



**TÜRK SANAYİCİLERİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ**

**TÜRKİYE'NİN İHRACATINDA  
UZUN VADELİ BİR PERSPEKTİF  
VE ÖNERİLER**

**Ocak 1996  
(Yayın No. TÜSİAD-T/96 - 1/195)**

Mesrutiyet Caddesi, No 74 80050 Tepebaşı/İstanbul  
Telefon: (0 212) 249 54 48 - 249 07 23 • Telefax: (0 212) 249 13 50

*Bu yayının tamamı veya bir bölümü  
TÜSİAD “Türkiye’nin İhracatında Uzun Vadeli Bir  
Perspektif ve Öneriler”  
referansı yazılmak kaydıyla yayınlanabilir.*

ISBN : 975-7249-25-4

Ajans Medya Reklamcılık A.Ş.

# ÖNSÖZ

*TÜSİAD kurulduğu 1971 yılından bu yana Türkiye'nin kalkınması, ekonomik ve sosyal yaşamda dünya standartlarını yakalaması için çalışmalarını sürdürmektedir. Bu amaçla TÜSİAD, bir taraftan mevcut yapısal sorunların çözümüne ilişkin raporlar hazırlarken, diğer taraftan da dünyadaki gelişmelere Türkiye ekonomisinin uyum sağlayabilmesi için ileriye dönük politika önerileri içeren araştırmalar yaptırmaktadır. Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'ne giren Türkiye'nin dış ticaret politikalarındaki değişikliklere uyum sağlaması ve Gümrük Birliği sonrasında rekabet gücünü koruması ve artırması gerekmektedir. Dış ticarete rekabetin arttığı ortamda Türkiye'nin, kendini en iyi bir biçimde hazırlanması gerekmektedir. Dolayısıyla, bu amaca yönelik olarak, bilimsel yaklaşımlara dayanan önerilerin ve bunların ışığında oluşturulacak ticaret stratejilerinin büyük önemi bulunmaktadır.*

*TÜSİAD bünyesinde 1995 yılında kurulan komisyonlardan biri olan Sanayi ve Şirket İşleri Komisyonu, bu kapsamda bir araştırma projesi başlatmıştır. "Türkiye'nin İhracatında Uzun Vadeli Bir Perspektif ve Öneriler" isimli çalışma Boğaziçi Üniversitesi öğretim üyelerinden Doç. Dr. Refik Erzan'ın koordinasyonunda Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi ve Ekonometri Merkezi tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, makroekonomik dengelerin sağlandığı ve vergi yükünü tabana yayacak önlemler alındığı varsayımı altında, global gelişmelerde dikkate alınacak Türkiye'nin uluslararası mal ve hizmet piyasalarında daha belirgin yer alması için izlemesi gereken strateji araştırılmaktadır.*

*Kamu yararına çalışan gönüllü bir kuruluş olan TÜSİAD, yayınlarında tarafsız kalmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle, raporda belirtilen değerlendirmelerin TÜSİAD'ın resmi görüşleri ya da üyelerin görüşleriyle doğrudan bir ilişkisi söz konusu değildir.*



## ÖZGEÇMİŞ

**Refik Erzan** 1951 İstanbul doğumlu olup, 1973 Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü mezunudur. Lisans üstü öğrenimine Stokholm Üniversitesi'nde ekonomi dalında devam eden Erzan, 1975'de Yüksek Lisans, 1983'te de bu üniversiteden Doktora almıştır. 1978-1983 yıllarında Stokholm Üniversitesi Uluslararası Ekonomi Enstitüsü'nde araştırmacı olarak çalışmış, aynı dönemde İsveç İhracat Kredi Kurumu'na (SEK) müşavirlik yapmıştır.

1983-1988 döneminde Cenevre'de Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Teşkilatı'nda (UNCTAD) ekonomist, Uluslararası İşçi Örgütü'nde (ILO) ve Viyana'da Birleşmiş Milletler Sanayi Kalkınma Teşkilatı'nda (UNIDO) müşavir olarak çalışmıştır.

1988'de Washington'da Dünya Bankası'nın Uluslararası Ekonomi Bölümü'nde çalışmaya başlayan Erzan, 1992-1994 yıllarında İstanbul'da Ford Vakfı'nın desteklediği "Türkiye İçin Rekabet Politikaları" projesini yürütmüştür. 1995'de Dünya Bankası'ndan Kıdemli Ekonomist olarak ayrılan Erzan, Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü'nde Doçent olarak görev yapmaktadır.

Refik Erzan Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi ve Ekonometri Merkezi'nin başkanıdır. Uzmanlık alanı uluslararası ekonomi, ticaret, sanayi ve rekabet politikaları olan Erzan'ın çok sayıda uluslararası yayını vardır.

Bu çalışmada Boğaziçi Üniversitesi Siyasal Bilimler ve Uluslararası İlişkiler Bölümün'den Yrd. Doç. Dr **Ali Çarkoğlu** ve Rochester Üniversitesi'nde doktora adayı ekonomist (MA) **Nezih Güner**'in önemli katkıları olmuştur. Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü öğrencilerden **Kemal Badur**, **Abmet Çimenoglu** (MA), **Müşfik Karadoğan** ve **Serhan Oğur** Merkez bünyesinde projenin araştırma asistanlığını yapmışlardır.



# İÇİNDEKİLER

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ÖZET</b>   | <b>9</b>  |
| <b>1. BÖLÜM: GİRİŞ</b>  | <b>11</b> |
| <b>2. BÖLÜM: TİCARET POLİTİKASINA YENİ YAKLAŞIMLAR</b>                      | <b>15</b> |
| 2.1 Stratejik Ticaret Politikaları  | 22        |
| 2.1.1 Uluslararası Piyasalarda Rant   | 22        |
| 2.1.2 Dışsal Ekonomiler   | 24        |
| 2.1.3 Stratejik Sektörler Belirlenebilir mi?                                | 25        |
| 2.1.4 Stratejik Destek Politikaları Uygulanabilir mi?                       | 26        |
| 2.1.5 Rakip Ülkeler Nasıl Tepki Gösterecekler?                              | 27        |
| 2.1.6 Ülke Deneyimlerinin Değişik Yorumları                                 | 28        |
| <b>3. BÖLÜM: DÜNYA EKONOMİSİNDE BEKLENEN GELİŞMELER</b>                     | <b>31</b> |
| 3.1 Sanayileşmiş Ülkelerdeki Canlanma                                       | 33        |
| 3.2 Gelişmekte Olan Ülkelerin Dünyada Yükselen Konumu                       | 35        |
| 3.3 Dünya Ticaretinde Hizmetlerin Artan Önemi ve Serbestleşme               | 36        |
| 3.4 Uruguay Round Sonucu Dünya Ticaretinde Beklenen Gelişmeler              | 37        |
| 3.4.1 Gümrük Tarifeleri   | 37        |
| 3.4.2 Tarife-Dışı Ticaret Engelleri ve Tekstil Sektörü                      | 38        |
| 3.4.3 Tarım   | 39        |
| 3.4.4 Rakamsal Tahminler  | 39        |
| 3.4.5 Ticaret Politikası Kuralları  | 41        |
| 3.4.6 Dünya Ticaret Örgütü (WTO)  | 42        |
| 3.5 Küreselleşmede Yeni Olgular ve Hassasiyetler                            | 42        |
| 3.5.1 Bölgeselleşme   | 43        |
| 3.5.2 Çevre   | 45        |
| 3.5.3 İşçi Koşulları  | 46        |
| 3.6 Dünya Ekonomisindeki Gelişmelerin Ticaret Politikalarına Yansıma Gereği | 47        |
| <b>4. BÖLÜM: GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN GETİRDİĞİ FIRSAT VE KISITLAMALAR</b>        | <b>53</b> |
| <b>5. BÖLÜM: İHRACATTAKİ BEKLENTİLER</b>                                    | <b>65</b> |

|  |            |
|--|------------|
| <b>6. BÖLÜM: İHRACATIN DESTEKLENMESİNDE KURUMSAL YAPI</b>              | <b>77</b>  |
| 6.1 Kurumsal Düzenleme Önerileri                                       | 81         |
| 6.1.1 İhracatın Üst Düzey Örgütlenmesi                                 | 81         |
| 6.1.2 Alt Düzeyde Düzenlemeler   | 83         |
| 6.1.3 Özel Sektör - Devlet İletişimi                                   | 85         |
| <b>7. BÖLÜM: STRATEJİK BİR HAMLE ÖNERİSİ:<br/>ALTYAPI SEFERBERLİĞİ</b> | <b>87</b>  |
| 7.1 Coğrafi Konum ve Tarihi Şans                                       | 89         |
| 7.1.1 Stratejik Bir Hamle Önerisi: Altyapı Seferberliği                | 90         |
| 7.1.2 Altyapının Finansmanı  | 90         |
| 7.2 Turizm Sektörü   | 92         |
| 7.3 Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri                                   | 95         |
| <b>8. BÖLÜM: SONUÇ VE POLİTİKA ÖNCELİKLERİ</b>                         | <b>107</b> |
| <b>KAYNAKÇA</b>  | <b>115</b> |



## ÖZET

**Varsayım:** Türkiye Gümrük Birliği'ne girmiş ve makroekonomik dengeleri oturtmak için devlet israfını disiplin altına alacak ve vergi yükünü tabana yayacak mali reformlar yapmaktadır.

**Soru:** Global Gelişmeler Çerçevesinde Türkiye'nin Uluslararası Mal ve Hizmet Piyasalarında Daha Belirgin Bir Yer Alması İçin Nasıl Bir Strateji İzlenmelidir?

### **Cevap:**

Küreselleşen ekonominin oyun kuralları çerçevesinde devletin ihracatı teşvikteki en önemli rolü etkin bir kurumsal yapıyla bilgilendirme (bilgi alış veriş), koordinasyon ve yönlendirmedir.

- İhracat politikalarının geliştirilmesi ve uygulamasından sorumlu birim güçlendirilmeli, bu birimin ihracatı ve ihracat kapasitesini ilgilendiren tüm konularda bakanlıklar ve resmi ve özel sektör kuruluşlarıyla en üst düzeyde devamlı temas içinde olacağı bir yapılanmaya gidilmelidir.

- Doğu Bloku ülkelerinde piyasa ekonomisine geçiş, Orta Doğu'daki barış süreci ve Gümrük Birliği coğrafi konumu dolayısıyla Türkiye'ye tarihi bir şans tanımıştır. Bunun sağladığı ticari avantajların pekiştirilip uzun vadeli hale gelmesi için devlet özel girişimcilerin katılımı ve iç ve dış sermayenin cezbedilmesiyle acilen çok büyük çapta bir stratejik altyapı hamlesine önayak olmalıdır. Özelleştirme ve bütün ticari alanların özel sektöre açılması bunun ön koşuludur. Rekabete açılma aynı zamanda altyapı hizmetlerinin fiyatını düşürecek, kalitesini artıracaktır.

- Altyapı yatırımlarının getirisini düşürecek kural ve politika değişikliklerine karşı devlet girişimciye garanti sağlamalıdır.

- Orta vadede ticari olarak çok cazip olmayan, fakat kalkınmada ve ihracatta katalizör vazifesi görecektir altyapı yatırımlarını devlet projelendirip özel sektörle ortaklık arayışları içine girmelidir.

- "Cofinancing" konusunda devlet özel sektöre destek olmalıdır.

- Doğal tekel konumundaki altyapı tesislerinin sunduğu hizmetlerin fiyat ve kaliteleri denetlenmelidir.



# B Ö L Ü M

## GİRİŞ



# 1. GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliği'ne (GB) girmiş ve dünya ile entegrasyonunu hızlandırmış bir Türkiye'ye önümüzdeki on yılın sunacağı ekonomik fırsatlar ve getireceği kısıtlamaları belirlemek ve bu perspektif içinde ihracatın gelişmesi için gerekli kritik faktörleri saptamak ve önerilerde bulunmaktır.

Bu amaçla önce uluslararası ticaret teorisine ve ticaret politikasına yeni yaklaşımlar irdelenmektedir (2. bölüm). Bu yeni yaklaşımların çıkış noktası, ekonomik rasyoneli, uygulanabilirliği ve başarılılığı tartışılmaktadır.

3. bölümde dünya ekonomisinde ve ticaretinde beklenen gelişmeler gözden geçirilmektedir. Bu kapsamda Uruguay Round (UR) ticaret anlaşmalarının muhtemel etkileri ve getirecekleri kısıtlamalar sergilenmektedir. Ayrıca küreselleşme sürecinde ortaya çıkan bölgeselleşme, çevre ve işçi koşulları gibi yeni olgu ve hassasiyetler ele alınmaktadır.

GB'nin Türkiye'ye sağladığı olanaklar ve yükümlülükler 4. bölümde sıralanmakta, 5. bölümdeyse GB'nin dolaylı olarak getireceği disiplinle makroekonomik dengelerini büyük ölçüde yerine oturtmuş bir Türkiye'nin ihracat potansiyeli ve yapısının ne yönde gelişebileceği tartışılmaktadır.

Günümüzdeki ekonomik koşullar ve uluslararası anlaşmalar stratejik ihracat politikalarına önemli kısıtlamalar getirmektedir. 6. bölüm bu çerçevede içinde ihracatın desteklenmesinde gittikçe önem kazanan kurumsal yapının özelliklerini anlatmakta ve bu alanda Türkiye için öneriler getirmektedir.

Doğu Bloku'nun piyasa ekonomisine geçişi, GB ve Orta Doğu'daki barış süreci coğrafi konumu nedeniyle Türkiye'ye tarihi bir şans tanımıştır. 7. bölümde bunun getirdiği avantajları yakalamak için stratejik bir altyapı hamlesi öngörülmektedir. Ayrıca böyle bir hamleden en çok istifade edecek sektörler arasında gelen turizm ve yurtdışı müteahhitlik hizmetlerinin özellikleri ve gelişimi özetlenmektedir.

Sonuç bölümünde (8) bulguların bir sentezi yapılmakta ve kurumsal düzenlemeler ve bir altyapı hamlesine katkıda bulunacak öneriler özetlenmektedir.

Bu perspektif çalışmasının amacı Türkiye'nin ihracat politikalarının ne olmasına cevap vermek kadar ne olmaması gerektiğini irdelemektir. Bu nedenle çıkış noktası olarak Türkiye'nin problemlerinden değil, teorik yaklaşımlardan başlanmış, analize dünyadaki deneyimlerden çıkan neticeler ve global ekonomik çevrenin koşulları ile devam edilmiştir.

Eğitim ve altyapı pozitif dışsalılıkları benzer önemde iki alandır. Ekonomik kalınmada olduğu gibi, ihracat potansiyalini artırmada eğitim seferberliğinin bir alt-yapı hamlesi kadar vurgulanması gerekir. Eğitimin nemi konusunda bir konsensus mevcut olduğu için bu raporda az yer verilmiştir. Ayrıca, TUSİAD'ın eğitim üzerine kapsamlı çalışması yayınlanmıştır. Aynı şekilde, ihracatçıların vergi, finansman ve benzeri problemleri, KOBİ'lerin sorunları ayrı çalışmalarda ele alınmaktadır. Türkiye İhracatçılar Meclisi ile Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın Aralık 1995'te düzenledikleri "Ulusal İhracat Strateji ve Modelleri Tartışma Platformu" ihracattaki sorunların ve çözüm önerilerinin bir dökümünü yapmaktadır.

Araştırma ekibi n raporun titiz bir eleştirisini yapan anonim hakeme teşekkür borçludur. Tüm hatalar ve eksikler raporu derleyene aittir.

# B Ö L Ü M

## TİCARET POLİTİKASINA YENİ YAKLAŞIMLAR





## 2. TİCARET POLİTİKASINA YENİ YAKLAŞIMLAR

Uluslararası ticaret temel iktisat öğretisiyle kamuoyu ve özellikle politikacılar arasında dünyanın algılanışında en derin farklılıkların olduğu alanlardan biridir. Biraz karikatürize edersek sokaktaki sade vatandaş dünya ticaretine baktığında bir sportif mücadele izler gibidir. Bu mücadelede Almanlar, Amerikalılar, Japonlar ve diğerleri bize birşeyler satmak için uğraşırlar. Bizler de aynı onlar gibi dış dünyaya birşeyler satmaya çalışırız. Birbirimize sattığımız mallar Avrupa ya da dünya kupalarında atılan goller, kazanılan maçlar gibidir. Nasıl ki iyi takımın oyuncularını kolay gol pozisyonuna girip bol golle galip gelirler, yabancı firmalar da bize kendi üretimlerimizden iyi malları yapıp satarlar. Takımlarımızın başarısı nasıl halkı sokağa döküp zafer naraları attırıyorsa, firmalar da uluslararası ticarete başarı sağladıkça ülkenin refah düzeyi artmaktadır. Takımlarımızın başarısı için her türlü çabanın gösterilmesi nasıl doğal karşılanıyorsa, vatandaşın karnını doyuran işleri sağlayan firmalarımızın uluslararası ticarete başarılı olması için de gereken her şey yapılmalıdır. Örneğin rakibin golcülerini iyi, kondisyonları kuvvetliyse en iyi savunma hücumdur diyerek rakibin gol yollarını açmak pek mantıklı değildir. Savunmaya ağırlık verip gol yememek ön plana çıkacaktır. Öyleyse ülke pazarlarını ithalat kotaları ve gümrük vergileriyle korumak oldukça mantıklı bir strateji olmalıdır.

Futbol meraklıları gibi uluslararası ticaret uzmanları da böylesine bir korumacı politikanın pek kimseyi tatmin etmeyeceğinde hemfikir olacaklardır. Nasıl golsüz biten maçlar pek keyifli olmuyorsa tüm ülkeler korumacı politikalara öncelik verirse kimse kimseye pek birşey satamayacak, ihracatçı firmaların çalışanları işlerinden olacaklar, üretilen malların miktarı azaldığı gibi kaliteleri de düşecek ve artık kötü malların yabancı alternatifleri olmayacaktır.

### ***Klasik Ticaret Teorisi***

Klasik (ve neoklasik) iktisatçılar uluslararası ticareti kazananların ve kaybedenlerin olduğu bir sportif mücadele gibi görmezler. Uluslararası ticaret karşılıklı kazancın olduğu bir alışveriştir. Bu alışverişe müdahale ekonomiyi serbest ticarete göre daha kötü bir duruma sokacaktır. Bu durum diğer ülkelerin karşı koruyucu önlemlere başvurmaması halinde geçerli olduğu gibi bir de onlar korumacılığa başlarsa bizim ihracatımız da düşeceğinden daha da kötü duruma geleceğimiz açıktır. Kısacası klasik iktisatçıların, birkaç istisnai durum dışında, uluslararası ticaret konu-

sunda tavsiyeleri karşı taraf ne yaparsa yapsın ticarete müdahaleye karşıdır.

Adam Smith ve David Ricardo'dan bu yana iktisatçıların bu en çok kabul görmüş, ancak belki de en az anlaşılıp pek de uygulanmamış tavsiyesinin teknik detayları çoktur. Bu detaylara girmeden serbest ticaret fikrinin, biraz karikatürize etmek pahasına da olsa, temellerine inmeye çalışalım. Naiv bir soruyla başlayacak olursak şunu sormalıyız öncelikle: Niye uluslararası ticaret var? Yani niye ulusal sınırlar arasında mal ve hizmetler akıyor? Sebep elbette bu ticaretin taraflarının birbirlerinin ürettikleri mallara ihtiyaçları olmasıdır. Peki niye bu ihtiyaç doğmaktadır, yani niye ülkeler farklı mallar üretmekte veya ürettikleri aynı mal niye değişik maliyettedir? Bu farklılıkların birçok temeli olabilir ama hepsinin altında yatan neden ülkelerin ekonomik yapılarının birbirlerinden farklı olmasıdır. Ülkeler mevcut doğal kaynakların dağılımında farklılık gösterirler: Suudi Arabistan petrol sahibidir, Brezilya'da kahve yetişir. Ya da ülkeler tarihsel gelişimlerinin bir sonucu olarak farklı sermaye ve insan kaynaklarına sahiptirler. Her durumda ülkeler kaynaklarıyla daha iyi üretebilecekleri mallar üzerinde uzmanlaşıp bunları dünya piyasalarına sunarak ihtiyaçları olan ve üretemedikleri ya da dünya standartlarına göre daha düşük etkinlikle üretebildikleri malları alırlar. İktisat teorisinin bu ünlü "karşılaştırmalı avantajlar" açıklaması aslında ülkelerin farklılıklarından yararlanmak için ticaret yaptıklarını söylemektedir.

Klasik iktisadın temel mantığını ve karşılaştırmalı avantajlar açıklamasını önemsiz ve harcı alem bir fikir düzeyine indirmekten kaçınmak gerekir. Hiç şüphesiz 19. yüzyılın öncü iktisatçılarından bu yana karşılaştırmalı avantajlar yoluyla dünya ticaretinin pek çok yönü başarıyla açıklanabilmiştir. Ancak 1970'lerde iktisatçılar dünya ticaretinin önemli bir bölümünün karşılaştırmalı avantajlar çerçevesinde açıklanamadığını düşünmeye başlamışlardır. Hem ticaretin yönü hem de içeriğinde neoklasik modelin açıklayamadığı gelişmeler gözlenmiştir.

### ***Yeni Ticaret Teorileri***

Karşılaştırmalı avantajlar açıklamasına göre ticaret yapan ülkeler birbirlerini tamamlayan üretim yapılarına sahip olmalıdırlar. Yani bir ülke diğer bir ülkede olmayan bir mala sahip olmalı ve yine o ülkede olan bir mala da ihtiyacı olmalıdır. Kısacası benzer üretim yapısındaki ülkeler değil, farklı üretim yapısındaki ülkeler birbirleriyle ticarete yatkındırlar. Bu bağlamda, gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere işlenmiş endüstri mallarına karşılık, kendilerinde bol olan tarımsal mal-

larla madenler satmaları beklenir. Ancak İkinci Dünya Savaşı sonrası sermaye birikim düzeyleri, işgücünün eğitim yapısı, teknolojik gelişmişlik ve üretilen malların çeşidi bakımından birbirine benzer görünen gelişmiş ülkelerin birbirleriyle yaptıkları ticaretin dünya ticaretindeki payının artması, karşılaştırmalı avantajların teorik yapısıyla pek bağdaşmıyordu. Dünya ticareti klasik karşılaştırmalı avantaj kurallarından çok, ülkelerin üretim yapılarındaki teknolojik hamleler veya üretim ölçeğinin büyüklüğü sayesinde oluşan avantajları yansıtan gelişmeler gösteriyordu.

Elbette klasik karşılaştırmalı avantajların savunucuları yüzeyde birbirine benzer görünen bu ülkelerin daha derin olarak incelendiklerinde ticaretlerinin gelişimini açıklayan farklılıkları olduğuna işaret edeceklerdi. Bir anlamda haklıydılar da. Ancak gelişmiş endüstri ülkelerinin birbirleriyle olan ticareti bu ülkelerin kaynaklarının, ya da ekonomik yapılarının temel özelliklerine bağlı değildi. Örneğin ABD'nin uçak sanayindeki üstünlüğü yüksek sermaye yatırımı isteyen bu sektör için ucuz sermaye sağlayacak bir finansal yapıya dayanmamaktadır. ABD faiz oranları gelişmiş ülkeler arasında uzun dönemde en düşük olanı değildir. Bu sektörün yetişmiş yüksek nitelikli işgücüne dayanması da yeterli bir açıklama getirmemektedir. ABD yetişmiş insan gücüne sahiptir ama yine aynı tip işgücüne gereksinim duyan bazı sektörlerde, örneğin otomotiv sektöründe, ticari bir üstünlüğü yoktur.

ABD'nin uçak sanayindeki ticari üstünlüğünü açıklarken bu sektörün tarihsel gelişimine göz atmak yerinde olacaktır. ABD uçak sektörünün gelişmesinin temelinde İkinci Dünya Savaşı sırasında askeri amaçlarla bu sektörün üretimine büyük talep olması yatmaktadır. İkinci Dünya Savaşı sırasında İngiltere'de de çok gelişmiş bir uçak sanayi vardı. Ancak ABD'nin Soğuk Savaş süresince de üretimini tüm Batı ülkelerinden yukarıda tutmasıyla Amerikan uçak sanayi gelişmesini sürdürmüştür. Buna karşılık aynı şartları sağlayamayan İngiliz uçak sanayinde önemli bir etkinlik görülmemiş, savaş sırasında var olan teknolojik üstünlük zamanla yok olmuş ve bu sektör karşılaştırmalı avantajını kaybetmiştir. Vurgulanması gereken nokta tarihi bir gelişim sürecinde bazı politikalarla karşılaştırmalı avantajlar yaratılabileceğidir. Her ne kadar ABD ve Almanya'nın gelişmişlik düzeyleri ve üretim yapıları birbirine çok benzese de tarihi şanslar ve bazı politikalar sonucu uçak, bilgisayar ve elektronik gibi bazı sektörlerde ABD'nin, lüks arabalar, fotoğraf malzemeleri ve el aletleri gibi başka sektörlerde ise Almanya'nın avantajları söz konusudur. Yani uzaktan benzer görünen ülkeler sektör bazında birbirlerinden çok farklı yapılara sahip olabilirler.

Bu noktada endüstrilerin gelişmesinde tarihsel rastlantıların ve politikaların zaman içinde üretim yapısını kuvvetlendirmesinin üzerinde durulması gerekir. Örne-

ğın savaş sonrası Amerikan uçak sanayiinde devam eden talep ekonomik ölçeklerde çalışma olanağı sağladığı gibi yetişmiş insan gücünü de kendine çekmiştir. Ölçek stnlğ sermaye yoğunlaşmasını kolaylaştırmış, en iyi yetişmiş insan gücü de ürün geliştirmede ve kalitede önemli avantajlar sağlamıştır. Yetişmiş insan gücünü kendine çeken sektörlerde ortaya çıkan bu döngü sektörel üstünlüğü destekler şekilde devam etmiştir. Kısacası ne zaman ekonomik bir üstünlük devlet politikaları ya da basit tarihsel şanslarla yaratıldıysa bu stnlkler kendi gclerine gücü katma eğilimine de girmişlerdir.

Bu tür kendi kendini destekleyen ekonomik avantajlar basit coğrafi yerleşim avantajlarına da bağlı olabilirler. Örneğin İstanbul'da Galata ve Karaköy civarının bir ticaret ve finans merkezi olması tarihsel bir gelişim sonucudur. Haliç'in ticari gemilere doğal bir sığınak sağlaması Bizans döneminden beri ticaret ve finans hizmetlerinin bu bölgede yoğunlaşmasına ve böylece Haliç'in karşı yakasındaki eski kentle bütünleşmesine yol açmıştır. Ticaret ve finans sektörünün bu şekilde yoğun olduğu bölgeler piyasaya yeni girmek isteyen iş adamlarını kendine çekmiş ve her yeni katılım bir sonrakinin gelmesini daha çok teşvik etmiştir. Son yıllarda özellikle el aletleri ve diğer ithal makina ticaretiyle uğraşan işletmelerin, gittikçe daralan mekanın yarattığı trafik ve diğer sorunlar nedeniyle finans çevrelerinin hala yoğun olduğu bu bölgeden şehir dışına taşınması coğrafi konum bağlamında avantaj yaratma girişimlerinin bir yenisi olarak da görülebilir.

Karaköy ve civarındaki hırdavatıların tümünün bir arada olacağı yeni bir mekana taşınması sırasında iş adamlarının tereddütlerinin başında herkesin Karaköy' terk edip yeni kurulan yere gidip gitmeyeceği geliyordu. şu anda bitmiş olan bu taşınmanın eski Karaköy mekanı kadar avantajlı olup olmadığı sorusunun cevabı da tüm sektör üyelerinin bir çatı altında olması dolayısıyla müşterilerin sorunlarını çözmede, taleplerini istenilen miktar, kalite ve çeşitte karşılamada ve sektörün bilgi ve tecrübe birikimini yoğunlaştırmada yeni bir ölçek avantajı sağlayıp sağlamadığına bakılarak verilmelidir.

Sektörlerin coğrafi mekana olan bağlılığının altında birkaç temel neden yatmaktadır. Öncelikle üzerinde durulması gereken faktör büyük ölçekli üretimden gertirisinin artan oranda olduğudur. Eğer retim etkinliğinde düşme olmadan firmalar birbirlerinden ayrı ayrı alışabiliyorlarsa o zaman her yerleşim biriminde kk ölçekli değişik malların retilimi yapılabilir olacaktır. Oysa durum böyle değildir. Kaliforniya'da Silikon Vadisi'nde ya da Türkiye'de Bursa çevresindeki otomotiv yan sektöründe görülen, bu bölgelerde firmaların tümünün yarattığı ekonomik ölçeğin de-

ğerinin bu bütünün parçalarının toplamından büyük olduğudur. Endüstri bölgelerinin nitelikli işgücünü, geniş bir ara mal sanayi sektörünü ve kritik bilgi akımını destekleyecek bir ölçekte olması bu coğrafi konumun ekonomik gücünü ve değerini arttırmaktadır. Yani iktisadi jargon kullanırsak bu bölgeler pozitif dışsal ölçek ekonomilerinden yararlanmaktadırlar.

İkinci olarak vurgulanması gereken nokta endüstrilerin gelişmesinde ve coğrafi avantaj sahibi bölgelerin ortaya çıkmasında tarihsel süreç tarafından belirlenen bir "gelişme yolu bağımlılığının" (path dependence) bulunduğuudur. Burada söz konusu olan bağımlılık zaman içinde birbirinin gelişmesine karmaşık yollarla, giderek artan derecede etki yapan ekonomik politika ya da tarihsel rastlantıların varlığıdır. Örneğin, Galata ve Karaköy yöresi İstanbul'un ticaret ve finans merkezi olmaya devam etmektedir. Tarihsel olarak bu bölgeye avantaj veren Haliç'in etrafında konumlanmış olmasının yarattığı doğal avantajın Kadıköy yakasındaki liman tesislerinin kurulmasıyla artık ortadan kalkmasına rağmen bu çevrenin ekonomik üstünlüğü devam etmiştir. Bu süreklilik söz konusu bölgede zaman içinde yoğunlaşmış olan nitelikli iş gücü ve bilgi birikiminin kolaylıkla karşı yakaya kaydırılamamasının bir sonucudur.

İyi güzel de tüm bunlar sokaktaki vatandaşa bile çok harcı alem gelen açıklamalar. İktisatçılar dünya ticaretindeki değişimleri açıklamakta bunlardan nasıl yararlanıyor olabilirler? Kısaca özetlersek, dünya ticaretinin bilhassa gelişmiş ülkeler arasında yoğunlaşması kısmen tarihsel gelişim ve bir takım ekonomik politikaların sonucu olarak ortaya çıkmış ölçek ya da coğrafi avantajlarla açıklanabilir. Gelişmiş ülkeler arası ticaret, onların aralarındaki doğal ekonomik yapı farklılıklarının birbirini tamamlar şekilde olmasından çok, zaman içinde ortaya çıkmış endüstriyel farklılıkların yarattığı avantajların bir sonucudur. Esas olan, tarihi rastlantılar ve etkin devlet politikalarının kimi sektörlerde yaratmış olduğu pozitif dışsal ölçek ekonomileri sonucu ortaya çıkan avantajlardır. Kısacası ülkeler yine farklılıkları temelinde ticaret yapmaktadırlar. Ancak farklılıklarının kaynağı artık iyi değerlendirilmiş tarihsel fırsatlar ve etkin devlet politikaları olarak görülmektedir.

Açıktır ki tüm sektörler yukarıda sözü geçen etkin politikalar sonucu avantajlı duruma geçebilecek konumda değildirler. Hiçbir etkin devlet politikası olmayan bir avantajı yaratamaz veya geliştiremez. Kanada'da kahve üretimi ve ihracatı için etkin bir devlet politikası tavsiye etmek mümkün değildir. Yeni ticaret teorisinin söylediği kısaca şudur: Her ülke belirli bir zaman diliminde geniş olarak tanımlanmış bir takım kaynaklara ve sınırlı olanaklara sahiptir. Bu kaynaklar ülkelerin po-

tansiyellerinin nihai belirleyicileridir. Ancak ülkelerin spesifik olarak ne ürettiklerinin belirleyicisi değildirler. Devletin etkin politikaları ve tarihsel değişimlerle harekete geçip kendi kendini destekleyen gelişme dinamikleri sonucu ortaya çıkan avantajlar son yıllarda dünya ticaretinde giderek artan bir öneme sahip olmaktadır.

Bu gözlemler bizi ekonomi politikasında devletin rolünün en aza indirgendiği klasik (ve neoklasik) ticaret teorisinden oldukça farklı bir yöne götürüyor. Artık tarihsel gelişim içinde şekillenmiş ve belirli bir amaca yönelik devlet politikaları uluslararası ticarete kritik avantajın önemli bir kaynağı olarak görülmektedir.

## **2.1 Stratejik Ticaret Politikaları**

Uluslararası ticarete yeni teorik yaklaşımlar çerçevesinde aktif devlet politikasının yeri nedir? Ticaret politikalarını şekillendirmekte devletin iki yolla rakip ülkelere karşı avantaj sağlaması mümkün görülmektedir. Birincisi devletin söz konusu ülkenin "rant"ını arttırmaya yönelik politikalar izlemesidir. İkincisi de devlet politikalarının "dışsal ekonomiler" yaratarak ülkenin ticaretteki avantajını artırıcı rolüdür (Krugman, 1986).

### **2.1.1 Uluslararası Piyasalarda Rant**

Dünya ticaretinde aynı kaliteye sahip ekonomik girdiler bazı sektörlerde alternatif üretim alanlarından fazla getiriye sahip olabilirler. Devletin ülkede bu sektörleri desteklemesiyle ve dünya ticaretindeki paylarını arttırmalarına yardımcı olmasıyla ortaya çıkan rantın ülke ekonomisine akması sağlanabilir. Klasik serbest ticaret teorisinde rant yeni rakiplerin sektöre girmesiyle sıfırlanacaktır. Ancak yeni ticaret teorisinin öne sürdüğü gibi coğrafi, tarihsel ve ölçek ekonomileri sebebiyle sektörel avantajlar rekabet sonucu sıfırlanamaz durumdaysa rantın nasıl yaratılıp kimde toplandığı önemli olmaktadır.

Klasik ticaret teorisinin varsaydığı serbest rekabet ortamının olmadığı, yani uluslararası bazı piyasalarda az sayıda firmanın olduğu bir ortamda şirketlerin serbest rekabet ortamında mümkün olan oranların üstünde karlar elde etmeleri mümkündür. Öyleyse, böyle bir sektördeki firmaların rekabetten korundukları sürece önemli miktarlarda karlar elde etmeleri mümkünse devletin sübvansiyon ve korumacı tedbirlerle kendi ülkesinin firmalarının avantajlı şirketler arasına girmesini sağlaması akılcı bir politika olacaktır. Böylelikle dünya ticaretinde söz konusu ran-

tın ülkeye akması mümkün olacaktır. Kısacası milli çıkarları korumak amacıyla şekillendirilen rant transferine yönelik stratejik ticaret politikalarının dayanağı, aslında piyasaların serbest rekabet ortamından uzak bir yapıya sahip olmaları, yani eksik ya da kusurlu piyasa ortamıdır (Brander, 1986).

