

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

**TÜRKİYE'DE OTOMOTİV ANA SANAYİ ve
ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ**

Mehmet ALTUNTAŞ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Danışman
Doç. Dr. Doğan UYSAL**

Konya - 2010

BİLİMSEL ETİK SAYFASI



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin Adı Soyadı
(İmza)

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

..... tarafından hazırlanan başlıklı
bu çalışma/...../..... tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu
ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Başkan	İmza
Ünvanı, Adı Soyadı	Üye	İmza
Ünvanı, Adı Soyadı	Üye	İmza

ÖZET

Türkiye’de Otomotiv Ana Sanayi ve Uluslararası Rekabet Gücü

Küreselleşme, teknolojik ilerleme ve bölgeselleşme hareketlerinin hız kazandığı günümüzde ülkelerin bu rekabette yer edinmeleri için rekabet güçlerini artırmaları gerekmektedir. Bu nedenle uluslararası rekabet güçlerini korumak veya artırmak isteyen iktisadi karar birimlerinin daha fazla çaba sarf etme gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Türkiye de sürdürülebilir bir büyüme süreci oluşturarak halkına daha yüksek bir yaşam düzeyi sunabilme konusunda mevcut endüstrileri ile uluslararası rekabet gücünü artırmaya çalışmaktadır. Bu durum, birçok endüstride olduğu gibi katma değer ve istihdam potansiyeli yüksek olan Türk Otomotiv Endüstrisi için de söz konusudur. İmalat sanayimizde önemli bir yere sahip olan otomotiv endüstrisinin uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanması, Türk Ekonomisi’nin geleceği açısından önemlidir.

Bu bilgiler ışığında çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde otomotiv endüstrisi hakkında genel bilgiler verildikten sonra Dünya’da ve Türkiye’de otomotiv endüstrisinin gelişimi ve mevcut durumu çeşitli iktisadi büyüklükler kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde rekabet ve rekabet gücü kavramının teorik boyutuna değinilmiş ve daha sonra rekabet gücünün belirleyicileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümünde ise uluslararası rekabet gücünü ölçen yöntemlerin açıklanmasının arkasından 1996–2008 dönemine ait verilerle Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü ölçülmeye çalışılmıştır.

Yapılan ölçümlerde uluslararası ticaretin talep boyutunu da göstermesi anlamında Dış Ticaret Verileri Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri kullanılmıştır. İlgili yöntemler kullanılarak yapılan hesaplamalar sonucunda Türk Otomotiv Endüstrisinin özellikle 2003 yılından itibaren uluslararası piyasalarda sürdürülebilir bir şekilde rekabet gücü kazandığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte 2001 yılında yaşanan devalüasyon hareketine bağlı olarak görece şekilde ihracatın artıp ithalatın azalması, söz konusu ölçüm yöntemlerinin bazılarında yüksek değerlerin oluşmasını beraberinde getirmiştir.

ABSTRACT

The Automotive Industry in Turkey and Its International Competitiveness

Today, as the globalization, technological progress and localization movements gaining speed, the countries need to increase their competitiveness in order to be a part of the competition. Thus, the economical decision units are to make an increasing effort to protect and develop their competitiveness. In this context, Turkey is also making efforts to establish a sustainable development process with the aim of presenting a higher level of life standards. This applies also to the Turkish Automotive Industry which has a high potential of value adding and employment. It is very important for the future of Turkish Economy the automotive industry gaining competitiveness in international markets.

In light of the foregoing, our study consists of three sections. The first section gives overall information about the automotive industry and consequently analyses the progress of the Turkish automotive industry and its current situations by using several economical magnitudes. The second section mentions competition and competitiveness in a theoretical level and tries to introduce the determinants of competitiveness. The last section explains the methods of measuring the international competitiveness and tries to measure the competitiveness of the Turkish Automotive Industry with the data belonging to the period 1996–2008.

In the executed measurements, Foreign Trade Based Competitiveness Measurement Methods have been used in order to show the demand dimension of international trade. As a result of the calculations which were using these methods, it appears that the Turkish Automotive Industry has gained sustainable competitiveness in the international markets, especially as of 2003. However, the relative increase of exports and decrease of imports resulting from the devaluation in the year 2001, caused higher result values in some of the measurement methods.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI.....	I
YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI	III
ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ.....	IX
KISALTMALAR LİSTESİ.....	X
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ

1.1. Otomotiv Endüstrisi	4
1.1.1. Otomotiv Endüstrisinin Tanımı ve Kapsamı	4
1.1.2. Otomotiv Endüstrisinin Yapısı	6
1.1.3. Otomotiv Endüstrisinin Ekonomideki Yeri	6
1.2. Dünya'da Otomotiv Endüstrisi	8
1.2.1. Dünya Otomotiv Endüstrisinin Tarihsel Gelişimi	9
1.2.2. Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde Ekonomik Büyüklükler	11
1.2.2.1. Üretim.....	11
1.2.2.2. İstihdam	14
1.2.2.3. Dış Ticaret	16
1.2.2.4. Dünya Motorlu Araç Parkı ve Araç Yoğunluğu.....	17
1.3. Türkiye'de Otomotiv Endüstrisi	19
1.3.1. Türk Otomotiv Endüstrisinin Tarihsel Gelişimi.....	21
1.3.2. Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Ekonomik Büyüklükler	24
1.3.2.1. Üretim ve Kapasite Kullanım Oranı.....	24
1.3.2.2. İstihdam	27
1.3.2.3. Yatırım.....	28
1.3.2.4. Dış Ticaret	30
1.3.2.5. Türkiye Motorlu Araç Parkı ve Araç Yoğunluğu.....	32

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET KAVRAMI, REKABET GÜCÜ ve REKABET GÜCÜNÜN BELİRLEYİCİLERİ

2.1. Rekabet Kavramının Teorik Boyutu	34
2.2. Rekabet Gücü Kavramı	36
2.2.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü.....	38
2.2.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü.....	40
2.2.3. Ulusal (Uluslararası) Düzeyde Rekabet Gücü.....	41
2.3. Rekabet Gücünün Belirleyicileri.....	44
2.3.1. Geleneksel Ekonomi Yaklaşımında Rekabet Gücünün Belirleyicileri	44
2.3.2. Rekabet Gücünü Belirleyen Fiyat (Maliyet) ve Fiyat Dışı Faktörler .	46
2.3.2.1. Rekabet Gücünün Belirlenmesinde Maliyet ve Fiyat.....	47
2.3.2.2. Rekabet Gücünü Belirleyen Fiyat Dışı Faktörler	49
2.3.2.2.1. Ülkenin Makro Ekonomik Durumu.....	49
2.3.2.2.2. Döviz Kuru	50
2.3.2.2.3. Kalite.....	51
2.3.2.2.4. Yenilik ve Teknolojik İlerleme.....	51
2.3.2.2.5. Kamu Müdahaleleri	53
2.3.2.2.6. Finansal Sektör	54
2.3.2.2.7. Lojistik Faaliyetler.....	54
2.3.2.3. Porter'e Göre Rekabet Gücünün Belirleyicileri	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ ve TÜRK OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ'NİN ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

3.1. Uluslararası Rekabet Gücünün Ölçülmesi	61
3.1.1. Maliyet Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri.....	61
3.1.1.1. İşgücü Maliyetleri.....	61
3.1.1.2. Yurtiçi Kaynak Maliyeti.....	63
3.1.2. Dış Ticaret Verileri Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri.....	64

3.1.2.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA)	64
3.1.2.2. Görelî İhracat Avantajı Endeksi (RXA)	66
3.1.2.3. Görelî İthalat Nüfuz Endeksi (RMP).....	67
3.1.2.4. Görelî Ticaret Avantajı Endeksi (RTA)	67
3.1.2.5. Görelî Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC)	68
3.1.2.6. Ticari Performans Ölçütü (MBP)	68
3.1.2.7. Net İhracat Oranı	69
3.1.2.8. İhracatta Uzmanlaşma Endeksi (ES)	69
3.1.2.9. İhracat Piyasa Payı	70
3.1.3. Uluslararası Kuruluşlarca Rekabet Gücünün Ölçülmesi	70
3.1.3.1. Dünya Ekonomik Forumu Yaklaşımı.....	71
3.1.3.2. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) Yaklaşımı	72
3.2. Türk Otomotiv Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücü	74
3.2.1. Literatür Taraması	74
3.2.2. Çalışmanın Amacı	78
3.2.3. Çalışmanın Önemi	78
3.2.4. Çalışmanın Kapsamı	79
3.2.5. Çalışmanın Sonuçları.....	79
SONUÇ	85
KAYNAKÇA.....	89

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Dünya Motorlu Araç Üretimini Gelişimi (1000 Adet) (1900–2009)	12
Tablo 2: Dünya Motorlu Araç Üretiminde Ülke Payları (%) (1900–2009).....	13
Tablo 3: Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde 2006 Yılı İtibariyle İstihdam (Kişi).....	15
Tablo 4: Dünya Otomotiv Endüstrisi Dış Ticareti (1996–2008)	16
Tablo 5: Otomotiv Endüstrisinin Dünya Ticaretindeki Yeri.....	17
Tablo 6: Bölge ve Ülkelere Göre Araç Yoğunluğu (2006).....	18
Tablo 7: Türkiye'deki Otomotiv Ana Sanayi Firmaları Hakkında Genel Bilgiler (2009).....	20
Tablo 8: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Araç Tiplerine Göre Üretim Adetleri (1965– 2009)	25
Tablo 9: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Kapasite Kullanım Oranları (1993–2009)..	26
Tablo 10: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Statülerine Göre İstihdam Edilen Personel Sayısı (1994–2009).....	27
Tablo 11: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Statüsüne Göre İstihdam Oranları (1994– 2009).....	28
Tablo 12: Türk Otomotiv Endüstrisi Yatırımları (1993–2009).....	29
Tablo 13: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Türlerine Göre Yatırım Oranları (1993– 2009).....	30
Tablo 14: Türk Otomotiv Endüstrisi Dış Ticareti (1980–2009)	31
Tablo 15: Türkiye Taşıt Aracı Parkı ve Yoğunluğu (2007).....	33
Tablo 16: IMD'ye Göre Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesinde Ele Alınan Faktörler.....	73
Tablo 17: Türk Otomotiv Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücü.....	80

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.Ş.	: Anonim Şirketi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EMS	: İhracat Piyasa Payı
ES	: İhracatta Uzmanlaşma
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
ISIC	: Uluslararası Sanayi Sınıflandırması
İKV	: İktisadi Kalkınma Vakfı
IMD	: Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
MBP	: Ticari Performans Ölçütü
NE	: Net İhracat
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OICA	: Uluslararası Otomotiv Sanayicileri Birliği
OSD	: Otomotiv Sanayi Derneği
RC	: Görelİ Rekabet Üstünlüğü Endeksi
RCA	: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler
RMP	: Görelİ İthalat Nüfuz endeksi
RTA	: Görelİ Ticaret Avantajı Endeksi
RXA	: Görelİ İhracat Avantajı endeksi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
WEF	: Dünya Ekonomik Forumu
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü

GİRİŞ

Küreselleşme hareketlerinin hız kazanmasına bağlı olarak 20. yüzyılın sonlarına doğru yoğunlaşan iktisadi birleşme hareketleri, birçok ulusal ekonominin serbest piyasa ekonomisine geçmesini beraberinde getirmiştir. Söz konusu iktisadi sistemin iyi bir şekilde işleminin temel unsurlarından biri rekabettir. Ülke ekonomilerinin bölgeselleşme ve teknolojik ilerleme gibi gelişmelere adapte olabilmesi anlamında rekabet, sistemin önemli bir düzenleyicisidir.

Serbest piyasa sisteminin geçerli olduğu ekonomilerde tüketiciler, bir üründen maksimum fayda sağlamayı arzu ederken, üreticiler maksimum kazanç sağlamayı arzu etmektedirler. İktisadi birimlerin sahip olduğu bu istekler, piyasada oluşabilecek aksaklıklar nedeniyle her zaman geçerlilik kazanamamaktadır. Bu bağlamda rekabet, iktisadi karar birimlerinin beklentilerinin karşılanmasında ideal bir ortamın sağlanması için söz konusu olabilecek piyasa mekanizmasının önemli bir itici gücüdür. Dolayısıyla rekabet, arz ve talep arasında uyumu sağlamakta ve rekabet sürecinde başarı sağlayamayan firmaları piyasadan elimine edebilmektedir.

Belirli bir piyasa yapısı içerisinde faaliyet gösteren bir firmanın rekabet sürecinde başarılı olabilmesi ve buna bağlı olarak uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde edebilmesi, kaynaklarını etkin kullanması yoluyla düşük maliyetle üretim yapması ve tüketicinin istediği ürünü istediği yerde ve zamanda piyasaya sunabilmesi ile gerçekleşmektedir. Özellikle ticari alanda hız kazanan küreselleşme hareketlerine bağlı olarak bir firmanın rakibinin, uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren bütün firmalar olması, ilgili gerekliliklerin şiddetini daha da artırmaktadır. Dolayısıyla küresel piyasalardaki tüketicilerin tercihlerini karşılayabilen firmalar, rekabet gücü elde edebilecekken, ilgili tercihlere yanıt veremeyen firmalar, rekabet gücü elde edemeyeceklerdir.

Firma ölçeğinde önemli bir kavram olan rekabet gücü, endüstri ve ülke ölçeğinde de ifade edilmeye çalışılmaktadır. Bununla birlikte firma ölçeğinden ülke ölçeğine geçildikçe, rekabet gücünün kapsadığı konu alanı artış göstermektedir. Firma ve endüstri ölçeğinde mikro ölçekli konuları kapsayan rekabet gücü kavramı, ülke düzeyinde makro ekonomik konuları da içine almaktadır. Bu çerçevede firma düzeyinde rekabet gücü, ülke düzeyinde rekabet gücü üzerinde belirleyici

olmaktadır. Kaynaklarını etkin kullanarak uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde eden bir firma, içinde yer aldığı endüstrinin rekabet gücü elde etmesini sağlayacaktır. Söz konusu endüstrinin rekabet gücü elde etmesi de ülkenin büyümesini ve refah seviyesinin artmasını sağlayarak uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmesine yardımcı olmaktadır.

Rekabet gücü kavramı, birçok endüstri dalında oluşu gibi otomotiv endüstrisinde de önem teşkil etmektedir. Otomotiv endüstrisi, ülke ekonomileri açısından stratejik öneme sahip endüstrilerin başında gelmektedir. Yüksek oranda katma değer yaratan bir endüstri olması, çok sayıda yan sanayiye aynı anda geliştirmesi, yan sanayileri ile birlikte önemli ölçüde istihdam oluşturması, birçok sektörde talep yaratıcı etkilerinin olması ve ekonomilere yüksek bir vergi getirisi sağlaması, bu endüstrinin stratejik bir öneme sahip olmasını sağlamaktadır. Endüstrinin sahip olduğu bu özellikler, birçok ülkenin otomotiv endüstrisini destekleyerek, rekabet gücü kazanması yolunda önemli çabalar sarf etmesini beraberinde getirmektedir.

19. yüzyılın sonlarına doğru az sayıda ülkenin sınırlı sayıda ve modelde üretimi ile kurulmuş olan otomotiv endüstrisi, günümüzde birçok ülkede önemli ilerlemeler kaydetmiş ve otomotiv endüstrisi ekseninde gerçekleştirilen üretim miktarı sürekli artış göstermiştir. 1900 yılında Dünya’da yaklaşık 10 bin adet motorlu kara taşıtı üretimi yapılmışken, 2009 yılında 60 milyon adet üzerinde motorlu kara taşıtı üretilmiştir.

Dünyada otomotiv endüstrisi çerçevesinde transplant üretim hakim durumdadır. Küreselleşme eğiliminin etkisiyle maliyetlerin gittikçe birbirine yaklaşması ve buna bağlı olarak otomotiv üreticisi firmaların rekabet güçlerini korumaya ve artırmaya yönelik çalışmaları, otomotiv üretiminin merkez ülkelere çevre ülkelere doğru kaymasına neden olmuştur. Bu çerçevede maliyetlerin düşürülerek rekabet gücünün korunması anlamında birçok aramalı farklı ülkelerde üretilmekte ve farklı ülkelerde montaj edilerek uluslararası piyasalara sunulmaktadır.

Dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak Türkiye’de de otomotiv endüstrisi önemli bir ilerleme kaydetmiştir. 20. yüzyılın ortalarında prototip üretim ile başlayan süreç, otomotiv üreticisi niteliğindeki çok uluslu firmaların Türkiye’de üretim tesisleri kurmaları ile hızlanmış ve Türk Otomotiv Endüstrisi, bir üretim üssü olma yoluna

yönelmiştir. Endüstrinin kurulduğu 1960'lı yıllarda 20 bin adet civarında motorlu araç üretilirken, 2009 yılında 1 milyon adete yakın üretim gerçekleştirilmiştir. Özellikle de 1 Ocak 1996 tarihinde Avrupa Birliği ülkeleri ile oluşturulan Gümrük Birliği neticesinde hitap edilen piyasanın genişlemesi, endüstrinin dış ticaretinde de önemli gelişmeler oluşturmuştur. Bununla birlikte endüstride 40 bin kişiye yakın doğrudan istihdam söz konusu olmaktadır.

Kurulduğu dönmeden itibaren önemli bir gelişme süreci yaşayan Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalarda sahip olduğu yerin belirlenmesi anlamında, endüstrinin rekabet gücünün ölçülmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabetçi yapısının ortaya konulması anlamında dış ticaret verilerinin temel alındığı yöntemlerle endüstrinin rekabet gücü hesaplanmaya çalışılmıştır.

Bu bilgiler ışığında çalışma, üç bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde "Otomotiv Endüstrisi" incelenmeye çalışılmıştır. Çalışmanın bu ilk bölümünde endüstri hakkında genel bilgiler verildikten sonra Dünya'da ve Türkiye'de endüstrinin gelişimi ve mevcut durumu çeşitli iktisadi büyüklüklerle analiz edilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde rekabet ve rekabet gücü kavramlarının teorik boyutuna değinilmiş ve arkasından rekabet gücünün belirleyicileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümünde ise uluslararası rekabet gücünü ölçen yöntemler belirtilmiş ve arkasından 1996–2008 dönemine ait verilerle Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü ölçülmeye çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak otomotiv endüstrisinin tanımı, kapsamı ve yapısı açıklanmaya çalışılacaktır. Endüstriyle ilgili olarak yapılacak bu genel açıklamalardan sonra çeşitli iktisadi veriler kullanılarak söz konusu endüstrinin Dünya'daki ve Türkiye'deki gelişimi ve mevcut durumu üzerine analizler yapılacaktır.

1.1. Otomotiv Endüstrisi

İktisat biliminin varoluş mantalitesine göre toplumu oluşturan bireylerin ihtiyaçları sınırsız; bunu doğada karşılayacak kaynaklar ise sınırlıdır. İnsanlar varolduğu günden bugüne bir noktadan diğer noktaya çeşitli araçlarla hareket etmeye çalışmışlar ve daha hızlı nasıl gidilebileceği yönündeki istekler ile teknolojik yönlü gelişmeler, sürekli yenilik üretimini beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda karayolları da iktisadi birimlerin belirli noktalar arasında hareket edebilme sürelerini azaltabilen bir ulaşım metodu olarak görülmüştür. Böylece motorlu kara taşıtları geliştirilmiş, çeşitli marka ve modeli içerisinde barındıran bir endüstrinin temelleri atılmaya başlanmıştır.

1.1.1. Otomotiv Endüstrisinin Tanımı ve Kapsamı

Otomotiv endüstrisi genel olarak, motorlu kara taşıtı araçları ve bu araçların yapımıyla ilgili bir endüstri dalıdır (Seyidoğlu, 2002: 472). Uluslararası Sanayi Sınıflandırması (ISIC) kapsamında ise otomotiv endüstrisi; çekici, kamyon, kamyonet, karavan, minibüs, midibüs, otomobil, otobüs, treyler, iki ve üç tekerlekli araçlar ve yan sanayi ürünlerini içermekte olan, karayolu taşıtları imalat sanayisi veya motorlu taşıtlar imalat sanayisi olarak da adlandırılan endüstri olarak tanımlanmıştır (Bedir, 1999: 3). Diğer bir tanımlamaya göre ise, otomotiv endüstrisi, farklı ülkelerde üretilen parçaların farklı bir ülkede birleştirildiği bir montaj endüstrisidir (Ayoğlu ve Seyfettinoğlu, 2008: 394).

Bu tanımlardan hareketle bir tanımlama yapılmak istendiğinde otomotiv endüstrisi; özelliği, malzeme yapısı, üretim süreci, tekniği ve yeri birbirinden farklı olan çok sayıda girdinin ortak kalite yönetimi, verimlilik ve etkinlik anlayışı ile bir

araya getirilip nihai ürünün meydana getirilmesi süreçlerine hakim bir montaj endüstrisidir.

Otomotiv Sanayi denildiğinde, genellikle Otomotiv Ana Sanayi ifade edilmeye çalışılmaktadır. Ancak temelde otomotiv sanayi, otomotiv ana ve yan sanayinden oluşmaktadır. Ana sanayi, bir yanmalı veya patlamalı motorla tahrik edilen, yük veya yolcu taşımak ve karayolu trafiğinde seyretmek üzere belirli teknik mevzuata göre dört veya daha fazla tekerlekli taşıt araçlarının üretiminin yapıldığı sanayidir. Otomotiv yan sanayi ise, hem ana sanayiye hem de parktaki araçların parça yenileme talebine yönelik ana sanayi tarafından belirlenen teknik donanımlara uygun aksam, parça, modül ve sistem üreten sanayi koludur (Karbuç, Silahçı ve Çalışkan, 2008: 3).

Otomotiv ana sanayinde üretilen motorlu kara taşıtları, aşağıdaki uluslararası sınıflandırmaya göre tanımlanmaktadır (DPT, 2007: 1).

- **M Kategorisi:** En az dört tekerlekli ve motorlu yolcu taşıma araçları.
 - M₁ Kategorisi: Sürücü dışında en fazla sekiz kişilik oturma yeri olan, yolcu taşımaya yönelik motorlu araçlar.
 - M₂ Kategorisi: Sürücü dışında sekizden fazla oturma yeri olan, yolcu taşımaya yönelik ve azami yük kapasitesi beş tonu aşmayan motorlu araçlar.
 - M₃ Kategorisi: Sürücü dışında sekizden fazla oturma yeri olan, yolcu taşımaya yönelik ve azami yük kapasitesi beş tonu aşan motorlu araçlar.
- **N Kategorisi:** En az dört tekerlekli, motorlu yük taşıma araçları:
 - N₁ Kategorisi: Azami kapasitesi 3,5 tonu aşmayan, motorlu yük taşıma araçları.
 - N₂ Kategorisi: Azami kapasitesi 3,5 tonu aşan, 12 tonu aşmayan motorlu yük taşıma araçları.
 - N₃ Kategorisi: Azami kapasitesi 12 tonu aşan motorlu yük taşıma araçları.
- **O Kategorisi:** Römorklar (Yarı römorklar Dahil):
 - O₁ Kategorisi: Azami kapasitesi 0,75 tonu aşmayan römorklar.

- O₂ Kategorisi: Azami kapasitesi 0,75 tondan büyük, 3,5 tondan küçük römorklar.
- O₃ Kategorisi: Azami kapasitesi 3,5 tondan büyük, 10 tondan küçük römorklar.
- O₄ Kategorisi: Azami kapasitesi 10 tonu aşan römorklar.

1.1.2. Otomotiv Endüstrisinin Yapısı

Otomotiv endüstrisinde az sayıda üretici olmasının karşısında sınırsız sayıda tüketicinin var olması bu endüstrinin oligopolistik bir piyasa yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte endüstride farklı çeşit ve modellerde ürünler üretiliyor olması endüstrinin farklılaştırılmış yani heterojen bir oligopol yapısının varlığını yansıtır. Oligopol piyasalarda firmaların fiyatı etkileme veya belirleme işlemleri anlaşmalı veya anlaşmasız olarak gerçekleşebilir (Uysal ve Yiğitbaşı, 2009: 491). Otomotiv endüstrisindeki firmaların satış sürecinde daha fazla müşteriye sahip olmak için birbirlerinin uyguladıkları stratejilere veya taktiklere tepki göstermeleri endüstride anlaşmasız bir oligopol yapının olduğunu göstermektedir.

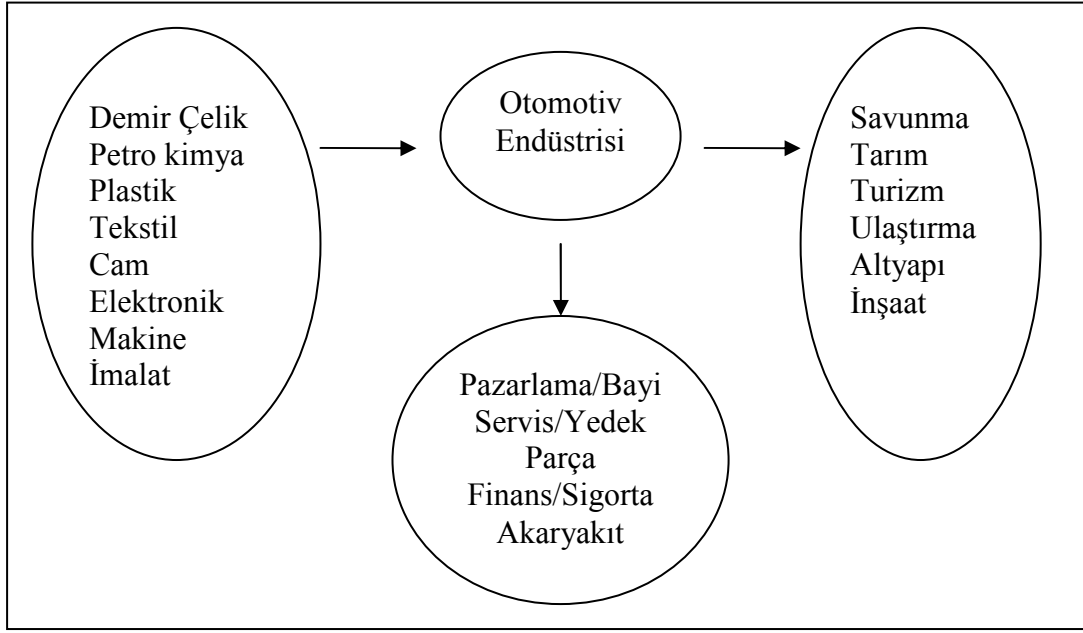
Endüstride yeni üretilmiş araçların alınıp satıldığı sıfır kilometre araç piyasasının yanı sıra güçlü bir ikinci el piyasası bulunmaktadır. Sıfır kilometre araç piyasasında alıcı ile satıcının simetrik bilgiye sahip olması, şeffaf bir piyasa yapısının olduğunu göstermektedir. Ancak limon piyasası olarak da tabir edilen ikinci el araç piyasasında tarafların ticarete konu olan araç hakkında simetrik ve tam bilgiye sahip olmaması, ilgili piyasada şeffaf nitelik taşımayan bir yapıyı da beraberinde getirmektedir.

1.1.3. Otomotiv Endüstrisinin Ekonomideki Yeri

Otomotiv endüstrisi, gelişmiş ve hatta gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda ekonominin lokomotif sektörü olarak nitelendirilmektedir. Ekonominin lokomotifi olarak nitelendirilmesindeki temel faktör, endüstrinin tedarik, üretim ve satış süreçlerinde kendisiyle birlikte birçok sektörü hareketlendirmesidir. Tedarik sürecinde demir çelik, petro kimya, boya, tekstil, plastik, cam, elektrik elektronik ve makine sanayi gibi alanlarda iş potansiyeli oluştururken; satış sırası ve sonrasında da bankacılık, sigortacılık gibi alanlarda iş hacmi yaratmaktadır. Ayrıca endüstride

üretileen araçların çeşitli alanlarda kullanılması anlamında söz konusu endüstri; savunma sanayi, turizm, inşaat, tarım, ulaştırma ve altyapı sektörlerinde de canlılık meydana getirmektedir.

Şekil 1: Otomotiv Endüstrisinin Ekonomiye Katkısı



Kaynak: Karbuş, Silahçı ve Çalışkan, 2008: 5.

Sanayileşmiş ülkelerin tamamına yakınında otomotiv sanayi firmaları, ülkelerin büyük şirketleri arasında üst sıralarda yer almaktadır. Ayrıca, üretim büyüklüğü ve yarattığı katma değer itibariyle endüstri, toplam imalat sanayi üretimi içerisinde yine ilk sıralarda yer almaktadır. Örneğin 1914 yılında ABD imalat sanayi üretimi içerisinde 14. sırada bulunan otomotiv endüstrisi, yüzyılın ilk çeyreğinden sonra birinci sıraya yükselmiş ve bu durumunu uzun yıllar sürdürmüştür. AB’de imalat sanayi katma değerinin yüzde 9,3’ü, Japonya’da ise imalat sanayi üretiminin yüzde 10’undan fazlası otomotiv endüstrisine sağlanmaktadır (Bedir, 2002: 13).

Otomotiv endüstrisi, birçok endüstri kolunda iş hacmini genişleterek ekonomide bir dinamizm yarattığı gibi istihdam alanı olarak da önemli faydalar sağlamaktadır. Dünya genelinde sekiz milyondan fazla kişinin doğrudan otomotiv endüstrisinde istihdam edildiği belirtilmektedir. Bu sayı, dünyada gerçekleşen istihdamın yaklaşık yüzde 5’ine tekabül etmektedir. Ayrıca, otomotiv endüstrisinde doğrudan istihdam edilen bir kişi, beş dolaylı istihdamı da beraberinde getirmektedir.

Dolayısıyla otomotiv endüstrisi vasıtasıyla dünyada yaklaşık 50 milyon kişi çalışma alanı bulmaktadır (OICA, 2006: 1).

1.2. Dünya’da Otomotiv Endüstrisi

Otomotiv endüstrisi, reel anlamda 1900’lü yılların başlarında kurulmuştur. Bu yıllara kadar çeşitli üretim denemeleri yapılmış; ancak seri üretime geçiş 20. yüzyılın başlarında gerçekleşmiştir. Otomotiv endüstrisinin kurulduğu yıllardan günümüze kadar iki önemli gelişme endüstri için dönüm noktaları niteliği taşımaktadır. Bunlardan ilki Ford firmasının önderliğinde emek yoğun üretimden seri üretime geçiş dönemidir. Bu dönemle birlikte maliyetler düşürülmüş ve gittikçe büyüyen bir piyasanın varlığı gündeme gelebilmiştir. İkinci önemli gelişme ise, 1970’li yıllarda yaşanan krizle birlikte seri üretimin önem kaybedip, Japonya tarzı yığın ve esnek üretimin gündeme gelmesidir.

