazı dengesizlikleri Ar-Ge yatırımlarını olumsuz etkilemektedir. Örneğin Rusya'da Ar-Ge faaliyetlerinde çalışan bilim adamları çok yüksek maaşlarla istihdam edilmektedirler. Bunun doğal sonucu olarak Ar-Ge maliyetleri artmaktadır. UNESCO'nun bilim raporuna göre Rusya'nın Ar-Ge faaliyetlerinde kullandıkları makine ve ekipmanın dörtte birinin yaşı 10 yıl ve üzerinde, %12,5'ininki ise 20 yıl ve üzerindedir. Toplamda %55'leri bulan eski makine teçhizatlarının sadece %7'sinden azı Ar-Ge faaliyetlerin verimli bir şekilde kullanılabilir durumdadır. Ayrıca Sovyet Rusya zamanında Ar-Ge faaliyetlerine bütçeden ayrılan pay su dönemkinin neredeyse iki katından fazlaydı. Fakat bu araştırma geliştirme faaliyetleri askeri tabanlı idi ki; 1990'lı yapılan Ar-Ge harcama istatistikleri Amerika birleşik devletlerinin ayırdığı paya eşitti. 2005 yılına gelindiğinde bütçeden ayrılan pay öncekine oranla %38 azaltıldı ve 2012 yılında %18'lik bir indirim daha yapıldı (www.r&dmag.com, 22 Mart 2016).

Rusya Devlet Başkanı Dmitry Medvedev'in 2011 yılında çıkarılan 2012 yılında yürürlüğe giren 132-FZ olarak adlandırılan bir dizi kanunun değişikliğini onayıyla birlikte vergileme sisteminde Ar-Ge faaliyetlerini destekleyici önemli bir adım atılmıştır. Ar-Ge faaliyetinde bulunan firmalar teşvikten, herhangi bir yükümlü oldukları kurumlar vergisinden düşerek ve yetkili kişilere beyan ederek yararlanmaktadırlar. Aşağıda sayılan faaliyetlere vergi indirimleri ve %18 KDV indirimi uygulanmaktadır.

- Ar-Ge'de çalışan personele yapılan ödemeler (Personel maliyetlerine %75 yansımaktadır).
- Ar-Ge biriminde kullanılan malların maddi ve maddi olmayan malların amortisman bedelleri
- Ar-Ge faaliyetlerinde kullanılan materyal, enerji, yakıt maliyetleri
- Ar-Ge faaliyetlerindeki performans maliyetleri ve işletme dışı is ve kişi maliyetleri

Bu kanun ile Ar-Ge faaliyeti yapan vergi mükellefleri, Rusya Hükümeti'nin listelemiş olduğu harcamaların 1,5 katına kadarını ilgili vergi döneminin sonuna kadar Ar-Ge tamamlama raporlarıyla birlikte sunmak durumundadırlar (Reddy, 2011).

3.3.2.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Rusya’da beşeri sermaye yatırımları, ülkenin sosyal ve ekonomik göstergelerinde önemli ve olumlu gelişmeler elde edilmesini sağlamamıştır. Reformlar öncesi dönemde, mesleki eğitim, statü, işyerinde özgürlük, daha yüksek iş tatmini ve daha iyi çalışma koşulları gibi önemli maddi olmayan faydalar sağlamıştır. 2000 yılından itibaren, maddi olmayan faydaların çoğu ortadan kalkmış, eğitimin bireysel getirisi de düşük kalmıştır. Bunların sonucu olarak, beşeri sermaye sıralamasında Rusya, beşeri sermaye yönünden, ABD’den %70-80 kadar daha geride kalmıştır. Bu durumun nedenleri, çeşitli eğitimle meslekler arasında yanlış eşleştirmeler, düşük ücretler ve Rusya’dan gelişmiş ülkelere doğru ‘beyin göçü’ önemli etkenler olmuştur.

3.3.2.4. İnovasyon

İnovasyon faaliyetleri için atılan bir diğer ciddi adım 2002 yılında gerçekleştirilmiştir. Devlet başkanlığı düzeyinde “*2010 Yılına Kadar Rusya Federasyonu’nun Bilimsel ve Teknolojik Kalkınması İçin Temel Politikalar ve Gelecek Perspektifi*” raporu hazırlanmıştır. Bu raporda belirtilen, Rusya Federasyonu’nun bilimsel, teknolojik ve teknik kalkınması adına atması gereken öncelikli adımlar; Enformasyon, telekomünikasyon teknolojileri ve elektronik, uzay ve havacılık teknolojileri, yeni materyaller ve kimyasal teknolojiler, yeni taşımacılık (transport) teknolojileri, silahlanma perspektifleri, askeri ve özel teknikler, üretim teknolojileri, canlı sistem teknolojileri, ekoloji ve doğayı rasyonel kullanım, enerji tasarruf teknolojileri şeklinde sıralanmıştır (Vasilyev, 2006). Ülkedeki bütün unsurlar ile ülkenin kalkınması adına hazırlanan bir “SosyalMutabakat” olması amaçlanan bu strateji, Viladimir Putin’in Rus tarihinde unutulmaz bir reformcu (novator) olma isteği ile doğmuştur (Kommersant, 2002).

İnovasyonel kalkınma yoluna geçiş, modern Rusya için çok önemli bir görev olarak belirlenmiştir. Öncelikli konulardan birisi, bilgiye dayalı yeni bir ekonomiye geçiştir. Yeni ekonominin şekillendirilmesi, ileri teknoloji sanayisi, beşeri sermaye,

eğitim alanları, kadroların kalifiye edilmesi gibi birçok hususta somut değişimlere kapı aralayacaktır (Negiz, 2013: 2).

Rusya Federasyonu Eğitim ve Bilim Bakanlığı tarafından 2006 yılında hazırlanan bu strateji ile geçmiş dönemlerden hazırlanan stratejiler güncellenmiş, yeni bir vizyon belirlenmiştir. Stratejide inovasyon ve kalkınma yolunda çözülmesi gereken sorunlar belirlenmiştir. Bu sorunları sıralayacak olursak kısaca şu şekildedir (Strateji 2015):

- Rekabet edilebilir Ar-Ge (Araştırma Geliştirme) sektörünün oluşturulması ve büyük üretim yapması için gereken şartların oluşturulması,
- Verimli bir Milli Inovasyon Sisteminin (MİS) kurulması,
- Ar-Ge sonuçlarının hukuki haklarının korunması ve kullanımı için enstitülerin geliştirilmesi,
- Teknolojik inovasyon temelinde ekonominin modernizasyonu.

Stratejide hedef olarak belirtilen unsurlar ise; Ar-Ge sektörünün geliştirilmesi, verimli inovasyon sisteminin kurulması, bu sayede ekonomide teknolojik modernizasyonun, rekabet edebilirliğin sağlanması, bilim potansiyelinin istikrarlı ekonomik büyümenin en önemli kaynaklarından biri olmasını sağlamaktır (Strateji 2015).

3.3.2.5. Faiz Oranı

Rusya Merkez Bankası, 2014 yılında gerçekleştirdiği toplantıda, rubledeki son 16 yılın en keskin değer kaybının ve enflasyondaki yükselişin önüne geçebilmek için gösterge faiz oranını %10.5'ten %17 seviyesine yükseltmiştir. Bu kararla Rusya Merkez Bankası, 80 milyar dolarlık son döviz müdahalesinin rubledeki değer kaybının önlenememesinin ardından 2014 yılı içindeki altıncı faiz artırımını gerçekleştirmiştir. Ruble, 2014 yılı genelindeki yüzde 50'ye yakın değer kaybıyla 2014 yılında küresel ölçekte en fazla değer kaybeden para birimi olmuştur. Diğer taraftan rubledeki değer kaybının önlenememesi durumunda Rusya Merkez Bankası'nın döviz müdahalelerine devam edebileceği ve ciddi boyutta rezerv kaybı yaşayabileceği belirtilmektedir. 2015 yılında faiz oranı %11'e düşürülmüştür.

3.3.2.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Yatırım alanındaki Rusya için düşüşler 2014-2015 yıllarının en büyük sorunu olmuştur. 2014 yılının ilk döneminde iç talepte de bir düşüş yaşandığı için yatırımların düşüş dinamiği ılımlı olmuştur. Rublenin devalüasyonu ve Batının yaptırımları ikinci dönemde yatırım dinamiğine baskıyı artırmıştır. Rusya Federasyonu'nun dış partnerlerinin zayıflığı ve rublenin düşük değeri sabit varlıklara yatırımı hızla azaltmıştır.

3.3.2.7. Ham Petrol Üretimi

Dünyadaki en büyük 13 petrol şirketinin 5 tanesi Rusya'da. Dünyanın artan petrol ihtiyacına sadece Ortadoğu ve Rusya'nın üretim artışları ile yanıt verilebileceği tespit edilmiş vaziyette. Ve Rusya en büyük OPEC dışı üretici. 2000'den itibaren üretimde tekrar artış yakalandı. 2000-2004 döneminin ortalama üretimi yıllık 430 milyon tondur. Bu üretim yapılırken bir yandan da hampetrol taşımacılığı ve petrol ürünleri üretimi alanlarında önemli gelişmeler sağlanmıştır. Eğer Rusya coğrafi zorlukları ortadan kaldıracak yatırımları yapabilse ya da daha fazla finansmana sahip olsa, bu miktar çok daha üst noktalarda olabilirdi. Rusya'da hükümet çeşitli kesimlerden, elde edilen petrol karlarının ve Stabilizasyon Fonu'nda biriken paranın diğer sektörleri canlandırmak için kullanılması konusunda yoğun bir baskı görüyor. Ayrıca Rusya'da geçmişte gelişen sivil toplum kavramının, şimdi otoriter devlet arayışı ile ortadan kalkmaya başladığına dair de yoğun eleştiriler var. Batı ise Rusya'yı açık toplum özelliğini koruması konusunda sık sık uyarıyor.

Buradaki bir başka sorun da, Rus ekonomisinin bu sorunu aşması durumunda yaşanacaklar. Örneğin üretim sektörlerinde canlanma yaşanırsa, taşımacılık ağı gelişir ve yüksek maliyetli altyapı projeleri tamamlanırsa, petrole olan iç talep artacak, bu da Rusya'nın petrol ihraç etmesini zorlaştıracaktır. 2013 yılında Rusya petrol üretimi 10.8 milyon v/g ve tüketimi 3.3 milyon v/g.

3.3.2.8. Otomobil Üretimi

Brezilya’da gibi otomotiv pazarı 2015’te sert düşüşlerle karşı karşıya çıkmıştır. Rusya’da daralma yüzde 32 ve araç kayıtları 1,7 milyona gerilemiştir. 2016’da yüzde 10 ivme kazanması beklenmektedir ancak hacimler düşük seyretmeye devam edecektir. Bu nedenle General Motors başta Kaliningrad, Nijni Novgorod ve Saint Petersburg olmak üzere Rusya’daki üretim hatlarının hemen hemen hepsini kapatmıştır. Brezilya ve Rusya pazarlarında orta vadede ilginç manzaralarla karşılaşılabilir ancak ne yazık ki pazarların oynaklığının sürekli olması sektörel stratejilerin sürdürülmesini zorlaştırıyor ve bunun sonucunda belirli zamanlarda büyük kayıplar yaşanabilir. Yine de, Rusya’da üretim durumu 1.8 milyon adet ulaşmıştır, yani dünyada 11. sırada olmuştur.

Tablo 11. Rusya’da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	1.30			1.17		
2	2000	1.37	0.07	5.22%	1.20	0.03	2.81%
3	2001	1.72	0.35	25.64%	1.25	0.05	4.00%
4	2002	1.72	0.00	0.02%	1.22	(0.03)	-2.48%
5	2003	1.70	(0.02)	-0.88%	1.28	0.06	4.85%
6	2004	2.00	0.30	17.60%	1.39	0.11	8.34%
7	2005	1.81	(0.20)	-9.83%	1.35	(0.03)	-2.23%
8	2006	2.24	0.44	24.26%	1.51	0.15	11.36%
9	2007	2.90	0.65	29.10%	1.66	0.15	10.06%
10	2008	3.22	0.32	11.19%	1.79	0.13	7.84%
11	2009	1.60	(1.62)	-50.43%	0.73	(1.07)	-59.50%
12	2010	2.11	0.51	31.91%	1.40	0.68	93.55%
13	2011	2.90	0.79	37.70%	1.99	0.59	41.83%
14	2012	3.14	0.24	8.27%	2.23	0.24	12.21%
15	2013	3.00	(0.14)	-4.55%	2.19	(0.04)	-1.83%

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
16	2014	2.55	(0.45)	-15.11%	1.90	(0.30)	-13.54%

Kaynak: OICA

3.3.3. Hindistan

3.3.3.1. Teknoloji Yatırımları

Dünyanın teknolojide en hızlı büyüyen ülkelerinden Hindistan ile karşılaştırıldığında iki ülke arasında oldukça şaşırtıcı bir uçurum ortaya çıkıyor. Çin'in yaklaşık 36 milyar dolarlık teknoloji yatırımına karşılık Hindistan ise 2015'te 7.7 milyar dolar seviyesine ulaşabilmektedir.

3.3.3.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Hindistan hükümeti son yıllarda gelişmekte olan bir ekonomi olarak çok uluslu şirketlerle yapmış oldukları ortaklıklar ile yatırımları ülkesine çekme hedefini gerçekleştirmiş bir ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hedefini gerçekleştirmesinde ülke dışında eğitim almış nitelikli işgücünün büyük bir rolü olduğu söylenebilir. özellikle son yirmi yıldır hükümet Ar-Ge harcamalarına önemli teşvikler vermektedirler.

Hindistan'ın vergi kanunları mükelleflere bilimsel Ar-Ge harcamalarına aşağıdaki şartlarda vergi indirimi önermektedir.

- Bilimsel araştırma çalışmalarında kullanılan gelir ve sermaye giderlerine %100 vergi indirimi uygulanmaktadır. Bu gelir harcama kalemlerinden faydalanmak için üç yıldır faaliyet gösteriyor olması gerekmektedir.
- Teşvik mevzuatında belirlenmiş şartlara haiz olan özel araştırma enstitülerine %175 bir indirim uygulanmaktadır. Sosyal ve istatistiki araştırma yapan ortaklıklara ise %125'lik bir indirim yapılmaktadır.
- İmalat sektörü ve kanunda kısıtlama getirilmiş bazı sektörler hariç (içki, tütün, şarap üreten sektörler) bina ve arazi temini dışında Bilimsel ve Endüstriyel Araştırma Departmanınca onaylanması halinde %200'e kadar gelir ve sermaye indirim teşviki uygulanmaktadır.

Aşağıdaki şartları yerine getiren bütün Ar-Ge faaliyetinde bulunan araştırma kuruluşları, üniversiteler, kolejler, ulusal laboratuvarlar, Hindistan Teknoloji Enstitüsü gibi kuruluşlara teşvik verilmektedir.

- Özel ekonomi alanlarında olmak koşuluyla (SEZ), gelişmişlik komisyonundan onay belgesi almaları gerekmekte
- Ar-Ge faaliyeti yapacak birimin 1 Nisan 2005'ten önce (SEZ) kapsamında ise başlamış olması
- Bu faaliyet alanı içindeki birimin ihracat yapıyor olması
- Başvuracak birimin tekrar yapılanma ya da bölünme içerisinde bulunmaması gerekmektedir.

Bu şartları sağlayan kurum ve kuruluşlara yeni direk vergi indirimi kanunu (DTC - Direct Tax Code) kapsamında, ilk 5 yılda %100 sonraki 5 yılda %50 vergi indirimi uygulamaktadır.

2014 yılında, Hindistan dünyanın en büyük sekizinci yıllık Ar-Ge yatırım olmuştur (Küresel Ar-Ge harcamalarının %2.7) 44 milyon \$ ABD tahmin edilmektedir. Ülkenin toplam Ar-Ge harcamaları, GSYİH'nın yaklaşık %1 ve hükümetin harcama sektöründen iki-üç kat daha fazladır.

3.3.3.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

UNCTAD tarafından 2005 yılında toplam 119 ülke için yapılan hesaplamalara göre Türkiye, Hindistan, Çin ve Endonezya ile birlikte yüksek beşeri sermayeye sahip ülke grubunda yer almaktadır. Hindistan'da beşeri sermaye sahip çok fazla sayıda yetişmiş insan ileri bilgi düzeyi gerektiren sektörlerde çalışmaktadır. Hindistan beşeri sermaye yatırımları, bu ülke'nin sosyal ve ekonomik göstergelerinde önemli ve olumlu gelişmeler elde edilmesini sağlamıştır.

3.3.3.4. İnovasyon

Dünya ekonomik forumun küresel rekabet raporu 2015-2016 yenilik kapasitesi açısından dünya ülkeleri arasında 42. yerde Hindistan koymuştur. Hindistan, bilim adamları ve mühendislerin durumu açısından BRIC arasında güçlüdür, ancak üniversite-

sanayi Ar-Ge işbirliği ve başına verilen patens gibi diğer parametreler üzerine gecikme uzunluklardır.

Hindistan sürekli Ar-Ge ve inovasyon girişimleri için stratejik bir merkez olarak yerli ve yabancı çok uluslu şirketler için önem kazanmaktadır. Ülkedeki Ar-Ge ekosistem Ar-Ge üç temel alana üzerine odaklanmıştır, yani temel araştırma, tasarımı, ve yeni araç modelleri mühendisliği ve geliştirme.

3.3.3.5. Faiz Oranı

Hindistan Merkez Bankası, büyümeyi desteklemek amacıyla üçüncü kez faiz indirimi kararı almıştır. 2 Haziran 2015 tarihinde Merkez Bankası politika faiz oranını 25 baz puan düşürerek yüzde 7,25 seviyesine çekmiştir. Çin'in ardından bir diğer büyük gelişmekte olan ekonomi olan Hindistan'ın da faiz indirimine gitmiş olması FED'in önümüzdeki süreçte olası faiz artırımını sonrasında bu ülkelerden sermaye çıkışı yaşanmasından önce büyümeyi destekleyici hamle olarak görülmektedir. Genel olarak Hindistan 2015 yılında merkez bankası tarafından faiz oranı ortalaması yüzde 6.75 gerçekleşmiştir. Diğer yükselen piyasa ülkeler arasında, Hindistan'ın faiz oranı orta sırada olmuştur.

3.3.3.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Hindistan'da yabancı yatırımcılar şirketin öz sermayesi, şirket kararlarında oy hakkı, zorunlu devlet onaylamaları ve sermaye kontrolleri yollarıyla kontrol altında tutulmaktadır. 1991 yılından bu yana devlet bu kısıtlamaları rahatlatan ekonomik reformlar uygulamaktadır. Buna rağmen hala bir dizi karmaşık kısıtlamalar bulunmaktadır. Yabancı yatırımlar hala bazı sektörlerde yasaktır. 1990'ların ortalarından itibaren Hindistan çoğu sektörde yabancı yatırıma otomatik onay verilmesi uygulamasına izin vermiştir. Uygun hallerde, yabancı yatırımcılar bu sayede devlet lisansına ve onaylarına gerek duymadan basitçe Hindistan Merkez Bankasına (RBI) yatırımlarını bildirmektedirler. Diğer sektörlerde Yabancı Yatırım Geliştirme Kurulu (FIPB) ya da Yabancı Yatırım Kabine Komitesinden onay istenmektedir. Devletin onay prosedürlerine göre Hindistan'da ikamet etmeyen Hintliler ve tek markalı perakende

satış dışındaki yabancı yatırım başvuruları Maliye Bakanlığının Ekonomik İşler Dairesince alınmaktadır. Hindistan'da ikamet etmeyen Hintliler ve tek markalı perakende satış için yabancı yatırım başvuruları ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Sanayi Politikası Geliştirme Dairesince alınmaktadır. Kurallar sanayiden sanayiye sıkça değişiklik göstermektedir⁴¹.

Mevcut şirketler de yabancı ortaklığa gidebilmek için otomatik yatırım izni alabilmektedir. Koşullar şunlardır: i) Yabancı payı artışı şirketin öz sermayesi artışı ile birlikte olmalıdır (yabancı yatırımcı mevcut hisseleri satın almak yoluyla yatırım yapamaz), ii) Yapılan yatırım döviz girdisi sağlamalıdır, iii) Hindistan şirketinin yönetim kurulu buna onay vermelidir. Otomotiv sektöründe yabancı yatırım sınırı yoktur. Otomatik onay mümkündür. 2014 UNCTAD raporuna göre Hindistan Doğrudan Yabancı Yatırım için 2014-2016 döneminde en çekici dördüncü lokasyondur⁴². 2015 yılında doğrudan yabancı yatırım Hindistan'da 3,743 milyon ABD doları ulaşmıştır.

3.3.3.7. Ham Petrol Üretimi

Hindistan dünyanın petrol tüketen ülkeleri arasında 8. sırada yer almaktadır. Günlük üretim sabit kalmak koşuluyla 21 yıllık, toplam 5.4 milyar varil ham petrol rezervi buluna Hindistan, günde 3.2 milyon varil petrol tüketmektedir. Yaklaşık %60'ı ithal edilen petrolün büyük bölümü Orta Doğu ülkelerinden alınmaktadır. Hindistan'ın mevcut rafine kapasitesinin 2025'e kadar %50 oranında genişletilmesi hedeflenmektedir. 2015 yılında Hindistan petrol günlük üretim 771 bin varil göstermektedir. Petrol fiyatı olarak sekiz yükselen piyasa arasında 5'inci sırada yer almaktadır.