### **Uluslararası Rantları Yakalamak için Verilen Sübvansiyonlar**

Brander ve Spencer'in (1984) uluslararası rantları ele geçirmek amacıyla verilen sübvansiyon analizini dünya piyasalarına üretim yapan iki firmanın hareket stratejilerine bakarak özetleyebiliriz. İki firmalı bir piyasada serbest rekabet şartlarının olmayacağı gayet açıktır. Her iki firma da diğerinin izleyeceği stratejinin kendi karını etkileyeceğinin farkında olacaktır. Burada uluslararası piyasalarda kartel kurmanın güç olduğu varsayımından hareket edersek şöyle bir dengeye ulaşılabilir: her iki firma da diğerinin üretimini veri alarak kendi karını azami seviyeye çıkartan üretim düzeyini seçer; yani piyasada Cournot dengesi hakim olur. Bu dengede üretim miktarları piyasaya bir tekelin hakim olması durumundan daha yüksek, buna karşılık bir serbest rekabet ortamındakinden daha düşük olacaktır. Fiyat ve karlar için ise bu durumun tersi geçerlidir. Rakip firmaların piyasaya girmesiyle üretim artacak ve fiyatlarla kar serbest rekabet düzeyine gerileyecektir. Ancak piyasada yalnızca iki firma olduğu sürece bu firmalar karlılıklarını yüksek tutabileceklerdir.

Bu analizde önemli bir nokta her iki firmanın da diğerini düşük bir üretim seviyesinde kalmaya ikna ederek yüksek bir kar oranıyla çalışmasıdır. Böylece firmalar denge üretim seviyesinden uzaklaşmazlar. Ancak, eğer bir firma üretim maliyetlerini düşüren bir teknolojik gelişme yakalarsa durum değişecektir. Bu durumda şanslı firma düşük maliyetle üretimini artıracak ve piyasa payını genişletebilecektir.

Üretim maliyetlerini düşüremeyen firmanın bu durumda gösterebileceği en iyi tepki kendi üretim seviyesini düşürmek olacaktır. Böylece şanslı firmanın karı daha da artacaktır. Bu idealize edilmiş modelde firmaların biri ülkede diğeri de yurt dışındaysa, ihracat sübvansiyonları maliyeti düşüren teknolojik gelişmeyle aynı etkiyi yapacaktır. Sübvansiyon alan yerli firma inandırıcı olarak üretim artırımına gidebilir ve rakip firmanın üretimini kısması neticesinde daha da yüksek kar yapabilir. Elbette devletin ödediği sübvansiyon vatandaşların vergileriyle beslenen kamu maliyesinden çıktığı için ülke ekonomisine bir maliyet getirir. Ancak yerli firmanın karları devletin ödediği sübvansiyondan daha fazla artarsa uluslararası piyasadaki ülkeye net bir rant aktarımı sağlanmış olacaktır.

Başka bir örnek ele alalım. Yine iki firmalı bir piyasada yeni fakat büyük yatırım gerektirecek bir üretim teknolojisi geliştirilmiş olsun. Stratejik karar yeni teknolojiyle bu piyasaya girmek ya da piyasanın dışında kalmak arasındadır (Krugman, 1994). İlk atılımı yapacak firma önemli miktarda kar sağlayacak, ancak ikinci firmanın da üretime geçmesiyle piyasadaki her iki firma da teknolojiyi geliştirmek için harcanan kaynakları karşılayamayıp zarar edecektir.

Böyle bir durumda ülke dışındaki yabancı firma teknoloji geliştirmede biraz daha yol katetmiş ve inandırıcı bir şekilde piyasaya girme hamlesi yapıyorsa rakibi yerli firma ne yapmalıdır? Eğer piyasaya girerse iki firma da zarar edeceği için yerli firma piyasaya girmeyecek ve yabancı firma önemli kazançlar sağlayacaktır. Ancak yerli firma belirli bir sübvansiyonla desteklenir ve yabancı firmaya rağmen piyasaya girerse, yabancı firma zarar ederken kendisi kar edebilir. Bunu gören yabancı firma zarar etmemek için piyasaya girmeyecek bu kez yerli firma yalnız başına yaptığı üretimle (sübvansiyona ilaveten) yüksek bir kar sağlayacaktır. Rakipsiz kalan yerli firmanın uzun dönemde ölçek ekonomileri ve dışsal yararları dolayısıyla ülke ekonomisine giderek daha büyük katkıda bulunması da mümkün olduğundan, bu basit model çerçevesinde aktif devlet desteği hayli faydalı bir politika olarak gözükmektedir.

### **2.1.2 Dışsal Ekonomiler**

Dışsal ekonomiler herhangi bir ekonomik faaliyetin bu aktiviteye doğrudan katılmayan kişi ya da firmalara da yarar (veya zarar) sağlamasıyla ortaya çıkar. Örneğin bir firmanın geliştirdiği teknoloji diğer firmaların üretim süreçlerinde önemli gelişmeler sağlayabilir. Bu durum pozitif dışsal ekonomilerin varlığına işaret eder. Ancak bir ekonomik birim için artı değer getiren bir faaliyetin diğerlerine olumsuz etkisi de olabilir. Bu durumda karşımıza çıkan negatif dışsal ekonomilerdir. Dünya ticaretindeki gelişmelerin yeni bir teorik çerçeveden yorumu pozitif dışsal ekonomilerin ülkelere önemli avantajlar sağladığına işaret etmektedir. Üretim sürecinde ve mal çeşitliliğinde yeni buluşlar ve gelişmeler firmaların yalnızca uluslararası rekabette avantajlı duruma geçerek rant yaratıp kendi ülkelerinin ekonomilerine katkıda bulunmalarını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda ülkedeki başka firmalara dışsal ekonomi kazançları getirerek onların da dünya ticaretindeki rekabet gücünü artırabilir. Kısacası, aktif devlet politikalarıyla desteklenen olumlu dışsal ekonomi yaratan faaliyetler dünya ticareti yoluyla ülke ekonomisine önemli bir katkıda bulunabilir.



Firmaların diğer ülkelerdeki rakipleriyle olduğu kadar ülke içinde de ekonomik kaynaklar için rekabet içinde oldukları vurgulanmalıdır. Öyle ki devletin uluslararası ticarete avantaj yaratmak uğruna uyguladığı politikalar bazı sektörleri diğerlerinin rekabet gücü pahasına geliştirmektedir. Bu çerçevede kaynakların yeni dağılımının ülke içinde bazı sektörlerin genişlemesine, diğerlerinin de daralmasına yol açacağı açıktır. Durum böyleyken yeni kaynak dağılımının ülke ekonomisine katkı yapacağını söylemek, genişleyen sektörlerin getirisinin daralanların kayıplarından büyük olacağı fikrine dayanmaktadır. O halde hangi sektörlerin böylesi bir net katkı yapma kapasitesine sahip olduğunun bilinmesi, yani "stratejik sektörlerin" saptanması ekonomi politikalarının belirlenmesinde belki de en kritik ve zor noktadır.

Gerek uluslararası ticarete rant aktarımı potansiyeline sahip sektörlerin, gerekse dışsal ekonomik katkı yapma potansiyeli olan sektörlerin desteklenebileceği yeni ticaret teorisi yaklaşımlarının temelidir. Ancak bu sektörlerin nasıl belirleneceği, amaçlanan sonuçların nasıl bir devlet politikasıyla elde edileceği ve tüm bu politikalara diğer ülkelerin nasıl karşılık verebileceği konuları cevapların çok açık olmadığı bir tartışmanın merkezini oluşturmaktadır.

### **2.1.3 Stratejik Sektörler Belirlenebilir mi?**

*Rantların tespiti sorunu:* Stratejik sektörlerin belirlenmesinde rantın yüksek olduğu sektörlerin saptanması gerekmektedir. Bunu yaparken sadece basit bir kar ya da ücret oranları karşılaştırması yeterli değildir. Bu noktada sorun rantın hesabında kalite farklılıklarından doğmaktadır. Bir endüstrinin yüksek ücret ödemesi gerçek rant anlamında o endüstride işgücü getirisinin farklılığından dolayı olabileceği gibi, işgücünün kalitesindeki farklılıklardan da doğabilir. İşgücü kalitesi farklılığı söz konusu olduğunda bu sektörü stratejik olarak değerlendirip desteklemek gerektiği savunulamaz. Ancak eşit işgücü kalitesinin bir sektörde diğerlerinden fazla getirisi varsa rant söz konusu olur ve bu sektör stratejik avantajını değerlendirmek amacıyla desteklenebilir.

Bir diğer sorun da sektörler bakarken yalnızca başarılı firmaları gözlemekten kaynaklanmaktadır. Bir sektörün başarısı incelenirken sektörde faaliyet gösteren firmaların başarısız olup da piyasadan çekilenlerle birlikte ortalama getirisinin hesaplanması gerekir.

Benzer şekilde dikkate alınması gereken bir diğer konu da "şanslı" endüstrilerle ilgilidir. Teknolojik gelişmeler ya da piyasa talebindeki artışlar kimi endüstrilerde çalışan firmaların kısa dönemli yüksek kar ve ücret oranları elde etmelerini sağ-

layabilir. Ancak bu yüksek getiri oranları rantla karıştırılmamalıdır. Çünkü bu geçici getiri artışı sektöre yeni girenlere değil yalnızca uzun dönemde orada bulunanlara aittir. Dolayısıyla bu sektörlerin desteklenmesi kaynakların alternatif yatırım alanları içinde en yüksek getirisi olanlara kaydırılması anlamına gelmeyecektir.

*Dışsallıkların ölçümü:* Dışsal ekonomik getirisi olan sektörlerin desteklenmesinde en önemli sorun bu dışsal katkının ölçülmesindeki zorluklardan kaynaklanmaktadır. Doğası gereği dışsallık izlenemez ya da önemi ancak katkı ortaya açıkça çıktıktan sonra tarihsel bir analizle saptanabilir. Oysa ekonomi politikalarını belirlerken ileriye dönük dışsallığın değerlendirilmesi gerekmektedir. Böyle bir değerlendirme de ancak tahminlere dayalı olabilir.

#### **2.1.4 Stratejik Destek Politikaları Uygulanabilir mi?**

Stratejik sektörlerin nasıl belirlenebileceği konusunu sadece potansiyel problemleri vurgulayarak kapatırsak bir sonraki aşamada, yani stratejik destek politikalarının uygulanabilirliğinde sorunlar ortaya çıkacaktır. Diğer alanlarda olduğu gibi dış ticarete de devlet desteğine harcanacak kamu kaynakları için sektörler arasında yoğun bir rekabet vardır. Bu rekabet içinde devlet desteğinin yanlış yönlendirilmesi kadar beklenmedik sonuçları olması da mümkündür. Örneğin tekstil sanayinin moda geliştirilmesi konusunda desteklenmesi üzerinde görüş birliği olabilir. Böyle bir destek sadece birkaç büyük firmaya yönlendirilebilir. Piyasanın nitelikli modacılarının destek görmeyen küçük firmaları terkedip bu firmalara gelmeleri gayet doğaldır. Ancak moda geliştirilmesinde dışsal ekonomik katkının küçük firmaların çalışmalarında daha çok olması sürpriz olmayacaktır. Bunu dikkate almayan bir destek politikasıyla büyük firmalar piyasayı kontrol altına alıp küçük firmaları dışlayabilirler ve hedeflenen dışsal etkiler ortaya çıkmayabilir.

Stratejik sektörleri desteklemeye yönelik politikaların şekillendirilmesinde en büyük zorluklardan biri de iç ve dış piyasalarda sürdürülecek destek politikalarının dinamik etkilerini tahmin etmekte karşımıza çıkmaktadır. Örneğin turizm sektörüne verilecek stratejik destek kısa dönemde kapasite artırımına gidilmesini ve karlılık oranlarının artmasını sağlayabilir. Ancak talepteki artışın beklenenin altında kalmasının yol açabileceği fiyat savaşları karlıları düşürebilir.

Bu gözlem ve görüşler stratejik ticaret politikasında iki önemli kurumsal sorunu da ön plana çıkarmaktadır. Öncelikle izlenen politikalar ya mevcut firmaların daha yaygın bir dünya piyasası için üretime yönelik organizasyonunu gerektirmekte ya da

belirlenen stratejik sektörlerde yeni firmalar yaratılmasını amaçlamaktadır. Her iki durumda da firma organizasyonlarının yeni bir girişimcilik ruhuyla başarılı faaliyetleri beklenmektedir. Ancak böylesi bir kabuk değişikliğini sağlayabilecek organizasyon kaynaklarının olup olmadığı sorgulanmamaktadır. Böylesi bir değişimin piyasa dinamikleriyle kendiliğinden oluşmasını beklemenin ne kadar mantıklı olduğu tartışılabilir.

Bir diğer önemli nokta da her devlet politikasında olduğu gibi politik çıkarların ve kısıtlamaların stratejik destek politikalarının teknik gereklilikler doğrultusunda şekillendirilmesine imkan tanıyıp tanımayacağıdır. Yeni ticaret politikalarının karşısında birçok çıkar grubu olacaktır. Politik sistemin bu çıkar gruplarının taleplerini stratejik hedeflerden sapmadan uygulamaya nasıl yansıtacağı bilinmemektedir.

### **2.1.5 Rakip Ülkeler Nasıl Tepki Gösterecekler?**

Yeni ticaret teorisinin politika önerileri konusunda bir diğer sorun da stratejik destek politikalarına rakip devletlerin nasıl tepki göstereceğidir. Bir ülkenin dünya ticaretinde rant aktarımı ya da dışsal ekonomik etkiler hedefleyen aktif bir ticaret politikası izlemesi diğer ülkeler tarafından nasıl karşılanacaktır? Örneğin, rant aktarımı amacıyla uygulanan ihracat desteği politikaları diğer rakip ülkeler tarafından da benimsenirse mevcut piyasalarda karlılığın yok olması sonucu ortaya çıkabilir mi? Ya da teknolojik avantaj sağlamaya yönelik destekler bu ülkeleri potansiyel rakiplerini büyümeden yok etmek amacıyla teknoloji transferi konusunda engeller yaratmaya itebilir mi? Bütün bu politikalar uluslararası piyasalarda zaten zor bulunan işbirliği imkanlarını tamamen ortadan kaldırabilir mi?

#### **Hükümetlerin Karşılıklı Politika Tepkileri**

Bir ülkenin aktif olarak stratejik avantaj sağlayıcı ticaret politikaları gütmesi rakip ülkelerin reaksiyonlarına bağlı olarak üç şekilde sonuçlanabilir. İlk olasılık rakibin bir reaksiyon göstermemesi ve dolayısıyla tek taraflı bir stratejik avantaj yaratılmasıdır. Bu durumda aktif politika uygulayan ülkenin firmaları avantaj sahibi oldukları alanlarda ticaret paylarını artırıp uluslararası ticaretten rant aktarımı yapma olanağına sahip olacaklardır. İkinci olasılık rakip ülkenin de aynı politikayı izlemesiyle fiyatların ve karların düşmesi veya karşılıklı korumacılık sonucu piyasanın daralıp iki ülkenin de zararlı çıkacağı bir durum oluşmasıdır. Üçüncü olasılık da iki ülkenin stratejik politika uygulamamak üzere anlaşmaya varmasıdır. Bu durumda

karşılıklı müdahaleci politikalar uygulanmasından daha iyi bir sonuç ortaya çıkmasına rağmen anlaşmayı tek taraflı olarak bozmak çekici olacaktır. Böylesi bir rekabet çerçevesi oyun teorisinde "mahkumlar çıkmazı" (prisoners' dilemma) olarak adlandırılır. Kendisini kurtarmak için birbirini ele veren mahkumların ikisi de ağır ceza yer. Bu durum "oyun"un bir tek defa oynanması halinde geçerlidir. Ancak tekrar edildiğinde iki taraf da ders almış olabilir.

Gerçek dünyada firmalar ve ülkeler sürekli olarak birbirlerinin stratejilerine cevap vermek durumundadırlar. Bundan esinlenerek Axelrod'un (1984) yaptığı simülasyon çalışmasında ortaya çıkan ilginç sonuç uyumlu bir strateji izleyerek başlayıp sonra da rakibin seçiminin aynısını yapan ülke zaman içinde en yüksek faydayı sağlamaktadır. Yani zaman içinde basit bir kısasa kısas stratejisi izlendiğinde karşı tarafı uyumlu bir strateji izlemeye ikna etmek mümkün olmakta ve tek taraflı uyumsuz strateji - yani tek taraflı müdahalecilik - izlenmemektedir. Yalnızca iki taraflı ticari rekabet ortamında bu bulgunun anlamı önemlidir. Kısaca karşı tarafa karşı rekabete açık bir politikayla ilişkiye gir, karşı taraf uyumlu olduğu sürece de rekabete açık kalmaya devam et. Rekabeti kısıtlama girişimi görülürse hemen aynı şekilde karşılık ver. Karşı taraf rekabete açılır açılmaz aynı şekilde uyumlu bir rekabete açık politikaya dön.

Böyle bir ortamda gerçek dünyanın politikalarını belirlerken birçok sorun ortaya çıkabilecektir. Örneğin, acaba her ülke açık bir şekilde hangi politikanın uyumlu hangisinin uyumsuz olduğunu görebilecek midir? Daha önemli bir sorun gerçek dünyada ticari rekabetin tipik olarak ikili değil çok taraflı ilişkiler çerçevesinde oluşmasıdır. Böyle bir ortam tabii ki çok daha karmaşık neticeler doğurmaktadır.

### **2.1.6 Ülke Deneyimlerinin Değişik Yorumları**

Yeni ticaret teorisi ve politikalarının çıkış noktası dünya ticaretinde birçok önemli mal ve hizmetin tarihsel süreç içinde piyasalardaki gelişmeleri avantaja dönüştürebilen politikalar sonucu güçlenen endüstrilerde üretildiğidir. Bu endüstrilerde üretim artışıyla birlikte uluslararası piyasalarda avantajı pekiştirici ölçek ekonomisi, yaparak öğrenme gibi birçok olumlu dışsallıklar yaşanmakta ve ülkeler karşılaştırmalı avantaj üstünlüğü kazanmaktadırlar.

Başarılı devlet politikaları belki bir dereceye kadar potansiyel "galipleri" bulup ön plana çıkartmışlar (picking winners), bir dereceye kadar da galipleri "imal" etmişlerdir (making winners) (Rodrik, 1995). Ama önemli bir husus da başarı hikayeleri-

nin herkesçe bilinip, başarısız birçok girişimin gözden kaçmasıdır (Krugman, 1986).

Dışa açık büyüme stratejileri "neoklasik" veya "neoliberal" bir açıdan incelendiğinde Uzak Doğu'daki başarılı ülke deneyimleri dış ticaret, emek ve sermaye piyasalarında devletin çarpıklıklar yaratmaması ve fiyat yapısını ihracat için doğru belirlenmesi ile açıklanmaktadır (Wolf, 1988; Balassa, 1982). Devletin en büyük desteği başta makroekonomik stabilite olmak üzere ihracata uygun bir ortam sağlamasıdır.

Karşı görüşse bu ülkelerin başarılarını etkin devlet müdahalesine bağlamaktadır. "Gelişmecî devlet" verdiği doğrudan teşvikler, koyduğu hedefler, sermaye piyasasına yaptığı müdahalelerle ekonomiyi yönlendirmektedir. Bu sistemin başarısı bir yandan devlet bürokrasisinin kapasitesine diğer yandan da ne kadar bağımsız olduğuna bağlıdır (Öniş, 1991). Devletin yaygın müdahalesi ekonomiyi doğrudan yönlendiren kurumları da beraberinde getirmektedir. Tüm ekonomiye sözü geçen Japonya'nın efsanevi Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı MITI ve onun Kore'li ve Tayvanlı benzerleri bu kurumsal yapının temel taşlarını oluşturmaktadır (Wade, 1990; Johson, 1982; ve Rhee ve diğerleri, 1984). Müdahaleci devlet politikalarının otoriter kurumlar aracılığıyla ekonomiye yön vermede başarılı olabilmesi belirli bir devlet kültürü ve yaklaşımını da içermektedir. "Sert devlet-yumuşak devlet" diye bir ayırım yapıldığında "sert devletlerin" bu konuda başarılı olduğu görülmektedir (Rodrik, 1995).

### **Dış Politika ve Savunma Hedef ve Kaygıları**

Stratejik ticaret politikaları tartışmasının sonunda üzerinde durulması gereken bir diğer önemli konu da bu politikaları şekillendirirken ülkenin, yine coğrafi konumuyla yakından ilgili olan, siyasi ve askeri hedefleri, dış politikası çerçevesinde güvenlik kaygılarının da önemli bir yer tuttuğudur. Bu bağlamda belki de en çarpıcı örnek ABD ve Çin arasındaki ticaret politikalarıdır. Büyük ekonomik çıkarların yanı sıra dünyanın en dinamik bölgesi olan Uzak Doğu'da Çin'i kontrol edilebilir bir siyasi ve askeri faktör olarak tutma gayreti de yatmaktadır. Benzer kaygıların AB ve ABD'nin eski Sovyet Cumhuriyetleri'ne yönelik ticaret politikalarını da şekillendirdiği üzerinde sıkça durulan bir konudur. Orta Doğu barışının gelişip sağlamlaşmasının temelinde bölgenin ekonomik kalkınması yatmaktadır. Gerek ABD gerekse AB ülkelerinin bu bölgeye yönelik ticari politikalarının bölgenin istikrarı, dünya enerji piyasaları ve benzeri kaygılar çerçevesinde şekillendiği görülmektedir. Neticede, ülkeler stratejik ticaret politikalarını şekillendirirken ekonomik çıkarlarla siyasi ve askeri mülahazaların içiçe olduğu gözlenmektedir.



# B Ö L Ü M

DÜNYA EKONOMİSİNDE  
BEKLENEN GELİŞMELER





### 3. DÜNYA EKONOMİSİNDE BEKLENEN GELİŞMELER

Önümüzdeki on yılda dünya ekonomisi kısa, orta ve uzun dönemde çeşitli etkenlerin itici gücüyle gelişmekte olan ülkeler açısından canlı ve fırsatlar sunan bir yapıya sahip olacaktır. Kısa dönemde sanayileşmiş ülkelerdeki canlanma, gelişmekte olan ülkeler arası ticaretin artması, Orta ve Doğu Avrupa ve Eski Sovyet Cumhuriyetleri gibi yeni pazarların ortaya çıkması, orta ve uzun dönemde ise Uruguay Round'u (UR) anlaşmalarının yürürlüğe girmesi neticesi oluşacak ticari canlanma ortamı, ve hizmet sektöründe yaşanması beklenen serbestleşme ve globalleşme bu sürecin temel itici güçlerini oluşturacaklardır.

#### 3.1 Sanayileşmiş Ülkelerdeki Canlanma

Sanayileşmiş ülkelerde 1991-1995 döneminde farklı zamanlarda yaşanan durgunluk 1994-1995 yıllarında sona ermiştir (Tablo 3.1 ve 3.2). 1995-1996 ve bunu takip eden yıllarında sanayileşmiş ülkelerin %3 bir büyümeye ulaşmaları beklenmektedir. Dünyadaki rekabet koşullarının gelişmesi ve uluslararası ticaretin artan etkisinden dolayı toplam faktör verimliliğinde son on yılda yaşanan düşüşün tersine dönmesi büyüme haddini %3'lerin de üstüne çekebilecektir.<sup>1</sup> ABD'ye kıyasla Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin durgunluktan çıkışı daha geç olmuştur (Tablo 3.1). Önümüzdeki iki üç yıllık dönemde canlanmanın özellikle kıta Avrupası merkezli olması beklenmektedir (World Bank, 1995). Bu hem Türkiye, hem de Avrupa'ya yakın diğer gelişmekte olan ülkeler için önemli bir dinamizm kaynağı oluşturmaktadır. Türkiye'nin dış ticaretindeki payı ve Gümrük Birliği imkanları düşünüldüğünde AB'nin 1996'da %3'ün üstünde bir büyüme hızına ulaşması son derece önemli bir gelişmedir.

Sanayileşmiş ülkeler arasında özellikle İngiltere, Kanada, Yeni Zelanda ve Avusturalya %3-3.5'luk büyüme hızlarıyla ekonomilerindeki canlanmayı oturtmuş görünmektedirler. Diğer hareketli bir grup ise son yıllarda önemli devalüasyonlarla ihracatlarını arttıran İsveç ve Finlandiya gibi daha küçük Avrupa ülkeleridir (OECD, 1994).

Son yıllardaki bu canlanma düşük enflasyon ve kısa dönemli faiz oranları ile birlikte yaşanmaktadır. OECD ülkelerinin ortalama enflasyonu 1994 yılında %2.2

<sup>1</sup> Toplam faktör verimliliğindeki artış 1960-1973 arasında %2 3, 1973-93 arasındaysa %0 8 olarak gerçekleşmiştir, bu artışın önümüzdeki on yılda yeniden %1 2 düzeylerine çıkabileceği ön görülmüştür (World Bank, 1995)

düzeylerinde gerçekleşmiştir (OECD,1994). Bu düzeyin tutturabilmesindeki en önemli etken kamu kesimi reformları ve buna bağlı olarak azalan bütçe açıkları olmuştur. 1993-1994 döneminde başlıca sanayileşmiş ülkelerin bütçe açıklarında %1-1.5 puanlık azalmalar gerçekleşmiştir (OECD 1994). Bu reformların sürmesiyle sanayileşmiş ülkelerdeki enflasyonun bugünkü düşük seviyesinde kalması beklenmektedir (Tablo 3.2). Sanayileşmiş ülkelerde yaşanan canlanmanın devamı büyük ölçüde bu açıklardaki düşüşün sürmesine ve buna bağlı olarak enflasyon ve faiz oranlarının düşük kalmasına bağlı görünmektedir (World Bank, 1995; OECD, 1994). Açıklar kadar önemli bir reform alanı Avrupa'daki yapısal işsizliğin azaltılmasıdır.<sup>2</sup>

Ancak, beklenen kamu reformlarının yapılması durumunda bile, önümüzdeki on yılda yaşanacak canlanma ile birlikte dünya sermaye talebinin artması sonucunda, uzun dönemli faiz oranlarında ciddi bir düşüş beklenmemektedir (Tablo 3.2). Bu durum gelişmekte olan ülkeler açısından gerekli sermaye birikiminin sağlanabilmesi için hem tasarruf oranlarının artırılmasını, hem de döviz yaratıcı alanlara ağırlık verilmesini önemli halé getirmektedir.

Gelişmekte olan ülkelere olan sermaye akımı 1993'teki büyük sıçramadan sonra 1994'te yavaşlamıştır (Tablo 3.3). Bu yavaşlamada tüm gelişmekte olan ülkelere yönelik portföy yatırımlarının üçte birini alan Meksika'da yaşanan kriz, ve 1991-1993 yıllarında sanayileşmiş ülkelerde yaşanan durgunluğun sona ermesi önemli etkenler olmuştur. Gerek Meksika, gerekse Türkiye'de yaşanan krizler açık ekonomi koşullarında döviz kurunun ve makro dengelerin önemini ortaya koymaktadır.

Yabancı sermaye yatırımlarında son yıllarda gözlenen önemli bir yapısal değişim daha çok ülkelerin uzun dönemli ve yapısal özelliklerinden etkilenen doğrudan yatırımların payındaki artıştır. Bu artışın üretim ve yatırım kararlarının hızla küreselleşmesiyle daha da güçleneceği beklenebilir. Yapılan çalışmalar doğrudan yatırımlarda alıcı ülkenin büyüme oranı ve potansiyelinin belirleyiciliğini vurgulamaktadır (World Bank, 1995).

Dünya ekonomisinde beklenen hızlı büyüme gelişmekte olan ekonomilere akabilecek sermayenin azalması ve pahalılaşmasına yol açabilir. Bu olgu gelişmekte olan ülkelerin tasarruf oranlarını arttırmalarını gerekli kılacaktır. Aynı zamanda bu ülkeler döviz girdilerini arttırıcı faaliyetlere önem vermeye devam etmek zorundadırlar.

<sup>2</sup>*Yapılan tahminler Avrupa'daki yapısal işsizlikteki % 3 puanlık düşüşün büyüme potansiyelini % 0.2 puan artıracığını öngörmektedir (World Bank, 1995).*

### 3.2 Gelişmekte Olan Ülkelerin Dünyada Yükselen Konumu

Sanayileşmiş ülkelerde yaşanan durgunluğa karşın, dünya ticareti 1991-1993 döneminde %4.1'lik bir hızla artmaya devam etmiştir. Bu 1974 ve 1981 krizlerinden farklı bir gelişmedir. Bu gelişmenin bir nedeni sanayileşmiş ülkelerin krize giriş ve çıkış zamanlarının farklı olmasıdır. Diğer önemli nokta ise gelişmekte olan ülkelerin dünya ticaretindeki yükselen payları ve hızla büyüyen ekonomileriyle önemli pazarlar oluşturmalarıdır. 1980'lerden bu yana gittikçe daha çok ülke ekonomisini dış pazarlara açmakta ve dünyayla entegre olmaktadır. Önümüzdeki on yılda gelişmekte olan ülkelerin sanayileşmiş ülkelere göre daha hızlı büyümeleri ve 1980'ler boyu devam eden dünya ticaretindeki yerlerini artırmaları sürecinin devam etmesi beklenmektedir (Tablo 3.2).

Gelişmekte olan ülkeler arasında Asya ülkeleri ortalamasının üstündeki büyümelerini sürdürürken, çok uzun bir dönem düşük büyüme oranları yaşamış olan Orta ve Güney Afrika ülkelerinde bile önümüzdeki on yılda canlanma beklenmektedir. Önemli bir yapısal uyum süreci geçiren Orta ve Doğu Avrupa ve Eski Sovyetler Birliği ülkelerinde de reformların devam etmesi halinde büyüme hızlanacaktır.

1991-1993 döneminde gelişmekte olan ülkelerin ihracatı %8.8 artarken sanayileşmiş ülkelerinki %1.9 dolaylarında gerçekleşmiştir (UNCTAD, 1994b). 1980'li yıllarda başlıca gelişmekte olan ülkelerin hepsi dünya ile yüksek bir bütünleşme hızı yakalamışlardır (Tablo 3.4). Malezya, Tayland gibi ihracatını çok hızlı artıran ülkeler, ihracat ve üretim artışı arasındaki farkı %6 puanlık düzeylere çıkarabilmişlerdir. Özellikle son yıllarda bütün gelişmekte olan ülkeler için bu farkın altı puan dolaylarında gerçekleşmesi bu ülkelerin dünya ticaretindeki artan konumlarını göstermektedir (World Bank, 1995 ).

Gelişmekte olan ülkelerin ihracatında gözlenen bir diğer önemli gelişme ihracatın yapısındaki çeşitlenmedir. Bu hemen hemen bütün ülkelerde yaşanan bir gelişmedir (UNCTAD, 1994b). OECD-dışı ülkelerin ihracatında sanayi mallarının payı 1975'te %25 iken, bu oran 1994 yılında %60'lara çıkmıştır (OECD, 1994).

Bütün bu gelişmelere paralel olarak, dünya ticareti içinde gelişmekte olan ülkeler arası ticaretin payı 1990'da %10 iken 1993'te %12.'e çıkmıştır (World Bank, 1995). İhracatın yanı sıra 1991-1993 döneminde gelişmekte olan ülkelerin ithalatındaki artış da %10.5 gibi yüksek bir oranda gerçekleşmiştir. Bu rakam 1980-1990 döneminde %2.2 düzeyinde gerçekleşmişti (World Bank, 1995). Bu gelişmede en

önemli etkenler ihracat gelirleri ve sermaye akımlarıyla artan finansman imkanları ve canlı ekonomilerin yarattığı talep olmuştur.

### **3.3 Dünya Ticaretinde Hizmetlerin Artan Önemi ve Serbestleşme**

Dünya ticaretinde hizmetlerin payı 1980 yılında %17'iken, bu oran 1993'te %22'lere ulaşmıştır (Tablo 3.5). Bu gelişmeye paralel olarak ulaştırma ve seyahat gibi hizmet alanlarının yerini “diğer hizmetler” almaya başlamıştır. Bu grup iletişim, teknik ve profesyonel hizmetler, müteahhitlik hizmetleri ve finans gibi alanları kapsamaktadır. 1980 yılında bu hizmetlerin tüm sektörün ticaretindeki payı %37'iken, 1993'te %45'e çıkmıştır (World Bank, 1995).

Bu süreçteki temel etkenlerden birisi, iletişim ve bilgi teknolojisinde son yıllarda yaşanan hızlı gelişmeyle birlikte ticarete konu olan hizmetlerin gittikçe daha farklı alanlara yayılması ve çeşitlenmesidir. Günümüzde bilgisayar şirketleri program geliştirme işlerini Hindistan gibi kalkınmakta olan ülkelerde yapabilmektedir. Verilerin işlenmesi, resmi belgelerin takibi, pazarlama, araştırma ve geliştirme gibi çok çeşitli hizmet talepleri teknolojik hamleler yapan ve buna bağlı olarak fiyatı düşen iletişim ve bilgisayar olanakları ile başka ülkelere karşılanabilmektedir (World Bank, 1995).

Teknolojik ilerlemeler kadar gittikçe daha fazla gelişmekte olan ülkenin dış ticaret ve yatırım uygulamalarını serbestleştirmeleri de bu süreci hızlandırmaktadır. Hizmetlerdeki hızlı gelişimin bir başka kaynağı, etkin çalışan bir hizmet sektörünün ülkenin genel rekabet gücünün belirleyicisi haline gelmesidir. Mal ihracatındaki performans, ihracatçı ve üreticileri destekleyen hizmetlerin başarısından büyük ölçüde etkilenmektedir. Bunun anlaşılmasıyla birlikte artık hizmetler gelişmenin bir yan ürünü olarak değil onun temel belirleyicilerinden birisi olarak görülmektedir.

Günümüzde dış ticarete “yolla ve unut” dönemi sona ermiştir. Uluslararası arenada rekabet edebilmek zamanında teslim, iyi müşteri ve tüketici servisi gibi hizmetlerin gücüne olduğu kadar etkin bir altyapıya da dayanmaktadır. Hem üreticiler, hem de tüketicilere yönelik hizmetlerin etkinliği ihracat için yakalanmak istenen “arz tepkisinin” önkoşullarını oluşturmaktadır. Uzak Doğu ülkelerinin bu doğrultudaki politikaları etkin altyapı ve hizmetlerin dış ticaretteki belirleyici rolünü göstermektedir.

Hizmetler doğrudan sermaye yatırımlarının da büyüyen bir kısmını oluşturmaktadır. 1990-1992 yılları arasında gelişmekte olan ülkelere yapılan doğrudan sermaye

yatırımlarının %52'sini, sanayileşmiş ülkelere yapılan yatırımların ise %60'ını hizmet sektörü yatırımları oluşturmaktadır (World Bank, 1995).

Günümüzde birçok kalkınmış ülkede sanayi ekonomilerinden hizmet ekonomilerine geçiş yaşanmaktadır. 1960-1993 yılları arasında sanayileşmiş ülkelerin istihdam ve üretimlerinde hizmetlerin payı sırasıyla %42'den %65'e ve %53'ten %61'e çıkmıştır. 1973-1993 döneminde sanayileşmiş ülkelerde genel faktör verimliliği %0.8 artarken, bu rakam hizmetlerde %2.4 olmuştur. Sanayileşmiş ülkelerdeki bu gelişme kalkınmakta olan ülkeler için bir yandan mamul mallar üretimi ve ihracatı için alan yaratmakta, diğer yandan da turizm gibi dış talebi artan hizmetlerde olanaklar sunmaktadır.

UR görüşmeleri sonunda çok taraflı kurallar ve disiplini hizmet sektörüne genişleten Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) imzalanmıştır. GATS'ın temeli, GATT gibi "kayırmama" esasına dayanmaktadır. Ancak, GATS çerçevesinde her ülke kuralları uygulayacağı hizmet alanlarını kendi belirleyecektir. Bu "pozitif liste" yaklaşımı GATS'ın yaratacağı dinamizmi kısıtlamaktadır.