Otomotiv endüstrisi çerçevesinde seri üretimin başlangıç dönemi olan 20. yüzyılın başlarından günümüze kadar Amerika Birleşik Devletleri ve Batı Avrupa ülkeleri, özellikle Almanya, Fransa, İngiltere ve İtalya; gerek üretim, tüketim gibi büyüklükler olarak gerekse de üretim sistemleri, ürün geliştirilmesi ve teknolojiye değişim açısından öncü ülkeler olmuşlardır. Japonya, 1950 yılından sonra otomotiv endüstrisinde çok hızlı bir gelişme göstererek, 1970’li yıllardan sonra Dünya’nın en büyük motorlu araç ihracatçısı ülke konumuna gelmiştir. 1980’li yılların ortalarından itibaren ise Japonya’ya benzer bir gelişme Güney Kore’de gözlenmiş, ülke söz konusu endüstride ihracata dayalı bir büyüme başarısı sağlamıştır (Bedir, 1999: 11). Japonya ve Güney Kore’yi takiben 2000’li yıllarda Çin, otomotiv ürünleri ihracatında önemli gelişmeler yaşamıştır. 1995 yılında yaklaşık 600 milyon dolarlık ihracat gerçekleştiren Çin Otomotiv Endüstrisi, 2000 yılında 1,5 milyar dolarlık, 2008 yılında ise, yaklaşık 30 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Dünya’da otomotiv üretimi, ilgili endüstrinin gelişmiş olduğu ülkelere transplant üretim ile diğer ülkelere doğru yayılmaktadır. Maliyetlerin gittikçe birbirine yaklaştığı günümüz ortamında firmalar rekabet güçlerini kaybetmemek ve artırmak için optimal maliyetle üretim yapabilecekleri ülkelerde tesis kurma yolunu tercih etmektedirler. Böylece her bir parça farklı bir ülkede üretilip, farklı bir ülkede montaj edilmektedir. Yaşanan bu gelişmeler bağlamında otomotiv üreticisi ülkelerin

üç sınıfta toplandığı söylenebilir. Birinci sınıf ülkeler, teknoloji ve girdi üretimini gerçekleştiren ve marka üretebilen merkez ülkelerdir. İkinci sınıf ülkeler, teknolojiyi ithal ederek, araç üretimini gerçekleştiren üretim merkezi şeklindeki ülkelerdir. Üçüncü sınıf ülkeler ise, teknoloji ve araç üretemeyen, teknoloji ithal edemeyen ve araç bakımından dışa bağımlı ithalatçı ülkelerdir (Ertekin vd., 2008: 19).

Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde yaşanan diğer bir önemli gelişme ise, şirket birleşmeleri ve satınalma yolu ile ana sanayi firmalarının sayısının gün geçtikçe azalmasıdır. Birleşmeler ya sektörden tamamen ayrılma ya da üretim ünitesinin bir bölümünü satarak diğer bölümler üzerinde yoğunlaşma şeklinde olmaktadır (Ayoğlu ve Seyfettinoğlu, 2008: 395). Bu doğrultuda kaydedilen önemli birleşme ve satınalmalar şunlardır: General Motor ve Opel, Saab'ın yüzde 50'sini; Ford, Mazda'yı; Hyundai, Kia'yı; Toyota, Daihatsu'yu; Volkswagen, Scania'nın yüzde 34'ünü, Rolls Royce ve Lamborghini'yi; General Motor, Fiat'ın yüzde 20'sini, Tata Motor, Jaguar ve Land Rover'i satın almıştır. Ancak 2007 yılının Mayıs ayında Daimler'in Chreysler'i satmasıyla Daimler – Chreysler grubunun ayrılması, bu küresel eğilime ters düşen bir gelişme olmuştur (Sönmez ve Sarı, 2009: 13).

1.2.1. Dünya Otomotiv Endüstrisinin Tarihsel Gelişimi

Yüzyılı aşkın bir geçmişe sahip olan otomotiv endüstrisi faaliyetleri, başlangıçta otomobil üretimi ile başlamış ve Birinci Dünya Savaşı yıllarında ticari araç üretimi de gerçekleştirilerek, toplam üretim içerisinde otomobil ağırlıklı olmak üzere sürekli bir değişim ve gelişim içerisinde olmuştur. Otomotiv endüstrisi, başta Almanya ve Fransa olmak üzere Avrupa'da doğup, Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişip, güçlenmiştir (Bedir, 1999: 7).

Tarihsel süreç içerisinde ilk otomobilin icadı 1769 yılında Nicholas Joseph Cougnot tarafından gerçekleştirilmiştir (Azcanlı, 1999: 11). Cougnot tarafından yapılan üç tekerlekli araç, buhar gücüyle çalıştırılmış ve silahları taşıma amacıyla kullanılmıştır. (Bedir, 2002: 2). Sonraki yıllarda otomotiv üzerine yapılan çalışmalar İngiltere'de hız kazanmaya başlamıştır. 1801 yılında Richard Trevithick, 1821 yılında Griffit, 1824 yılında Hill ve 1831 yılında Hancock, buharlı posta arabaları imal etmişlerdir. Yine bir İngiliz olan Sir Goldswort Guyney, 1829 yılında saatte 25 km. hız yapabilen bir araç üretmiştir. 1860 yılında Fransız Etienne Lenoir tarafından

içten yanmalı motorun imal edilmesi, otomotiv endüstrisi açısından önemli bir aşama oluşturmuştur (Çoban, 1996: 44).

Modern anlamda otomobil üretimi, 1860 yılında içten yanmalı motorun keşfiyle başlamıştır. Ancak otomotiv endüstrisindeki önemli gelişmeler 20. yüzyılda kaydedilmiştir (Ayoğlu ve Seyfettinoğlu, 2008: 392). Bugünkü anlamda modern bir otomobilin ilk olarak üretimi, 1886 yılında Karl Benz ve Gottlieb Daimler tarafından gerçekleştirilmiş ve otomobil kullanımı bu yıllardan sonra Avrupa'da hızlı bir şekilde Avrupa'da yayılma göstermiştir. Ayrıca 1893 yılında Amerika'da da içten yanmalı motorlu otomobil üretimi başlamış ve gün geçtikçe otomobil üretimi ve kullanımı artış göstermiştir (Bedir, 1999: 8).

Yukarıda açıklanmaya çalışılan süreç içerisinde otomotiv endüstrisinde faaliyet gösteren firmaların sayısında da önemli değişimler görülmüştür. 1880 yılında 8 adet olan otomobil marka sayısı, 1885'te 50'ye ve 1890'da ise 500'e ulaşmıştır (Çoban, 2005: 7). Teknolojik imkanların ve eğitilmiş işgücünün yetersiz olduğu bir dönemde otomobil üretimi alanında önemli gelişmeler yaşanması, söz konusu sürecin hızlı bir şekilde işlediğini göstermektedir.

1903 yılında Amerika'da Henry Ford tarafından kurulan Ford firması, otomotiv endüstrisinde seri üretime geçen ilk firma olmuştur. Ford tarafından geniş pazar imkanları iyi analiz edilerek piyasaya sunulan Model T'nin üretimi, yüksek üretim miktarlarına bağlı olarak düşük maliyetle gerçekleştirilmiştir. Bu modelin 1920'li yıllarda ABD piyasasındaki payı yüzde 65–70 civarında, dünyada ise yüzde 50 civarında olmuştur (Bedir, 2002: 3).

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren küreselleşme hareketleri yoğunluk kazanmış, 1960'lı yıllarla birlikte üretim ve ticaret hız kazanmıştır. 1970'li yıllarda ise, işbirliğine dayalı küreselleşme hareketleri gündeme gelmiştir. 1990'lı yıllara gelindiğinde, otomotiv endüstrisi hızlı bir gelişme içerisine girmiş, soğuk savaşın bitmesi, bilgi teknolojilerinin yayılması ve uluslararası ekonomik ilişkilerdeki küreselleşmenin hız kazanması, otomotiv endüstrisi üretiminin hızlı bir şekilde artmasını beraberinde getirmiştir (Ayoğlu ve Seyfettinoğlu, 2008: 393). 1900'lü yılların başlarında dünya otomotiv endüstrisindeki üretim hacmi 10 bin adet seviyelerindeyken, 2009 yılında dünya genelinde 60 milyon adet üzerinde üretim gerçekleştirilmiştir.

1.2.2. Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde Ekonomik Büyüklükler

20. yüzyılın başlarında reel olarak üretimin yapılmaya başlandığı otomotiv endüstrisi, ilgili yüzyılda Dünya ekonomileri için önemli bir endüstri niteliği kazanmıştır. Kurulduğu ilk yıllarda Dünya genelinde hakim olan üretim anlayışını değiştirecek Fordist üretim sistemini uygulamaya geçirmesi ve bu sistemin kullanımının hızla yaygınlaşması, toplumsal yaşam üzerinde doğrudan etkiler meydana getirmiştir.

Otomotiv endüstrisinin birçok dünya ekonomisi tarafından önemli bir endüstri olarak algılanması, yoğun bir rekabet ortamını da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmek isteyen çok uluslu firmalar, üretim maliyetlerini düşürmek için üretimlerini çevre ülkelere doğru yönlendirmeyi tercih etmişlerdir. Dolayısıyla Dünya genelinde önemli bir yayılma gösteren otomotiv endüstrisi üretimiyle birlikte dış ticaret, yatırım ve istihdam gibi ekonomik büyüklükler de önem arz etmeye başlamıştır.

Bu başlık altında Dünya Otomotiv Endüstrisi'ne ait üretim, istihdam, dış ticaret, motorlu araç parkı ve araç yoğunluğu konuları çeşitli veriler kullanılarak analiz edilmeye çalışılacaktır.

1.2.2.1. Üretim

19. yüzyılın sonlarında otomobil üretimi ile başlayan motorlu araç üretimi, 20. yüzyılın başında yılda 9 bin 500 adet olup; üretim Amerika, Fransa ve Almanya'da yapılmıştır. Endüstri üretimi, kısa dönemde önemli artışlar göstermiş; 100 bin adetlik üretime 1908 yılında, 1 milyon adetlik üretime ise 1915 yılında ulaşılmıştır. 1910 yılına kadar üretim, emek yoğun bir nitelik arz etmiştir. Üretim, çok sayıda küçük atölyelerde, tamamen sipariş üzerine ve firma başına oldukça düşük sayılarda otomobil üretimiyle standart dışı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. 1908 yılında Ford'un Model T üretimiyle seri üretime geçişi, motorlu araç üretiminde önemli bir atılımın başlangıcını teşkil etmiş, bu yıllardan sonra üretimde hızlı bir artış sağlanabilmiştir (Bedir, 1999: 13).

Tablo 1: Dünya Motorlu Araç Üretiminin Gelişimi (1000 Adet) (1900–2009)

Yıllar	Almanya	Fransa	İtalya	İngiltere	ABD	Japonya	Güney Kore	Çin	Diğer	Toplam
1900	2	3	0	0	4	0	0	0	0	9
1905	16	22	0	0	25	0	0	0	0	63
1910	13	38	0	14	187	0	0	0	3	255
1915	0	0	15	0	970	0	0	0	30	1.015
1920	0	40	21	0	2.227	0	0	0	94	2.382
1930	71	230	46	237	3.363	1	0	0	186	4.134
1940	72	0	0	134	4.513	51	0	0	172	4.932
1950	306	358	128	784	8.006	82	0	0	914	10.577
1960	2.055	1.370	645	1.811	7.905	814	0	0	1.889	16.488
1970	3.842	2.750	1.854	2.099	8.284	5.289	0	0	5.301	29.419
1980	3.879	3.378	1.612	1.313	8.010	11.043	134	0	9.196	38.565
1990	4.977	3.769	2.121	1.566	9.783	13.487	1.498	709	10.645	48.554
1995	4.667	3.475	1.667	1.765	11.986	10.196	2.526	1.435	12.266	49.983
1996	4.843	3.589	1.545	1.924	11.799	10.346	2.813	1.466	13.007	51.332
1997	5.023	2.577	1.815	1.940	12.131	10.975	2.818	1.578	16.148	55.005
1998	5.727	2.954	1.693	1.981	12.003	10.050	1.954	1.628	15.609	53.599
1999	5.240	3.180	1.701	1.973	13.023	9.895	1.832	1.805	17.089	55.738
2000	5.197	3.351	1.738	1.817	12.811	10.144	3.115	2.069	17.067	57.309
2001	5.691	3.629	1.580	1.685	11.425	9.777	2.946	2.334	17.238	56.305
2002	5.469	3.693	1.428	1.821	12.274	10.258	3.148	3.287	17.462	58.840
2003	5.506	3.620	1.321	1.846	12.114	10.286	3.178	4.444	18.348	60.663
2004	5.569	3.665	1.142	1.856	11.989	10.511	3.469	5.234	21.061	64.496
2005	5.757	3.549	1.038	1.803	11.946	10.799	3.699	5.708	22.183	66.482
2006	5.819	3.169	1.211	1.648	11.263	11.484	3.840	7.189	23.599	69.222
2007	6.213	3.015	1.284	1.750	10.780	11.596	4.086	8.882	25.546	73.152
2008	6.041	2.569	1.024	1.650	8.705	11.564	3.827	9.299	25.848	70.527
2009	5.210	2.050	843	1.090	5.712	7.935	3.513	13.790	20.844	60.987

Kaynak: OICA; Bedir, 2002: 3

Tablo 1’de 1900–2009 dönemine ait Dünya Otomotiv Endüstrisi üretimi verileri yer almaktadır. Tabloya göre Dünya’da motorlu taşıt üretiminin ABD, Fransa ve Almanya’da başladığı görülmektedir. Diğer taraftan 1930 yılında Japonya’da üretimini başladığı ve Japonya’nın hızlı bir üretim artışı yaşadığı dikkat çekmektedir. Japonya’ya benzer bir gelişme sürecinin 1980’li yıllarla Güney Kore’de, 1990’lı yıllarla da Çin’de başladığı görülmektedir. Ayrıca 1990’lı yıllarla birlikte diğer ülkeler kategorisinde hızlı bir üretim artışı yaşanmıştır. Bu da uluslararası

piyasalarda yaşanan rekabet baskısına bağlı olarak merkez ülkelerden düşük maliyetle üretim yapabilen çevre ülkelere doğru oluşan üretim transferinden kaynaklanmaktadır. Tabloda dikkat çeken bir nokta da 2007 yılından sonra Dünya motorlu taşıt üretiminin artan oranlı düşme eğilimi göstermesidir. 2008 yılında ABD’de başlayan finansal krizin küresel bir boyut kazanması, küresel finansal krizin reel sektörde de olumsuz etkiler meydana getirdiğini göstermektedir.

Tablo 2: Dünya Motorlu Araç Üretiminde Ülke Payları (%)* (1900–2009)

Yıllar	Almanya	Fransa	İtalya	İngiltere	ABD	Japonya	Güney Kore	Çin	Diğer	Toplam
1900	22.2	33.3	0.0	0.0	44.4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
1905	25.4	34.9	0.0	0.0	39.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
1910	5.1	14.9	0.0	5.5	73.3	0.0	0.0	0.0	1.2	100.0
1915	0.0	0.0	1.5	0.0	95.6	0.0	0.0	0.0	3.0	100.0
1920	0.0	1.7	0.9	0.0	93.5	0.0	0.0	0.0	3.9	100.0
1930	1.7	5.6	1.1	5.7	81.3	0.0	0.0	0.0	4.5	100.0
1940	1.5	0.0	0.0	2.7	91.3	1.0	0.0	0.0	3.5	100.0
1950	2.9	3.4	1.2	7.4	75.7	0.8	0.0	0.0	8.6	100.0
1960	12.5	8.3	3.9	11.0	47.9	4.9	0.0	0.0	11.5	100.0
1970	13.1	9.3	6.3	7.1	28.2	18.0	0.0	0.0	18.0	100.0
1980	10.1	8.8	4.2	3.4	20.8	28.6	0.3	0.1	23.7	100.0
1990	10.3	7.8	4.4	3.2	20.1	27.8	3.1	1.5	21.8	100.0
1995	9.3	7.0	3.3	3.5	24.0	20.4	5.1	2.9	24.5	100.0
1996	9.4	7.0	3.0	3.7	23.0	20.2	5.5	2.9	25.3	100.0
1997	9.1	4.7	3.3	3.5	22.1	20.0	5.1	2.8	29.4	100.0
1998	10.7	5.5	3.2	3.7	22.4	18.8	3.6	3.0	29.1	100.0
1999	9.4	5.7	3.1	3.5	23.4	17.8	3.3	3.2	30.6	100.0
2000	9.1	5.8	3.0	3.2	22.4	17.7	5.4	3.6	29.8	100.0
2001	10.1	6.4	2.8	3.1	20.3	17.4	5.2	4.1	30.6	100.0
2002	9.3	6.3	2.4	3.1	20.9	17.4	5.4	5.6	29.6	100.0
2003	9.1	6.0	2.2	3.0	20.0	17.0	5.2	7.3	30.2	100.0
2004	8.6	5.7	1.8	2.9	18.6	16.3	5.4	8.1	32.6	100.0
2005	8.7	5.3	1.6	2.7	18.0	16.2	5.6	8.6	33.3	100.0
2006	8.4	4.6	1.7	2.4	16.3	16.6	5.5	10.4	34.1	100.0
2007	8.5	4.1	1.8	2.4	14.7	15.9	5.6	12.1	34.9	100.0
2008	8.6	3.6	1.6	2.3	12.3	16.4	5.4	13.2	36.6	100.0
2009	8.5	3.4	1.4	1.8	9.4	13.0	5.8	22.6	34.1	100.0

*Hesaplamalar, Tablo 1’den yararlanılarak yazar tarafından yapılmıştır.

Tablo 2’de Dünya Otomotiv Endüstrisi üretiminin ülkelere göre yüzde olarak dağılımı yer almaktadır. Tabloya göre otomotiv endüstrisinin kurulduğu ilk yıllarda taşıt araçları üretiminde ABD’nin önemli bir üstünlüğe sahip olduğu; ancak yıllar ilerledikçe ABD’nin üretimdeki üstünlüğünü kaybettiği ortaya çıkmaktadır. 20. yüzyılın ortalarına doğru otomotiv endüstrisini kuran Japonya’nın ise, 1990 yılına kadar önemli bir artış gösterdiği, daha sonraları ise dünya üretimindeki payının azalış gösterdiği görülmektedir. 1980’li yıllarla birlikte üretime başlayan Güney Kore’nin kısa bir sürede toplam üretim içindeki payını artırdığı ve 2000 yılından itibaren sahip olduğu payı muhafaza etmekle kaldığı dikkat çekmektedir. 20. yüzyılın sonlarına doğru otomotiv üretimine başlayan Çin’in ise, kurulduğu dönemden günümüze kadar Dünya genelinde yapılan üretim içerisindeki payını sürekli artırdığı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, 2008 yılında yaşanan küresel finansal krizin reel sektörde meydana getirdiği etkiler neticesinde toplam üretim içerisinde ülkelerin sahip olduğu paylar azalma gösterirken, Çin, sağladığı üretim artışıyla toplam üretim içerisindeki payını artırmıştır.

1.2.2.2. İstihdam

Otomotiv Endüstrisi, ana sanayinin yanında demir çelik, petro kimya, plastik, tekstil, elektronik, cam vb. gibi birçok yan sanayinde de iş hacmi yarattığı için önemli derecede istihdam alanı oluşturabilmektedir. Ayrıca parktaki araçların yedek parça ihtiyacının da endüstri tarafından karşılanması, endüstrinin yarattığı istihdamın önemli boyutlarda olduğunu ortaya koyabilmektedir.

Otomotiv endüstrisinin kendisiyle birlikte birçok sektörde yarattığı istihdam için çok sayıda ülkeye ait veriler de dikkate alındığında genellikle taşıt araçları üretiminde çalışan 1 kişinin aksam ve parça üretiminde 5 ve ticaret ile hizmetler sektöründe de 5 kişi için ek istihdam alanı oluşturduğu kabul edilmektedir (DPT, 2007: 36).

Tablo 3: Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde 2006 Yılı İtibariyle İstihdam (Kişi)

Ülke	İstihdam	Oran	Ülke	İstihdam	Oran
Arjantin	12.166	0,14	Kore	246.900	2,94
Avustralya	43.000	0,51	Malezya	47.000	0,56
Avusturya	32.000	0,38	Meksika	137.000	1,63
Belçika	45.600	0,54	Hollanda	24.500	0,28
Brezilya	289.082	3,44	Polonya	94.000	1,12
Kanada	159.000	1,88	Portekiz	22.800	0,27
Çin	1.605.000	19,21	Romanya	59.000	0,70
Hırvatistan	4.861	0,06	Rusya	755.000	8,98
Çek Cumhuriyeti	101.500	1,21	Sırbistan	14.454	0,17
Danimarka	6.300	0,07	Slovakya	57.376	0,68
Mısır	73.200	0,87	Slovenya	7.900	0,08
Finlandiya	6.530	0,07	Güney Afrika	112.300	1,34
Fransa	304.000	3,62	İspanya	330.000	3,93
Almanya	773.217	9,21	İsveç	140.000	1,67
Yunanistan	2.219	0,03	İsviçre	15.500	0,18
Macaristan	40.800	0,48	Tayland	182.300	2,17
Hindistan	270.000	3,21	Türkiye	230.736	2,75
Endonezya	64.000	0,76	İngiltere	213.000	2,54
İtalya	196.000	2,33	ABD	954.210	11,36
Japonya	725.000	8,63	TOPLAM	8.397.451	100

Kaynak: OICA, 2006: 2.

Tablo 3'te 2006 yılında Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde istihdam edilen kişi sayısı yer almaktadır. Tablodan görüldüğü gibi Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde yaklaşık 8,5 milyon işgücü istihdam edilmektedir. Toplam istihdam içerisinde en yüksek paya yüzde 19,21 ile Çin sahip olurken, Çin'i yüzde 11,36 pay ile ABD, yüzde 9,21'lik pay ile Almanya takip etmektedir. Otomotiv endüstrisi çerçevesinde en az istihdamın sağlandığı ülke ise, Yunanistan'dır. Yunanistan, Dünya Otomotiv Endüstrisi anlamında gerçekleştirilen toplam istihdamın yüzde 0,03'ünü karşılamaktadır. Türk Otomotiv Endüstrisi ise, otomotiv endüstrisi anlamında gerçekleşen Dünya istihdamının yüzde 2,75'ini karşılamaktadır.

1.2.2.3. Dış Ticaret

Otomotiv endüstrisinde farklı ülkelerde üretilen parçaların farklı ülkelerde birleştirilmesi şeklindeki montaj üretimin hakim olması, endüstri üretiminin artmasına bağlı olarak dış ticaretinin de önemli ölçülerde artış göstermesini beraberinde getirmiştir.

Tablo 4: Dünya Otomotiv Endüstrisi Dış Ticareti (1996–2008)

Yıllar	İhracat (Milyon \$)	Değişim (%)	İthalat (Milyon \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Hacmi (Milyon \$)	Değişim (%)
1996	475.360		696.591		1.171.951	
1997	497.910	4,74	711.375	2,12	1.209.285	3,19
1998	521.870	4,81	773.015	8,66	1.294.885	7,08
1999	556.460	6,63	594.184	-23,13	1.150.644	-11,14
2000	576.670	3,63	620.122	4,37	1.196.792	4,01
2001	569.440	-1,25	612.606	-1,21	1.182.046	-1,23
2002	627.900	10,27	657.843	7,38	1.285.743	8,77
2003	730.213	16,29	768.865	16,88	1.499.078	16,59
2004	860.287	17,81	893.966	16,27	1.754.253	17,02
2005	919.566	6,89	950.665	6,34	1.870.231	6,61
2006	1.022.506	11,19	1.057.311	11,22	2.079.817	11,21
2007	1.202.669	17,62	1.230.582	16,39	2.433.251	16,99
2008	1.233.545	2,57	1.254.503	1,94	2.488.048	2,25

Kaynak: WTO.

Tablo 4'te Dünya Otomotiv Endüstrisi'nde gerçekleşen ihracat ve ithalat değerleri, dış ticaret hacmi ve dönemler arasındaki değişim yüzdeleri yer almaktadır. Tablodan otomotiv endüstrisi dış ticaretinde iki dönem dışında sürekli artış yaşandığı görülmektedir. Bu da dünyada ticari anlamda küreselleşmenin hızlandığını ortaya koyabilmektedir. Bununla birlikte son dönemlerde dış ticaret hacminde artan oranda bir artış yaşanırken 2008 yılında yaşanan artış düşük seviyelerde kalmıştır. Dünya'da yaşanan finansal krizin önemli derecede kredili ticaret sisteminin söz konusu olduğu otomotiv endüstrisini olumsuz etkilemesi, bu yavaşlamanın temel nedeni olarak belirtilebilir.

Dünya üzerinde gerçekleşen ticaret hacmine bakıldığında otomotiv endüstrisinin uluslararası ticarete önemli bir yere sahip olduğu görülebilmektedir. Daha düşük bir maliyetle üretim yapabilme amacına bağlı olarak ortaya çıkan

transplant üretim anlayışıyla otomotiv endüstrisi ekseninde önemli bir dış ticaret hacmi yaratılabilmektedir.

Tablo 5: Otomotiv Endüstrisinin Dünya Ticaretindeki Yeri

Dönemler	Değişim (%)	Dönemler	Değişim (%)
1980–1985	5,0	2000–2005	10,0
1985–1990	14,0	2006	9,8
1990–1995	8,0	2007	9,9
1995–2000	5,0	2008	11,2

Kaynak: WTO.

Tablo 5’te Dünya Otomotiv Endüstrisi ihracatının toplam dünya ihracatı içerisindeki payı yer almaktadır. 1980’li yıllardan 2000’li yıllara kadar genellikle otomotiv endüstrisi ihracatının dünya ihracatı içerisindeki payı yüzde 10 seviyelerinin altında kalırken, 2000 yılından itibaren bu oran yüzde 10 seviyelerine ulaşmıştır. Bu da dünyada yapılan ihracatın yaklaşık onda birinin otomotiv endüstrisine karşılandığını ortaya koymaktadır.

1.2.2.4. Dünya Motorlu Araç Parkı ve Araç Yoğunluğu

Dünya, 695 milyonu otomobil olmak üzere toplam 954 milyonluk bir motorlu araç parkına sahiptir. 2006 yılı verilerine göre, 339 milyon adet araç parkı ile Amerika, 328 milyon adet araç parkı ile Avrupa ve 247 milyon adet araç parkı ile Asya, bölgelere göre araç parkı kategorisinde ilk üç sırada yer almaktadır. Bölgeler bazında otomobil parkı sıralamasına göre ise Amerika ile Avrupa’nın yer değiştirdiği görülmektedir. Amerika, yaklaşık 209 milyonluk bir otomobil parkına sahipken, Avrupa’daki otomobil parkı 280 milyonun üzerindedir.

Tablo 6: Bölge ve Ükelere Göre Araç Yoğunluğu (2006)

		Otomobil	Ticari Araç	Toplam	Yoğunluk (Araç/1000 Kişi)	
					Otomobil	Toplam
Kıtalar	AB	231.253.463	34.817.538	266.071.001	471	529
	Okyanusya	14.288.395	3.402.338	17.690.733	426	527
	Avrupa	282.107.086	46.500.660	328.607.746	345	402
	Amerika	208.509.271	130.771.073	339.280.344	231	375
	Asya	175.831.321	70.767.123	246.598.444	45	63
	Afrika	14.337.093	7.412.559	21.749.652	15	23
Toplam Dünya		695.073.166	258.853.753	953.926.919	105	144
Ülkeler	Kanada	18.738.949	839.394	19.578.343	561	586
	Almanya	46.569.657	3.172.042	49.741.699	565	604
	Fransa	30.400.000	6.261.000	36.661.000	477	575
	İngiltere	30.994.746	4.144.686	35.139.432	508	576
	İtalya	35.297.282	4.579.550	39.876.832	607	685
	Lüksemburg	304.494	36.071	340.565	634	709
	ABD	136.568.083	109.625.891	246.193.974	454	818
	Japonya	57.521.043	18.338.025	75.859.068	451	595
	Portekiz	4.290.000	1.335.000	5.625.000	403	528
	Yunanistan	4.446.528	1.016.739	5.463.267	415	510
	Polonya	12.703.515	2.355.580	15.059.095	330	391
	Macaristan	2.953.735	463.128	3.416.863	297	343
	Bulgaristan	2.309.300	337.200	2.646.500	315	361
	Güney Kore	11.606.986	4.288.317	15.895.303	237	324
	Romanya	3.225.367	614.342	3.839.709	145	172
	Brezilya	19.212.000	4.858.000	24.070.000	101	126
	Türkiye	6.501.453	3.206.109	9.707.562	92	138

Kaynak: OSD, 2008: 2.

Tablo 6’da kıtalara ve bazı seçilmiş ülkelere göre motorlu araç parkı ve araç yoğunluğu bilgileri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, Dünya’da araç yoğunluğunun en yüksek olduğu bölgenin AB, en düşük olduğu bölgenin ise Afrika olduğu görülmektedir. AB’de 1000 kişiye düşen araç sayısı 529 iken, Afrika’da 1000 kişiye 23 araç düşmektedir. Ülkeler bazında bakıldığında araç yoğunluğunun en yüksek olduğu ülkenin ABD, en düşük olduğu ülkenin ise Brezilya olduğu dikkat

çekmektedir. ABD’de 1000 kişiye düşen araç sayısı 818 adet iken Brezilya’da bu rakam 126’ya düşmektedir. Otomobil yoğunluğuna bakıldığında ise, yoğunluğun en yüksek olduğu ülkenin Lüksemburg olduğu ortaya çıkmaktadır. Lüksemburg’da 1000 kişiye düşen otomobil sayısı 634 adettir. Dünya ortalamalarına göre 1000 kişiye düşen otomobil sayısı 105, motorlu araç sayısı ise 144 adettir. 1000 kişiye düşen otomobil sayısının sırasıyla 101 ve 92, araç sayısının 126 ve 138 olduğu Brezilya ve Türkiye, söz konusu ortalamaların altında kalan iki ülkedir.

1.3. Türkiye’de Otomotiv Endüstrisi

Türk Otomotiv Endüstrisi, ihracat performansı açısından Türkiye Ekonomisi’nin ilk üç büyük endüstrisi arasında yer almaktadır. Talebin, ithalat yoluyla karşılandığı bir endüstri olarak doğan ve daha sonraları ithal ikameci dış ticaret stratejileriyle gelişmesi öngörülen Türk Otomotiv Endüstrisi, bugün uluslararası piyasalara üretim yapabilen bir endüstri seviyesine ulaşabilmiştir. Türkiye’nin 1 Ocak 1996 tarihiyle birlikte Avrupa Birliği üyesi ülkeler ile Gümrük birliği’ne dahil olması, endüstrinin hitap ettiği piyasanın genişlemesini beraberinde getirmiş ve buna bağlı olarak endüstride faaliyet gösteren firma sayısı artmıştır.

Türkiye’de 1950’li yıllarda montaj sanayi şeklinde yapılanmaya başlayan otomotiv endüstrisi, 1964 yılında çıkarılan Montaj İmal Tadil Talimatnamesi ile gelişmeye başlamıştır (Çoban, 2005: 53). Küreselleşme eğilimine de bağlı olarak hızlı bir gelişme gösteren otomotiv endüstrisi, 1996 yılında Gümrük Birliği’ne girilmesi ile yeni bir yapılanmanın içerisine girmiştir. Endüstrinin kurulduğu ilk yıllarda gündeme gelen Montaj Sanayi Talimatı ve 20. yüzyılın sonlarına doğru söz konusu olan Gümrük Birliği oluşumu endüstrideki firma sayısının ve buna paralel olarak üretim kapasitesinin hızlı bir şekilde artmasını beraberinde getirmiştir.