3.3.3.8. Otomobil Üretimi

İki zorlu yıl sonrasında Hindistan iyileşmeye doğru yol almıştır; büyümenin 2015 yılında yüzde 6, 2016 yılında ise yüzde 7 olacağını öngörülmüştür. Ancak satış hacimleri 2 milyon adet ile (Çin'in satış hacminin onda biri) halen düşük olmuştur. Diğer yandan satışlara küçük, düşük maliyetli araçların satışlara hakim olması ile

⁴¹ <http://www.ekonomi.gov.tr>

⁴² UNCTAD, World Investment Report 2014

marjlar da dar olmaktadır. Üretim olarak yılda 3,8 milyon adet, yani altıncı sırada tutmuştur.

Tablo 12. Hindistan’da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	0.87			0.82		
2	2000	1.10	0.24	27.44%	0.80	(0.02)	-2.69%
3	2001	1.02	(0.09)	-7.82%	0.81	0.02	2.31%
4	2002	1.03	0.01	1.21%	0.89	0.08	9.49%
5	2003	1.19	0.15	14.96%	1.16	0.27	30.22%
6	2004	1.59	0.40	33.76%	1.51	0.35	30.10%
7	2005	1.44	(0.14)	-9.13%	1.64	0.13	8.44%
8	2006	1.75	0.31	21.55%	2.02	0.38	23.26%
9	2007	1.99	0.24	13.87%	2.25	0.23	11.58%
10	2008	1.98	(0.01)	-0.53%	2.31	0.06	2.70%
11	2009	2.27	0.28	14.28%	2.64	0.33	14.12%
12	2010	3.04	0.77	34.16%	3.56	0.92	34.66%
13	2011	3.29	0.25	8.14%	3.93	0.37	10.41%
14	2012	3.60	0.31	9.36%	4.17	0.25	6.30%
15	2013	3.24	(0.35)	-9.85%	3.90	(0.28)	-6.62%
16	2014	3.18	(0.06)	-1.99%	3.84	(0.06)	-1.49%

Kaynak: OICA

3.3.4. Çin Halk Cumhuriyeti

Gelişmekte olan ülkelerin motoru olan Çin ekonomisi yılın ilk yarısında beklenenin altında bir performans göstererek ortalama yüzde 7,6 oranında büyüme kaydetmiştir. Çin, 2013 yılı ilk çeyreğinde azalan tüketim ve zayıflayan ihracat nedeniyle gerileme kaydederek yüzde 7,7 oranında, ikinci çeyrekte de yavaşlama

eğilimini sürdürerek yüzde 7,5 oranında büyümüştür. Ancak Çin ekonomisinde yılın ilk yarısında gözlenen durgunluk işaretleri son aylarda yerini toparlanmaya bırakmıştır. Çin İmalat Sanayi PMI verisi Haziran ayında 50,1 seviyesine kadar inmişken Ağustos ayından itibaren toparlanarak Eylül’de 51,1’e yükselmiştir. Çin’de sanayi üretiminin Eylül’de son 17 ayın en hızlı büyümesini kaydetmesi, kredi büyümesinin son dört çeyrektir ilk kez artış kaydetmesi ve ihracatın beklentinin üzerinde gelmesi ile ekonominin bu yıl yüzde 7,5 büyüme hedefini tutturma ihtimali kuvvet kazanmıştır.

3.3.4.1. Teknoloji Yatırımları

Çin hükümeti yüksek teknoloji girişimlerine standart %25 olan kurumlar vergisini (CIT) %15 olarak uygulamaktadır. Ayrıca yüksek/yeni teknoloji girişimlerine (HNTes) seçilmiş beş özel ekonomi bölgesinde (Hainan, Shantou, Shenzhen, Xiamen ve Zhuhai) 2+3 vergi tatili (iki yıl vergi muafiyeti izleyen üç yılda %50 vergi indirimi) vermektedir.

Çin’in teknoloji yatırımları 2015 yılında oldukça yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Ülkede yıl boyunca tam 35.96 milyar dolar değerinde teknoloji yatırımı gerçekleştirildi. 2014 yılında teknoloji alanına 11.33 milyar dolar yatırım yapan Çin, bir yıl içinde yatırımlarını tam %217 arttırmış oldu. Dünyanın teknolojide en hızlı büyüyen ülkelerinden Hindistan ile karşılaştırıldığında iki ülke arasında oldukça şaşırtıcı bir uçurum ortaya çıkıyor. Çin’in yaklaşık 36 milyar dolarlık teknoloji yatırımına karşılık Hindistan ise 2015’te 7.7 milyar dolar seviyesine ulaşabilmektedir.

3.3.4.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Dünya genelinde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinde, özellikle Çin başta olmak üzere Asya ülkelerinin gelişimi dikkat çekmektedir. 2012 itibarıyla milli gelir büyüklüğünün 8 trilyon USD’yi aştığı tahmin edilen Çin ekonomisi dünyada ABD ekonomisinin ardından ikinci sırada yer almaktadır. Çin’in toplam Ar-Ge harcaması 2009 yılı itibarıyla 154 milyar USD, araştırmacı sayısı ise bir milyon kişinin üzerindedir. 30-40 yıl önce Türkiye ile benzer bir ekonomik yapıya sahip olduğu ifade edilen ve

sıklıkla karşılaştırma yapılan Güney Kore de bu alandaki faaliyetleri ile ön plana çıkmaktadır.

Çin Halk Cumhuriyeti son yıllarda yüksek büyüme ve uluslararası ticaret potansiyeli bakımından dikkatleri üzerine çekmektedir. Ar-Ge faaliyetlerini büyümenin dinamiği olarak görmekte ve Ar-Ge faaliyetinde bulunan firmalara büyük avantajlar sağlamaktadırlar.

2012 yılının ocak ayında Shanghai’da pilot bölge olarak uygulamaya konulan bu sistemin Ar-Ge faaliyetlerine büyük faydası olmuştur. Bu sistemde işletmelerin Ar-Ge faaliyetlerinde kullanacakları makine ve ekipman alımlarında kurumlar vergisi ve KDV’den muaf tutulmuşlardır. Ayrıca bu işletmelerin nitelikli yabancı yatırım yapıyor olmaları gerekmektedir. Bu sistemde yararlanan firmalar, Ar-Ge faaliyetlerine daha çok kaynak ayırmışlar ve rekabet güçlerini artırmışlardır (www.pwc.com, 2012).

3.3.4.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Çin beşeri sermaye yatırımları, bu ülke’nin sosyal ve ekonomik göstergelerinde önemli ve olumlu gelişmeler elde edilmesini sağlamıştır. Çin, bilim & teknoloji için dünyanın en büyük insan kaynakları havuzu olmasına rağmen, nüfusun üçüncül nitelikli payı hala son derece düşüktür. Ayrıca, Çin dünya çapında araştırmacıları yoksundur. Bin Yetenekler Programı hem Çin Komünist Partisi Örgütü Bölümü hem de Çin Bilimler Akademisi’nin 100 Yetenekleri tarafından onaylanmaktadır, yurt dışından dahil, çekmek ve üst katman akademisyenlerin korumak, hedeflemektedir. Bilim ve Teknoloji Yetenek Geliştirme için Ulusal Planı (2010-2020), çok yetenekli bir hareketlilik desteklenmesi ile ve yatırım inovasyon platformlarında ile ve yetenekli yetiştirmek için ulusal anahtar laboratuvarları, önemli Ar-Ge personeli, yenilikçi personelin iş sektörünün ihtiyacı ele almaktadır. Yaşam ödenekleri ve doktora sonrası araştırma fonu işletmeler de temin edilmektedir.

3.3.4.4. İnovasyon

BRIC ülkeleri arasında en güçlü inovasyon performansı Çin’de görülmüştür (EIS, 2008: 8). İş sektörü GERD’nin %74 katkıda bulunmaktadır (GSYİH’nın %1.51,

2012), ve Çinli firmaların hem Ar-Ge performans hem de müteahhitler olarak aktiftir. Çinli halk tarafından patent başvuru sayısı son yıllarda yükselişe rağmen, Çin yenilik çıkış hala OECD standartlarına göre uluslararası patent ve marka tescil açısından geri kalmıştır. girişim sermayesi eksikliği ve iş ortamı olduğu yüzünden, yenilikçi başlangıç için zordur. kamu iktisadi teşebbüslerinin (KİT) baskınlığı, özellikle kamu hizmetleri, Normalde rekabet ortaya çıktığını yenilik baskıları hafifletmek eğilimindedir. iş sektörünün inovasyon kapasitesini artırma bu nedenle önemli bir sorundur. Çeşitli politika araçları bir kurumsal merkezli inovasyon sistemini güçlendirmek ve Çinli firmaların yerli yenilik kapasitesini vurgulamaktadır. uygun Ar-Ge maliyetlerinin aralığı genişletmek için ve İthal Ar-Ge ekipman üzerinde vergi indirimi için kar amaçsız Ar-Ge kuruluşları uygun yapması, vergi indirimi 2013 yılında revize edilmiştir. Vergi teşvikleri eğitim ve öğretim programlarında yatırım firmalara verilmektedir. Amacıyla KOBİ'ler ve ICT firmaların gelişimini desteklemek için, Kurumlar vergisi ve katma değer vergi, yüksek teknoloji işletmeleri için azaltılmıştır.

3.3.4.5. Faiz Oranı

Çin Merkez Bankası'ndan yapılan açıklamaya göre, politika ve mevduat faiz oranları 25'er baz puan düşürülmüştür. Buna göre, 1 yıl vadeli gösterge borç verme faiz oranı yüzde 4,35'e, 1 yıl vadeli mevduat faiz oranı yüzde 1,50'ye indirildi. Faiz oranları 24 Ekim'den itibaren geçerli olacaktır.

Çin MB'den yapılan açıklamada finansmanın sosyal maliyetinin azaltılması amacıyla faiz indirimine gidildiği belirtilmiştir. Açıklamada ayrıca ticari bankalar ve kırsal kooperatif finansal kurumları için artık dalgalı mevduat faiz üst limiti belirlenmeyeceği vurgulanmaktadır. Çin MB, faiz oranlarını piyasa tarafından belirlenmesine ve regülasyon mekanizmalarının iyileştirilmesine, merkez bankası faiz oranı sisteminin regülasyonunun güçlendirilmesine, para politikası aktarımının etkinliğinin ilerletilmesine dikkat gösterileceğini de ifade etmiştir. Çin Merkez Bankası zorunlu karşılıkları 50 baz puan düşürdü ve büyük bankaların zorunlu karşılıklarını yüzde 17,50'ye çekmektedir.

Çin Merkez Bankası, faiz oranlarında indirim kararının, enflasyon değişimi ile GSYH değişiminin paralel olmaması nedeniyle alındığını bildirdi. Çin’de tüketici fiyatları en son yıllık bazda yüzde 1,6 artış, büyüme oranı ise yüzde 6,9 olarak açıklanmıştır.

3.3.4.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Yabancı sermaye girişleri Çin ekonomisinin hızlı büyümesinde en önemli faktörlerden biridir. Çin dünyada en fazla yabancı sermaye çeken Ülke konumundadır. Çin’de resmi olarak doğrudan yabancı sermaye girişlerine 1979 yılında izin verilmiştir. Ancak uluslararası sermaye çevrelerinin büyük yatırımlar ile ülkeye girişi, 1992 yılında Deng Xiaopinin Çin ekonomisinin daha fazla liberalleşmesini öngören programa desteği ile, dışa açılma politikasının devamlılığına olan inancın pekişmeye başladığı döneme rastlamaktadır (DEİK, 2003: 7).

Çin’e gelen doğrudan yabancı yatırımlar birçok yeni endüstri dalının kurulmasını ve tüketicilerin çok daha çeşitli mal ve hizmetlerle tanışmasını sağlamakla birlikte, birçok alana yeni teknolojilerin gelmesine de aracı olmuştur (Oz, 2006: 17). 2014 yılında Çin’e gelen doğrudan yabancı yatırımlar hacmi 14.100 milyon ABD doları ulaşmıştır. Sekiz yükselen piyasa ülkeler arasında Çin birinci olmuştur.

Çin’de 2013 yılında yurtdışında yapılan doğrudan yabancı yatırımlar rekor düzeyde gerçekleşmiştir. Çin Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan raporda, 2013 yılında küresel düzeyde ülke dışındaki yatırımların yüzde 1,5 arttığı, buna karşın Çin’in dış yatırımlarının yüzde 22,8 oranında artarak akım düzeyde 108 milyar dolar seviyesinde gerçekleştiği belirtilmiştir. Bu sayede 2012 yılından sonra 2013 yılında da dünyanın en büyük yatırımcı ülkesi Çin olmuştur. 2013 yılı itibarıyla yurtdışı yatırımların stok miktarına bakıldığında Çin 184 ülkede toplam 660 milyar dolar yatırım hacmi ile küresel düzeyde 11. sırada yer almıştır. Bu yatırımlarda en büyük payı yüzde 83 pay ile leasing ve ticaret hizmetleri, finans, madencilik, perakendecilik sektörleri toplamı oluşturmuştur. Küresel piyasalar ile daha yüksek düzeyde entegre olmaya çalışan Çin, yerli firmalarına uluslararası alanda yatırım yapması konusunda destekte bulunmaktadır.

3.3.4.7. Ham Petrol Üretimi

Çin'in petrol sektörü son yirmi yılda büyük bir değişim göstermiştir. 1998 yılında Çin hükümeti, çoğunluğu devlet şirketlerinden oluşan çok sayıdaki petrol şirketini dikey birleşme yoluyla iki şirket hâline dönüştürmüştür. Bu şirketler, Çin Ulusal Petrol Şirketi (China National Petroleum Corporation-CNPC) ve Çin Petrokimya Şirketi (China Petrochemical Corporation-Sinopec)'dir. Birleşme öncesi bu şirketlerden CNPC arama ve üretim alanlarında yoğunlaşmış, Sinopec ise rafinaj ve dağıtım alt sektörlerinde faaliyet göstermiştir. Birleşme sonrasında CNPC kuzey ve batıda, Sinopec ise daha çok güneyde faaliyetlerine devam etmiş, kısmen uzmanlık alanlarını korumuşlar, ancak daha çok bölgesel çalışmaları ağırlık kazanmıştır. Bu iki dev şirketin dışında, Çin'in üçüncü büyük entegre şirketi Çin Denizaşırı Petrol Şirketi (China National Offshore Oil Corporation-CNOOC)'dir (EIA, 2006).

Çin'in yerli petrol üretiminin yaklaşık % 80'i karasal sahalardan yapılmaktadır (EIA, 2016). Çin petrol şirketleri, son yıllarda gereksinim duyduğu petrol ve gazın elde edilebilmesi için uluslararası alanda da yoğun bir arama-üretim çabası içine girmiştir. CNPC, dört kıtaya yayılmış yirmi bir ülkede arama ve üretim yapma ayrıcalığı yakalamıştır. 2005 yılında CNPC, 2005–2020 yılları arasında yabancı petrol ve gaz kaynakları için 18 milyar dolar yatırım yapacağını açıklamıştır. Sudan'daki proje kapsamında Kızıl Deniz'e uzanacak 900 millik boru hattı yatırımı da dâhil olmak üzere bu ülkede petrol sektörüne 8 milyar dolardan daha fazla yatırım yapılmıştır. 2015 yılında Çin ham petrol Üretimi 4.3 milyon varil/gün gerçekleşmiştir.

3.3.4.8. Otomobil Üretimi

2008 ve 2014 yılları arasında iki buçuk kat büyümenin ardından (9 milyon adetten 23,5 milyon adete; yıllık ortalama yüzde 25'un üzerinde büyüme) dünyanın en büyük pazarını 2015 ve 2016 yıllarında yüzde 3'lük büyüme ile bir yavaşlama beklemiştir. Çin'in sermaye yatırımları hızla arttı ve fazla kapasite sinyalleri görülmeye başlamıştır. Hızla yükselen stok seviyeleri fiyatları aşağı çekiyor (mesela, GM 40 modeli için fiyatları 1.613 Dolar ve üç ana markası için ise – Buick, Chevrolet ve Cadillac - 8.694 Dolar seviyesine indirmek zorunda kaldı). Çin pazarının, bir ikinci el pazarının

oluşmasıyla, oldukça sıkı çevresel ve trafik düzenlemeleri ile başa çıkabilmesi için gelişmesi gerekmektedir. Bu, alım gücü daha az olan sürücülere de uygun bir şekilde, daha uygun maliyetli araçların üretimi ile yeni tüketici gruplarına erişilmesi ile olabilmektedir. Araba sektörünün El Dorado'su ilk yavaşlamasını deneyimlemiştir. İlk kez pazar paylarını düşük bütçeli yerel SUV markalarına kaybeden bazı Batılı markalar, en derinden etkilenen markalar olmuştur. Otomobil üreticilerinin hacimlere ek olarak önümüzdeki aylarda karlılığa da odaklanmaları gerekmektedir ve bu, ortam girişimler gerçekleştirilerek mümkün olabilmektedir. Dünya'da Çin otomobil üretimi olarak birinci olmuştur ve her ayda 2,3 milyon adet otomobil fabrika'dan çıkmıştır.

Tablo 13. Çin'de Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	1.90			1.83		
2	2000	2.10	0.2	10.53%	2.07	0.24	13.07%
3	2001	2.30	0.20	9.52%	2.33	0.27	12.83%
4	2002	3.20	0.90	39.13%	3.25	0.92	39.27%
5	2003	4.40	1.20	37.50%	4.44	1.19	36.68%
6	2004	5.20	0.80	18.18%	5.07	0.63	14.11%
7	2005	5.76	0.56	10.73%	5.71	0.64	12.58%
8	2006	7.22	1.46	25.32%	7.19	1.48	25.93%
9	2007	8.79	1.58	21.83%	8.88	1.69	23.56%
10	2008	9.38	0.59	6.70%	9.35	0.46	5.21%
11	2009	13.64	4.26	45.46%	13.79	4.45	47.57%
12	2010	18.06	4.42	32.37%	18.26	4.47	32.44%
13	2011	18.51	0.44	2.45%	18.42	0.15	0.84%
14	2012	19.31	0.80	4.33%	19.27	0.85	4.63%
15	2013	21.98	2.68	13.87%	22.12	2.85	14.76%

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
16	2014	23.49	1.51	6.86%	23.72	1.61	7.26%

Kaynak: OICA

3.3.5. Endonezya

3.3.5.1. Teknoloji Yatırımları

2015 yılında Endonezya GSYİH'nın yüzde 0.09 oranında teknoloji yatırımı bütçelendirilmiştir. Bu sayı Güneydoğu Asya ülkelerine kıyasla düşük teknoloji yatırımı ile ülkelerden biri olarak not edilir. Endonezya yatırım son beş yıl içinde aşağı yönlü bir eğilim vardır. Üniversitelerde temel araştırma için bütçe kesintileri üzerinde yatırım sayısında azalma etkilemektedir⁴³.

3.3.5.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Günümüzde Endonezya'nın otomotiv sektörü montaj faaliyetleri üzerine konsantre olmuştur. Halbuki, o etkinliği en yüksek katma değeri faaliyetler üretmemiştir. Küresel Değer Zincirinde (Global Value Chain/GVC) gerekliliğine uygun olarak, yani bir ülkenin yüksek katma değer üretim zinciri verimli bit etkinlikte çalışacaktır.

Gülümseme eğrisine (smile curve) göre, tasarım, araştırma ve geliştirme, ve ihracat odaklı bir satış aktiviteleri, onlar GVC'de yüksek katma değer bit faaliyetleridir. Endonezya'da beşeri sermaye alanlarında dezavantajları vardır, otomotiv parçaları ve bileşenleri karşılaştırmalı üstünlüğe artan bir çözümdür, onun sayesinde genel otomotiv ürünleri, Endonezya'da üretilen katma değer orijinalinden daha çok yüksek olacaktır.

3.3.5.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

İkinci Ulusal Orta Vadeli Gelişme Planı (2010-14) önemli bir öncelik temel becerileri güçlendirilmesi yapmaktadır. Eğitim harcamaları son yirmi yılda önemli

⁴³ Kemendikbud.go.id

ölçüde artarken, OECD standartlarına göre Endonezya'nın harcamalarının payı yükseköğretim üzerinde GSYİH'ya çok düşüktür, ve eğitim sisteminin kalitesi ve yapısı eksiklikleri bilim noktalarında 15 yaşındakiler kötü performanstır. eğitime erişimde eşitsizlikleri azaltmak için, öğretim kalitesini yükseltmek için, ve okulların yönetimi ve hesap geliştirmek için, teknik ve mesleki eğitim ve öğretim genişlemesi, bir önceliktir ve Milli Eğitim Strateji benimsenmiştir.

3.3.5.4. İnovasyon

Az sayıda firma, Ar-Ge sisteminin bir parçası olan ve 2008 yılında BERD yoğunluğu GSYİH'nin % 0.01 yani önemsiz olarak tahmin edilmiştir. Geçmişte, finansal desteği içinden araştırma fonu, vergi indirimleri ve İlgili aletleri, Ar-Ge ve yenilik için politika desteği büyük ölçüde anlamına gelmektedir. yenilik faaliyetlerini teşvik etmek için, destek hizmetleri sağlamaya ve girişimciler ve işletmeler arasında yenilik önemi konusunda bilinçlendirme üzerinde, şimdi daha fazla vurgu yerleştirilmektedir. Gayri resmi bir ekonomiyle işgücünün fazla % 68 istihdam, ülkenin inovasyon sisteminin bir parçası olmak için ekonominin bu büyük segment için fırsat kritik önem olacağını belirlenmektedir. 2005-2025 Vizyon ve Misyon Endonezya'nın bilim ve teknoloji bildirimine göre, 2014 itibarıyla GSYH'nin %1 Ar-Ge yoğunluğu hedef İkinci Ulusal Orta Vadeli Kalkınma Planı (2010-14) dahil ulaşmak için, Ülkenin zengin doğal kaynak bağış ile ilgili yenilik kapasitelerinin geliştirilmesi için fırsatlar arayan da Endonezya açısından önemlidir.