### **3.4 Uruguay Round Sonucu Dünya Ticaretinde Beklenen Gelişmeler**

GATT'ın 1947 yılında kurulmasından bu yana yapılan çok taraflı ticaret görüşmelerinin sekizincisi ve en kapsamlısı olan UR görüşmelerinde alınan kararlar canlı bir uluslararası ticarete uygun dünya ekonomisi beklentilerinin temelini ve itici gücünü oluşturmaktadır. Tablo 3.2'de öngörülen %7'lik dünya ticaret artış hızının altında bu itici güç yatmaktadır. UR, bugüne kadar imzalanan çok taraflı ticaret anlaşmalarının en kapsamlısı, dolayısıyla da ekonomik serbestleşme ve küreselleşmeye en büyük katkıyı yapacak olanıdır.<sup>3</sup>

#### **3.4.1 Gümrük Tarifeleri**

Tablo 3.6'da görüldüğü gibi sanayileşmiş ülkelerin mamul mallara uyguladıkları ortalama gümrük tarife oranları %6.2'den %3.7'ye düşecektir. Sanayi ürünleri

<sup>3</sup>UR anlaşmalarının kapsadığı alanlar (i) sanayi mallarında korumanın azaltılması, tarife-dışı engellerin kaldırılması ve daha önce GATT disiplini içinde olmayan tarım sektörü ile tekstil ve giyim sanayilerinin GATT disiplini içine alınarak serbestleştirilmesi, (ii) hizmet sektörü, ticaretle ilgili fikri mülkiyet hakları ve ticaretle ilgili yatırım düzenlemeleri gibi yeni alanların GATT içine alınması ve düzenlenmesi; (iii) tarife dışı zengeller, anti-dumping ve telafi edici vergi uygulamaları, teşvikler ve teknik standartlar gibi ticari kuralların daha açık hale getirilerek düzenlenmesi ve kurulacak Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ile bu kuralların uygulanması ve doğacak anlaşmazlıkların etkin bir şekilde çözümlenebilmesidir

ithalatının %44'ü sıfır tarifeli hale gelmiştir (Low ve diğerleri, 1994; UNCTAD 1994a; World Bank, 1995). Böylece gelişmekte olan ülkeler açısından sanayileşmiş ülke pazarları hem daha serbest, hem de daha öngörülebilir bir hale gelmiştir. Gelişmekte olan ülkelerin sanayi mallarında gümrük tarife oranları sanayileşmiş ülkelere göre daha yüksek bir düzeyde bulunmakla beraber, %36'lık bir düşüşle %17'den %11'e inmiştir.

Bu olumlu tabloya karşın, sanayileşmiş ülkelerin ortalama koruma oranları iki önemli sorunu barındırmaktadır. Bunlardan ilki Tablo 3.7'de görüldüğü gibi "tarife merdivelendirmesi" ile nihai malların hammaddelerden daha fazla korunmalarıdır. Bu gelişmekte olan ülkelerin sanayileşme süreçleri açısından önemli bir engeldir. İkinci sorun ise gelişmekte olan ülkeler açısından önemli olan bazı "hassas sektörlerde" korumanın ortalamanın üstünde olmasıdır. Yine Tablo 3.7'de görüldüğü üzere tekstil ve giyim, deri, lastik ve ayakkabı gibi bazı sektörlerde tarife oranları ortalamanın iki üç katına ulaşmaktadır. UR'un asıl belirleyici tarafı bütün sektörlerdeki tüm sorunları çözmekten çok, oyunun kurallarını daha belirgin bir hale getirerek ülkelerin genel serbestleşme ortamından yararlanmalarını sağlaması olarak ortaya çıkmaktadır.

### **3.4.2 Tarife-Dışı Ticaret Engelleri ve Tekstil Sektörü**

Günümüz dünya ticaretinde 1947'den bugüne yaşanan serbestleşme ile birlikte tarife oranları düşmüş, buna karşın tarife-dışı engeller korumacı ticaret politikalarının ana araçları haline gelmişlerdir. Bugün dünyadaki en kapsamlı tarife-dışı ticaret engeli gelişmekte olan ülkelerin tekstil ürünleri ihracatına uygulanan Çok Elyaf-lılar Anlaşması'dır (MFA).AB'de MFA kotalarıyla yaratılan koruma tekstil için Doğu ve Güney Asya üreticilerine karşı sırasıyla %13 ve %18'lere, giyim sanayinde ise sırasıyla %40 ve %25'lere varmaktadır (Francois ve diğerleri, 1995).

UR sonucunda MFA on yıllık bir süre içinde ortadan kalkacak ve on yılın sonunda da tekstil ve giyim sanayinde tarife-dışı engellerle korunmaya son verilecektir. Bu on yıllık süre dört dönem halinde gerçekleşecektir, ilk dönemde ihracatın hacim olarak %16'sı, ikinci dönemde %17'si, üçüncü dönemde ise %18'lik kısmı MFA dışına çıkacaktır. Kalan %49'luk kısım ise on yılın sonunda serbestleşecektir. Ülkeler MFA dışına çıkaracakları ürünleri kendileri belirleyecek ancak iplik, kumaş, giyim eşyaları gibi farklı alanlardan ürünler seçmek zorunda kalacaklardır. Bu sürece paralel olarak MFA kotalarının büyüme hızları ilk dönemde %16, ikinci dönemde %25 üçüncü dönemde de %27 artırılacaktır.

Günümüzde dünya ticaretini engelleyen en önemli tarife-dışı engel "gönüllü" ihracat kısıtlamalarıdır (VER). MFA kotaları bu kapsama girmektedir. Bu yöntem özellikle kimyasal maddeler, deri, ayakkabı ve çelik gibi ürünlerde gelişmekte olan ülkelere uygulanmaktadır. UR sonucunda tüm VER uygulamalarının dört yıllık bir süre içinde ortadan kaldırılması beklenmektedir. Tüm tarife-dışı engeller sanayileşmiş ülke ithalatının %18'lik bir bölümünü kapsarken UR ile bu oranın % 5'lere inmesi beklenmektedir (World Bank, 1995).

### **3.4.3 Tarım**

Tarım sektöründe UR sonucunda elde edilen başarı beklenenin altında olmuştur. Altı yıllık bir sürede gerçekleşecek tarımın serbestleşme sürecinin ilk aşaması 1986-88 dönemine ait tarife-dışı engellerle elde edilen koruma oranlarının tarifelendirilmesidir. Daha sonraki altı yıl içinde sanayileşmiş ülkelerde her bir tarife kaleminde minimum %15'lik bir indirimle birlikte ağırlıksız tarife ortalamasının %36 azaltılması hedeflenmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde aynı rakamlar %10 ve %24 olarak gerçekleşecektir.

Tarım sektöründeki, ikinci önemli düzenleme tarım destekleri ve ihracat teşvikleri ile ilgilidir. Sanayileşmiş ülkeler on yıllık bir süre içinde teşvik edilen ihracat miktarını %21, teşvik miktarını %36, ve ticareti etkileyen tarım desteklerini %20 oranında düşüreceklerdir. Gelişmekte olan ülkeler ise altı yıllık bir süreçte aynı miktarları sırasıyla %14, %24 ve %14 oranlarında azaltacaklardır.

Tarım ürünleri ticaretindeki serbestleşmenin beklentilerin altında bir başarı sağlanmış olmasının temelinde özellikle gelişmiş ekonomilerde tarımın diğer sektörlerle nispetle politik etkinliği yüksek bir çıkar grubu örgütlenmesine sahip olmasıyla açıklanabilir.

### **3.4.4 Rakamsal Tahminler**

Bütün bu serbestleşme hareketleri dünya ticaretinde önemli yapısal değişiklikleri ve fırsatları beraberinde getirecektir. UR'un etkilerini rakamsal olarak ortaya koyan çalışmalar bu serbestleşme süreci ile dünya refahının ve ticaretinin nasıl etkileneceğini, hangi ülke ve ülke gruplarının, hangi sektörlerin üretim ve ticaretinde ne gibi değişiklikler olacağını öngörmeye çalışmaktadırlar. Bu analizler rakama vurulması mümkün olmayan WTO çatısı altında ticari kuralların düzenlenmesi ve

anlaşmazlıkların daha etkin çözümü gibi değişiklikleri hesaba katmamaktadır. UR'un bu yönü en az serbestleşme kadar önemli olduğundan yapılan tahminler genelde bir alt sınır oluşturmaktadır.

Tablo 3.8 UR'un dünya refahı üzerine olan etkilerini inceleyen değişik çalışmaları özetlemektedir. Çalışmalar arası farklılıklar, kullanılan model ve varsayımlara, ayrıca UR sonuçlarının hangi aşamasını içerdiğine göre değişmektedir. Tablo 3.9 ise UR sonrası serbestleşme ile doğacak ticaret talebini göstermektedir. Her iki tablo da UR'un tüm sonuçlarının uygulandığı varsayımı ile oluşturulduğundan rakamlar 2005 yılına kadar olan süreci göstermektedir.

Bu rakamların (Tablo 3.8, ve 3.9) Türkiye için en önemli yönü UR sonuçlarından AB'nin alacağı büyük paydır. AB tüm refah artışından %20 ile %50 arasında bir pay almakta, yaratılan ithalat talebinin ise %20'sini oluşturmaktadır. Bu rakamlar AB ile gümrük birliğine giden Türkiye için en önemli kazancın doğrudan değil de dolaylı olarak gerçekleşeceğini göstermektedir. AB ülkelerinin UR'u neticesi gelir artışı Türk ihracat mallarına olan talebe yansımaktadır.

Ticaret ilişkileri açısından UR sonrası beklenen bir diğer olgu gelişmekte olan ülkeler arası ihracatın daha da güçleneceğidir. Özellikle Asya ülkelerinin önemli bir ihracat kaynağı ve ithalat pazarı olarak ortaya çıkması ve dünya ticaretinin ağırlık merkezinin Doğu'ya kayması beklenmektedir (Hertel ve diğerleri, 1995). Bu süreçte son yıllarda ihracat pazarlarını çeşitlendirmeyi bir ölçüde başaran Türkiye için AB pazarının yanında başka pazarların da gelişmesi önemli bir potansiyel oluşturmaktadır.<sup>4</sup>

UR üzerine yapılan bütün çalışmalarda dünya gelirinde ve ticaretinde yaşanacak canlanmayla oluşacak imkanların ülkeler arasında eşit dağılmayacağını belirtilmesidir. Gerekli esnekliği ve arz tepkisini yakalayabilen, hızlı bir şekilde yapısal değişiklikleri gerçekleştiren ülkeler pastadan daha büyük pay alacaklardır.

UR'un sektörler bazında en belirgin sonucu sanayileşmiş ülkelerde tekstil ve giyim sanayilerinin küçülmesi ve buna bağlı olarak özellikle Doğu ve Güney Asya ülkelerinde ve genelde gelişmekte olan ülkelerde bu sektörlerin büyümesidir. Yapılan bazı çalışmalar AB'de tekstil ve giyim sanayi sektörlerinin sırasıyla %17 ve %77 küçülebileceğini öngörmektedir (Francois ve diğerleri, 1995).

Francois ve diğerleri (1995) Türkiye ve Güney Afrika'yı kapsayan ülke grubunda mamül metal ürünleri, taşıma araçları, makina ve techizat ve diğer sanayi ürünleri sektörlerinin sırasıyla %10, %14, %18 büyüyeceklerini öngörmektedir.

<sup>4</sup> Türkiye'nin yeni ihracat pazarlarına açıldığı Erzan ve Sarı'da (1995) gözlenmektedir



### 3.4.5 Ticaret Politikası Kuralları

Koruma önlemleri (safeguards), teşvikler (subsidies), ve anti-damping uygulamaları son yıllarda dünya ticaretinde önemli enstrümanlar haline gelmişlerdir. Bu uygulamaların “kurallarının” daha açık olarak belirtilmesi ve korumacı önlemlere dönüşmemeleri, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından çok önemli hale gelmiştir.

Koruma önlemleri bir ülkeye GATT çerçevesinde ithalattaki hızlı bir artıştan dolayı yerel üreticilerin zarar görmesine karşı “miktar kısıtlamaları” koyma olanağı vermektedir. Bu önlemler zamanla gönüllü ihracat kısıtlamaları (VER) gibi “gri alan” uygulamalarına zemin hazırlamışlardır (UNCTAD, 1994a).

UR sonuçları VER’lerin önümüzdeki dört yılda kaldırılmalarını öngörmektedir. Buna karşın koruma önlemlerinin uygulanmasında daha esnek bir yapı benimsenmiştir. GATT’ın XIX. Maddesi çerçevesinde uygulanan koruma kotaları bütün ülkelere karşı uygulanmakta, ayrıca kota koyan ülke bu uygulamasını başka bir alanda telafi etmekteydi. Yeni uygulamada kota koyan ülkeye kotaları ülkelere göre ayarlayabilme olanağı sağlanarak seçicilik yolu açılmakta, öte yandan ilk üç yıl için telafi edici önlem alma zorunluluğu kaldırılmaktadır. Buna karşın kotaların belli bir süre içinde kaldırılma zorunluluğu bir disiplin getirmektedir. Bu disiplin yerel sanayinin zarar görmesinin tespiti ve araştırılmasının daha sıkı ve daha saydam kurallara bağlanması ile güçlendirilmeye çalışılmıştır. Ama neticede bu önlemlerin artan esneklikleri onları daha sık başvurulmuş bir koruma aracı haline getirebilecektir.

Teşvikler ve buna bağlı telafi edici vergiler ticaret kuralları içinde en ciddi mesafenin alındığı alanlar olmuştur. İlk kez teşvikler sınıflandırılarak, tanımlara ve uygulamalara açıklık getirilmiştir. Teşviklerde temel ayırım “spesifik” teşviklerle, “yaygın” teşvikler arasında yapılmıştır. Spesifik teşviklerden ihracat teşvikleri ve yerel girdi kullanılmasını özendiren teşvikler yasaklanırken, diğer spesifik teşvikler telafi edici vergi uygulanabilir teşvikler olarak sınıflandırılmıştır. Ayrıca araştırma-geliştirme, bölgesel politikalar ve çevre konusundaki teşvikler izin verilen uygulamalar olarak kalmıştır.

Anti-damping uygulamaları UR çerçevesinde uzun tartışmalara yol açıyorsa da varılan sonuç sınırlı olmuştur. Özellikle ulusal anti-damping politikalarının denetlenebilmesi ve kuralların tek taraflı yorumlanmasına engel olacak bir sistemin yapılması amaçlarına ulaşamamıştır (UNCTAD, 1994; World Bank, 1995).

Dünya ticaretinde gümrük tarifeleriyle sağlanan korumanın UR sonrası iyice düşmesi, ayrıca tarife-dışı engellerin kaldırılması yolunda atılan adımlar sonucu,

anti-damping uygulamaları ve koruma önlemleri ticaret politikalarının keskin uçları haline gelmişlerdir. Hem sanayileşmiş ülkelerin, hem de gelişmekte olan ülkelerin UR sonrası serbestleşen ve kuralları daha iyi belirlenen dünya ticaretinde korumacı baskılar sonucu bu iki aracı kullanmaları beklenmektedir.

### **3.4.6 Dünya Ticaret Örgütü (WTO)**

UR görüşmelerinin kapsamına paralel olarak alınan kararların ortak bir kurumsal çerçevede ele alınabilmesi ve dünya ticaretindeki tek taraflı uygulamaların önlenebilmesi için WTO'nun kurulması kararlaştırılmıştır. 1995 başında göreve başlayan WTO, GATT uygulama ve kurallarını ve UR anlaşmalarını barındırmaktadır.

WTO'nun belirlenen temel görevleri (i) UR sonuçlarının uygulanmak, (ii) çok-taraflı ticaret görüşmeleri için bir forum oluşturmak, (iii) ticari uyuşmazlıkların çözümü (dispute settlement ), (iv) ülkelerin ticaret politikalarının periodik olarak gözden geçirilmesi (trade policy review), ve (v) Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası'yla ilgili politikalarda iletişim ve uyumun sağlanmasıdır.

WTO'nun kurulmasıyla üyeleri hem UR'da kabul edilen oniki Mal Ticaretindeki Çok Yönlü Anlaşma'yı istisnasız ve çekincesiz kabul etmek, hem de hizmet sektöründe alacakları önlemlerin takvimini belirlemek yükümlülüğü altına girmişlerdir. Bu sonuç, gelişmekte olan ülkelerin özellikle tarım, hizmetler ve fikri mülkiyet hakları gibi alanlarda uluslararası ticaretteki yükümlülüklerini artıracığından bazılarınca olumsuz karşılanmıştır. Ne var ki, WTO'la sağlanacak kurumsal birlik ve disiplin gelişmekte olan ülkeler için önemli bir kazançtır (Ocampo, 1992).

WTO bünyesindeki önemli gelişmelerin başında ticari sorunların çözülmesinde daha etkin ve hızlı bir yapının oluşturulması gelmektedir. Eskiden GATT'a gelen bir sorunla ilgili bir uzmanlar kurulu oluşturulmakta, ancak bu kurulların kararlarının oy birliği ile kabul edilmesi zorunluluğu uygulamayı zorlaştırmaktaydı. WTO bünyesinde kurul kararlarının oy birliği ile reddedilmedikçe kabulü şartı getirilerek otomatik bir mekanizma sağlanmakta, ayrıca ilgili tarafların alınan kararları veto etme şansları ellerinden alınmaktadır.

## **3.5 Küreselleşmede Yeni Olgu ve Hassasiyetler**

UR sonrası oluşan olumlu tabloda bazı kuşkular yaratan ve önümüzdeki yıllarda dünya ticaretinde korumacılığın güçlenmesine zemin hazırlayabilecek üç alan,

bölgeselleşme, çevre, ve işçi koşulları olarak görülmektedir. Ne var ki bu alanların ne derecede küreselleşme ve serbestleşmeyi engelleyici veya ne derecede bu gelişmeleri ve dünya refahını destekleyici olacakları uygulamadaki duruma ve uluslararası işbirliğine bağlı görünmektedir.

### **3.5.1 Bölgeselleşme**

UR sonrası senaryolar bir yandan WTO çevresindeki ticari küreselleşme ve serbestleşmenin yeni alanlara ve makro politikalara da yansımalarıyla daha derin bir ekonomik entegrasyonu öngörürken, birbiriyle savaşan korumacı ticaret bloklarından oluşan bir dünya manzarasının da ihtimali sıfır değildir (Lawrance, 1993). Bloklaşma senaryolarındaki temel varsayım, dünyanın AB, Güney-Doğu Asya, ve ABD, Kanada ve Latin Amerika'dan oluşan ticaret bloklarına dönüşeceği'dir. Bu blokların dünya ticaretine etkileri ise varlıklarından çok nasıl oluştuklarına ve yapılarına bağlıdır.

Bugün dünyada varolan önemli veya uzun dönemde önemli olabilecek ticaret blokları, AB; ABD, Kanada, ve Meksika'yı kapsayan NAFTA (North American Free Trade Area); Burnei, Endonezya, Malezya, Filipinler, Singapur ve Tayland'dan oluşan ASEAN (Association of South-East Asian Nations); ASEAN üyeleri, ABD, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda, Japonya, Papau Yeni Gine, Meksika, Şili, Kore, Çin, Hong-Kong, Tayvan'dan oluşan APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation); Arjantin, Brezilya, Uruguay ve Paraguay'dan oluşan MERCOSUR (Güney Konisi Ortak Pazarı); ve Bolivya, Kolombiya, Ekvator, Peru, ve Venezuela'dan oluşan Andean Paktı olarak sayılabilir.

Öncelikle bu ticari bloklardan dünya ticaretinde önemli bir yere gelebilecek olanların hepsinde blok-dışı ülkelerle yapılan dış ticaretin büyüklüğü, bunların "kapalı" yapılar olarak şekillenmelerini önleyecek kadar önemli görünmektedir (Lawrance, 1993). Doğu Asya ülkeleri (ASEAN, Kore, Hong-Kong, Tayvan, ve Japonya) 1990 yılında ihracatlarının %32'sini Kuzey Amerika'ya, %21'ini de Avrupa'ya yapmıştır (Panagariya, 1994b). Doğu Asya'daki bölge içi ticaretin ve yatırımların gelişimi belli bir kurumsal destekten çok, doğal olarak gelişmiş, ve bu ülkeler bölgeselleşmeden çok, serbest dünya ekonomisinin itici gücünden yararlanmışlardır. Bu ülkelerin kalkınma ve gelişme sürecinde ticaretin oynadığı rol ve bu ülkelerin ulaştıkları açıklık düzeyi düşünüldüğünde Doğu Asya'nın kapalı bir bloğa dönüşmesi çok zor görünmektedir. Bu ülkelerin iç pazarlarının küçüklüğü, ülkeler

arası koruma yapılarındaki ciddi farklar, ve daha da önemlisi ABD ve AB'nin olası karşı hareketleri bu olasılığı daha da azaltmaktadır. Bu durum "açık bölgeselliği" Doğu Asya için en iyi alternatif haline getirmektedir (Kirkpatrik, 1994). Açık bölgesellik hem yeni üyelere açıklığı, hem de üçüncü ülkelere karşı üyeleri kayırmamayı içermektedir. Buna karşın bazıları Doğu Asya bölgeselleşmesinin ABD ve AB'ye karşı bir tehdit olarak etkili olabileceğini belirtmektedir (Panagariya, 1994b).

Latin Amerika ülkelerinde son yıllarda yaşanan ticari serbestleşme ve ABD'nin 1960'lardaki girişimlerin tersine bölgeselleşmede oynadığı rol, Amerika çapındaki bölgeselleşme girişimlerini daha çekici hale getirmiştir (Braga ve diğerleri, 1994). Bölge düzeyindeki girişimler AB benzeri ekonomik ilişkilerde derinleşmeyi getirebildiği ölçüde başarılı olma potansiyeline sahiptir. Yapılan çalışmalar bölge içi ticaretin 1.5 kat artabileceğini öngörmektedir (Braga ve diğerleri, 1994).

Amerika'nın (ABD, Kanada, ve Latin Amerika) ihracatının %21'ini Batı Avrupa ve %18'ini Japonya ve Güney-Doğu Asya'ya yaptığı düşünülürse bu ülkelerin de dış ticarete büyük ölçüde bağımlı oldukları görülmektedir. Ayrıca ABD'nin zaten açık olan pazarı bölgesel girişimleri çok çekici yapmamaktadır (Panagariya 1994a). Buna karşı, özellikle Meksika örneği sonrası dış yatırımlar ve uluslararası itibar, ticari ilişkiler kadar önemli bir itici güç oluşturmaktadır. NAFTA örneğinde olduğu gibi, kısıtlayıcı menşe kuralları veya benzeri saydam olmayan önlemler ve ABD'deki artan korumacı baskılar dikkate alındığında Amerika için bölgeselleşmeye karşı duyulan kuşku artmaktadır.

AB bölgeselleşmenin ülkelerin serbestleşme düzeylerinde ve dünya ticaretiyle olan entegrasyonlarında artışları beraberinde getiren, diğer yandan da EFTA, Doğu Avrupa ülkeleri ve Türkiye'ye doğru genişleyen yapısıyla başarılı bir serbestleşme örneği olarak nitelenebilir (Lawrance, 1994). Bölgesel entegrasyonların başarı potansiyellerinin bir göstergesi olan "ticari tamamlama endeksi"<sup>5</sup> AB için 0.53 ve NAFTA için 0.56 iken, olası bir Amerikan serbest bölgesi için 0.31, APEC içinse 0.35 gibi düşük düzeylerde çıkmaktadır (World Bank, 1995).

Türkiye'nin GB haricinde dahil olduğu kayda değer bölgesel gruplaşmalar ECO/EKİT (Ekonomik İşbirliği Teşkilatı) ve KEİ'dir (Karadeniz Ekonomik İşbirliği).<sup>6</sup> KEİ henüz ticari yaptırımları olmayan bir çerçevedir. ECO'nun eski üyeleri Türkiye, İran, Pakistan arasında bir ticareti liberalleştirme protokolu bulunmakla

<sup>5</sup>"Ticari tamamlama endeksi"nin değeri bire yaklaştıkça entegrasyonların başarı olasılığı artmaktadır. Endeksin tanımı, World Bank (1995), sayfa 19

<sup>6</sup>"Gelişmekte Olan Ülkelerin Ticaret Müzakereleri ile İlgili 1973 Protokolü" uyarınca bazı mallarda gümrük indirimi uygulanmaktaysa da Türkiye açısından bu ticaretin kapsamı önemsizdir (DPT, 1995c). İslam Konferansı Teşkilatı çerçevesindeki ekonomik ilişkiler de karşılıklı iyi niyet deklarasyonlarından ibarettir

birlikte, Türki Cumhuriyetlerden oluşan diğer üyelerle yaklaşma hız kazanmaktadır. Bunlara ilaveten Türkiye'nin de dahil olduğu AB'nin Yeni Akdeniz Politikası çerçevesinde bir Akdeniz serbest ticaret alanı kurulması öngörülmektedir.

### 3.5.2 Çevre

Çevre ve ticaret ilişkilerinin önümüzdeki on yılın temel ticaret konularından birisini oluşturması beklenmektedir. Çevrenin ticaret tartışmalarına konu olmasının ana sebebi ülkeler arası standartlardaki farklardır. Genelde gelişmekte olan ülkelerde daha düşük olan standartlarla bu ülkelerin haksız rekabet sağladıkları ileri sürülerek “eko-dumping” suçlamaları yapılmaktadır. Diğer bir konu ise kirli sanayilerin bu düşük standartlardan dolayı gelişmekte olan ülkelere göç etmesiyle bu ülkelerin “kirlilik cennetleri” haline gelmesidir.

Çevre-ticaret ilişkisindeki iki temel tartışma alanı, “üretim kirliliği” ve “ürünlerin çevre standartlarıdır”. Üretim kirliliği üzerine yapılan çalışmalar “çevre kontrol giderlerinin” genelde toplam maliyet içinde düşük olduğu ve ticaret hareketlerini ciddi olarak etkileyemeyeceği yönündedir (Dean, 1994). Bunun sonucunda kirli sanayilerin kirlilik cennetlerine göçünün de ciddi boyutlarda olmadığı belirtilmektedir. Demir-çelik, demir dışı metaller, rafine petrol, metal sanayi, kağıt ve çimento gibi kirli sanayiler ele alındığında belli bir göçün yaşanmasıyla birlikte hala ağırlığın sanayileşmiş ülkelerde olduğu gözlenmektedir. Sadece ABD ve Almanya kirli sanayilerde dünya ihracatının %19'unu gerçekleştirmektedir (Low ve Yeats, 1992). Dolayısıyla çevre standartlarının düşüklüğünün eşitsiz rekabet koşulları yarattığı sonucu abartılmamalıdır. Bunu telafi edici ticaret vergilerinin de ticaret hareketlerinde ciddi bir değişiklik yaratması beklenmemektedir. ABD'nin Meksika'ya karşı koyacağı çevre koşullarını eşitleme vergisinin Meksika'nın ihracat gelirlerinde %2'lik bir kayba yol açacağı hesaplanmıştır (Low 1992b).

Ancak, ticareti etkilememeleri çevreyi kirleten sanayilerin sorun yaratmadıkları anlamına gelmez. Ne var ki sorun ticaretin kendisinde değil, üretim sürecinde yatmaktadır. Dolayısıyla yapılması gereken üretim düzeyinde teşvikler, mülkiyet haklarının daha belginleştirilmesi, hukuksal düzenlemeler gibi alanlarda alınacak önlemlerle kirlenmenin yaratacağı negatif dışsallıkların içselleştirilmesidir.

Çevreyle ilgili ürün standartları, üretim kirliliğinin tersine ticareti doğrudan etkilemektedir. Bu standartlar (Almanya'nın yeşil nokta uygulaması gibi) tarife-dışı engel haline gelme potansiyeline sahip bulunmaktadır. Yerel üreticilerle yabancıla-

ra farklı standartlar uygulanması sonucu doğrudan engel haline gelebildiği gibi, uygulamadaki keyfilikten dolayı da - bir ülkedeki labaratuvar sonucunun başka ülkede kabul edilmemesi gibi - engel oluşturabilmektedirler. Üretim kirlenmesinin tersine bu alanda kuralların harmonize edilmesi dünya ticareti açısından önem taşımaktadır. UR çerçevesinde, ticarete teknik engeller üzerine varılan anlaşma, kurallarda açıklık ve ülkelerin kendi standart ve uygulamalarını bildirme zorunluluğu getirerek keyfiliği ve öngörülemezliği azaltmaya çalışmaktadır (UNCTAD, 1994a). Standartlardaki keyfilik sonucu oluşan zamanında ve doğru bilgi elde edememe özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeleri zor durumda bırakmaktadır. Bu alanda verilecek destek önümüzdeki yıllarda önem kazanabilecektir.

Çevre konusunda Türkiye'nin önemli bir şansı, AB'nin Türkiye'nin önümüzdeki yıllardaki uygulamaları için hem örnek, hem de iyi yönde kullanılabilecek bir zorlama oluşturmastır.

### **3.5.3 İşçi Koşulları**

Genişleyen dünya ticareti önünde bir diğer engel de insan hakları ve iş standartları çerçevesinde oluşmaktadır. Çevre kirliliği duyarlılığının dış ticarete konu olması gibi insan hakları ve iş standartlarının da ticaret tartışmalarına dahil olmasının ardında bu alanlarda ülkeler arası çok önemli farklılıkların olması yatmaktadır. Her ne kadar bu farklılıklar her zaman var olmuş olsa da gelişmiş ülkelerde bu konulardaki bilinç ve bu konuları ticari ve politik bir araç olarak kullanma yolunda kararlılık nispeten yenidir. Genelde gelişmekte olan ülkelerde daha düşük olan standartlarla, bu ülkelerin hem haksız rekabet sağladıkları ileri sürülmekte hem de bu koşulların etik olarak kabul edilemezliği vurgulanmaktadır.

Bu konuda yapılan ticareti kısıtlamaya yönelik öneriler özellikle son yıllarda ABD ile Çin arasındaki ilişkileri etkilemiştir. Hem genel iş koşulları, hem köle ve çocuk işgücü kullanıldığı iddialarının yanı sıra, Çin'deki siyasi baskılar ve insan hakları ihlalleri ABD tüketici grupları yoluyla Senato ve Temsilciler Meclisi üzerinde hafife alınamayacak bir baskı oluşturmuştur. ABD-Çin ticaretinde önemli kısıtlamalar getirilmesini öneren bu baskı grupları karşısında ise sadece Çin değil ucuza ithal edilen mallar yoluyla ekonomik kazanç sağlayan ABD ekonomik çıkar grupları vardır. Aynı zamanda yüksek nüfusu ve büyüyen ekonomisiyle dünyanın gelmiş geçmiş en büyük pazarı olan Çin'i diğer ülkelere bırakmak Amerikan çıkarları açısından kabul edilebilir olmamaktadır. Bir de Çin'in dünya ve Uzak Doğu politi-

kasındaki ağırlığını ve etkinliğini ticaret yoluyla barışçıl ve işbirliğine açık bir çizgi-  
de tutmak mümkünken ticari ilişkilerin kesilmesi ya da asgariye indirilmesi benim-  
senen bir politika değildir.

Benzer tartışmalar Gümrük Birliği çerçevesinde Türkiye ve Avrupa ülkeleri arasın-  
da da insan hakları ihlalleri konusunda yaşanmaktadır. AB ülkelerindeki seçmen kitle-  
sinin bu konuda gerçek bir hassasiyeti olduğu kabul edilmelidir. Bu hassasiyetin bazı  
korumacı çıkar çevreleri tarafından zaman zaman istismar edilmesi de kaçınılmazdır.

### **3.6 Dünya Ekonomisindeki Gelişmelerin Ticaret Politikalarına Yansıma Gereği**

- Dünya ekonomisinde ve uluslararası kurallardaki gelişmelerin Türkiye'nin  
şekillendirilmeyi bekleyen ticaret politikaları açısından ne ifade ettiği konusunda  
aşağıdaki noktalar göze çarpmaktadır:

- Öncelikle dünya ticaretinin UR sonrası yeni kurumsallaşmasının dünya eko-  
nomisinde önemli bir canlanmayı da beraberinde getirmesi beklenmektedir. GB  
sonrasında bu gelişmeden en büyük payı AB ülkelerinin alacak olması da Türkiye  
için önemli bir gelişmedir. Aynı şekilde Orta Doğu'daki siyasi uzlaşma da bölgenin  
coğrafi olarak en avantajlı konumdaki ülkesi olarak Türkiye'ye önemli olanaklar  
yaratmaktadır.

- Dünya ticaretinde gelişmekte olan ülkelerin payı giderek artmaktadır. Bu  
Türkiye'nin pazar çeşitliliğini artırma yönünde daha fazla gayret göstermesi gerek-  
tiğinin bir göstergesi olarak alınmalıdır.

- Hizmet sektörünün dünya ticaretindeki payının artmaya devam edeceği ön  
görülmemektedir. Bu bir ülkenin gelişmiş sanayi ürünlerinin dünya pazarlarında yer  
edinebilmesinin de bir ön koşulu olarak ortaya çıkmaktadır.

- UR sonrası dünya ticaretinde devletin aktif rolüne önemli kısıtlamalar getiril-  
miştir. Bu kısıtlamaların arka hedefi özel teşebbüsün devletin haksız rekabete yol  
açan yardımlarından uzak dünya piyasalarında rekabete çıkmasını sağlamaktır.  
Global ticaret oyunu tüm oyuncu ülkeler için kuralların daha açık ve homojen ha-  
le geldiği ve tüm katılımcıların genel serbestleşme ortamından ve bunun pozitif  
dışsallıklarından yararlanabileceği bir şekilde sokulmaya çalışılmaktadır.

- Tarımda serbestleşme beklentileri orta vadede zayıftır. Özellikle gelişmiş ül-  
kelerde bu sektörün ekonomi içindeki payının çok üstünde bir siyasi etkinliği ol-  
ması yüzünden liberalizasyon yavaş yürüyecektir.

• Serbestleşen dünya ticaretinde esneklik en önemli faktör haline gelmektedir. Yeni oluşan taleplere uyum sağlayabilen ekonomiler ticaret pastasından daha büyük pay alacaklardır. Devlet politikalarının en önemli hedeflerinden biri ekonomiye bu esnekliği sağlamaktır.

• Dünya ticaretinde tüm globalleşme eğilimleri yanında bölgeselleşmeye yönelik girişimlerin de olduğu bir gerçektir. AB ile gümrük birliği yanısıra Karadeniz ülkeleri, Türkiler dahil eski Sovyet Cumhuriyetleri, Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleriyle olan ilişkiler bu gelişmeler çerçevesinde yönlendirilmelidir.

• Öncelikle gelişmiş ekonomilerde yaşanan bir değerler değişiminin sonucu olarak çevre, insan hakları ve işçi koşulları dünya piyasalarında talebi şekillendiren önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ticaret politikalarının bu gelişmeleri somut önlemlerle Türk ihracat sektörüne destek sağlayacak faktörler haline getirmesi gerekir.