Tablo 7: Türkiye’deki Otomotiv Ana Sanayi Firmaları Hakkında Genel Bilgiler (2009)

Firmalar	Üretim Yeri	Üretime Başlama Tarihi	Sermaye (Bin Lira)	Yabancı Sermaye Payı (%)	Toplam Alan (Bin m²)
A.I.O.S.	Kocaeli	1966	25.419	29,74	299
BMC	İzmir	1966	500.000	0	826
FORD OTOSAN	Eskişehir	1983	350.910	41	1.105
	Kocaeli	2001			1.600
HATTAT TARIM	Tekirdağ	2002	40.000	0	172
HONDA TÜRKİYE	Kocaeli	1997	100.000	100	292
HYUNDAI ASSAN	Kocaeli	1997	206.220	70	1.000
KARSAN	Bursa	1966	150.000	0	200
MAN TÜRKİYE	Ankara	1966	65.000	99,9	315
M. BENZ TÜRK	İstanbul	1968	275.000	85	511
	Aksaray	1985			558
OTOKAR	Sakarya	1963	24.000	0	552
OYAK RENAULT	Bursa	1971	323.300	51	510
TEMSA	Adana	1987	210.000	0	555
	Sakarya	2008			153
TOFAŞ	Bursa	1971	500.000	37,8	935
TOYOTA	Sakarya	1994	150.165	100	917
TÜRK TRAKTÖR	Ankara	1954	53.370	37,5	282

Kaynak: OSD, 2010a: 1.

Tablo 7’de Türk Otomotiv Endüstrisi’nde faaliyet gösteren firmalara ait coğrafi ve ticari bilgiler yer almaktadır. Tablo incelendiğinde söz konusu endüstride 15 firmanın 18 üretim tesisiyle faaliyet gösterdiği ortaya çıkmaktadır. Üretim tesislerinin büyük bir kısmının Marmara özellikle de Güney Marmara Bölgesi’nde yer aldığı, bununla birlikte Ankara’da iki; İzmir, Eskişehir, Adana ve Aksaray’da ise birer üretim tesisinin bulunduğu görülmektedir. Diğer taraftan endüstrinin yaklaşık 3 milyar liralık bir sermayeye sahip olduğu dikkat çekmektedir. Ayrıca endüstrinin

sahip olduğu sermayenin büyük bir kısmının yabancı sermayeden oluştuğu görülmektedir.

Türk Otomotiv Endüstrisi'nde faaliyet gösteren firmalar, sanayi kuruluşları içerisinde önemli bir yere sahiptir. İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl açıklanan en büyük 500 sanayi kuruluşu içerisinde Türk Otomotiv Endüstrisi firmaları ilk sıralarda yer almaktadır. 2008 yılına ait verilere dayanılarak yapılan sıralamada Türk Otomotiv Endüstrisi'nde faaliyet gösteren firmaların tamamı yer almaktadır. Yapılan sıralamada ilk üçte 1 firma, ilk onda ise 3 firma yer almaktadır. Bunun dışında en çok kazanç elde eden ilk 50 şirket arasında 5 otomotiv firması yer almaktadır (OSD, 2009: 2).

1.3.1. Türk Otomotiv Endüstrisinin Tarihsel Gelişimi

Türk insanının otomobille tanışması, 1900'lü yılların başlarında olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, American Foreign Trade şirketi vasıtasıyla ABD'nin Ford ve Chevrolet otomobil ve kamyonları; Torino'ya bağlı olarak İstanbul'da faaliyet gösteren özel bir büro vasıtasıyla da İtalyan Fiat marka otomobiller piyasaya sunulmuştur. Diğer taraftan 1929 yılında Ford firması, İstanbul'da ilk montaj denemesine başlamış ve kurulan montaj fabrikasında yapılan üretimin bir kısmının Sovyetler Birliği'ne ihraç edilmesi öngörülmüştür. 450 işçinin çalıştığı üretim tesisinde günlük 48 adet kamyon ve otomobil üretim kapasitesine ulaşılmış; ancak 1930'larda yaşanan Dünya ekonomik krizinin olumsuz etkileri nedeniyle hedeflenen ihracat gerçekleştirilememiştir. Bu ve benzeri sebeplerden dolayı 1934 yılında fabrikada üretim durdurulmuş ve ilk montaj üretim denemesi başarısızlıkla sonuçlanmıştır (Bilgin, 1999: 15).

Endüstride yaşanan bu olumsuz gelişmeye bağlı olarak, 20. yüzyılın ortalarına kadar otomotiv firmaları Türkiye'ye üretim tesisi kurma konusunda çekingen davranmışlardır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Türkiye'nin Marshall yardımlarından faydalanması ve demiryolu taşımacılığı yerine karayolu taşımacılığına önem verilmesi; ulaşımda karayolunun seçilmesine ve şehirleşmeye geçilmesine ortam hazırlamıştır. Bu çerçevede otomotiv ürünlerine talep artmış, 1950'li yıllarda bazı otomotiv üreticileri ithalat yoluyla Türkiye piyasasına girmeye başlamışlardır (Ayoğlu ve Seyfettinoğlu, 2008: 395).

Türkiye’de 1950 yılında 13 bin 405 adet olan otomobil sayısı, 1960 yılında 45 bin 467’ye yükselmiştir. Aynı dönemde otobüs-minibüs parkı, 3 bin 755 adetten 10 bin 981 adete; kamyon-kamyonet parkı da 15 bin 406’dan 57 bin 460’a yükselmiştir (DPT, 2007: 9). Böyle bir ortamda Türk ordusunun jip ve kamyon ihtiyacını gidermeye yönelik olarak 1954 yılında Tuzla’da denizyolu ulaşımına da elverişli bir alanda kurulan Türk-Willys Owerland Anonim Ortaklığı şirketi ve Ankara’da kurulan Türk Traktör montaj fabrikası, Türk Otomotiv Endüstrisinin kurucu firmaları olarak belirtilebilir (Azcanlı, 1999: 79). 1955 yılında Türk Otomotiv Endüstrisi A.Ş.’nin kamyon fabrikası ve daha sonra da Otosan ve Çiftçiler A.Ş.’nin ikinci ve üçüncü kamyon fabrikaları, sektörel yatırımların hızlı bir şekilde ilerlediğini göstermektedir (Bedir, 1999: 79).

Otomotiv endüstrisi üretiminde en büyük paya sahip olan otomobil üretimi anlamında ilk girişim ise, Koç Ticaret Şirketi’nin Ford Motor’un Türkiye genel temsilciliğini alması ile başlamıştır. Koç Ticaret A.Ş., 1956 yılında almış olduğu Montaj Hakkına Sahip Bayi statüsüne bağlı olarak kurduğu montaj fabrikasında günde 8 adet kamyon ve 4 adet otomobil üretim kapasitesi ile faaliyete başlamıştır (Bilgin, 1999: 15). Bunu takiben yerli otomobil üretimi için girişimlere başlanmış ve 1961 yılında Eskişehir Devlet Demiryolları fabrikasının bir bölümünde Devrim isimli 4 adet prototip otomobil üretilmiştir (Azcanlı, 1999: 109). 1962 yılında Uzel, Massey Ferguson lisansı ile İstanbul’da kurmuş olduğu fabrikasında traktör üretimine başlamıştır (Çoban, 2007: 20). Türk Otomotiv Endüstrisinin kurulmuş olduğu bu ilk yıllarda Türk Traktör firmasının ardından Uzel firmasının da traktör üretimi gerçekleştiren bir tesis kurması, söz konusu yıllarda Türk sanayisinin tarım sektörü ağırlıklı yapısının devam ettiğini göstermektedir.

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda yer alan Otomotiv Endüstrisinin Sanayileşmedeki İtici Gücünden Yaralanma ilkesine uygun olarak yerli katkı oranını artırmaya yönelik Montaj Sanayi Talimatı hazırlanmış ve 1964 yılında yürürlüğe girmiştir. Nitekim 1963 yılında 8 adet olan montaj sanayi kuruluşu, 1967 yılının sonunda 20’ye yükselmiştir (DPT, 2007: 10). 1964 yılında çıkartılan Montaj Sanayi Talimatı ile birlikte ilk kayda değer otomobil üretimi, 1966 yılında Anadol marka otomobilin üretimi ile gerçekleşmiştir. Yıllık üretimi maksimum 7 bin 200 adet olan

Anadol marka otomobilin üretimi 1982 yılına kadar devam etmiş ve toplam 87 bin adet üretim gerçekleştirilmiştir (Bedir, 2002: 26).

1968 yılında Koç Ticaret Şirketi ile İtalyan kökenli Fiat firmasının ortaklığında Tofaş, 1969 yılında ise yine otomobil üretmek amacıyla Oyak Grubu ile Fransız Renault firması ortaklığında Oyak Renault firmaları kurulmuştur. Her iki firma da 1971 yılında Bursa Organize Sanayi Bölgesi'nde üretim hatlarını kurmuşlardır (Sönmez ve Sarı, 2009: 1). 1970'li yıllarda otomobil üretimi için küçük ölçekli yatırımlara girişilmiştir. Söz konusu dönemde gerek hammadde ve gerekse yan sanayi ürünlerinde üretim düzeyi yetersiz kalmıştır. Özellikle otomobil için ilgili yıllardaki piyasa talebi, büyük ölçekli üretim tesislerinin kurulması için yetersiz seviyede kalmıştır (İSO, 2009: 2).

1980'li yıllara kadar sürdürülen ithal ikamesine dayalı politikalar nedeniyle Türk Otomotiv Endüstrisi, sadece iç piyasaya yönelik olarak üretim faaliyetini sürdürmüştür. 1980'li yıllarla birlikte benimsenen liberal politikaların da etkisiyle otomotiv endüstrisinin dışa açık, modern teknolojiyi kullanabilen, ekonomik ölçeklerde üretim yapabilen, fiyat ve kalite açısından uluslararası rekabet gücünü sahip bir endüstri konumuna getirilmesi amaçlanmıştır. Fakat ilgili dönemde uygulanmakta olan yüksek gümrük vergileri ve tarifeleri, üretimde istikrar sağlanmasına fırsat vermekle birlikte, endüstrinin rekabet gücünü artıramamasına neden olmuştur (Çoban, 2007: 20).

1990'lı yıllara gelindiğinde 1994 yılında yaşanan kriz ve 1996 yılında söz konusu olan Gümrük Birliği, endüstri için önemli gelişmeler meydana getirmiştir. 1994 yılında yaşanan ekonomik krizle otomotiv endüstrisinde kapasite kullanım oranı yüzde 30'un altına inmiş, nitelikli işgücünün üçte biri kaybedilmiş ve sonuç olarak yatırımların ertelenmesi gibi olumsuzluklarla karşı karşıya kalınmıştır. Söz konusu kriz sonucunda ilgili endüstride yüzde 50 dolaylarında bir küçülme meydana gelmiştir (Orhan, 1997: 12). Diğer taraftan 1 Ocak 1996 yılında Gümrük Birliği'ne girilmesi, endüstrinin dışa açık bir yapı kazanmasına ortam hazırlamıştır. Gümrük Birliği ile Türk Otomotiv Endüstrisinin hitap etmiş olduğu piyasanın genişlediğini gören özellikle Uzak Doğu kökenli firmalar, Türkiye'de üretim tesisi yatırımlarına yönelmişlerdir. Bununla birlikte 1996 ve 1997 yıllarında artan yurtiçi talebe bağlı

olarak da otomotiv endüstrisi üretiminde önemli artışlar yaşanmıştır (Görener ve Görener: 2008: 1219).

20. yüzyılın sonuna doğru Türk Otomotiv Endüstrisi'nde çağdaş üretim teknikleri uygulanmaya başlanmış, kalite yönetim sistemleri kurulmuş ve firmalar uluslararası kuruluşlar tarafından belgelendirilmiştir. Otomotiv endüstrisi bu dönemde tam rekabet ortamına geçiş için radikal değişimler yaşamış ve neticesinde ihracata yönelik ve küresel piyasalarda rekabetçi bir endüstri haline gelmiştir (İKV, 2007: 10).

2000'li yıllara gelindiğinde de endüstrideki firma sayısı artmış, endüstri daha kurumsal bir yapı kazanmış ve küresel piyasalara hitap edebilen araçlar üretilmeye başlanmıştır. Diğer bir taraftan da 2002 yılından sonra tüketicilere daha düşük faiz oranlarıyla daha esnek bir şekilde taşıt kredisi sunulması, otomotiv endüstrisine yönelik talebin artmasına ortam hazırlamıştır. Artan talebin karşılanması anlamında da sektörel üretim artmış ve endüstri, Türkiye ekonomisinin ilk üç büyük sektörü içerisinde yerini almıştır.

1.3.2. Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Ekonomik Büyüklükler

Bu başlık altında Türk Otomotiv Endüstrisi'ne ait üretim, kapasite kullanım oranları, istihdam, yatırım, dış ticaret konuları ile Türkiye'de motorlu araç parkı ve yoğunluğu konuları işlenecektir.

1.3.2.1. Üretim ve Kapasite Kullanım Oranı

20. yüzyılın ortalarında ithal ikamesi stratejiler ekseninde kurulan otomotiv endüstrisi, serbestleşme hareketleri ile birlikte uluslararası piyasalara üretim yapabilir bir seviyeye ulaşmıştır. Bu çerçevede Türk Otomotiv Endüstrisinin hitap ettiği piyasanın genişlemesi, Dünya'nın önde gelen otomotiv üreticisi firmalarının dikkatini çekmiş ve söz konusu üreticilerin Türkiye'de üretim tesisi kurmalarını beraberinde getirmiştir. Sonuçta üretim yapan firma sayısının da artmasına bağlı olarak endüstrinin üretim hacminde hızlı artışlar meydana gelmiştir.

Tablo 8: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Araç Tiplerine Göre Üretim Adetleri (1965–2009)

Yıllar	Otomobil	Kamyon	Kamyonet	Otobüs	Minibüs	Midibüs	Traktör	Toplam
1965	60	2.350	300	122	1.199	0	6.419	10.450
1970	3.660	6.041	4.395	806	1.099	4	7.518	23.523
1975	67.291	14.670	18.489	1.284	5.222	239	32.365	139.560
1980	31.529	8.308	7.322	1.101	2.150	491	16.936	67.817
1985	60.353	18.162	7.888	1.637	7.397	2.191	37.830	135.458
1990	167.556	16.933	10.553	1.689	7.898	4.288	30.098	239.015
1995	233.412	19.759	16.808	1.279	7.645	3.537	44.068	326.508
2000	297.476	28.348	68.807	4.213	20.597	11.506	37.434	468.381
2001	175.343	6.683	76.672	2.501	6.486	3.000	15.052	285.737
2002	204.198	12.295	116.872	2.684	6.139	4.377	10.652	357.217
2003	294.116	19.041	195.606	4.490	13.625	6.794	29.778	563.450
2004	447.152	31.790	301.563	4.839	28.161	9.903	40.665	864.073
2005	453.663	37.227	349.885	5.406	26.162	7.109	36.527	915.979
2006	545.682	37.026	369.862	6.019	20.728	8.263	38.841	1.026.421
2007	634.883	34.544	391.737	6.946	21.999	9.305	33.518	1.132.932
2008	621.567	36.800	449.434	7.526	21.123	10.660	24.807	1.171.917
2009	510.931	8.246	330.044	5.931	11.829	2.624	14.861	884.466

Kaynak: OSD, 2009a: 20.

Tablo 8'de taşıt araçları bazında Türk Otomotiv Endüstrisi'ne ait üretim miktarları yer almaktadır. Tablo incelendiğinde otomotiv endüstrisinin kurulduğu ilk yıllarda traktör üretiminin diğer taşıt araçlarına göre çok daha fazla olduğu; dönem ilerledikçe de traktör üretimindeki artış hızının yavaşladığı ve 2000'li yıllarla birlikte de azalış trendine girdiği görülmektedir. Bu da Türk Ekonomisi içinde tarım sektörünün öneminin azaldığının bir belirtisi olabilmektedir. 1980'li yıllara kadar traktör yoğun bir üretim bileşeninin olduğu endüstride, 1980'li yıllarla birlikte otomobil yoğun üretim hakim olmaya başlamıştır. Bununla birlikte taşıt araçları üretimi, kriz dönemleri dışında yıldan yıla sürekli artış göstermiştir. 2008 yılına gelindiğinde ise, artış hızının yavaşladığı ve 2009 yılında üretimin önemli bir azalış gösterdiği görülmektedir. 2008 ve 2009 yıllarında yaşanan bu gelişme, küresel

finansal krize bağı olarak satın alma gücünde oluşan azalmanın üretim ekseninde meydana getirdiği azalıştan kaynaklanmaktadır.

Ekonomik canlılığın olduğu dönemlerde artan talebin karşılanması için üretim miktarları artış göstereceğinden endüstriyel anlamda kapasite kullanım oranları yüksek seviyelerde olabilecektir. Ancak durgunluğun olduğu kriz dönemlerinde satın alma gücünde yaşanabilecek azalma karşısında firmaların üretimlerini kısımları, kapasite kullanım oranlarının düşük seviyelerde seyretmesine neden olabilecektir.

Tablo 9: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Kapasite Kullanım Oranları (1993–2009)

Yıllar	Araç Türleri			
	Hafif Araçlar	Ağır Araçlar	Toplam Taşıt Araçları	Traktör
1993	94	64	90	49
1994	51	24	47	40
1995	65	39	61	93
1996	43	60	45	111
1997	47	89	51	76
1998	36	61	38	93
1999	35	34	35	42
2000	50	56	50	58
2001	31	16	30	23
2002	38	24	36	16
2003	54	38	53	44
2004	75	56	74	58
2005	78	62	77	59
2006	89	41	81	62
2007	91	56	86	46
2008	80	73	77	35
2009	59	37	42	33

Kaynak: OSD, 2010b: 9.

Tablo 9'da 1993–2009 dönemine ait Türk Otomotiv Endüstrisi kapasite kullanım oranları yer almaktadır. 1993 yılında endüstrinin tam kapasiteye yakın oranlarda üretim yaptığı görülmektedir. Ancak ilgili yıldan sonra, endüstri üretiminin tam kapasitenin çok altında değerler aldığı ortaya çıkmaktadır. 1993 ve 1994 yıllarında endüstri ekseninde gerçekleşen yatırımların büyük bir kısmının kapasite artırmaya yönelik olması, bu yıllardan sonra görel olarak kapasite kullanım oranlarının düşmesini beraberinde getirmiştir. Kapasite kullanım oranının en yüksek olduğu alan hafif araç üretiminin yapıldığı alandır. Genel olarak bakıldığında kapasite kullanım oranları, artış göstermektedir. Bununla birlikte 2001 yılında

Türkiye’de yaşanan kriz ile 2008 ve 2009 yıllarında yaşanan finansal kriz dönemlerinde kapasite kullanım oranlarında önemli azalışlar meydana gelmiştir.

1.3.2.2. İstihdam

Otomotiv endüstrisi, ekonomide yaratılan istihdamın büyük bir kısmını karşılamaktadır. Söz konusu endüstri, ana sanayisinde sağladığı istihdamın yanı sıra geri ve ileri bağlantılı olduğu diğer sektörlerde de önemli ölçülerde istihdam alanı oluşturmaktadır. Endüstriyle ilgili yapılan çalışmalar, ana sanayide sağlanan istihdamın yaklaşık 5 katı kadar bağlantılı olduğu sektörlerde istihdam oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 10: Türk Otomotiv Endüstrisi’nde Statülerine Göre İstihdam Edilen Personel Sayısı (1994–2009)

Yıllar	Statüler					Toplam
	İşçi	Büro Personeli	İdareci	Mühendis	İdareci Mühendis	
1994	16.917	2.660	497	971	546	21.591
1995	18.760	2.772	651	1.061	504	23.748
1996	20.188	3.364	663	978	527	25.720
1997	23.178	4.025	894	1.358	598	30.062
1998	22.879	4.019	612	1.402	739	29.651
1999	17.745	3.794	700	1.499	628	24.366
2000	22.064	3.844	763	1.609	621	28.901
2001	17.566	3.815	844	1.612	687	24.524
2002	19.337	3.593	720	1.659	813	26.122
2003	23.950	3.481	613	1.968	814	30.826
2004	30.770	3.542	748	2.482	942	38.484
2005	31.446	3.732	685	2.614	978	39.455
2006	34.161	3.639	935	2.614	1.040	42.797
2007	38.777	3.781	555	2.614	1.050	47.452
2008	36.149	3.642	740	3.596	1.026	45.153
2009	31.191	3.428	543	3.363	1.059	39.504

Kaynak: DPT, 2007: 37; OSD, 2010a: 35.

Tablo 10’da 1994–2009 döneminde Türk Otomotiv Endüstrisi’nde statülerine göre istihdam edilen personel sayıları yer almaktadır. 1999 yılında yaklaşık 25 bin kişinin istihdam edildiği endüstride, 2009 yılında yaklaşık 40 bin kişilik istihdam söz konusu olmuştur. Çalışan personel sayısının artış gösterdiği endüstride istihdam edilen personelin büyük bir kısmı işçi statüsündedir. Ancak kriz dönemlerinde endüstride istihdam edilen personel sayısının azaldığı dikkat çekmektedir.

Tablo 11: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Statüsüne Göre İstihdam Oranları (1994–2009)*

Yıllar	Statüler					Toplam
	İşçi	Büro Personeli	İdareci	Mühendis	İdareci Mühendis	
1994	0,78	0,13	0,02	0,04	0,03	1,00
1995	0,79	0,12	0,03	0,04	0,02	1,00
1996	0,78	0,13	0,03	0,04	0,02	1,00
1997	0,77	0,13	0,03	0,05	0,02	1,00
1998	0,77	0,14	0,02	0,05	0,02	1,00
1999	0,73	0,15	0,03	0,06	0,03	1,00
2000	0,76	0,13	0,03	0,06	0,02	1,00
2001	0,72	0,15	0,03	0,07	0,03	1,00
2002	0,74	0,14	0,03	0,06	0,03	1,00
2003	0,78	0,11	0,02	0,06	0,03	1,00
2004	0,80	0,10	0,02	0,06	0,02	1,00
2005	0,80	0,09	0,02	0,07	0,02	1,00
2006	0,80	0,09	0,02	0,06	0,03	1,00
2007	0,82	0,08	0,02	0,06	0,02	1,00
2008	0,80	0,08	0,02	0,08	0,02	1,00
2009	0,78	0,09	0,01	0,09	0,03	1,00

*Hesaplamalar, Tablo 10'dan yararlanılarak yazar tarafından yapılmıştır.

Tablo 11'de Türk Otomotiv Endüstrisi'nde istihdam edilen personelin çalışma alanlarına göre dağılımları yer almaktadır. Endüstride çalışan personelin ortalama yüzde 80'i işçi statüsüyle istihdam edilmektedir. Endüstri istihdamında en az paya sahip olan statü ise, idareci mühendistir. Bununla birlikte 2000 yılından itibaren endüstride büro personeli statüsüyle istihdam edilenlerin oranı sürekli azalış göstermektedir. Tabloda dikkat çeken diğer bir nokta da, kriz dönemlerinde işçi statüsüyle istihdam edilen personel oranında azalışlar yaşanırken, mühendis statüsüyle çalışan personel oranında artış yaşandığıdır. Bu da rekabetin daha yoğun bir yapı kazandığı endüstride yeni modellerin geliştirilmesi, daha kaliteli ürünlerin üretilmesi ve üretim hatalarının düşürülmesi yollarıyla rekabet edebilirliğin artırılması girişimlerinden kaynaklanmaktadır.

1.3.2.3. Yatırım

Dünya'nın önde gelen otomotiv üreticileri, üretim esnasında katlanmış oldukları maliyetleri düşürebilmek için transplant üretim yöntemine yoğunlaşmışlardır. Bu üretim yönteminde yatırımcılar, en düşük maliyetle üretim yapabilecekleri bölgelerde üretim tesisi kurmaya yönelmişlerdir. Böylelikle otomotiv endüstrisi anlamında yapılan yatırımlar artış göstermiştir.

1990'lı yılların başlarında özellikle otomobil ekseninde talebin her yıl yüzde 25'ler düzeyinde ve istikrarlı bir şekilde artışı ile ana ve yan sanayide yoğun yatırımlar yapılmıştır. Kapasite artışıyla birlikte özellikle rekabet için teknoloji yenileme ve yeni model yatırımları ile AR-GE çalışmaları bu dönemde büyük ölçüde artış göstermiştir. Diğer taraftan 1990'lı yıllarda ana ve yan sanayideki üretici firmalarla, pazarlama kuruluşlarının yeniden yapılanma çalışmaları tamamlanmıştır (DPT, 2007: 7).

Tablo 12: Türk Otomotiv Endüstrisi Yatırımları (1993–2009)

Yıllar	Yatırım Türleri (Milyon Dolar)						
	Kapasite Artırıcı	Modernize Edici	Yeni Model	Kalite Arttırıcı	Yerleşmeyi Arttırıcı	Diğer	Toplam
1993	166	89	97	16	12	24	404
1994	290	109	226	43	25	12	705
1995	40	18	22	8	25	141	254
1996	52	41	42	28	12	45	220
1997	37	79	71	19	30	110	346
1998	39	72	119	15	33	85	363
1999	40	30	114	47	21	120	372
2000	5	32	224	13	29	118	421
2001	15	40	343	12	26	14	450
2002	51	67	282	3	42	11	456
2003	118	27	230	3	72	36	486
2004	104	48	160	11	35	76	434
2005	104	128	346	17	32	97	724
2006	202	96	580	19	19	120	1.036
2007	220	54	475	24	56	100	929
2008	189	66	725	33	97	198	1.308
2009	20	83	401	11	87	70	672

Kaynak: OSD, 2010a: 38.

Tablo 12'de 1993–2009 dönemine ait proje tiplerine göre otomotiv endüstrisinde gerçekleşen yatırım miktarları yer almaktadır. Otomotiv endüstrisinde yapılan toplam yatırımlara genel olarak bakıldığında, bir artış trendinin olduğuna rastlanmaktadır. Ancak 2008 yılında küresel piyasalarda yaşanan finansal krizin oluşturduğu belirsizlik ortamına bağlı olarak 2009 yılına gerçekleşen yatırım miktarının azaldığı görülmektedir. Bununla birlikte 2009 yılında bütün yatırım kalemlerinde azalma yaşanırken, modernize edici yatırım miktarında önemli bir artış yaşanmıştır. Bu da kriz döneminin bir fırsat olarak algılanıp, gelecek dönemlerde

daha iyi ürünler üretilmesinin sağlanabilmesi anlamında modernleştirme çalışmalarına önem verildiğini göstermektedir.

Tablo 13: Türk Otomotiv Endüstrisi'nde Türlerine Göre Yatırım Oranları (1993–2009)

Yıllar	Yatırım Türleri						Toplam
	Kapasite Artırıcı	Modernize Edici	Yeni Model	Kalite Arttırıcı	Yerleşmeyi Arttırıcı	Diğer	
1993	0,41	0,22	0,24	0,04	0,03	0,06	1,00
1994	0,41	0,15	0,32	0,06	0,04	0,02	1,00
1995	0,16	0,07	0,09	0,03	0,10	0,55	1,00
1996	0,24	0,19	0,19	0,13	0,05	0,20	1,00
1997	0,11	0,23	0,21	0,05	0,09	0,31	1,00
1998	0,11	0,20	0,33	0,04	0,09	0,23	1,00
1999	0,11	0,08	0,31	0,13	0,06	0,31	1,00
2000	0,01	0,08	0,53	0,03	0,07	0,28	1,00
2001	0,03	0,09	0,76	0,03	0,06	0,03	1,00
2002	0,11	0,15	0,62	0,01	0,09	0,02	1,00
2003	0,24	0,06	0,47	0,01	0,15	0,07	1,00
2004	0,23	0,11	0,37	0,03	0,08	0,18	1,00
2005	0,14	0,18	0,49	0,02	0,04	0,13	1,00
2006	0,19	0,09	0,56	0,02	0,02	0,12	1,00
2007	0,23	0,06	0,51	0,03	0,06	0,11	1,00
2008	0,15	0,05	0,55	0,03	0,07	0,15	1,00
2009	0,03	0,12	0,60	0,02	0,13	0,10	1,00

*Hesaplamalar, Tablo 12'den yararlanılarak yazar tarafından yapılmıştır.

Tablo 13'te 1993–2009 döneminde endüstride gerçekleşen çeşitli türdeki yatırımların toplam yatırımlar içerisindeki payı yer almaktadır. Genel olarak bakıldığında, endüstride gerçekleşen yatırımların büyük kısmı, yeni model üretimi için gerçekleştirilen yatırımlardan oluşmaktadır. Diğer taraftan endüstride söz konusu olan toplam yatırımların artış gösterdiği bir ortamda diğer yatırım kalemlerinin payı azalış gösterirken, yeni model üretimi eksenli yatırımların payı artış göstermektedir. Bu da küresel piyasalarda yaşanan yoğun rekabet ortamında rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için yapılan sürekli yenilik esaslı girişimlerden kaynaklanmaktadır.

1.3.2.4. Dış Ticaret

Ana ve yan sanayi birlikte düşünüldüğünde otomotiv endüstrisinin Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir yere sahip olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. 1980 yılında serbest piyasa ekonomisine geçilmesi ve 1996 yılı ile birlikte Türkiye'nin Avrupa Birliği üyesi ülkelerle Gümrük Birliği'ne dahil olması, özellikle endüstrinin dış ticaretinde önemli etkiler meydana getirmiştir. Kurulduğu dönemlerde ithalat

yoğun bir dış ticaret hacmi sergileyen endüstri, Türkiye'nin ihracata yönelik stratejiler uygulamasıyla birlikte ihracat ekseninde de önemli gelişmeler sağlayabilmiştir.

Tablo 14: Türk Otomotiv Endüstrisi Dış Ticareti (1980–2009)

Yıllar	İthalat (Milyon \$)	İhracat (Milyon \$)	Dış Ticaret Hacmi (Milyon \$)	Dış Ticaret Dengesi (Milyon \$)
1980	221	50	271	-171
1981	279	110	389	-169
1982	394	104	498	-290
1983	318	123	441	-195
1984	388	118	506	-270
1985	490	138	628	-352
1986	478	82	560	-396
1987	429	103	532	-326
1988	397	115	512	-282
1989	347	137	484	-210
1990	1.118	140	1.258	-978
1991	1.028	151	1.179	-877
1992	1.319	219	1.538	-1.100
1993	2.140	256	2.396	-1.884
1994	948	333	1.281	-615
1995	1.576	643	2.219	-933
1996	2.693	812	3.505	-1.881
1997	4.105	676	4.781	-3.429
1998	3.728	797	4.525	-2.931
1999	3.094	1.474	4.568	-1.620
2000	5.467	1.593	7.060	-3.874
2001	1.827	2.335	4.162	508
2002	2.333	3.304	5.637	971
2003	5.383	5.272	10.655	-111
2004	10.237	8.289	18.526	-1.948
2005	10.553	9.566	20.119	-987
2006	11.408	11.886	23.294	478
2007	12.397	15.904	28.301	3.507
2008	12.790	18.210	31.000	5.420
2009	8.960	12.258	21.218	3.298

Kaynak: TÜİK; OSD, 2010b: 13.