3.3.5.5. Faiz Oranı

Gerginlik finansal piyasalarda, cari açığın finansmanında için sermayeyi çekme ve enflasyonu düşürme'ye göre, geçerli faiz oranı politikasının miktarı uygundur. 2014 Kasım ayında çeyrek puan gösterge oranı artış enflasyon hedeflemesi çerçevesinde yakıt sübvansiyonları kesme sonrasında meydana gelen ve enflasyonu kontrol etmek için Merkez Bankası'nın belirlenmesi hakkında ima etmektedir. Buna ek olarak, Şubat 2015'te çeyrek puan gösterge oranındaki düşüş enflasyona karşı, öncelikle düşük küresel

petrol fiyatları beklenenden daha hızlı bir respondur. 2015'te Endonezya faiz oranı %7, yani diğer yükselen piyasa ülkeler arasında orta sıradadır.

3.3.5.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Endonezya'ya yönelik doğrudan yabancı sermaye yatırımları 2010 yılında 11,1 milyar dolar, 2011'de 10,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıllardaki doğrudan yabancı sermaye yatırımı stoku ise 86,6 (GSYİH'nin %12,2'si) ve 104,8 (GSYİH'nin %12,4'u) milyar dolardır. 2013 yılında ise toplam 14,8 milyar dolarlık bir yatırım gerçekleşmiştir. 2014 yılında 18,8 milyar dolar ve 2015 yılında 22,6 milyar dolar gerçekleşmiştir. Başlıca yatırımcı ülkeler ise Singapur (%26,1), Malezya (%13,7), Japonya (%12,8), Hollanda (%5,7) ve Güney Kore (%5,3)'dir⁴⁴.

Yukarıda belirtildiği üzere, ülkede yatırımların gelişmesindeki önemli engellerden birisi altyapı eksikliğidir. Bu kapsamda, başta ulaşım altyapısı (karayolları, limanlar, havaalanları, demiryolu ve toplu taşıma) olmak üzere, kanalizasyon, elektrik ve su gibi tüm alt yapı yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak, söz konusu alt yapı yatırımları diğer inşaat yatırımları gibi yatırımcı açısından kısa sürede tamamlanan, yüksek karı olan yatırımlar olmayıp, ağırlıklı olarak devlet bütçesinden karşılanan büyük ölçekli yatırımlardır.

Endonezya Devleti yıllık büyümeyi arttırmak ve yeni iş imkânları oluşturmak amacıyla alt yapı yatırımlarına özel önem vermektedir. Ancak, söz konusu yatırımların finansmanının kamu kaynaklarından sağlanmasının mümkün olmaması nedeniyle, projelerin devlet - özel sektör işbirliği ile gerçekleştirilmesi öngörülmektedir.

3.3.5.7. Ham Petrol Üretimi

Artan iç taleple birlikte Endonezya'nın petrol üretimdeki azalma, 2004'tan 2015'e kadar Endonezya petrol ithalatçısı haline dönüştürmektedir, onun yüzünden Endonezya OPEC uzun vadeli üyelik (1962-2008) durdurması gerekmektedir. Buna rağmen Endonezya Aralık 2015 yılında OPEC geri dönmüştür. 2015 yılında Endonezya ham petrol üretimi 822 bin varil/gün kaydedilmiştir.

⁴⁴ Bkpm.com

Petrol sektöründe araştırma ve diğer yatırımların eksikliği petrol üretimi Endonezya'da bir düşüşe yol açmıştır, hükümetin zayıf yönetim, aşırı bürokrasi, sözleşmede yasal belirsizlik, onlar kaynaklanan olmuştur. Bunlar yatırımcılar için cazip değil bir yatırım ortamı yaratmaktadır. özellikle uzun vadeli ve pahalı yatırım için, o durumlarda yatırımcı uzak durmaktadır.

3.3.5.8. Otomobil Üretimi

Endonezya, enerjisini yeniden toparlayacak 2014 yılında ara kayıtlarında hiç büyüme görülmemiştir. Buna ek olarak, yılın başlarında petrolde devlet desteğinin rafa kaldırılması da tüketicilerin alım gücü ve ülkedeki otomobil satışları açısından zorluk çıkarmıştır. Diğer yandan fiyatlardaki artışın yavaş yavaş kabullenileceği öngörülmüştür. Yılın sonuna doğru satışların da artması beklenmektedir, bunun gerçekleşmesi durumunda Endonezya otomotiv pazarı 2015'i yüzde 6'lık artışla tamamlayabilmektedir. Söz konusu büyümeyi tetikleyen kalemlerden biri de Endonezyalı sürücüler arasında popülerliği giderek artan, düşük maliyetli, çevre dostu araçların satışı olacaktır. Yüzde 8'lik büyüme oranı ile oldukça önemli olan bir milyon adet satışı hedefinin 2016 yılında tutturulacağı öngörülmektedir. Onun nedeniyle günümüzde ortalama her ayda 91,5 bin adet otomobil üretilmiştir, o sayı 2015'te yıllık olarak dünya'da 15. sıradadır.

Tablo 14. Endonezya'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	0.09			0.09		
2	2000	0.30	0.21	220.71%	0.29	0.20	228.86%
3	2001	0.30	(0.00)	-0.44%	0.28	(0.01)	-4.62%
4	2002	0.32	0.02	6.06%	0.30	0.02	7.19%
5	2003	0.35	0.04	11.60%	0.32	0.02	7.61%
6	2004	0.48	0.13	36.24%	0.41	0.09	26.79%
7	2005	0.53		10.51%	0.50		22.63%

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
			0.05			0.09	
8	2006	0.32	(0.22)	-40.27%	0.30	(0.20)	-40.88%
9	2007	0.43	0.11	35.88%	0.44	0.15	49.20%
10	2008	0.60	0.17	39.33%	0.60	0.16	36.05%
11	2009	0.49	(0.12)	-19.49%	0.46	(0.14)	-22.64%
12	2010	0.76	0.28	57.32%	0.70	0.24	51.14%
13	2011	0.89	0.13	16.93%	0.84	0.14	19.34%
14	2012	1.12	0.22	24.84%	1.07	0.23	27.10%
15	2013	1.23	0.11	10.18%	1.21	0.14	13.21%
16	2014	1.21	(0.02)	-1.77%	1.30	0.09	7.64%

Kaynak: OICA

3.3.6. Türkiye

3.3.6.1. Teknoloji Yatırımları

Türkiye’de teknoloji yatırımları yüksek oranda sermaye gerektirdiğinden ve getirisi uzun dönem sonunda sağlandığından tercih edilmemektedir. Finansal kaynak problemi yaşayan Türk otomotiv firmaları hükümet tarafından da desteklenmemektedir.

Sektör ileri teknolojinin Türkiye’ye transferinde öncü bir rol oynamakta, sektörün yetiştirdiği elemanlar bu ülkenin stratejik öneme sahip diğer sektörleri için çok önemli bir insan kaynağı potansiyeli oluşturmaktadır. Türkiye otomotiv sektörü, bugün ilk üç büyük sektör arasında yer almaktadır. Başlangıçta Türkiye’de ithal ikamesi modeli üstüne kurulan otomotiv sektörü bugün ulaştığı noktada 1996 yılı sonrasında yani Gümrük Birliği ile birlikte uluslararası standartlarda üretim ve ürünlerinin kalitesi ile dünya pazarlarına ihracat yapan bir sektör konumuna gelmiştir. Türkiye büyük otomotiv üreticilerinin dünya üretim üslerinden birisi olmuştur. Konumunu koruyabilmek ve rekabette üstünlük sağlayabilmek için teknoloji yaratmaya yönelik yatırımlarına hız kazandırması ve gelişmiş otomotiv üreticilerini ülkeye çekmeye devam etmesi gerekir.

Böylece gerek istihdam sağlama da gerekse yeni teknolojiyi Türkiye'ye çekip onu geliştirmede büyük fırsatlar elde etmiş olmaktadır (DPT, 2007: 28).

Türkiye otomotiv pazarı bugün gelinen noktada küresel pazarın bir parçası olmuş ve uluslararası markaların hemen hemen tamamının rekabet ettiği büyük bir pazar halini almıştır. Otomotiv sanayinin gelişim süreci doğrultusunda ülkemiz pazarında da küresel düzeyde değişen pazar ve rekabet koşulları nedeniyle sürekli bir gelişme mevcuttur. Özellikle Gümrük Birliği sonrası, 1990 öncesi koşullara göre çok farklılıklar taşıyan pazar ve rekabet koşulları Türkiye'deki otomotiv sektörünü yeni bir yapılanma sürecine sokmuştur (OSD, 2007: 23).

Gelişmekte olan ülke ekonomilerinin ortak sorunu olan yetersiz sermaye birikimi, ekonomik ve siyasi belirsizlikler ve istikrarsızlıklar, uzun dönemli planlama ve strateji eksiklikleri gibi faktörler, çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturduğu sanayici firmaların uzun dönemli teknoloji araştırma ve geliştirme çabalarına yüksek miktarlarda ve sürekli yatırımlar yapmalarını engellemektedir.

Bu durumun sonucu olarak, özellikle Türk otomotiv sanayinin uluslararası standartlardaki üretim kalitesi, ürün çeşitliliği ve ihracat hacmi yıldan yıla artmasına karşın, özgün tasarımlar ve çözümler geliştirebilme yetenekleri sınırlı kalmakta ve bu durum ülke otomotiv sanayinin uluslararası pazarlardaki pozisyonunu gelecek dönemler için tehdit etmektedir. Türk otomotiv sanayisi ülkenin sanayileşmesini tamamlayıp, bilgi toplumuna geçmesi konusunda çok büyük fırsatlar sunmaktadır. Yoğun teknoloji yatırımlarına gidilmesi gereken sektörde gerek finansal kaynak sıkıntısı gerekse hükümetin politikalarının yetersizliği sektörün rekabet gücünü kırmaktadır.

3.3.6.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Ar-Ge Faaliyetleri Araştırması sonuçlarına göre, Türkiye'de Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge Harcaması 2011 yılında 11.154 milyon TL düzeyinde gerçekleşmiştir. Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamasının GSYH içindeki payı ise %0,86 seviyesindedir. 2011 yılında Gayri Safi Yurtiçi Ar-Ge harcamalarının %45,5'i yükseköğretim, %43,2'si ticari kesim ve %11,3'ü kamu kesimi tarafından gerçekleştirilmiştir. Ticari kesim %45,8 ile Ar-Ge harcamalarının finansmanında ilk sırada yer almakta olup harcamaların %29,2'si kamu

kesimi, %20,8'i yükseköğretim kesimi, %3,4'ü yurtiçi diğer kaynaklar ve %0,7'si yurtdışı kaynaklar tarafından karşılanmıştır. Aynı dönemde toplam 92.801 kişi⁴⁵ Ar-Ge personeli olarak çalışmıştır. Araştırmacı sayısı ise TZE cinsinden 72.109 kişi olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi (2011–2016), Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) tarafından 2010 yılı Aralık ayında kabul edilmiştir. Strateji; bilim, teknoloji ve yenilik (BTY) alanındaki insan kaynaklarının geliştirilmesini, araştırma sonuçlarının ticari ürün ve hizmete dönüşümünün teşvik edilmesini, çok ortaklı ve çok disiplinli Ar-Ge ve yenilik işbirliği kültürünün yaygınlaştırılmasını, KOBİ'lerin yenilik sisteminde daha güçlü aktörler olmalarının teşvik edilmesini ve Ar-Ge altyapılarının ve uluslararası BTY işbirliğinin etkinleştirilmesini hedeflemektedir. 2011–2016 Stratejik Çerçevesi kapsamında otomotiv, makine ve üretim teknolojileri, bilgi ve iletişim teknolojileri, enerji, su, gıda, güvenlik ve uzay sektörleri odak alanları olarak belirlenmiştir. Ülkemizde 2023 yılında milli gelirin 2 trilyon USD olması hedeflenirken, Ar-Ge harcamalarının 60 milyar USD'ye ve milli gelire oranının %3'e çıkarılması amaçlanmaktadır.

Sektörlere göre Ar-Ge merkezlerinin dağılımı incelendiğinde, otomotiv yan sanayiinin %29'luk payı ile ilk sırada yer aldığı, bunu %10 ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin takip ettiği görülmektedir. Üçüncü sırada %9'luk payı ile otomotiv sanayi yer almaktadır. İlk 7 sektörün payı %80'in üzerinde bulunmaktadır. Bu durum, 2011–2016 Stratejik Çerçevesi kapsamında odak alanları olarak belirlenen otomotiv ve bilgi- iletişim teknolojileri ile uyumlu bir görünüm sunmaktadır.

Türkiye'nin uluslararası rekabet gücünün artırılması için insan kaynağı, kurumsal ve fiziksel altyapı ve yönetim gibi rekabetin tüm bileşenlerinde önemli ölçüde iyileşme kaydedilmesi gerekmektedir. Makroekonomik istikrarın sürdürülmesine ve kapsamlı bir şekilde dizayn edilen teşvik sistemine ek olarak yapısal reformlar gerçekleştirilerek yatırım ikliminin iyileştirilmesi ve fikri mülkiyet haklarının güçlendirilmesi gibi konularda adım atılması gerektiği sıklıkla dile getirilmektedir.

⁴⁵ Tam Zaman Eşdeğeri

Türkiye’de otomotiv sanayisinin gelişmesinin en büyük etkenlerinden biri üretim alanındaki gelişmelerdir. Bu noktada gelişmeden kastedilen sadece üretim miktarı değil, ayrıca üretim kalitesidir. İleri teknolojinin Türkiye’ye transfer edilmesi ile birlikte, Türk otomotiv sanayisinin üretim kalitesi artmış, bu da otomotiv sanayisini ve bütün sektörün gelişmesini ve büyümesini sağlamıştır. Artan üretim kalitesini rakamlara dökmek zor iken, üretim miktarındaki artış istatistiki verilerde net bir şekilde görülmektedir:

Türkiye’deki otomotiv sanayii kuruluşundan bu yana geçirdiği evreler ve özellikle Gümrük Birliği ile birlikte küresel rekabet ortamının koşulları içinde Değer Zincirinin üretim sürecinde ve tasarım/ürün geliştirme/Ar-Ge süreçlerinde yetkinlik kazanmıştır. Sanayiinin bu süreçlerdeki rekabet gücünü geliştirirken, marka yönetiminin ayrılmaz parçası olan satış/pazarlama/servis süreçlerinde de yetkinlik kazanması gereklidir. Bu suretle Değer Zincirinin tüm süreçlerinde sağlanacak yönetim ile marka yaratılmasına ulaşılabilecektir. Sanayiinin bugünkü yapısına bakıldığında bazı aksam parçalar ile özellikle ağır ticari araçlar sınıfında yer alan otobüs ve kamyonunda bunun sağlandığı görülmektedir.

3.3.6.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Türkiye’de yetişmiş insan gücüne 20.yüzyılda önem verilmeye başlanmıştır. Yetişmiş insan gücü ve belli bir potansiyele ulaşmış sanayi tecrübesi ile Türk ekonomisinin teknoloji transferinden teknoloji üretebilme yönünde iradesini kullanması ve bu yönde uygulamaların başlatılması, uluslararası pazarda rekabet üstünlüğü elde etmek için çaba sarf etmesi gereklidir.

Otomotiv sanayin sınırlı Ar-Ge laboratuvarlarında çalıştırılacak yetkin eleman bulmada zorluk çekilmektedir, Türkiye’de otomotiv ana sanayinde üç firma dışındaki tüm otomotiv firmaları yabancı otomotiv şirketlerinin lisansı altında üretim yapmaktadırlar. Ana ve yan sanayi firmaları, toplamında sınırlı sayıda firma Ar-Ge bölümüne sahiptir ve değişen oranlarda ürün tasarımı ve tasarım doğrulaması yapabilmektedir. Buna rağmen ana sanayi şirketlerinin hiçbirisi su anda bir ürünü tamamen tasarlayabilecek bilgi birikimine ve gerekli yetkin eleman sayısına sahip değildir. Ancak son on yılda bu açığı kapatabilmek için hızla çabalar sürdürülmektedir.

Türkiye’de tasarım doğrulama açısından önemli laboratuvar eksikliği vardır. Bu konudaki gelişmiş tesislere sahip firmalar bulunmaktadır. Ancak yol testleri için gerekli pistler, çarpışma test laboratuvarları ve rüzgar tüneli eksikliği vardır.

Söz konusu gereksinmeden yola çıkılarak, geçmiş on yıllık süreç içerisinde, otomotiv konusunda, özellikle rekabet öncesi Ar-Ge çalışmaları ve analizlerin çağdaş olanaklarla sürdürebilmesi ve İTÜ’nün Otomotiv konusunda sürdürdüğü Lisans ve Yüksek Lisans Programlarının verimliliğinin artırılması için ihtiyaç duyulan, Üniversite-Sanayi işbirliğinin Kurumsallaştırılması adımı atılmış, İTÜ ile OSD arasında, TUBİTAK-USAMP çerçevesinde Otomotiv Teknoloji Ar-Ge Merkezi (OTAM) kurulmuştur. Faaliyete geçtiği tarihten bu yana geçen bir yılı aşkın süredir çok sayıda test ve analiz yanında, disiplinler ve üniversiteler arası ve aynı zamanda rakip otomotiv firmalarının ortaklaşa desteklediği rekabet öncesi Ar-Ge projeleri yürütülmeye başlanmıştır (İTÜ, 2005, 15).

Üniversitelerin sayılarının artması, projelerin teorik anlamda gerçekleşiyor olması, sektörün beşeri sermaye anlamında güçlendiğini göstermez. Özel sektör ve üniversite işbirliğinin olmaması teori de yaratılan projelerin uygulama alanı bulamaması koordinasyon eksikliğinin göstergesidir. OTAM gibi kuruluşların sayısının artması hem üniversite öğrencilerinin verimini arttıracak, hem de pratik de uygulamaya geçirilen projeler sonucunda, reel sektörün gerçeklerini göz önüne alarak, ihtiyaçlar doğrultusunda yeni çalışmalar ortaya konacaktır.

3.3.6.4. İnovasyon

Yapılan araştırmalarda dünyanın en az icat yapılan ülkesinin Türkiye olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun sebebinin ise; inovasyonun girdilerini teşkil eden tasarım, teknoloji ve yaratıcı güç konusundaki eksikliğimizdir (Titiz, 2001: 1). İnovasyon her zaman en pahalı, en üst seviyede Ar-Ge ve büyük kaynaklı projeler gerektirmemektedir. Daha küçük hedef kitleler belirlenerek; düşük gelir gruplarına yönelik otomobillerin üretimi ile tasarıma başlanabilir.

Türkiye’de otomotiv sektörünün katma değer yaratamamasının en önemli nedenlerinin başında da inovasyon konusundaki başarısızlığı gelmektedir. İnovasyonun

maliyetli olduğunu düşünen Türk otomotiv üreticileri yenilikçilikten uzak üretim yapmaktadır.

Yüksek maliyetler gerektirmeyecek inovasyon faaliyetlerinden birini Renault firması gerçekleştirmiştir. Renault konsept yaratmada inovasyon konusunda ciddi bir üstünlüğe sahiptir. Yeni segmentler yaratıp konsept inovasyonunda bulunan firma, ihtiyacı önceden görüp, hafif ve küçük ticari araç konsepti olan B sınıfı araçlar üretmiştir. Rakip firmalar bu yaratıcı düşünceden hareketle, GOÜ'lerin yeni teknolojilerini taklit etmesi gibi, B sınıf aracın üretimine geçmişlerdir. Burada rekabet üstünlüğü sağlamanın taklit etmekten ziyade ihtiyacı önceden görüp yaratıcı olmaktan geçtiği anlaşılmaktadır.

Türkiye'de konsept inovasyonu anlamında Renault firması, diğer firmalara üstünlük sağlamaktadır. Tofas firması da Doblo adlı otomobil üretimi esnasında inovatif çabalar sayesinde üretimi 225 milyon \$'dan 170 milyon \$ a indirip, adetleri 250'den 400'lere çıkarmıştır. Bu şekilde işin verimliliğinde ve katma değerde yüksek artışlar sağlanmıştır. Bunu yönetim modellerinde inovasyon yaparak başarmışlardır. Kendi kendini tasarlayan, kendini yöneten organizasyonlar da inovatifliğin sonucudur. İnovasyon sadece konseptte, sadece tasarımda, sadece bir yerde değil, her şekilde yapılabilir. Detaylı Ar-Ge laboratuvar kurmak ve maliyetleri arttırmak olarak algılanmamalıdır. Değişimin özümsemişi ve önceden kestirilebilmesi gerekir. Türkiye'nin yenilikler kolay adapte olamayan bir yapıya sahip olması, inovasyon konusunda atılımlar yapılmasını engellemektedir (Ciftci, 2008: 11).