**Tablo 3.1 Sanayileşmiş Ülkelerde Büyüme (Reel GSYH'deki değişim, %)**

|                          | 1989 | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 | 1995* | 1996* |
|--------------------------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|
| <b>ABD</b>               | 2.5  | 1.2  | 0.6  | 2.3  | 3.1  | 3.9  | 3.1   | 2     |
| <b>Japonya</b>           | 4.7  | 4.8  | 4.3  | 1.1  | 0.1  | 1    | 2.5   | 3.4   |
| <b>Almanya</b>           | 3.6  | 5.7  | 5    | 2.2  | -1.1 | 2.8  | 2.8   | 3.5   |
| <b>G-3 Ortalaması**</b>  | 3.6  | 3.9  | 3.3  | 2.8  | 0.7  | 2.5  | 2.8   | 2.9   |
| <b>G-7 Ortalaması***</b> | 3.2  | 2.4  | 1    | 1.6  | 1.4  | 3    | 3     | 2.7   |
| <b>OECD Ortalaması</b>   | 3.3  | 2.6  | 1    | 1.6  | 1.3  | 2.8  | 3     | 2.9   |
| <b>AB Ortalaması</b>     | 3.5  | 3    | 1.7  | 1.1  | -0.3 | 2.5  | 3     | 3.2   |

\* 1995,1996 Beklenen Değerler

\*\* G - 3 : A B D , Japonya, Almanya

\*\*\* G - 7 :A B D , Japonya, Almanya, Fransa, İtalya, İngiltere, Kanada

Kaynak: OECD, Economic Outlook, sayı 55



**Tablo 3.2 Dünya Ekonomisindeki Temel Göstergeler Tahmini**

|                                      |         |         |         |         | Tahmin | Öngörü  |           |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|-----------|
|                                      | 1966-73 | 1974-80 | 1981-90 | 1991-93 | 1994   | 1995-96 | 1995-2004 |
| <b>BÜYÜME*</b>                       |         |         |         |         |        |         |           |
| <b>Dünya</b>                         | 5.1     | 3.4     | 3.2     | 1.2     | 2.8    | 3.2     | 3.3       |
| <b>Yüksek Gelir Ülkeleri**</b>       | 4.8     | 3       | 3.2     | 1.3     | 3      | 3       | 2.8       |
| OECD                                 | 4.8     | 2.9     | 3.1     | 1.2     | 2.9    | 2.9     | 2.8       |
| Diğer                                | 8.4     | 7       | 5       | 6.2     | 5.8    | 6       | 5.6       |
| <b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>       | 6.9     | 5       | 3.2     | 0.8     | 2      | 4       | 4.9       |
| Doğu Asya                            | 7.9     | 6.8     | 7.6     | 8.7     | 9.3    | 8.1     | 7.7       |
| Güney Asya                           | 3.7     | 4       | 5.7     | 3.2     | 4.7    | 5       | 5.4       |
| Güney ve Orta Afrika                 | 4.7     | 3.4     | 1.7     | 0.6     | 2.2    | 4       | 3.8       |
| Latin Amerika ve Karayipler          | 6.4     | 4.8     | 1.7     | 3.2     | 3.9    | 2.4     | 3.5       |
| Avrupa ve Orta Asya                  | 7       | 4.9     | 2.9     | -9.4    | -7.5   | 0.7     | 3.4       |
| Orta Doğu ve Kuzey Afrika            | 8.5     | 4.7     | 0.2     | 3.4     | 0.3    | 2.7     | 3.2       |
| Doğu Avrupa ve Eski SSCB             | 7       | 5.1     | 2.7     | -12.5   | -9.1   | 0.1     | 3.5       |
| <b>G-7† ÜLKELERİNDE ENFLASYON***</b> |         | 10      | 4.6     | 3.2     | 2.1    | 2.6     | 2.7       |
| <b>DÜNYA TİCARETİ ****</b>           |         | 4.9     | 4.3     | 4.1     | 7.1    | 7.1     | 6.2       |
| <b>NOMİNAL LIBOR ( 6 aylık)</b>      |         | 9.5     | 10      | 4.5     | 5.1    | 7.1     | 6.6       |

\* GSYH'deki değişim,%

\*\* Kişi başına düşen GSMH'si 8225 ABD Dolarının üstündeki ülkeler

\*\*\* Yıllık ortalama, %

\*\*\*\* İhracat

† G - 7 :ABD, Japonya, Almanya, Fransa, İtalya,İngiltere, Kanada

Kaynak: World Bank (1995)

**Tablo 3.3 Gelişmekte Olan Ülkelere Net Özel Yabancı Sermaye Akımı  
(milyar ABD doları)**

|                              | 1978-82 | 1983-90 | 1991-93 | 1993  | 1994  |
|------------------------------|---------|---------|---------|-------|-------|
| <b>Doğrudan Yatırımlar</b>   | 8.5     | 16      | 50.2    | 66.6  | 77.9  |
| <b>Portfolyo Yatırımları</b> | 0       | 1.3     | 22.9    | 46.9  | 39.5  |
| <b>Tahviller</b>             | 2.6     | 2.6     | 22.5    | 42    | 20.8  |
| <b>Krediler</b>              | 40.3    | 15.1    | 12.7    | 3.6   | 34.8  |
| <b>TOPLAM</b>                | 51.4    | 34.9    | 108.3   | 159.1 | 172.9 |
| <b>GSMH'YE ORANI, %</b>      | 2.4     | 1       | 2.4     | 3.5   | 3.6   |
| <b>İHRACATA ORANI,%</b>      | 8.6     | 4.7     | 10.6    | 15.1  | 14.9  |

Kaynak: World Bank (1995)

**Tablo 3.4 Güney Avrupa Ülkelerinin ve Başlıca Gelişmekte Olan Ülkelerin Uzun Dönemli Performansları**

|                   | Ortalama Büyüme* |         | İhracatın Büyümesi** |         | Ortalama Enflasyon |         |
|-------------------|------------------|---------|----------------------|---------|--------------------|---------|
|                   | 1970-80          | 1980-93 | 1970-80              | 1980-93 | 1970-80            | 1980-93 |
| <b>İspanya</b>    | 3.5              | 3.1     | 12.6                 | 7.4     | 16.1               | 8.4     |
| <b>İtalya</b>     | 3.8              | 2.2     | 6.9                  | 4.3     | 15.6               | 8.8     |
| <b>Portekiz</b>   | 4.3              | 3       | 1.5                  | 10.6    | 16.9               | 16.4    |
| <b>Yunanistan</b> | 4.9              | 1.3     | 11.7                 | 5.3     | 14.3               | 17.3    |
| <b>Kore</b>       | 10.1             | 9.1     | 22.7                 | 12.3    | 19.5               | 6.3     |
| <b>Endonezya</b>  | 7.2              | 5.8     | 6.5                  | 6.7     | 21.5               | 8.5     |
| <b>Malezya</b>    | 7.9              | 6.2     | 3.3                  | 12.6    | 7.3                | 2.2     |
| <b>Tayland</b>    | 7.1              | 8.2     | 8.9                  | 15.5    | 9.2                | 4.3     |
| <b>Meksika</b>    | 6.3              | 1.6     | 5.5                  | 5.4     | 18.1               | 57.9    |
| <b>Şili</b>       | 1.8              | 5.1     | 9.6                  | 6.6     | 186.2              | 20.1    |
| <b>Brezilya</b>   | 8.1              | 2.1     | 8.6                  | 5.2     | 38.6               | 423.4   |
| <b>Arjantin</b>   | 2.5              | 0.8     | 8.9                  | 3.2     | 134.2              | 374.3   |
| <b>Türkiye</b>    | 5.7              | 4.6     | 4.1                  | 9.1     | 29.6               | 53.5    |

\* Reel GSYH'deki büyüme

\*\* Mal ihracatı

Kaynak: World Development Report, World Bank, çeşitli yıllar

**Tablo 3.5 Dünya Ticaretinde Hizmetler**

|  | 1980 | 1985 | 1990 | 1992 | 1993 |
|--|------|------|------|------|------|
| <b>Toplam Ticarete Hizmetlerin Payı* (%)</b> | 17   | 18.2 | 20.4 | 21.9 | 22.2 |
| <b>OECD</b>                                  | 18.8 | 19.3 | 21.2 | 22.7 | 23.1 |
| <b>Diğer</b>                                 | 12.7 | 15.3 | 17.5 | 19   | 19.1 |

\* Toplam Ticaret = Mal Ticareti + Ticari Hizmetler

Kaynak: World Bank (1995)

**Tablo 3.6 Uruguay Round Öncesi ve Sonrası Sanayi Malları Koruma Oranları, %**

|                                | Önce | Sonra |
|--------------------------------|------|-------|
| <b>ABD ve Kanada</b>           | 4.3  | 2.8   |
| <b>AB</b>                      | 6.5  | 3.9   |
| <b>Japonya</b>                 | 4.9  | 2.1   |
| <b>Sanayileşmiş Ülkeler</b>    | 6.2  | 3.7   |
| <b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b> | 17   | 11    |

Kaynak: Hertel ve diğerleri (1995), World Bank (1995)

**Tablo 3.7 Sanayileşmiş Ülkelerde Uruguay Round'u Öncesi ve Sonrası Sanayi Mallarına Uygulanan Gümrük Tarifesi Oranları, %**

|  | UR Öncesi | UR Sonrası |
|--|-----------|------------|
| <b>İşlenmişlik Derecesine Göre</b>       |           |            |
| Hammaddeler                              | 2.1       | 0.8        |
| Yarı Mamul Mallar                        | 5.3       | 2.8        |
| Nihai Mallar                             | 9.1       | 6.2        |
| <b>Ürün Çeşitlerine Göre</b>             |           |            |
| Genel                                    | 6.3       | 3.9        |
| Tekstil ve Giyim                         | 15.5      | 12.1       |
| Deri, Lastik, Ayakkabı                   | 8.9       | 7.3        |
| Taşımacılık Araçları                     | 7.5       | 5.8        |
| Kimyasal ürünler ve Fotoğraf malzemeleri | 6.7       | 3.9        |
| Elektrikli Makinalar                     | 6.6       | 3.5        |
| Balık ve Balık Ürünleri                  | 6.1       | 4.5        |
| Elektriksiz Makinalar                    | 4.8       | 2          |
| Metaller                                 | 3.7       | 1.5        |
| Mineral Mamulleri                        | 2.3       | 1.1        |
| Sınıflandırılmamış diğer sanayi ürünleri | 5.5       | 2.4        |

Kaynak: Low ve diğerleri (1995)

**Tablo 3.8 Uruguay Round Sonuçlarının Dünya Refahına Katkısı  
Senaryolar\***

|                                     | Harrison ve diğerleri (1995) |        | François ve diğerleri (1995) |        |
|-------------------------------------|------------------------------|--------|------------------------------|--------|
|                                     | Düşük                        | Yüksek | Düşük                        | Yüksek |
| <b>Toplam (milyar ABD doları)**</b> | 51.6                         | 188    | 51.35                        | 251.00 |
| <b>Paylar**</b>                     |                              |        |                              |        |
| <b>ABD</b>                          | 0.19                         | 0.15   | 0.27                         | 0.18   |
| <b>Japonya</b>                      | 0.16                         | 0.14   | -0.02                        | 0.06   |
| <b>AB</b>                           | 0.50                         | 0.29   | 0.51                         | 0.20   |
| <b>Latin Amerika</b>                | 0.01                         | 0.03   | 0.00                         | 0.09   |
| <b>Doğu Asya</b>                    |                              |        | 0.02                         | 0.15   |
| <b>Güney Asya</b>                   | 0.01                         | 0.04   | 0.05                         | 0.05   |

\* Düşük senaryolar tam rekabet ve ölçeğe sabit getiri ; yüksek senaryolar eksik rekabet ve ölçeğe artan getiri varsayımlarına dayanmaktadır

\*\* 1992 fiyatlarıyla

**Tablo 3.9 Uruguay Round Sonuçlarının Yaratacağı Uluslararası Ticaret Talebi**

|                                      | <b>İthalat*</b> |
|--------------------------------------|-----------------|
| <b>Toplam (milyar A.B.D. doları)</b> | 356.5           |
| <b>Paylar</b>                        |                 |
| <b>ABD</b>                           | 0.14            |
| <b>Japonya</b>                       | 0.15            |
| <b>AB</b>                            | 0.19            |
| <b>Yeni Sanayileşen Ülkeler</b>      | 0.14            |
| <b>Latin Amerika</b>                 | 0.03            |
| <b>ASEAN</b>                         | 0.14            |

\* 1992 fiyatlarıyla

Kaynak: Hertel ve diğerleri (1995)

# B Ö 4 Ü M

GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN  
GETİRDİĞİ FIRSAT  
VE KISITLAMALAR



## 4. GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN GETİRDİĞİ FIRSAT VE KISITLAMALAR

Avrupa Birliği (AB) ile başlatılan Gümrük Birliği (GB) süreci bir yandan Türkiye'nin önüne önemli imkanlar koyarken, diğer yandan zaten uluslararası ticaret kurallarında Uruguay Round (UR) sonrası artan disiplin ortamını daha da güçlendirmektedir.

- GB neticesinde Türkiye'nin dış ticaretinde genel koruma oranı yüzde on puanlık bir düşüşle %3 seviyesine inecektir (Tablo 4.1). UR anlaşmaları tam yürürlüğe girdiğinde bu oran daha da düşecektir. Yapılan hesaplamalar doğacak vergi kaybının yılda 3 milyar dolar civarında olacağını göstermektedir (Togan ve Yılmaz, 1995). Serbest bir ithalat rejimiyle üreticilerin ucuz ve kaliteli ithal girdilere ulaşmasının önemi düşünüldüğünde bu aslında ihracat için önemli bir destek oluşturmaktadır (Milner, 1990; World Bank, 1993).

- Türkiye'nin ihracat potansiyeli açısından bakıldığında hem AB pazarı, hem de AB ile ikili anlaşmaları olan Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. AB ile gümrük birliği İspanya ve Portekiz'in toplulukla ticaret yoğunluğunu 1980-1993 arası iki kattan fazla artırmıştır (Tablo 4.2). Benzer bir durum Meksika-ABD arasındaki ticarete gözlenmektedir. Bu durum zaten önemli olan AB-Türkiye ticaretinin diğer Güney Avrupa ülkeleri düzeyine çıkabilecek bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir (Tablo 4.3).

- GB'nin ihracat potansiyeli kadar önemli bir diğer özelliği de gerek makro ekonomik politikalar ve dengeler, gerekse ihracata uygun bir ekonomik ortamın hazırlanmasında bir referans noktası oluşturmastır. Maastricht Anlaşması AB ülkelerinin bütçe açıkları, toplam hükümet borçları, ve enflasyon oranlarını sıkı bir disipline alan hedefler getirmektedir (Tablo 4.4). Türkiye diğer Güney Avrupa ülkelerine ihracat, büyüme, üretim yapısı gibi alanlarda benzerlik gösterirken makro dengelerdeki durum farklıdır (Tablo 4.5 ve 4.6). Gümrük vergi gelirlerinde önemli bir kayba uğrayacak olan ve serbest ticaret çerçevesinde ticaret dengesini sağlamak durumunda olan Türkiye kamu maliyesinde önemli reformlar yapmak, özelleştirmeyi tamamlamak ve makroekonomik politikaları disiplin altına almak zorunda kalacaktır.

- Makro dengelerin dışında, rekabet kanunu, fikri mülkiyet haklarının korunması, teşvikler gibi alanlarda, GB genelde UR sonuçlarını aşan kısıtlamalar getirmektedir. Örneğin, fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki geçiş dönemi UR so-

nucu gelişmekte olan ülkeler için beş yıl olarak belirlenirken, Türkiye AB mevzuatına dört yılda (1995'ten itibaren) uyum sağlayacaktır. Aynı şekilde rekabeti bozacak devlet yardımları iki yıl içinde kaldırılmak durumundadır. İhracat teşviklerindeyse uyum büyük ölçüde sağlanmıştır. Buna karşın UR sonrası gelişmekte olan ülkeler ihracat teşviklerini sekiz yıl içinde kaldırabileceklerdir. Bu tür mevzuat uyumu, AB'nin Türkiye'ye karşı uyguladığı tekstil kotalarının kalkması gibi karşı önlemlere bağlanarak bu zorunluluklar pekiştirilmiştir (Arısan, 1995).

- Bu alanlarda uyumun sağlanması Türkiye'yi yalnız AB'ye karşı değil, ABD ve diğer ülkelerin uygulayabilecekleri tek taraflı ticareti kısıtlayıcı önlemlere karşı da önemli bir kalkan oluşturacaktır. Önümüzdeki yıllarda geçici koruma önlemleri (safeguards) ve anti-dumping uygulamalarının ticareti kısıtlayıcı araçlar olarak önem kazanacakları düşünüldüğünde bu kolektif savunma daha da ön plana çıkacaktır.

- AB'nin Ortak Dış Ticaret Politikası (ODTP) Türk ticaret rejimine de değişiklikler getirecektir. AB'nin uluslararası piyasalarda elde ettiği avantaj ve tavizler Türkiye için de bağlayıcı olacaktır. Aynı şekilde Türkiye'nin Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti, Orta Doğu, Karadeniz ve Türk Cumhuriyetlerle varolan ticari ilişkilerini nasıl etkileyeceği henüz açıklık kazanmamıştır.

- İnşaat sektörü GB kapsamında değildir. Ancak AB mevzuatına uyum sreiyle birlikte bu ülkelerdeki devlet ihalelerine katılma imkanları artacaktır. Türkiye'nin müteahhitlik hizmetlerindeki artan deneyimi düşünüldüğünde bu önemli bir fırsat oluşurmaktadır.

- Tekstil sektöründe UR sonuçları en kısıtlayıcı kotaların kalkmasını on yıl er-telerken, AB'nin Türkiye'ye kota uygulamasına derhal son vermesi orta vadede önemli bir avantaj sağlamaktadır.

- Tarım sektörü Türkiye ile AB arasındaki GB kapsamında değildir. Bu sektörde nasıl ve ne zaman bir liberalizasyon sağlanacağı belirsizdir. Ancak, AB tarım sektöründe korumacı tedbirleri elden bırakmamaktadır ve kimi tarım ürünlerine ihracat teşviği de uygulamaktadır. Bu açıdan tarım sektöründe bir liberalizasyondan önce Türkiye AB'nin tarımsal koruma ve teşvik politikalarına uyum süreci geçirecektir (İKV, 1994). Neticede AB piyasalarında birtakım tarımsal ürünlerde tedrici bir serbestleşme kaçınılmazdır.

- GB'nin beklenen en önemli olumlu etkilerinden biri yatırımlar alanındadır. AB ile ekonomik ve siyasi yaklaşım sürecinde Avrupa kaynaklı önemli bir sermaye ve yatırım hareketi beklenebilir. AB kaynaklı sermaye Türkiye'nin Karadeniz'e kıyı-



sı olan ülkeler, Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetlerle olan özel konumundan istifade etmek isteyecektir. Ayrıca, Türkiye'ye yapılacak yatırımlar vasıtasıyla AB piyasasında hareket kabiliyetini artıracak üçüncü ülkeler, bilhassa ABD, Japonya ve diğer Uzak Doğu ülkeleri bu fırsatı değerlendireceklerdir.

- Bütün bunların dışında Türkiye beş yıllık dönemde yaklaşık 2.5 milyar ECU'luk bir kaynaktan yararlanacaktır (Arısan, 1995). Bu kaynaklar: (i) yenileştirilmiş Akdeniz Fonu çerçevesinde çevre, enerji, ulaştırma, ve iletişim altyapı projeleri için verilen 300-400 milyon ECU'luk kaynak - proje bazında verilmekte olup 35 milyon ECU'luk bir kısmı Antalya limanı arıtma tesisleri için kullanılmaktadır, (ii) yine proje bazında GB sonrası rekabet edebilirliği artırıcı 750 milyon ECU'luk Avrupa Yatırım Bankası kredileri., (iii) 600 milyon ECU'luk 1996 sonrası bütün Akdeniz ülkelere sağlanacak kredi imkanları, ve (iv) 300 milyon ECU'luk özel finans kuruluşlarıyla birlikte verilecek ortak özel ihtiyaç kredilerinden oluşmaktadır. Bu kredilerin önemli belirleyici özellikleri, proje bazında olmaları ve başarılı bir dış ticaret politikasında gittikçe önem kazanan rekabet, çevre, altyapı gibi alanlara veriliyor olmalarıdır. Bu durum bu kredilerin kullanılmasında iyaraticî olunmasını zorunlu kılmaktadır.

- Bir İSO anketinin tespit ettiği Gümrük Birliği'nin imalat sanayi üzerindeki etkileri ve sektörün rekabet gücü hakkındaki beklentiler aşağıda özetlenmiştir. Kö-tümser bir yorum rekabet gücü daha zayıf olan küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) büyük işletmelere nispetle GB'den daha olumsuz etkileneceğidir. Buna karşılık GB öncesi devlet destekli kredilerden ve diğer teşvik unsurlarından yararlanan firmaların hemen hemen hepsini büyük ölçekli işletmelerin teşkil ettiği ve bu desteklerin GB sonrası büyük ölçüde ortadan kalkacağı göz önüne alınınca KOBİ'lerin görece rekabet şanslarının artacağı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca AB'nin "Yeni Akdeniz Politikası" çerçevesinde "AB Yatırım Ortakları Programı", "Enterprise" ve benzeri KOBİ destekleme programları Türkiye'yi kapsamı altına almaktadır (KOSGEB, 1995). Bu sayede Türk KOBİ'leri ilk defa ciddi bir finansman ve teknoloji ağına kavuşacaklardır. Nihayet, GB'nin ithalat ve ihracat bürokrasisinde getireceği basitleştirmeler de kıt kaynaklarla çalışan KOBİ'lerin iş takibi alanındaki dezavantajını azaltacaktır.

## **Gümrük Birliği'nin İmalat Sanayi Üzerindeki Etkileri ve Bu Sektörün Rekabet Gücü: İSO Anket Sonuçlarının Özeti**

Anket İstanbul Sanayi Odası (İSO) üyesi tüm işyerlerini ve Türkiye'nin 500 büyük firması ve 500 büyük firmayı izleyen 250 büyük firma içindeki İSO üyesi olmayan diğer özel kuruluşları kapsamıştır. Kamu kurumları çalışma dışında bırakılmıştır (İSO,1995).

### **Teşvik Sisteminin AB ile Uyumunun Türk Özel İmalat Sanayi Üzerindeki Etkileri**

- Teşviklerin uyumu sonucu kaldırılan bazı teşvik araçlarının yerine AB ile uyumlu yeni teşvikler getirilmemesi durumunda büyük ölçekli işletmeler (100'den fazla çalışanı olan) önemli ölçüde etkileneceklerdir.
- Büyük ölçekli firmaların büyük çoğunluğu ihracat ve yatırım teşviklerinden birlikte yararlanmaktadır. Teşviklerde uyum çerçevesinde kaldırılacak teşvik araçlarının etkisi bu firmalar açısından orta ölçekli (20-99 arası çalışanı olan) ve küçük ölçekli (20'den az çalışanı olan) firmalara göre daha fazla olacak, ihracat ve özellikle yatırımlar üzerinde olumsuz etkiler yaratabilecektir.
- Küçük ve orta boy işyerlerinde Eximbank kredilerinden yararlanan firmaların oranı düşüktür. Buna karşın büyük boy işletmelerde Eximbank kredisinden yararlananların oranı % 56.4'tür.

### **Gümrük Birliği'nin Türk Özel İmalat Sanayinin Girdi Temini Üzerindeki Olası Etkileri**

- Tüm ölçeklerde, firmaların yaklaşık yarısı en önemli girdi kaynağının yerli üreticiler tarafından sunulan ürünler olduğunu belirtmişlerdir.
- İthal girdilerin büyük çoğunluğunun AB menşeli olması GB'nin girdiler üzerindeki etkisinin olumlu yönde olacağını göstermektedir. Ancak Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) nedeniyle koruma oranlarında farklılık olması durumunda özellikle Asya-Pasifik menşeli girdiler kullanan işletmeler etkileneceklerdir. Bu durumdan daha çok orta ve büyük ölçekli işletmelerin etkileneceği anlaşılmaktadır.
- İthal girdilerin tüm işyeri büyüklükleri için ortalama % 40'ının AB dışı ülkeler menşeli olması OGT'nin etkilerinin küçümsememesi gereğine işaret etmektedir.

- Orta ölçekli işletmelerin GB nedeniyle büyük ölçeklilere göre ithal girdi kaynaklarını değiştirmede daha istekli ve kararlı oldukları görülmüştür.

### **Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin İhracatına Etkileri**

- Başta büyük ölçekli işletmeler olmak üzere ihracat yapan işletmelerin oranı oldukça yüksek düzeylerde (küçük % 43.8, orta % 64.4, büyük % 85). Bu olgu özellikle bazı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların GB sonrası doğabilecek fırsatlardan dış pazar deneyimi açısından yararlanma şanslarının olduğunu göstermektedir.

- İhracat yapan firmaların üretimlerinin küçümsenemeyecek bir bölümünü ihraç etmiş ve yıllara göre bu payı arttırmış olmaları, GB'nin yaratacağı fırsatları değerlendirme olasılığını arttırmaktadır.

- AB ülkeleri en önemli ihraç pazarı konumundadır. GB sonucu özellikle tarife dışı engellerin kaldırılması bu pazarlara olan ihracatı olumlu yönde etkileyecektir.

- Dış pazardaki en önemli rakiplerin AB ülkeleri üreticilerinin olması GB'nin iç pazardaki rekabeti önemli ölçüde arttıracaklarını göstermesi açısından dikkat çekicidir. Bu olgu koruma oranlarının kaldırılması sonucu birçok sektörün GB ile birlik nedeniyle iç pazarda önemli ölçüde etkileneceğini göstermektedir.

### **Sektörlerin AB Karşısında Seçilmiş Çeşitli Faktörler Açısından Rekabet Gücü**

Firmaların büyük çoğunluğu ekonomik altyapı ve bürokrasi faktörü açısından rekabet gücünün düşük olduğu görüşünde birleşmişlerdir. İşgücü maliyetleri, ürün standartları ve hammadde bulunabilirliği konusunda rekabet gücünün düşük olduğunu belirten firmaların oranı ise düşük düzeylerde kalmıştır. Bazı faktörler dışında firmaların yarısından fazlasının faktörlerin çoğunluğunda rekabet gücünün bulunmaması dikkat çekicidir. Firmalar arasında çeşitli faktörler açısından rekabet güçlerini düşük görenlerin oranları aşağıda verilmiştir.

| <b>Çeşitli Faktörler Açısından Rekabet Güçlerinin Düşük Olduğunu Belirten Firmalar (%)</b> |              |             |              |
|--|--------------|-------------|--------------|
| <b>Faktörler</b>   | <b>Küçük</b> | <b>Orta</b> | <b>Büyük</b> |
| İşgücü Maliyeti  | 33.8         | 22.4        | 26.5         |
| Kullanılan Teknoloji   | 80.7         | 58.6        | 37           |
| Ürün Standartları  | 42.9         | 28.7        | 24.1         |
| Ekonomik Ölçek   | 83.4         | 74.5        | 58.4         |
| Yan sanayi   | 67           | 67          | 67           |
| Nitelikli İşgücü   | 60           | 60          | 60           |
| Enerji Maliyeti  | 62.8         | 61.2        | 74.8         |
| Hammadde Maliyeti  | 53           | 51          | 44.5         |
| Finansal Yapı  | 83.4         | 72          | 59.4         |
| Ekonomik Altyapı   | 80           | 80          | 80           |
| Bürokrasi  | 85           | 85          | 85           |
| Ürünlerin Dış İmajı  | 72.8         | 67.2        | 42.4         |
| Uluslararası İlişkiler   | 72.6         | 84.6        | 72.6         |
| İşgücü Verimliliği   | 58.1         | 70          | 70           |
| Finansman Maliyeti   | 76.1         | 70.6        | 78.2         |

**Tablo 4.1 Türkiye'nin Koruma Oranları, Gümrük Birliği Etkisi**

| <b>Sanayi Mallarında AB Karşısında koruma oranları</b> |            | <b>AB'nin OGT'sine uyum sonucu üçüncü ülkelere karşı uygulanacak sanayi malları koruma oranları</b> |            |            | <b>Ortalama Genel Koruma Oranı</b> |            |
|--|------------|---|------------|------------|------------------------------------|------------|
| 1994   | GB Sonrası | 1994  | GB Sonrası | UR Sonrası | 1994                               | AB Sonrası |
| 10.22  | 1.34       | 22.14   | 6.92       | 3.9        | 13.16                              | 3.16       |

Kaynak: Togan ve Yılmaz (1995), Hertel ve diğerleri (1995)

**Tablo 4.2 Çeşitli Ülkelerin Ticaret Yoğunluğu Endekslerindeki Gelişmeler\***

|                                    | İspanya |      |       | Portekiz |      |       |
|------------------------------------|---------|------|-------|----------|------|-------|
|                                    | 1980    | 1993 | 93/80 | 1980     | 1993 | 93/80 |
| <b>AB</b>                          | 0.84    | 1.95 | 2.32  | 0.94     | 1.93 | 2.05  |
| <b>ABD</b>                         | 0.27    | 0.28 | 1.01  | 0.28     | 0.30 | 1.09  |
| <b>Japonya</b>                     | 0.11    | 0.14 | 1.25  | 7.07     | 0.18 | 0.03  |
| <b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>     | 0.79    | 0.61 | 0.78  | 0.36     | 0.42 | 1.18  |
|                                    | Malezya |      |       | Tayland  |      |       |
|                                    | 1980    | 1993 | 93/80 | 1980     | 1993 | 93/80 |
| <b>AB</b>                          | 0.28    | 0.41 | 1.47  | 0.42     | 0.49 | 1.16  |
| <b>ABD</b>                         | 0.79    | 1.24 | 1.57  | 0.61     | 1.32 | 2.15  |
| <b>Japonya</b>                     | 2.00    | 2.32 | 1.16  | 1.32     | 3.03 | 2.29  |
| <b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>     | 0.80    | 1.46 | 1.83  | 0.85     | 1.15 | 1.36  |
|                                    | Meksika |      |       | Şili     |      |       |
|                                    | 1980    | 1993 | 93/80 | 1980     | 1993 | 93/80 |
| <b>AB</b>                          | 0.25    | 0.17 | 0.67  | 0.60     | 0.73 | 1.23  |
| <b>ABD</b>                         | 3.13    | 4.78 | 1.53  | 0.61     | 1.06 | 1.74  |
| <b>Japonya</b>                     | 0.38    | 0.37 | 0.98  | 0.95     | 2.81 | 2.96  |
| <b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>     | 0.28    | 0.21 | 0.74  | 0.75     | 1.10 | 1.46  |
| <b>Türkiye</b>                     |         |      |       |          |      |       |
| <b>AB</b>                          | 1.256   |      |       |          |      |       |
| <b>Japonya</b>                     | 0.164   |      |       |          |      |       |
| <b>ABD</b>                         | 0.436   |      |       |          |      |       |
| <b>Orta Doğu</b>                   | 0.141   |      |       |          |      |       |
| <b>Gelişmekte Olan Ülkeler</b>     | 1.081   |      |       |          |      |       |
| <b>Doğu Asya *</b>                 | 0.4     |      |       |          |      |       |
| <b>Yeni Sanayileşen Ülkeler **</b> | 0.152   |      |       |          |      |       |
| <b>Latin Amerika ***</b>           | 0.052   |      |       |          |      |       |
| <b>Doğu Avrupa ****</b>            | 2.06    |      |       |          |      |       |

‡ İki ülke arasındaki ticaret yoğunluğu  $T_{ij} = (x_{ij}/X_{it}) / (x_{wj}/X_{wt})$  formülü ile hesaplanmaktadır. Burada  $x_{ij}$  i ülkesinin j ülkesine olan ihracatını,  $X_{it}$  i ülkesinin toplam ihracatını,  $x_{wj}$  dünyanın j ülkesine olan toplam ihracatını,  $X_{wt}$  ise toplam dünya ihracatını göstermektedir.

\* G. Kore, Tayvan, Hong Kong, Singapur

\*\* Endonezya, Malezya, Tayland

\*\*\* Meksika, Şili, Brezilya, Arjantin

\*\*\*\* Macaristan, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Romanya, Bulgaristan

Kaynak: Direction of Trade Statistics, IMF (1993), kendi hesaplarımız

**Tablo 4.3 Güney Avrupa Ülkeleri AB İçi Ticaret (1992)**

|              | <b>Toplam İhracat<br/>İçindeki Pay</b> | <b>Toplam İthalat<br/>İçindeki Pay</b> |
|--------------|--|--|
| İspanya      | 66.3                                   | 60.3                                   |
| İtalya       | 57.7                                   | 58.8                                   |
| Portekiz     | 74.8                                   | 70.6                                   |
| Yunanistan   | 64.2                                   | 62.7                                   |
| Türkiye - AT | 45.7                                   | 44.2                                   |

Kaynak: European Economy sayı 58, Togan ve Yılmaz (1995)

**Tablo 4.4 Maastricht Antlaşması'nın Getirdiği Makroekonomik Disiplin  
(GSMH'ye oranı, %)**

|   | <b>Maastricht</b> | <b>İspanya</b> | <b>İtalya</b> | <b>Portekiz</b> | <b>Yunanistan</b> |
|---|-------------------|----------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Bütçe Açığı   | 3                 | 7              | 8.7           | 6.9             | 15.7              |
| Hükümet Borçları  | 60                | 62.6           | 70.2          | 103.7           | 116.5             |
| Enflasyon<br>(En iyi üç Ülke<br>ortalaması + 1.5<br>puan) | 2.3*              | 5.9            | 5.3           | 8.9             | 15.9              |

\* 1992 değerlerine göre

Kaynak: Beaumont ve Moir (1994)

**Tablo 4.5 Güney Avrupa Ülkeleri ve Türkiye Temel Ekonomik Göstergeler**

|                   | <b>Büyüme</b>                             |              |             |             |             |             |
|-------------------|---|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|                   | <b>70-80</b>                              | <b>80-90</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> |
| <b>İspanya</b>    | 3.5                                       | 3            | 2.2         | 0.8         | -1          | 0.8         |
| <b>İtalya</b>     | 3.8                                       | 2.2          | 1.3         | 0.9         | -0.1        | 1.7         |
| <b>Portekiz</b>   | 4.9                                       | 2.75         | 2.1         | 1.6         | -0.4        | 2           |
| <b>Yunanistan</b> | 10.1                                      | 1.65         | 3.3         | 0.9         | 0.5         | 0.9         |
| <b>Türkiye</b>    | 5.7                                       | 5.4          | 0.4         | 6.4         | 7.9         | -6          |
|                   | <b>İhracatın Büyüme Hızı*</b>             |              |             |             |             |             |
|                   | <b>70-80</b>                              | <b>80-90</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> |
| <b>İspanya</b>    | 7   | 5.7          | 7.9         | 6.7         | 8.8         | 9.2         |
| <b>İtalya</b>     | 5.8                                       | 4.5          | -0.2        | 5.4         | 10.5        | 7           |
| <b>Portekiz</b>   | 5   | 7.9          | 1.1         | 6.1         | -3.5        | 6.4         |
| <b>Yunanistan</b> | 11.4                                      | 5.1          | 16.4        | 0.9         | 2.5         | 4.1         |
| <b>Türkiye</b>    | 15.25                                     | 13.69        | 4.9         | 8.3         | 4.3         | 18          |
|                   | <b>İhracat / Gayrisafi Yurtiçi Hasıla</b> |              |             |             |             |             |
|                   | <b>70-80</b>                              | <b>80-90</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> |
| <b>İspanya</b>    | 14.2                                      | 19.5         | 17.2        | 17.6        | 19.8        | 21.7        |
| <b>İtalya</b>     | 20.8                                      | 20.4         | 19.6        | 20          | 23.4        | 25.1        |
| <b>Portekiz</b>   | 23.7                                      | 33.5         | 31.9        | 23.1        | 27.1        | 28.5        |
| <b>Yunanistan</b> | 16  | 21.7         | 22.7        | 23.2        | 24          | 24.9        |
| <b>Türkiye</b>    | 4.6                                       | 13.5         | 13.7        | 14.3        | 13.5        | 21.1        |
|                   | <b>İthalat / Gayrisafi Yurtiçi Hasıla</b> |              |             |             |             |             |
|                   | <b>70-80</b>                              | <b>80-90</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> |
| <b>İspanya</b>    | 15.9                                      | 20.2         | 20.3        | 20.4        | 20.5        | 21.4        |
| <b>İtalya</b>     | 21.2                                      | 21.5         | 19.4        | 19.9        | 19.9        | 21          |
| <b>Portekiz</b>   | 34.9                                      | 43.6         | 41.3        | 38.8        | 37.1        | 37.9        |
| <b>Yunanistan</b> | 24.3                                      | 30.6         | 33.2        | 33          | 33.4        | 34.1        |
| <b>Türkiye</b>    | 11.3                                      | 19           | 16.4        | 17.3        | 19.1        | 20.1        |
|                   | <b>Enflasyon</b>                          |              |             |             |             |             |
|                   | <b>80-85</b>                              | <b>85-90</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> |
| <b>İspanya</b>    | 12.2                                      | 6.5          | 5.9         | 5.9         | 4.5         | 4.8         |
| <b>İtalya</b>     | 13.8                                      | 5.7          | 6.5         | 9.3         | 4.4         | 4           |
| <b>Portekiz</b>   | 23.3                                      | 11.4         | 11.4        | 8.9         | 6.5         | 5.2         |
| <b>Yunanistan</b> | 20.7                                      | 17.4         | 19.5        | 15.9        | 14.4        | 10.8        |
| <b>Türkiye</b>    | 38.2                                      | 54.5         | 71.1        | 66          | 71.1        | 125.5       |
|                   | <b>Genel Bütçe Açığı**</b>                |              |             |             |             |             |
|                   | <b>80-85</b>                              | <b>85-90</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> | <b>1994</b> |
| <b>İspanya</b>    | 5.2                                       | 3.8          | 5           | 4.5         | 7.2         | 7           |
| <b>İtalya</b>     | 11.6                                      | 10.8         | 10.2        | 9.5         | 9.7         | 8.7         |
| <b>Portekiz</b>   | 8.5                                       | 5.5          | 6           | 4.6         | 8.2         | 6.9         |
| <b>Yunanistan</b> | 10.1                                      | 14.5         | 14.4        | 11.1        | 14.8        | 15.7        |
| <b>Türkiye</b>    | 8.8                                       | 3.6          | 10.3        | 10.6        | 12.1        | 7.5         |

\* Mal ve hizmet ihracatı

\*\* Türkiye için bütçe açığı Kamu Kesimi Borçlanma Gereği rakamlarını, diğer ülkeler için OECD'nin genel bütçe açığı rakamlarını göstermektedir

Kaynak: Economic Outlook, OECD, sayı 56, Main Economic Indicators, OECD, Mayıs 95, European Economy, sayı 58, Temel Ekonomik Göstergeler, D T M , Mayıs 1995, Türkiye Ekonomisi, İstatistik ve Yorumlar, D İ E , Mayıs - Haziran 1995, Togan (1992)

**Tablo 4.6 Güney Avrupa Ülkeleri Üretimin Yapısı  
(Katma Değerin Sektörel Dağılımı, %)**

|                      | İspanya (1989) | İtalya (1991) | Portekiz(1987) | Yunanistan(1989) | Türkiye (1991) |
|----------------------|----------------|---------------|----------------|------------------|----------------|
| <b>Tarım</b>         | 4.8            | 3.2           | 8.6            | 14.5             | 17.8           |
| <b>Sanayi</b>        | 35.2           | 32            | 37             | 23.1             | 29.6           |
| <b>İmalat Sanayi</b> | 23.6           | 20.9          | 0              | 14.6             | 23.7           |
| <b>Hizmet</b>        | 60             | 64.8          | 54.4           | 62.4             | 52.5           |

Kaynak: World Tables, World Bank, 1995



# B Ö 5 Ü M

İHRACATTAKİ BEKLENTİLER



## 5. İHRACATTAKİ BEKLENTİLER

AB ile Gümrük Birliği'ne (GB) giren ve bunun getireceği disiplinle makroekonomik dengelerini büyük ölçüde yerine oturtacak olan Türkiye'nin ihracat performansı ne olabilir?