Tablo 14'te 1980 – 2008 yılları arasında Türk Otomotiv Endüstrisi ekseninde gerçekleşen dış ticaret rakamları yer almaktadır. 1980 yılında endüstrinin dış ticaret hacmi yaklaşık 271 milyon dolarken, 2008 yılında yaklaşık 31 milyar dolara

yükselmiştir. Küresel finansal krizin etkilerinin daha açık bir şekilde yaşanmaya başladığı 2009 yılında ise, dış ticaret hacmi yaklaşık yüzde 30 seviyelerinde değer kaybederek 21 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Analize konu edilen ilk dönemlerde motorlu kara taşıtı anlamında söz konusu olan gereksinimlerin ithalat yoluyla karşılanmasına bağlı olarak sürekli olarak dış ticaret açığı veren endüstride son denemelerde dış ticaret fazlası yaşanır duruma gelmiştir. Burada da 20. yüzyılın sonlarına doğru uygulanmaya başlayan ihracata yönelik politikaların etkisi söz konusudur. Tabloda dikkat çeken bir diğer nokta 1994, 1999 ve 2001 krizleri dönemlerinde ithalattaki azalmalara karşın ihracatta artışların yaşanmasıdır. Bunun temel nedeni de ilgili dönemde yaşanan devalüasyona bağlı olarak ulusal paranın yabancı paralar karşısında değer kaybetmesi neticesinde ithalatın cazibesini yitirmesidir.

1.3.2.5. Türkiye Motorlu Araç Parkı ve Araç Yoğunluğu

2007 yılında Türkiye’de 6,5 milyon otomobil olmak üzere toplam taşıt aracı parkı 9,8 milyon adete ulaşmıştır. Araç parkının yüzde 36 gibi önemli bir bölümü Marmara Bölgesi’nde bulunmaktadır. Bu bölgeyi yüzde 20 ile İç Anadolu, yüzde 16 ile Ege Bölgesi, yüzde 12 ile Akdeniz, yüzde 9 ile Karadeniz, yüzde 4 ile Güney Doğu Anadolu ve yüzde 4 ile Doğu Anadolu Bölgesi izlemektedir.

Türkiye araç parkının 1965–1985 yılları arasında 10’ar yıllık değişimlerine bakıldığında, ortalama olarak toplam araç ve otomobil parkında yüzde 200’ler seviyesinde değişimler yaşanmıştır. 1995–2005 yılları arasında ise, krizlerin olduğu bir dönem olması nedeniyle araç parkındaki artış diğer 10 yıllık dönemlerin altında kalmıştır. 2005 yılında toplam araç parkı 1995 yılına göre yüzde 139, otomobil parkı ise yüzde 89 oranında artmıştır (OSD, 2008: 3).

Tablo 15: Türkiye Taşıt Aracı Parkı ve Yoğunluğu (2007)

Bölgeler	Nüfus	Otomobil Sayısı	Otomobil/1000 kişi	Toplam Araç	Toplam Araç/1000 kişi
İç Anadolu	11.239.039	1.390.170	124	1.931.067	172
Marmara	20.724.950	2.409.246	116	3.495.213	169
Ege	9.299.322	998.209	107	1.508.390	162
Akdeniz	7.902.013	736.325	93	1.136.305	144
Karadeniz	6.912.623	460.375	67	777.895	113
Güneydoğu Anadolu	8.175.263	290.266	36	495.323	61
Doğu Anadolu	6.333.046	216.862	34	363.369	57
Türkiye Toplamı	70.586.256	6.501.453	92	9.707.562	138

Kaynak: OSD, 2008: 4.

Tablo 15'te Türkiye'de coğrafi bölgelere göre taşıt aracı parkı ve yoğunluğu bilgileri yer almaktadır. Tabloya göre 2007 yılında Türkiye'de 1000 kişiye düşen otomobil ve taşıt aracı sayısı sırasıyla 92 ve 138 adettir. Otomobil ve taşıt aracı yoğunluğunun en yüksek olduğu bölge İç Anadolu Bölgesi iken en düşük olduğu bölge ise, Doğu Anadolu Bölgesi'dir. Ayrıca, Karadeniz, Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgesi, Türkiye ortalamalarının altında kalmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET KAVRAMI, REKABET GÜCÜ ve REKABET GÜCÜNÜN BELİRLEYİCİLERİ

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak rekabet kavramı açıklanmaya çalışılacaktır. Rekabet kavramına değinilmesinin arkasından da rekabet gücünün teorik boyutu ve belirleyici unsurları üzerine yoğunlaşılacaktır.

2.1. Rekabet Kavramının Teorik Boyutu

Belirli bir piyasa yapısı içerisinde tüketiciler, en kaliteli ürünü en düşük fiyattan satın almayı arzu ederler. Üreticiler ise, tüketicilerin beğenisine sunacakları ürünü, en düşük maliyetle üretip, ilgili üründen maksimum kazanç elde etmek isterler. İktisadi birimlerin sahip olduğu bu istekler, piyasada oluşabilecek aksaklıklar nedeniyle her zaman geçerlilik kazanamayabilir. Bu bağlamda rekabet, iktisadi karar birimlerinin beklentilerinin karşılanmasında ideal bir ortamın sağlanması için söz konusu olabilecek piyasa mekanizmasının önemli bir itici gücüdür.

Rekabetin meydana gelmesi ve söz konusu olduğu ekonomik alan farklılıklar gösterse de temel amaç, rekabet sürecine katılan iktisadi karar birimlerinin çıkarlarını maksimize etmektir. Rekabet sürecine dahil olan iktisadi birim firma ise rekabet sürecinden beklentisi, üretimini ve kazancını maksimize etmek; tüketici ise, tüketimini maksimize ederek elde edebileceği en yüksek faydayı sağlamak; ülke ise, diğer ülkelerin sahip olduğu kaynaklardan daha fazlasına sahip olmak ve böylelikle küresel çapta söz sahibi olabilmektir (Uysal, 2000: 5).

Bu bilgiler ışığında rekabet konusu, İktisat biliminin var olduğu günden bugüne kadar birçok iktisatçı tarafından araştırılmış; ancak rekabet kavramı üzerine ortak bir ifadeleştirme yapılamamıştır. Adam Smith gibi birçok klasik iktisatçı için rekabet kavramı o kadar belirgindir ki, onun mantıksal kökeni araştırılmamış ve analiz edilmemiştir. Klasik iktisat teorisi çerçevesinde dinamik bir süreç olarak ele alınan rekabet kavramı, zaman içerisinde revizyona uğramış ve Neo-Klasik iktisatçılar tarafından tam rekabet piyasası ekseninde statik bir denge durumunu ifade eder hale getirilmiştir (Tokatlıoğlu, 1999: 5). Bununla birlikte Schumpeter ve

Avusturya İktisat Okulu'na tabi iktisatçılar da rekabetin farklı açılımlarına değinerek rekabet kavramını farklı şekillerde ifade etmişlerdir.

İktisat biliminin kurucusu olarak bilinen Adam Smith'e göre rekabet, kendi çıkarlarını maksimize etmeye çalışan bireylerin anarşi veya kaos yerine ekonomik açıdan daha optimal, sosyal açıdan daha adil ve arzu edilebilir piyasa sonuçlarına ulaşmalarını sağlayan karar verme ve eyleme geçme özgürlüğünü korumada vazgeçilmez bir önkoşuldur (Lachmann, 1999: 3). Diğer taraftan Smith, rekabeti arz ve talebi denge fiyatına doğru ulaştıran dinamik bir süreç olarak ele almıştır (Vickers, 1995: 5). Bu anlayışa göre, daha düşük fiyattan daha fazla ürün satma yarışı talebin belirli ölçüde artmasına ve artan talebin karşılanması için de arzın artmasına ortam hazırlayacaktır. Böylece piyasada mevcut denge değişecek ve yeni bir dengeye doğru yönelim söz konusu olacaktır (Tokatlıoğlu, 1999: 10).

Klasik İktisatçılar tarafından dengeye ulaşmak için dinamik bir süreç olarak ele alınan rekabet kavramı, Neo-Klasik İktisat teorisinde piyasa yapısı olarak ele alınmıştır (Erkan, 1987: 136). Rekabetin Klasik iktisattaki fiyatı belirleme işlevi, Neo-Klasik iktisatta kaybolmuştur. Neo-Klasik İktisat teorisinde firmaların piyasa fiyatını etkileyememeleri yanında piyasada oluşan fiyatı veri olarak kabul etmeleri, Neo-Klasik tam rekabet piyasasında kuramsal açıdan rekabetin olmadığını gösterebilmektedir. Bu anlamda tam rekabet piyasasına ait varsayımların söz konusu olduğu bir piyasada fiyat tek olduğu için fiyat rekabetinden, ürünler homojen olduğundan kalite rekabetinden ve simetrik bilgi söz konusu olduğu için reklam rekabetinden bahsedilemez (Aktaş: Çetintaş, 2000: 25).

İktisat teorileri ekseninde farklı şekillerde ele alınan rekabet kavramı günlük hayatta da sıkça kullanılan bir kavramdır. Günlük hayatta rekabet, belirli bir fayda sağlayabilmek amacıyla başkalarını geride bırakmaya çalışmak veya benzer konumda bulunan bireyler karşısında üstünlük kazanabilmek için yarışmak şeklinde tanımlanabilir (Aktan ve Vural, 2004b: 13).

İktisadi anlamda genel bir tanımlama yapılacak olursa rekabet, nispeten adil bir yarışma ortamında birden fazla katılımcının yarışma kurallarına bağlı kalmak kaydıyla eşanlı veya ardışık olarak istenilen bir konumu elde etmek veya sınırlandırılmış bir hedefi gerçekleştirmek için aralarında girdikleri yarıştır (Çoban: Ott, 1985: 320). Yapılan bu temel tanım çerçevesinde rekabet; yarışma şeklinin

(ticaret, ihale, vs.), yarışma araçlarının (fiyat, kalite, reklam, yenilik, vs.) ve yarışma amaçlarının (piyasaya girişi engelleme, yüksek kâr sağlama, vs.) her türlüünü içermektedir (Emek, 2009: 42).

Yapılan tanımında belirli bir piyasa yapısı içerisinde rekabetten söz edilebilmesi için gerekli olan koşullar da ortaya konulmuştur. Temelde rekabet bir yarıştır ve tek girişimcinin olduğu bir ortamda yarıştan söz edilemeyeceği için rekabet sürecinde en az iki girişimcinin olması gerekmektedir. Rekabet ortamında piyasa aktörlerinin verimli sonuçlar alabilmesi için, kamunun veya piyasadaki diğer aktörlerin taraflardan birinin lehine sonuçlanabilecek faaliyetlerde bulunmaması yani adil bir ortamın sağlanması söz konusu olmalıdır. Diğer taraftan rakiplerin rekabet süreci sonunda elde etmek istedikleri bir hedeflerinin olması da rekabet için gerekli bir koşuldur.

Rekabet; yönlendirme, kaynak dağılımı, yenilik ve teknolojik gelişme, uyum, gelir dağılımı ve kontrol fonksiyonlarına sahiptir. Yönlendirme fonksiyonu ile tüketici ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun mal ve hizmetlerin üretimi gerçekleştirilebilmekte; kaynak dağılımı ile üretim faktörlerinin en etkin üretim sürecinde kullanılması sağlanabilmekte; yenilik ve teknolojik gelişme fonksiyonu ile maliyetleri düşürücü üretim yöntemleri kullanılabilen ve piyasaya yeni ürünler sunulabilmekte; uyum fonksiyonu ile, ekonomik dalgalanma dönemlerinde üretim programları ve kapasitelerinin uyumlaştırılması sağlanabilmekte; gelir dağılımı fonksiyonu ile, haksız kazancın önüne geçilebilmekte; kontrol fonksiyonu ile de çeşitli nedenlerle iktisadi karar birimlerinde oluşacak ekonomik gücün kontrolü sağlanabilmektedir. İlgili fonksiyonları yerine getiren rekabet, etkin, fonksiyonel veya başarı rekabet şeklinde nitelendirilebilmektedir (Erkan, 1987: 126).

2.2. Rekabet Gücü Kavramı

Teknoloji alanındaki yeniliklerin uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren firmalar tarafından üretim sistemlerine dahil edilmesi ve bazı ülkelerin emek yönünden zengin olması, küresel piyasalarda düşük maliyetle üretim yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Böylelikle ticari eksenli küreselleşmenin zaman ilerledikçe önemini artırdığı günümüz dünyasında bir ülkede daha düşük maliyetle üretilen ürünlerin ticaret partnerlerine rahatlıkla ulaştırılabilmesi,ü söz konusu ülkede yüksek

maliyete katlanarak üretim yapan yerleşik firmaların faaliyetlerini ve dolayısıyla ilgili ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliğini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

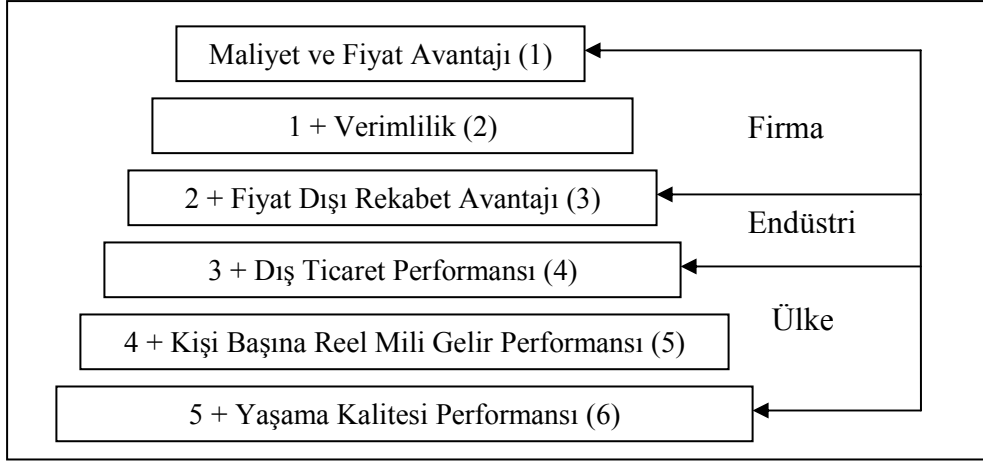
Bir ülkenin küresel piyasalarda rekabet edebilirliğini artırması veya koruması mikro açıdan firma ve içinde bulunduğu endüstrinin, makro açıdan ise ülkenin rekabet edebilirliğine bağlıdır. Belirli bir piyasa yapısı içerisinde faaliyet gösteren bir firmanın izlediği stratejiler öncelikle firmanın ve daha sonra içinde bulunduğu endüstrinin performansını önemli ölçüde etkileyecektir. Başlangıçta firmanın sağlamış olduğu performans firmanın rekabet edebilirliği üzerinde etkili olacaktır (Depperu ve Cerrato, 2006: 4). Endüstri ekseninde meydana gelen performans gelişmeleri de ülke performansı üzerinde etkili olarak ilgili ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliği üzerinde belirleyici olabilecektir. Dolayısıyla firma, endüstri ve ülke anlamında ortaya çıkan performans etkileşimleri bir ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanabilmesinde önem arz etmektedir.

Rekabet gücü konusunun işlendiği iktisadi çalışmalara bakıldığında rekabet gücü kavramıyla ilgili olarak ortak bir kavramsallaştırmanın olmadığı görülebilmektedir. Böyle bir durumun söz konusu olmasında şu faktörlerin etkili olduğu söylenebilir (Atik, 2005: 14).

- Rekabet gücü kavramı, çalışılmak istenen alana göre firma, endüstri veya ülke düzeyinde farklılık göstermektedir. Bu çerçevede ele alınan her düzeyde rekabet gücü ile ilgili olarak farklı bir tanımlama yapılmaktadır.
- Rekabet gücünün belirlenmesinde dış ticaret, verimlilik, maliyet vb. gibi birçok ölçüt kullanılabildiği için her bir ölçüte bağlı olarak farklı bir tanım söz konusu olmaktadır.
- Bazı çalışmalarda rekabet gücüne mikro ve makro açıdan bakılarak farklı tanımlamalar yapılmaktadır.

Yapılan açıklamalardan anlaşılacağı üzere rekabet gücü kavramı konusunda farklı açılardan farklı tanımlamalar söz konusu olmaktadır. Böylelikle rekabet gücü anlamında ele alınan her düzeyde önem verilen kavramlar farklılık arz edebilecektir.

Şekil 2: Rekabet Gücü Kavramları Piramidi



Kaynak: Aktan ve Vural, 2004a: 12.

Şekil 2’de firma, endüstri ve ülke düzeyinde rekabet gücü kavramını açıklarken önem verilen konular yer almaktadır. Firma düzeyinde tanımlamadan ülke düzeyinde tanımlamaya geçildikçe önem verilen konu sayısının arttığı ve böylelikle şeklin tabanına doğru inildikçe rekabet gücü kavramının daha kapsamlı bir hal aldığı görülmektedir. Diğer taraftan firma ve endüstri düzeyinden ülke düzeyine geçildiğinde makroekonomik konuların önem kazandığı ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada, literatürde yapılan ayrımların tamamı dikkate alınarak mikro eksenli firma ve endüstri düzeyinde, makro eksenli ise, ulusal (uluslararası) düzeyde rekabet gücü kavramları ortaya konulmaya çalışılacaktır.

2.2.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü

Firma düzeyinde rekabet gücü, mikro açıdan rekabet gücü olarak da adlandırılmaktadır. Bu düzeydeki rekabet gücünde firmanın ürettiği ürünlere ait fiyat ve kalite unsurları önem kazanmaktadır (Erkekoğlu, 2008: 10). Rakiplerine göre daha düşük maliyetle üretim yapabilen firma, maliyet ve dolayısıyla fiyat alanında rekabet gücü elde edebilirken, ürünün kalitesinin ve ürünle birlikte sunulan hizmetin rakiplerine denk veya onlara kıyasla daha üstün olması durumunda da kalite eksenli rekabet gücü elde etmiş olur.

Rekabet gücü kavramı, en iyi şekilde firma düzeyinde tanımlanabilmektedir. Tam rekabet koşulları altında piyasaya arz ettiği bir ürünün piyasa fiyatını aşacak şekilde birim maliyete katlanan bir firmanın rekabet gücü elde edemeyeceği söylenebilir. Diğer taraftan üretmiş olduğu ürünü birim maliyetinin üzerinde bir

fiyattan satabilse dahi rakipleri karşısında daha yüksek birim maliyetlere katlanan bir firma, homojen ürünlerin üretildiği bir endüstride kazanç elde edilemeyen bir durumla karşılaşabilir (Aktan ve Vural, 2004a: 11).

Kibritçioğlu; Balassa, Hirsch, Orłowski, Francis ve Krugman gibi iktisatçıların tanımlamalarını göz önüne alarak firma düzeyinde rekabet gücü konusunda bütünleştirilmiş bir tanımlama yapmıştır. Ulusal bir firmanın yurtiçi veya yurtdışı piyasalarda rekabet gücüne sahip olması demek, rakip yerli ve yabancı firmalara kıyasla ürün fiyatı ve/veya ürün kalitesi, teslimde dakiklik ve satış sonrası hizmet gibi unsurlar açısından içinde bulunulan dönemde ve gelecekte aynı durumda veya daha üstün olmasıdır. Yerli bir endüstrinin yerli firmadan farklı olarak iç veya dış piyasada yerli bir rakibi olmayacağından ilgili tanım basit bir değişiklik ile bir endüstri için de geçerli olabilecektir (Kibritçioğlu, 1996: 4).

Sadece fiyatı değil, ürün kalitesi ve özelliklerini de dikkate alarak firma düzeyinde rekabet gücü ekseninde bir tanımlama da Dünya Ekonomik Forumu tarafından yapılmıştır. Düzenli bir şekilde yıllık olarak Dünya Rekabet Gücü Raporu yayınlayan Dünya Ekonomik Forumu'na göre firma düzeyinde rekabet gücü, firmaların rakipleri ile kıyaslandığında fiyat ve fiyat dışı unsurlar açısından daha çekici olan mal ve hizmetleri üretme ve tüketicilere satma yeteneğidir (Atik: World Economic Forum, 1989: 5–12).

Firma düzeyinde rekabet gücü konusunda Michael Porter de tanımlamada bulunmuştur. Porter, bu tanımlamayı gerçekleştirirken, firmaların faaliyet alanlarını birincil faaliyetler ve destek faaliyetler olmak üzere ikiye ayırmıştır. Üretim, dağıtım, pazarlama gibi faaliyetleri birincil faaliyetler olarak belirtirken, bu faaliyetlerin sürdürülmesi için gerekli olan altyapı hizmetleri ve başta teknoloji olmak üzere diğer üretim faktörlerinin temin edilmesi hizmetlerini destek faaliyetler olarak belirtmiştir. Porter'e göre firmalar, birincil ve destek faaliyetlerini sürdürebilmek için yeni teknolojileri ve farklı girdileri üretim sistemlerine dahil ettiklerinde rekabet gücüne sahip olabileceklerdir (Porter, 1990: 40).

Feurer ve Chaharbaghi, firma düzeyinde rekabet gücünü müşterilerin ve hissedarların beklentilerini de dikkate alarak açıklamışlardır. Buna göre bir firma, rakipleri ile kıyaslandığında daha iyi ürünler üretir ve satarsa müşterilerinin gözünde rekabet gücü yüksek bir firma olarak kabul edilir. Bununla birlikte bir firmanın

müşterilerinin gözünde rekabetçi bir firma olabilmesi için bazı stratejiler izlemesi gerekir. Bu stratejilerden en önemlileri, fiyat liderliği ve ürün farklılaştırmasıdır. Firma, bu iki stratejiden her hangi birine tam olarak yoğunlaşmak yerine her ikisini de içeren karma bir strateji de izleyebilir. Böylelikle bu stratejilerden her biri firmanın rekabet gücünü artıracaktır (Feurer ve Chaharbaghi, 1994: 49).

Firma düzeyinde rekabet gücü kavramı, TÜSİAD tarafından da tanımlanmaya çalışılmıştır. Yapılan tanımlamaya göre rekabet gücü, tüketicilerin firmanın sunduğu mal ve hizmetleri alternatifleri karşısında sürdürülebilir bir şekilde tercih etmelerini sağlayabilme yeteneğidir (TÜSİAD, 1997: 32).

Firma düzeyinde rekabet gücü konusunda yukarıda yapılan açıklamalar, ilgili kavramın farklı şekillerde tanımlandığını ortaya koymaktadır. Ancak hangi tanım ele alınırsa alınsın firma düzeyinde rekabet gücü; yenilik, beşeri sermaye ve diğer üretim faktörlerine bağlı olarak firmanın rakiplerine göre daha düşük maliyetle daha kaliteli ürünler üreterek, bunları tüketicilere ulaştırması yoluyla sağlanabilmektedir.

2.2.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü

İktisat literatüründe endüstri düzeyinde rekabet gücü denildiğinde ilk anlaşılması gereken, özellikle uluslararası piyasalarda tatmin edici kâr oranlarıyla birlikte endüstrinin sürdürülebilir rekabet edebilme yeteneğidir (Wolff, Schmitt ve Hochfeld, 2007: 2). Bu açıklamadan anlaşılacağı üzere, bir endüstrinin rekabet gücü kazanabilmesi için ilgili endüstrinin uluslararası piyasalara sunduğu ürünlerde sürekli olarak yüksek kazanç sağlaması gerekmektedir.

Endüstri düzeyinde rekabet gücü, genellikle verimlilik ve uluslararası ticari performans açısından tanımlanmaktadır. Örneğin Markusen, endüstriyel rekabet gücünü endüstriyel verimliliğe ve maliyete dayalı olarak tanımlamaktadır. Markusen'e göre endüstri düzeyinde rekabet gücü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik seviyesine ulaşması ve bu seviyeyi sürdürebilir bir şekilde koruma yeteneği veya rakipleri karşısında eşit ya da daha düşük maliyetle ürün üretme ve satma yeteneğidir (Aktan ve Vural: Markusen, 1992: 8). Diğer bir ifadeyle endüstri düzeyinde rekabet gücü, daha yüksek bir verimlilik ve buna bağlı olarak daha düşük bir maliyetle ürün üretebilme ve satabilme kabiliyetidir.

Porter'e göre uluslararası rekabetçi endüstriler, rekabetçi üstünlük yaratmak ve bu üstünlüğü sürdürülebilir kılmak için firmalarının yeterli düzeyde kapasitesi olan ve sahip olduğu imkanlarıyla iyileştirme ve yenilik yapabilen endüstrilerdir. Söz konusu iyileştirme ve yenilik yapabilme yeteneği ise, AR-GE, ileri düzeyde eğitim ve bunlara benzer modern faaliyet alanlarında yatırım yapmayı gerektirmektedir (Porter, 1990: 173).

Endüstri düzeyinde rekabet gücü kavramını açıklayan bir tanımlama da Avrupa Birliği Komisyonu tarafından yapılmıştır. Komisyona göre, uluslararası piyasalarda konumunu muhafaza eden ve iyileştirme yönünde çabalar sergileyen endüstriler, rekabet gücü sağlayabilecek endüstrilerdir (Commission Of The European Communities, 2006: 2).

2.2.3. Ulusal (Uluslararası) Düzeyde Rekabet Gücü

Ulusal veya uluslararası rekabet gücü ifadeleri çoğunlukla aynı anlamda kullanılmakta ve her iki kavram da firma veya endüstri düzeyinden farklı olarak, daha geniş kapsamda, bir ülkenin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü ifade etmektedir (Atik, 2005: 21).

OECD tanımlamasına göre uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin serbest ve şeffaf piyasa koşullarında uluslararası piyasaların isteğine göre mal ve hizmetler üretebilme yeteneği yanında, uzun dönemde halkının reel gelir düzeyini koruma ve artırma kabiliyetidir (Töre, 1995: 39). Bu tanıma göre bir ülkenin rekabet gücü elde edebilmesi için küresel piyasaların taleplerine cevap verebilmesi ve bununla birlikte halkının gelir seviyesini artırması gerekmektedir.

Fagerberg, Uluslararası Rekabet Gücü isimli çalışmasında ödemeler dengesi, istihdam ve ekonomik büyüme konularına da yer vererek bir tanımlamada bulunmuştur. Fagerberg'e göre uluslararası rekabet gücü, ödemeler dengesi sorunlarına yol açmaksızın, ekonomik büyüme ve istihdam artışı başta olmak üzere bir ülkenin temel iktisat politikası hedeflerini gerçekleştirebilme becerisidir (Fagerberg, 1988: 355). Buna benzer bir tanım da Markusen tarafından yapılmıştır. Markusen'e göre ulusal düzeyde rekabet gücü, bir ülkenin serbest ticaret koşulları altında dış ticaretini dengede tutarak ticaret partnerlerinininkine eşit bir reel milli gelir büyümesi sürdürebilme yeteneğidir (Aktan: Markusen, 1992: 7).

Avrupa Birliği Komisyonu'nun, 2006 yılı Avrupa Rekabet Gücü Raporu çerçevesinde yaptığı değerlendirmede rekabet gücünün uzun dönemli göstergesi olarak verimlilik gelişmelerinin dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir. Komisyona göre uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin veya bölgenin yaşam standartlarında sürdürülebilir bir artış gerçekleştirebilme ve gayri iradi işsizlik seviyesini mümkün olabilecek minimum seviyede tutabilme vasıtasıdır (Commission Of The European Communities, 2006: 2).

Uluslararası rekabet gücü kavramına dinamik bir bakış açısıyla yaklaşan Aiginger'e göre bir ülkenin uluslararası rekabet gücü, ülkenin içinde bulunulan dönemde ve gelecekte arzu ettiği faktör gelirlerinde ve ilgili ülkenin vatandaşları tarafından yeterli görülen iktisadi, çevresel ve sosyal bir makro ekonomik ortamda dünya piyasalarına yeterli miktarda ürün satabilme yeteneğidir (Aiginger, 1998: 164).

Yıllık olarak Küresel Rekabet Gücü Raporu yayınlayan Dünya Ekonomik Forumu (WEF) ve Dünya Rekabet Gücü Yıllığı'nı yayınlayan Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) de uluslararası rekabet gücü konusunda tanımlamada bulunmuşlardır. Dünya Ekonomik Forumu, uluslararası rekabet gücünün, bir ülkenin verimlilik seviyesini belirleyen faktörler, politikalar ve kurumlardan oluştuğunu belirtmektedir. IMD'ye göre ise uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin firmalarının daha fazla değer yaratmalarını ve vatandaşlarının daha yüksek refaha sahip olmalarını mümkün kılacak bir ortamı oluşturma yetkinliğidir (Bedir, 2009: 15).

Rekabet gücü kavramı konusunda gerek mikro düzeyde gerekse de makro düzeyde yapılan tanımlamalara bakıldığında iktisat teorisyenlerinin ortak bir ifadesinin olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte firma ve endüstri düzeyinde yapılan tanımlamalarda genellikle maliyet ve verimlilik açılımlarına yoğunlaşılırken, ülke düzeyindeki tanımlamalarda bu açılımlara ilaveten makro ekonomik büyüklüklere de önem verilmektedir. Bu durum da rekabet gücü konusunda mikro düzeyli ifadeleştirmelerden makro düzeyli ifadeleştirmelere geçildikçe analizlere katılacak iktisadi konuların artış gösterdiğini belirtmektedir.

Rekabet gücü kavramı çeşitli düzeylerde tanımlansa da uluslararası piyasalarda rekabet eden iktisadi birimler, firmalardır. Belirli bir endüstri içerisinde faaliyet gösteren bir firmanın sergilemiş olduğu performans neticesinde elde edebileceği

rekabet gücü, ilgili firmanın faaliyet gösterdiği endüstrinin rekabet gücünü gösterebilecektir. Söz konusu endüstrinin de uluslararası piyasalarda yoğun bir rekabet ortamından geçerek rekabet gücü kazanması, endüstrinin faaliyet gösterdiği ülkenin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü gösterebilecektir. Dolayısıyla bir ülkede faaliyet gösteren bir firmanın elde ettiği rekabet gücü, ilgili ülkenin rekabet gücünü de etkileyebilecektir. Sonuçta mikro düzeydeki rekabet gücü, makro düzeydeki rekabet gücünün belirleyicisi olarak görülebilmektedir.

Ancak firma düzeyinde rekabet gücü ile uluslararası rekabet gücünün doğru orantılı olmadığı durumlar da söz konusudur. Yüksek kâr oranları ve büyük bir piyasa payına sahip olabilen bir firma, uluslararası düzeyde rekabet gücüne sahip olmayabilir. Özellikle yurtiçi piyasanın çeşitli ticari engellerle korunduğu durumlarda suni nitelikli rekabet gücü söz konusu olur. Çünkü yurtiçi piyasadaki ticari engellerin kaldırılması durumunda küresel rakiplerine kıyasla daha yüksek maliyete katlanarak üretim yapan bir firmanın, uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliği azalma gösterir (Dulupçu, 2001: 77).