İnovatifliği özümseyip, gelecekte doğabilecek ihtiyaçları önceden görebilen ülkeler: Güney Kore, Çin vb, otomotivde büyük fırsatlar yakalamışlardır. Çin'de akülü motor ve elektrikli araç üretimi yönünde yatırımlar başlamıştır. 100 milyon insanın yaşadığı, GSMH'dan inovasyon için ayrılacak payları olan Türkiye'de 1.5 milyon civarında araba üretiliyor olmasına rağmen inovasyon olarak yapılan yatırımlar yok denecek kadar azdır. En temel sebebi de değişimin kabullenilmemesinden kaynaklanmaktadır. Risk almadan yurt dışından ithal etmeyi ve onu tüketmeyi tercih eden Türk otomotiv sektörü bu durumda katma değer yaratamamaktadır.

3.3.6.5. Faiz Oranı

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) 2014 yılı ilk çeyreğindeki önden yüklemeli ve güçlü parasal sıkılaştırma sonrasında, ikinci çeyrekte iç ve dış belirsizliklerin azalması ile birlikte ölçülü faiz indirimlerine gitmiştir. Üçüncü çeyrekte ilk olarak Temmuz ayında bir hafta vadeli repo ihale faiz oranı yüzde 8,75'ten yüzde 8,25'e, gecelik borçlanma faiz oranı ise yüzde 8'den yüzde 7,5'e indirilmiştir.

3.3.6.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Türkiye bulunduğu coğrafya nedeni ile uluslararası alanda stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye'nin yüklendiği uluslararası misyon kendi isteği dışında ve kaçınılmazdır. Buna göre Türkiye, bölgesinde ekonomik ve sosyal açıdan güçlü ve lider bir ülke olmak durumundadır. Türkiye'nin bu misyonu için güçlü ekonomiye sahip olması ve milli gelirini istikrarlı bir şekilde arttırarak halkının refah düzeyini yükseltmesi, sanayileşmeye bağlıdır.

Bu sanayiinin yüksek katma değer yaratan, sürdürülebilir ve gelişmeye açık bir rekabet gücü bulunan, doğrudan ve öncelikli olarak gelişmiş pazarlara ihracatı hedefleyen ve Ar-Ge yeteneği bulunan bir sanayii niteliğinde olması gereklidir.

Türkiye bulunduğu coğrafyada otomotiv sektörüne sahip tek ülkedir. Otomotiv sektörü, özellikle 1990'lı yıllarda sürdürülen yoğun ve köklü yapısal düzenlemelerle yukarıdaki nitelikleri taşıyan ve ülke ekonomisinin lokomotifi olan bir sektör durumuna gelmiştir.

3.3.6.7. Ham Petrol Üretimi

Türkiye'de petrol rezervlerinin, dünya toplam rezervinden çok küçük bir pay alması nedeniyle, petrol ürünleri üretimindeki payı da çok düşük kalmaktadır. 2010 yılı itibarıyla Türkiye'nin ham petrol üretimi, dünya petrol üretiminin %0,06'sı seviyesindedir. 2010 yılında ham petrol üretimi, 2.496.113 ton olarak gerçekleşerek bir önceki yıla göre %3,9 oranında artış sağlanmış, son 5 yıl içinde petrol üretiminin artışı

%14 seviyesinin üzerinde gerçekleşmiştir. 2015 yılında ham petrol üretimi, 49.000 varil/gün gerçekleşmiştir, dünya petrol üretiminin %0,059'u seviyesindedir. Türkiye'de bulunan petrol rezervinin tam anlamıyla kullanılamadığı, %0,53 oranında rezervisi olmasına karşılık, üretimde bu rezervin tam anlamıyla kullanılamadığı ve üretimden aldığı payın %0,06 seviyesinde kaldığı görülmektedir⁴⁶. Petrol arama çalışmalarının geliştirilmesine yönelik çalışmaların hızlandırılması ve rezerv kaynaklarının yeterli düzeyde kullanımı sağlanmalıdır. Türkiye'de yeterli rezerv bulunmaması, ülke içindeki ihtiyacın ithal ürünler ile giderilmesi sonucunu doğurmakta ve petrol ürünleri konusunda dışa bağımlı kalınmaktadır.

3.3.6.8. Otomobil Üretimi

Türkiye'de otomotiv sektörü üretimi, 1970 yılına kadar kayda değer bir gelişme gösterememiştir. 1963 yılında 30 adet olan toplam otomobil üretimi, 1970 yılında 3.660, 1980 yılında 31.529, 1990 yılında 167.556 ve 1997 yılında 242.780 ve 1998 yılında 239.937 adet olarak gerçekleşmiştir. Otomotiv sanayiinde en önemli üretim artışı 1992 ve 1993 yıllarında gerçekleşmiştir. Bu yıllarda kapasite kullanım oranları %77'ye, otomobil üretimi de sırasıyla 265.245 ve 348.095 adet seviyelerine ulaşmıştır.

Ancak, gerek 1994 ekonomik krizinin üretim üzerindeki olumsuz etkileri gerekse 1996 yılında Gümrük Birliğine girilmesi ile anlaşma gereği, AB menşeli otomobillerin ithalatından alınan gümrük vergisinin sıfırlanması ve Toplu Konut Fonunun (TKF) kaldırılması otomotiv üretimini olumsuz yönde etkilemiştir. 1996 yılından itibaren çeşitli ölçek, model ve fiyatta araçların piyasaya girmesi kalite ve model çeşidi olarak AB otomotiv sanayii ile rekabete henüz hazır olmayan yerli üretimi olumsuz yönde etkilenmiş ve iç talebin karşılanmasında ithalatın payı artmaya başlamıştır. 1993 yılında 548.404 adet olan otomobil ve ticari araç talebinin %25'i ithalatla karşılanırken, 1994 yılında iç piyasada oluşan talep daralmasına paralel olarak, otomotiv sektöründe de iç talep %50 oranında azalmıştır. 1994 ve 1995 yıllarında ithalatta %60 oranında düşüşler görülmüştür. 1996 yılından itibaren talep artışına paralel olarak ithalat tekrar artış

⁴⁶ www.tradingeconomics.com

eğilimine girmiştir. Bu devrede yüksek stokla çalışmanın ekonomik olmadığı da dikkate alınarak, yerli üreticiler için marjinal karlılık, üretimin azaltılması noktasında sağlanmıştır. Bu düşünceye paralel olarak 1992 ve 1993 yıllarında %77 seviyesine ulaşan kapasite kullanım oranları 1994 ve 1995 yıllarında %46, 1996 ve 1997 yıllarında da %49 ve 1998 yılında %50 seviyelerine düşerek, üretimde önemli düşüşler yaşanmıştır (DTM, 1999: 11).

Sektörün genelinde kurulu üretim kapasitesinin gelişimi incelendiğinde, 1970 – 1984 döneminde bir değişim olmadığı ve bu dönemdeki kurulu kapasitenin 87.000 adet/yıl olduğu gözlemlenmektedir. 1985 yılından itibaren ise, talep ve üretimde meydana gelen artışlara uyum sağlamak amacıyla üretim kapasitesi de sürekli olarak yükselmiştir. 1985’de 94.000 adet/yıl, 1990’da 230.000 adet/yıl, 2000’de 690.000 adet/yıl olan üretim kapasitesi, talepteki artışa bağlı olarak yükselmeye devam etmiş ve 2003 yılı itibariyle 1.080.155 adet/yıl düzeyinde gerçekleşmiştir (OSD, 2004).

Otomotiv sektörü, 1989’da başlayan hızlı gelişmeyle birlikte, 2003 yılı itibariyle, Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olarak gıda ve tekstil sektöründen önce 1. büyük sektör durumundadır. Türkiye otomotiv pazarı da 2015’te yüzde 24, 2016’da yüzde 15 büyümeye ile etkileyici bir performans sergilemiştir. Ancak bu atılımla bile 80 milyona yakın nüfusu olan satış hacimleri 0,84 milyonla sınırlı kalacaktır. Avrupa’ya bir geçit konumunda bulunan Türkiye aynı zamanda Renault, Toyota, Ford ve Hyundai-Kia gibi markaların üretim hatlarına ev sahipliği yapmaktadır. Bu hatlarda üretilen araçların yaklaşık yüzde 80’i özellikle Avrupa pazarlarına ihraç edilmektedir. Toplam üretim 2015’te sayı olarak 1.7 milyon adet olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 15. Türkiye’de Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	0.35			0.30		
2	2000	0.52	0.17	49.52%	0.43	0.13	44.68%
3	2001	0.18	(0.34)	-65.62%	0.27	(0.16)	-37.19%
4	2002	0.12		-35.27%	0.35		28.03%

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
			(0.06)			0.08	
5	2003	0.22	0.10	89.52%	0.53	0.19	53.90%
6	2004	1.18	0.96	434.74%	0.82	0.29	54.38%
7	2005	0.72	(0.47)	-39.58%	0.88	0.06	6.81%
8	2006	0.62	(0.10)	-13.61%	0.99	0.11	12.32%
9	2007	0.59	(0.02)	-3.73%	1.01	0.02	2.19%
10	2008	0.49	(0.10)	-16.88%	1.15	0.14	13.64%
11	2009	0.56	0.06	12.70%	0.87	(0.28)	-24.19%
12	2010	0.76	0.20	36.58%	1.09	0.22	25.87%
13	2011	0.86	0.10	13.61%	1.19	0.09	8.64%
14	2012	0.82	(0.05)	-5.42%	1.07	(0.12)	-9.77%
15	2013	0.89	0.08	9.23%	1.13	0.05	4.90%
16	2014	0.81	(0.09)	-9.61%	1.17	0.04	3.99%

Kaynak: OICA

3.3.7. Güney Kore

3.3.7.1. Teknoloji Yatırımları

Güney Kore’de teknolojiye verilen önem çok yüksek seviyede olmuştur. 1960’lı yıllardan günümüze teknoloji parkları, sanayi ve teknolojiyi bir araya getiren bölgeler ve araştırma merkezleri kurmuşlardır.

Güney Kore’nin teknoloji politikaları 1980 öncesi ve sonrası diye iki safhada incelenebilir. İlk önce 1960-1980 dönemini incelenecektir. Bu dönemde ilk çalışmalar yabancı teknolojiyi elde etmek ve onu kullanmada ihtisaslaşmaktır. Bu dönemin ilk yıllarında ithal edilen ürünlerin taklit yoluyla üretimi gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. İthal edilen yatırım mallarından elde edilen bilgiler ülke içinde yaygınlaştırılmıştır. Yine bu dönemde Güney Kore kendi Ar-Ge kapasitesini geliştirmiştir.

Hükümet yabancı teknolojinin elde edilme sekline çok itina göstermiştir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına kısıtlayıcı politikalar uygulanırken, lisans anlaşmaları teknoloji transferinin daha etkili bir aracı olarak görülmüştür. Bu politika, teknoloji transferinin maliyetini azaltmaya yönelik hizmet etmiş ve çok uluslu firmalara olan bağımlılığı azaltıcı etkide bulunmuştur. Hükümet alınan lisansları koruma yoluna gitmiştir. Bunun yanında devlet, sanayi temsilcilerinden, üniversitelerden ve kamu laboratuvarlarından sorumlu kişilerin oluşturduğu bir müşavirlik komitesi kurarak, tek tek firmalar yerine onların adına teknoloji satıcıları ile müzakerelerde bu komiteyi görevlendirmiştir (Kozlu, 1995: 29).

Güney Kore, 1980 yılından sonra teknoloji politikasında değişikliğe gitmiştir. Bu dönemde devlet, milli yenilik sistemini oluşturmak için çabalarını yoğunlaştırmıştır. 1980'den sonra Ar-Ge'nin büyük kısmı özel sektör firmaları veya kamu özel ortaklıkları yoluyla gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Kamu araştırma kurumları ileri teknolojiler üzerine dikkatlerini çevirmiş ve üniversite araştırma laboratuvarları ile işletmeler arasında köprü tesisi fonksiyonlarını yerine getirmişlerdir.

Güney Kore hükümeti teknolojiye sahip olma politikasını değiştirmiştir. Değişiklik Güney Kore sanayisindeki teknolojinin daha kapsamlı ve bilim tabanlı olmasının neticesidir. Yabancı ülkelere teknoloji transferine yönelik daha önce konmuş kısıtlamalar kaldırılmaya başlanmış ve liberalizasyon sağlanmıştır.

Güney Kore, teknolojiye çok önem vermiş, daha 1966 yılında Kore Bilim ve Teknoloji Enstitüsü'nü (KIST) kurmuştur. 1980'lere doğru, sanayi artık kendi araştırmalarını kendi yapabilecek bir seviyeye ulaştığında, KIST; daha uzun dönemli araştırmalara yöneltilmiş, 1981'de Kore İleri Bilim Enstitüsü (KAIS) ile birleştirilmiştir. Güney Kore dışındaki Koreli bilim adamlarının ülkeye geri dönmelerini ve yetenekli Koreli öğrencilerin ülkede kalmalarını sağlamak ve bilimsel araştırma ortamını oluşturmak üzere yine devlet eliyle 1971'de kurulmuş olan KAIS ile KIST'ın birleştirilmesi sonucu ortaya çıkan Kore İleri Bilim ve Teknoloji Enstitüsü'nü (KIST) kurulmuştur. Bu enstitünün görevi, ülkenin atılım yaptığı ileri teknoloji alanlarında, özellikle elektronik teknolojilerine yönelik olarak bilim doktorası ve mastır derecesine sahip elemanlar yetiştirmektir. 1989'da KAIST'ten yeniden ayrılan KIST, bu kez

ülkenin yeni yönelim alanlarıyla ilgili enstitüler kurmakla görevlendirilmiştir (Kutlu, 1996: 93).

Güney Kore'de bilim ve teknoloji yönetim sistemi merkezi bir yapıya sahiptir. Bilim ve teknoloji yönetiminde, Bilim ve Teknoloji Bakanlığı (MOST), merkezi bir role sahiptir. Ulusal kalkınma planlarının hazırlanmasından sorumlu olan MOST, diğer bakanlıkların bilim ve teknoloji ile ilgili planlarının bir bütün haline getirilmesini ve gerekli koordinasyonu sağlar. MOST, bunun için iki mekanizmadan; Ulusal Bilim ve Teknoloji Konseyi ile Cumhurbaşkanlığı Bilim ve Teknoloji Konseyi'nden yararlanır. Ticaret, Sanayi ve Enerji Bakanlığı ile Enformasyon ve Komünikasyon Bakanlığı basta olmak üzere, diğer bakanlıkların da, bilim ve teknoloji yönetiminde, kendi alanlarıyla ilgili misyon ve sorumlulukları vardır.

Teknoloji yaratılmasında sanayi, hükümet ve üniversiteler koordineli bir biçimde, birbirlerinin ihtiyaçlarına dönük olarak faaliyet göstermektedir. Sanayileşme sürecinden bilgi toplumuna geçiş sürecini en yoğun teknolojik yatırımların gerektiği otomotiv sanayisinin gelişimi ile hızlandıran ülke, günümüzde teknoloji üssü olma özelliğini yakalamak için çalışmalarını sürdürmektedir.

3.3.7.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Güney Kore otomotiv sanayi son on yılda kendine özgü öz kaynaklarına dayanma stratejisi, temelinde hızlı bir ilerleme göstermiştir. Özellikle Hyundai Otomotiv modellerini asgari dış yatırımlarla geliştirmiş, fakat yabancı otomobil üreticilerinden teknoloji lisansı alma ve işbirliği yapma bazında yararlanmıştır.

Üretim yönetimini ve Ar-Ge organizasyon teknolojisini öğrenme modeli zamanla Avrupa ve Ford'a özgü montaj aşamasından Japonya'ya özgü iç üretim aşamasına kaymıştır. Ayrıca Hyundai ruhu ya da Hyundai yönetim tarzı, deneme yanılmaya dayanan bir öğrenim süreciyle yabancı teknolojilerin kendine özgü bir sisteme dahil edilmesinin temelini oluşturur.

Güney Kore'de otomobil üretimini konu alan ilk Ar-Ge laboratuvarı 1978'de Hyundai tarafından kurulmuştur. Ayrıca ileri otomobil teknolojisi geliştirmek amacıyla ülkenin bir başka bölgesinde de Ar-Ge tesisi açmıştır. Kore'nin Ar-Ge faaliyetlerine

verdiği önem; gerileme dönemi olan 1980'lerin başında bile yeni modeller geliştirmeyi sürdürmüş olması ile açıklanabilir.

Güney Kore hükümeti 1973'de, Otomotiv sanayinin teşviki için uzun dönemli planı hayata geçirmiştir. Mevcut 4 otomotiv firmasına, CKD olarak (yarı üretilmiş) gelen arabaları ülkede monte etmeye son vererek, tamamen ülkede tasarlanmış Kore malı aile arabası geliştirmesini istemiştir. Hükümetin isteği üzerine yerli model; özgün 1500 cc motor hacminden daha küçük ve yerli parça oranı en az % 95 olan aile arabaları üretimine geçilmiştir. Üretimin maliyeti 2000 dolardan daha az olmuş ve bu araba 1975 yılında piyasaya sürülmüştür. Hyundai bu faaliyetleriyle 1985'e kadar tüm Güney Kore otomobil üreticilerinin önüne geçmiştir.

Araba tasarımını gerçekleştirmek üzere 5 tasarım mühendisi 1.5 yıllığına İtalya'ya gönderilmiştir. Bu teknisyenler tasarım bölümün çekirdeğini oluşturmuşlardır. Yanlışları en aza indirebilmek için de British Leyland'dan eski genel müdür 6 uzman 3 yıllığına Kore'ye getirtilmiştir. İngilizlerin ardından, gizlice bazı Japonlardan da yararlanılmıştır. Nihayetinde 1975 yılında Kore'yi Japonya'dan sonra Asya'nın ikinci bağımsız üreticisi yapan Hyundai'nin yerli otomobilleri piyasaya sürülmüştür. Dolayısıyla geç sanayileşen ekonomilerde, devletin teknoloji üretim teşviki, hatta dayatmasının ne kadar önemli olduğu anlaşılmıştır.

Teknoloji geliştirmeyi ve mühendislik hizmetlerini teşvik eden iki yasa bu dönemde yürürlüğe girmiştir. Makine, gemi inşa, deniz bilimleri, elektronik, elektrik v.b. alanlarda, devletçe desteklenen Ar-Ge enstitülerinin kurulması da bu döneme rastlar. 1965 yılında devlet 1.9 milyar Won Ar-Ge harcamasında bulunurken, 1970 yılında bu rakam 5 kat artarak 9.2 milyar Won'a ulaşmıştır.

Bugün Güney Kore'nin önüne koyduğu hedef, 21.Yüzyıl başlarında, bilim ve teknolojiye, G-7 ülkelerinin düzeyine erişmektir. Otomotiv gibi lokomotif sanayilerin rekabet gücünü artırmak ve geleceğin sanayilerinin temellerini atmak için, stratejik öneme sahip ileri teknoloji alanları; yeni biyoteknoloji ve ileri malzeme teknolojileri gibi jenerik teknolojiler; mühendislik bilimleri; uzay ve havacılık, okyanus, nükleer enerji ve ileri hassasiyet teknolojileri gibi disiplinler arası teknolojiler; ve büyük bilim, ulusal açıdan öncelik verilecek alanlar olarak kabul edilmiştir.

3.3.7.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Güney Kore eğitimin önemi, en erken kavrayan ülkelerin arasındadır. Kişi başına düşen gelir bakımından Türkiye'nin 4 kat gerisinde olduğu 1965 yılında dahi orta öğretimde okullaşma oranını % 29'a çıkaran Kore 1978'de bu oranı % 68'e yükseltmiştir. Kişi başına gelir bakımından da Türkiye'nin üzerinde yer almıştır.

Yeni ekonomik düzende Güney Kore, yeni teknoloji yaratarak küresel piyasalarda rekabet şansı yakalayacağını farkına varmış ve bütün faaliyetlerini bilimsel araştırmalar yapacak eğitimli insan yetiştirmeye yöneltmiştir. Sanayi ile üniversite işbirlikleri ve devletin, bu anlamda üstlendiği rol dikkate değerdir.

Bu enstitülerin sanayinin acil taleplerine karşılık verememesi üzerine, devlet 1989'da Endüstriyel Teknoloji Akademisi'ni (KAITECH) kurmuştur. Bu enstitü, her yıl yaklaşık 200 milyon dolarlık kamu fonu kullanmaktadır. Burada önemli bir noktada, devletin Kore'de yarı iletkenlerin üretilebileceğini göstermek ve bu sanayi dalı için gerekli olan teknoloji alt yapısını sağlamak üzere 1979'da Güney Kore Elektronik Teknolojisi Enstitüsü'nü (KIET); telekomünikasyon sanayisini desteklemek üzere Kore Telekomünikasyon Araştırma Enstitüsü'nü (KETRI) kurmuş olması ve daha sonraları bu iki kuruluş birleştirmesidir (Kutlu, 1996: 92).

Yaratıcı ve yetkin araştırmacı talebinin karşılanması konusunda, yeni teknoloji geliştirilmesi için ihtiyaç duyulacak ek araştırmacı sayısının 10 bin dolayında olacağı tahmin edilmektedir. Bu ihtiyacın hazırlanacak master plânlar çerçevesinde karşılanması öngörülüp, yüksek öğretim sisteminde bu talebi karşılamaya yönelik uyarlamalar söz konusudur. Ortaöğretimde bilim eğitimin güçlendirilmesi; okullarda laboratuvar ve eğitim malzemelerinin sürekli olarak güncellenmesinin sağlanması ve bu laboratuvarlar için öğretmen yetiştirilmesi gibi, alınması öngörülen başka pek çok önlemler vardır.