### *İhracatta Tayin Edici Faktörler*

1980'de mal ihracatı 3 milyar doların altında olan Türkiye gerçekleştirdiği liberalizasyon ve dışa açılma hamlesi neticesinde 1988'de bu rakamı dörde katlayarak 12 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. Bu atılımda ticaret rejimindeki liberalizasyonun yanısıra reel döviz kurundaki enflasyon ve dış ticaret dengesini izleyen gerçekçi gelişme, baskı altında tutulan işçi ücretleri ve sınırlanan iç talep en önemli etkenler olmuştur (Erzan ve Sarı, 1994; Uygur, 1995). İhracat sübvansiyonlarının ise girişimcilerin gözlerini dış dünyaya çevirmelerine katkısı haricinde net faydası hala tartışılan bir konudur (Milanovic, 1985; Togan, 1993). 1989'dan itibaren popülist politikalarla artan devlet açıkları faizleri yükseltirken konvertibiliteye geçiş sayesinde yurda büyük çapta sermaye akını olmuş ve bunun neticesinde döviz kuru enflasyonun altında seyretmiştir. Bu politikalar dış borçlanma ile finanse edilen iç talepte patlamaya yol açmış, ekonominin 1980'lerde kazandığı ihracat eğilimi giderek yok olmuştur (Erzan ve Sarı, 1994). 1994 başında yaşanan mali kriz neticesi reel döviz kuru 1988 seviyesini yakalamış ve ihracat J-eğrisi tabir edilen şekilde önce tedrici olarak, sonra da hızla artmaya başlamıştır. 1994'ün ortalarından itibaren reel döviz kurunda tekrar yaşanan düşme beklendiği üzere belirli bir gecikmeyle 1995'de ihracatın hızını keserken ithalatta yeni bir patlamaya yol açmıştır (Erzan ve Sarı, 1995).

Reel döviz kuru sadece ithalat ve ihracatın hacmini tayin etmekle kalmayıp aynı zamanda ülkenin üretim ve tüketim yapısını etkilemektedir. Düşük reel kurda üreticiler mamullerinin satışında iç piyasaya dönmekte, girdilerinde ise ithal oranı artmaktadır. Tüketim kalıplarında da ithal malları ön plana çıkmaktadır (Erzan ve Sarı, 1994; 1995).

Reel döviz kurundaki gerileme, iç talepteki dönemsel patlamalar ve kredi maliyetini aşırı seviyelere çıkartan faiz hadleri, yani ihracatı baltalayan en önemli olguların hepsinin kaynağı devletin dev mali açığıdır. Mecbur kalıp kemer sıkma politikasına gidildiğinde ihracat artmakta, ilk fırsatta popülizme geçilince daralmakta-

dır. Yani Türkiye'de ihracat performansı bir nevi ekonomi barometresidir. Popülist ekonomi politikaları izlendiğinde barometre düşmektedir.

### ***Gümrük Birliği'nin Getireceği Makroekonomik Disiplin***

Türkiye GB'ne girmekle AB ülkelerinin Maastricht anlaşması çerçevesinde koydukları bütçe açığı, devlet borcu ve enflasyon hedeflerini kabullenmek durumunda değildir. Ekonomi politikalarında istikrar ve uyum sağlama niyetinin deklerasyonundan öteye bir hukuki yükümlülüğü yoktur. Öyleyse GB Türkiye'ye ne şekilde makroekonomik disiplin ve stabilite getirecektir?

AB ile gümrüklerin sıfırlanması ve Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulaması Türkiye'nin genel koruma oranını %3'lere çektiğinde ithalatın daha da cazip hale geleceği aşıkardır. Gümrük vergi gelirlerinde de kayba uğrayan devlet borçlanmaya daha da yüklenebilir. Bu çerçevede artan dış sermaye girdileri reel döviz kuru nu baskıda tutmaya devam eder. Kotaların kalkması nedeniyle ihracat potansiyeli artsa da düşük döviz kuru ve yüksek faiz ihracatı zorlar. Dış ticaret açığı bir çığ gibi büyüyebilir. GB'nin dış kredibiliteye olumlu etkisi sayesinde borçlanma sendromu daha da uzayabilir. Bütün bunlar ekonominin başına gelebilecek felaketin şiddetini artıracak unsurlardır.

Ekonomiyi disiplin altına alacak unsur muhtemel ekonomik felaketin şiddetidir. Bu Soğuk Savaş yıllarında karşılıklı nükleer tehdidin iki süper gücü savaştan caydırmasına andırır. NAFTA neticesinde sermaye akımlarının çok büyük boyutlara ulaştığı Meksika'nın 1994/1995'te yaşadığı kriz Türkiye'nin GB sonrası başına gelebileceğin boyutları hakkında fikir vermektedir. Türkiye, ya 1994 başındaki mali krizin çok daha derini, üretim ve istihdamda çok büyük kayıplara yol açan bir kriz yaşadıktan sonra, ya da, tercihen buna gerek kalmadan, kamu maliyesi reformlarını ve özelleştirmeyi gerçekleştirecektir. Bu varsayım doğrultusunda önümüzdeki beş yılda popülist politikalar neticesi ortaya çıkacak ekonomik dalgalanmalar azalacak, enflasyon %20'nin altına inecek, faizler makul bir seviyede olacak ve reel döviz kuru stabilite arzedecektir. Bu senaryo yaşandığı takdirde günümüzde ihracatı baltalayan temel unsurlar büyük ölçüde ortadan kalkmış olacaktır.

## ***Gümrük Birliği'ndeki Türkiye'nin Büyüme ve İhracat Potansiyeli***

Türkiye'nin 1980'den itibaren büyük dış açıklar vermeden ulaşabildiği dengeli büyüme hızı yılda %4 civarındadır (Erzan ve Sarı, 1994). Son yıllarda ortalama bir milyar dolara ulaşmış olan dış yatırımların birkaç kat artacağı varsayılır, buna ticaretin serbestleşmesinin getireceği kaynak dağılımındaki iyileşme ve artan rekabetten doğacak verimlilik eklenirse, uzun vade dengeli kalkınma hızının birkaç puan artarak %5-6 seviyesine gelmesi mümkündür. Buna karşılık, ilk dönemde makro dengeleri oturtmak için alınacak tedbirlerin ekonomiyi yavaşlatması beklenebilir. Bu iki faktör göz önüne alınarak önümüzdeki on yıl için Türkiye'nin ortalama reel büyüme hızı %4.5 olarak tahmin edilmektedir (IMF, 1994).

Gerek ihracata yönelik olduğu dönemlerde Türkiye, gerekse benzeri kalkınmakta olan dinamik ülkeler ihracatlarının artış hızını kalkınma hızlarının en aşağı altı puan üzerine çekebilmektedirler. OECD ülkelerindeki olumlu büyüme trendi ve Uruguay Round (UR) neticelerinin dünya piyasalarına yansması hesaba katılırsa, kalkınmakta olan ülkelerin ihracatının son yıllarda %9 olarak gerçekleşen büyüme hızının aşılması beklenmektedir. Nihayet, serbest ticaret bölgeleri ve gümrük birliklerine giren ülkelerin ticaretlerindeki artış göz önüne alınırsa, Türkiye'nin mal ihracatının ortalama yılda %12'nin üzerinde bir hızla artması beklenebilir.<sup>7</sup> 1995 yılı resmi ihracatı 22 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Buna "bavul ticareti" de katıldığında en düşük tahminlere göre ortaya çıkan rakam 26 milyar dolardır. Böylece 2005 yılı toplam mal ihracatı %210 artarak 80 milyar doları geçebilir.

Bu naiv projeksiyonlar çerçevesinde 2005 yılında GSMH 1995 yılına nispetle %55 büyüyacaktır. Türkiye'de hızlı şehirleşme neticesi son yıllarda nüfus artış hızı %1.8'e düşmüştür (DİE, 1995) ve önümüzdeki on senenin ortalamasının yıllık %1.6 olacağı varsayılabilir. Bu varsayımlar altında 2005 yılında nüfus 1995'e kıyasla %17 artmış olacak, kişi başı GSMH da 1/3 oranında (%33) yükselecektir.

## ***Uluslararası Mukayese***

Türkiye'nin ihracat yapısı ve performansı uluslararası bir kıyaslamada ne durumdadır? Ülkeler zenginleştikçe bu yapıda yeknesak değişimler ve kalıplar ortaya çıkmakta mıdır? Basit bir değerlendirme yapmak için önemli sayılacak bir miktarda mamul madde ihracatı olan kalkınmaktaki ülkeler ve Güney Avrupa'yı kapsayan

<sup>7</sup> Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın ihracat hedefi ortalama %16-17'dir

toplam 24 ölkelik bir örnek seçilmiştir. 1992 yılını temel alan bu mukayeselerde ölkeler kişi başı GSMH'ları (KBGSMH) ile tanımlanmıştır.<sup>8</sup> Türkiye'nin 1992 KBGSMH'sı bu hesap yöntemiyle 2,040 dolar olarak saptanmıştır.

İlk mukayese, Şekil 5.1'de ölkelerin toplam mal ve ticari hizmet<sup>9</sup> ihracatının GSMH'ya oranıdır. 1992'de Türkiye %19'luk bir oranla kendisinden KBGSMH olarak daha yüksek konumda olan Brezilya ve Meksika'dan önde gelmektedir. KBGSMH'sı 7,000 doların üzerinde olan Yunanistan, Kore ve Portekiz ve KBGSMH'sı 1,000 doların altında olan Filipinler ve Endonezya için bu oran %25-35 aralığındadır. Bu dağılımdan "zenginliğin" ihracat oranında önemli bir açıklayıcı olmadığı gözükmemektedir.

Şekil 5.2'de ölkelerin hizmet ihracatının toplam (mal ve hizmet) ihracatı içindeki payına bakılmaktadır. Türkiye % 36'lık bir oranla başı çeken ölkeler arasındadır. Benzeri bir oran Meksika, Tunus, Filipinler ve Fas gibi nispeten düşük gelirli birkaç ölkede için geçerli olduğu gibi, KBGSMH'sı 14,000 doların üzerinde olan İspanya'da bu gruptadır. Yunanistan içinse bu oran %47'dir. Artan gelir seviyelerinde dahi turizm başta olmak üzere hizmetlerin önemi ortaya çıkmaktadır.

Şekil 5.3 mamul maddelerin ihracat mallarına oranını resimlendirmektedir. Bu oran örnekteki ölkelerin büyük bir çoğunluğu için %50-85 aralığındadır. Türkiye için %72, İsrail, Hong Kong ve Kore'de %90'ın üzerindedir.

Tekstil sektörünün toplam ihracat içindeki payını gösteren Şekil 5.4'te dikkati çeken husus bu oranın KBGSMH ile net bir şekilde ters orantılı olmasıdır. Türkiye ihracatında %54 tekstil payıyla Tunus seviyesindedir. Örnek içinde KBGSMH'sı en düşük olan Pakistan ve Bangladeş'te bu oran %90'a yakındır. Çizilen (logaritmik) trend çizgisinin üzerinde sadece Kore, Portekiz, Hong Kong ve Yunanistan yatmaktadır. Tekstilin yükselen gelirlerine rağmen bu ölkelerin ihracatında çok önemli yer tutması büyük ölçüde kotalardan kaynaklanmaktadır. Portekiz ve Yunanistan AB'ye dahil oldukları için kota kısıtlamasına tabi değildirler. Kore ve Hong Kong ise eski dönemlerde kendilerine verilmiş olan büyük kotaların korumasında ihracatlarını devam ettirmektedirler. Buna karşılık İspanya ve Singapur'un işçi maliyetlerindeki yüksek artışlar kota avantajına rağmen tekstilin ihracatlarındaki payının düşmesine yol açmıştır.

Son olarak Şekil 5.5'de makina ve taşıt araçlarının mamul mal ihracatındaki payına bakılmaktadır. Burada da zayıf da olsa KBGSMH ile bir ilişki görülmektedir.

<sup>8</sup> Standardizasyon sağlamak için kişi başı GSMH Dünya Bankası'nın "Atlas Metodu" ile hesapladığı serilerden alınmıştır (World Bank, 1994)

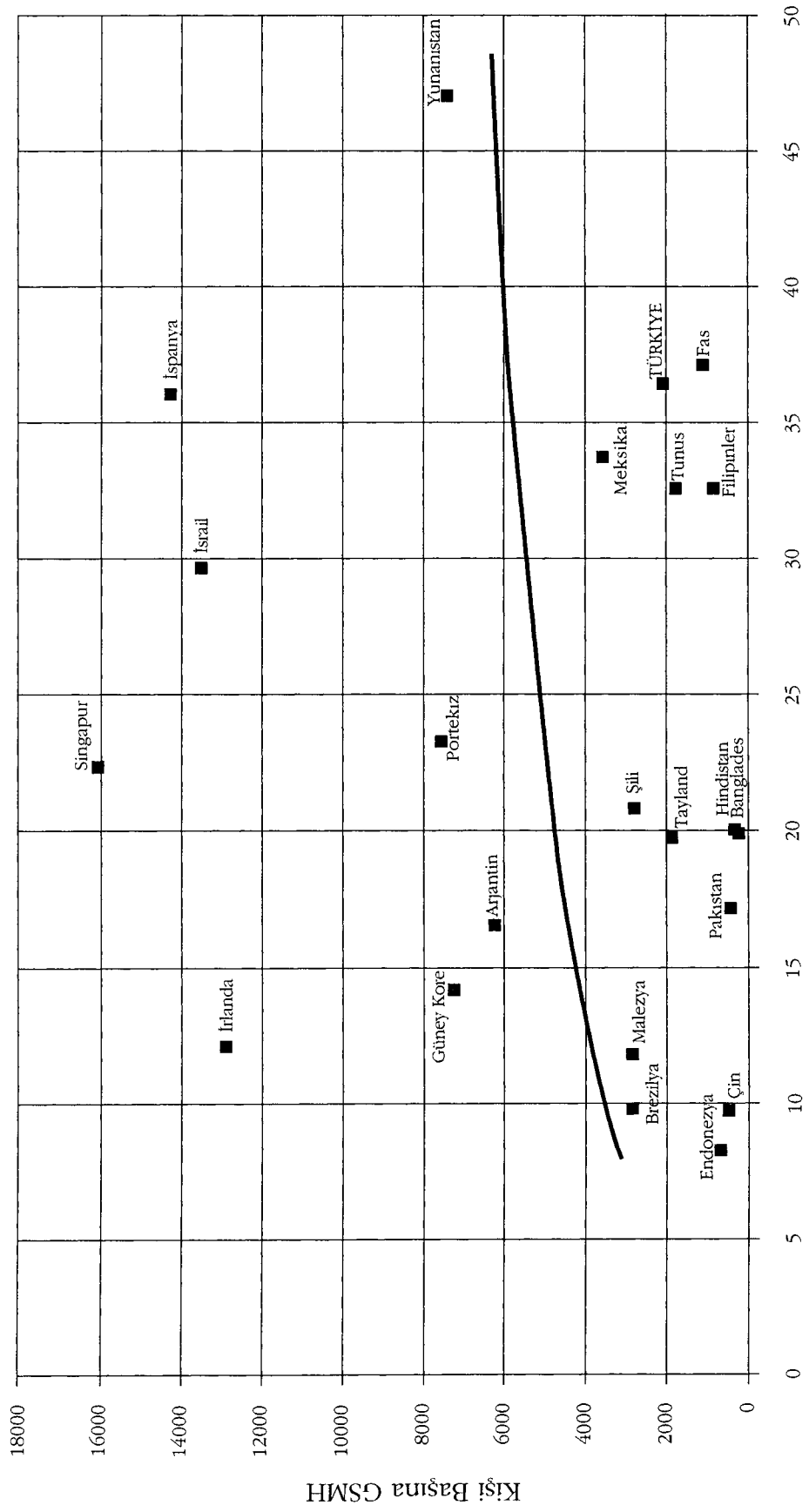
<sup>9</sup> Ticari hizmetler (non-factor services) olarak tanımlanan hizmet ihracatına yurtdışı işçi ve sermaye gelirleri katılmamaktadır

Türkiye'de %13 olan bu oran Korede % 43'tür. Meksika ve Malezya gibi nispeten düşük gelirli ülkelerde %60 civarındadır.

### ***Bazı Gözlemler***

Bu mukayeseler bazı noktalara işaret etmektedir: (i) İhracat/GSMH oranı çok yüksek seviyelere çıkabilmektedir. Türkiye önümüzdeki on yıllık sürede rekor bir büyüme hızına ulaşmasa dahi ihracatında çok büyük artışlar kaydedebilir. Yani yılda ortalama %12 gibi bir ihracat artışı aşırı iyimser gözükmemektedir. (ii) Hizmet ihracatı toplam ihracat içindeki konumunu koruyabilir (%36), hatta bu oran artabilir. Yani eğer 2005 yılında mal ihracatı 80 milyar doları aşacaksa, hizmet ihracatının da 50 milyar dolara yaklaşması mümkündür. (iii) AB'nin diğer kalkınmakta olan ülkelere karşı kota uygulaması 2005 yılına kadar büyük ölçüde devam ederken Türkiye'nin kısıtlama dışı bırakılması önemli bir avantajdır. Mamul mal ihracatının %54'ünü teşkil eden tekstil ürünleri bu dönemde konumlarını büyük ölçüde koruyabilirler. Kotalar tüm ülkeler için tamamen kalktıgındaysa Türkiye'nin ihracatında tekstilin önemi görece olarak azalmak durumundadır. (vi) Makina ve taşıt araçlarının ihracattaki payı artacaktır.

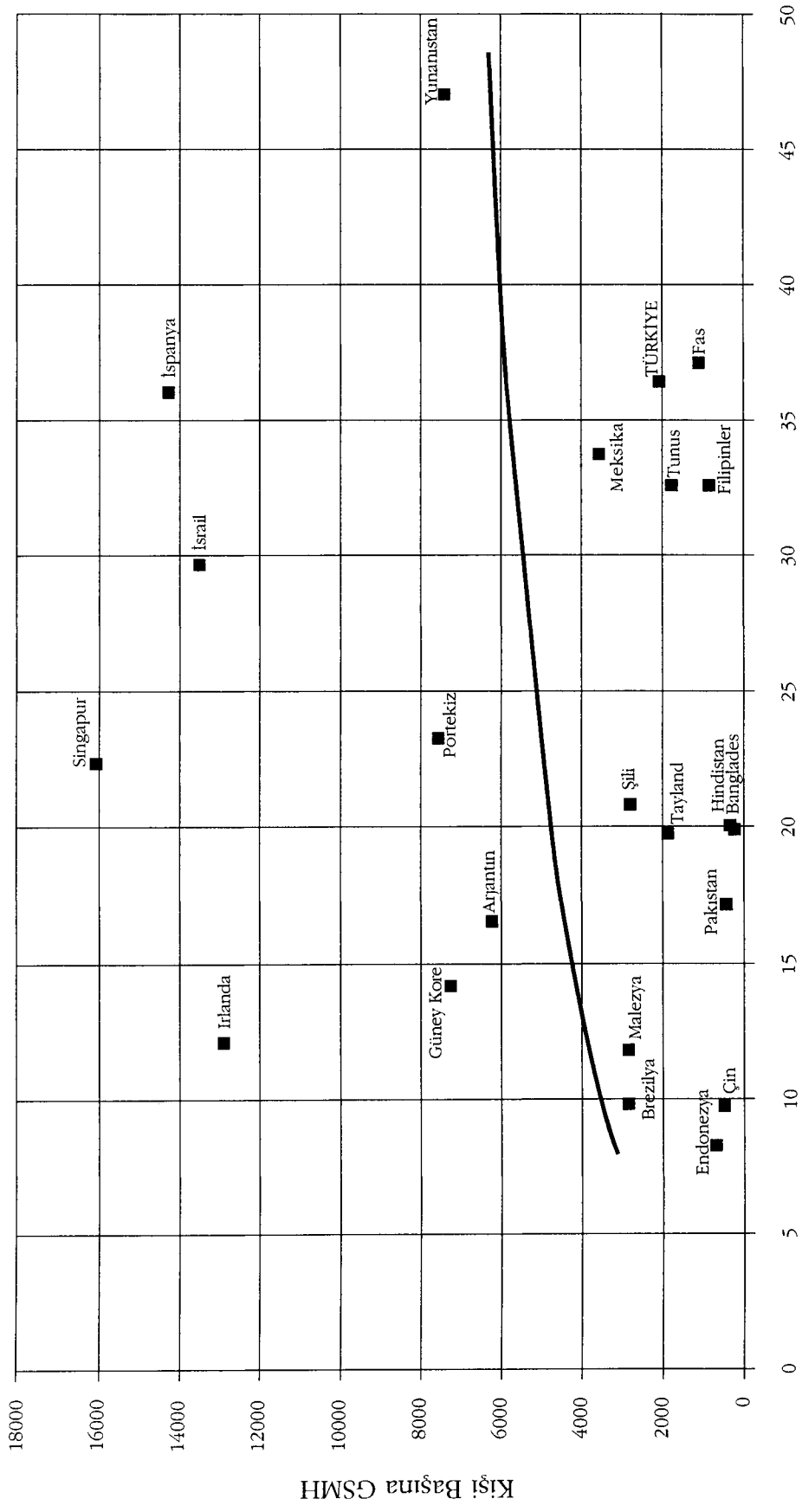
Şekil 5.1 Kişi Başına GSMH ve Mal ve Hizmet İhracatının GSMH'ye Oranı, 1992



Mal ve Hizmet İhracatının GSMH'ye Oranı, %

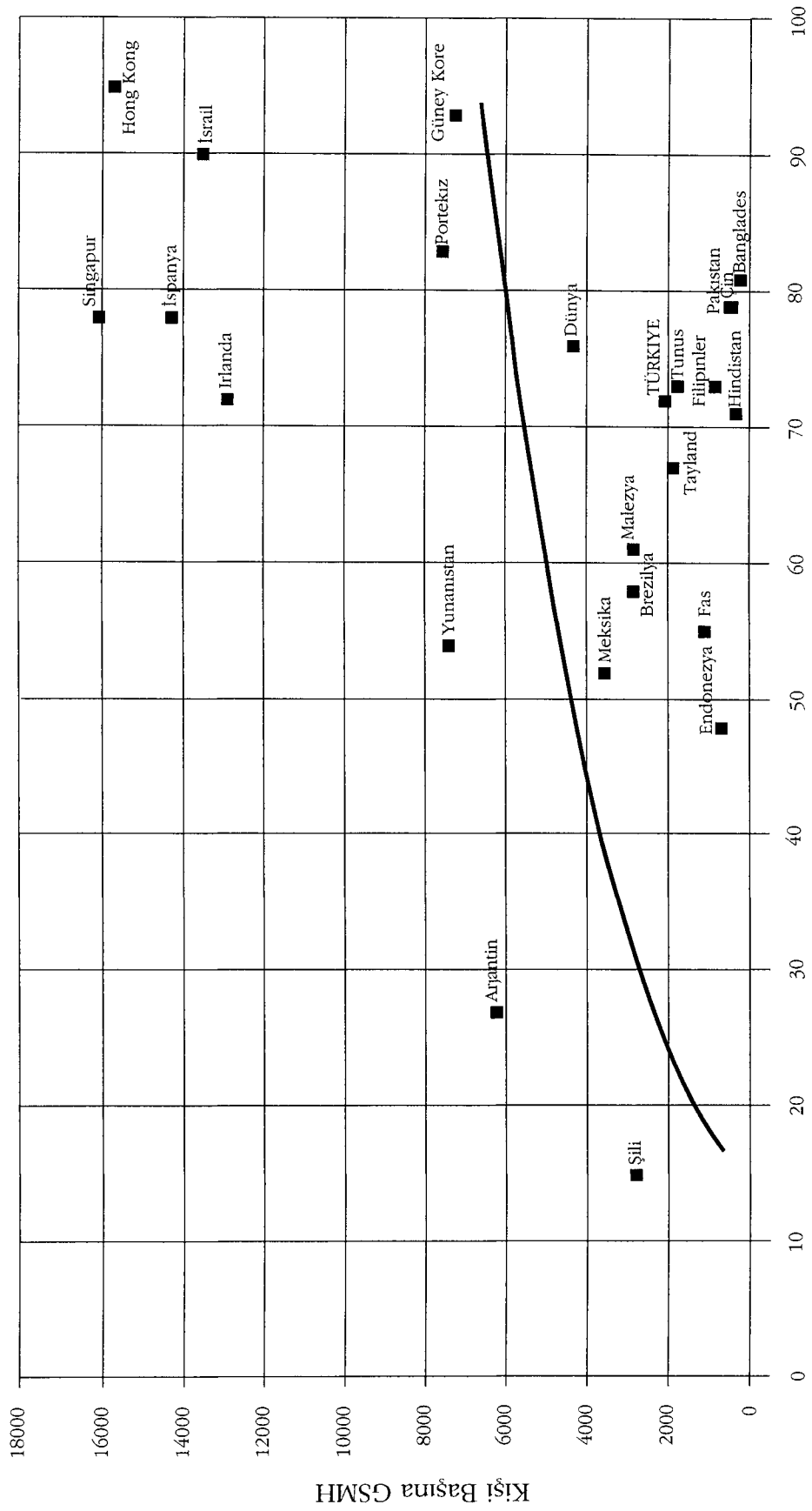


Şekil 5.2 Kişi Başına GSMH ve Hizmet İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı, 1992



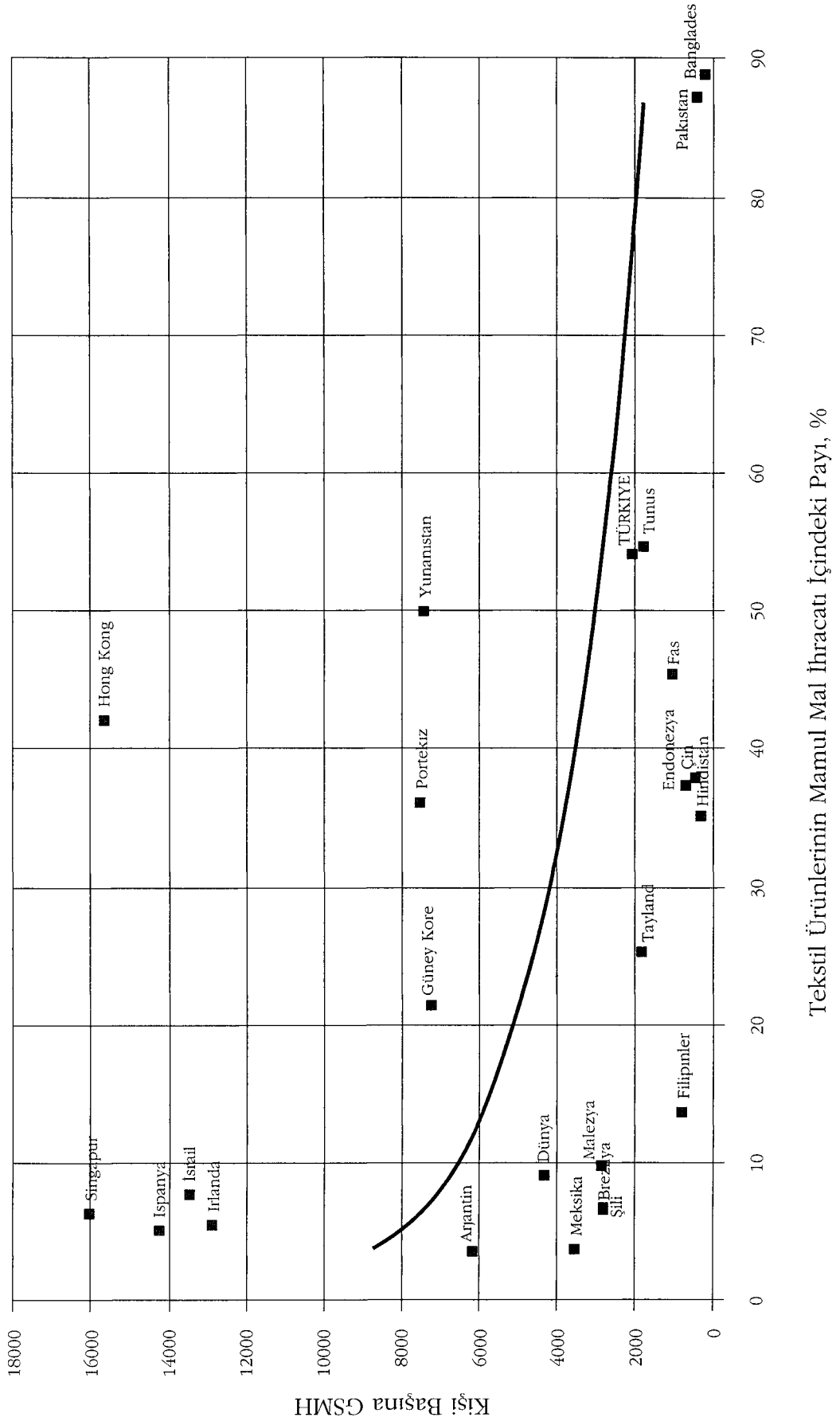
Hizmet İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı, %

**Şekil 5.3 Kişi Başına GSMH ve Mamul Maddelerin İhracat Malları İçindeki Payı, 1992**

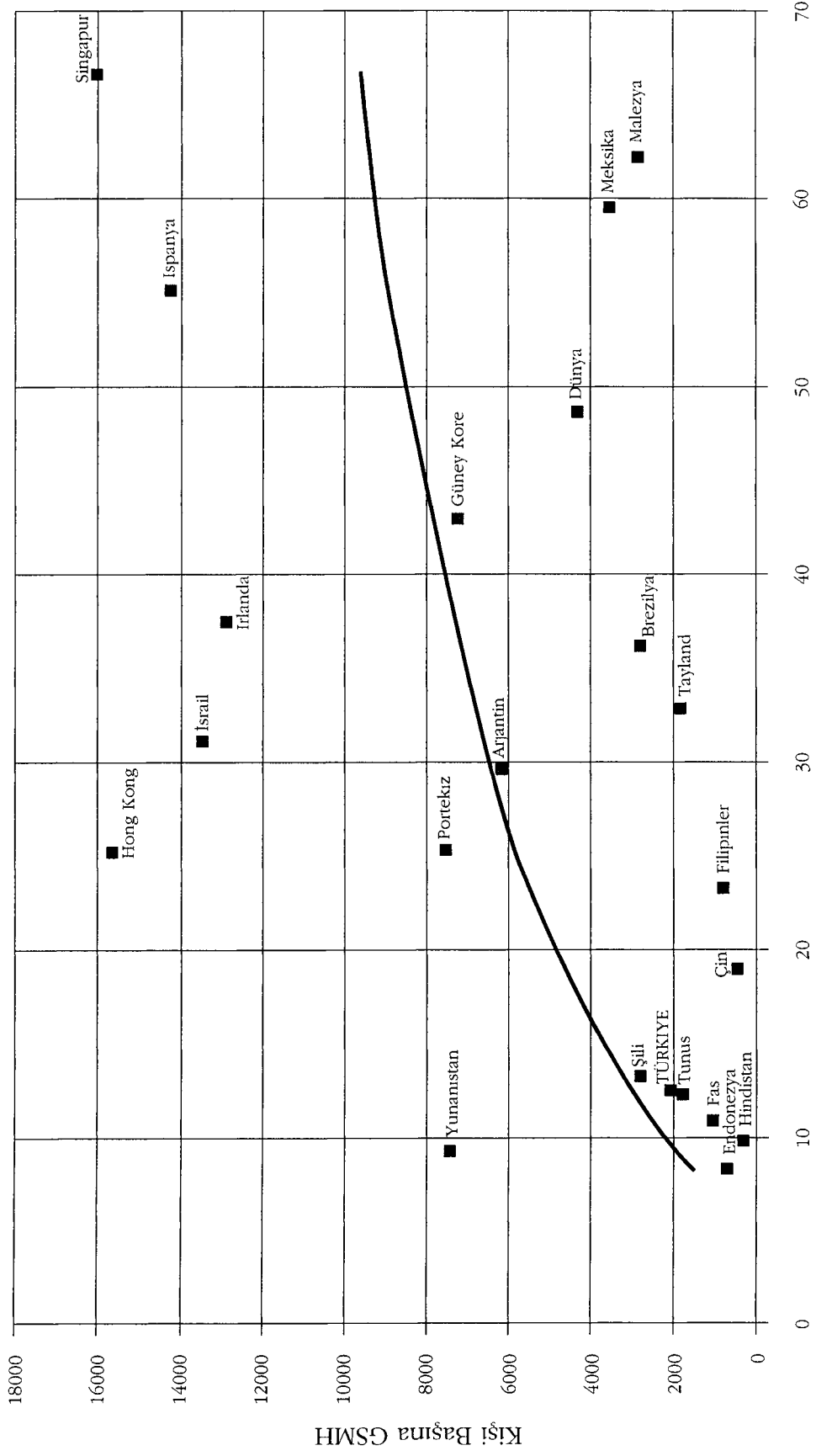


Mamul Maddelerin İhracat Malları İçindeki Payı, %

Şekil 5.4 Kişi Başına GSMH ve Mal ve Tekstil Ürünlerinin Mamul Mal İhracatı İçindeki Oranı, 1992



**Şekil 5.5 Kişi Başına GSMH ve Makina ve Taşıt Araçlarının Mamul Mal İhracatı İçindeki Payı, 1992**



Makina ve Taşıt Araçlarının Mamul Mal İhracatı İçindeki Payı, %

# B Ö L Ü M

## İHRACATIN DESTEKLENMESİNDE KURUMSAL YAPI



## 6. İHRACATIN DESTEKLENMESİNDE KURUMSAL YAPI

Türkiye'nin dünya ekonomisinin sunduğu fırsatlardan ve hareketlilikten yararlanabilmesi etkin politikalar oluşturabilecek ve uygulayabilecek kurumları yaratabilmesine bağlı olacaktır.