Bu bilgiler ışığında ulusal (uluslararası) rekabet gücünün şu özelliklere sahip olduğu belirtilebilir (Çivi, 2001: 25).

- Rekabet gücü elde edebilmenin temel amacı, ülkenin yaşam standardını yükseltmek ve vatandaşlarına daha müreffeh bir ortam sunabilmektir. Söz konusu bu gelişmelerin sağlanabilmesi için de ilgili ülkenin üretim, yatırım ve ticaret gibi iktisadi faaliyetlerine önem vermesi, bu iktisadi faaliyetleri gerçekleştirebilecek ve destekleyebilecek kurumları arasında koordinasyon sağlaması gerekmektedir.
- Ürün ve hizmetlerin üretilmesi, dağıtılması ve satış sonrası hizmetlerin sağlanması konularında ülkenin rakipleri karşısında rekabetçi bir üstünlük sağlayabilmesi için söz konusu ülkenin kendisine ait özellik, yetenek ve potansiyeline odaklanması gerekmektedir.
- Bir ülkenin rekabetçi avantaj sağlayabilme gücünün incelenmesinde uluslararası piyasa payı, verimlilik, iktisadi büyüme, istihdam ve dış ticaret bilançosu gibi ekonomik göstergeler kullanılabilir.

2.3. Rekabet Gücünün Belirleyicileri

Rekabet gücünün belirleyicilerinin saptanabilmesi konusu, Merkantilist doktrinden günümüze kadar çeşitli şekillerde çalışma alanı bulmuştur. Rekabet gücünün belirleyicileri ilk olarak geleneksel ekonomi içerisinde Mutlak Üstünlükler, Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Faktör Donatımı Teoremleri ekseninde ele alınırken, daha sonraları birbirinden bağımsız birçok faktöre dayanılarak analizlerde bulunulmuştur.

Rekabet gücünün belirleyicileri konusunda literatürde yapılan çalışmalara bakıldığında çalışmaların bazılarının firma içi – firma dışı belirleyiciler, bazılarının fiyat ve fiyat dışı belirleyiciler, bazılarının da geleneksel ve yeni ekonomi eksenli belirleyiciler olmak üzere genelde üç perspektiften konuyu ele aldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise konunun temelini açıklanmasını sağlamak üzere ilk olarak geleneksel belirleyiciler üzerinde durulacaktır. Daha sonra ise söz konusu olabilecek diğer belirleyiciler, fiyat (maliyet) ve fiyat dışı belirleyiciler başlığı altında ele alınacaktır.

2.3.1. Geleneksel Ekonomi Yaklaşımında Rekabet Gücünün Belirleyicileri

Geleneksel anlamda rekabet gücünün belirlenebilmesi konusu genellikle Mutlak ve Karşılaştırmalı Üstünlükler Teoremleri vasıtasıyla ele alınmıştır. Merkantilistlere göre, dünya serveti yani dünyadaki altın ve değerli maden stoku sabittir. Bu nedenle ticaretten tüm taraflar kazançlı çıkmayacaktır, bir taraf kazançlı çıkarken, bu süreç diğer tarafın zararı ile sonuçlanacaktır (Seyidoğlu, 2003: 15). Adam Smith'e göre ise, uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren bütün taraflar, ticaretten kazançlı çıkabileceklerdir. Bu çerçevede Merkantilistler, ticareti sıfır toplamlı bir oyun olarak görürken, Smith, pozitif toplamlı bir oyun olarak ele almıştır. Merkantilist doktrin çerçevesinde bir ülke rekabet gücü elde ederken diğer ülke rekabet gücünü kaybedecektir. Smith'e göre ise, bir ülkenin rekabet gücü kazanması diğer ülkenin rekabet gücü kaybetmesi anlamına gelmeyecek, ilgili ülke başka bir açıdan rekabet gücü elde edebilecektir.

Adam Smith, geliştirmiş olduğu Mutlak Üstünlükler Teoremi ile, rekabet gücünün kazanılmasında önemli ve temel bir terim literatüre kazandırmıştır. Smith'e göre, uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren bir firma, karşı ülkeye göre hangi

ürünleri daha düşük maliyetle üretebiliyorsa ilgili malların üretiminde uzmanlaşarak bu ürünleri ihraç etmelidir. Rakiplerine göre daha yüksek maliyete katlanarak ürettiği ürünleri ise, karşı ülkelerden ithal etmelidir. Böylece her ülke daha düşük maliyetle üreteceği ürünler anlamında rekabet gücü elde edebilecektir. Bununla birlikte bir ülkenin her ürünü daha düşük maliyetle üretmesi durumunda diğer ülkelerin rekabet gücü kazanabilmesi durumu söz konusu olmayacaktır.

Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Teoremi'nin gelişmiş ülkelerle az gelişmiş ülkeler arasındaki ticaret gibi dar bir alan için geçerli olabileceğini (Seyidoğlu, 2003: 18) belirten Ricardo, Mutlak Üstünlükler Teoremi'ni geliştirerek Karşılaştırmalı Üstünlükler Teoremi'ni literatüre kazandırmıştır. Ricardo'ya göre bir ülke bütün malların üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olabilir; ancak burada önemli olan hangi malı rakiplerine göre daha verimli ürettiğidir yani karşılaştırmalı olarak hangi malı daha düşük maliyetle ürettiğidir. Bu durumda bir ülke, rakip ülkelere göre hangi malı göreceli olarak daha düşük maliyetle üretiyorsa o malın üretiminde uzmanlaşarak ilgili malı ihraç edecek, rakipleri karşısında düşük ancak daha pahalıya ürettiği ürünleri ise, ithal edecektir. Böylece ülkeler, hangi malın üretiminde daha yüksek oranlı bir üstünlüğe sahipse, o malların üretimine yoğunlaşarak ilgili malda rekabet gücü elde edebileceklerdir.

Gerek Smith gerekse de Ricardo'nun teoremlerinde üretim faktörü olarak sadece işgücü dikkate alınmış ve dolayısıyla rekabet gücünün belirlenmesinde sadece işgücü maliyeti esas alınmıştır. Emek değer teorisi olarak ifade edilen bu yaklaşıma göre malların değerleri, bu malların üretiminde kullanılan işgücü miktarına bağlıdır. Üretim sürecinde kullanılan diğer faktörlerden sermaye, birikmiş bir emek; teşebbüs faktörü, emek faktörünün farklı bir şekli ve doğal kaynak ise, bir bedel ödmeden üretimde kullanılan faktördür (Atik, 2005: 26).

Smith ve Ricardo'nun analizlerindeki eksiklikleri gidermek üzere emek faktörünün yanında sermaye faktörünü de dikkate alan Faktör Donatımı (Heckscher-Ohlin) Teorisi geliştirilmiştir. Teoriye göre, bir ülke, hangi üretim faktörüne daha fazla sahipse o üretim faktörünün kullanıldığı malların üretiminde yoğunlaşarak ilgili malları ihraç etmelidir. Rakip ülkelere göre daha az sahip olduğu üretim faktörünün kullanıldığı malları da ithal etmelidir. Dolayısıyla bir ülke hangi üretim faktörüne

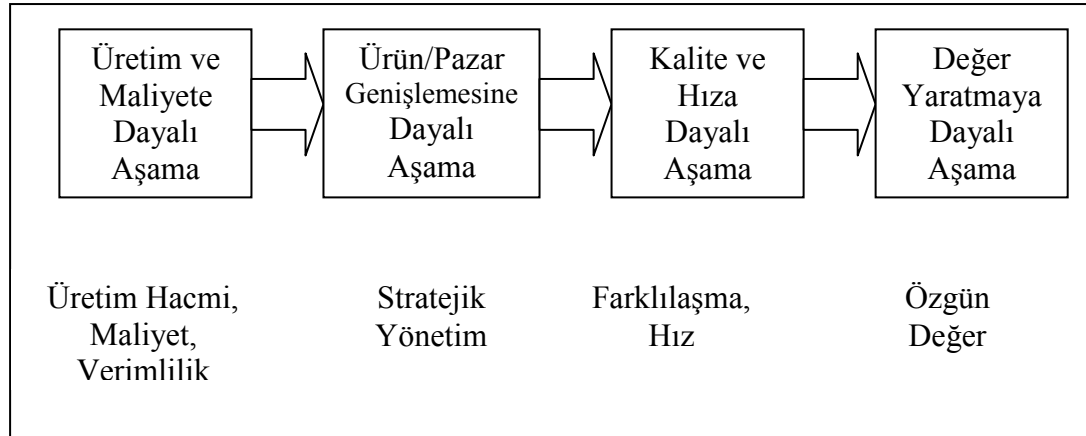
daha fazla sahipse o üretim faktörünün kullanıldığı mallarda rekabet gücüne sahip olabilirken, diğer mallar da rekabet gücü elde edemeyecektir.

Yukarıda belirttiğimiz geleneksel ticaret teorileri, mikro veya makro ölçekte rekabet gücünün elde edilmesi anlamında yetersiz kalmaktadır. Dünya ticaretinin en az yarısının benzer faktör yoğunluklarına sahip ülkeler arasında yapıyor olması, aynı faktör yoğunluğuna sahip ülkeler arasında benzer malların ticaretinin yapıyor olması ve dolaysız yabancı sermaye yatırımlarına bağlı olarak her ülkenin sahip olduğu faktör yoğunluğunun farklılık gösterebilmesi geleneksel ticaret teorilerinin yetersiz kalabileceğini göstermektedir (Aktan ve Vural, 2004a, 22).

2.3.2. Rekabet Gücünü Belirleyen Fiyat (Maliyet) ve Fiyat Dışı Faktörler

Geleneksel yaklaşımda Mutlak Üstünlükler, Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Faktör Donatımı Teoremleri, rekabet gücünün birincil belirleyicilerinin açıklanmasında temel teoremleri oluşturmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde ise, birbirini etkileyen veya birbirinden bağımsız çok sayıda belirleyici söz konusu olabilmektedir. Rekabet gücünü belirleyen unsurların dört dönemden geçerek geliştiği ileri sürülmektedir (Aktan ve Vural, 2004a, 26).

Şekil 3: Rekabet Gücünü Belirleyen Unsurların Gelişimi



Kaynak: Aktan ve Vural, 2004a, 27.

Şekil 3'te rekabet gücünü belirleyen faktörlerin gelişim aşamaları yer almaktadır. Teknolojik ilerleme ve yenilik yapma potansiyelinin düşük olduğu birinci aşamada, daha fazla üretim yapıp ölçek ekonomilerinden yararlanarak daha düşük maliyetle üretilebilen ürünlerin satılması yoluyla rekabet gücünün kazanılabilmesi durumu söz konusudur. Piyasaların genişlediği, firma ve piyasaya

sunulan ürün sayısının artış gösterdiği ikinci aşamada firmaların stratejik yönetim vasıtasıyla rakiplerinin davranışlarını izleyerek ve ilgili davranışlarına stratejik açıdan karşılık vererek piyasa payını koruma ve artırma çabaları ortaya çıkmaktadır. Maliyet avantajının önemini yitirmeye başladığı üçüncü aşamada toplam kalite yönetimi ve tam zamanında üretim ve teslim anlayışları gündeme gelmektedir. Bu aşamada, yüksek kalite anlayışına uygunluk gösterebilecek ürünlerin istenilen zamanda küresel piyasalara sunulması yoluyla rekabet edilebileceği söz konusu olmaktadır. Fiyat ve kalite unsurlarının birbirine benzerlik gösterdiği dördüncü aşamada ise, söz konusu firma, endüstri veya ülke rakiplerinden farklı, kendine özgü nitelikler taşıyan ürünler üreterek rekabet gücü kazanabilmektedir.

2.3.2.1. Rekabet Gücünün Belirlenmesinde Maliyet ve Fiyat

Belirli bir endüstrinin veya endüstride faaliyet gösteren bir firmanın üretim sürecinde katlanmış olduğu maliyet ve bu maliyete bağlı olarak belirleyeceği fiyat, söz konusu iktisadi karar biriminin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün belirlenmesinde önemli bir yere sahiptir. Rakiplerine göre daha verimli çalışan bir firma, daha az girdi kullanarak üretimini gerçekleştirebileceği için daha yüksek bir rekabet gücü elde edebilecektir (Töre, 1995: 41). Bu bağlamda firmaların üretim sürecinde katlanmış oldukları maliyetler, rekabet gücü çerçevesinde önemli bir yere sahiptir. Firmanın belirli bir üretim sürecinde katlanmış olduğu maliyet kalemleri; işgücü, sermaye, doğal kaynak, vergi, enerji, işlem, sosyal güvenlik vb. maliyetlerinden oluşmaktadır. Bu maliyet kalemlerine ödenen bedellerin düşük olması, rekabet gücü kazanılması açısından faydalı olabilecektir.

Üretim maliyetleri içerisinde en önemli maliyet kalemi, işgücü maliyeti olarak belirtilmektedir. İşgücü maliyetleri, işgörene ödenen ücret ve ücret dışındaki ödemelerden oluşmaktadır. Bir ekonomide ücretler ve özellikle de ücret dışı ödeme yükümlülüklerinin yüksek seviyelerde belirlenmesi, girişimcilerin yüksek maliyetlere katlanması yoluyla yüksek fiyatlar belirlenmesine yol açmaktadır. Böyle bir durum da firmanın ve dolayısıyla ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet gücünü kaybetmesine neden olabilir. Diğer taraftan işgörene yapılan ödemelerin yüksek olması, işverenleri daha düşük ücretli kalifiye olmayan eleman çalıştırmaya

yönlendirebilir. Bu gelişme de ürün kalitesinde düşmelere ve böylelikle de rekabet gücünde azalmalara neden olabilecektir.

Belirli bir piyasa yapısı içerisinde faaliyet gösteren bir firma için önemli olan bir maliyet kalemi de sermayeye ödemiş olduğu faizdir. Bir ülkede reel faiz oranlarının yüksek olması, girişimcilerin daha yüksek maliyetlerle kaynak yaratabilmelerine neden olacaktır. Kaynak maliyetlerinin yükselmesi ise, ülkelerin uluslararası rekabet gücünün fiyat-maliyet ilişkisi bakımından zayıflamasına ve ülkede tasarrufların üretken olmayan yatırımlara dönüşmesine neden olacaktır (Uzunoglu ve diğeri., 2001: 17).

Kamu bütçesinin gelir unsurları içerisinde en büyük paya sahip olan vergi, iktisadi karar birimlerinin üretim, tüketim ve yatırım kararları açısından yönlendirici bir niteliğe sahiptir. Vergi rekabeti ekseninde vergi oranlarını düşük seviyelerde belirleyen ülkeler, daha çok dolaysız yabancı sermaye yatırımı çekmekte ve böylece rekabet gücü kazanma şansı elde edebilmektedir. Diğer taraftan İktisadi karar birimlerinin yapacakları faaliyetlere bağlı olarak daha düşük vergi maliyetine katlanması, gerek yurtiçi yatırımcıların gerekse de yabancı yatırımcıların daha fazla yatırım ve üretim yapmalarına olanak sağlayabilecektir. Böylelikle söz konusu ülkedeki istihdam artabilecek ve tasarruflar daha verimli yatırımlara dönüşebilecektir. Bu da ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanabilmesini sağlayacaktır.

İşgücü, sermaye ve vergi maliyetinin dışında işlem maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti, enerji maliyeti, lojistik maliyetler gibi birçok türde maliyetlerin düşük seviyelerde olması, rakipler karşısında fiyatları daha düşük belirleyebilme şansı oluşturabilecektir. Üretilen mallarda tüketicilerin isteklerinin sağlanmasıyla birlikte fiyatlarını rakiplerine göre düşük seviyelerde belirleyen iktisadi birimin de uluslararası piyasalardaki rekabet gücü artabilecektir. Diğer taraftan maliyetlerin düşük olması söz konusu olacak ülkeye karşı yabancı yatırımın artmasını da sağlayacaktır. Ülkede yabancı yatırımların artması yerleşik konumdaki firmaların da daha verimli çalışmalarına ortam hazırlayarak ülkenin rekabet gücü kazanmasına yardımcı olabilecektir.

2.3.2.2. Rekabet Gücünü Belirleyen Fiyat Dışı Faktörler

Bu başlık altında maliyet veya fiyat üzerinde doğrudan etkili olmayan; ancak dolaylı olarak fiyat-maliyet ilişkisi üzerinde etkili olan rekabet gücü belirleyicileri üzerinde durulacaktır.

2.3.2.2.1. Ülkenin Makro Ekonomik Durumu

Bir ülkenin rekabet gücü elde etmek istemesindeki temel amacı, vatandaşlarına müreffeh bir ortam sağlamak ve bunu sürdürülebilir kılmaktır. Bu ifadeden hareketle rekabet gücü kazanılması ile makro ekonomik ortam arasında güçlü bir ilişkinin olduğu dikkat çekmektedir. Bununla birlikte rekabet gücü ile makro ekonomik durum arasında bir nedensellik ilişkisi söz konusu olabilmektedir. Rekabet gücü; ekonominin büyüme kapasitesi, ticari sektörlerde iyileşme ve ödemeler bilançosu dengesi üzerinde etkili olabilecektir (Ul Haque, 1997: 49). Ekonomik büyüklüklerdeki gelişmeler de uluslararası rekabet gücü üzerinde etkiler meydana getirebilecektir.

Bir ülkedeki Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) düzeyi ve Dünya Ekonomisi içerisindeki payı, ilgili ülkenin uluslararası piyasalardaki yerinin belirlenmesinde önemli bir role sahiptir. Ülkenin yüksek bir GSYH'ye sahip olması ve bunun sürdürülebilir bir şekilde artış göstermesi, ilgili ülkenin uluslararası piyasalarda yapılan üretimden daha fazla pay almasını ve dolayısıyla uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmesini beraberinde getirebilecektir.

Rekabet gücünün artırılması açısından fiyat istikrarı da önemli bir unsurdur. Yüksek seviyeli ve istikrarsız bir seyir izleyen enflasyon oranları, yurtdışındaki iktisadi karar birimlerinin uzun vadeli ekonomik kararlarını olumsuz etkileyebileceği gibi yabancı yatırımcıların da söz konusu ülkeye yatırımlarını azaltmalarına ve mevcut yatırımlarını ülkeden kaçırmalarına neden olabilir. Bu durum da ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet gücünü kaybetmesi düşüncesini ortaya çıkarabilecektir.

Bir ülkenin sahip olduğu yatırım kapasitesi, rekabet gücü üzerinde etkili olabilen diğer bir unsurdur. Gerek yerleşik firmaların gerekse de yabancı firmaların yatırım yapma konusunda desteklenmesi, kaynakların verimli yatırımlara dönüşmesini ve GSYH'nin yükselmesini sağlayabilecektir. Diğer taraftan yabancı

yatırımcıların piyasaya girmesiyle yerli yatırımcıların daha verimli çalışmaya başlaması, ülkenin uluslararası rekabet gücü üzerinde olumlu etkiler meydana getirebilecektir. Ancak kamunun, yatırımları destekleme anlamında gerçekleştireceği parasal yardımları borçlanmayla finanse etmesi, uzun vadede bir dışlama etkisi oluşturarak özel kesimin yatırımlarının sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyebilir. Bu da ilgili ülkenin uzun vadede rekabet gücünü kaybetmesine enden olabilecektir.

2.3.2.2.2. Döviz Kuru

Döviz kuru, dış ticarete konu olan ürünlerin fiyatlarını etkileyerek ülkelerin rekabet güçleri üzerinde belirleyici rol oynamaktadır. Döviz kuru politikalarıyla kurlarda meydana gelecek değişimler, uluslararası piyasalarda ülkelerin görece fiyat yapısını değiştirmektedir. Bu bağlamda döviz kuru politikalarıyla ihracat yapmak, iç piyasada satış yapmaya göre daha kazançlı olabilecek ve fiyatlara bağlı olarak ihracat mallarının dış piyasalarda rekabet edebilme şansı artabilecektir (Atik, 2005: 57).

Bir ülkede ulusal para yabancı paralar karşısında aşırı değerli ise bu durumda ülkenin ihracat mallarının fiyatı görece olarak daha yüksek olacaktır. Diğer taraftan ülke, değerli parasıyla uluslararası piyasalardan rahatlıkla mal alarak, ithalatını artıracaktır. Dolayısıyla bu durum, kısa vadede ülkenin rekabet gücünü kaybetmesine neden olabilecektir. Ancak ilgili ülke, üretimde kullandığı girdileri ithalat yoluyla karşılıyorsa, girdileri daha düşük bedeller ödeyerek ithal edeceği için üretim maliyetlerini düşürebilecek ve böylece uzun dönemde rekabet edebilirliğini artırabilecektir.

Özellikle gelişmekte olan ülkeler, rekabet gücü kazanabilmek için devalüasyon yoluyla ulusal parasının değerini yabancı paralar karşısında düşürmektedir. Bu şekilde ihracat mallarının değeri, görece olarak düşük olacağı için ilgili ülkenin ihracatı kısa vadede artış gösterecektir. Döviz kurunun değerli olması ithalatın daha pahalı olmasına neden olacağı için de ülkenin ithalatı azalma gösterebilecektir. Dolayısıyla kısa vadede ilgili ülkenin rekabet gücü elde etmesi gündeme gelebilecektir. Ancak eğer ülke ihracat ettiği malların girdilerini ithalat yoluyla temin ediyorsa bu durumda üretim maliyeti yükselecek ve kısa vadede elde edilmiş olan rekabet gücü sürdürülebilir olamayacaktır.

2.3.2.2.3. Kalite

Üretim faktörlerinin ucuz olduğu, kayıt dışılığın yüksek olduğu belirli bir ekonomide faaliyet gösteren firmalar, düşük fiyatlarla uluslararası piyasalara girebilirler. Böylelikle rakiplerine göre daha yüksek maliyete katlanarak fiyatını yüksek olarak belirleyen firmaların piyasadaki faaliyetlerine devam etmeleri zora girebilecektir. Bu durumda rekabet gücünü korumak isteyen firmaların ürün farklılaştırması ve zaman liderliği stratejilerini izlemeleri faydalı olabilecektir. Bu stratejilerden ürün farklılaştırması anlamında kalite, önemli bir rekabet aracı olarak ortaya çıkmaktadır. Kaliteli bir ürüne tüketiciler tarafından daha yüksek bir değer atfedilebilmesi, rekabet gücünün kazanılması için avantaj sağlayabilecektir.

Özellikle 1980'li ve 1990'lı yılların en önemli rekabet araçlarından biri, kalite olarak belirtilmektedir. İlgili dönemlerde yapabildiğini satan firmaların yerini, satabildiğini yapan firmalar almıştır. Bununla birlikte söz konusu dönemlerde firmalar, kazançlarını artırmaktan ziyade varlıklarını sürdürebilmek için kaliteye önem vermişlerdir (Erkekoğlu, 2008: 45).

Günümüzde firmaların uluslararası piyasalarda ürünlerini rahatlıkla satabilmeleri için çeşitli kalite belgelerine sahip olmaları gerekmektedir. Özellikle belirli bir entegrasyon içerisinde firmaların faaliyet gösterebilmesi, bu belgelerin varlığına bağlanmaktadır. Söz konusu kalite – standart belgelerini almak, başlangıçta firmalar için yüksek bir maliyet gerektirebilmektedir. Ancak katlanılan maliyetler sonucunda üretim ve satış sırasına yaşanan aksaklıkların azalması, üretim standartlarının yakalanması ve elde edilebilecek diğer kazanımlar, uzun vadede maliyetleri düşürücü etkiler oluşturabilmektedir. Sonuç olarak maliyetlerin düşmesi ve buna bağlı olarak oluşacak verimlilik artışları, iktisadi birimin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü olumlu etkileyebilecektir.

2.3.2.2.4. Yenilik ve Teknolojik İlerleme

Yenilik, yeni bir ürün veya üretim süreci oluşturabilme ya da mevcut bir ürünün veya üretim sürecinin geliştirilmesidir (Yılmaz, 2003: 2). Burada yeni bir üretim sürecinin bulunması ve üretim sürecinin geliştirilmesinden kasıt, daha az girdiyle aynı nitelikte ve nicelikte ürün üretilmesi veya aynı miktarda girdiyle aynı nitelikte daha fazla ürün üretilmesidir. Bununla birlikte genel olarak ürün ve

süreç yeniliği arasında önemli bir ilişki vardır. Belirli bir piyasa yapısı içerisinde söz konusu olabilecek yeni bir ürün, satıcı kesim için ürün yeniliği arz edebilecekken, bunu üretimde kullanan üretici kesim için süreç yeniliği arz edebilir.

Yenilik, uluslararası piyasalarda üretimi yapılan mal ve hizmetlerin sürdürülebilir bir şekilde talep bulabilmesi için önem taşıyan bir faaliyettir. Üretmiş oldukları ürünleri tüketici gereksinimlerine göre yenileyemeyen firmaların piyasada faaliyet gösterebilmeleri zora girebilir. Bu çerçevede yenilik, rekabet gücüne sahip olunabilmesi ve sağlanan rekabet gücünün sürdürülebilmesi anlamında önemli bir unsurdur. Yenilikle uluslararası rekabet gücü arasında şu üç önemli bağlantının olduğu belirtilmektedir (Çoban: Archibugi ve Michie, 1998: 323).

- Üretim sürecinde yapılan yenilikler, üretim maliyetlerini azaltmakta ve dolayısıyla ürün fiyatlarını düşürerek uluslararası rekabet gücünü artırabilmektedir.
- Ürünlerde yapılan küçük ölçekli yenilikler, ürün kalitesini yükselterek, hem yurtiçi hem de yurtdışı piyasalarda ürüne karşı olan cazibeyi artırmaktadır.
- Ürünlerde yapılan kapsamlı yenilikler, uluslararası piyasalardaki rakiplerin ilgili mala yönelmesini zorlaştıracığı için firmalar, kısa vadeli de olsa monopolcü bir kazanç elde edebileceklerdir.

ABD Rekabet Gücü Konseyi'ne göre, rekabet gücünün belirlenmesinde söz konusu olan faktörler, zaman içerisinde değişime uğramıştır. Kalite ve düşük üretim maliyetleri, 20. yüzyılın son dönemlerinde önemli bir rekabet gücü belirleyicisi iken, günümüzde bu unsurların rekabet gücü üzerindeki etkisi azalmıştır. Konseye göre günümüzde rekabet gücü kazanılabilmesi için, yenilik yeteneğine sahip olunması ve bu yetenek doğrultusunda geliştirilen mal ve hizmetlerin rakiplerden önce piyasaya sunulması gerekmektedir. Bu düşünce de yeniliğin artık bir üretim faktörü olarak kabul edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Atik, 2005: 11).

Yeniliğe paralel olarak rekabet gücü kazanılması konusunda önemli olan bir diğer faktör de teknolojik alandaki ilerlemelerdir. Zaman içerisinde talebin artmasına paralel olarak piyasaya yeni firmaların girmesi, küresel çapta yaşanan rekabeti hızlandırmaktadır. Bu bağlamda teknolojik değişimle birlikte farklılık yaratabilen firmalar, rekabet süreci içerisinde söz sahibi olabileceklerdir (Uysal, 2000: 7).

Uluslararası piyasalarda teknolojik işbirlikleriyle daha fazla ilgilenen firmaların yeni gelişen teknolojilere daha rahat adapte olması ve diğer firmalara kıyasla daha rekabetçi bir yapı kazanabileceği söz konusu olmaktadır. Ayrıca, teknolojik gelişmelerin daha ileri bir safhasında olan firmaların rekabet edebilirliğinin, daha geri safhadakilere kıyasla fazla olacağı belirtilmektedir (Kumar ve Chadee, 2002: 8).

Tüm bunlara ilaveten, ülke veya sektör bazındaki teknolojik gelişme potansiyeli, üretim ve ihracat içerisindeki teknoloji yoğun ürünlerin payının yüksekliği, AR-GE harcamaları düzeyinin yüksekliği ve AR-GE programlarını uygulayabilecek ölçeğe sahip büyük firmaların sayısal açıdan yeterliliği, uluslararası veya sektörel bazda rekabet edebilirliğin göstergeleri olarak bilinmektedir (Eroğlu ve Özdamar, 2006: 87).

2.3.2.2.5. Kamu Müdahaleleri

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ihracat potansiyeli yüksek sanayi sektörlerinin gelişmesini sağlayabilmek için çeşitli araçlar vasıtasıyla kamu müdahaleleri söz konusu olabilmektedir. Bu müdahaleler; parasal destek şeklinde olabileceği gibi, vergi iadeleri ve istisnaları, üretim yeri tahsisi, dış ticaret engelleri ve pazar araştırması gibi şekillerde de olabilmektedir.

Gelişebilecek sanayi sektörlerinin korunması düşüncesinin temelini Genç Endüstri Tezi oluşturmaktadır. Bu teze göre, ileride gelişip karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olabilecek endüstrilerde optimum üretim düzeyi sağlanıncaya kadar gümrük tarifeleriyle dış rekabetten korunma durumu söz konusudur (Seyidoğlu, 2003: 124). Genç endüstri tezinde dikkat çeken bir nokta, korumacılığın sürekli olmamasıdır. Korumacılık, optimum üretim hacmine ulaşılması ile sınırlıdır. Böylece buradaki korumacılığın amacı, endüstrinin gelişme dönemini atlatmasıdır.

Bir ülke, rekabet gücü kazanılmasını sağlayabilmek için genelde ihracatta prim ödemesi, vergi iadesi ve pazarlama yardımları olmak üzere üç temel teşvik yöntemiyle firmaları veya endüstrileri desteklemektedir. İhracat primleriyle ihracat sırasında kazanılan gelirin büyük bir kısmı ihracatçıya bırakılmakta ve ihracat yaptığı ölçüde firmaya ithalat izni verilmektedir. Vergi iadesi sistemiyle, ihraç edilen ürünlerin üretiminde kullanılan ithal girdiler üzerinden alınan vergilerin bir kısmı

veya tamamı ihracatçıya iade edilmektedir. Pazarlama destekleri sistemiyle de ilgili kamu kuruluşları; pazar araştırması, pazarlama eğitimleri, sergi ve fuar destekleri yoluyla ihracatçıları bilinçlendirmeyi sağlamaktadırlar.

Kamunun, rekabet gücü kazanılması anlamında endüstrilere yaptığı desteklemelerde önemli olan, endüstride faaliyet gösteren firmaların bu teşvikleri rasyonel bir şekilde kullanıyor olmasıdır. Kamusal teşviklerin söz konusu olduğu dönemlerde kısa vadeli olarak rekabet gücü kazanılmış olabilir. Ancak kamusal desteklerinin kaldırıldığı dönemlerde rekabet gücünün azalış göstermesi, teşviklerin söz konusu endüstri için fayda göstermediğini ortaya koymaktadır.