Temel Bilimlerin Desteklenmesi konusunda Güney Kore'de temel araştırmaların toplam Ar-Ge harcamaları içindeki payının gelişmiş ülkelere göre düşük olduğu bilinen bir husustur. Bu payın artırılması öngörülmüştür. 2003 yılında temel araştırmalar için ayrılan pay kamunun Ar-Ge bütçesinin %19,5'i (877 milyon ABD \$) iken, 2007 yılında, bunu %25'e çıkarmak ve böylece, bilimsel araştırma yeteneği yüksek ilk on ülke arasında yer almak hedeflenmektedir. Bu hedefe erişebilmek için, örneğin

üniversitelerdeki temel araştırmaya yönelik mükemmeliyet merkezlerinin (şu anda bilimsel araştırma yapan 30; mühendislik araştırması yapan 36 mükemmeliyet merkezi var) geliştirilmesi öngörülmüştür.

3.3.7.4. İnovasyon

Kamu Araştırma Enstitüleri ile Ulusal Ar-Ge Projeleri, Güney Kore bilim ve teknoloji sisteminin ve dolayısıyla de, ulusal inovasyon (yenile(n)me) sisteminin bel kemiğini oluşturur. Araştırma Enstitüleri'nden, ilgili bulundukları bakanlıklar sorumludur. Ulusal Ar-Ge Projeleri ise MOST' un denetimindedir. Ancak, bu projeler doğaları gereği, diğer bakanlıkları da ilgilendirmekte; üniversiteler, özel sanayi kuruluşları ve kamu araştırma enstitüleri gibi farklı kurumlar aynı projeye katılabilmektedir. Bu nedenle, daha etkin bir proje yönetimi sağlayabilmek üzere, bütün Ulusal Projelerle ilgili yönetimin tek bir bakanlığa bağlı olması yerine, proje bazına dayalı bir yönetim sisteminin kurulması öngörülmüştür (Kısdı, 2004: 15).

İnovasyonda ulusal Rönesans gerçekleştirmek isteyen Güney Kore'nin bu strateji çerçevesinde, ulusal inovasyon sisteminin etkinliğinin artırılması ve bu bağlamda,

- a. Dünyadaki Ar-Ge ağlarından âzami faydanın sağlanması;
- b. Bölgesel inovasyon sistemlerinin geliştirilmesi;
- c. Sanayi, üniversiteler, araştırma enstitüleri ve devlet kuruluşları arasında yeni araştırma ortaklıkları kurulması öngörülmüyor.

Yine bu strateji çerçevesinde, yaratıcı ve yetkin insan gücü kaynaklarının geliştirilmesi için,

- a. Teknolojik inovasyonda önderlik yapacak kadroların geliştirilmesi;
- b. Bölgesel araştırmalarda yararlanılabilecek insan gücü kaynaklarının geliştirilmesi;
- c. Temel bilimleri ve inovasyon kapasitesini geliştirmenin teşviki öngörülen hususlar arasında yer alıyor.

Ulusal inovasyon Sisteminde Reforma gitmek için su üç konuya ağırlık verilmesi gerektiği düşünülmektedir:

- a. Ulusal Bilim ve Teknoloji Konseyi'nin rol ve otoritesini güçlendirerek ulusal bilim ve teknoloji politikalarının hayata geçirilmesinde ve Ar-Ge projelerinde eşgüdümün daha iyi sağlanabilmesi;
- b. Ar-Ge projelerinin plânlanması, yönetimi, değerlendirilmesi ve çıktılarının yayınımları ile ilgili sistemin geliştirilmesi ve Devlet destekli araştırma enstitülerinin etkinleştirilmesi.
- c. Global Ar-Ge Ağının Kurulması.

Güney Kore bölgesel düzeyde, sağlam bir inovasyon tabanı yaratmaya uğraşmaktadır. Bunun için bilim ve teknolojiye yerel düzeyde de yetkinleşme öngörülmüştür. Bölgelerde bilimsel ve teknolojik faaliyetleri teşvik etmeye yönelik beş yıllık bir plân (2000-2004) yürürlüğe konmuştur. 2000 Ağustos'unda Bilim ve Teknoloji Bakanlığı bünyesinde Bölgesel Bilim Faaliyetlerini Teşvik Dairesi kurulup, bütün yerel yönetimlerin bilim ve teknoloji ile ilgili bir birim kurmaları öngörülmüştür. Daedock Bilim Kasabası gibi, Ulusal Ar-Ge Özel Bölgeleri bu duruma örnektir.

3.3.7.5. Faiz Oranı

Kore Merkez Bankası % 2,7'den % 2,6'ya 2015 yılı GSYİH büyüme projeksiyonu aşağı revize edilmiştir ve 2016 yılı için GSYİH büyüme % 3,0 öngörmektedir. Moody's Kore'nin AA3 olan kredi notunu, AA2'ye çıkarmıştır. Bu not, Kore'nin bugüne kadar aldığı en yüksek kredi derecesi olarak kayıtlara geçmiştir. Kore Bankası altı ay'dan fazla süreyle % 1,50 olarak faiz oranlarını muhafaza ederken, neredeyse 10 yıldır ilk defa, ABD Federal Açık Piyasa Komitesi (FOMC), Aralık 2015 yılında % 0,25 ile faiz oranlarını yükseltmesi karar vermiştir (Savills World Research Korea, 2015: 2).

3.3.7.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Ülkeye yabancı yatırımlar son on yılda önemli artış göstermiş ve G. Kore ekonomisi içinde önemli bir yer kaplamaya başlamıştır. G. Kore hükümeti de özellikle önümüzdeki dönemde büyüyeceği tahmin edilen alanları tespit etmiş olup ve 17 sektör belirlemiştir. Yine yabancı sermayenin ülkede başarılı olabilmesi için bir sorumluluk

sistemi geliştirilmiş olup, konu ile her birime belirli bir sorumluluk yüklenmiştir. Bu birimler de Başbakanlığa bağlı bir kuruluş konumunda bulunan Yabancı Sermaye Komitesi'ne belirli aralıklarla hesap vermektedir. Bunun dışında, yine yabancı sermaye yatırımı esnasında çıkan sorunların çözümünde, Hükümete bağlı birimler de sorunların çözümü amacıyla aktif olarak görev almakta, ekonomik bölgelerin geliştirilmesi yönünde çeşitli çalışmalar yapmakta, altı yapı hizmetlerini geliştirilmesinde katkıda bulunmaktadır.

Güney Kore'ye gerçekleştirilen doğrudan yabancı sermaye yatırımları 2008 yılına göre, % 1,9 düşüşle 11,48 milyar ABD Doları olarak kaydedilmiştir. ABD ve Japonya'dan gerçekleşen doğru dan yabancı sermaye yatırımları sırasıyla % 11,9 ve % 35,9 artarken AB'den gelen yabancı sermaye yatırımları % 16,4 azalmıştır. Diğer taraftan, 2009 yılı Haziran ayı itibariyle 19,5 milyar ABD Dolarını bulan Güney Kore'nin yurt dışındaki doğrudan yatırımlarından en büyük payı, Çin, ABD, Hong Kong ve Vietnam almaktadır.

2015 yılında Güney Kore'ye doğrudan yabancı sermaye yatırımları 7,6 milyon ABD doları/çeyrek tutarında gerçekleşmiştir. Doğrudan yabancı yatırımları güven endeksi olarak dünya'da Güney Kore 16. sıradadır, yani Çin, Brezilya, Meksika ve Hindistan'ın ardında kalmıştır⁴⁷.

3.3.7.7. Ham Petrol Üretimi

Petrol ve Gaz Dergiye (OGJ) göre Güney Kore dünyanın en büyük 10 petrol rafinerileri 3 muhafaza etmektedir, Güney Kore Asya'nın en büyük petrol ürünleri ihracatçılarından biri olarak etkilenmiştir. Gerçekler Küresel Enerji (FGE)'ye göre 2014 yılında Güney Kore yaklaşık 1,1 milyon varil/gün rafine petrol ürünleri ihracat yapmaktadır, Çoğunlukla orta damıtma formunda motorinin ve jet yakıtı gibidir. 2014 yılında, Güney Kore, ham petrol ve kondensat yaklaşık 2,5 milyon v/g ithal etmektedir, dünyada en büyük beşinci ithalatçı adrestir. Kore gümrük istatistiklerine göre, Güney Kore, petrol temini için Orta Doğu'ya büyük ölçüde bağımlıdır. Bu bölge, Güney

⁴⁷ A.T. Kearney Foreign Direct Investment Confidence Index, 2015goo

Kore'nin 2014 yılında ham petrol ithalatının %84'ünü karşılamıştır. 2015 yılında Güney Kore kendi ham petrol üretilen 83,000 varil/gün gerçekleştirmiştir.

3.3.7.8. Otomobil Üretimi

Küresel ekonomik kriz nedeniyle 2013 yılında Kore Oto Sanayi hem yurtiçi satış hem de ihracatta iyi bir performans sergileyememiştir. İşçi grevleri nedeniyle, zayıf yurtiçi satışın yanı sıra üretim eksiklikleri ortaya çıkmıştır. Bundan dolayı, 2013 yılında yerli otomobil üretimi % 0,9 oranında düşmüştür ve 4.521.429 adet üretilmiştir.

Küresel ölçekte üretim hacmine bakıldığında, 2013 yılında küresel otomobil üretiminde Kore'nin payı, %5,1 olarak gerçekleşmiştir ve Kore bu oranla Çin, ABD, Japonya ve Almanya'yı takiben beşinci sırada yer almıştır. Kore üretimi 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %0,08 ve %2,62 oranlarında artış gerçekleştirerek, yine sırasıyla 4.524.923 ve 4.643.688 adet otomobil üretmiştir.

Tablo 16. Güney Kore'de Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	1.27			2.84		
2	2000	1.43	0.16	12.37%	3.11	0.27	9.56%
3	2001	1.45	0.02	1.47%	2.95	(0.17)	-5.41%
4	2002	1.62	0.17	11.77%	3.15	0.20	6.83%
5	2003	1.32	(0.30)	-18.74%	3.18	0.03	0.96%
6	2004	1.09	(0.22)	-16.95%	3.47	0.29	9.18%
7	2005	1.15	0.05	4.60%	3.70	0.23	6.63%
8	2006	1.18	0.03	2.77%	3.84	0.14	3.80%
9	2007	1.28	0.10	8.64%	4.09	0.25	6.41%
10	2008	1.25	(0.03)	-2.54%	3.81	(0.28)	-6.84%
11	2009	1.46	0.22	17.32%	3.51	(0.29)	-7.72%
12	2010	1.51	0.05	3.39%	4.27	0.76	21.60%

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
13	2011	1.59	0.08	4.96%	4.66	0.39	9.02%
14	2012	1.53	(0.05)	-3.42%	4.56	(0.10)	-2.05%
15	2013	1.54	0.01	0.75%	4.52	(0.04)	-0.88%
16	2014	1.66	0.12	7.66%	4.52	0.00	0.08%

Kaynak: OICA

3.3.8. Meksika

3.3.8.1. Teknoloji Yatırımları

2000 yılından beri hükümet önemli ölçüde S&T altyapılarının yatırımlarını artırmıştır. Aynı zamanda, görünürliğini artırmak için ve araştırmacılara kılavuzu için, planlama ve yatırım kararlarını yardımcı olmak için, Bilim ve Teknoloji Ulusal Konseyi (CONACYT) bir bilgi sistemi (2012 yılına kadar tamamlanmıştır) mevcut araştırma altyapıları üzerinde başlatmıştır.

2007 yılında, GERD Meksika'nın GSYİH'nin sadece 0.37% katkıda bulunmuştur; bu oran OECD ülkeleri arasında en küçük pay olmuştur. 2008 yılı itibarıyla GERD hem reel hem de GSYİH oranı olarak artmıştır, 2009 yılında %0.44 kaydedilmiştir Ancak, artışın büyük payı hükümetten gelmiştir; iş sektörünün payı, 2007 yılında% 44.6, 2009 yılında% 38.7 düşmüştür.

3.3.8.2. Ar-Ge Faaliyetleri

Toplam Ar-Ge performansında iş sektörünün payı 2000 yılından 2006 yılına önemli ölçüde yükseldi ama sonra 2010 yılında% 0,42'den % 0,49'a düşmüştür. İş Ar-Ge yatırımı artırmak için çeşitli destek önlemlere rağmen, yüksek harcamalar ve yenilikçi çıktılar açısından patent başvuruları ile ölçüldüğünde, genel sonuçlar beklendiği gibi olmadığını kanıtlanmıştır. 2009 yılında, OECD bir yenilik politika bileşiminin dengesiz vurgulanan dolaylı destek ve çoğul lehine ve kötü programlar donatılmıştır. 2009 yılında vergi indirimi kaldırılmıştır ve kamu finansmanı iş sektörüne

için artık doğrudan ve rekabetçi. Bu son zamanlarda değişmiştir. 2009 yılında yeni bir Ar-Ge ve yenilik teşvik paketi KOBİ'ler üzerindeki güçlü bir vurgu ile ve bağlantılar araştırma enstitüleri ile tanıtılmıştır. Ekonomi Bakanlığı tarafından finanse edilen yeni yenilik programları tanıtılmıştır.

3.3.8.3. Beşeri Sermaye Yatırımları

Bilim ve teknoloji (S&T) için beşeri sermayenin zayıf tedarik Meksika'nın inovasyon sisteminde büyük bir engel olduğunu olmuştur. Reformlar son zamanlarda, okul altyapıları açısından daha fazla yatırım yoluyla birincil ve ikincil eğitimin geliştirilmesi getirilmiştir, ve girişimleri öğretim kalitesini arttırmak için yapılır (2008 yılında öğretmen olmak için merkezleştirilmiş bir çıkış sınavı tanıtmıştır ve 2010 yılında yeni bir teşvik planı öğretmen performansı üzerinde durulmuştur). Yüksek öğretimde, burs miktarı, önemli ölçüde artmıştır ve iş sektörü ile işbirliği teşvik edilmektedir (örneğin: Zincirlerinde Kurumsal Konseyleri kurulması, IDEA programı, 2011 yılından bu yana yeni müfredat bir girişimcilik kültürünün geliştirilmesi üzerinde odaklanmıştır).

3.3.8.4. İnovasyon

Teknoloji İnovasyon fonu, Bilim ve Teknoloji Ulusal Konseyi (CONACYT) ile Ekonomi Bakanlığı tarafından oluşturulmuş olup ana amacı mikro, küçük ve orta boy işletmelere destek vermektir. Fondan yararlanmak isteyen büyük ölçekli firmaların ise, projelerine en az on tane mikro, küçük ve orta boy firmayı, projenin hedeflerine ulaşmada somut katkıda bulunacak şekilde katmaları zorunluluğu bulunmaktadır. Projelerin hedefi ise yeni ürün ve proses geliştirme üzerine olmalıdır. Program kapsamında üç çeşit faaliyet desteklenmektedir: Teknolojik Gelişim ve İnovasyon (Yeni ürün ve/veya proses üretimi); Mühendislik grup ve/veya merkezlerinin oluşturulması ve konsolide edilmesi (yeni ürün ve/veya proses geliştirilecek laboratuvar vs.nin insan kaynakları ve teknik cihaz anlamında güçlendirilmesi) ve teknoloji tabanlı iş yapma yeteneğinin artırılması. Bu faaliyetlerden ilk ikisi ile alakalı projeler için azami % 50'lik bir destek söz konusu iken üçüncü gruptaki projelerdeki destek oranı %70'e kadar çıkabilmektedir.

3.3.8.5. Faiz Oranı

Meksikalı uzun vadeli faiz oranları ve yayılma dinamikleri önemli ölçüde dış gelişmeler etkisindedir (İMF, 2015: 14). FED'in faiz artırımı kararı sonrasında gelişmekte olan ekonomilerin bozulan dış finansman koşulları faizlerin artmasına, varlık fiyatlarında düzeltmeye, portföy girişlerinin azalmasına ve kurlarda değer kaybına neden olmuştur. Sermaye akımlarının yönünün gelişmekte olan ekonomilerden gelişmiş ekonomilere doğru dönmesi riskine karşı ülkeler ABD faizleri ile yerel hükümet tahvil faizleri arasındaki farkı korumak için politika önlemleri almaya başlamışlardır. Bu bağlamda, Meksika, Şili ve Peru gibi bazı gelişmekte olan ekonomiler gösterge faiz oranlarında artırıma giden ülkeler arasında yer almıştır (TCKB, 2015: 2). Meksika merkez bankası 2009 yılından itibaren 2015'e kadar faiz oranı devamlı %8,2'den %3,75 olması düşürmektedir⁴⁸.

3.3.8.6. Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Meksika, korumacı ve ithal ikameci bir ekonomi politikasından dışa açık, ihracata dayalı bir politikayı benimsediği 1980'li yıllardan itibaren doğrudan yabancı yatırıma daha fazla önem vermiş ve özellikle NAFTA'nın imzalandığı 1993 yılından itibaren, ABD piyasası için üretim yapmak isteyen firmalar, yatırım için Meksika'yı tercih etmişlerdir. Meksika'nın coğrafi olarak ABD'ye yakınlığı ve bu ülke ile serbest ticaret anlaşması olması dışında, Meksika'nın liberal, gelişmiş bir ülkede olağan şartlarda görülen ve mülkiyeti güvence altına alan, lojistik altyapısı olan bir ülke olması yabancı yatırımcılara güven vermiş; ayrıca ülkenin, yabancı yatırımcı çekebilmek için yatırım teşvik politikaları benimsemesi, yabancı yatırımı kolaylaştırmıştır. Meksika'nın en önemli sanayi kolunu, otomotiv sanayi oluşturmaktadır. Nitekim Meksika, 2013 yılında dünyanın en fazla motorlu araç üreten 8., Latin Amerika'nın ise 2. ülkesi olmuştur. Ülkede otomotiv sanayinin itici gücü, yabancı sermaye yatırımlarıdır.

⁴⁸ <http://www.global-rates.com/interest-rates/central-banks/central-bank-mexico/banxico-interest-rate.aspx>

3.3.8.7. Ham Petrol Üretimi

Meksika'nın en önemli gelir kaynaklarından olan petrol, anayasa gereği devlet mülkiyetindedir ve devlet, petrol ve temel petrol ürünlerinde tek üretici durumundadır. Devlete ait petrol şirketi olan Pemex tarafından, özellikle Meksika körfezinde bulunan zengin petrol yataklarından petrol üretimi ve sonrasında işleme ve petrokimya ürünleri üretimi gerçekleştirilmektedir.

Dünya ülkelerine yönelik olarak IMF, Dünya Bankası ve OECD raporlarına dayanan verilere göre 2013 yılı itibarıyla Meksika'nın büyüme rakamı 1.1 dir ve 20 ülke arasında Meksika dünya ülkeleri arasında Kişi Başı Milli Gelirde 15. ve Satın Alma Gücü Paritesine göre 12. sıradadır.

3.3.8.8. Otomobil Üretimi

Meksika'nın en önemli sanayi kolunu, otomotiv sanayi oluşturmaktadır. Nitekim Meksika, 2013 yılında dünyanın en fazla motorlu araç üreten 8., Latin Amerika'nın ise 2. ülkesi olmuştur. Ülkede otomotiv sanayinin itici gücü, yabancı sermaye yatırımlarıdır. Söz konusu yatırımlar her ne kadar NAFTA'nın yürürlüğe girdiği 1994 yılından sonra artmışsa da, ülkeye daha 1930'lu yıllarda General Motors, Ford ve Chrysler; 1960'larda ise Nissan ve Volkswagen yatırım yapmıştır. Daha sonra Toyota, Honda, BMW ve Mercedes-Benz firmaları da Meksika'da yatırım yapan önemli otomotiv markaları arasına katılmıştır. Söz konusu otomobil endüstrisinin montaja dayalı olmasından ziyade Ar-Ge faaliyetlerini de içermesi ve aynı zamanda ülkede otomotiv yan sanayisini de canlandırması ile, Meksika açısından genel olarak otomotiv ve ilgili sanayiler, ülkede istihdam ve ihracat anlamında önemli bir yere sahiptir. 2013 yılında ihracatı yapılan motorlu araç sayısı 2.423.084 adettir.

Tablo 17. Meksika'da Otomobil Satış ve Üretimi (1999-2014)

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
1	1999	0.70			1.55		
2	2000	1.19	0.49	70.04%	1.93	0.39	24.84%

NO	Yıl	Satış (Milyon)	Satış Aralığı (Milyon)	%	Üretim (Milyon)	Üretim Aralığı (Milyon)	%
3	2001	0.70	(0.49)	-41.02%	1.84	(0.09)	-4.85%
4	2002	0.40	(0.31)	-43.53%	1.82	(0.02)	-1.06%
5	2003	0.96	0.57	142.32%	1.58	(0.25)	-13.51%
6	2004	0.65	(0.31)	-32.12%	1.56	(0.01)	-0.67%
7	2005	1.17	0.52	78.94%	1.68	0.12	7.63%
8	2006	1.18	0.02	1.33%	2.05	0.36	21.45%
9	2007	1.15	(0.03)	-2.81%	2.10	0.05	2.43%
10	2008	1.07	(0.08)	-6.70%	2.19	0.10	4.58%
11	2009	0.78	(0.30)	-27.75%	1.56	(0.63)	-28.76%
12	2010	0.85	0.07	9.36%	2.34	0.78	50.05%
13	2011	0.94	0.09	10.42%	2.68	0.34	14.46%
14	2012	1.02	0.09	9.37%	3.00	0.32	11.96%
15	2013	1.10	0.08	7.41%	3.05	0.05	1.77%
16	2014	1.18	0.08	6.88%	3.37	0.31	10.16%

Kaynak: OICA

3.4. AMPİRİK SONUÇLAR

Bu çalışmada, daha önceden belirtilen varsayımlar dikkate alınarak gerçekleştirecek panel veri regresyon analizi doğrultusunda ilk aşamada panel veri regresyon modelinin “ortak sabit regresyon” ya da “sabit etkili model” ya da “rassal etkili model” olmak üzere hangisinin seçileceğini belirlemek için tüm modeller üzerinde Hausman testi ve Chow testi yapılmış ve tüm testlerin sonucunda sabit etkili modeller seçilmiştir.