Hızla küreselleşen dünya ekonomisi ülkeler arasında bir yandan teknolojik ve ticari ilişkileri yoğunlaştırmakla diğer yandan da kurumsal ve hukuksal düzenlemelerle ülkelerin oyun alanlarını daraltmaktadır. Ticaret alanında oyunun kuralları gittikçe daha belirgin hale gelmekte ve ihracat teşvikleri gibi devletin elindeki doğrudan destekleme araçları tarihe karışmaktadır. Ticaret kurallarına uymamanın maliyeti artmakta, kalkınmakta olan ülkelerin anti-dumping, telafi edici vergi ve kotalarla karşı karşıya kalma ihtimalleri yükselmektedir. Bugünün dünyasında Uzak Doğu ülkelerinin 1960-1980 döneminde başvurduğu spesifik sektörleri seçip doğrudan doğruya destekleme politikalarını uygulamak mümkün değildir. Uluslararası kurumsal ve hukuki kısıtlamaların ötesinde mali piyasaların hızla küreselleşmesi de devletin elindeki teşvik enstrümanlarını azaltmaktadır. Kore'nin ihracat performansında etkili olan kontrol altındaki mali sektörden kredi tahsisleriyle şirketlerin desteklenmesi finansal sermayenin büyük bir hareketlilik gösterdiği günümüzde imkansızdır (Öniş, 1994).

Yeni ticaret teorileri ve yaklaşımları gittikçe eksik rekabet, ölçek ekonomileri ve dışsallıklar gibi konuların ticaretteki önemine eğilmektedir. Bu yaklaşımlar gelişmekte olan ülkelerin ticaret politikalarında yeni alanlara işaret etmektedir. Bu alanlar doğrudan sübvansiyonlar gibi alışılmış müdahale araçlarının tersine, devletin "bilgilendirme ve bilgi toplama" ve "yönlendirme" işlevleridir (Safadi, 1992; Ocampo, 1993). Bu yeni araçlar ihracatın bir bütün olarak görülmesini ve ihracatı bütünleyen alanlara destek verilmesini içermektedir.

Devletin destek verebileceği yeni alanların başında ihracatta önemli dışsallıklar yaratan altyapı ve eğitim gelmektedir. Altyapının sağladığı hizmetlerin kalitesi ekonominin büyüme hızını tayin edici bir önem taşımaktadır.<sup>10</sup> İktisadi gelişme ve bu bağlamda ihracat kapasitesinin artırılmasında en etkin uzun vadeli politikanın insan kaynaklarına yapılan yatırım olduğu da karşımıza tartışma götürmez bir bulgu olarak çıkmaktadır.

Bir diğer dışsallık yaratan alan pazarlamadır (Keesing ve Lal, 1992). Pazarlama

<sup>10</sup> Dünya Bankası'nın 1994 yılı Kalkınma Raporu'nun teması "gelişme için altyapı"dır (World Bank, 1994c) Dünya Bankası'nın son Çin raporu ortalama yüzde onlara ulaşan kalkınma hızının devamının önündeki en büyük engeli altyapı olarak tespit edilmiştir

desteğinin temel özelliği “bilgi yoğun” olmasıdır. Devlet ihracat yapılacak ülkelerin mevzuatları, teknik standartları, pazar yapıları gibi konularda ihracatçıları bilgilendirebilmelidir.

Bilginin öne çıktığı bir diğer alan ürün farklılaştırmasıdır. Devletin sağlayacağı ürün geliştirme, çeşitlendirme ve tasarımına yönelik AR-GE destekleri yeni pazarlara girilmesinde etkin olmaktadır (Ocampo, 1993).

### ***Başarılı bir Kurumsal Yapının Temel Özellikleri***

İhracatı teşvikte hükümetlerin elinde kalan en önemli destek araçları kurumsal desteklerdir. Kurumların temel görevi ekonomideki aktörler (devlet ve girişimciler) arasındaki “bilgi akışını” sağlamaktır. Bir kurumun “hangi kullanıcıya” hizmet ettiğinin iyi belirlenmesi ve bilgi toplama, yorumlama, bilgilendirme işlevinin öne çıkarılması gerekmektedir. Örneğin kendisine potansiyel ihracatçıları hedef kitle seçen bir kurumla, halen ihracat yapan yerleşmiş girişimcilerin sorunlarına yönelen bir kurumun vereceği ve toplayacağı bilgiler farklı olacaktır.

İhracatı etkin bir şekilde destekleyecek kurumsal yapının önemli özelliklerinden birisi ihracatın geniş bir tanımının benimsenmesi ve bu geniş tanıma uygun destekleyici bir bakış açısı ve yapı benimsenmesidir. İhracatı desteklemenin hedefi sadece Türkiye’de üretilen mal ve hizmetlerin yurt dışına daha büyük miktarlarda satılmasını sağlayacak mevcut üretici ve ihracatçılara yönelik önlemler olarak değil, ülkedeki ihracat potansiyelini artıracak ve ihracata destek veren finansman, pazarlama, ulaştırma, iletişim, kalite kontrol, insan kaynakları gibi alanları bir bütün olarak destekleyecek önlemler şeklinde algılanmalıdır.

Kurumlar oluşturulurken dikkat edilecek bir diğer nokta bunların bugünün ihtiyaçlarına olduğu kadar yarının ihtiyaçlarına da cevap verebilecek esneklikte oluşturulmasıdır. Bu esneklik herşeyden önce kurumlarla bu kurumların kullanıcıları arasındaki iletişime ve kullanıcılardan yeni oluşan ihtiyaçları hakkında bilgi edinilmesine bağlıdır.

İhracatı desteklemenin temel amacı dünya ekonomisinin yarattığı fırsatlardan yararlanmak için gerekli “arz tepkisini” yaratmaktır. Bu tepkinin oluşması ise girişimcilerin yarınlarını görebilmelerine ve karar alırken belli varsayımlarda bulunabilmelerine bağlıdır. Dolayısıyla herhangi bir kurumsal düzenlemenin sürekliliği ve oynak olmayan bir yapı göstermesi gerekmektedir. Bunun tersi belirsizlik ve çarpıklık yaratacaktır. Süreklilik ekonomik aktörlere açık ve kuvvetli mesajların verilmesini ve ge-



rekli arz tepkisinin yaratılmasını sağlayacaktır (Rodrik, 1989). Bu konuda diğer bir zorunluluk uygulamaların kendi içinde tutarlı olmasıdır (World Bank, 1991).

Kısacası değişen koşullar devlete önemli ve uygulaması oldukça zor görevler yüklemektedir. Devletin yeni konumunun temel özellikleri koordinasyon, yönlendirme ve bilgilendirme olarak ortaya çıkmaktadır. Bunların yapılabilmesi ise her şeyden önce devletin etkin bir kurumsal yapıya sahip olmasını gerektirmektedir.

## **6.1 Kurumsal Düzenleme Önerileri**

### **6.1.1 İhracatın Üst Düzey Örgütlenmesi**

Türkiye’de devletin izlediği dış ticaret politikalarındaki kurumsal sorunların en önemlisi bütüncül bir yapının olmaması ve bunun sonucu ortaya çıkan çok başlılıktır. Bu sorun hem özel sektör, hem de devlet düzeyinde dile getirilmektedir (TİM, 1995; DPT, 1994). Diğer ülke deneyimleri bu alanda yapılacak değişikliklerin ve dış ticaret örgütlenmesinin tek elde toplanmasının başarılı olduğunu göstermektedir.<sup>11</sup> Çok başlılık görevsel etkinsizliği ve işlerin ortada kalmasını beraberinde getirmektedir.

Diğer bir sorun yeterli özel sektör-devlet diyalogunu sağlayacak kurumların olmayışı ve buna bağlı olarak üretilen politikaların uygulama sorunlarıdır. Hem bu diyalogun azlığı, hem de kurumlar arası eşgüdümün zayıflığı devletin hızlı bilgi elde edebilmesini ve karar alabilmesini zorlaştırmaktadır. Devletin ihracatı destekleyici yeni araçlar geliştirebilmesi bilgi ve eşgüdümüne dayandığından bu önemli bir sorun teşkil etmektedir.

Bugün Türkiye’nin dış ekonomik ilişkilerinde karar alan ve uygulayan temel kurum Başbakanlık ve ona bağlı birimlerdir. Başbakanlık başta Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) olmak üzere çeşitli müsteşarlık, danışmanlık ve genel müdürlüklerle büyük bir icracı birim haline gelmiştir. Bugün Başbakanlığa bağlı birimler DTM, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME), Gümrük Müsteşarlığı, Yurtdışı Mütahhitlik Hizmetleri Baş Danışmanlığı, GAP Bölge İdaresi gibi çok çeşitli birimleri kapsamaktadır (DPT, 1994).

Dış ticaretin organizasyonu açısından önemli olan sorumlu birimin konumu ve dış ticareti destekleyecek diğer birimlerle olan ilişkisidir. DTM temel karar ve icra kurumu konumundadır. Ortaya atılan bir görüş bu müsteşarlığın bakanlık haline

<sup>11</sup> Meksika’da dış ticaretin tek çatı altında toplanmasının sonuçları için bakınız, World Bank (1991)

gelmesidir (Boratav ve Türkcan, 1993). Bir diğer görüş oluşturulacak bir ekonomi bakanlığına bağlanmasıdır (DPT, 1994). Bakanlık haline gelecek olan birim tüm karar alma ve yürütme yetkisini kendi çatısı altında toplayacak ve diğer bakanlıklarla eşgüdümü sağlayacaktır. Burada önemli bir sorun oluşturulacak zayıf bir bakanlığın mevcut durumdan daha tehlikeli olabileceğidir. Bu nedenle yapılacak değişikliklerde isim değişikliklerinden çok etkinlik ön plana çıkartılmalıdır.

Öncelikle dış ticareti yönlendiren birimle Maliye ve Gümrük, Sanayi ve Ticaret, Enerji ve Tabii Kaynaklar, ve Milli Eğitim bakanlıkları gibi birimler arasında etkin iletişim sağlanmalıdır. Dış ticaretin başarısında iyi çalışan bir gümrük sistemi, rekabetçi bir iç ticaret ortamı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönltilmesi ve gerekli insan kaynaklarının yaratılması doğrudan dış ticaretten sorumlu birimin görev alanında olmayan, ancak çok belirleyici konulardır (Thomas ve diğerleri, 1990). Dış ticaretten sorumlu birim ihracatı zorlaştıran konularda diğer birimleri uyaracak ve gerekli tedbirlerin alınmasını sağlayacak iletişim ve etkiye sahip olmalıdır. Bunun bir yolu diğer birimler içinde, dış ticareti yönlendiren esas birimle doğrudan ilişki içinde olan birimlerin oluşturulması ve bu birimlerin yakın işbirliğidir.

Bütün bu bakanlıkların dışında Dışişleri Bakanlığı'nın konumu özel önem taşımaktadır. Dışişleri Bakanlığı hem Türkiye'nin dış ticaretinde belirleyici olan AB ile ilişkileri yürütmekte, hem de yurtdışı örgüt ağıyla dış ticarete destek vermektedir. Türkiye AB ile ilişkilerini yönlendirecek bir yapı geliştirerek ya bu konuyu Dışişleri bünyesinde bırakacak ya da bir Devlet Bakanlığı oluşturacaktır (DPT, 1995a). Her iki durumda da bu birimin dış ticareti yönlendiren birimle ilişkisi önem taşımaktadır. Türkiye'deki bakanlık yapısında bakan yardımcılıklarının olmaması Dışişleri'nde AB biriminin Genel Müdürlük gibi alt bir düzeyde örgütlenmesini gerektirmektedir.<sup>12</sup> Bakan Yardımcılıklarının oluşturulması, AB'den sorumlu bakan yardımcısı ile dış ticaret biriminin iletişimini güçlendirebileceği gibi, bu bakan yardımcısının otomatik olarak dış ticaret müsteşarı olması benzeri bir uygulama önemli bir kurumsal birlik sağlayabilecektir. Benzer bakan yardımcılıkları diğer bakanlıklarla olan ilişkilerde de kullanılabilir.

Özellikle pazarlama, tanıtım, ve ticari bilgi toplama konularında Dışişleri'nin yurtdışı örgütünün mutlaka dış ticaretten sorumlu birimle daha sıkı ilişki halinde olması gerekmektedir. Bugünkü yapıda Dışişleri'nin ihtisas birimleri ikinci planda kalan zayıf birimler olmaktadır (DPT, 1994). Bunun alternatifi dış ticaretin kendi yurtdışı örgüt yapısını oluşturmasıdır. Her durumda israfın önlenmesi için Dışişleri

<sup>12</sup> Müsteşarlar örgütten sorumlu olup bir bakan yardımcısı konumunda değildir. Yani bakanlar kurulu ve benzeri platformlarda bakanlıklar arası koordinasyonu gerektirecek konularda inisiyatif alamazlar

ile bu konuda ortak bir kaynak havuzunun geliştirilmesi şarttır.

Dış ticarete temel sorunlardan birisi olan eşgüdüm sorununun çözülmesinde iki önemli kurumsal düzenlemeye ihtiyaç vardır. Bunlardan ilki ilgili kurumlar ve özel sektörün iletişimini sağlayacak yapıdır. Bu başarılı Uzak Doğu ekonomilerinin temel özelliklerinden birisini oluşturan ve başka ülkelerde de uygulanabilirliği olan bir kurumsal düzenlemedir (World Bank, 1993). Diğer ise ihracatı geliştirmekten sorumlu birimin bilgilendirme ve eşgüdüm işlevinin geliştirilmesidir. Türk dış ticaretinin kurumsal örgütlenmesinde akla gelebilecek her fonksiyon için bir kurum mevcutsa da bunların etkinliği ve uyumu tartışma konusudur. İGEME bu sözünü ettiğimiz işlevi yerine getirmek için oluşturulmuş olsa da etkiliği olmayan bir kurumdur. Buna karşılık son zamanlarda KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), bilhassa GB çerçevesi içinde bilgilendirme ve koordinasyon alanında önemli atılımlar yapmaktadır.

İhracatçı birlikleri gibi özel sektör örgütlenmelerinin dış ticaret politikalarının oluşturulması ve uygulanması aşamalarındaki yerlerinin güçlendirilmesi özel sektörle iletişim, bilgi akışı ve eşgüdümün diğer bir parçası olmalıdır. Bu alanda 1994'te ihracatçılar birliklerinin kurduğu Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) önemli bir forum oluşturmaktadır. Devlet böyle kurumların işlevlerini artırarak kendi üzerindeki yükü azaltmalıdır. Bu örgütler devletin izleyeceği politikaların sürekliliğinde önemli destek mekanizmaları haline getirilmelidir.

Türkiye gibi bir yandan ekonomide kamunun payını azaltmayı ve devleti küçültmeyi diğer yandansa etkin devlet müdahalesini amaçlayan ülkeler önemli bir çıkmazla karşılaşmaktadır. Bu nedenle oluşturulacak yapıların küçük ve etkinliklerinin fazla olmasına çalışılmalı ve politik malzeme yapılmalarından kaçınılmalıdır (Rodrik, 1989). Kurumların yönlendirmeye ve baskılara karşı gelebilmesinde AB Türkiye için önemli bir çerçeve çizmektedir.

### **6.1.2 Alt Düzeyde Düzenlemeler**

Üst düzeyde politikaların üretilmesi ve uygulanması kadar başarılı bir dış ticaret performansı için bürokrasinin alt düzeyde de verimli ve girişimcilerle bilgi alış verişinde bulunan bir yapıya kavuşması gerekmektedir. Bu hizmetin bir yönü ihracat yapmaya karar veren bir girişimcinin hangi belgeler ve kurumlarla karşı karşıya kaldığı ve ne hızda ilerleyebildiğidir. Bu sürecin hızı ve iyi çalışması gittikçe daha rekabetçi bir hale gelen dünya piyasalarında rekabet edebilmenin önemli bir belirleyicisidir.

Alt düzeydeki verimli bir teşkilatlanmanın daha önemli yönü ise devlet desteğinin yatırım, firma veya mal bazından AR-GE, tanıtım, pazarlama, finansman gibi fonksiyon veya aktivitelere kaydırılmasında ortaya çıkmaktadır. 1960'ların başından miras kalan teşvik mantalitesi ve mevzuatına bu yönde yenilikler getirilmeye çalışılmış olsa da bunun enstrümanları geliştirilememiştir. Böyle bir yaklaşımın en önemli enstrümanı alt düzeyde girişimciyle yakın temas içinde olan ve onu takip eden birimlerdir.

### **Prosedürlerin Kolaylaştırılması ve Hızlandırılması**

İhracatçıların ilişki içine girdikleri kurumları şöyle sıralayabiliriz: (i) bağlı oldukları meslek odaları (ihracat belgesi, menşe şahadetnamesi, AB ve EFTA ülkeleri için düzenlenen dolaşım belgeleri), (ii) DTM (ihracat belgesi, standard kontrol belgesi), (iii) Tarım İl müdürlükleri (bitkisel ürün analizleri, çeşitli hayvansal ürün kontrol belgeleri), (iv) İhracatçı Birlikleri (tekstil ve giyim sanayii kotaları), (v) Sağlık, (vi) Tarım ve Köy İşleri, (vii) Orman Bakanlıkları, ve (viii) Gümrükler (muayeneler ve gümrük çıkış belgesi). Bütün bu belgelerin hızlı ve doğru bir şekilde doldurulması ve ilgili otoriteler tarafından cevaplandırılması ihracatçıların rekabet edebilmelerinin önemli bir önşartıdır. Böyle bir düzenlemede şu noktalar gözönünde tutulmalıdır:

(i) Herşeyden önce ihracatçı bütün belgeler ve kurumlar hakkında doğru bilgi edinebilmeli, örnek doldurulmuş belgelere ulaşılabilmelidir. Bunun bir yolu kurulacak bir "ihracat bilgi bankası" ile her girişimcinin işlemlere başlamadan önce belli bir bilgi paketini almasını mümkün kılmaktır. Bu kapsamda KOSGEB'in Avrupa Bilgi Merkezi örneği incelenmelidir.

(ii) Belgelerin ve kurumların "toplulaştırılması" alınabilecek bir diğer önlemdir. İstanbul gibi ihracatçıların yoğun olduğu kentlerde oluşturulacak "dış ticaret merkezlerinde" odalar, DTM, ve bakanlıkların ilgili birimlerinin fiziksel yakınlığı sağlanarak, işlemlerin en az zaman kaybıyla bitirilmesi hedeflenmelidir.

(iii) Etkinliği artıracak bir başka uygulama tüm belgelerin onayı için gerçekçi, ancak kesin uyulması gerekli zaman sınırları oluşturulmasıdır. Böylece ilgili kurumların daha verimli ve gözetim altında çalışması sağlanabilecektir (Wu ve Chuang, 1994).

(iv) Bütün bunları kapsayacak şekilde ihracatçı ve devlet kurumları arasında iletişimi artıracak bir bilgisayar ağı oluşturulabilir. İnternet benzeri çalışacak bir sistemle ihracatçıların ilgili belgelere, onaylara ve bilgilere ulaşmaları kolaylaşacak ve hızlanacaktır.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Böyle bir bilgisayar ağının Singapur'daki uygulaması için, bakınız, Wan ve diğerleri (1992), World Bank (1995)

### **İhracat Kredisi ve Sigortası**

Devletin çeşitli düzeylerdeki müdahalelerine temel teşkil eden ekonomik argüman bazı piyasaların görevlerini yapamamalarıdır. Bu durumlarda piyasa mekanizması kaynakları etkin bir şekilde dağıtamamaktadır. Bunun tipik örneği ihracat yapacak firmaların kredi bulmaktaki zorluklarıdır. Genelde bankalar daha güvenli gördükleri iç pazara yönelik kredilere ağırlık vermektedirler. Bu ve benzeri piyasa aksaklıklarında temel sorun bilgi yokluğudur. Bu durum devletin bilgiyi toplama, paylaşma ve dağıtma görevini öne çıkarmaktadır. Kredilerde önemli bir sorun olan ihracat kredi sigorta sistemi ancak, pazarlar, ürünler ve üreticiler ile ilgili güvenilir bilgilerin olmasına bağlıdır. Burada devlet piyasadaki aktörlere göre daha avantajlı bir durumdadır. Devletin etkin bir yönlendirmeyi başarabilecek kapasiteye ulaşması doğru bilgilere ulaşabilmesine bağlıdır. Devletin ihracat örgütünün piyasada tek tek firmaların elinde bulunmayan bilgileri toplayıp ve bunun dışsallığından yararlanacak bir avantajı vardır.

### **6.1.3 Özel Sektör - Devlet İletişimi**

Devletin gerek üst, gerekse alt düzeyde etkin bir kurumsal yapıyı işletebilmesinin iki temel şartı özel sektörle iletişim ve doğru bilgilere ulaşabilmektir. İlk sorunun çözümü 1980'li yıllarda kısa bir süre faaliyet gösteren “ihracat konseyi”nin tekrar oluşturulmasıdır. Bu süreçte TİM'in önemli bir rolü olacaktır. İkinci konuya bir çözüm olarak İGEME'nin yeniden yapılandırılıp - KOSGEB'le koordinasyon içinde - daha etkin bir hale getirilmesi düşünülebilir.

İhracat konseyleri, özellikle Kore ve Japonya gibi başarılı Asya ülkelerinde denenmişlerdir. Malezya ve Tayland gibi daha geç dışa açılan ülkeler de bu uygulamayı denemişlerdir (World Bank, 1993). Japonya'da MITI (Ministry of International Trade and Industry) çerçevesinde oluşan bu tür konseyler daha çok belirli sorunların çözülmesine yönelik olarak şekillenirken, Kore'de ihracat hedeflerinin ve gelişmelerinin ne durumda olduğunun izlendiği ve geniş katılımlı ihracatı geliştirme toplantıları olarak oluşturulmuşlardır (Rhee ve diğerleri, 1984). Bu toplantılarda sadece dış ticareti doğrudan yönlendiren birimler değil Dışişleri, Gümrükler, Sanayi ve Ticaret Bakanlıkları bürokratları da hazır bulunmalıdır.

Türkiye'deki tek resmi ihracatı geliştirme kuruluşu olan İGEME'nin bu işlevi

yerine getirebildiğini söylemek mümkün değildir. Kağıt üstünde bakıldığında örgüt yapısı ve sorumlulukları açısından İGEME diğer ülkelerdeki başarılı örneklerine andırmaktadır.<sup>14</sup> Uygulamadaysa İGEME'nin önemli bir yeri olduğunu söylemek mümkün değildir. Her ne kadar İGEME'nin bazı işlevlerini meslek odaları gibi bazı kuruluşlar pratikte yerine getiriyor olsa da girişimcilere hızlı ve doğru bilgi sağlayacak kaynak ve örgütsel ağı kuvvetli bir kurumun verebileceği hizmetler bunun çok ötesindedir. Bu nedenle İGEME'nin etkin hale getirilmesi ve bir "ihracat bilgi bankasına" dönüştürülmesi zorunludur.

İGEME gibi bir kuruluş iki yönlü bilgi akımının odağıdır. Bir yandan girişimcilerin pratik sorunlarına yardımcı olurken, diğer yandan politika üreten karar alma birimlerine bilgi sağlamalıdır. Daha çok küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşan potansiyel ihracatçıların desteklenmesi, ihracatta ve ithalattaki pratik bilgilerin toplanması ve değerlendirilmesine yönelik bilgi bankası işlevi ve gittikçe daha önem kazanan tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine katkı İGEME'nin işlerlilik kazandırması gereken alanlardır. İGEME'nin şu anda çok zayıf olan yurtdışı örgüt ağının güçlendirilmesi de gerekmektedir. Gerek bir bilgi bankası oluşturulmasında, gerekse yurtdışı örgüt ağının kurulmasında yakın bir İGEME-KOSGEB koordinasyonu ve işbölümü gerekmektedir.

İGEME gibi bir kuruluş üzerine düşen bu çok kritik görevleri ancak özel sektörle dayanışma içinde yerine getirebilir. Kore'deki başarılı örgüt KOTRA bütçesinin önemli bir kısmını üyelik aidatları ile karşılamakta ve bilgi toplama alanında özel sektör kaynaklarından istifade etmektedir. Türkiye'de çok etkin bir özel sektör kuruluşu olan Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) KOTRA'nın bu özelliğini taşımaktadır. İGEME ile DEİK'in yakın işbirliğini ve kaynaklarının havuzlanmasını sağlayıcı bir çerçeve düşünülmelidir.

1980'li yıllarda kısa bir süre faaliyet göstermiş olan ihracat konseyinin tekrar canlandırılması yönünde bir adım TİM ve DTM'nin Aralık 1995'te ortak düzenledikleri "Ulusal İhracat Strateji ve Modelleri Tartışma Platformu"nda atılmıştır. Siyasetçiler, bürokratlar ve akademisyenlerle iş dünyasını biraraya getiren bu forumda Türkiye'de uzun süredir ilk defa kısa vadeli mülahazalar aşılmış ve uzun vadeli hedefler ve yöntemler tartışılmıştır (TİM, 1995b). Ne yazık ki DTM ortaya çıkan görüşlerin takipçisi olabilecek bir yapıya sahip değildir.

<sup>14</sup> İGEME benzeri kurumların genel özellikleri için, bakınız, ITC (1975), İGEME ve Kore'deki başarılı ihracatı geliştirme kuruluşu için, bakınız, İGEME (1991), KOTRA (1990).

# B Ö L Ü M

STRATEJİK BİR HAMLE  
ÖNERİSİ:  
ALTYAPI SEFERBERLİĞİ





## **7. STRATEJİK BİR HAMLE ÖNERİSİ: ALTYAPI SEFERBERLİĞİ**

### **7.1 Coğrafi Konum ve Tarihi Şans**

Soğuk Savaşın bitip, Sovyetler Birliği'nin dağılması ve eski Doğu Blok'u ülkelerinin piyasa ekonomisine geçiş süreci coğrafi konumu dolayısıyla Türkiye'ye - ekonomik ve politik - tarihi bir şans tanımıştır. Bunun getirdiği kısa vadeli avantajların pekiştirilip uzun vadeli hale gelmesinde devlet politikalarının önemli bir rolü olacaktır. AB ile gümrük birliği ve Orta Doğu'daki barış süreci de Türkiye'nin coğrafi konum avantajını öne çıkartan ve buna yeni eksenler ilave eden oluşumlardır. Sağlık ve eğitim dahil altyapı yatırımları ve devletin tüm mal ve hizmet ihracatına yönelik bilgilendirme, koordinasyon ve yönlendirme etkinlikleri değişik sektörlerdeki tüm girişimci şirketlerin bu tarihi şansı değerlendirmesine yardım edecektir.

Orta Asya petrollerini büyük pazarlara taşımada coğrafya Türkiye'ye adeta bir doğal tekel vermiştir. Aynı coğrafya turizmde de büyük bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu en büyük "kaynaklardan" birinin coğrafi konumu olduğunu kabul edip yukarıdaki örnekleri genelleştirsek şöyle bir netice çıkmaktadır. Bu kıt kaynağın girdi olarak yoğun şekilde kullanıldığı mal ve hizmetlerin üretim ve satışında Türkiye'nin önemli bir ticari avantajı vardır. Coğrafi konumun en önemli girdi olarak kullanıldığı alanların başındaysa hizmetler gelmektedir. Çünkü birçok hizmetin satışı kullanıcı ile üreticinin aynı veya yakın mekanda olmasını gerektirmektedir.

Türkiye'nin toplam ihracatı içinde hizmetlerin payı uluslararası mukayeselerde yüksektir ve bu oranın artması beklenmektedir. İhraç edilen hizmetlerden coğrafi konuma dayanan taşımacılık, haberleşme, turizm ve müteahhitlik hizmetlerinde büyük hamleler ön görülebilir.

Orta Asya petrollerinin Batı'ya taşınmasında büyük çapta bir uluslararası rantın mevcudiyeti ortadadır. Büyük bir olasılıkla Türkiye bu rantın önemli bir kısmını kendine çevirecektir. Bu olumlu gelişmeler devlet girişimleri ile gerçekleştirilmiştir. İlk merhalede çıkartılacak petrolün sevkiyat güzergahında bir pozisyon yakalayan Türkiye tutarlı bir politika izlediği taktirde avantajını pekiştirecek ve ana nakil hatlarının önemli bir kısmının üzerinden geçmesini sağlayacaktır. Türkiye'nin bu bağlamda değerlendirmesi gereken çok önemli potansiyel, petrol gelirleriyle kısa zamanda zenginleşecek Orta Asya pazarında oluşacak büyük mal ve hizmet talebidir. 2000'li yılların başında bilhassa Azarbeycan, Kazakistan ve Türkmenistan'da

1970'lerin ortasında Suudi Arabistan, Libya ve Körfez ülkelerindekine benzer bir talep patlaması yaşanılacaktır.

### **7.1.1 Stratejik Bir Hamle Önerisi: Altyapı Seferberliği**

Türkiye'nin bölgede petrol sevkiyatı konusunda aşıkâr olan tekel gücü ve rantlar, daha az olmakla birlikte, diğêr taşımacılık konularında, haberleşme, turizm, müteahhîlik ve hatta bankacılık ve sigortacılık gibi hizmet sektörlerinde de potansiyel olarak mevcuttur. Bu gücü pekiştirecek ve rantların Türkiye'ye kaymasını sağlayacak olan politika devletin acilen çok büyük bir altyapı hamlesine öneyak olmasıdır.<sup>15</sup> Böyle bir hamle aynı zamanda Türkiye'nin yabancı yatırımcılar açısından cazibesini de artıracaktır.

Bu altyapı hamlesinin acil ve çok büyük çapta olması stratejik bir unsurdur. Hamlenin rakip komşu ülkelerde benzeri kapasitelerin yaratılmasında caydırıcı olması gerekmektedir. Aksi taktirde coğrafi konumdan doğan tekel gücü pekiştirilemez. Stratejik bir hamle yapılmayıp bölgedeki ülkeler altyapı kalitesini tedrici olarak artıyorsa şirketlerin uluslararası rekabeti kızışır, karlar azalır. Yani Türkiye'nin kendine çevirebileceği rant unsuru birçok alanda ortadan kaybolur. Yabancı yatırımcıları çekmek açısından da kararlılık ve diğêr ülkeleri caydırıcılık önemlidir. Büyük çapta bir altyapı hamlesi Türkiye'yi Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri sıralamasının üzerine taşıyacaktır.

### **7.1.2 Altyapının Finansmanı**

Böyle bir altyapı seferberliğinin iki ön koşulu vardır. Birincisi devlet maliyesinin islah edilmesi, ikincisi ise (birinciden bağımsız olmayan) özelleştirme ve her ticari alanın özel sektöre açılmasıdır.

Kalkınmakta olan ülkelerin genelinde altyapı finansmanının büyük bir kısmını devlet üstlenmektedir.<sup>16</sup> Buna karşılık son yıllarda bilhassa Latin Amerika ve Uzak Doğu ülkelerinde iç ve dış yatırımcıların rolü büyük bir hızla artmaktadır. Bu konuda Arjantin, Meksika, Çin, Malezya ve Filipinler önde gelmektedirler. Bu ülkelerde en büyük özel sektör hamleleri telekomünikasyon, enerji ve ulaştırma alanlarında görölmektedir.

Bir altyapı seferberliğinde devletin mali gücü üç alanda öne çıkmaktadır. Birincisi, bilhassa orta vadede ticari getirisi nispeten az, ama kalkınmaya etkisi

<sup>15</sup> Ülkelerin altyapısının, özellikle telekomünikasyon ağının yaygınlığının ihracat üzerindeki önemli etkisi Mody ve Yılmaz (1994) tarafından geniş bir gelişmekte olan ülke grubu için kanıtlanmıştır

<sup>16</sup> Kalkınmakta olan ülkeler yılda 200 milyar dolar civarında altyapı yatırımı yapmaktadırlar Bunun %90'ı devlet tarafından vergi gelirleri, borçlanma, borç garantisi veya dış yardımlarla karşılanmaktadır (World Bank, 1994c)

önemli projelere devletin kendi kaynaklarından, borçlanarak veya güvence temin ederek finansman sağlamasıdır. İkincisi, girişimcilerin ülke kaynaklarını bu alana aktarabilmeleri için devletin borçlanma gereğinin azalması lazımdır. Başka bir açıdan, reel faizlerin düşmesi, yatırımın alternatif maliyetinin azalması gerekmektedir. Nihayet, dış finansman kaynaklarının makul vade, faiz ve şartlarda altyapı yatırımlarına çekilebilmesi için ülkenin kredibilitesinin sağlam olması şarttır.

Kalkınmakta olan ülkelerde özel sektörün altyapı yatırımlarında kullandığı en yaygın yöntem proje bazında kurulan konsorsiyumlardır. Yap-işlet-devret modellerinin çoğu bu yöntem çerçevesindedir. Bu konsorsiyumlar kurulduğunda geçmişte bir faaliyetleri olmadığı için gerekli kredileri projenin ileride yaratacağı kazançlar karşılığında almak durumundadırlar. Bu durumda finansörler için üç önemli risk ortaya çıkmaktadır. Birincisi projenin tamamlanışının gecikmesi veya öngörülen maliyetin üzerinde gerçekleşmesidir. İkincisi devletin oyun kurallarını değiştirmesi neticesi meydana gelecek zarar, üçüncüsü ise talebin yeterli olmaması durumundaki ticari kayıptır. İlk riski finansörler inşaatı yapan şirketlere yükleyerek ve onları denetleyerek genellikle çözümleyebilmektedirler. İkinci riskte devletin güvence ve garanti sağlaması akılcı çözümdür. Tamamen ticari olan riski ise konsorsiyumun yüklenmesi ve devletin, istisnai projeler haricinde, bu riske katılmaması gerekir.

Altyapı yatırımlarına bir (yerli veya yabancı) şirketin doğrudan doğruya girmesi veya bir konsorsiyum içinde liderlik üstlenip öz varlıklarını kısmen veya tamamen alınacak kredilere karşılık olarak göstermesi de mümkündür. Avrupa ve ABD menşeli bazı şirketler kalkınmakta olan ülkelere bu yöntemle yatırım yapmaktadırlar. Daha fazla risk profiline karşılık şirketlerinin kredi tarihçeleri sayesinde daha ucuza finansman imkanları yaratmaktadırlar.

Her durumda altyapı yatırımlarının büyüklüğü dolayısıyla çoğu kez ana para iç ve dış finansman piyasalarından gelmektedir. Değişik piyasalarda bu kaynak tahvil, hisse senedi, banka sendikasyon kredileri veya tasarruf ve sigorta fonları ağırlıklı olabilmektedir. Ayrıca, IFC (International Finance Corporation), Dünya Bankası'nın ECO (Extended Cofinancing Facility) ünitesi, EIB (European Investment Bank) gibi kuruluşlar devreye sokulduğunda çarpan etkisiyle özel kaynaklardan bulunan finansman genelde bu kuruluşların koyduğu miktarın on katına ulaşmaktadır.