2.3.2.2.6. Finansal Sektör

Uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren firmaların varlıklarını sürdürebilmeleri için küresel ölçekte üretim yapabilmeleri ve sürekli değişen tüketici tercihlerini karşılayabilecek yeni ürünler üretebilmeleri gerekmektedir. Böyle büyük çaplı bir üretimin gerçekleşmesi için çoğu girişimcinin sermayesi yeterli olmayabilir. Bu durumda girişimcilerin kaynak ihtiyacını rahatlıkla karşılayabilecek bir finansal sektörün varlığı, rekabet gücü kazanılmasında etkili olabilecektir. Bu nedenle finansal sektörün kırılğan bir yapıya sahip olmaması, ülkelerin rekabet gücü kazanması anlamında önem arz etmektedir.

2.3.2.2.7. Lojistik Faaliyetler

Küreselleşmeye bağlı olarak uluslararası piyasalarda yaşanan rekabet, firmaları mallarını daha iyi, daha hızlı üretmeye ve ürettiği malları daha kısa sürede teslim etmeye zorlamaktadır. Ayrıca küresel piyasalarda mevcut piyasa payını korumak ve artırmak için daha düşük maliyetle girdi temini, rekabet gücü elde edilebilecek bir fiyatın belirlenmesi ve mal teslimatında sözleşmeye bağlanan taahhütlerin yerine getirilmesi, firmalar için önem arz eden hususlar olmaktadır. Bu çerçevede üretim maliyetlerinin birbirine yakın olduğu yoğun rekabet ortamında firmaların mevcut piyasa payını ve kârlılığını artırmasında lojistik, önemli bir araç olarak gündeme gelmektedir.

Lojistik, tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak her türlü ürün, hizmet ve bilgi akışının hammaddenin başlangıç noktasından ürünün tüketildiği son noktaya kadar etkin ve verimli bir şekilde yerine getirilmesidir. Tanımlamadan

da anlaşılacağı üzere, lojistik mantalitesinde asıl olan doğru ürünün, doğru zamanda, doğru maliyetle, doğru yerde müşteriye sunulabilmesidir. Söz konusu faaliyetlerin optimal şekilde yerine getirilmesinde önemli olan unsur da ulaştırma becerisidir.

Uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren bir firmanın hem tedarik aşamasında hem de pazarlama ve satış aşamasında ulaştırma hizmetlerine önem vermesi gerekmektedir. Tedarik aşamasında üretici firmanın kaynağa yakın coğrafi yerleri tercih etmesi, ulaştırma maliyetlerinin düşürülmesine ve dolayısıyla maliyet – fiyat ilişkisinde avantaj sağlayarak rekabet gücü kazanmasına ortam hazırlayabilecektir. Satış ve pazarlama aşamasında ise, müşterinin istediği zamanda ürüne sahip olabilmesi, müşteri bağımlılığı vasıtasıyla rekabet gücü kazanılmasını sağlayabilecektir. Burada önemli olan ürünün, müşterinin istediği zamandan önce veya sonra müşteriye ulaştırılmış olmamasıdır. Ürünlerin, istenilen zamandan önce müşteriye ulaştırılması depolama maliyetlerine neden olabilirken, istenilen zamandan sonra ulaştırılması iade, tahsilat sıkıntısı, sözleşme tazminatları gibi sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Teknolojik alanda yaşanan gelişmelerin ulaştırma ve işlem maliyetlerini azaltıcı etkileri her ne kadar gelişme gösterse de zengin ülkelere coğrafi yakınlık hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler için avantajlı bir dış ticaret sağlamaktadır. Ekonomik açıdan zengin ülkelere yakınlık, diğer ülkeler için daha büyük ve gelir seviyesi yüksek bir piyasaya hitap edebilme şansı doğurmaktadır. Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerinin kendi içlerinde yoğunlaşan ticareti, söz konusu görüşe destek verir niteliktedir (Dulupçu, 2001: 85).

2.3.2.3. Porter’e Göre Rekabet Gücünün Belirleyicileri

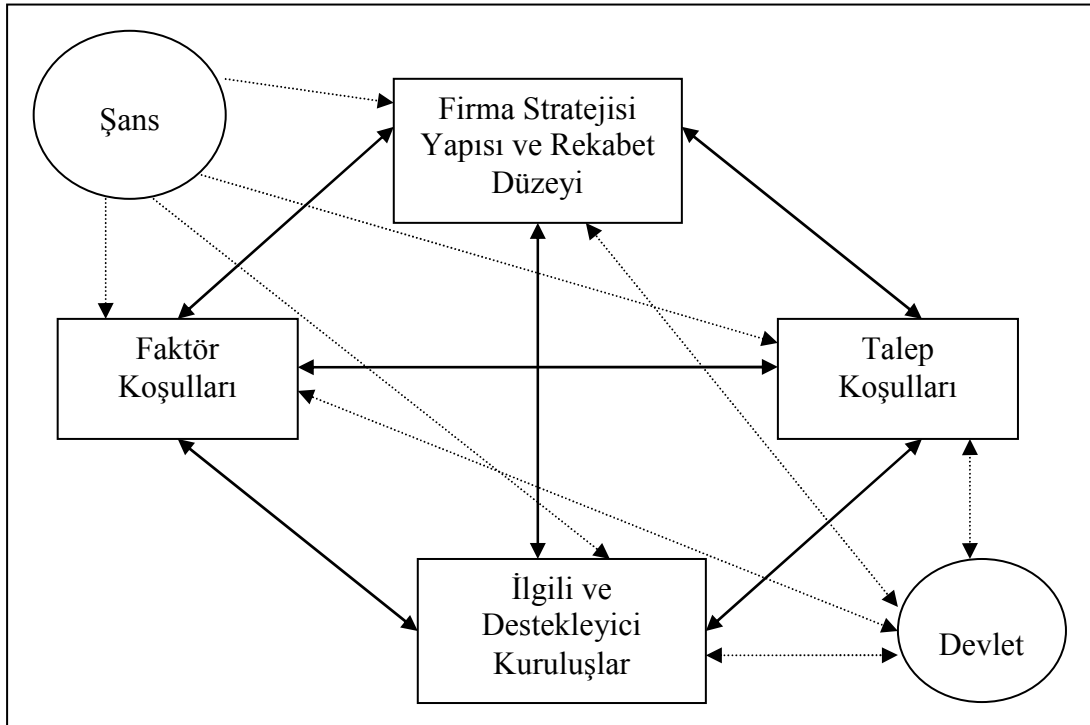
Amerikalı iktisatçı Michael Porter, rekabet gücü konusunda literatürde önemli etkiler meydana getiren “Ulusların Rekabetçi Üstünlüğü” isimli temel bir kaynak oluşturmuştur. Neden bazı ülkelerin belirli endüstrilerinin rekabet gücü kazanabildiği sorusundan yola çıkarak hazırladığı eserinde, on farklı önemli sanayileşmiş ülkenin rekabet üstünlüğü sağlamasındaki belirleyicileri ortaya koymuştur (Porter, 1990: 21).

Porter’e göre, rekabet gücünün açıklanması anlamında geleneksel yaklaşımlar yetersiz kalmaktadır. Geleneksel yaklaşımda ileri sürüldüğü gibi bir ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet gücünü belirleyen olgu, ucuz ve bol emek değildir.

Çünkü Almanya, İsviçre ve İsveç gibi ülkeler, yüksek ücretlere ve yaşadıkları emek yetersizlikleri dönemlerine rağmen zenginleşmişlerdir. Japon firmaları birçok endüstride, işgücü ihtiyacını otomasyon sayesinde azaltarak uluslararası piyasalarda başarılı olabilmişlerdir. Yüksek ücret ödemelerine rağmen rekabet edebilme yeteneği, çok daha önemli bir ulusal hedef olarak görülebilmektedir (Porter, 1994: 36). Porter'e göre bir ülkenin belirli bir endüstride başarı kazanabilmesi; dört genel koşula bağlıdır (Porter, 1990: 71). Bunlar:

- Faktör Koşulları: Belirli bir endüstride rekabet edebilmek için gerekli olan nitelikli işgücü ve altyapı gibi üretim faktörlerinin durumu.
- Talep Koşulları: Bir endüstride üretilen ürün veya hizmetlere karşı talep yapısı.
- İlgili ve Destekleyici Endüstriler: Uluslararası rekabet ortamında rekabet gücü olan destekleyici ve ilgili endüstrilerin varlığı.
- Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Düzeyi: Bir ülkede firmaların oluşumunu, organizasyon yapısını ve yönetimini etkileyen ülke koşulları ve yurtiçi rekabet düzeyi.

Şekil 4: Ulusal Rekabetçi Üstünlüğün Belirleyicileri



Kaynak: Porter, 1990: 127.

Şekil 4'te Porter'e göre rekabet gücünü belirleyen faktörlerin şeması yer almaktadır. Şekilde dört temel faktörün yanı sıra iki de dışsal faktör yer almaktadır. Temel belirleyici unsurlar olan faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar ile firma stratejisi, yapısı ve rekabet düzeyi arasında nedensel bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bununla birlikte dışsal bir faktör olarak göze çarpan devlet ile temel belirleyici faktörler arasında da karşılıklı bir ilişki mevcuttur. Bir diğer dışsal faktör olan şans unsurundan diğer belirleyici faktörlere doğru ise, tek yönlü bir ilişkinin olduğu dikkat çekmektedir.

Porter'e göre ulusların rekabetçi üstünlüğünü açıklayan Elmas Modeli, belirleyicilerin karşılıklı şekilde birbirini etkilediği bir sistemdir. Bir belirleyicinin etki derecesi diğerlerinin durumuna bağlıdır. Örneğin talebin elverişli olduğu dönemlerde, ilgili endüstrideki rekabet düzeyi firmaların bu talebe yanıt vermesini mümkün kılacak yeterlilikte değilse, rekabetçi bir üstünlük oluşmayacaktır. Bununla birlikte belirleyicilerden birindeki avantaj, diğer belirleyicilerde de iyileşme yaratabilecektir (Porter, 1990: 72).

Porter'e göre ulusal rekabetçi üstünlüğün birinci belirleyicisi, faktör koşullarıdır. Porter, üretim faktörlerini temel ve ileri düzeyli üretim faktörleri olarak ikiye ayırmaktadır. Temel düzeydeki üretim faktörlerini; doğal kaynaklar, iklim, ülkenin konumu, kalifiye ve kalifiye olmayan işgücü ve borç niteliğindeki sermaye olarak sıralamaktadır. İleri düzeydeki faktörler ise, Modern dijital bilgi iletişim altyapısı, yüksek eğitilmiş mühendisler ve bilgisayar mühendisleri gibi yüksek eğitilmiş personeller ve üniversitelerdeki araştırma görevlileridir. Temel düzeydeki faktörler her endüstride bulunurken, ileri düzeydeki faktörler sadece bazı endüstrilerde bulunabilmektedir. Temel faktörlere olan ihtiyacın azalması, rahatlıkla ulaşılabilir olması veya uluslararası piyasalardaki yabancı firma faaliyetlerine bağlı olarak elde edilebilirliklerinin artması, bu faktörlerin değerini düşürmektedir (Porter, 1990: 77).

İleri seviyede sahip olunan üretim faktörleri, rekabetçi avantaj sağlanması açısından daha önemlidir. Daha yüksek seviyelerde bir rekabetçi avantaj sağlanabilmesi için farklılaştırılmış ürünler ve tescilli üretim teknolojilerine sahip olmak gerekir. Sayılan bu gereklilikler, kıt olarak bulunurlar; çünkü bunlar, beşeri sermayeye ve fiziksel sermayeye sık sık yatırım yapılmasını ve talebin genişlemesini

gerekli kılartlar. Bu gelişmeleri sağlayabilmek için de ileri düzeyde üretim faktörlerine sahip olmak gerekir. Bununla birlikte önemli olan bir nokta da ulusların ileri düzeyde sahip oldukları faktörlerin temel düzeyli faktörlerin üzerine inşa edilmesidir (Porter, 1990: 78).

Porter, ulusal rekabetçi üstünlüğü belirleyen ikinci faktörün iç talep koşulları olduğunu belirtmiştir (Porter, 1990: 86). Porter'e göre iddia edilenin tersine firmaların uluslararası piyasalara yönelmesi iç pazarın önemini azaltmaz. Eğer yurtiçi talep, doğru ve erken sinyaller gönderir ve yurtiçindeki tüketiciler, sürekli olarak daha kaliteli ürünler talep ederlerse yerleşik firmalar da rakiplerine göre daha erken yeniliğe adapte olur ve rekabet gücü elde eder. Bununla birlikte firmaların rekabet gücü kazanmasında i piyasanın büyüklüğünden ziyade iç talebin niteliği daha önemlidir. Bu anlamda tüketicilerin çok ürün talep etmektense yeni ve kaliteli ürünler talep etmesi, yerleşik firmaların uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanmasında daha belirleyici olacaktır (Porter, 1991: 37).

Bu erevede Porter'e göre bir ülkenin uluslararası piyasalarda rekabet edebilmesini sağlayacak faktör, ülkenin iç talebidir. Eğer bir ülkenin kendi iç talebindeki zevk ve tercihler, uluslararası piyasalara rahatlıkla yayılabiliyorsa, ilgili ülkenin firmaları, rekabet gücü elde edebileceklerdir. Porter, bu konuda ABD'nin fastfood ve kredi kartı kullanımını diğer ülkelere yaymasını ve bu alanlarda rekabetçi üstünlük elde etmesini örnek olarak vermektedir (Porter, 1994: 37).

Ulusal rekabetçi üstünlüğün üçüncü belirleyicisi, uluslararası rekabet gücüne sahip üretici endüstrilerin, yan sanayinin veya destekleyici sanayilerin ülke içerisinde bulunmasıdır. Dünya genelindeki üreticilerle endüstriler arasındaki yakın çalışma ilişkisi sonucunda rekabetçi üstünlük ortaya çıkar. Firmaların tedarikçisi niteliğindeki üreticiler, yeni teknolojiye uygulanacak yeni metot ve fırsatların hissedilmesine yardımcı olur. Bu şekilde firmalar; bilgiye, yeni düşünce ve anlayışlara ve üretici firmaların yeniliklerine hızla erişme imkanına sahip olurlar (Porter, 1990:103).

Porter'e göre ulusal bazda rekabetçi üstünlüğün sağlanmasında dördüncü belirleyici, firma stratejisi, yapısı ve özellikle de yurtiçi rekabet düzeyidir. Porter'e göre firmaların amaçları; izlemekte oldukları stratejiler ve organizasyon yapıları uluslararası piyasalardaki rekabet glerine kaynaklık etmektedir. Bununla birlikte teknolojik yeniliklerin oluşturulması ve uygulanması aşamasında, yöneticiler ve

Çalışanlar arasındaki uyum ve aynı hedefe yönelmiş olmak, çok önemli bir unsurdur. İhracat piyasalarında rekabet gücüne sahip olmayı sağlayan önemli faktörlerden biri de rekabetçi bir i piyasadır. Uluslararası piyasalarda rekabet avantajını elinde bulunduran firmaların büyük bir çoğunluğu, faaliyet gösterdikleri yurtiçi piyasalarda da yoğun bir rekabet ortamıyla karşılaşmaktadırlar. İ rekabet baskısının oluşturduğu teknolojik yenilik dinamizmi, dış rekabet gücünün de belirleyicisi konumundadır (Kum, 1999: 169).

Porter, yukarıda sayılan dört temel belirleyici faktörün dışında devlet ve şans olmak üzere iki dışsal faktörün de olduğunu belirtmiştir.

Devlet, dört temel belirleyici unsuru etkileme becerisine sahiptir. Faktör koşulları; sübvansiyonlar, sermaye piyasasına yönelik politikalar, eğitime yönelik politikalar ve benzerleri tarafından etkilenmektedir. Hkmetler, tüketicilerin gereksinimlerini etkileyen yurtiçi ürün standartları veya düzenlemeleri yürürlüğe koyabilirler. Bunun yanı sıra temel ürünlerin ülkedeki en büyük satıcısı olabilirler. Sermaye piyasaları ile ilgili düzenlemeler, vergi politikası ve anti-trst yasaları ile firma stratejisini, firma yapısını ve rekabeti etkileyebilmektedirler. Sonuçta uzun dönemde rekabetçi üstünlük kazanılabilmesi için firmanın yenilik yaptığı dönemde veya tehlikeyle karşılaştığı dönemlerde devlet yardımı önemli bir unsurdur (Porter, 1990: 128).

Porter'e göre rekabet gücünü belirleyen dışsal faktörlerden bir diğeri, şans faktörüdür. Porter, şans faktörünün tarihte çoğu başarılı endüstride önemli rol oynadığını belirtmektedir. Porter'e göre rekabet gücünün belirlenmesinde söz konusu olan şans faktörleri şunlardır (Porter, 1990: 124):

- Yeni icatlar,
- Temel teknolojilerde yenilenmeler,
- Petrol şokları gibi girdi fiyatlarındaki ani değişmeler,
- Global finansal piyasalarda veya döviz kurunda yaşanan önemli değişmeler,
- Dünya veya bölge taleplerindeki dalgalanmalar,
- Yabancı hkmetlerin politik kararları,
- Savaşlar.

Şans faktörü, düzensizlik yaratarak rekabetçi pozisyon sağlayabileceği için önemlidir. Rekabetçi firmalar arasında önceden kurulmuş olan avantajları ortadan kaldırabilir. Böylelikle ülkede yeni ve farklı koşulları karşılayabilmede rekabetçi üstünlüğe sahip, eskilerinin yerine geçebilecek yeni bir firma potansiyeli oluşturabilir (Porter, 1990: 124).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜN ÖLÇÜM YÖNTEMLERİ ve TÜRK OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ'NİN ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak uluslararası rekabet gücünü ölçen yöntemler açıklanmaya çalışılacaktır. Bu açıklamaların arkasından dış ticaret verilerinin temel alındığı ölçüm yöntemleri kullanılarak Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası rekabet gücü belirlenmeye çalışılacaktır.

3.1. Uluslararası Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Rekabet gücü performansını analiz etmeye yönelik çok sayıda yaklaşım kullanılabilir (Frohberg ve Hartmann, 1997: 7). Bu yöntemlerin bir kısmı makro ekonomik çapta rekabet gücü ölçümlerinde kullanılırken, bazıları da mikro ekonomik çaplı rekabet gücü ölçümlerinde kullanılmaktadır. Bu çalışmada rekabet gücü ölçüm yöntemleri; maliyeti temel alan yöntemler ve dış ticaret verilerini temel alan yöntemler olarak ele alınacaktır. Bu ayırım üzerine durulduktan sonra da uluslararası kuruluşların rekabet gücü ölçümünde kullanmış oldukları yöntemler anlatılmaya çalışılacaktır.

3.1.1. Maliyet Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri

Rekabet gücü ekseninde yapılan tanımlamalara bakıldığında, maliyet ve buna bağlı olarak verimlilik kavramlarının merkezi bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu anlamda rakiplerine göre düşük maliyetle (yüksek verimlilikle) üretim yapabilen bir firmanın rekabet gücünün yüksek olduğu belirtilmektedir. Benzer şekilde, faktör verimliliğini uluslararası piyasalardaki rakipleri karşısında yüksek tutabilen bir endüstrinin de rekabet gücünün yüksek olacağı söylenebilir.

3.1.1.1. İşgücü Maliyetleri

1980'li yıllarla birlikte birçok iktisatçı, uluslararası rekabet gücünün temelde ihraç fiyatları tarafından belirlendiğini belirtmiştir. İhraç fiyatlarının da üretim faktörleri maliyeti, özellikle de işgücü maliyetleri tarafından belirleneceğini ileri sürmüşlerdir. Bu yaklaşım, uluslararası rekabet gücünün belirlenmesinde yapılacak

ölçümlerin ağırlıklı olarak işgücü maliyetlerinden oluşması ve işgücünün verimliliği üzerinde yoğunlaşılmasına yol açmıştır (Aktan ve Vural, 2004a: 70).

Emek erimliliği, üretim sonucu elde edilen çıktı içerisinde kullanılan bir birim emek karşılığında yaratılmış olan katma değerdir. Bu çerçevede emek verimliliği, birim emek verimliliği ve emeğin marjinal verimliliği olmak üzere iki şekilde formüle edilebilir (Erkekoğlu, 2008: 53).

Birim (ortalama) emek verimliliği, üretim sürecine katılan bir birim işgücünün yaratmış olduğu reel katma değerdir.

$$\text{Birim Emek Verimliliği (AP}_L\text{)} = \frac{Q}{L}$$

Formülde Q, ilgili dönemde yaratılan çıktı miktarını, L ise ilgili dönemde üretim sürecine katılan işgücü miktarını göstermektedir. Söz konusu oranın artış göstermesi, işgücünden elde edilecek ortalama verimliliğin arttığını ortaya koymaktadır.

İşgücünün verimliliği anlamında diğer bir kavram da işgücünün marjinal verimliliğidir. Üretim sürecinde kullanılan diğer üretim faktörleri sabitken işgücü miktarındaki bir birimlik değişiminin toplam üretimde meydana getireceği değişmeye işgücünün marjinal verimliliği denir.

$$\text{İşgücünün Marjinal Verimliliği (MP}_L\text{)} = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

Formülde ΔQ , ilgili dönemde yaratılan çıktı miktarındaki değişimi; ΔL ise ilgili dönemde üretim sürecine dahil edilen işgücü miktarındaki değişimi simgelemektedir. Bu çerçevede belirli bir dönemde işgücü miktarına yapılan ilaveler, çıktıda kendi artışından daha fazla bir artış meydana getiriyorsa, verimlilik artışı oluşacaktır. Böylece verimlilik artışının yaşandığı firma, endüstri veya ülke uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde edebilecektir.

1980'li yıllarda Almanya ve özellikle Japonya'da birim emek maliyetlerinin göreceli olarak artmasına karşın, bu ülkelerin belirli endüstrilerinin uluslararası ticaretten aldıkları paylar sürekli artış göstermiştir. Bu da işgücü verimliliği eksenli rekabet gücünün önemini yitirmeye başladığını ortaya koymaktadır. Maliyet hesaplamaları içerisinde işgücü maliyetinin önemini yitirmeye başlaması, ortalama

işgücü maliyetlerinin dikkate alınmasının yanında sermayenin maliyetinin de dikkate alınması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır (Dulupçu, 2001: 82).

3.1.1.2. Yurtiçi Kaynak Maliyeti

İşgücü maliyetlerinin, rekabet gücünün belirlenmesinde yetersiz kalması, daha kapsamlı olan yurtiçi kaynak maliyetinin kullanılmasına ortam hazırlamıştır. Bu yaklaşım, çeşitli endüstrilerde ihracat yapmak suretiyle döviz kazanmanın kaynak maliyeti ile ithal ikameci stratejileri artırarak döviz tasarrufu sağlamanın kaynak maliyetinin karşılaştırmasına dayanmaktadır (Töre, 1995: 46).

Yurtiçi kaynak maliyeti ile ilgili ilk açıklamalar, İsrail’li iktisatçılar tarafından geliştirilmiştir. İsrail’in 1960’lı yıllarda döviz darboğazı ile karşılaşması, iktisatçıları bu sorunun giderilmesi konusunda çeşitli yöntemler aramaya zorlamış ve bu doğrultuda yurtiçi kaynak maliyeti yaklaşımının geliştirilmesine olanak sağlamıştır (Atik, 2005: 64). Bruno tarafından geliştirilen yurtiçi kaynak maliyeti yaklaşımı şu şekilde açıklanabilir (Töre, 1995: 46).

Otomotiv, tekstil ve beyaz eşya gibi uluslararası ticarete açık üç endüstrisi bulunan bir ekonomi için yurtiçi kaynak maliyetinin hesaplanmak istendiğini düşünelim. Bu üç endüstride, bir dolar elde etmenin yani bir dolarlık ihracat yapmanın kaynak maliyetinin otomotiv endüstrisinde 750 TL, tekstil endüstrisinde 250 TL ve beyaz eşya endüstrisinde 500 TL. olduğunu varsayalım.

Kaynakların endüstriler arasında rahatlıkla aktarılabildiği bir ortamda 750 TL’lik kaynak ayrı ayrı otomotivden tekstil ve beyaz eşya endüstrilerine aktarıldığında tekstil endüstrisinde 3 dolarlık, beyaz eşya endüstrisinde ise 1,5 dolarlık üretim artışı yaşanabilecektir. Endüstriler arasında kaynak transferinin yurtiçi kaynak maliyetini etkilemediği bir ortamda tekstil endüstrisinde 2 dolarlık, beyaz eşya endüstrisinde 0,5 dolarlık net kazanç sağlanabilecektir. Dolayısıyla endüstriler arasında kaynak dağılımının değiştirilmesi yoluyla net kazanç sağlamak mümkün olabilmektedir. Ancak gerçek hayatta endüstriler arası kaynak aktarımı, yurtiçi kaynak maliyetini etkileyebilecektir. Bu durumda, endüstriler arasında yurtiçi kaynak maliyetleri eşitleninceye kadar kaynak aktarımı, rasyonel sonuçlar doğurabilecektir.

Yurtiçi kaynak maliyetlerine bağlı karşılaştırmalı üstünlük araştırmalarında genellikle endüstrilerin yurtiçi kaynak maliyetinin zaman içerisindeki gelişimine bakılmakta ve dönem içerisinde artış ve azalış yaşanan endüstriler birbirinden ayrılmaktadır. Ayrıca endüstriler, yurtiçi kaynak maliyetlerinin ortalama değerden düşük veya yüksek oluşuna göre de sınıflandırılmaktadır. Buna göre yurtiçi kaynak maliyeti düşük ve zaman içerisinde azalan endüstrilerin rekabet gücü yüksek, yurtiçi kaynak maliyeti yüksek ve zaman içerisinde artan endüstrilerin rekabet gücünün düşük olduğu ileri sürülmektedir (Töre, 1995: 47).

3.1.2. Dış Ticaret Verileri Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri

Dış ticaret verilerinin kullanılması yoluyla rekabet gücünün ölçülmesinde çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Temelde uluslararası ticaret karşılaştırmalarının yapılması için oluşturulan bu yöntemler, çeşitli endüstrilerin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü hakkında da bilgi verebilmektedir. Maliyet eksenli ölçüm yöntemleri, uluslararası ticaretin özellikle arz yönünü yansıttığı için talebin konumu açısından yetersiz kalabilmektedir. Ancak dış ticaret verileri, ticari ilişkilerin talep yönünü de yansıttığı için talebe karşı gösterilen tepkiler hakkında bilgi sunabilmekte ve böylelikle daha şeffaf bir rekabet gücü hesaplanması anlamında avantaj sağlayabilmektedir.

3.1.2.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA)

Uluslararası rekabet gücü ölçümlerinin temeli, Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Faktör Donatımı Teorisi'ne dayanmaktadır. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'nde iki ülkenin üretmiş olduğu ürünler arasında göreceli fiyat farkının olması, dış ticarete uzmanlaşmayı sağlarken; Faktör Donatımı Teorisi'nde ülke daha ucuz olan girdiyi daha fazla kullandığında uzmanlaşma sağlayabilecektir. Ancak bu teorilerin ikisinde de karşılaştırmalı üstünlüğü doğrudan ortaya koyan bir katsayı bulunmamaktadır. Bu eksikliğin giderilmesi anlamında geliştirilen RCA katsayıları ile Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Faktör Donatımı Teorileri, matematiksel analiz yoluyla ortaya konulmaya çalışılmıştır (Demir, 2002: 231).

Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi'nden önce ampirik olarak literatüre ilk katkıyı 1958 yılında Liesner sağlamıştır. Liesner'e göre

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi şu şekildedir (Utkulu ve Seymen, 2004: 8).

$$\text{Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler}_1 (RCA_1) = \frac{X_{IJ}}{X_{NJ}}$$

Formülde X, ihracatı; i, esas alınan ülkeyi; j, ölçüme konu edilen malı veya endüstriyi; n, rekabet edilen ülkeyi göstermektedir (Utkulu ve Seymen, 2004: 9). Formülden anlaşılacağı üzere Liesner, rekabet gücü ölçümünde iki farklı ülkenin belirlenen ürünlerdeki ihracat oranlarını esas almıştır. Dolayısıyla ele alınan ülkelerin üretmiş oldukları ürünler için ayrı ayrı hesaplamalar yapıldığında ülkelerin rekabet gücüne sahip olduğu ürünler tespit edilebilecektir.

RCA endeksinin Liesner tarafından geliştirilmesine rağmen günümüzde yaygın olarak kullanılan RCA endeksi, 1965 yılında Balassa tarafından literatüre kazandırılmıştır. Balassa; Belçika, Kanada, Fransa, İtalya, Japonya Lüksemburg, İsveç, İngiltere, Hollanda, Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri gibi gelişmiş ülkeler tarafından üretilen 74 çeşit ürünün rekabet gücü ölçümünü yapmıştır (Balassa, 1967: 87).

Balassa'nın ortaya koymuş olduğu RCA yaklaşımı, üretim maliyetlerinin yanı sıra fiyat dışı faktörlerin de analize katılmasını gerektirir. Analiz yapılırken ihracat, yurtiçinde yapılan üretimle; ithalat da yurtiçi tüketimle ilişkilendirilir (Altay ve Gürpınar, 2008: 263). Balassa denklemi olarak da ifade edilen Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA_2) şu şekilde formüle edilmektedir (Balassa, 1989: 74).

$$RCA_2 = \frac{X_{IJ} / \sum X_i}{X_{WJ} / \sum X_w}$$

Formülde X_{IJ} , İ ülkesinin J ürünü (endüstri) ihracatını; X_i , İ ülkesinin toplam ihracatını; X_{WJ} , J ürününün (endüstri) Dünya ihracatını ve X_w de toplam Dünya ihracatını göstermektedir. Dolayısıyla Balassa'ya göre rekabet gücü, bir ülkenin belirlenmiş bir endüstrisinin ihracatının aynı ülkenin toplam ihracatı içerisindeki payının, ilgili endüstrinin Dünya üzerindeki toplam ihracatının Dünya'da gerçekleşen ihracat içerisindeki payına oranlanmasıyla bulunmaktadır.

Elde edilen endeks değerinin 1'den büyük olması ülkenin ele alınan endüstrisinin uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu gösterir. Endeks değerinin 1'den düşük çıktığı durumlarda ise, ilgili ülkenin söz konusu ürünün üretiminde rekabet gücünden yoksun olduğu düşünülmektedir (Atik, 2005: 63).

Bazı iktisatçılar, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler endekslerinin çok basit olduğunu ve bu yüzden karşılaştırmalı üstünlükleri ölçmek açısından yetersiz kaldığını belirtmiştir. Sadece üretim ve piyasa payına dayalı bu endeksler, ekonomideki bir ürün, sektör veya alt sektörün rekabetçi durumu hakkında sınırlı ölçüde bilgi verebilmektedir. Bu yüzden uluslararası rekabetin ölçümünde daha karmaşık ve kapsamlı ölçümler önerilmiştir. Bu yöndeki çalışmaların en önemlilerinden biri Vollrath'a aittir. RCA endekslerinin sadece ihracata dayalı olarak hesaplanmasını eleştiren Vollrath'a göre, rekabet gücü hesaplamalarında ihracat, ithalat ve net ticaret etkisi bulunmalıdır. Vollrath, ihracat kadar ithalatı da kapsayan ilk göstergeyi Görelî Ticaret Avantajı olarak tanımlamıştır. Söz konusu bu endeks, Görelî İhracat Avantajı ile Görelî İthalat Avantajı arasındaki fark olarak hesaplanmaktadır (Ayangöz Çakmak, 2005: 70).