İkinci aşamada sabit etkili model kullanarak elde edilen panel regresyon sonuçları aşağıda verilmiştir. Daha detaylı biçimde, testler tek tek aşağıda açıklanacaktır.

3.4.1. Tahmin Modelinin Belirlenmesi

Tablo 18. Tahmin Model Belirlenmesi Panel Veri Analizi

Değişkenler	Ortak Sabit Regresyon Yöntemi		Sabit Etkiler Yöntemi		Rassal Etkiler Modeli	
	Prob. Değeri	Katsayı Değeri	Prob. Değeri	Katsayı Değeri	Prob. Değeri	Katsayı Değeri
C	0.0000	-1.51605	0.0058	-0.577805	0.0003	-0.756261
GDP	0.0000	1.39892	0.0001	0.858633	0.0000	0.894629
URT	0.0000	0.53954	0.0000	0.782496	0.0000	0.754914
ENF	0.0009	0.01999	0.0320	-0.007310	0.3893	-0.002769
BNF	0.7949	-0.03194	0.0001	-0.533344	0.0003	-0.398296
DKR	0.0009	0.00007	0.8272	0.000020	0.2270	0.000042

Yukarıdaki tabloya göre 1. yöntem’de Reel GSYİH (GDP), Üretim (URT), Enflasyon (ENF), Döviz Kuru (DKR)’nın P değeri 0.05’ten küçük olduğundan, anlamlıdır. Fakat Petrol Fiyatı (BNF)’nın P değeri 0.05’ten büyüktür, yani anlamsızdır. Ortak Sabit Regresyon Yöntemi ile her ülke için aynı sonuca ulaşmakla birlikte, gerçekte farklılıklar mevcuttur.

Yukarıdaki tabloya göre 2. Yöntem’de Reel GSYİH (GDP), Üretim (URT), Enflasyon (ENF), Petrol Fiyatı (BNF)’nın P değeri < 0.05 , sonucuna ulaşıldığından anlamlıdır. Fakat Döviz Kuru (DKR)’nın P değeri > 0.05 , yani anlamsızdır.

Yukarıdaki tabloya göre 3. Yöntem’de Reel GSYİH (GDP), Üretim (URT), Petrol Fiyatı (BNF)’nın P değeri < 0.05 , olduğundan anlamlıdır. Fakat Enflasyon (ENF) ve Döviz Kuru (DKR)’nın P değeri > 0.05 , yani anlamsızdır.

3.4.2. Tahmin Yönteminin Belirlenmesi

Tablo 19. Tahmin Yöntem Belirlenmesi Panel Veri Analizi

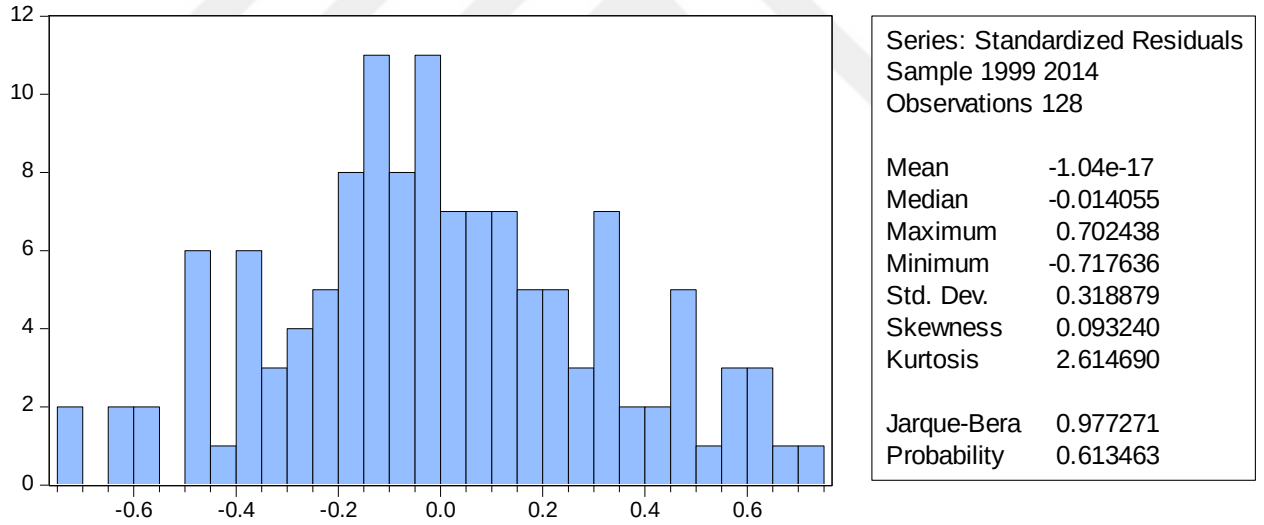
Testler	P. Değeri	Chi Sq. Statistic
Chow Testi	0.0000	160.696199
Hausman Testi	0.0000	34.590082

Yukarıdaki tabloya göre Chow testi'nde P değeri 0.000 (< 0.05), demek ki H_0 reddedilir ve H_a kabul edilir, yani sabit etkiler yöntemi uygundur. Öte yandan Hausman testi'nde P değeri 0.000 (< 0.05), demek ki H_0 reddedilir ve H_a kabul edilir, yani sabit etkiler yöntemi uygundur. Her iki testin sonucuna göre; panel veri regresyonu sabit etkiler yöntemi uygun olacaktır.

3.4.3. Tahmin ve Uyumlu Model Testi

3.4.3.1. Normallik Testi

Kullanımına karar verilen yöntemin, yani sabit etkiler yönteminin çıktılarına normallik testleri ile devam edilecektir. Eviews 8.0 uygulaması'nda normallik testi yapılmıştır ve aşağıdaki sonucu göstermektedir.



5 bağımsız değişken ve olasılık değeri 5% olarak düşünüldüğünde, Chi Square tablosunun değeri 5.991 olarak tespit edilmektedir. Yukarıdaki tablo'ya göre; JB değeri Chi Square tablosunun değerinden daha küçük ($0.977271 < 5.991$) olduğu için bu regresyonda veriler normal dağılmaktadır.

3.4.3.2. Çoklu Bağlantı Testi

Tablo 20. Çoklu Bağlantı Sonucunun Tablosu

	GDP	URT	ENF	BNF	DKR
GDP	1.000000	0.937654	-0.222443	0.061935	-0.261545
URT	0.937654	1.000000	-0.224511	0.173748	-0.222564
ENF	-0.222443	-0.224511	1.000000	-0.149736	-0.033205
BNF	0.061935	0.173748	-0.149736	1.000000	-0.338813
DKR	-0.261545	-0.222564	-0.033205	-0.338813	1.000000

Çoklu bağlantı olmadığı için iki değişkenler arasındaki değeri < 0.8 olmalıdır. Yukarıdaki tablo'ya göre çoğu değişkenler aralarda çoklu bağlantı yoktur, fakat Reel GSYİH ve Üretim arasındaki çoklu bağlantı vardır. Çünkü üretim GSYİH'nın bir unsurudur.

3.4.4. Durağanlık Kavramı ve Birim Kök Testi

Uygulama sonucunda ulaşılan sonuçlar değerlendirildiğinde, **Ek 1.** Tablo'ya göre levelde satış, reel GSYİH, Üretim, petrol fiyatı ve döviz kuru her testleri durağan olduğunu göstermektedir. Fakat, enflasyon levelde durağan olamamıştır. Öte yandan 1. farkta aynı sonuç bulunmuştur, yani her değişken durağan olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.

3.4.5. Panel Veri Analizi

Tablo Ek 2.'de tüm yükselen piyasalar örnekleme için uygulanan regresyon sonucunda modelin R^2 'lerinin modelde dahil edilen her bir bağımsız değişkenle birlikte yükseldiği görülmektedir. Tablo Ek 2.'de R^2 değerinin 0.993847 çıkması, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki değişmelerin %99.38'ini açıklayabildiğini; F istatistiği sonucu ise, modelin anlamlılık düzeyini test eden F istatistiğine ilişkin p değerinin sıfıra eşit olması ($p \leq 0.01$) oluşturduğumuz modelin %99 güvenilirlikle bir bütün olarak anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Oluşturulan nihai modele göre elde edilen ampirik sonuçlar; bağımsız değişkenler olarak modele dahil edilen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH), otomotiv toplam üretimi yükselen piyasalarda toplam otomobil satışı üzerinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Fakat döviz kurunun, pozitif ve istatistiki olarak anlamsız bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Diğer bağımsız değişkenler olarak modele dahil edilen enflasyonun ve petrol fiyatı endeksi değişim oranının toplam otomobil satışı üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ampirik sonuçlara göre GSYİH endeksi değişim oranındaki %1'lik artış otomobil satışında %0.858'lik bir artışa; üretim endeksi değişim oranındaki %1'lik artış otomobil satışında %0,782'lik artışa, döviz kuru endeksi değişim oranındaki %1'lik artış otomobil satışında %0,00002'lik bir artışa yol açmaktadır. Öte yandan enflasyon endeksi değişim oranındaki %1 artış otomobil satışı %0.007'lik azalışa, ve petrol fiyatı endeksi değişim oranındaki %1 artış otomobil satışı %0.533'lik azalışa yol atığı anlaşılmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın ilk bölümünde rekabet teorisi ile ilgili literatür incelenmiş, ikinci bölümde seçilmiş yükselen piyasa ülkelerinin ekonomik genel durumu hakkında bilgi verilmiş olup üçüncü bölümde ise otomotiv piyasası ile ilgili değişkenler sekiz yükselen piyasa ülkesi özelinde karşılaştırılmalı olarak incelenmiştir. Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH), toplam otomobil üretimi, enflasyon, petrol fiyatı, döviz kuru ve toplam otomobil satışı ilişkisi sekiz yükselen piyasa ülkesi açısından güncelliğini koruyan bir konudur. Nitel değişkenler olarak teknoloji yatırımları, Ar-Ge faaliyetleri, beşeri sermaye yatırımları, inovasyon, faiz oranı, doğrudan yabancı yatırımlar, ham petrol üretimi ve otomobil üretimi seçilmiş ülkelerde otomotiv sektörü ile ilgisi incelenmiştir.

Bu çalışmada BRIC ülkeleri, Endonezya, Türkiye, Güney Kore ve Meksika'nın 1999-2014 dönemi Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH), toplam otomotiv üretimi, enflasyon, petrol fiyatı, döviz kuru ve toplam otomotiv satışı yıllık verileri kullanılmıştır. İlgili değişkenlerin durağanlık düzeyleri birim kök testleri ve sabit etkiler yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'nın (GSYİH) ve toplam otomotiv üretiminin yükselen piyasalarda toplam otomobil satışı üzerinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Fakat döviz kuru değerinin, pozitif ve istatistiki olarak anlamsız bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Diğer bağımsız değişkenler olarak modele dahil edilen enflasyonun ve petrol fiyatı endeksi değişim oranının toplam otomobil satışı üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Ülkelerde bir inovasyon kültürü oluşturulmalı, bunun gerçekleştirilebilmesi için inovasyon faaliyetlerini artıracak bir takım teşvikler sağlanmalıdır. Bu noktada inovasyon kültürünün ve fikrinin oluşmasında ara yüzlerin ve ara kurumların olması bir alternatif olabilir. Üniversite-sanayi işbirliğini sağlamakla görevli olan inovasyon aktarma merkezleri bu ara yüzlerden biri olarak düşünülebilir.

İnovasyon politikası; ülkeler arasındaki dengesizlikleri en az indirmek, inovasyona dayalı firmaları ve nitelikli işgücünü çekmek ve firmaların rekabet gücünü artırmak için uygulanan politika ve stratejiler olarak tanımlanmaktadır. Bir ülkenin inovasyona bağlı olarak gelişmesi ve refah seviyesinin yükseltilebilmesi için ülkenin

sahip olduğu fiziksel, toplumsal, beşeri ve finansal sermayeye yatırım yapılması gerekir. Bir ülkede bulunan firmaların verimli Ar-Ge çalışmaları sonucunda elde ettikleri bilgileri yeni ürün, hizmet veya üretim süreçlerinde kullanması rekabet üstünlüğünün artmasını sağlarken, bu durum ülkenin gelişmesine de önemli katkılar yapabilmektedir. Günümüzde inovasyonun kalkınmadaki önemi gittikçe artarken, bu durumun bilincine varan ülkeler inovasyona daha fazla önem vermeye başlamıştır. Bu kapsamda inovasyon faaliyetlerini artıracak ulusal ve bölgesel politikalar belirlenmiştir. Bu politika araçlarından biri de inovasyon sistemidir. İnovasyon sistemi; inovasyon, teknoloji, ağ, kümelenme vb. araçların temelini oluşturmada kullanılan stratejik nitelikli bir yaklaşım biçimidir. Günümüzde, karşılıklı etkileşimli ve teknoloji - piyasa - firma - müşteriler - tedarikçiler gibi birçok aktörle birlikte şekillenen inovasyon kabul görmeye başlamıştır.

Sanayide üretimin artması temel hedefi iç ve dış pazarlarda talebin artması ve buna uygun araç geliştirme süreçlerinin yönetimi ile sağlanabilecektir. Sanayi; yüksek düzeyde girişimcilik, ileri otomotiv kültürü, 50 yıllık otomotiv imalat sanayii geleneği, uluslararası düzeyde yüksek kalite geleneği, iş barışı ve sendikalaşmış, kalifiye, eğitimli, motive, yüksek verimlilik ile rekabet edebilir maliyette iş gücü ile uygun iş ortamı sağlandığı takdirde üretimde gerekli atılımı yapabilecek nitelik taşımaktadır.

Buna göre uygun politikalar ve politika araçları da aşağıdaki gibi özetlenebilecektir:

- Kamu politika ve düzenlemelerinde kararlılık ve süreklilik,
- Kamu karar mekanizmalarında koordinasyonun ve verimliliğin sağlanması,
- İdari altyapının güçlendirilmesi,
- İç pazarda potansiyelin alım gücüne dönüştürülmesine yönelik vergisel düzenlemeler,
- Ömrünü tamamlamış araçların hurdaya ayrılarak bertarafı için gerekli hukuki düzenlemelerin oluşturulması ve hurda işletmelerinin teşvik edilmesi,
- Yaşlı araçların yeni araçlarla değiştirilmesini sağlayacak teşvik mekanizmalarının oluşturulması,
- Alternatif pazarlar için serbest ticaret anlaşmalarının geliştirilmesi, ikili ticari ilişkiler kapsamında otomotiv sanayii ürünlerinin yer almasının sağlanması,

- Ar-Ge teşviklerinin çeşitlendirilerek sürdürülmesi ve Ar-Ge alt yapısının tamamlanması,
- Şirketlerin tasarım, üretim, markalaşma beceri ve kapasitelerini arttırılması amacı ile konsept oluşturma ve tasarım aşamasından başlayan tedarik zincirindeki uzun vadeli işbirlikleri ile bu süreçleri de kapsayan destek mekanizmalarının geliştirilmesi,
- Otomotiv ürünlerine uygun oto-port nitelikli limanlar ve çevresindeki ulaştırma altyapısının geliştirilmesi,

Otomotiv sanayinin üzerine düşen görevler ise aşağıdaki gibi sıralanabilecektir:

1. Kapasite kullanımının optimizasyonu

- İç pazardaki talebin daha fazla karşılanmasına yönelik müşteri odaklı ürünlerin geliştirilmesi,
- Dış pazarlarda daha fazla aktivite gösterilmesi,

2. Rekabet gücünün geliştirilerek arttırılması

- Verimlilik artışı ile maliyetin düşürülmesi,
- Tüm süreçlerde yenilikçi yaklaşımın benimsenmesi,

3. Tedarik zinciri yönetiminin geliştirilmesi

- Araç üreticisi ile tedarikçi arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesi,
- Tedarik zincirinde stratejik ortaklık kurulması,

Otomotiv sektöründeki işletmeler yoğun bir rekabet ortamında faaliyette bulunmaktadır. Bu nedenle pazarda rekabet güçlerini artırabilmek için gerekli olan örgütsel ve teknolojik düzenlemeleri yapmaları gerekmektedir. Müşteri isteklerinin de sürekli değiştiği ve teknolojik yeniliklerin hızla yapıldığı sektörde işletmelerin müşteri istek ve beklentilerini karşılayabilmek için esnek bir yapıya sahip olmaları gerekmektedir. Bu beklentileri karşılayabilmek, kaliteyi artırabilmek ve ürün/hizmet yenilik oranını artırabilmek için işletmelerde gerekli teknoloji kültürü oluşturularak üretim teknolojileri yenilenmeli ve teknolojik işbirlikleri yapılmalıdır.

Brezilya sanayi sektörü uzun süren durgunluk süreci geçirmiştir. Bu durgunluk sürecinde teknoloji uyumunda yaşanan ciddi sıkıntılar, demode olmuş yönetim metotları ve organizasyon yapıları, maliyet, üretim ve kalite açısından yaşanan verimsizlik gibi

konular sanayinin ekonomik liberalizasyona gitmesini zorunlu kılmıştır. Liberalizasyon süreci, radikal bir şekilde ekonominin değişmesine neden olmuş, sanayi üzerinde güçlü rekabet baskısı oluşturmuştur. Sanayide yeniden yapılanma süreci gerçekleştirilmiş olup, şirket birleşmeleri ve devirleri söz konusu olmuş, ithal girdi kullanımı artmış, otomasyon, üretkenlik ve kalite programları gibi tekniklerle üretim süreçleri rasyonalize edilmiştir.

Rusya’da otomobil satışları 2014 ve 2015 yılında keskin bir düşüş yaşamış görünmektedir. Bu doğrultuda, talebi canlandırabilmek için atlabilecek adımlar oldukça önem arz etmektedir. Adımların bazılarını belirtmek gerekirse: a) fon artırılması ve araç filo yenileme programı genişletme; b) araba kredileri üzerindeki etkin faiz oranlarının düşürülmesinin sağlanması (otomotiv kredisinin faizinin sübvansede edilmesi ve / veya otomobil kredisini genişletmek için bankalara destek verilmesi), c) bazı baraçlarda, belli bir süre boyunca otomobil mülkiyeti maliyetini azaltmak adına düşük emisyon değerli otomobil alımlarını teşvik etmek için taşıma vergisinin hesaplama şeklinin değiştirilmesi, d) yurt içinde üretilen araçların alımında devlet teşviklerinin uygulanması, e) Rus yapımı otomobil ihracatı için uygun koşulların yaratılması; vb.

Endonezya’da otomotiv sektörü son yirmi yılda ihracat değerinin önemli artış dolayısıyla, daha dinamik bir yapıya sahip olmuştur. Otomotiv sektöründe, ölçek ekonomisi rekabet gücünün belirleyicisidir. Bu nedenle, otomotiv sektörü bölgesel değer zinciri ile entegrasyondan büyük ölçüde yararlanmıştır. Yine de, Endonezya otomotiv sektörü için bazı problemler bulunmaktadır. Bu sorunlar; değer zincirinde artışın azlığı, katma değer oranının düşüklüğü ve yenilikçi yapının istenilen düzeye ulaşmamış olmasıdır. Bu problemlerin çözüme kavuşması, daha kaliteli istihdam yaratmaya yardımcı olacaktır. Belirtmek gerekir ki, anda Endonezya’da en büyük engel üretici firmaların rekabet güçlerinin ve gelişmişlik düzeylerinin görece düşük olmasıdır. Düşük işçilik maliyetleri ile çok büyük iç pazar potansiyelinin varlığı önemli unsurlardır fakat, rekabet gücü elde edebilmek ve bunu sürdürüebilmek için yeterli olmayıp, sadece bu unsurlara güvenilmemesi gerekmektedir. Endonezya otomotiv sektörünün daha etkin entegrasyon ile bölgesel tedarik zincirinden yararlanmalı, yerel girişimcilere yönelik

engelleri adım adım da olsa ortadan kaldırmalı, yenilikçilik kabiliyetini geliştirmeli, inovasyonda ve ürün kalitesinde artışlar sağlamalıdır.

Türkiye’de otomotiv sektöründe rekabet üstünlüğünün düzeyini artırmak için öncelikle yatırım ortamının iyileştirilmesine yönelik düzenlemelere hız verilmelidir. Bu amaçla siyasal ve sosyal istikrarın sağlanması, enflasyondaki düşüşün kalıcılığının sağlanması, özelleştirme alanlarında sürecin tamamlanması, bütçe açıklarının azaltılarak kamu borçlanma gereğinin azaltılması, kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması, vergi oranlarının düşürülmesi ve verginin tabana yayılması, bürokrasinin azaltılması, yatırım teşvik faaliyetlerinin gözden geçirilip iyileştirilmesi ve yatırım teşvikleri için ayrılan fonların güvence altına alınması gerekmektedir. Eğitim seviyesinin AB standartlarına ulaştırılması, teknoloji ve haberleşme altyapısının geliştirilmesi ve AR-GE faaliyetlerinin desteklenmesine yönelik stratejilerin geliştirilmesi de ayrıca alınabilecek önlemlerdir.