Birçok altyapı yatırımında ise devlet kaynakları ve güvencesi kaçınılmaz olup, özel sektör ortaklıklarının getirdiği karşılıklı denetim ile verim ve kalite artışı hedeflenmektedir (World Bank, 1994c).

Makroekonomik dengelerin sağlanması haricinde bir altyapı seferberliğinde

devletin üstlenmesi gerekeni beş maddede toplayabiliriz: (i) özelleştirmenin tamamlanması ve her ticari alanın özel teşebbüse açılması, (ii) altyapı projelerine garanti veren bir düzenleme, (iii) finansman (bilhassa 'co-financing') konusunda girişimcilere yol gösterilmesi, (iv) kalkınma ve ihracat için kritik altyapı yatırımlarının saptanıp projelendirilmesi, ve (v) altyapı hizmetlerinin fiyat ve kalitesinin denetimi için gerekli düzenlemeler.

## 7.2 Turizm Sektörü

Bir altyapı hamlesinin bütün mal ve hizmet sektörlerine olumlu etkisi olacaktır. Ancak turizm ve müteahhitlik hizmetleri, değişik nedenlerden dolayı, böyle bir hamleden en çok etkilenecek sektörler arasındadır.

Türkiye'de yatırım teşviklerinin en etkili olduğu alan belki de turizm olmuştur. 1984-1994 döneminde tesis sayısı 642'den 1,729'a, yatak sayısı 68 binden 265 bine çıkmıştır (Tablo 7.1). Türk turizminin önündeki darboğaz tesis değil altyapıdır.

Türkiye coğrafi konumu dolayısıyla tüm Avrupa'lı turistler açısından avantajlı olmakla beraber Karadeniz ülkeleri ve Orta Doğu'dan gelen turistler bakımından büyük bir imtiyaza, hatta bir miktar tekel gücüne sahiptir. "Bavul turizminin" çok önemli olduğu bu bölgede sadece yolculuk ve taşıma maliyetleri değil, arz edilen malların çeşitliliği ve ucuzluğu Türkiye'yi çok cazip kılmaktadır.

Havaalanları, limanlar, hava ve deniz nakliyat, şehiriçi taşımacılığı ve benzeri altyapının yetersizliği Türkiye'nin bu potansiyalden tam faydalanamamasına yol açmaktadır. Daha vahimi, altyapıda önemli bir hamle yapılmadığı takdirde bazı komşu ülkelerin bu potansiyele ortak olmaya çalışacakları gerçeğidir. Uygulamaya konulacak bir altyapı seferberliği bölgedeki ülkelerin bu alanlarda kapasitelerini arttırmalarında caydırıcı bir rol oynayacaktır.

Akdeniz ülkelerine gelen turist sayısının dağılımına bakılırsa Türkiye'nin genel anlamda bir tekel gücü olmadığı görülür (Tablo 7.2). Yunanistan'a gelen turist sayısı Türkiye'ye gelenin bir buçuk katı, İtalya'daki rakam sekiz, İspanya'nınki de Türkiye'dekinin dokuz katıdır. Buna karşılık trend Türkiye'nin lehine gelişmektedir. Birçok Akdeniz ülkesinde tesisler ticari ömürlerini doldurmaya yüz tutmuştur. Türkiye'nin, bir anlamda çok israflı bir yatırım olan, beş yıldızlı yeni otel sayısı adeta caydırıcı bir nitelik taşımaktadır.

Politik ve ekonomik stabiliteye kavuşmuş bir Türkiye turistik cazibesini arttırdıkça bu sektörde bir rant kazanmaya başlayacaktır. Bu rantın sağlanması hem ül-

kenin kültürel renkliliğinin tanıtımı, hem de sunulan hizmetlerin kalitesinin artması neticesinde mümkündür. "Ucuzcu" turistlere hitap eden bir politika bunu mümkün kılmaz. "Pahalı" turistin de uçaktan inince en geç bir saat içinde otelinde olabilmesi lazımdır.

### **Turizm Sektöründeki Gelişme**

Türkiye'nin 1963'de 7.7 milyon dolar olan turizm gelirleri 1993'de 4 milyar dolara ulaşmış, toplam ihracatın %2.1'ini ve GSMH'nin %0.1'ini oluştururken bu rakamlar yaklaşık %25 ve %3 ulaşmıştır (Tablo 7.3 ve 7.4). 2000 yılı için Turizm Bakanlığı'nın hedefi 13-15 milyon turist ve 10 milyar dolar gelirdir.

Uluslararası bir kıyaslama yapıldığında Türkiye'nin turizm hamlesin önemli olduğu görülür. 1963-1990 arasında dünyada turist sayısı yaklaşık 5 kat, sağlanan gelir 26 kat artmıştır. Aynı dönemde Türkiye'ye gelen turist sayısı yaklaşık 26 kat, sağlanan gelir 473 kat artmıştır. Bu yüksek performansı tayin eden 1984 yılından itibaren kaydedilen turist sayısındaki yıllık ortalama % 20 ve sağlanan gelirdeki senelik ortalama %35 artıştır.

Turizm geliştirmekte olan ülkeler için istihdam ve ödemeler dengesi açısından çok önemli bir yer tutmaktadır. Turizm sektöründe her 10 kişilik yatak kapasitesi 7 personelin istihdamına yol açmaktadır (TURSAB, 1995). Turizm sektörü yatırım aşamasında bankacılık, ulaşım, hayvancılık, tarım, ormancılık, tekstil gibi 13 sektöre, işletme aşamasında da 21 sektöre önemli katma değer sağlamaktadır. Sektör yatırımlarının çarpan etkisi 2 olup her 1 TL tutarındaki turizm yatırımı doğrudan ve dolaylı çarpan etkisiyle ülke ekonomisine 2 TL düzeyinde katkıda bulunmaktadır (TURSAB, 1995). Tüm bunlara ek olarak sektör yatırımlarının %86'sı yurtdışında yapılan üretimden karşılanmaktadır.

### **Dünya Turizmindeki Gelişme**

Dünya turizm gelirleri 1993 yılında ekonomik durgunluğa rağmen 304 milyar dolara ulaşmıştır. Bu toplam ihracatın %8'ini, hizmet ihracatının ise %30'unu oluşturmaktadır. Turizm genel ihracat sıralamasında birinci durumda olup petrol ve motorlu araçlar ticaretinden önce gelmektedir. Geliştirmekte olan ülkelerin turizm gelirleri toplam ihracatlarının %9'unu, hizmet ihracatının da %35 kadarını oluşturmaktadır (WTO, 1994). 2010 yılına kadar uluslararası turist sayısını yılda ortalama

%3.7 bir artış beklenmektedir. Böylece 1990-2010 döneminde bu sayı iki misline çıkarak bir milyara yaklaşacaktır.

Önümüzdeki yüzyılda turizmini şekillendirecek sosyal değişimlerin başında, özellikle sanayileşmiş ülkelerde ancak artan bir oranda gelişmekte olan ülkelerde, nüfusun yaşlanması gelecektir. Yaşlanan bir demografik yapı ve gelişen dünya ticaretiyle zenginleşen bir piyasada daha bilgili ve bilinçli bir tüketici, dolayısıyla turist, kitlesi oluşmaktadır.

### **Türk Turizminde Mevsimsel Dalgalanmalar**

1969-1993 arasında ülkeye giriş yapan yabancıların aylık dökümüne bakıldığında - 1980'li yılların başından itibaren turist sayısındaki önemli artışın yanı sıra - göze çarpan mevsimsel dalgalanmaların çok belirgin olmasıdır (Şekil 7.1). Tipik olarak aralık-ocak aylarında en düşük düzeyde olan turist sayısı daha sonraki aylarda düzenli olarak artış göstermekte, temmuz ayında doruğa ulaşmakta ve ilkbahar aylarına kadar düzenli bir düşüş göstermektedir.

Kısacası Türkiye'de turizm ağırlıklı olarak deniz ve güneş turizmidir. Yaz sezonu haricinde tesisler büyük ölçüde atıldır. Turizm sektörünün ülke ekonomisi içindeki payı arttıkça bu atıl kapasitenin önemi artmaktadır. Tesislerin önemli bir kısmının devlet teşvik ve desteğiyle yapılmış olduğu düşünülürse atıl duran kapasitenin alternatif fırsat maliyetinin yüksekliği daha açık olarak ortaya çıkar. Bir ek unsur da sezon dışı turistlerin deniz-güneş turistlerinden daha çok harcama potansiyali olan bir grup oluşudur.

Türkiye'ye giriş yapan turist sayısındaki aylık değişiklikler basit bir regresyon analiziyle trend, mevsim ve konjonktür olarak üç etkene ayrılmıştır.<sup>17</sup> Kasım-mart arası "kış", nisan ve ekim ayları "geçiş dönemi", nihayet turizm sektörünün doruk sezonu olan mayıs-eylül dönemi "yaz" olarak tanımlanmıştır.

Analiz sonuçları ülkeye giren turist sayısındaki artış trendinin yaz döneminde en yüksek olduğunu, kış ve geçiş dönemlerindeyse bu trendin pozitif olmakla birlikte yaza nazaran düşük kaldığını göstermektedir (Şekil 7.2). 1979-1993 döneminde mevsimsel dalgalanmalar azalmamış, bilakis artmıştır. Bu dalgalanmadaki mutlak artış büyük ölçüde gelen turist sayısındaki yükselişten kaynaklanmaktadır. Ayrıca görece olarak da mevsimsel dalgalanma artmıştır. 1980'de kış dönemi gelen turist sayısı yazın gelenlerin %90'ına yaklaşırken bu oran 1993'te %60'a inmiştir. Yani

<sup>17</sup> Regresyon tahminlerinin detaylı istatistikleri yazarlardan temin edilebilir.

kış döneminde yazın bir şekilde kullanılan kapasitenin %10'u atıl kalırken bu oran %40'a çıkmıştır. Tüm yaz döneminde de kapasitenin tam olarak kullanılmadığı hesaba katılırsa konunun önemi ortaya çıkar. Bir yatırım hamlesinde belirli bir kapasite fazlası yaratılabilir. Ayrıca gerek yaz, gerekse kış turizminde mevsimsel dalgalanma kaçınılmazdır. Fakat Türkiye'de kış ve geçiş dönemlerinde giriş yapan turist sayısının yaz döneminden çok daha yavaş yükselmesi kısmen bu konuda bilinçli bir politika izlenmemiş olması ve teşviklerin büyük bir ağırlıkla deniz-güneş turizmine verilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Devletin yol gösterme ve destekleme faaliyetlerinin hizmet ve ürün çeşitlenmesini hızlandırarak mevsimsel dalgalanmayı azaltması lazımdır.

### **Turizme Kurumsal Destek**

- Hizmet yelpazesini çeşitlendirmek için bilgilendirme:
  - ekoloji turizmi, sağlık turizmi, kongre ve konferans turizmi, "üçüncü yaş" turizmi
- Düşük sezonların değerlendirilmesi yolunda bilgilendirme, tanıtım desteği.
- Yeni ürün ve pazarlarda tanıtım desteği.
- Her seviyede turizm elemanı eğitimi.
- Tesislerde ve diğer hizmetlerde mali sorumluluk sigortası şartı.
- Doğal çevrenin korunmasında bilgilendirme ve insiyatifler.
- Karadeniz ve Doğu bölgelerinin turizme kazandırılması.

## **7.3 Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri**

Türkiye'nin geniş anlamda coğrafi konumunun bölgesel piyasalarda önemli bir avantaj yarattığı sektörlerden biri de müteahhitlik hizmetleridir. Bu avantaj malzeme ve teçhizatın nakliyesinden çok kullanılan düşük ve yüksek vasıflı işgücünün coğrafi ve kültürel olarak faaliyette bulunulan ülkeye uyum sağlama kolaylığından kaynaklanmaktadır. 1970'lerin sonunda bir patlama gösteren Orta Doğu ve Kuzey Afrika piyasalarına Türk Müteahhitlerin girişi bu sayede olmuştur. Kazandıkları deneyim ve teknoloji birikimleri ile ticari avantajlarını pekiştiren şirketler ürün çeşit ve kalitelerini geliştirmişler ve Doğu Bloku'nun açılmasıyla ortaya çıkan fırsatları değerlendirebilecek konuma gelmişlerdir.

Uluslararası müteahhitlik piyasalarında bilhassa ABD ve Japon kaynaklı, cirola-

rı 20 milyar doları aşan dev firmaların bulunması (UIC, 1995) bu alanda önemli ölçek ekonomilerinin olduğunun ve büyük rantların varlığının kanıtıdır. Yapılacak kurumsal düzenlemelerin bu sektöre sağlayacağı destek bölgedeki ihalelerde Türk şirketlerinin piyasa payını arttıracak ve rantların ülkeye daha büyük ölçüde akmasına yol açacaktır. Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da 1980'lerde yaşanan petrol zenginliğinin benzeri bazı Türki Cumhuriyetlerde yaşanacaktır. Ödeme zorluğu olmayan pazarda müteahhit parasının önemli bir kısmını buradan yarattığı finansmandan kazandığı için çok rekabetçi olabilmektedir. Ama diğer ülkeler ve en büyük pazarı oluşturan Rusya Federasyonu'nda finansman önemli bir sorun teşkil etmektedir. Devletin dış ülkelerde özel ve resmi kaynaklardan ve uluslararası kuruluşlardan kredi almada yol göstermesi ve desteği, kredi garantileri ve sigortası büyük önem kazanmaktadır.

### **7.3.1 Altyapı Hamlesi ve Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri**

Öngörülen stratejik altyapı hamlesi bundan kullanıcı olarak istifade edecek olan müteahhitlik hizmetlerine önemli bir destek olacaktır. Ama sektör için daha önemlisi bu altyapının inşaatında üstleneceği rolle güçlenmesi ve uluslararası alanda, bilhassa bölgedeki avantajını pekiştirmesi olacaktır.

Türk müteahhitlerinin yurt içi ve yurtdışı hizmetlerini birbirinden tamamen ayırarak mütala etmek mümkün değildir. İnsan kaynağı ve organizasyonun yoğun ve kritik olduğu bu sektörün bölgesel avantajını tam olarak kullanabilmesi için yurt içinde büyük çapta operasyonlarının devam etmesi lazımdır. Makroekonomik dengelerin sağlanmasında devlet öncelikle yatırımları kısıttığı hatta durdurduğu için en büyük darbeyi altyapı inşaatı yemektedir. Bu durumda müteahhitler daha büyük bir çabayla dış pazarları zorlasalar da mali güçleri zayıfladığından bilhassa finansman gerektiren pazarlarda başarı şansları düşmektedir. Ülkedeki altyapı seferberliğinden ivme kapacak olan Türk müteahhitlerin uluslararası piyasalarda, bilhassa bölgede başarı şansları önemli ölçüde artacaktır.



## **İnşaat Sektörünün Dışa Açılışı<sup>18</sup>**

1950'li yıllarda kendine yeterli bir finansal ve teknolojik yapıya kavuşmaya başlayan inşaat sektörünün yurtdışında rekabetçi bir konuma gelmesi Türkiye'de önemli altyapı projelerinden edindiği deneyimle olmuştur. Yurtdışına açılış ancak 1970'lerin sonunda hız kazanmıştır. Yurt dışı sermaye hareketlerinin üzerinde büyük kısıtlamalar varken döviz gelirini arttırmak amacıyla uygulanan teşvik programları Türk müteahhitlerinin Orta Doğu'nun petrol zengini ülkelerinde önemli projeler almalarına yardım etmiştir.

## **Ülke Ekonomisinde İnşaat Sektörü**

İnşaat sektörü bina ve bina dışı inşaat olarak ikiye ayrılabilir. Doğası gereği tüm üretimi yatırım mali sayılabilecek bu sektör yaklaşık 150 kadar yatırım mali arz etmektedir. Bunlar doğalgaz boru hattı döşenmesinden dalgakıran inşaatına, yeraltı ve yerüstü telefon kablosu çekiminden beş yıldızlı turistik otel inşaatına kadar değişik türde ürün içermektedir. Bina-dışı inşaat sektörü çoğunlukla sosyal ve ekonomik altyapı yatırımlarını kapsamaktadır. Bina inşaatı sektörünün en önemli alt dalını ise konut inşaatları oluşturmaktadır. 1990 yılı verileri ile inşaat yatırımlarının %76'si bina, %24'ü bina harici inşaatlardan oluşmaktadır. Bina harici inşaatın %5'i de konut altyapısına ayrılmaktadır. Buna göre inşaat sektörü üretiminin %77'si konut türünde sermaye stokuna eklenmektedir. Dolaylı olarak konut stokunun sabit sermaye birikimi içindeki payı ise %52 dir (UIC, 1995). İnşaat sektörünün toplam istihdam içinde %5-6, GSYİH içinde de yaklaşık %7 gibi bir payı vardır.

## **Yurtdışı Pazar ve Faaliyet Alanlarındaki Değişim**

Düşen petrol fiyatlarıyla Orta Doğu ve Kuzey Afrika piyasaları daralırken Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve Sovyetler Birliği'nin çöküşüyle bu pazara kayan Türk müteahhitlerinin sundukları hizmetlerinin yapısında önemli değişiklikler oluşmuştur.

Temmuz 1995 itibariyle kümülatif olarak yürütülen işlerin %36.1'i konut, %11.7'si bina ve %10.6'sı da altyapı/kanalizasyon alanlarındadır. Daha sonra sırasıyla sanayi tesisleri (%9.9), yol köprü ve tünel yapımı (%6.8), otel/hastane (%6.4), havalimanı/liman (%3.3) ve sulama tesisleri (%2.4) gelmektedir (Tablo 7.5). 1990-95 dönemi 1970-89'la karşılaştırıldığında faaliyet alanlarında önemli değişiklikler

<sup>18</sup> İstatistiksel bilgiler Türkiye Müteahhitler Birliği (TMB) ve Uluslararası Müteahhitler Birliği (UMB/UIC) kaynaklıdır

yaşandığı ortaya çıkmaktadır (Tablo 7.6). 1990 öncesi dönemde %2.7 gibi bir yer tutan sanayi tesisi ve rafineri inşaatları 1990 sonrası dönemde %18.7'ye çıkmıştır. Bina yapımı da yine aynı dönemde %6.2'den %18.5'e çıkmıştır. Otel ve hastane yapımı da 1990 öncesi %3.3'lük bir paya sahipken 1990 sonrasında %10.3'lük bir yere sahip olmuştur. En göze çarpan düşüş ise altyapı ve kanalizasyon yapımında olmuş ve 1990 öncesi Türk müteahhitlerinin faaliyetleri arasında %13.4 yer kaplayan bu faaliyetler 1990 sonrası ancak %7.2'lik yer almaktadır. Konut yapımında küçük bir düşüş olmakla beraber yine de Türk müteahhitlerinin 1990 sonrasında en ağırlıklı olarak faaliyet gösterdikleri alan olmakta devam etmiştir (%33.1).

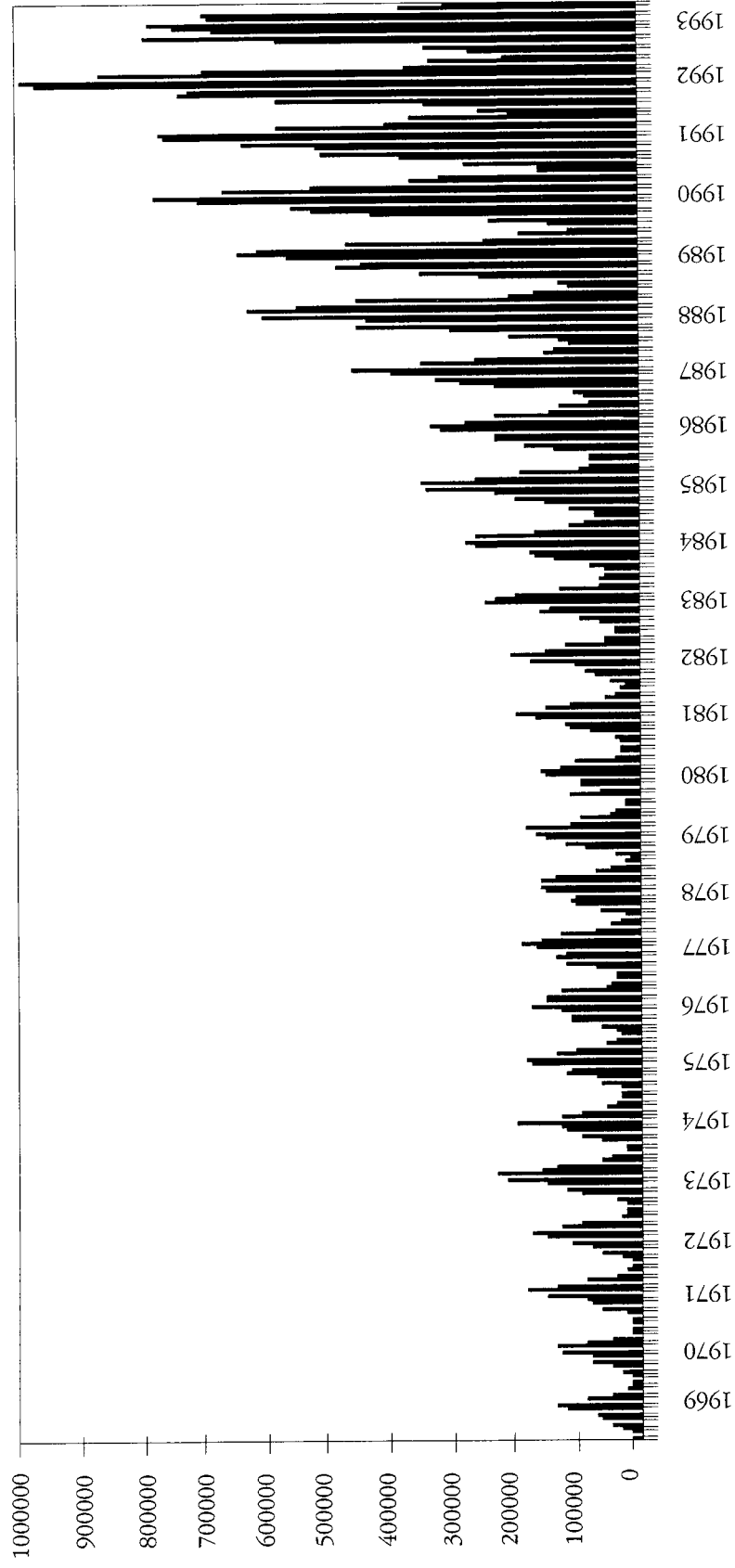
Faaliyet gösterilen ülkelere bakıldığında bu değişikliklerin nedeni açıkça ortaya çıkmaktadır. 1970-89 döneminde en büyük faaliyet alanı %59.8'le Libya, %22.3'le Suudi Arabistan ve %10.8'le Irak iken 1990 sonrasında daha önce yalnız %2.2'lik payı olan Rusya Federasyonu %52.7'lik bir yere sahip olmuştur (Tablo 7.7). Temmuz 1995 itibarıyla yurt dışında devam eden işlerin %62'si eskiden Sovyetler Birliği'ni oluşturan ülkelerdedir (Tablo 7.8). Türkiye Cumhuriyetlerin bu toplamda payı az da olsa, Türk müteahhitlerinin girişimleri o ülkelerdeki faaliyetler içinde önemlidir.

### **Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetlerine Kurumsal Destek**

• "Yurtdışında müteahhitlik hizmeti yapanların devletteki muhatabı bire indirilmeli ve bu kuruluş firmalara daha üst düzeyde - en az genel müdürlük düzeyinde - muhatap olmalıdır. Bu alandaki yetki dağınıklığına bir an önce son verilmelidir" (UIC, 95, s. 67).

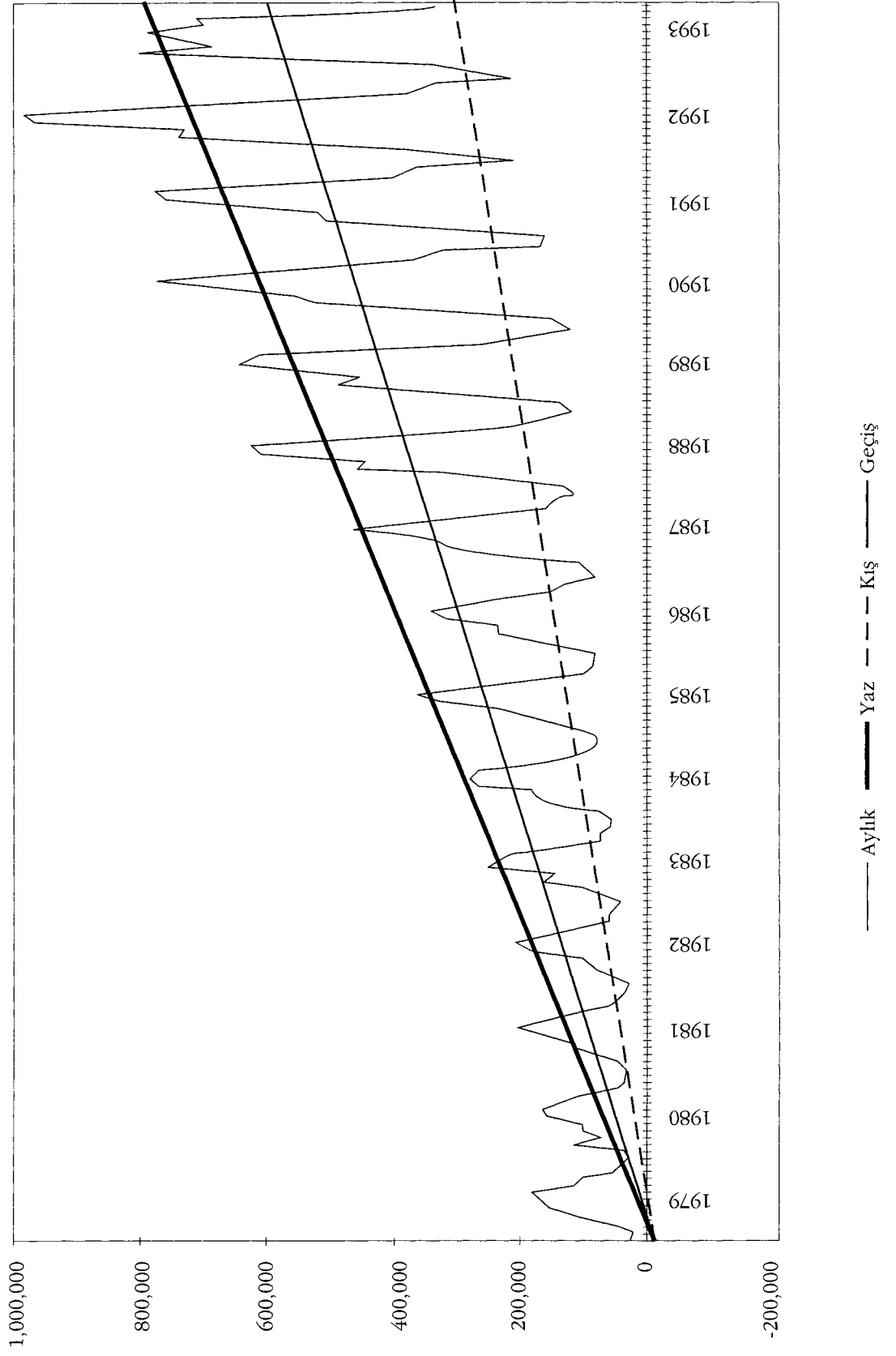
- Kredi garantisi ve siyasal risklere karşı sigorta.
- Teknoloji yenileme ve AR-GE desteği.
- İşçi ve personel eğitimi.
- AB ve diğer yurtdışı standartlar hakkında bilgilendirme.
- Çevre konusunda bilgilendirme.
- Yurtdışı ihaleler konusunda bilgilendirme ve aktif destek.
- Daha fazla Türk işçi ve personel çalıştırmak için alınacak izinlerde aktif destek.
- Yurtdışı vergiler konusunda bilgilendirme ve çift vergilendirmeye karşı aktif destek.

**Şekil 7.1 Türkiye'ye Gelen Yabancıların Geldikleri Aylara Göre Dağılımı, 1969-1993**



Kaynak: İstatistik Bülteni, T.C. Turizm Bakanlığı (1995)

**Şekil 7.2 Türkiye'ye Gelen Yabancı Sayısında Mevsimsel Trend Farklılıkları, 1979-1993**



**Tablo 7.1 Türkiye'de Tesis ve Yatak Sayısı**

|             | <b>Tesis Sayısı</b> | <b>Yatak Sayısı<br/>( 1000 adet )</b> |
|-------------|---------------------|---------------------------------------|
| <b>1984</b> | 642                 | 68.3                                  |
| <b>1985</b> | 689                 | 86.0                                  |
| <b>1986</b> | 731                 | 92.1                                  |
| <b>1987</b> | 864                 | 106.2                                 |
| <b>1988</b> | 957                 | 122.3                                 |
| <b>1989</b> | 1102                | 146.1                                 |
| <b>1990</b> | 1260                | 173.2                                 |
| <b>1991</b> | 1404                | 200.7                                 |
| <b>1992</b> | 1498                | 219.9                                 |
| <b>1993</b> | 1581                | 235.2                                 |
| <b>1994</b> | 1729                | 265.1                                 |

Kaynak: Konaklama İstatistikleri, (1995)  
T C Turizm Bakanlığı Yatırımlar  
Genel Müdürlüğü Araştırma ve  
Değerlendirme Dairesi Başkanlığı

**Tablo 7.2 Toplam Turist Sayısındaki Paylar (%)**

|                   | <b>1984</b> | <b>1985</b> | <b>1986</b> | <b>1987</b> | <b>1988</b> | <b>1989</b> | <b>1990</b> | <b>1991</b> | <b>1992</b> | <b>1993</b> |
|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Türkiye</b>    | 2.05        | 2.39        | 2.12        | 2.43        | 3.32        | 3.54        | 4.11        | 4.53        | 5.56        | 5.08        |
| <b>Yunanistan</b> | 5.85        | 6.43        | 6.50        | 6.82        | 6.56        | 6.77        | 7.11        | 6.78        | 7.67        | 7.74        |
| <b>İspanya</b>    | 41.66       | 39.49       | 41.96       | 43.04       | 43.16       | 42.86       | 39.73       | 43.88       | 43.48       | 44.71       |
| <b>İtalya</b>     | 47.70       | 48.99       | 47.21       | 44.89       | 44.36       | 43.71       | 46.03       | 42.09       | 39.36       | 38.99       |
| <b>İsrail</b>     | 1.22        | 1.31        | 1.06        | 1.29        | 1.03        | 1.13        | 1.02        | 0.91        | 1.42        | 1.52        |
| <b>Mısır</b>      | 1.51        | 1.39        | 1.16        | 1.53        | 1.57        | 1.98        | 1.99        | 1.82        | 2.52        | 1.96        |
| <b>TOPLAM</b>     | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         | 100         |

Kaynak: Yearbook Of Tourism Statistics, WTO (1989,1993)

**Tablo 7.3 Turizm Gelirleri ve Ortalama Harcamalar**

|             | <b>Turizm Gelirleri<br/>( 1000 \$ )</b> | <b>Turist Sayısı</b> | <b>Yabancı Başına<br/>Ortalama Harcama</b> |
|-------------|---|----------------------|--|
| <b>1963</b> | 7,659                                   | 198,841              | 38.5                                       |
| <b>1964</b> | 8,318                                   | 229,347              | 36.3                                       |
| <b>1965</b> | 13,758                                  | 361,758              | 38.0                                       |
| <b>1966</b> | 12,134                                  | 440,534              | 27.5                                       |
| <b>1967</b> | 13,219                                  | 574,055              | 23.0                                       |
| <b>1968</b> | 24,082                                  | 602,996              | 39.9                                       |
| <b>1969</b> | 36,573                                  | 694,229              | 52.7                                       |
| <b>1973</b> | 171,477                                 | 1,341,527            | 127.8                                      |
| <b>1974</b> | 193,684                                 | 1,110,298            | 174.4                                      |
| <b>1975</b> | 200,861                                 | 1,540,904            | 130.4                                      |
| <b>1977</b> | 204,877                                 | 1,661,416            | 123.3                                      |
| <b>1978</b> | 230,398                                 | 1,644,177            | 140.1                                      |
| <b>1979</b> | 280,727                                 | 1,523,658            | 184.2                                      |
| <b>1980</b> | 326,654                                 | 1,288,060            | 253.6                                      |
| <b>1981</b> | 381,268                                 | 1,405,311            | 271.3                                      |
| <b>1982</b> | 370,320                                 | 1,391,717            | 266.1                                      |
| <b>1983</b> | 411,088                                 | 1,625,099            | 253.0                                      |
| <b>1984</b> | 840,000                                 | 2,117,094            | 396.8                                      |
| <b>1985</b> | 1,482,000                               | 2,614,924            | 566.7                                      |
| <b>1986</b> | 1,215,000                               | 2,391,085            | 508.1                                      |
| <b>1987</b> | 1,721,117                               | 2,855,546            | 602.7                                      |
| <b>1988</b> | 2,355,295                               | 4,172,727            | 564.4                                      |
| <b>1989</b> | 2,556,529                               | 4,459,151            | 573.3                                      |
| <b>1990</b> | 3,225,000                               | 5,389,308            | 598.4                                      |
| <b>1991</b> | 2,654,000                               | 5,517,897            | 481.0                                      |
| <b>1992</b> | 3,639,000                               | 7,076,096            | 514.3                                      |
| <b>1993</b> | 3,959,000                               | 6,525,202            | 600.0                                      |
| <b>1994</b> | 4,300,000                               | 6,680,432            | 643.7                                      |

Kaynak: Turizm İstatistik Bülteni, T C Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel  
Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı (1995)

**Tablo 7.4 Turizm Gelirlerinin İhracat ve GSMH İçindeki Payı**

|            | 1984                        |                          | 1985                        |                          |
|------------|-----------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
|            | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH |
| Türkiye    | 11.85                       | 1.56                     | 18.73                       | 2.74                     |
| Yunanistan | 27.29                       | 3.49                     | 31.44                       | 3.98                     |
| İspanya    | 32.72                       | 4.59                     | 32.46                       | 4.94                     |
| İtalya     | 11.73                       | 1.99                     | 10.58                       | 1.89                     |
| İsrail     | 17.92                       | 3.75                     | 18.11                       | 3.97                     |
| Mısır      | 27.39                       | 2.98                     | 24.26                       | 2.92                     |
|            |                             | <b>1986</b>              |                             | <b>1987</b>              |
| Yunanistan | 32.46                       | 5.01                     | 34.84                       | 5.63                     |
| İspanya    | 44.37                       | 6.44                     | 43.21                       | 6.33                     |
| İtalya     | 10.07                       | 2.01                     | 10.44                       | 2.04                     |
| Mısır      | 26.76                       | 2.42                     | 36.44                       | 4.65                     |
|            |                             | <b>1988</b>              |                             | <b>1989</b>              |
|            | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH |
| Türkiye    | 20.19                       | 3.43                     | 21.99                       | 3.24                     |
| Yunanistan | 40.41                       | 4.99                     | 26.19                       | 3.46                     |
| İspanya    | 41.65                       | 5.53                     | 37.21                       | 4.23                     |
| İtalya     | 9.75                        | 1.62                     | 8.49                        | 1.31                     |
| İsrail     | 14.69                       | 3.49                     | 13.26                       | 3.09                     |
| Mısır      | 46.60                       | 4.80                     | 80.23                       | 6.00                     |
|            |                             | <b>1990</b>              |                             | <b>1991</b>              |
|            | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH |
| Türkiye    | 24.96                       | 3.47                     | 19.53                       | 2.58                     |
| Yunanistan | 31.91                       | 4.26                     | 29.59                       | 3.84                     |
| İspanya    | 33.41                       | 4.27                     | 31.57                       | 3.89                     |
| İtalya     | 11.75                       | 2.02                     | 10.87                       | 1.72                     |
| İsrail     | 107.97                      | 2.59                     | 10.98                       | 2.18                     |
| Mısır      | 77.23                       | 6.15                     | 56.08                       | 6.18                     |
|            |                             | <b>1992</b>              |                             | <b>1993</b>              |
|            | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH | Turizm Geliri(%)<br>İhracat | Turizm Geliri(%)<br>GSMH |
| Türkiye    | 24.46                       | 3.06                     | 25.80                       | 3.13                     |
| Yunanistan | 34.23                       | 4.28                     | 31.51                       | 4.29                     |
| İspanya    | 34.47                       | 3.99                     | 30.90                       | 3.64                     |
| İtalya     | 12.04                       | 1.78                     | 12.16                       | 1.81                     |
| İsrail     | 14.08                       | 2.67                     | 14.29                       | 2.90                     |
| Mısır      | 88.87                       | 7.71                     | 59.38                       | 3.63                     |