3.1.2.2. Görelî İhracat Avantajı Endeksi (RXA)

Görelî İhracat Avantajı Endeksi, belirli bir üründe seçilmiş bir ülkenin dünya piyasalarında sahip olduğu ihracat payının, diğer bütün ürünlerin ihracatında Dünya'da sahip olduğu paya oranı şeklinde belirtilmektedir (Frohberg ve Hartmann, 1997: 7). Tanımdan da anlaşılacağı üzere RXA endeksinde söz konusu olan ürünlerin ve ülkelerin, dünya ihracatı hesaplamalarında dışarıda tutulması, ele alınan ülke ve ürünün iki defa hesaplamaya dahil edilmesini engellemektedir. Endeksin bu özelliği de daha rasyonel bir sonuç çıkarılmasını sağlayabilmektedir.

$$RXA = \frac{\sum X_{IJ} / \sum_{L \neq J} X_{IL}}{\sum_{K \neq I} X_{KJ} / \sum_{K \neq I} \sum_{L \neq J} X_{KL}}$$

Formülde görülen İ ve K notasyonları, endekse konu edilen ürünleri; L ve J notasyonları, endekse konu edilen ülkeleri göstermektedir. Formülün payında yer

alan X_{IJ} , J ülkesinin İ ürünleri ihraç tutarını, X_{IL} ise, J ülkesi dışında Dünya’da gerçekleşen İ malı ihraç tutarını göstermektedir. Paydada yer alan X_{KJ} , J ülkesinin İ malı dışında ihraç ettiği ürünlerin tutarını, X_{KL} ise, J ülkesinin dışında Dünya genelinde İ malı haricinde ihraç edilen ürünlerin tutarını göstermektedir. Böylelikle yapılan bu işlemler sonucunda endeks değerinin 1’den yüksek olması, ülkenin söz konusu ürün veya kategoride rekabet avantajına sahip olduğunu gösterir. Endeks değeri 1’den küçük ise, ilgili ürün kategorisinde rekabet üstünlüğünün sağlanamadığı ortaya çıkar (Frohberg ve Hartmann, 1997: 7).

3.1.2.3. Görelî İthalat Nüfuz Endeksi (RMP)

Görelî İthalat Nüfuz Endeksi, Görelî İhracat Avantajı Endeksi’ne benzerdir. Aralarındaki temel farklılık, ihracat yerine denklemde ithalatın yer alması ve tam tersi bir şekilde yorumlanmasıdır. Başka bir ifadeyle, endeksin 1’in üzerinde olması, rekabetçi dezavantajı gösterirken, 1’in altındaki her değer, rekabetçi avantajı göstermektedir. Görelî İthalat Nüfuz Endeksi şu şekilde formüle edilmektedir (Aktan ve Vural, 2004a: 66).

$$RMP = \frac{M_{IJ} / \sum_{L \neq J} M_{IL}}{\sum_{K \neq I} M_{KJ} / \sum_{K \neq I} \sum_{L \neq J} M_{KL}}$$

Formülde M_{IJ} , J ülkesinin İ ürünü ithalat tutarını; M_{IL} , J ülkesi dışında Dünya’da gerçekleşen İ ürünü ithalat tutarını; M_{KJ} , J ülkesinin İ ürünü dışındaki ürünlerinin ithalat tutarını; M_{KL} ise, J ülkesinin dışında Dünya’da gerçekleşen İ ürünü haricindeki ürünlerin toplam ithalat tutarını göstermektedir. Formülden de anlaşılacağı üzere Dünya üzerinde gerçekleşen toplam ithalatlarda analize konu edilen ülkenin ithalatı işlem dışında bırakılmaktadır.

3.1.2.4. Görelî Ticaret Avantajı Endeksi (RTA)

Görelî Ticaret Avantajı Endeksi, Görelî İhracat ve Görelî İthalat Nüfuz Endeksleri’ne göre daha karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu endeks, Görelî İhracat Avantajı Endeksi ile Görelî İthalat Nüfuz endeksi arasındaki farka eşittir (Frohberg ve Hartmann, 1997: 8).

$$RTA = RXA - RMP$$

Bu endeks ile ortaya konulan karşılaştırmalı avantaj, göreceli ihracat ve ithalat avantajlarının önemi ile ağırlıklandırılan bir göstergeden oluşur. Bu nedenle endeks, hesaplamaya konu edilen ürünlerde meydana gelecek küçük değişimlere dahi duyarlı olmaktadır. Endeksin pozitif bir değer alması, rekabetçi avantajı gösterirken, negatif değerler alması, rekabetçi dezavantajı göstermektedir (Aktan ve Vural, 2004a: 67).

3.1.2.5. Göreceli Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC)

Vollrath'a göre, arz ve talep dengesini içeren diğer bir rekabet gücü ölçüm yöntemi de Göreceli Rekabet Üstünlüğü Endeksi'dir. Bu endeksin içeriğinde ihracat ve ithalat verilerinin birlikte yer alması, bir ülke veya endüstrinin rekabet üstünlüğünü daha iyi bir şekilde ortaya koyması anlamında daha fazla tercih edilmesini sağlamaktadır. Bu endeksin negatif değerler alması, rekabetçi dezavantajı belirtirken; pozitif değerler alması, rekabetçi üstünlüğü göstermektedir (Altay ve Gürpınar: 2008: 267). Endeks, aşağıdaki gibi formüle edilmektedir (Utkulu ve Seymen, 2004: 11):

$$RC = \ln RXA - \ln RMP$$

3.1.2.6. Ticari Performans Ölçütü (MBP)

Ticari performans, toplam ithalata kıyasla toplam ihracat tutarı ve bunun zaman içerisindeki değişimidir. Ticari performans, mikro ve makro düzeyli olarak ele alınabilir. Makro düzeyde ticari performans, dış ticaret dengesi anlamında ihracat hacmi ile ithalat hacmi arasındaki ilişkiyi yansıtır. Mikro düzeyde ise, belirlenmiş bir endüstrinin ihracat ile ithalatı arasındaki ilişkiyi yansıtır. Ticari performans ölçütü şu şekilde formüle edilmektedir (Aktan ve Vural, 2004a: 65).

$$MBP = \frac{\sum X_{IJ}}{\sum M_{IJ}}$$

Formülde X_{IJ} , İ ülkesinin J endüstrisinin ihracatını gösterirken; M_{IJ} , İ ülkesinin J endüstrisinin ithalatını göstermektedir. Dolayısıyla endüstrinin toplam ihracatının toplam ithalatına oranı, ticari performans ölçütünü göstermektedir. Bu endeks değerinin 1'den büyük olması, ilgili endüstrinin ticari performansının ve buna bağlı olarak rekabet gücünün yüksek olduğunu gösterirken; değer 1'den küçük olması,

ilgili endüstrinin ticari performansının zayıf ve rekabet gücünün düşük olduğunu gösterir (Erkekoğlu, 2008: 50).

3.1.2.7. Net İhracat Oranı

Hesaplamalara ithalatın da katılması yoluyla karşılaştırmalı üstünlüğün belirlenmesi anlamında kullanılan bir endeks de Net İhracat Oranı'dır. Endeks, şu şekilde formüle edilmektedir (Demir, 2002: 232).

$$\text{Net İhracat Oranı} = \frac{(X_I - M_I)}{(X_I + M_I)} * 100$$

Formülde X, ihracatı; M, ithalatı nitelendirmektedir. İthalatın ihracattan farkının dış ticaret hacmine bölünmesi, net ihracat oranını verecektir. Bu çerçevede hesaplama, ulusal düzeyde yapılabileceği gibi belirli bir endüstriye ait dış ticaret verilerinin kullanılması yoluyla da yapılabilir. Göstergenin negatif olması, ithalatın ihracattan büyük olduğunu gösterirken, pozitif olması ihracatın ithalattan büyük olduğunu gösterir. Dolayısıyla endeksin pozitif çıkması, ele alınan endüstrinin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün olduğunu gösterebilmektedir.

3.1.2.8. İhracatta Uzmanlaşma Endeksi (ES)

İhracatta Uzmanlaşma Endeksi, uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren endüstrilere ait ürünlerde uzmanlaşma dercesine ilişkin bilgi verir. Seçilmiş olan ürünün ülke ihracatı içerisindeki payının, aynı malın seçilmiş olan bölgeye yapılan toplam ithalattaki payına oranı olarak hesaplanır. Endeksin yapısı şu şekildedir (Altay ve Gürpınar: 2008: 266):

$$ES = \frac{X_{IJ} / X_{TJ}}{M_{IK} / M_{TK}}$$

Formülde X_{IJ} , J ülkesinin İ malı ihracatını; X_{TJ} , J ülkesinin toplam ihracatını; M_{IK} , İ malının K bölgesindeki ithalatını ve M_{TK} , K bölgesinin toplam ithalatını göstermektedir. Endeksin 1'den küçük olması, karşılaştırmalı üstünlükler açısından ülkenin ilgili üründe dezavantajlı olduğunu; 1'den büyük olması ise, söz konusu endüstride uzmanlaşmaya gidildiğini ve dolayısıyla bir rekabetçi avantaj elde edilmiş olabileceğini gösterir (Altay ve Gürpınar: 2008: 266).

Bir endüstrinin dış ticarete uzmanlaşma düzeyini ölçmek amacıyla kullanılan bir yöntem de ihracatın ithalatı karşılama oranıdır (Bedir, 2009: 83).

$$EMR = \frac{X_I}{M_I} * 100$$

Formülde EMR, ihracatın ithalatı karşılama oranını; X, ihracatı; M ise ithalatı göstermektedir. Endeksin 100'den büyük olması, ihracatın ithalattan fazla olduğunu; 100'den küçük olması da ithalatın ihracattan fazla olduğunu gösterir. Bu çerçevede endeksin 100'ün üzerinde olduğu ve artış gösterdiği durumlar, ilgili endüstride uzmanlaşmanın arttığını ve rekabet gücü elde edilebileceğini ortaya koyar.

3.1.2.9. İhracat Piyasa Payı

Belirli bir endüstrinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü durumunu gösteren bir ölçüt de ihracat piyasa payıdır. Bir endüstrinin belirli bir dönemde yaptığı ihracatın, aynı endüstrinin dünya ihracatına bölünmesiyle hesaplanır.

$$\text{İhracat Piyasa Payı} = \frac{\sum X_{IJ}}{\sum X_{IW}}$$

Formülde X_{IJ} , J ülkesinin İ endüstrisi ihracatını, X_{IW} ise Dünya'da gerçekleşen İ endüstrisi ihracatını göstermektedir. İlgili endüstrinin dünya ihracatının sabit kaldığı veya arttığı dönemlerde bu oranın sürekli artış göstermesi, ülkenin ilgili endüstrisine ait ihracatın arttığını ve böylelikle endüstrinin uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazandığını gösterebilmektedir.

Rekabet gücü ölçümlerinde yukarıda belirtilen yöntemlerin kullanılmasının yanı sıra ulusal düzeyde hesaplamalar yapılırken kişi başına düşen reel milli gelir, dış ticaret dengesi, ekonomik büyüme oranları, dolaysız yabancı sermaye yatırımları gibi makroekonomik büyüklükler de kullanılabilir.

3.1.3. Uluslararası Kuruluşlarca Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Küreselleşmenin Dünya'yı adeta bir köy haline dönüştürdüğü günümüz ortamında ticari ve finansal alanda yaşanan serbestleşme, uluslararası piyasalarda söz konusu olan rekabetin şiddetini artırmıştır. Böylelikle belirli bir ülkede faaliyet gösteren bir firmanın yakın rakibi artık sadece kendi ülkesindeki yerleşik firmalar değil, uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren firmaların tamamı olmuştur.

Uluslararası piyasalarda yaşanan rekabetin yoğun bir boyut kazanması, rekabet gücünün ülkelerin performansının değerlendirilmesinde önemli bir unsur olması sonucunu doğurmuştur.

Dünya genelinde birçok akademisyen ülkelerin veya endüstrilerin rekabet gücünün ölçülmesinde birçok yöntem geliştirmeye ve uygulamaya çalışırken, uluslararası organizasyonlar da ülkelerin rekabet gücünün ölçülmesine yönelik uygulamalar başlatmışlardır. Bu bağlamda Dünya Ekonomik Forumu ve Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü, ülkelerin rekabet gücünün ölçülmesi konusunda çalışmalar yapan iki önemli kuruluştur.

3.1.3.1. Dünya Ekonomik Forumu Yaklaşımı

Uluslararası rekabet gücünün ölçülmesinde daha önceden geliştirilen rekabet gücü endekslerine, farklı bölgelerde yer alan, farklı kalkınma aşamalarında çeşitli problemler gösteren ülkelere özgü ve uluslararası rekabet gücü açısından önemli olan diğer birçok faktörün de dahil edilmesiyle Dünya Ekonomik Forumu tarafından daha kapsamlı bir rekabet gücü endeksi geliştirilmiştir. Endekse ilk olarak 2004–2005 dönemi Küresel Rekabet Gücü raporunda yer verilmiştir (Bedir, 2009: 57).

Küresel rekabet gücü endeksinde rekabet gücüne etki eden kritik faktörler, 12 grup halinde ele alınmıştır. Bu faktörler; kurumlar, altyapı, makroekonomik istikrar, sağlık ve ilköğretim, yüksek öğretim ve mesleki eğitim, mal piyasası etkinliği, işgücü piyasası etkinliği, finansal piyasanın gelişmişliği, teknolojik durum, piyasa büyüklüğü, iş alemi karmaşıklığı ve yenilik şeklinde sıralanmaktadır (Sala-i Martin ve diğerleri, 2009: 4–7). Ancak, bu faktörlerden birisi veya bir kısmındaki ilerlemelerin uluslararası rekabet gücü kazanmada tek başına yeterli olmayacağı belirtilerek, rekabetçi bir ekonomi için bu alanlarda kapsamlı ve birbiriyle uyumlu politikaların uygulanması gerektiğine de dikkat çekilmektedir (Bedir, 2009: 58).

Küresel rekabet gücü endeksi, ülkeleri; faktör etken, etkinlik etken ve yenilik etken olmak üzere üçe ayırmaktadır. Faktör etken aşamada, ülkeler başta ucuz işgücü ve doğal kaynaklar olmak üzere faktör donanımlarına dayalı rekabet etmektedirler. Dolayısıyla temelde düşük ücret ve buna bağlı düşük verimlilik eksenli fiyat rekabeti söz konusu olmaktadır. Etkinlik etken aşamada gelişmişlik artışlarına bağlı olarak ücretler artarken, daha etkin üretim süreçleri söz konusu olmakta ve daha kaliteli

ürünler üretilmektedir. Yenilik eksenli aşamada ise, ülkelerin yeni ve özgün ürün geliştirmeleri ile hayat standartlarındaki ve rekabet güçlerindeki artışları sürekli kılacakları belirtilmektedir (Sala-i Martin ve diğerleri, 2009: 7).

Dünya Ekonomik Forumu, rekabet gücü ölçümünde kullanmış olduğu kriterleri, faktör etken, etkinlik etken ve yenilik etken aşamaları için ayrı ayrı sınıflandırmıştır. Faktör etken aşamada; kurumlar, altyapı, makroekonomik istikrar, sağlık ve ilköğretim kriterleri önemli görülmektedir. Etkinlik etken aşamada; yüksek öğretim ve mesleki eğitim, mal piyasası etkinliği, işgücü piyasası etkinliği, finansal piyasanın gelişmişliği, teknolojik durum ve piyasa büyüklüğü önem arz ederken, yenilik etken aşamada ise iş alemi karmaşıklığı ve yenilik faktörleri önem arz etmektedir (Bedir, 2009: 61).

Forum, Kişi Başına Düşen Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) rakamlarını kullanarak da aşamaları belirtmeye çalışmıştır. Bu çerçevede kişi başına GSYH rakamının 2 bin doların altında olması, ülkenin faktör etken aşamada olduğunu gösterirken, 2 bin dolar ile 3 bin dolar arasındaki gelirler, faktör etken aşamadan etkinlik etken aşamaya geçişi yansıtır. Benzer şekilde gelirin 3 bin dolar ile 9 bin dolar arasında olması, etkinlik etken aşamayı belirtirken; 9 bin dolar ile 17 bin dolar arasında olması, yenilik etken aşamaya geçişi simgeler. Son olarak gelirin 17 bin dolardan fazla olması, yenilik etken aşamanın içinde olduğunu gösterir (Sala-i Martin ve diğerleri, 2009: 11).

Dünya Ekonomik Forumu tarafından 2009 yılında yayınlanan Küresel Rekabet Gücü Endeksi'nde 133 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin küresel rekabet gücü ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu endekse göre 2009 yılında rekabet gücü en yüksek olan beş ülke sırasıyla İsviçre, ABD, Singapur, İsveç ve Danimarka'dır. Rekabet gücü en düşük olan beş ülke ise sırasıyla Burundi, Zimbabve, Çad, Mali ve Mozambik'tir. Türkiye söz konusu sıralamada 61. sırada yer almaktadır.

3.1.3.2. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) Yaklaşımı

IMD, Dünya Rekabet Gücü Yıllığı'nda çok yönlü ve kapsamlı göstergelerden hareketle ülkelerin genel rekabet gücü sıralamasını ortaya koymaktadır. 2009 Yılı Dünya Rekabet Gücü Yıllığı'nda 331 kritere dayalı olarak 57 ülkenin rekabet gücü sıralaması yapılmıştır. Endeks hesaplamasında kullanılan bilgiler; ulusal ve

uluslararası kuruluşlar ile Dünya genelinde belirlenmiş 52 adet işbirliği halindeki kuruluştan ve yönetici görüşlerinden oluşturulmaktadır. Edinilen bilgilerin üçte ikisi istatistiki kaynaklara, üçte biri ise yönetici görüşleri araştırmalarına dayanmaktadır. Bu çerçevede çok sayıda kriterden yola çıkarak her biri beş alt faktörden oluşan ekonomik performans, hükümet etkinliği, iş alemi etkinliği ve altyapı faktörlerine dayalı olarak ekonomilerin genelinin uluslararası rekabet gücüne ulaşılmaktadır (Bedir, 2009: 64).

Tablo 16: IMD'ye Göre Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesinde Ele Alınan Faktörler

Temel Faktörler		Alt Faktörler
Ekonomik Performans	80 Kriter	Yurtiçi Ekonominin Makro Ekonomik Değerlendirmesi: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Yerel Ekonomi ▪ Uluslararası Ticaret ▪ Uluslararası Yatırım ▪ İstihdam ▪ Fiyatlar
Hükümet Etkinliği	73 Kriter	Hükümet Politikalarının Uluslararası Rekabet Gücüne Katkı Sağlama Boyutu: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kamu Finansmanı ▪ Maliye Politikası ▪ Kurumsal Çerçeve ▪ İş Alemine İlişkin Mevzuat ▪ Sosyal Çerçeve
İş Alemi Etkinliği	70 Kriter	Ulusal Ortamın İşletmelerin Yenilikçi, Kazançlı ve Sorumlu Bir Yapıda Faaliyette Bulunmasını Destekleme Boyutu: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verimlilik ▪ İşgücü Piyasası ▪ Finans ▪ Yönetim Uygulamaları ▪ Tutum ve Değerler
Altyapı	108 Kriter	Temel, Teknolojik, Bilimsel ve Beşeri Kaynakların İş Aleminin İhtiyaçlarını Karşılama Boyutu: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Temel Altyapı ▪ Teknolojik Altyapı ▪ Bilimsel Altyapı ▪ Sağlık ve Çevre ▪ Eğitim

Kaynak: Rosselet-McCauley, 2008: 472.

Tablo 17de İMD'nin rekabet gücü hesaplamalarında kullandığı faktörler yer almaktadır. Temelde faktörlerin ekonomik performans, hükümet etkinliği, iş alemi etkinliği ve altyapı olarak 4'e ayrıldığı görülmektedir. Bununla birlikte bu faktörler

de 5'er alt faktörden oluşmaktadır. Ayrıca, ekonomik performans faktöründe 80 kriter, hükümet etkinliği faktöründe 73 kriter, iş aleml etkinliği kriterinde 70 kriter ve altyapı faktöründe 108 kriter söz konusu olmaktadır.

İMD tarafından 2009 yılında 57 ülkeyi temel alarak yayımlanan Dünya Rekabet Gücü Yıllığı'nda rekabet gücü en yüksek 5 ülke sırasıyla; ABD, Hong Kong, Singapur, İsviçre ve Danimarka olarak belirtilmiştir. Rekabet gücü en düşük 5 ülke ise sırasıyla; Venezüella, Ukrayna, Arjantin, Romanya ve Hırvatistan olarak belirtilmiştir. Türkiye, söz konusu sıralamada, 47. sırada yer almaktadır (IMD, 2009: 17).

3.2. Türk Otomotiv Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücü

Çalışmanın bu bölümünde, Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü ortaya konulmaya çalışılacaktır. Endüstrinin rekabet gücünün belirlenmesi anlamında Dış Ticaret Verilerine Dayalı Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri kullanılacaktır. Bununla birlikte rekabet gücü ölçümlerine geçilmeden önce Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücüyle ilgili olarak literatürde yer alan çalışmalar hakkında bilgi verilecektir.

3.2.1. Literatür Taraması

Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünü içeren literatürdeki çalışmalara bakıldığında, çalışmaların iki eksenli olarak ele alınması gerektiği ortaya çıkmaktadır. Söz konusu çalışmaların bir kısmı, otomotiv endüstrisinin de yer aldığı ve birçok endüstriyi kapsayacak şekilde Türk Sanayisi'nin rekabet gücünü ölçmeye yönelikken, bir kısım çalışma da sadece Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünü ölçmeye yöneliktir. Bu anlamda ilk olarak Türk Sanayi'nin rekabet gücünün konu edildiği çalışmalar anlatılacak ve daha sonra yalnızca Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün konu edildiği çalışmalar hakkında bilgiler verilecektir.

Aktan ve Baysan 1984 yılında yaptıkları çalışmayla, Türkiye'nin dünya ekonomisine entegrasyonu sonucunda oluşacak kaynak dağılımı, statik refah etkileri, farklı endüstrilerin karşılaştırmalı üstünlük yapısındaki değişiklikler ve yabancı sermaye girişinin oluşturabileceği yapısal etkileri çok sektörlü bir simülasyon modeli yardımıyla belirlemeyi amaçlamışlardır. Ekonomideki mevcut kısıtlamalar altında uluslararası katma değer azamileştirilmesine dayalı bu modelle, ele alınan

endüstrilerin uluslararası piyasalardaki görelî rekabet güçleri hakkında önemli sonuçlar elde edilmesi hedeflenmiştir. Üretim ve talep miktarı, sermaye ve işgücü verileri, ürünlerin uluslararası fiyatları, ülkelerin birbirine yakın yıllardaki girdi-çıkıtı tabloları gibi verilerin kullanıldığı çalışmanın sonucunda Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücü düşük endüstriler arasında yer aldığı ortaya konulmuştur (Aktan ve Baysan, 1984).

İktisadi Kalkınma Vakfı, 1985 yılında Türk sanayisinin Avrupa Topluluğu karşısındaki rekabet gücünü araştırmak amacıyla 53 farklı sanayi sektörünü kapsayan bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırma yapılırken, istatistiki model ya da analizler yerine ele alınan endüstrilerdeki yöneticilerle yapılan görüşmeler ve ilgili endüstrileri içeren çeşitli çalışma ve araştırmalardan elde edilen bilgi ve bulgular dikkate alınmıştır. Binek arabaları olarak çalışmaya konu edilen Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün düşük olduğu belirtilmiştir (İKV, 1985).

Türk Sanayisi'nin rekabet gücünün ölçülmesi konusunda kapsamlı bir çalışma da 1988 yılında Devlet Planlama Teşkilatı Özel İhtisas Komisyonu tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma, Türkiye'nin Avrupa Topluluğu'na daha fazla entegre olması ve Avrupa Topluluğu Ortak Gümrük Tarifesi'ne uyum sağlaması sonrasında Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonları bazında 105 endüstriyi kapsayacak şekilde Türk sanayi ürünlerinin hangi yönde ve ne ölçüde etkileneceğini belirlemeyi amaçlamıştır. Akademik ve endüstriyel çevreden birçok katılımcının yer aldığı komisyon, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi'ni kullanarak 105 sektörün rekabet gücünü belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada endüstriler, hali hazırda rekabet gücü yüksek olan endüstriler ve tedbir alınması halinde rekabet gücü elde edebilecek endüstriler olarak ikiye ayrılmıştır. Çalışmanın sonucunda Kara Nakil Araçları olarak analize konu edilen Türk Otomotiv Endüstrisinin desteklenmesi durumunda rekabet gücü elde edebileceğine ulaşılmıştır (Atik, 2005: 104).

SİAR tarafından 1988 yılında gerçekleştirilen iki ayrı çalışma ile bir taraftan Türkiye'nin Avrupa Topluluğu'na entegrasyonu açısından hangi konuların önemli olduğu belirlenmeye çalışılırken, diğer taraftan firma ölçeği düzeyinde rekabet gücünün ölçülmesi hedeflenmiştir. İlk çalışmada Türk İmalat Sanayisi'ni oluşturan küçük, orta ve büyük ölçekli firmaların Avrupa Topluluğu karşısındaki rekabet güçleri incelenmiştir. Tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilmiş 18 ildeki 25 ve daha

fazla sayıda işçi çalıştıran 331 özel imalat firmasını kapsayan bu anket çalışmasının firmaların kendi değerlendirmelerine dayanarak ve ölçek ayırımı yapılmadan hazırlanan sonuçlarında Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücü yüksek sektörler arasında olduğuna ulaşılmıştır (Aktan ve Vural, 2004c: 17).

SİAR tarafından gerçekleştirilen ikinci çalışmada Türkiye'nin Avrupa Topluluğu'na tam üyeliği açısından öncelikli olarak incelenmesi gereken konular analiz edilmeye çalışılmıştır. 1973 yılı girdi-çıkıtı tablolarından hareketle 66 endüstri dalının konu edildiği çalışmada Türk Sanayisi'nin rekabet yapısı, genel bir denge modeli yardımıyla belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede analize konu edilen endüstriler; rekabet gücü yüksek endüstriler, biraz gayretle rekabet gücü elde edebilecek endüstriler ve rekabet gücü olmayan endüstriler olmak üzere üç gruba ayrılmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün düşük olduğu belirlenmiştir (Aktan ve Vural, 2004c: 19).

Öz, 1999 yılında yaptığı çalışmada, Porter'in elmas modelini kullanarak 4 temel ve 2 dışsal faktör ekseninde belirlemiş olduğu 5 endüstri dalının rekabet gücünü ortaya koymaya çalışmıştır. Otomotiv endüstrisinin rekabet gücünün belirlenmesi anlamında faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler ve devletin rolü faktörlerinin endüstri için rekabetçi avantaj niteliği taşımadığını; firma stratejisi, yapısı ve rekabet düzeyi ile şans faktörünün orta düzeyli bir rekabetçi avantaj sağladığı belirtilmiştir. Bununla birlikte çalışmada Türk Otomotiv Endüstrisinin genel olarak rekabet gücünün düşük olduğu ortaya konulmuştur (Öz, 1999).

Aktan, Çivi ve Vural tarafından 2003 yılında kaleme alınan çalışmada 687 ürün için Türk Sanayisi'nin ihracat rekabet gücü ölçülmüştür. Söz konusu ürünler için çok başarılı, başarılı, başarısız ve çok başarısız ayırımı yoluyla rekabet gücü sıralaması yapılmıştır. Bununla birlikte Türk Otomotiv Endüstrisi ekseninde otomobil ve toplu taşıma araçları olmak üzere iki ürünün rekabet gücü ölçülmeye çalışılmıştır. İlgili ürünlerin her ikisinin, rekabet gücü sağlanmasında çok başarılı olduğu belirtilmiştir (Aktan, Çivi ve Vural, 2003).

Utkulu tarafından 2005 yılında yapılan çalışmada Türkiye'nin Avrupa Birliği karşısında 63 ürün grubunda rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada rekabet gücünün ölçülmesi anlamında Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı

Üstünlükler Endeksi ve Vollrath'ın Ticaret Avantajı Endeksi kullanılmıştır. Söz konusu endeksler, Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne dahil olduğu yıl olan 1996 yılı kırılma yılı alınarak, 1990–1995 ve 1995–2002 dönemleri için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Yapılan hesaplamalar neticesinde her iki endeks ve her iki dönem itibariyle Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün düşük olduğuna ulaşılmıştır. Ancak Gümrük Birliği'ne dahil olunmasından sonraki dönemde görece olarak rekabet gücünün arttığına ulaşılmaktadır (Utkulu, 2005).

Yukarıda bahsedilen çalışmalar, otomotiv endüstrisini de içine alan; ancak Türk Sanayisi'nin rekabet gücünün ölçülmesi doğrultusunda yapılan çalışmalardır. Literatürde sınırlı sayıda da olsa doğrudan Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün ölçüldüğü çalışmalar da mevcuttur. Çoban tarafından 1996 yılında gerçekleştirilen çalışmada üretim, verimlilik, maliyet, satış gelirleri, teşvikler ve teknoloji unsurları kullanılarak Gümrük Birliği'ne dahil olunması sürecinde Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet edebilirlik analizi yapılmıştır. Çalışmada; söz konusu unsurlar açısından mevcut durumda AB ülkeleri ile Türkiye'nin rekabet etmesinin mümkün olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bekmez tarafından 2006 yılında yapılan çalışmada Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi yardımıyla Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücü ortaya konulmaya çalışılmıştır. Söz konusu çalışmada 1995–2003 dönemine ait dış ticaret verileri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün zayıf olduğu; ancak 2001 krizinin ihracatı artırıcı yöndeki etkisiyle analize konu edilen dönemin sonlarında rekabet gücünün görece olarak artış gösterdiğine ulaşılmıştır (Bekmez, 2006).

Türk Otomotiv Endüstrisinin rekabet gücünün ölçülmesi anlamında diğer bir çalışma da Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yapılmıştır. Devlet Planlama Teşkilatı Dokuzuncu Kalkınma Planı Otomotiv Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu'nda 1996–2005 dönemini kapsayacak şekilde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler, İthalat Sızma Oranı, Uzmanlaşma Katsayısı, Dış Rekabete Açıklık, İhracat Piyasa Payı ve İhracat/İthalat Oranı yöntemleri kullanılarak endüstrinin rekabet gücü hesaplanmıştır. Çalışmada yapılan rekabet gücü ölçümleriyle, endüstrinin özellikle 2002 yılından sonra rekabet gücünün arttığı ortaya konulmuştur (DPT, 2007).