Meksika otomotiv sektörü, rekabet üstünlüğünde itici güç olabilecek fırsatlara sahiptir. Meksika’nın on farklı serbest ticaret anlaşması yoluyla, 45 ülkeye erişimi bulunmaktadır. Stratejik coğrafi konumu, başta Kuzey Amerika pazarlarına yönelik ticareti arttırmakla birlikte, diğer bölgelerle de ticareti kolaylaştırmaktadır. Meksika’da işgücü, gelişmiş ülkelerdeki işgücünden daha az maliyetlidir ve Meksika’nın imalat sektörü işgücü ücreti düzeyi, yükselen piyasa ülkeleri arasında ortalamaya yakın seyretmektedir. Orta ve kuzey Meksika’da derin bir geleneğe sahip olup otomobil parçaları üreten 13 farklı otomobil tedarikçisi kümeleri bulunmaktadır. Üretim hatlarının yüksek teknolojiye sahip olduğu Meksika otomotiv sanayisi, kalite standartları ve imalat işletme sistemleri açısından diğer Latin Amerika Ülkeleri’ni ve Asya yükselen ekonomilerini yani Çin ve Hindistan gibi rakiplerini aşmış durumdadır ve bu avantajını korumak için gerekli şartlara sahip görünmektedir.

Bu araştırmanın sonuçları milli gelir düzeyi ve otomobil üretiminin, otomotiv satışlarında önemli bir belirleyici olduğunu kanıtlamaktadır. Diğer taraftan, enflasyonun ve petrol fiyatlarının, otomobil satışları üzerinde olumsuz etkide bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, maliye politikalarının düzenlenmesinde ve uygulanmasında

yukarıda belirtilen hususlara dikkat edilmesi faydalı olacaktır. Zira otomotiv sektörünün lokomotif sektörlerden olması ve otomobil satış oranı, ekonomik büyümede ve ekonomik performansta önemli bir referans noktası olarak değerlendirilebilmektedir.



KAYNAKÇA

- ACAR, FATİH, (2014). “Türkiye Ekonomisine Genel Bakış (2001-2013) ”, **Çalışma Dünyası Dergisi**, s: 18.
- ALTAY, BULENT, (2006). “Avrupa Birliği'nde Rekabet Politikaları, Türkiye ve Avrupa Birliği'nin İhracatta Rekabet Gücünün Ölçülmesi”, Doktor Tezi, **Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Afyonkarahisar, s: 38.
- AİĞİNGER, K., (1997). “The use of unit values to discriminate between price and quality competition”, **Cambridge Journal of Economics**, Vol. 21, s.571-592.
- AİĞİNGER, K., (1998a). “A framework for evaluating the dynamic competitiveness of countries”, **Structural Change and Economic Dynamics**, Vol. 9, No. 2, s: 159-188.
- AİĞİNGER, K., (1998b). “Unit values to signal the quality position of CEECs”, in Wolfmayr, Y. (coordinator) *The Competitiveness of Transition Countries*, **OECD Proceedings**, s. 93-121.
- AİĞİNGER, K., (2000). “Europe’s Position in Quality Competition”, European Commission Enterprise DG Working Paper, **WIFO**, September 2000.
- AİĞİNGER, K., (2001). “Measuring the Intensity of Quality Competition in Industries”, **WIFO**, Quarterly, 2001/1.
- AİĞİNGER, K., (2006). “Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externalities”, **J Ind Compet Trade**, Vol. 6, No.2, s.161-177.
- AKAL, MUSTAFA., KABASAKAL, ALİ., SEYİT, M. GÖKMENOĞLU, (2012). “OECD Ülkelerin Rekabet Gücünün Açıklayıcı Kurumsal ve Karma Modeller”, **Business and Economics Research Journal**, V 3, No 1, s: 109-130.
- AKALIN, G. (2002). *Türkiye’de Piyasa Ekonomisine Geçiş Süreci ve Ekonomik Kriz*, TİSK Yayınları, Yayın No:215, s: 27.
- AKÇADAĞ, E. (2009). “Yükselen Güç Hindistan” http://www.bilgesam.org/tr/index.php?option=com_content&view=article&id=506:yuekselen-guec-hindistan&catid=110:analizler-hindistan&Itemid=138, (Erişim tarihi, 02.04.2011)
- AKMAN, Engin (2012); “*Sermaye Yapısını Belirleyen İşletmeye Özgü Faktörler: İMKB’ de İşlem Gören Sanayi Firmaları Üzerine bir Panel Veri Uygulaması*,” Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Zonguldak.

- AKTAN, C. ve VURAL, C., (2004). “*Rekabet gücü ve Türkiye*”, TİSK yayını, Rekabet Dizisi: 3 Ankara.
- ALCOTRA, L., (1994). “The Impact of New Technologies on Scale in Manufacturing Industries: Issues and Evidence”, **World Development**, Vol. 22, No. 5, s: 755-769.
- ALTAY, A. (2001). Piyasa Ekonomisine Geçiş Sürecinde Kamu Maliyesi Sorunları ve Çözüm Önerileri, Manas dergi, s: 16.
- ARIÇ, K. HALİL, (2013). “Yeni bir Dış Ticaret Teorisi Olarak Porter’in Rekabet Üstünlükler Teorisi’nin Yapısı”, Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, ISSN : 1309 – 4289 Cilt 4, sayı 5, s: 81-98.
- ASTERIOU, D. ve HALL, S.G. (2007). **Applied Econometrics: A Modern Approach Using E-views and Microfit Revisited Edition**, Palgrave Macmillan, New York.
- ATALAY, S. Serpil, (2007). “Yeni Avrupa Birliği Ülkelerinde ve Türkiye’de Reel Yakınsama”, **Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Uzmanlık Tezi**, Ankara, ss: 45-47.
- AYDENİZ, NİHAT, (2005). “İleri Üretim Teknolojilerindeki Gelişmelerin Rekabetçi Endüstri İşletmelerine Etkileri”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, İSSN: 1304-0278, C. 3, ss: 1-12.
- BALTAGI, B.H., BAI, H. ve KAO, C. (2000), “Nonstationary Panels, Cointegration in Panels: A Survey”, Center for Policy Research Working Paper No:16, http://www.maxwell.syr.edu/uploadedFiles/cpr/publications/working_papers/wp_16.pdf (26/01/2015)
- BALTAGI, B. H., (2005). **Econometric Analysis of Panel Data**, Third Edition, John Wiley & Sons Ltd., England.
- BARNEY, J. B. (1986). “Types of Competition and the Theory of Strategy: Toward an Integrative Framework”, *Academy of Management Review*, Vol. 11, No. 4, s: 791-800.
- BARNEY, J. B. (2001). “Resource-Based Theories of Competitive Advantage: A Ten Year Retrospective on the Resource-Based View”, *Journal of Management*, No. 27, s: 643-650.
- BAUM, C. F. (2006). An Introduction to Modern Econometrics Using Stata. College Station, TX: Stata Press.
- BAYRAKTAR, F., (2003). Dünyada ve Türkiyede Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları, Türkiye Kalkınma Bankası A.S.
- BEDİR, A., (1999). **Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayinin Geleceği**, DPT-Uzmanlık Tezleri.

- BEDİR, A., (2009). **Uluslararası Ticarete Fiyatta Dayalı Rekabet Gücü İle Endüstri-İçi Ticaret Arasındaki İlişki: Türk İmalat Sanayi Örneği**, DPT-Uzmanlık Tezleri.
- BELLAK, C., (1999). “Explaining Foreign Ownership by Comparative and Competitive Advantage: Empirical Evidence”, **Department of Economics Working Papers**, No 62.
- BLOTEVOGEL, V., *Sektorale Betrachtung III: Automobilindustrie*, Weltwirtschaftsgeographie Lecture Notes, Duisburg University, 2002-2003.
- BREİTUNG, J. (2000). The local power of some unit root tests for panel data. In: *Nonstationary Panels, Panel Cointegration, and Dynamic Panels*, Baltagi, B.H. (Ed.), Elsevier, Amsterdam, pp. 161–177
- BRUNNER, S. (2006). “*Clustering and the Effects of Inward FDI on National Competitiveness* Faculty of Economics and Social Sciences Department of Economics Chair of Economics and Social Policy”, s: 7.
- BÜYÜKÇULCU, U. (2006), Kurumlar Vergisinin Şirketlerdeki Vergi Yüğü Üzerine Bir Değerlendirme Isparta Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, s: 5.
- CENGİZ, EMRAH (1999). **Uluslararası Pazarlarda Tutundurma ve Uluslararası Otomotiv Firmalarının Türkiye’deki Tutundurma Faaliyetlerine İlişkin Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, s: 233.
- CHO, DONG-SUNG, H.MOON, M. YOUNG (2009). “Does One Size Fit All? A Dual Double Diamond Approach to Country-Specific Advantages”, *Asian Business & Management*, Vol. 8, No. 1, s.83-102.
- Commission of the European Communities, (2002). “Industrial Policy in an Enlarged Europe”, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the committee of the Regions, COM (2002) 714 final,
- Commission of the European Communities, (2003). “Some Key Issues in Europe’s Competitiveness-Towards an Integrated Approach, Communication from the
- Commission of the European Communities, (2006a). “Economic reforms and competitiveness: Key measures from the European Competitiveness Report 2006” Communication from the Commission, COM (2006) 697 final, s: 2.
- Commission of the European Communities, (2006b). “Economic reforms and competitiveness: Key measures from the European Competitiveness Report 2006” Commission Staff Working Document, accompanying Document to the Communication from the Commission, SEC (2006) 1467/2, s: 8.
- Commission to the Council and the European Parliament, Com (2003). 704 final, s: 5.

- COYNEY, K. P. (1986). "Sustainable Competitive Advantage-What It is, What It isn't", *Business Horizons*, January-February, pp. 54-61.
- CELASUN, M., (2002). "2001 Krizi, Öncesi ve Sonrası: Makroekonomik ve Mali Bir Değerlendirme", www.econ.utah.edu/~ehrbart/erc2002/pdf/i053.pdf
- ÇALIŞ A., İGEME-Hindistan Ülke Raporu (2007). <http://www.bogazici.org.tr/dokumanlar/hindistan.pdf>, (Erişim tarihi, 24.03.2011)
- ÇETİN, M. (2000). "Avrupa Birliği'ne Entegrasyon Sürecinde KOBİ'ler ve Rekabet Gücü", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), **Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**, Trabzon, 2000, s. 86-87.
- ÇETİN, M. ve ECEVİT, E. (2010). "Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir Panle Regresyon Analizi" *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11 (2),s:166-182.
- ÇHC Yıllık Rapor (2007). www.musavirlikler.gov.tr/upload/CHC/YILLIK%20RAPOR2007.doc, (Erişim tarihi, 17.03.2011)
- DAVIES, H. ve P. ELLIS (2000). "Porter's Competitive Advantage of Nations: Time for The Final Judgement", *Journal of Management Studies*, 37(8): 1189-1213.
- DEİK (2003). "Çin Halk Cumhuriyeti Ekonomisi ve Türkiye ile İlişkileri", s: 1-18.
- DEMİRHAN, E. (2002). Para Politikasının Değişen Yüzü: Enflasyon Hedeflemesi, *Türkiye Bankalar Birliği*, İstanbul, s: 112.
- DİNLER, Z. (2006). Mikro Ekonomi, Ekin kitapevi, Bursa, ss: 222-223.
- DİNLER, Z. (2009). İktisada Giriş, Bursa, Ekin Yayınları, s: 571
- DOĞAN, İ.D., (2000). "Kalite Uygulamalarının İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerine Etkisi", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.2, s: 1.
- DRABEK, Z., OLECHOWSKI, A., (1989). "Price and Quality Competitiveness of Socialist Countries' Exports", **Policy, Planning and Research Working Papers**, No 317, the World Bank.
- DTM, (1999). **Küresel Pazarlama Kapsamında Dünya Otomotiv Sanayii**, DTM Yayınları, Ankara, Temmuz, s: 1.
- DUMANLI, Serap. (1987). Türkiye'de Otomotiv Sanayinin Durumu, Yapısal Özellikleri ve Sorunları. Ankara: DPT Yay.
- DUNNING, JOHN H. ve SARIANNA M. LUNDAN (1998). "The Geographical Sources of Competitiveness of Multinational Enterprises: An Econometric Analysis", *International Business Review*, Vol.7, s: 115-133.

- DURAND, M., MADASCHI, C., TERRIBLE, F., (1998). "Trends in OECD Countries' International Competitiveness: The Influence of Emerging Market Economies" **OECD Economic Department Working Papers** No.195.
- ENÇ, E., 1993. "Enflasyon: Tanımı, Ölçümü ve Sorumluları", Ekonomik Yaklaşım, Cilt:4, Sayı:8, ss: 1-8.
- ENTEMİZ, GÖKÇE, (2009). "Rekabet Ortamında Otomotiv Sanayinin Yerleşimi Yönlendiricileri ve Mekansal Etkinleri 'İstanbul Metropolitan Alan ve Yakın Çevresi' Örneği", Yüksek Lisans Tezi İstanbul Teknik Üniversitesi,
- ER, Ş. ve B.A. Bolat (2005); "*Panel Data Analizi*," Doktora Programı Zaman Serisi Analizi Dersi Ödevi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sayısal Yöntemler Anabilim Dalı, İstanbul.
- EREN, A., 2002. Türkiye'nin Ekonomik Yapısı ve Güncel Sorunlar, Mugla Üniversitesi Yayınları:11, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları:02, Mugla, 288s.
- ERKEKOĞLU, H. (2008). İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması: Kayseri Örneği. Ankara: Palme Yayıncılık.
- ERKÖK Y. Ş. (1992). "Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi", Gazi Üniversitesi Yayın No: 178, İİBF Yayın No: 57, Ankara.
- ERUYGUR, H. O., (2010), Temel Makroiktisadi Değişkenler ve Ölçümleri, Gazi Üniversitesi: Ders Notu 02.
- European Commission, (2009). "European Competitiveness Report", http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=5715, (Erişim tarihi: 2 Nisan 2015).
- FABRİZİO, S., IGAN, D., MODY, A., (2007). "The Dynamics of Product Quality and International Competitiveness", **IMF Working Paper**, International Monetary Fund, WP/07/97.
- FAGERBERG, J., (1988). "International Competitiveness", **the Economic Journal**, Vol.98, No. 391, s: 355-374.
- FEİNBERG, S.E., KEANE, M.P., (2006). "Accounting for the Growth of MNC-Based Trade Using a Structural Model of U.S. MNCs", **the American Economic Review**, Vol. 96, No. 5, s: 1515-1558.
- FONTAGNE, L., FREUDENBERG, M., GAULIER, G., (2005). "Disentangling Horizontal and Vertical Intra-Industry Trade", **CEPII Working Papers**, No. 2005-10.
- FRASER, CAMERON, (2011). The EU and BRICS, Policy paper 3, s: 1.
- FRISCH, H., 1989. Enflasyon Teorileri, (Çev.: Oktay E ve A. Yigdim), Elif Matbaacılık, Ankara, s: 1.

- GARVİN, A.D., (1984). “What Does “Product Quality” Really Mean?”, **Sloan Management Review** (pre-1986), Fall 1984, Vol. 26, No.1, s.25-43.
- GARVİN, A.D., (1987). “Competing on the eight dimensions of quality”, **Harward Business Review**, November-December 1987, s. 101-109.
- GÖKBULUT, R.İlker (2009); “*Hissedar Değeri ile Finansal Performans Ölçütleri Arasındaki İlişki ve İMKB Üzerine bir Araştırma*” İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- GÖKMENOĞLU, M. S. ; M. AKAL ve R. ALTUNIŞIK (2012). “Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler”, **Rekabet Dergisi**, 13(4): 3-43.
- GÖNEN, S., ÇELİK, M., (2005). “Rekabet Üstünlüğü Sağlamada İç Denetim ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Stratejik Ortaklığı”, **Ege Üniversitesi Ege Akademik Bakış Dergisi**.
- GRANT, R. M. (1991). “Porter’s ‘Competitive Advantage of Nations’: An Assessment”. **Strategic Management Journal**, 12(7), ss: 535-548.
- GRENE, William H., (2003). **Econometric Analysis**, 5th Edition, Prentice Hall, New Jersey, s: 612.
- GROOVER, M.P. (2007). **Fundamentals of Modern Manufacturing 3/e**. John Wiley and Sons inc.
- GUJARATI, Domador N., (2004). **Basic Econometrics**, 4th Edition, Mc Graw Hill Companies Inc., New York.
- GÜRPINAR, K., SANDIKÇI, M. (2008). “Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması”, **Selçuk Üniversitesi İİBF Dergisi**, 18, ss: 106-125.
- GÜVENEK, B. ve ALPTEKİN, V. (2010), “Enerji Tüketimi ve Büyüme İlişkisi: OECD Ülkelerine İlişkin Bir Panel Veri Analizi”, **Enerji, Piyasa ve Düzenleme**, 1(2), ss: 172-193.
- HADRI, K. (2000). Testing for stationarity in heterogeneous panel data. **Econometrics Journal** 3, ss: 148–161.
- HALLAK, C.J., (2006). “Product quality and the direction of trade”, **Journal of International Economics**, 68, ss: 238-265.
- HANSEN, J. (2011). The Competitive Advantage of Nations, Book Review, **Journal of International Business**, Vol. 3, Issue 1, ss: 107-133.
- HAUSMAN, Jerry A. (1978). “Specification Tests in Econometrics”, **Econometrica**, 46(6), ss: 1251-1271.

HEYMANN, E., Neue Entwicklungen in der Globalen Automobilindustrie, Deutsche bank AG, DB Research, D. 60262 Frankfurt am Main, Deutschland, September 2006.

HSIAO, C., (2002). Analysis of Panel Data, Cambridge, United Kingdom, s: 30.

HSIAO, C., (2003). Analysis of Panel Data, Cambridge, United Kingdom, s: 89.

IHS Global (2012). "IHS Global Insight Forecast"

IMD, (2007). **World Competitiveness Yearbook 2007**, s: 15.

IMD, (2008). **World Competitiveness Yearbook 2008**.

IMF, (2009). World Economic Outlook,

IMF, (2014). World Economic Outlook,

IM, K.S, PESARAN M.H, ve SHIN, Y (2003). " Testing for Unit Roos in Heterogeneous Panels", Journal of Econometrics 115 (revise version of 1997's work), ss: 53-74.

İŞİK, S. ve DUMAN, K. (2008). Enflasyon Hedeflemesi ve Dalgalı Döviz Kuru: Bazı Ülke Deneyimleri, Akdeniz Ğ.Ğ.B.F Dergisi s:15.

İGEME, (2010). Brezilya raporu, www.musavirlikler.gov.tr/upload/.../igeme%20Brz%20rapor%20temmuz.doc, (Erişim tarihi, 27.03.2011)

İGEME-Hindistan Ülke Raporu, (2011). http://www.kobishowroom.com/images/stories/Ulke_Raporlari_2011/Hindistan_ulke_raporu_2011.pdf, (Erişim tarihi, 24.03.2011)

İNAL, G.A., (2003). **A Study into Competitiveness Indicators**, Rekabet Forumu, Draft Copy.

İstanbul Ticaret Odası, Rusya Ülke Etüdü.

İTKİB, www.itkib.org.tr/ihracat/DisTicaretBilgileri/.../cin_ulke_raporu.pdf, (Erişim tarihi, 04.04.2011)

JACOBSON, R. (1992). "The "Austrian" School of Strategy", *Academy of Management Review*, Vol. 17, No. 4, s: 782-807.

KARAATLI, M., HELVACIOĞLU, Ö. C., ÖMURBEK, N., ve TOKGÖZ, G., (2012), "Yapay Sinir Ağları Yöntemi ile Otomobil Satış Tahmini", Süleyman Demirel Üniversitesi.

KARACAOĞLU, KORHAN, (2006). "Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısı: Kayseri'de Faaliyet Gösteren İmalât Sanayi İşletmeleri İçin Bir Model Önerisi", **Doktora Tezi**, Ankara, s: 47.