Kaynak: Yearbook Of Tourism Statistics, WTO (1989,1993)

**Tablo 7.5 TMB / UMB Üyesi Firmaların İşlerinin Türlerine Göre Dağılımı**

| <b>(Temmuz 1995 itibariyle kümülatif)</b> |          |
|---|----------|
| <b>İşin Türü</b>                          | <b>%</b> |
| Konut                                     | 36.05    |
| San. Tesisi / Rafineri                    | 9.87     |
| Bina                                      | 11.69    |
| Altyapı / Kanalizasyon                    | 10.58    |
| Yol / Köprü / Tünel                       | 6.76     |
| Otel / Hastane                            | 6.43     |
| H.Alanı / Liman                           | 4.83     |
| Baraj / Enerji Sant.                      | 3.29     |
| Sulama                                    | 2.43     |
| Diğer                                     | 8.07.    |

Kaynak: TMB / UMB Veritabanı

**Tablo 7.6 TMB / UMB Üyesi Firmaların İşlerinin Türlerine Göre Dağılımı**

| <b>(1990 öncesi ve 1990 sonrası karşılaştırmalı)</b> |                  |                  |
|--|------------------|------------------|
| <b>İşin Türü</b>                                     | <b>%</b>         |                  |
|  | <b>1970-1989</b> | <b>1990-1995</b> |
| Konut  | 38.45            | 33.08            |
| San. Tesisi / Rafineri                               | 2.73             | 18.74            |
| Bina   | 6.22             | 18.47            |
| Altyapı / Kanalizasyon                               | 13.35            | 7.15             |
| Yol / Köprü / Tünel                                  | 9.43             | 3.44             |
| Otel / Hastane                                       | 3.29             | 10.33            |
| H.Alanı / Liman                                      | 6.90             | 2.26             |
| Baraj / Enerji Sant.                                 | 5.12             | 1.02             |
| Sulama   | 3.60             | 0.98             |
| Diğer  | 10.91            | 4.53             |

Kaynak: TMB / UMB Veritabanı



**Tablo 7.7 TMB / UMB Üyesi Firmaların İşlerinin Ülkelere Göre Dağılımı**

| (1990 öncesi ve 1990 sonrası karşılaştırmalı) |           |           |
|---|-----------|-----------|
| Ülke  | %         |           |
|   | 1970-1989 | 1990-1995 |
| Libya   | 59.75     | 14.35     |
| Rusya Federasyonu                             | 2.17      | 52.66     |
| Suudi Arabistan                               | 22.28     | 3.32      |
| Irak  | 10.81     | 0.01      |
| Kazakistan                                    |           | 6.36      |
| Türkmenistan                                  |           | 4.06      |
| Beyaz Rusya                                   |           | 3.39      |
| Pakistan                                      |           | 3.17      |
| Almanya                                       |           | 2.91      |
| Azerbeycan                                    |           | 2.73      |
| Ukrayna                                       | 0.37      | 1.84      |
| Diğer*  | 4.62      | 5.20      |

\* Diğer:

1990 öncesi: Ürdün, Yemen, Kuveyt, İran, Gürcistan

Tunus, B A E

1990 sonrası: Romanya, Malezya, Mısır, Letonya, Suriye

Kuveyt, Özbekistan, Kırgızistan, Fas, İran, Ürdün, K K T C

Kaynak: TMB / UMB Veritabanı

**Tablo 7.8 TMB / UMB Üyesi Müteahhit Firmaların Yurtdışı İşleri**

| (Temmuz 1995 itibariyle, ABD doları) |                |      |                |      |               |      |
|--------------------------------------|----------------|------|----------------|------|---------------|------|
|                                      | İşinTutarı     |      | Tamamlanan İş  |      | Devam Eden İş |      |
|                                      | \$             | %    | \$             | %    | \$            | %    |
| Eski SSCB Ülkeleri                   | 7,109,855,962  | 34.5 | 3,479,209,013  | 23.9 | 3,630,646,949 | 61.5 |
| Diğer                                | 13,486,681,802 | 65.5 | 11,069,842,673 | 76.1 | 2,277,090,536 | 38.5 |
| Toplam                               | 20,596,537,764 | 100  | 14,549,051,686 | 100  | 5,907,737,485 | 100  |

Kaynak: TMB / UMB Veritabanı



# B Ö L Ü M

## SONUÇ VE POLİTİKA ÖNCELİKLERİ



## 8. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNCELİKLERİ

### *Yaratılan Stratejik Avantajlar*

Yeni ticaret teorisi ve “stratejik” politikalarının çıkış noktası dünya ticaretinde birçok önemli mal ve hizmetin, tarihsel süreç içinde, piyasalardaki gelişmeler ve “şansları” avantaja dönüştürebilen politikalar sonucu güçlenen endüstrilerde üretilmiştir. Bu endüstrilerde üretim artışıyla birlikte uluslararası piyasalarda avantajı pekiştirici ölçek ekonomisi, yaparak öğrenme gibi birçok olumlu dışsallıklar yaşanmakta ve ülkeler karşılaştırmalı avantaj üstünlüğü kazanmaktadırlar.

Geriye dönük olarak değerlendirildiğinde hangi sektöre yönelik hangi politikaların nasıl bir avantaj yaratıcı ya da pekiştirici rol oynadığını tesbit etmek - çok net olmasa da - mümkündür. Belirsizliklerle dolu geleceğe bakıldığında, nasıl bir politikayla hangi sektörün desteklemesi gerektiğinin cevabıysa mümkün olmayabilir. Önce bu sektörün uluslararası piyasalardan rant kazanacak bir sektör olacağının ve/veya diğer sektörlerle nispetle çok daha önemli dışsallıklar sağlayacağının saptanması gerekmektedir. Böyle bir seçim yapıp bir sektörün desteklenmesinin diğer sektörleri nisbi olarak kösteklemek olduğunu da kabul etmek gerekir. Bir de kararlaştırılan desteğin firmalar arası haksız rekabet yaratmadan uygulanması sorunu vardır.

Bu güçlüklerle rağmen Japonya, Kore, Tayvan gibi ülkeler stratejik politikaları başarılı olarak uygulamışlardır. Bu ülkelerin sanayi hamlelerinde makroekonomik istikrarın mı yoksa stratejik politikaların mı daha etkin olduğu hala tartışılan bir konu olsa da başarılarında devlet inisiyatiflerinin olumlu katkısının payı kabul edilmektedir.

### *Stratejik Politikalarda Yeni Yaklaşım*

Uzak Doğu’daki örneklerle bakarak Türkiye 1960-1980 döneminde belki de tarihi bir fırsatı kaçırdı denebilir. Bu “fırsat” birkaç açıdan tarihe karışmıştır. Adı geçen ülkelerin stratejik politikalar uygularken kullandıkları enstrümanların başında, o dönemde büyük kısıtlamalar altında tuttukları dış ticaret ve sermaye piyasalarında bazı sektör, aktivite ve firmalara sağladıkları kolaylıklar ve destek gelmekteydi. Türkiye ise bu dönemde, bilhassa 1970’lerin ortalarından itibaren, “teşvikleri” neredeyse her istiyene vermekteydi (Erzan, 1995). 1980’lerin başlarından itibaren dış ti-

caret, daha sonra iç sermaye piyasası ve nihayet 1989'da yurtdışı ile olan sermaye hareketleri liberalize edilince en kuvvetli stratejik enstrümanlar da ortadan kalkmış oldu. Geriye kalan en önemli teşvik enstrümanı olan devlet sübvansiyonlarıysa, kamu maliyesi üzerinde yaratılan yük açısından ancak çok sınırlı olarak kullanılabilir. Bir anlamda da bu gelişmeler neticesinde Türkiye hatalı seçimler ve uygulamalar yapıldığı taktirde vahim neticelere yol açabilecek bir kalkınma stratejisi alternatifinin ipoteğinden kurtulmuştur.

Tarihe karışmış olan sadece Türkiye'nin mal, hizmet ve sermaye piyasalarındaki korumacılığı değil, aynı zamanda uluslararası ortamın kalkınmakta olan ülkelere müdahaleci politikalarına göz yummasıdır. Uruguay Round uluslararası ticaret anlaşmaları ülkelerin dış ticaretlerinde ve dış ticarete yansiyacak yatırım ve diğer konularda uygulayabilecekleri kısıtlamalar ve teşviklere önemli sınırlamalar getirmiştir. Ticaret kurallarına uymamanın maliyeti artmakta, kalkınmakta olan ülkelerin anti-damping, telafi edici vergi ve kotalarla karşı karşıya kalma ihtimali yükselmektedir. Nihayet, Avrupa Birliği (AB) ile gümrük birliğine giren Türkiye bu çerçevedeki ilave norm ve disiplinleri de kabul etmiştir.

Bu şartlarda stratejik yaklaşım dar anlamda bazı sektörlerin belirlenip doğru- dan doğruya teşviği değil, önemli dışsallıklar yaratan konu ve aktivitelerin desteklemesidir. Bu kapsamda en önemli alanlar - kamuoyunda son zamanlarda çok tartışılan altyapı, eğitim ve AR-GE'ye ilaveten - bilgilendirme, koordinasyon ve yönlendirmedir. Bu fonksiyonları yerine getirebilmesi için devletin kurumsal yapısının etkinliği şarttır.

### ***İhracatı Destekleyeci Kurumsal Düzenlemeler***

İhracat politikalarının geliştirilmesi ve uygulamasında en büyük sorun üst düzeyde bütünsel bir yapının olmamasıdır. Bunun neticesi de ihracattaki perspektif eksikliğidir. İhracattan birinci derece sorumlu merci Başbakanlığa bağlı Dış Ticaret Müsteşarlığı'dır (DTM). Dış ticaretin başarısında iyi çalışan bir gümrük sistemi, rekabetçi bir ticaret ortamı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracata yönelmesi ve gerekli insan kaynaklarının yaratılması doğrudan dış ticaretten sorunlu birimin görev alanında olmayan ancak çok belirleyici konulardır. DTM'nin ise ilgili bakanlıklarla organik bir bağı yoktur. AB ile ilişkileri ise Dışişleri Bakanlığı'ndaki bir birim yönetmektedir. Dışişleri Bakanlığı ayrıca yurtdışı örgüt ağıyla dış ticarete destek vermektedir.

Bu faaliyetlerin bütünsel bir yapı altında toplanması için değişik alternatifler mevcuttur. Bunlardan biri kuvvetli bir Dış Ticaret Bakanlığının kurulmasıdır. Diğer bir alternatif, bakan yardımcılıklarının ihdası ile bakanlıklar içinde dış ticareti ilgilendiren konularda üst düzey birimlerin kurulması ve bu birimlerin yakın koordinasyon içinde çalışmalarıdır.

Böyle bir koordinasyonu acilen gerektiren en önemli iki konudan biri, bu raporda önerilen altyapı hamlesidir. İkincisi ise, GB'ne giriş neticesi gerek devlet, gerekse özel sektörün, bilhassa AB mevzuatı, standartları ve prosedürlerini bilen, AB'nin ticari ortamına aşina insan kaynağı açığını kapatacak eğitim seferberliğidir. Türkiye'nin gündemindeki bu en önemli iki hamlenin üst düzey planlamacısı ve yürütücüsü meçhuldür.

İhracatı teşvik edecek kurumsal düzenlemelerde diğer çok önemli bir konu dış ticareti yönlendiren birimlerle özel sektör ve özel sektör kuruluşlarının sürekli diyalog içinde bulunmasını sağlayacak bir "ihracat konseyidir". TİM ile DTM'nin Aralık 1995'te ortaklaşa düzenledikleri "Ulusal İhracat Strateji ve Modelleri Tartışma Platformu" böyle bir konseyin ilk adımı olarak görülebilir.

Süratli ve doğru bilginin öneminin gittikçe arttığı dış ticarete İGEME benzeri bir kuruluşun işlevi büyük önem kazanmaktadır. Böyle bir kuruluşun kaynakları ve etkinliği ancak özel sektörle işbirliği içinde gereken seviyeye çıkartılabilir.

### ***"Aktivitelerin" Teşvik Edilmesi***

Türkiye'de teşvik çerçevesi yatırım, firma veya mal bazındadır. Üretici ve ihracatçıların AR-GE, tanıtım, pazarlama, finansman gibi fonksiyon veya aktivitelerini destekleme yavaş yavaş teşvik mevzuatına girse de bunun henüz yöntem ve enstrümanları geliştirilmemiştir. Ana neden teşviğin müracaat ve üst düzeyde onay temeli üzerine kurulu bir yapıda olması, bilgi alış verişine dayalı bir alt teşkilatlanmanın yokluğudur. "Aktivitelerin" desteklenebilmesi böyle bir teşkilatlanmayı gerektirmektedir. KOSGEB'in GB kapsamında yaptığı Avrupa Bilgi Merkezi atılımının bir bilgi alış verişine dönüşmesi desteklenmelidir. Bu bağlamda İGEME-KOSGEB koordinasyonu ve işbölümünün sağlanması gerekmektedir.

### ***Altyapı Hamlesi***

Türkiye Doğu Blok'u ülkelerinin piyasa ekonomisine geçiş sürecinde coğrafi konumu dolayısıyla tarihi bir şans yakalamıştır. AB ile gümrük birliği ve Orta Do-

ğu'daki barış süreci buna yeni eksenler ilave eden ve Türkiye'nin konumunun ekonomik önemini artıran oluşumlardır. Stratejik bir altyapı hamlesi bu avantajı pekiştirecektir.

Türkiye'nin toplam ihracatı içinde hizmetlerin payı uluslararası mukayeselerde yüksektir ve bu oranın daha da artması beklenmektedir. Ticarete konu olan hizmetlerden coğrafi konuma dayanan taşımacılık, haberleşme, turizm ve müteahhlik hizmetleri ihracatında bir patlama yaşanabilir.

Bir altyapı hamlesi dış yatırımlar açısından Türkiye'nin cazibesini artırmakta da kritik bir unsurdur. Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri dış yatırımları çekmek için Türkiye dahil, kalkınmakta olan ülkelerle bir yarış içindedirler. Altyapıdaki önemli bir iyileşme bu yarışta Türkiye'ye önemli bir avantaj sağlayacaktır.

Bir altyapı seferberliğinin inşaat müteahhitliği hizmetlerine sağlayacağı uluslararası rekabet gücü aşikardır. Yurtiçinde mali gücü artan bu sektör yurtdışında, bilhassa Türki Cumhuriyetler dahil eski Sovyetler Birliği ülkelerindeki ihalelerde maliyet avantajı kadar finansman gücüne de dayanarak daha karlı projeler alabilecektir. Böylece bu alandaki uluslararası rantlardan Türkiye pay alabilecektir.

Türkiye'nin coğrafi konumu ihracatta öncelikle hizmetlere bir avantaj sağlasa da bunun birçok mala yansması da olacaktır. Örneğin, yurtdışı müteahhitlik hizmetlerindeki patlama inşaat malzemesi sektörüne önemli bir talep oluşturmaktadır. Gerek altyapı gerekse devletin ihracata yönelik bilgilendirme, koordinasyon ve yönlendirme etkinlikleri hizmet sektöründe olduğu gibi diğer sektörlerin de potansiyellerini bulması için şarttır.

### ***Altyapı Hamlesinde Devletin Rolü***

Bir altyapı hamlesinde devletin üstlenmesi gerekeni beş başlık altında toplayabiliriz:

Özelleştirme: Altyapının kalkınmaya katkısı sağladığı hizmetlerin kalitesi oranında olmaktadır (World Bank, 1994c). Özelleştirme ve tüm ticari alanların özel sektöre açılmasının yaratacağı rekabet altyapı hizmetlerinin fiyatını düşürmekte, kalitesini yükseltmektedir. Ayrıca, girişimcileri ve iç ve dış özel sektör kaynaklarını bu alana çekmenin ön koşuludur. Nihayet, özelleştirme devletin mali güç kazanması ve öncelikle başlanmış olan altyapı yatırımlarının tamamlanması için gereklidir.

Devlet garantisi: Altyapı yatırımlarının getirisini düşürecek politika değişikliklerine karşı devlet girişimcinin yatırımını garanti etmelidir. Buna karşılık yatırımcının



piyasa şartlarından doğabilecek kaybını devlet karşılamamalıdır. İstisnai olarak, kalkınma için kritik projelerde bu risk devletin hizmet alımı veya fiyat garantisi ile karşılanabilir. Bu durumlarda net sübvansiyon oranı şeffaf bir şekilde ortaya konmalıdır. Bu garanti belirli bir süre için geçerli olmalıdır.

Finansmanda yol gösterme: Bilhassa proje bazında finansal paketlerin oluşturulması, dış devlet ve uluslararası kuruluşların "cofinancing" olanakları konularında bilgilendirme, lojistik destek sağlamalıdır. Bunların arasında IFC, ECO, MIGA (Multilateral Investment Guarantee Agency) gibi Dünya Bankası kuruluşları ve EIB benzeri diğer bölgesel ve uluslararası kurumlar vardır.

Öncelikli altyapı yatırımlarının tespiti ve projelendirilmesi: Orta vadede ticari olarak karlı altyapı yatırımlarının büyük bir kısmını özel sektör kendi bulup çıkaracak veya satın almaya talip olacaktır. Bu sınıfa girmeyen fakat kalkınma ve ihracatta katalizör vazifesi görecek altyapıda, bilhassa az gelişmiş bölgelerde, devlet yatırımları projelendirip özel sektörle ortaklık arayışları içine girmelidir. Proje seçiminde sektörel teşviklerde ortaya çıkan sorunlara benzer zorluklar vardır. Fakat altyapı yatırımlarının çok önemli dışsallıkları yapılabilecek hatalara rağmen bu yöntemi mecbur kılmaktadır.

Denetim: Özelleştirilecek bazı altyapı tesisleri ve yeni yatırımlar doğal tekel niteliğindedir. Bunların - ve devletin ürettiği altyapı hizmetlerinin - fiyat ve kalitesinin denetimi, maliyet düşürücü ve kalite artırıcı şartnameler ihtiva eden kontratların ve ihalelerin hazırlanması konularında uzmanlık sahibi denetim birimlerini oluşturacak düzenlemeler yapılmalıdır. Rekabet kanununun öngördüğü kurul bu hizmetlerin bir kısmını içermektedir. Fakat kanun çıkmış olmasına rağmen yapı oluşturulmamıştır.

### ***Bölgedeki Diğer Entegrasyon Grupları, İşçi Koşulları ve Çevre***

Türkiye'de toplumun, siyasetçilerin, bürokratların ve iş dünyasının büyük bir kesiminin GB haricindeki bölgesel entegrasyonlara realist bir bakışı vardır. KEİ ve ECO, AB ile girilmiş olan GB'ne bir alternatif olarak değil, tamamlayıcı, bütünleyici unsurlar olarak algılanmaktadır. İlerde ECO'nun bünyesindeki Türki Cumhuriyetler'le yapılacak olası ticaret anlaşmalarının AB'nin, Asya, Pasifik ve Karaiblerdeki ülkelerle arasında mevcut olan Lomé anlaşması benzeri bir çerçevede ele alınmasını gerektirebilir (DPT, 1995c). Rusya başta olmak üzere KEİ ülkelerinin ekonomik büyüklükleri göz önüne alınırsa, KEİ ile benzeri bir aranjmanı AB'nin kabul etmesi

oldukça zordur. Türkiye bu konudaki tutarlı politikalarını devam ettirmek ve yükümlülükleri çerçevesi içinde bölgesel potansiyeli azami değerlendirme doğrultusunda elindeki tüm kozları kullanmak durumundadır. AB'nin Yeni Akdeniz Politikaları bünyesinde kurulması olası bir Akdeniz serbest ticaret bölgesi de Türkiye'nin genel yaklaşımına uygun bir gelişmedir. Ayrıca, Türkiye bu çerçevede AB ülkeleri haricinde en güçlü oyuncu konumundadır.

Türkiye'nin coğrafi konumunu bir avantaj olarak kullanabilmesinin ön şartı gerek uluslararası ilişkileri, gerekse güvenlik politikalarıyla bir bölgesel güç olma sıfatını devam ettirmesi ve bunu pekiştirmesidir. Önerilen stratejik bir altyapı hamlesi bu anlamda da Türkiye'nin elini kuvvetlendirecek bir unsurdur.

Türkiye AB'nin üyesi olmadığı sürece işçi koşullarını kapsamlı bir şekilde ele alan "Sosyal Programa" dahil değildir. AB üyeleri dahi bu Programın bazı müeyyidelerine uymamakta serbesttirler. Buna karşın, birçok mevzuat dolaylı olarak da olsa Türkiye'deki iş koşullarına yeni standartlar getirmektedir. Bundan daha önemlisi, artacak olan kişi başı gelir ve AB'ye yaklaşmanın getireceği beklentilerin salt ucuz işçiliğe dayanan bir rekabet politikasını geçersiz kılacağıdır. Orta vadede Türkiye AB pazarlarında bir üçüncü dünya ülkesi ölçülerinde değil, bir İrlanda veya Portekiz misali işçilik maliyeti avantajına sahip olacaktır. Esas konu prodüktivite, bunun altında yatanlar ise eğitim, yatırım ve teknoloji transferi olacaktır.

Kirli endüstrilerde zengin ülkelere fakir ülkelere belirgin bir kayma olmaması düşük çevre standartları yoluyla rekabette önemli bir avantaj sağlanamadığını ortaya koymuştur. Bunun tam aksine, ekonomik olarak da Türkiye'nin en nadide kaynaklarından birinin coğrafi konumu ve coğrafyası olduğu kabul edilirse, doğal çevreyi koruma ihracat politikası açısından da çok önemli ve öncelikli bir politika olmalıdır.

# KAYNAKÇA



## KAYNAKÇA

1. Agasin, M.R. ve D.Tussie. (1993). Trade and Growth, New Dilemmas in Trade Policy, St.Martin Press, New York.
2. Arısan, N. (1995). "AB ile Gümrük Birliği", 28 Nisan 1995 tarihinde A ve B Tanıtım ve Altınyıldız Şirketler Grubu tarafından hazırlanan seminere sunulan tebliğ, İstanbul.
3. Atiyas, I. (1995). "Restructuring and Exit Policies in Turkey", Policies for Competition and Competitiveness: The Case of Industry in Turkey, içinde R. Erzan derleyen, UNIDO, Vienna.
4. Balassa, B. (1982). Development Strategies in Semi-Industrial Economies, Johns Hopkins University Press, World Bank, Washington, D.C.
5. Boratav, K. ve E. Türkcan. (1993). Türkiye'de Sanayileşmenin Yeni Boyutları ve KİT'ler, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
6. Braga, C.A.P. ve diğerleri .(1994). "Regional Integration in the Americas: Deja Vu All Over", *World Economy*.
7. Brander, J.A. (1986). "Rationales for Strategic Trade and Industrial Policy", Strategic Trade Policy and the New International Economics içinde P.R. Krugman derleyen, Cambridge: MIT Press.
8. Brander, J.A: ve B.J. Spencer. (1985). "Export Subsidies and International Market Share Rivalry", *Journal of International Economics*,. 18:83-100.
9. Business Week .(1995). "Who is Afraid of the World Trade Organization", s. 9.
10. Dean, J.M. (1992). "Trade and the Environment: A Survey of the Literature", Low (1992c) içinde, sayfa:15-28.
11. DİE. (1995a). Türkiye Ekonomisi İstatistik ve Yorumlar, Mayıs-Haziran, Ankara  
(1995b). The Population of Turkey 1923-1994: Demographic Structure and Development, Nisan, Ankara.
12. DPT. (1991). Kalkınmada Öncelikli Yörelerle İlgili Temel Konular, Ankara.  
(1994). Kamu Yönetiminin İyileştirilmesi, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.  
(1995a). Türkiye ve Avrupa Entegrasyonu,Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.  
(1995b). Devlet Yardımları, Mukayeseli Bir İnceleme, Ankara.  
(1995c). Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye: Değerlendirme Raporu, 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.

13. DTM (1995). Temel Ekonomik Göstergeler, Mayıs.
14. Dutz, M. (1995). "Competition Law and Its Relevance for Turkey", Policies for Competition and Competitiveness: The Case of Industry in Turkey, içinde R. Erzan derleyen, UNIDO, Vienna.
15. Erzan, R. (1995). "The Role of Subsidies", Policies for Competition and Competitiveness: The Case of Industry in Turkey, içinde R. Erzan derleyen, UNIDO, Vienna.
16. Erzan, R. ve O.Sarı. (1994). İhracatın Görünümü 1986-1993, Yapısal Değişim, Nedenleri, Sorunlar ve Öneriler, TİM, İstanbul.  
(1995). İhracatın Görünümü 1994-1995, TİM, İstanbul.
17. Eximbank. (1992). İhracat Kredi Sigortası, İstanbul.
18. Ferreira, M.P. (1994). "Integrating Poland in the World Economy: An Assessment of the Impact of the Liberalization and Growth", *World Economy*.
19. Francois, J.F. ve diğerleri. (1995). Assessing the Uruguay Round, World Bank, Washington D.C.
20. Genceli, M. (1991). "Aylık Verilerde Trend ve Mevsim Etkisine Golge Değişken Yaklaşımı, Dunu ve Bugunuyla Toplum ve Ekonomi" Sayı 1, sayfa:75-100.
21. Harrison, W.G. ve diğerleri. (1995). Quantifying the Uruguay Round, World Bank, Washington, D.C.
22. HDTM. (1991). Avrupa Topluluğu ve Türkiye, Ankara.
23. Helpman, E. Ve P. Krugman. (1989). Trade Policy and Market Structure, Cambridge: MIT Press.
24. Henderson, D. (1993). "The EC, The US and Others in a Changing World Economy", *World Economy*.
25. Hertel, T. ve diğerleri. (1985). Liberalizing Manufactures Trade in a Changing World Economy, World Bank, Washington, D.C.
26. Hurwicz, L. (1972). "On Informationally Decentralized Systems", Decisions and Organization: A volume in Honor of Jacob Maschak, içinde R. Radner ve C. B. McGuire derleyen, North Holland, Amsterdam.
27. İGEME. (1991). İGEME 30.Yılı, İGEME, Ankara.  
(1994). İhracatta Pratik Bilgiler, İhracat Prosedürlerini Biliyor musunuz? İGEME, Ankara.
28. IMF. (1994). Direction of Trade Statistics, Yearbook.
29. İKV. (1994). Gümrük Birliğinin Türk Ekonomisine Etkileri, Önlemler ve Öneriler, İKV İstanbul.

30. ISO. (1995). Gümrük Birliğinin İmalat Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkileri ve Bu Sektörün Rekabet Gücü, İstanbul.
31. ITC. (1975). Operating a Trade Information Service, Geneva.
- (1983). Case Studies on Selected Export Promotion Methods for Small and Medium Sized Firms, Geneva.
32. Johson, C. (1982). MITI and the Japanese Miracle, Stanford: Stanford University Press.
33. Keesing, D. B. Ve S. Lall. (1992). "Marketing Manufactures Exports from Developing Countries: Learning Sequences and Public Support, Trade Policy", Industrialization and Development, derleyen G. Helleiner içinde, Clarendon Press, Oxford.
34. Kirkpatrick, C. (1994). "Regionalisation, Regionalism, and East Asian Economic Cooperation", *World Economy*.
35. KOSGEB. (1995). AB Bülteni, No 1, Ankara.
36. KOTRA. (1990). Its Functions and Activities, Seoul.
37. Krugman, P.R. (1994). Peddling Prosperity, Economic Sense and Nonsense in the Age of Diminished Expectations, W.W. Norton and Company
- (1986). "Introduction: New Thinking about Trade Policy", Strategic Trade Policy and the New International Economics içinde P.R. Krugman derleyen, MIT Press.
38. Lawrence, Z.R. (1993). "Futures of the World Trading System and Their Implications for Developing Countries", Agasin ve Tussie (1993) içinde, sayfa:43-68.
39. Low, P. (1992a). "The International Setting", Policies for Competition and Competitiveness: The Case of Industry in Turkey, içinde R.Erzan derleyen, UNIDO, Vienna.
- (1992b). "Trade Measures and Environmental Quality: The Implications for Mexico's Exports", Low (1992c) içinde, sayfa:105-120.
- (1992c), derleyen, International Trade and the Environment, World Bank, Washington, D.C.
40. Low, P. ve A.Yeats. (1992). "Do Dirty Industries Migrate?", Low (1992c) içinde, sayfa:89-103.
41. Low, P. ve diğerleri. (1994). Uruguay Round and the Developing Countries, World Bank, Washington D.C.
42. Lazer, W. (1993). "Changing Dimensions of International Marketing Management", cilt:1, sayı:3, sayfa:93-103.

43. Michalopoulos, C. ve D.Tarr. (1994). Trade in the New Independent States, World Bank, Washington D.C.
44. Milanovic, B. (1985). "Export Incentives and Turkish Manufactured Exports: 1980-1984", World Bank Working Paper No. 768.
45. Milner, C. (1990). "The Role of Import Liberalization in Export Promotion, Export Promotion Strategies", derleyen, C. Miller içinde, sayfa: 81-98. Harvester-Wheatsheaf, New York.
46. Mody, A ve L. Dahlman. (1992). "Performance and Potential of Information Technology: An International Perspective", *World Development*, cilt: 20, sayı: 12, sayfa: 1703-1719.
47. Mody; A. ve K. Yilmaz. (1994). "Is There Persistence in the Growth of Manufactured Exports? Evidence from Newly Industrializing Countries", World Bank, Washington D.C..
48. Ocampo, J.A. (1992). "Developing Countries and the GATT Uruguay Round: A preliminary Balance", *International Monetary and Financial Issues for the 1990's*, vol:1, UNCTAD, Geneva.
- (1993). "New Theories of International Trade and Trade Policy in Developing Countries", Agasin and Tussie (1993) içinde, sayfa:121-142.
49. OECD. (1994). Economic Outlook, no:55-56.
- (1995). Main Economic Indicators, Mayıs.
50. Oktav, M. ve A. Kavas. (1992). İhracatın Geliştirilmesi ve Ortak İhracat Pazarlama Grupları, TOBB, Ankara.
51. Öniş, Z. (1990). "Organization of Export-oriented Industrialization: The Turkish Foreign Trade Companies in Comparative Perspective", Boğaziçi Üniversitesi, Araştırma Raporu, İstanbul.
- (1991). "The Logic of the Developmental State", Comparative Politics, October, sayfa: 109-126.
- (1994). "Globalization and the Nation State: The Possibilities and Limits of State Intervention in Late Industrialization", *Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt:1, no:3, sayfa:112-123.
52. Rhee, W.Y. ve diğerleri.(1984). Korea's Competitive Edge, World Bank, Washington, D.C.
53. Panagariya, A. (1994a). Rethinking the New Regionalism, World Bank, Washington, D.C.
- (1994b). "E.Asia and the New Regionalism in World Trade", *World Economy*.



54. Rodrik, D.(1989). "Credibility of Trade Reform: A Policy Maker's Guide", *World Economy*, cilt:12, no:1, sayfa:1-16.
- (1995)."Trade liberalization, Competitiveness and Industrial Policy: Major Conceptual Issues", Policies for Competition and Competitiveness: The Case of Industry in Turkey, R.Erzan, içinde, UNIDO, Vienna.
55. Safadi, R. (1995), "The New Trade Theories and New Trading Opportunities", Policies for Competition and Competitiveness: The Case of Industry in Turkey, içinde R. Erzan derleyen, UNIDO, Vienna.
56. Sorsa, P.(1992). "GATT and Environment: Basic Issues and Some Developing Country Concerns", Low (1992c) içinde, sayfa:325-343.
57. Spencer, B.J. (1986). "What Should Trade Policy Target?", Strategic Trade Policy and the New International Economics içinde P.R. Krugman derleyen.
58. Thomas,V. ve diğerleri. (1990). Lessons in Trade Policy Reform, World Bank, Washington, D.C.
59. TİM. (1995a). İhracatın Sorunları ve Çözüm Önerileri, İstanbul.
- (1995b). Ulusal İhracat Stratejileri ve Modelleri Tartışma Platformu, 1-3 Aralık 1995, İstanbul.
60. Togan,S. (1992). 1980'li Yıllarda Türk Dış Ticaret Rejimi ve Dış Ticaretin Liberalizasyonu, T.Eximbank, Ankara.
- (1993). "How to Asses the Significance of Export Incentives: An Application to Turkey", *Weltwirtschaftliches Archiv*, cilt 129, Sayı 4, s. 777-800.
61. Togan, S. ve A.Yılmaz. (1995). "Türkiye ve AB, Türkiye İçin Orta Vadeli İstikrar Programına Doğru", TÜSİAD içinde, sayfa:119-168.
62. TÜGİAD. (1995). İhracat Stratejileri ve Performansı, İstanbul.
63. UIC. (1995). Avrupa Birliği-Türkiye, Gümrük Birliği ve İnşaat Sektörü Üzerindeki Muhtemel Etkileri, UIC Ankara.
64. UNCTAD. (1994a). The Outcome of the Uruguay Round: An Initial Assessment, Geneva.
- (1994b). The Trade and Development Report, Geneva.
65. Uray, M. (1995). "Pazarlardaki Gelişmeler Türkiye'ye Turizm Talebini Nasıl Etkiliyor?", TURSAB, Sayı:135, sayfa:60-65.
66. Yeats, A.J. (1994). Export Prospects of Middle Eastern Countries, World Bank, Washington, D.C.
65. Wade, R.(1990). Governing the Market, Princeton: Princeton University Press, New Jersey.

**66.** Wan, T.B. ve diğerleri. (1992). "The Use of Information Technology by the Port of Singapore Authority", *World Development*, cilt :20, no:12, sayfa:1785-1795.

**67.** Winters, L.A. (1994). Subsidies in the Final Act of the Uruguay Round, World Bank, Washington, D.C.

**68.** World Bank (1991). World Bank Support for Trade Policy Reform, Washington, D.C.

(1993). East Asia Miracle, Washington, D.C.

(1994a). The Impact of Uruguay Round on Developing and Transition Economies, Washington, D.C.

(1994b). The Uruguay Round:A Preliminary Assessment, Washington, D.C.

(1994c). World Development Report: Infrastructure and Development, Washington D.C.

(1995a). Global Economic Prospects and the Developing Countries, Washington, D.C.

(1995b). World Tables, Washington D.C..

**69.** WTO. (1990). Global Tourism Forecasts to the Year 2000 and Beyond.

(1994). Tourism Market Trends Europe (1980-1993).

**70.** Wu, C.S. ve S.C. Chuang. (1994). Design and Operation of Duty Drawback Mechanisms, World Bank, Washington, D.C.

**71.** Wolf, C. (1988). Markets or Governments: Choosing between Imperfect Alternatives, Cambridge: MIT Press.

**72.** Wychoff, A.W. (1993). "The International Expansion of Productive Networks", OECD Observer, no:180.