- KARASU, A.T. (2008). *Küreselleşme Sürecinde A.B.D. Ekonomisinin Yükselen Piyasalar Üzerine Etkileri: Türkiye Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi S.B.E., İstanbul, s: 63.
- KARBUZ, F., SİLAHÇI, A., ve ÇALIŞKAN, E, (2008). Otomotiv Sektör Raporu, İstanbul Ticaret Odası – Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Şubesi, ss:1-56.
- KARLUK, R., TONUS, Ö. ve ÇATALBAŞ, N., Doğu Asya ve Rusya Krizi Karşısında Türkiye, <http://www.econturk.org/tonus.pdf>, 16.05.2011)
- KAYA, D., ve ÖZTÜRK, H., (2014). Sanayide Enerji Yönetimi ve Enerji Verimliliği, Umuttepe Yayınları, s: 233.
- KESKİN, A., (2011). “Ekonomik Kalkınmada Beşeri Sermayenin Rölü ve Türkiye”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 25 (3-4), ss: 125-153.
- KIVILCIM, M., (1993), “Türk Ekonomisinin Uzun Dönem Enflasyon Analizi: Bir Ampirik Yaklaşım”, Ekonomik Yaklaşım, 4(8), ss: 97-115.
- KİBRİTÇİOĞLU, A (ed), (1996). “Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım”, **Uluslararası (Makro) İktisat-Okumalar**, Ankara: 72 TDFOB Yayıncılık, s: 3.
- KİBRİTÇİOĞLU, A., (1998a). “Porter’in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı”, **Future’s Technologies**, 48, Mart, s: 66-71.
- KİBRİTÇİOĞLU, A., (1998b). “Firma ve Ürün Kalitesi: Nedir? Neden Önemlidir ?”, **Future’s Technologies**, 51, Haziran, s. 52-56.
- Kommersant, Prinuzhdenie k İnnovatsiyam, (2012) <http://www.kommersant.ru/doc/1890579>
- KONYA TİCARET ODASI, (2008). www.kto.org.tr/dosya/rapor/hindistan.pdf, Hindistan Cumhuriyeti Ülke Raporu, (Erişim tarihi 15.01.2011).
- KOÇ, MURAT, ve OZBOZKURT, ONUR BAŞAR, (2014). Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme, ISSN: 2147-804X Cilt 2, Sayı 3, s: 85-91. <http://www.isletmeiktisat.com>
- KOYUNCU, C. ve YILMAZ, R. (2005). “Çin: Dragon Ekonomisinin Önlenemeyen Yükselişi”, Bursa: Ekin Kitabevi, s: 18.
- KÖK, R. ve ŞİMŞEK, N. (2006), “Endüstri-İç Dış Ticaret, Patentler ve Uluslararası Teknolojik Yayımla”, <http://www.deu.edu.tr/userweb/recep.kok/dosyalar/eidtpatentyayilma.pdf>
- KÖK, R., İSPİR, M.S. ve ARI, A.A. (2010), “Zengin Ülkelerden Azgelişmiş Ülkelere Kaynak Aktarma Mekanizmasının Gerekliliği ve Evrensel Bölüşüm Parametresi Üzerine Bir Deneme”, http://kisi.deu.edu.tr/recep.kok/Zengin_ispir.pdf
- KPMG (2013). “Global automotive executive survey”

- KRUGMAN, P., (1994). “Competitiveness: A Dangerous Obsession”, **Foreign Affairs**, March/April 1994, Vol: 73, No.2, s: 28-44.
- KRUGMAN, P., (1995). “Growing World Trade: Causes and Consequences”, **Brookings Papers on Economic Activity**, Vol.26, No.1, s. 327-377.
- KUMBARACIBAŞI, O. (1973). Dış Ticaret Teorisi ve Uluslararası Ekonomi, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Neşriyat ve Sosyal Yardım Bürosu, San Matbaası, Ankara.
- KUMRAL, N., AKGÜNGÖR, S., LINGER, A., (2001). “National Industry Clusters: The Case of Turkey”, presented at the Regional Studies Association Conference: Regional Transitions: Regions and the Challenges of Development, Integration and Enlargement, Sept. 15-18.
- LAGES, L.F., LAGES, C., LAGES, C.R., (2004). “European Perspectives on Export Performance Determinants: An Explonatory Study”, **FEUNL Working Paper**, No. 444.
- LEVİN, A., LİN, C.F., CHU, C-S.J. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite sample properties. *Journal of Econometrics* 108, 1–22.
- LINDERT, P.H., PUGEL, T.A., (1996). **International Economics**, Times Mirror Higher Education Group, Chicago.
- LOPEZ-CLARÓZ, A., ALTINGER, L., BLANKE, J., DRZENIEK, M., MİA, I., (2006). “The Global Competitiveness Index: Identifying the Key Elements of Sustainable Growth”, **Global Competitiveness Report 2006-2007**, World Economic Forum, s: 3-50.
- MATHUR, V.K., (1999). “Human Capital-Based Strategy for Regional Economic Development”, *Economic Development Quarterly*, 13 (3), ss: 203-216.
- MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE (2012). “Manufacturing the future: The next era of global growth and innovation”
- MOON, H. CHANG, ALAN M. RUGMAN, ALAIN VERBEKE (1998). “A Generalized Double Diamond Approach to the Global Competitiveness of Korea and Singapore”, *International Business Review*, 7, s: 135-150.
- MUHAMMAD, F., HUSİN, M.Y.M., ve RAZAK, A.A., (2012). Automobile Sales and Macroeconomic Variables: A Pooled Mean Group Analysis for Asean Countries, *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, ISSN: 2278-487X V. 2, ss: 15-21.
- MÜFTÜOĞLU, Fahri. (1984). Otomotiv Sanayi. Ankara: Türkiye Bankası A.S. İktisadi Araştırmalar Mudurluğu.
- National Competitiveness Council, (1998). **Annual Competitiveness Report 1998**.

- NAWİ, A.S., AHMAD, S.A.B., MAHMOOD, W.M.W., NAIR, G.K.S., NURATHIRAH, A.S., ve HAMİD, (2013). Determinant of Passenger Car Sales in Malaysia, ISSN 1818-4952, ss: 67-73.
- NEGİZ, Muhammet, (2013). İnovasyon Çalışmalarında Bir Ülke Analizi: Rusya Örneği, 12. Ulusal İşletmecilik Kongresi
- OECD, (1992). **Technology and the Economy: The Key Relations**, Head of Publications Service, France. S: 239.
- OECD, (1996a). **Industrial Competitiveness**, Directorate for Science, Technology and Industry.
- OECD, (1996b), "Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators", **STI Working Papers** 1996/5.
- OKSAY, S., (1998). Çokuluslu Sirketler Teorileri Çerçevesinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının İncelenerek Degerlendirilmesi, Dış Ticaret Müstesarlığı Dergisi, Sayı 8, s: 1.
- OMAROVA, I. (2008). *Piyasa Ekonomisine Geçiş Sürecinde Yaşanan Mali Sorunlar: Kırgızistan Örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi S.B.E., İstanbul, s: 7-14.
- ORAKÇI, C. O (2009). *Para Politikası Stratejisi Olarak Enflasyon Hedeflemesi: Dünya ve Türkiye Uygulaması*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, S.B.E., İstanbul, s: 106.
- ORAL, M., (1986). "An Industrial Competitiveness Model," **IIE Transactions**, June, s: 148-157.
- ORAL, M., SINGER, A.E., KETTANI, O., (1989). "The Level of International Competitiveness and Its Strategic Implications," **International Journal of Research in Marketing**, Vol.6, s: 267-282.
- OSD, (1993). "Türkiye için Otomobil Sanayiinin Önemi", Rapor Ocak, OSD Yayınları, s: 1.
- OSD, (1994). "Türkiye’de Otomotiv Sanayiinde Gümrük Birliğinin Gerçekleştirilmesi", OSD Yayını, Ankara, Eylül, s: 1.
- OSD, (1998). "Otomotiv Ana ve Yan Sanayiinde İhracat Stratejisinin Temel İlkeleri", Rapor Temmuz.
- ÖZDAMAR, G. ve ALBENİ, M., (2011). "Türkiye Otomotiv sanayisi Dış Ticaret Rekabet Gücü Üzerine Bir İnceleme", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s: 13.
- ÖZERTEM, ARZU, (1998). "Gümrük Birliği ve Otomotiv Sektörü", Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, s: 77.

- ÖZ, SUMRU, (2006). “Küresel Rekabette Yükselen Bir Güç: Çin”, *TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu*, s. 1-57.
- ÖZ, SUMRU, (2008). “Küresel Rekabette Son Aşamaya Ulaşmak: Güney Kore”, *TUSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu*, s: 16-17.
- PAPATYA. N., (2003). **Sürdürülebilir Rekabette Stratejik Yönetim ve Pazarlama Odağı: Kaynak Tabanlılık Görüşü**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, s: 21
- PARASIZ, İ. (2009). Para Banka ve Finansal Piyasalar, 9. Baskı, Ezgi Kitapevi, Bursa.
- PAYA, M. (2007). Para Teorisi ve Para Politikası, 4. Baskı, Filiz Kitapevi, İstanbul.
- PAZARLIOĞLU, M. V. ve GÜRLER, Ö. K., (2007). “Telekomünikasyon Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Panel Veri Yaklaşımı”, **Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar**, Yıl: 44, Sayı: 508, s: 38.
- PEDRONI, P. (2000). “Fully-Modified OLS for Heterogeneous Cointegrated Panels”, *Advances in Econometrics*, 15, ss: 93-130.
- PEDRONI, P. (2001). “Purchasing Power Parity Tests in Cointegrated Panels”, *Review of Economics and Statistics*, 83, ss: 727-731.
- PEHLİVANOĞLU, FERHAT, (2011). Doğu Marmara İmalat Sanayi’nde Etkinlik ve Verimlilik, Doktora Tezi, s: 29.
- PEHLİVANOĞLU, FERHAT, (2014). “Türkiyenin İlk 500 Sanayi Kuruluşunda Sektörel Etkinlik ve Verimlilik Bileşenlerindeki Değişimler”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 40, s: 147.
- PİLPİL, G. (2010). Brezilya Federal Cumhuriyeti Ülke Raporu, <http://latinamerika.ankara.edu.tr/ulkeraporlari/Brezilya.pdf>, (Erişim tarihi 15.03.2011).
- PORTER, M.E., (1985). “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”, **TheFree Press**, New York
- PORTER, M.E., (1990a). **The Competitive Advantages of Nations**, the Macmillian Press Ltd., London and Basingstoke.
- PORTER, M.E., (1990b). “New Global Strategies for Competitive Advantage”, **Planning Review**, May/June, s: 4-14.
- PORTER, E. M. (1998). *The Competitive Advantages of Nations*, New Edition, Palgrave.
- PORTER M.E., (2004). “Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Business Competitiveness Index”, **Global Competitiveness Report 2003-2004**, World Economic Forum, s: 39-56.
- PORTER, M.E., (2007). **Rekabet Stratejisi Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri**, (Çev: Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2007, s: 44-51.

- PORTER, M.E., DELGADO, M., KETELS, C., STERN, S., (2008). "Moving to a New Global Competitiveness Index", **Global Competitiveness Report 2008-2009**, World Economic Forum, s. 43-63.
- REINERT, E.S., (1994). "Competitiveness and its predecessors-a 500-year cross-national perspective", **STEP Report**, STEP Group.
- REKABET FORUMU (2006). **Rekabet Postası**, No: 1, Sabancı Üniversitesi, İstanbul. www.ref.sabanciuniv.edu/
- ROBERTS, P. W. (2001). "Innovation and Firm Level Persistent Profitability: A Schumpeterian Framework", *Managerial and Decision Economics*, No. 22, s: 239-250.
- RODRİK, D., (2006). "What's so special about China's Exports", **NBER Working Paper**, No. 11947.
- RUGMAN, ALAN M. ve JOSEPH R. D'CRUZ (1993). "The Double Diamond Model of International Competitiveness: The Canadian Experience", *Management International Review*, Volume 33, Special Issue, s: 18-34.
- RUMELT, R. P., D. SCHENDEL ve D. J. TEECE (1991). "Strategic Management and Economics", *Strategic Management Journal*, No. 12, pp. 5-29.
- Rusya Ülke Bülteni, DEĞK, (2006). www.kto.org.tr/dosya/rapor/RUSYA-rapor.pdf, (Erişim tarihi 20.03.2011).
- SALVATORE, D. (2001). *International Economics*, John Wiley & Sons, Inc. (7th edition), USA.
- SAVAŞ, V. (2000). *Piyasa Ekonomisi ve Devlet*, Ankara, Liberte Yayınları, s: 57-58, 60, 63.
- SNOWDON, B., STONEHOUSE, G., (2006). "Competitiveness in a globalised world: Michael Porter on the microeconomic foundations of the competitiveness of nations, regions, and firms", interview with Professor Michael Porter, **Journal of International Business Studies**, vol. 37, s: 163-175.
- ŞAHİN, A. (2008). *Güney Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (Gasam)*, s: 7.
- SEYİDOĞLÜ, HALİL (2007). *Uluslararası İktisat*, 16. Baskı, Güzem Can Yayınları No: 22, İstanbul, s: 101.
- SMİT A.J. (2010). "The Competitive Advantage of Nations: Is Porter's Diamond Framework a New Theory That Explains the International Competitiveness of Countries", *Southern African Business Review*, Vol. 14, No. 1, s: 115.
- STENG, W, P., (2001). "The textile and Clothing Industry in the EU – A Survey", *Enterprise Paper*, No. 2, June.
- TAHSİN, EMİNE, (2015). "Türkiye Ekonomisinde Büyüme Beklentileri", İstanbul Üniversitesi-İktisat Fakültesi: Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi, s: 8.

- TAŞTAN, M., (2008) “Strateji, Stratejik Yönetim ve Strateji Türleri”, (çevrimiçi) <http://www.humanresourcesfocus.com/konu5.aspKONU>.
- TEKER, E. ve FELEKOĞLU, B. (2011), Dünya Otomotiv Endüstrisinde Küresel Gelişmeler ve Bu Gelişmelerin Türk Otomotiv Endüstrisi Üzerindeki Etkileri, Muhendis ve Makina, cilt: 48, sayı: 568, ss: 26-30.
- TEMUR, F. (2010). “Rusya’nın Enerji Politikaları”, Stratejik Düşünce Enstitüsü – Rusya Raporu, Ankara: Başak Matbaacılık, ss: 54.
- TEZER, ERCAN (1995). **Gümrük Birliği ve Otomotiv Sanayii**, Esbank, Yayın No:6, Ekim s: 130.
- TİMURÇİN, D., (2010). “Türkiye’de Kobi’lerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi”, İstanbul Üniversitesi-Doktora Tezi, s:129
- TOGAN, S., (1999). DPT Rekabet Gücü Semineri Basılmamış Notları.
- TÜSİAD, (1991). **21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi**.
- TÜSİAD, (2002). **Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayisi**.
- USLU, E., 1993. “ Başlıca Enflasyon Teorileri ve 1980’li Yıllarda Türkiye’de Enflasyon” (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- UYSAL, D. (2001). Türkiye’de Piyasa Ekonomisi ve Ekonomik Özgürlükler, Çizgi Kitapevi, s: 8,11,21-23.
- VASİLYEV, (2006) C.B., İnnovatsionny Mendjment, Novgorod Devlet Üniversitesi, Velikiy Novgorod.
- VAN DEN BERG, H., (2004). **International Economics**, University of Nebraska – Lincoln.
- VERBEEK, Marno, (2004). **A Guide to Modern Econometrics**, Second Edition, John Wiley & Sons Ltd., England.
- WATTS, M. (1992). Piyasa Ekonomisi Nedir? Çeviri: Levent Köker, Ankara, Türkiye Demokrasi Vakfı, s: 7-11.
- WIGGINS, R. ve T. W. RUEFLI (2002). “Sustained Competitive Advantage: Temporal Dynamics and the Incidence and Persistence of Superior Economic Performance”, *Organization Science*, Vol. 13, No. 1, s: 82-105.
- WIGNARAJA, G., JOINER, D., (2004). “Measuring Competitiveness in the World’s Smallest Economies: Introducing the SSMECI”, **ERD Working Paper Series**, No. 60.
- YANAR. R. (2008). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Döviz Kuru Rejimi Tercihi ve Makroekonomik Performans* (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Çukurova Üniversitesi, S.B.E., Adana, s: 24.

- YAYLA, A. (2001). Devletçi Zihniyet ve Piyasa Ekonomisi, Liberte yayınları, s: 29.
- YILMAZ, Hakan, Türkiye'de Vergi Yapısı ve 1980'den Sonra Sektörel Vergi Yüklerinin Gelisimi. DPT, Uzmanlık Tezleri, sŞ 4.
- YİĞİTBAŞ, ğ. (2009). Gelişen Piyasa Ekonomilerinde Alternatif Para Politikası Stratejileri, Türkiye Ekonomisi Açısından Bir Değerlendirme, Celal Bayar Üniversitesi, Manisa, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt 16, s: 1.
- YÜCEOL, HÜSEYİN MUALLA., (2014). “Türkiye Ekonomisi Üzerine Genel Bir Değerlendirme 2014 Yılı ve Sonrası”, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Mersin Üniversitesi İİBF, s: 2.
- YÜKSELER, Z., (2005b). **Özel İmalat Sanayiinde Verimlilik ve Rekabet Gücü Göstergeleri (1997-2004)**, Yayınlanmamış çalışma.
- WDI Online, World Development Indicators Online, *World Bank Group*
- WOOLDRIDGE, Jeffey, M. (2002), **Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data**, Second Edition, Cambridge: The MIT Press
- <http://www.business.yourdictionary.com/competition>
- http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/IHR/OtomotivElektrikDb/otomotiv_sektoru.doc
- <http://www.osd.org.tr> (Erişim tarihi: 16.03.2015)
- <http://www.rekabet.gov.tr>
- <http://www.oica.net>
- <http://www.turkcebilgi.com/ansiklopedi/rekabet>
- <http://www.tgsd.org.tr/assets/icerik/TGSD-GNEY-KORE-NOTU.pdf>

EKLER

Ek 1: Birim Kök Testi Sonucu

Değişken	Test	Levin, Lin ve Chu	İm, Pesaran ve Shin	ADF	PP	Hadri
Satış	Level	0.3609	0.7957	0.5192	0.5880	0.0000
	1. Fark	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0007
Reel GSYİH	Level	1.0000	1.0000	1.0000	0.9458	0.0000
	1. Fark	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Üretim	Level	0.6888	0.9955	0.9832	0.9842	0.0000
	1. Fark	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0011
Enflasyon	Level	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
	1. Fark	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0001
Petrol Fiyatı	Level	0.0424	0.7526	0.9453	0.9526	0.0000
	1. Fark	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.4601
Döviz Kuru	Level	0.5725	0.7970	0.6054	0.9219	0.0000
	1. Fark	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.1128

Ek 2: Panel Veri Sabit Etkiler Yöntemi Sonucu

Dependent Variable: STS
Method: Panel Least Squares
Date: 02/21/17 Time: 00:07
Sample: 1999 2014
Periods included: 16
Cross-sections included: 8
Total panel (balanced) observations: 128

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.577805	0.205633	-2.809883	0.0058
GDP	0.858633	0.215201	3.989910	0.0001
URT	0.782496	0.056483	13.85373	0.0000
ENF	-0.007310	0.003367	-2.171054	0.0320
BNF	-0.533344	0.128975	-4.135262	0.0001
DKR	2.00E-05	9.13E-05	0.218789	0.8272

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.993786	Mean dependent var	2.556328
Adjusted R-squared	0.993137	S.D. dependent var	4.045056
S.E. of regression	0.335103	Akaike info criterion	0.747271
Sum squared resid	12.91383	Schwarz criterion	1.036930
Log likelihood	-34.82534	Hannan-Quinn criter.	0.864961
F-statistic	1532.523	Durbin-Watson stat	0.606555

Prob(F-statistic)

0.000000

Ek 3: Ekonomik Göstergeler Yükselen Piyasa Ülkelerinde Otomobil Satışı Üzerindeki Etkisine Karsılaştırılması

No.	Ekonomik Göstergeler	Çin	Hindistan	Rusya	Brezilya	Endonezya	Türkiye	Güney Kore	Meksika
1	Faiz Oranı	4.35%	6.75%	11%	14.25%	7%	7.50%	1.50%	3.75%
2	Reel GSYİH	10,355 USD Milyar	2,067 USD Milyar	1,861 USD Milyar	2,346 USD Milyar	889 USD Milyar	798 USD Milyar	1,410 USD Milyar	1,295 USD Milyar
3	<u>GSYİH Kişi Başı</u>	12,609 USD	5,565 USD	23,293 USD	15,412 USD	10,099 USD	18,884 USD	33,629 USD	16,496 USD
4	<u>İmalat Ücretler</u>	7,857.53 USD/Yıl	1,843.25 USD/Yıl	6,013.56 USD/Yıl	2972.76 USD/Yıl	1,953.24 USD/Yıl	8,305.4 USD/Yıl	35,459.4 USD/Yıl	6,716 USD/Yıl
5	<u>Enflasyon Oranı</u>	1.80%	5.69%	9.80%	10.71%	4.14%	9.58%	0.80%	2.61%
6	Doğrudan Yabancı Yatırım	141 USD HML	3,743 USD Milyon	52 USD Milyon	5,455 USD Milyon	6,893.46 USD Milyon	12,530 USD Milyon	7,639 USD Milyon	7,149 USD Milyon
7	<u>Ham Petrol Üretimi</u>	4,259 BBL/D/1K	771 BBL/D/1K	10,140 BBL/D/1K	2,396 BBL/D/1K	822 BBL/D/1K	49 BBL/D/1K	83 BBL/D/1K	2,314 BBL/D/1K
8	Otomobil Üretimi	2,321,000 Adet/Ay	206,614 Adet/Ay	88,400 Adet/Ay	145,064 Adet/Ay	91,565 Adet/Ay	74,688 Adet/Ay	386,974 Adet/Ay	268,000 Adet/Ay
9	<u>Kurumsal Vergisi Oranı</u>	25%	34.61%	20%	34%	25%	20%	24.20%	30%
10	<u>Satış Vergisi Oranı</u>	17%	12.36%	18%	19%	10%	18%	10%	16%

Kaynak: <http://www.tradingeconomics.com>

ÖZGEÇMİŞ

Retno Riyanti 06.01.1987 tarihinde Pemalang'da (Endonezya) doğmuştur. Pemalang'da Devlet bir Lisesi'ni bitirdikten sonra İslamic Devlet Üniversitesi (**UIN-Jakarta**) İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial), Muhasebe Bölümü'nden 2008 yılında mezun olmuştur. 2010-2011 yılında **Paramadina Graduate School** İktisat Enstitüsü, *İslamic Bussiness Finance* Bölümü Yüksek Lisans programında okumuştur. 2013 yılında Kocaeli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilimdalı İktisat Politikası Bölümünü yine Yüksek Lisans Programına başlamıştır.