3.2.2. Çalışmanın Amacı

Otomotiv Endüstrisi, gerek üretim sürecinde yarattığı katma değer gerekse de ihracata bağlı olarak sağladığı döviz gelirleriyle Türkiye'nin en önemli endüstrilerinden birisidir. Üretmiş olduğu ürünlerin yarısından fazlasını uluslararası piyasalara satan endüstri, 2004 yılından itibaren Türkiye'nin ihracatında en büyük paya sahip olan endüstri konumuna ulaşmıştır. Uluslararası piyasalarda yaşanan rekabet yoğunluğunun önemli bir boyut kazandığı günümüzde, Türk Otomotiv Endüstrisinin ihracat performansındaki artışlar, endüstrinin önemini daha belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır.

Türk Otomotiv Endüstrisi, sahip olduğu bu önem dolayısıyla birçok çalışmada konu edilmiş; ancak yapılan çalışmaların birçoğu, endüstriyel verilerin analiz edilmesiyle sınırlı kalmıştır. Bu çalışmada ise, Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede Türkiye ve Dünya Otomotiv endüstrisi'ne ait dış ticaret verileri kullanılarak, dış ticaret verilerine dayalı rekabet gücü ölçüm yöntemleri ile Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası rekabet gücü belirlenmeye çalışılacaktır.

3.2.3. Çalışmanın Önemi

Uluslararası rekabet baskısının yoğun olarak yaşandığı sektörlerden birisi de otomotiv endüstrisidir. Küresel piyasalarda faaliyet gösteren birçok ülke, otomotiv endüstrisini lokomotif sektör olarak görmektedir. Kendisiyle birlikte birçok endüstride iş sahası oluşturması; yatırımları, istihdamı ve vergi gelirlerini artırması söz konusu endüstrinin önemini ortaya koymaktadır. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de otomotiv endüstrisi, ekonomi içerisinde önemli bir yere sahiptir. Liberal politikaların izlenmeye başlaması ve Gümrük Birliği'ne dahil olunması ile Türk Otomotiv Endüstrisi, uluslararası rekabete açık hale gelmiş, sanayide faaliyet gösteren firma sayısı artmış ve dış ticaret yapısında değişiklikler meydana gelmiştir.

Türkiye'de önemli bir yere sahip olan otomotiv endüstrisinin, uluslararası piyasalarda sahip olduğu yerin belirlenebilmesi, ilgili endüstrinin rekabet gücünün ölçülmesi ile gerçekleşebilecektir. Bu çerçevede uluslararası ticaretin talep boyutunu da göstermesi üzere dış ticaret verilerinin temel alındığı rekabet gücü ölçüm yöntemleri kullanılacaktır. Kullanılacak endeksler yardımıyla rekabet gücünün

ölçülmesi, endüstrinin uluslararası piyasalardaki yerinin belirlenmesi anlamında uygulamanın önemini ortaya koymaktadır.

3.2.4. Çalışmanın Kapsamı

Çalışmada, Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası rekabet gücünün ölçülmesi anlamında dış ticaret verilerine dayalı rekabet gücü ölçüm yöntemleri kullanılacaktır. Ölçümlerde 1996–2008 dönemine ait dış ticaret verilerine yer verilecektir. Türk Otomotiv endüstrisi dış ticareti ile ilgili veriler, Otomotiv Sanayi Derneği'nden; Türkiye'nin dış ticaretini yansıtan veriler, Türkiye İstatistik Kurumu'ndan ve Dünya dış ticaretine ait veriler ise, Dünya Ticaret Örgütü yıllıklarından derlenmiştir. Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliği'ne dahil olması ve Dünya Otomotiv Endüstrisinin 1996 yılına kadarki verilerine ulaşılabilmesinden dolayı başlangıç yılı olarak 1996 yılı alınmıştır.

3.2.5. Çalışmanın Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA), Görelî İhracat Avantajı Endeksi (RXA), Görelî İthalat Nüfuz Endeksi (RMP), Görelî Ticaret Avantajı Endeksi (RTA), Görelî Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC), Ticari Performans Ölçütü Endeksi (MBP), İhracatta Uzmanlaşma Endeksi (ES), Net İhracat (NE) ve İhracat Piyasa Payı (EMS) yöntemleri kullanılarak Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü belirlenmeye çalışılacaktır. Çalışmanın bu bölümünde Dış Ticaret Verileri Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri başlığı altında verilen formüller, 1996–2008 dönemine ait verilere uyarlanmış ve elde edilen sonuçlar, aşağıdaki tabloya aktarılmıştır.

Tablo 17: Türk Otomotiv Endüstrisinin Uluslararası Rekabet Gücü

Yıllar	RCA	RXA	RMP	RTA	RC	MBP	ES	NE	EMS
1996	0,388	0,364	0,445	-0,081	-0,201	0,302	0,272	-0,537	0,002
1997	0,282	0,262	0,636	-0,374	-0,887	0,165	0,203	-0,717	0,001
1998	0,307	0,285	0,551	-0,266	-0,656	0,214	0,214	-0,648	0,002
1999	0,560	0,533	0,731	-0,198	-0,316	0,476	0,548	-0,355	0,003
2000	0,633	0,610	1,088	-0,479	-0,578	0,291	0,617	-0,549	0,003
2001	0,805	0,789	0,438	0,351	0,589	1,278	0,781	0,122	0,004
2002	0,942	0,936	0,433	0,503	0,771	1,416	0,928	0,172	0,005
2003	1,146	1,166	0,766	0,400	0,421	0,979	1,126	-0,010	0,007
2004	1,396	1,460	1,130	0,331	0,256	0,810	1,395	-0,105	0,010
2005	1,477	1,554	1,028	0,526	0,413	1,001	1,477	-0,049	0,010
2006	1,642	1,755	0,955	0,799	0,608	1,042	1,631	0,021	0,012
2007	1,720	1,856	0,830	1,026	0,804	1,283	1,713	0,124	0,013
2008	1,797	1,938	0,816	1,123	0,865	1,424	1,802	0,175	0,015

Hesaplamaları yapılarak tabloda aktarılan Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük değerlerine bakıldığında, 2003 yılından önce 1'in altında olan endeks değerlerinin, 2003 yılı itibariyle 1'in üzerine çıktığı görülmektedir. 2003 yılı öncesindeki endeks değerleri, Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalarda rekabetçi dezavantajının olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte özellikle 2001 ve 2002 yıllarındaki endeks değerleri, dezavantajlı olunan durumun derecesinin azaldığını göstermektedir. 2001 yılında yaşanan krize bağlı olarak ihracatın daha cazip bir nitelik kazanması yoluyla endüstri ihracatının artması, bu gelişmenin temel belirleyicisi olarak gösterilebilir. 2003 yılından itibaren endeks değerinin 1'in üzerinde olması ve sürekli artış göstermesi, söz konusu endüstrinin uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde ettiğini ve bu gücün sürdürülebilir bir şekilde devam ettiğini ortaya koymaktadır.

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi'ne benzer bir sonuç, aynı dönem için hesaplanan Görelî İhracat Avantajı Endeksi'nde ortaya çıkmıştır. 1996 yılından 2003 yılına kadar endeks değeri, 1'in altında kalırken, 2003 yılından itibaren

1'in üzerinde değerler almıştır. Bu da analize konu edilen dönemin başından 2003 yılına kadar rekabet gücü kazanmada dezavantajlı bir durumu yansıtırken, 2003 yılından itibaren rekabetçi avantajın sağlandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca rekabetçi dezavantajın söz konusu olduğu dönemde yıllar ilerledikçe dezavantajlılık derecesinin azaldığı ve rekabetçi avantajın olduğu dönemde avantajlılık derecesinin yıldan yıla artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Bu da ilgili endüstrinin rekabet gücü elde etme sürecinde olumlu ilerlemeler kaydettiğini göstermektedir.

Görelî İthalat Nüfuz Endeksi, Görelî İhracat Avantajı Endeksi'ne benzemektedir. Alınan değerler, Türkiye'nin otomotiv endüstrisi ithalatı ve toplam ithalatı ile Dünya Otomotiv Endüstrisi ithalatı ve toplam Dünya ithalatıdır. Dünya üzerinde bir ülkenin ithalatı diğer ülkenin ihracatını yansıtacağı için bu iki endeksin payda değerleri birbirine yakın olabilecektir. Dolayısıyla ilgili endekslerle ülkenin rekabetçi avantaj sağlama derecesinin belirlenmesinde, paydaki değerler daha belirleyici olacaktır. Endeks değerlerinin yorumlanması, Görelî İhracat Avantajı Endeksi'nin tam tersi şekilde olacaktır. Değerin 1'den büyük olması rekabetçi dezavantajı, 1'den küçük olması rekabetçi avantajı gösterecektir.

Analize konu edilen dönemdeki üç yıl haricinde, endeks değerlerinin 1'in altında olduğu görülmektedir. Yani 2000, 2004 ve 2005 yılları dışında Türk Otomotiv Endüstrisinin Görelî İthalat Nüfuz Endeksi'ne bağlı olarak rekabetçi avantajı söz konusudur. Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliği'ne dahil olması ile hitap edilen piyasanın genişlemesine ve doymamış bir otomotiv piyasasının varlığına bağlı olarak yabancı otomotiv üreticilerinin Türkiye'de tesis kurmaları, söz konusu endüstri ekseninde ithalata bağımlılığı azaltabilmiştir. Bu da ithalat eksenli rekabet gücü ölçümünde avantajlı durumun söz konusu olabilmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte 2003 yılı sonlarından itibaren taşıt kredisi faiz oranlarının düşürülmesi ve kredi vadelerinin uzatılması ile 2004 yılında yürürlüğe giren hurda araç indirimi, ilgili dönemde taşıt araçları talebinde önemli artışlar meydana getirmiştir. Talebin karşılanması anlamında ithal araçların da önemli ölçüde söz konusu olması, 2004 ve 2005 yıllarında endeks değerinin 1'in üzerinde çıkmasında etkili olabilmektedir.

Görelî İhracat Avantajı Endeksi ile Görelî İthalat Nüfuz Endeksi'nin farkı şeklinde hesaplanan Görelî Ticaret Avantajı Endeksi, dış ticaretin iki yönünü de içermektedir. Endeks değerlerinin analizinde sonucun pozitif veya negatif olmasına

bakılmaktadır. Analize konu edilen dönem içerisinde endeksin aldığı değerlere bakıldığında, 1996–2000 yılları arasında negatif değerler söz konusuyken, 2000 yılından itibaren pozitif değerler ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede Görelî Ticaret Avantajı Endeksi'ne göre ilgili endüstride 2001 yılına kadar rekabetçi açıdan dezavantajlılık durumu hakimken, 2001 yılı ile birlikte rekabetçi üstünlük durumu söz konusu olmuştur.

Görelî İhracat Avantajı Endeksi'ne göre endüstrinin rekabet gücü elde etmesi, 2003 yılı ile başlarken, Görelî Ticaret Avantajı Endeksi'nde endüstri, 2001 yılı ile birlikte rekabet gücü kazanmaya başlamıştır. 2001 yılında yaşanan kriz ve 2002 yılında krizin etkilerinin devam etmesi, otomotiv endüstrisi ithalatında önemli azalışlar meydana getirmiştir. Bu da ilgili yıllarda ithalat eksenli rekabet gücünün artması anlamında Görmeli İthalat Nüfuz Endeksi'nin 1'in oldukça altında değer almasına ortam hazırlamıştır. Diğer taraftan 2003 yılından itibaren endüstri ihracatının önemli artışlar göstermesi, Görelî İhracat Avantajı Endeksi'nin 1'in üzerinde ve sürekli artış gösteren değerler almasını beraberinde getirmiştir. Dolayısıyla ihracat endeks değerlerinin yükselmesinin yanında ithalat endeksi değerlerinin düşmesi söz konusu yıllarda rekabet gücü elde edilmesini sağlamıştır.

Görelî İhracat Avantajı Endeksi ile Görelî İthalat Nüfuz Endeksi'nin birlikte kullanıldığı bir başka endeks de Görelî Rekabet Üstünlüğü Endeksi'dir. İlgili endekslerin doğal logaritmalarının alınması yoluyla hesaplanan Görelî Rekabet Üstünlüğü Endeksi, negatif veya pozitif değerler alabilmektedir. Pozitif değerler, rekabetçi avantajı yansıtırken; negatif değerler rekabetçi dezavantajı yansıtmaktadır. Hesaplamanın yapıldığı dönemde Görelî Ticaret Avantajı Endeksi'ne paralel sonuçlar elde edilmiştir. Bu anlamda 2001 yılına kadar ilgili endekse bağlı olarak endüstrinin rekabet gücü yokken, 2001 yılı ile birlikte endüstri, uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmeye başlamıştır.

Endüstrinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün belirlenmesi için kullanılan bir diğer yöntem, Ticari Performans Ölçütü'dür. Bu ölçüt ile endüstrinin ihracatı, ithalatına oranlanmaktadır. Endeks değerinin 1'den büyük çıkması, rekabetçi avantajı göstermektedir.

Bu çerçevede endeks değeri, 2000 yılına kadar rekabetçi dezavantajı yansıtırken, 2000 yılından itibaren özellikle de 2004 yılından itibaren rekabetçi

avantajı göstermektedir. Bununla birlikte 2001 ve 2002 yıllarında endeks, yüksek değerler almıştır. Endeksin bu dönemlerde yüksek değerler alması, ilgili yılların kriz yıllarını yansıttığından kaynaklanmaktadır. 2001 krizi ile Türk parasının yabancı paralar karşısında devalüe edilmesi, ithalatı azaltıp, ihracatı arttırdığı için söz konusu dönemde ihracatın ithalata oranı yüksek çıkmaktadır. Dolayısıyla bu yıllarda sürdürülebilirliği sağlanacak bir rekabet gücünün varlığından söz edilememektedir.

Bir endüstrinin ihracatta uzmanlaşması ve dolayısıyla diğer ülkelerin ithalatında önemli bir yere sahip olması, bir rekabet gücü göstergesi olarak belirtilebilir. İhracatta Uzmanlaşma endeksi değerleri, 1'den büyük olduğunda uzmanlaşmanın sağlandığını ve dolayısıyla endüstrinin uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde edebildiğini gösterir. Analize konu edilen dönem için İhracatta Uzmanlaşma Endeksi değerlerine bakıldığında, 2003 yılından itibaren uzmanlaşmanın sağlandığına ve yıldan yıla uzmanlaşma derecesinin artış gösterdiğine ulaşılmaktadır. Ayrıca 1996 yılından 2002 yılına kadar, uzmanlaşma anlamında söz konusu olan dezavantajlı durumun dönemler ilerledikçe azalış gösterdiği de dikkat çekmektedir.

İhracat ile ithalat arasındaki farkın dış ticaret hacmine bölünmesi şeklinde formüle edilen Net İhracat Oranı, bir endüstrinin ihracat alanında uzmanlaşması yoluyla söz konusu olabilecek rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılan bir yöntemdir. Endeksin negatif değerler alması, ele alınan endüstride ithalatın baskın olduğunu gösterirken; pozitif değerler alması, ihracatta uzmanlaşmanın sağlandığını ve dolayısıyla rekabet gücü kazanılabileceğini gösterir. Çalışmada ele alınan dönemde, 2001 krizi ve etkilerinin sürdüğü 2002 yılları ile birlikte 2006 yılından itibaren Net İhracat anlamında avantaj sağlandığı görülmektedir. Bununla birlikte 2003 yılından sonra Net İhracat anlamında dezavantajlılık derecesinin önemli azalışlar gösterdiğine rastlanmaktadır.

Bir ülkenin belirli bir endüstrisinin ihracatının, ilgili endüstrinin Dünya ihracatı içerisindeki payını gösteren İhracat Piyasa Payı Endeksi, ele alınan endüstrinin uluslararası piyasalardaki rekabetçi yapısı hakkında önemli bilgiler verebilmektedir. Endeks değerinin ele alınan dönemde artış göstermesi, endüstrinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün arttığını göstermektedir. Hesaplamalar sonucunda tabloya aktarılan verilere bakıldığında 1996 yılından 2008 yılına kadar endeks

değerinin artış gösterdiğine ulaşılmaktadır. Dünya Otomotiv Endüstrisi ihracatının sürekli artış gösterdiği bir ortamda, endeks değerlerindeki artışlar, Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet edebilirliğinin arttığını göstermektedir.

Rekabet gücü ölçüm yöntemleri hesaplamalarına genel olarak bakıldığında, Türk Otomotiv Endüstrisinin özellikle 2003 yılından itibaren rekabet gücü elde etmeye başladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bununla birlikte 2001 yılında yaşanan krizin etkisiyle 2001 ve 2002 yıllarında endüstrinin dış ticaretinde yaşanan gelişmeler, rekabet gücü değerlerinin gerçekte var olamayacak şekilde önemli değişiklikler göstermesine neden olmuştur. Ayrıca 2004 yılından itibaren endüstri ihracatının hızlı bir şekilde artış göstermesine karşın ithalat artışının yavaşlaması, endüstrinin rekabet gücü kazanmasında sürdürülebilirliği ortaya koyar niteliktedir.

SONUÇ

Gün geçtikçe gelişme gösteren küreselleşme eğilimine bağlı olarak iktisadi faaliyetler küresel bir nitelik kazanmakta; üretim sürecinde kullanılan hammadde, ara malı, teknoloji, sermaye ve hatta emek uluslararası piyasalardan temin edilmektedir. Bununla birlikte doğrudan yabancı sermaye yatırımları, uluslararası ticaret, teknoloji transferleri ve sermaye hareketleri yoluyla ülkelerin birbirine bağımlılıkları artış göstermektedir.

Ticari alandaki küreselleşme, teknolojik ilerleme ve bölgeselleşme hareketlerinin hız kazandığı günümüzde yoğun bir rekabet ortamı yaşanır duruma gelmiştir. Oluşan bu rekabet ortamında iktisadi karar birimlerinin kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak rekabet güçlerini artırmaları veya korumaları önemli bir nitelik taşımaktadır.

Bir ülkenin uluslararası piyasalarda sahip olduğu rekabet gücünü kaybetmesi, çeşitli makroekonomik göstergelerin olumsuzlaşmasına neden olacaktır. Rekabet gücünü kaybeden ülkenin kişi başına milli gelirinde, refah seviyesinde ve vergi gelirlerinde azalmalar meydana gelecektir. Bu da bütçe açığı sorununu beraberinde getirecektir. Rekabet gücü ile makro ekonomik büyüklükler arasındaki bu yakın ilişki, rekabet gücü kavramının gün geçtikçe önem kazanmasına neden olmaktadır.

Küreselleşme hareketlerine bağlı olarak küresel piyasa, firma ve tüketici birimlerinin ortaya çıkması, belirli bir piyasada faaliyet gösteren firma için iç piyasa ile dış piyasa kavramlarının birleşmesine ortam hazırlamıştır. Bu çerçevede firmaların hem yurtiçi piyasadaki firmalarla hem de uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren firmalarla rekabet etme gerekliliği, rekabet gücü kavramının önemini her geçen gün daha da artırmaktadır.

Rekabet gücü kavramı genel olarak Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisi'nden günümüze kadar çeşitli şekillerde ifade edilmeye çalışılmıştır. Adam Smith'e göre, rakiplerine göre bir ürünü düşük maliyetle üretebilen iktisadi birim rekabet gücü elde edebilecektir. Smith'in görüşünü geliştiren Ricardo'ya göre ise, bir ülke rakiplerine kıyasla daha yüksek; ancak daha az dezavantajlı bir maliyetle ürettiği ürünlerde de rekabet gücü elde edebilecektir. Bunlara benzer şekilde Faktör

Donatımı Teorisi'ne göre de bir ülke, rakipleri karşısında daha fazla sahip olduğu üretim faktörlerini kullanarak ürettiği ürünlerde rekabet gücü elde edebilecektir.

Geleneksel anlamda maliyet faktörüyle eşleştirilen rekabet gücü kavramı, rekabetin yoğun olarak yaşandığı günümüzde yerini başka faktörlere bırakmıştır. Maliyetlerin yanı sıra kalitenin, ürün teslimatının ve satış sonrası hizmetlerin önem kazandığı günümüzde, rekabet gücünün belirlenmesi için birçok faktör gündeme gelmiştir. Ülkenin içinde bulunduğu makro ekonomik ortam, döviz kuru, kalite, yenilik ve teknolojik gelişme, kamu müdahaleleri, finansal sektörün gelişmişliği ve lojistik faaliyetler, bu faktörlerin en önemlilerindedir.

Uluslararası alanda bir yandan rekabet gücünün belirleyicileri üzerine çalışılırken bir yandan da rekabet gücünün ölçülmesi konusuna çalışılmıştır. Rekabet gücünün ölçülmesinde maliyet ve dış ticaret verilerine dayalı olmak üzere genelde iki bakış açısı üzerine yoğunlaşmıştır. Geleneksel yaklaşıma bağlı olarak ilk zamanlarda emek maliyetine ve verimliliğe dayalı ölçümler yapılırken, sermayenin önemli bir unsur olarak gündeme gelmesiyle sermayenin maliyeti de hesaplamalara katılmıştır. Söz konusu maliyet kalemlerinin hesaplamalarda yetersiz kaldığı belirtilerek de Yurtiçi Kaynak Maliyeti yöntemi geliştirilmiştir.

Uluslararası ticaretin önem kazanmaya başlamasıyla, hesaplamalara ticaretin talep boyutunun da katılması anlamında, dış ticaret verilerini temel alan rekabet gücü ölçüm yöntemleri geliştirilmiştir. Bunlardan en önemlileri: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA), Görelî İhracat Avantajı Endeksi (RXA), Görelî İthalat Nüfuz Endeksi (RMP), Görelî Ticaret Avantajı Endeksi (RTA), Görelî Rekabet Üstünlüğü Endeksi (RC), Ticari Performans Ölçütü Endeksi (MBP), İhracatta Uzmanlaşma Endeksi (ES), Net İhracat (NE) ve İhracat Piyasa Payı (EMS) yöntemleridir.

Söz konusu yöntemler, yerli ve yabancı birçok çalışmada ülke sanayileri ve sanayi kolları için uygulama alanı bulmuştur. Türk Sanayisi'nin 1980 yılı ile birlikte ihracata yönelik stratejiler izlemeye başlaması ve 1996 yılında Avrupa Birliği üyesi ülkeler ile Gümrük Birliği'ne dahil olması, Türkiye için rekabet gücü kavramının önemini daha da artırmıştır. İlgili dönemden sonra Türk Sanayisi'nin rekabet gücünün ölçülmesi konusunda birçok çalışma yapılmıştır.

Bu çalışmaların bir kısmı birçok endüstriyi kapsayacak şekilde Türk Sanayisi'nin rekabet gücünü ölçmeye yönelikken, bir kısım çalışmada da sadece belirlenmiş bir endüstri temel alınmaktadır. Bu bağlamda Türk Otomotiv Endüstrisi de rekabet gücünün ölçülmeye çalışıldığı endüstriler arasında yer almaktadır.

Türkiye'de otomotiv endüstrisinin gelişiminde 1980'li yıllar itibariyle uygulanmaya başlayan serbestleşme hareketleri ve 1996 yılında Avrupa Birliği üyesi ülkelerle oluşturulan Gümrük Birliği entegrasyonu etkili olmuştur. Söz konusu gelişmelerle Türk Otomotiv Endüstrisinin hitap ettiği piyasanın genişleme göstermesi, yurtdışında faaliyet gösteren otomotiv üreticisi firmaların dikkatini çekmiştir. Türkiye'nin doymamış bir otomotiv piyasasına sahip olması ve ihracata yönelmesiyle hitap ettiği piyasanın genişlemesi, Türk Otomotiv Endüstrisi'ndeki firma sayısını artırmış; üretim, dış ticaret, istihdam ve yatırım gibi çeşitli ekonomik göstergeleri olumlu yönde etkilenmiştir.

Türk Otomotiv Endüstrisinin kurulduğu ilk dönemlerden itibaren önemli gelişmeler yaşaması, ilgili endüstrinin iktisadi ekseninde yapılan çalışmalara konu olmasını sağlamıştır. Ancak bu çalışmaların büyük bir kısmı, sadece endüstriye ait ekonomik verilerin analiz edilmesiyle sınırlı kalmıştır. Bu çerçevede rekabet gücü ölçüm yöntemleri kullanılarak ilgili endüstrinin rekabetçi yapısını ortaya koyan çalışma sayısı, sınırlı kalmıştır. Bu çalışmada, dış ticaret verilerinin kullanılması yoluyla Türk Otomotiv Endüstrisinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1996–2008 dönemine ait veriler kullanılarak Dış Ticaret Verileri Temelli Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleriyle yapılan hesaplamalar sonucunda Türk Otomotiv Endüstrisinin özellikle 2003 yılından itibaren uluslararası piyasalarda sürdürülebilir bir şekilde rekabet gücü kazandığı ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte 2001 yılında yaşanan devalüasyonist sürece bağlı olarak görece şekilde ihracatın artıp ithalatın azalması, söz konusu ölçüm yöntemlerinin bazılarında yüksek değerlerin oluşmasını beraberinde getirmiştir.

Literatürde yapılan çalışmaların çoğunda 2000 yılı öncesi verilerinin kullanılması, otomotiv endüstrinin rekabet gücünün olmadığını göstermektedir. Bu çalışmada ise, 2008 yılına kadar olan verilerin yer alması ve dolayısıyla ilgili

endüstrinin söz konusu yıllarda önemli bir ihracat performansı gerçekleştirmesi, endüstrinin rekabet gücü elde etmeye başladığını göstermektedir.

Böylelikle Türk Otomotiv Endüstrisi, yenilik hareketlerini devam ettirdiği, uluslararası standartlarda üretim yapabildiği ve ihracata yönelik olarak uyguladığı politikaları geliştirebildiği müddetçe uluslararası rekabet gücü kazanabilecektir. Bu bağlamda söz konusu endüstri, Türkiye Ekonomisi için daha fazla katma değer yaratan bir endüstri niteliği kazanabilecektir.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Aktan, Coşkun Can ve Vural, İstiklal Yaşar (2004a). Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri. Rekabet Dizisi:2, Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları.
- Aktan, Coşkun Can ve Vural, İstiklal Yaşar (2004b). Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet. Rekabet Dizisi:1, Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları.
- Aktan, Coşkun Can ve Vural, İstiklal Yaşar (2004c). Rekabet Gücü ve Türkiye. Rekabet Dizisi:3, Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayınları.
- Atik, Hayriye (2005). Yenilik ve Ulusal Rekabet Gücü. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Azcanlı, Ahmet (1996). Türk Otomotiv Sanayiinin Tarihsel Gelişimi. İstanbul: Panel Matbaacılık.
- Balassa, Bela (1967). Trade Liberalization Among Industrial Countries: Objectives and Alternatives. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Balassa, Bela (1989). Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Bedir, Atilla (1999). Gelişmiş Otomotiv Sanayilerinde Ana-Yan Sanayi İlişkileri ve Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayiinin Geleceği. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları. Yayın No: 2495.
- Bedir, Atilla (2009). Uluslararası Ticarete Fiyata Dayalı Rekabet Gücü ile Endüstri İçi Ticaret Arasındaki İlişki: Türk İmalat Sanayi Örneği. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları.
- Bilgin, Gazi (1999). Küresel Pazarlama Kapsamında Dünya Otomotiv Sanayii ve Türkiye Otomotiv Sanayiinin Durumu. Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları.
- Çoban, Orhan (2003). Endüstri İktisadı ve Oyun Teorisi: Rekabetin Analitik Bir İncelemesi. Bursa: Ekin Kitabevi.

- Dulupçu, Murat Ali (2001). Küresel Rekabet Gücü: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Emek, Uğur (2009). Rekabetçi Piyasa Ekonomisi: Kavramlar, Kurallar, Kurumlar, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Erkan, Hüsnü (1987). Sosyal Piyasa Ekonomisi: Ekonomik Sistem ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması. İzmir: Konrad Adenauer Vakfı Türkiye Temsilciliği Yayınları.
- Erkekoğlu, Hatice (2008). İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması: Kayseri Örneği, Ankara: Palme Yayıncılık.
- İKV (İktisadi Kalkınma Vakfı) (1985). Avrupa topluluğu Karşısında Türk Sanayiinin Durumu (53 Sanayi Kolunu Kapsayan Araştırma). İstanbul: İKV Yayınları. Yayın No: 210.
- İKV (İktisadi Kalkınma Vakfı) (2007). Avrupa Birliği Müktesebatı ve Sektör Raporları. İstanbul: İKV Yayınları. Yayın No: 210.
- İSO (İstanbul Sanayi Odası) (2007). Otomotiv Sektörü 2007. İstanbul: İSO Yayınları. Yayın No: 2007/25.
- Karbuç, Fahri, Silahçı, And ve Emrah Çalışkan (2008). Otomotiv Sektör Raporu. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Lachmann, Werner (1999). The Development Dimension of Competition Law and Policy. United Nations Conference On Trade and Development Series On Issues In Competition Law and Policy, New York and Genova, United Nations Publications.
- Orhan, Osman Zekayi (1997). Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayiinin ve Otomotiv Yan Sanayiinin Rekabet Gücü. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No: 54.
- Öz, Özlem (1999). The Competitive Advantage of Nations: The Case of Turkey: Ushgate.

- Porter, Michael E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. London: The Macmillan Press.
- Porter, Michael E. (1994). *Ulusların Rekabetçi Üstünlüğü*. (Çeviren: Mustafa Özel). Küresel Rekabet, İstanbul: İz Yayıncılık.
- Seyidoğlu, Halil (2002). *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlüğü* (3. Baskı). İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Seyidoğlu, Halil (2003). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama* (15. Baskı), İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği) (1997). *Rekabet Stratejileri ve En İyi Uygulamalar: Türk Elektronik Sektörü. Rekabet Stratejileri Dizisi-1*, İstanbul: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayınları. Yayın No: TÜSİAD-T/97 – 12/223.
- Utkulu, Utku (2005). *Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- :Uysal, Doğan ve Şehabettin Yiğitbaşı (2009). *Mikro İktisadi Analiz*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Uzunoğlu, Sadi, Aklin, Kerem, Gürlesel, Fuat ve Civelek, Uğur (2001). *Dış Rekabet Baskısındaki Sektörlerde Maliyet Profili*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Makaleler

- Aiginger, Karl (1998). A Framework for Evaluating The Dynamic Competitiveness Of Countries. *Structural Change and Economic Dynamics*, 9(2), 159–188.
- Aktan, Okan ve Baysan, Tercan (1984). Türk Ekonomisi'nin Dünya Ekonomisine Entegrasyonu: Liberasyon, Karşılaştırmalı Üstünlük ve Optimum Politikalar. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 12, (1–2), 49–106.
- Altay, Bülent ve Gürpınar, Koray (2009). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 257–274.

- Ayangöz Çakmak, Özge (2005). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama, Ege Akademik Bakış Dergisi, 5 (1-2), 65-76.
- Ayoğlu, Damla ve Seyfettinoğlu, Ümit (2008). Küreselleşme Karşısında Türk Otomotiv Sanayi. Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı. 27-30 Mart 2008. Antalya: Gazi Kitabevi, 391-400.
- Bekmez, Selahattin and Komut, Murat (2006). Competitiveness of Turkish Automotive Industry: A Comparison with European Union Countries. International Conference on Human and Economic Resources, 24-25 Mayıs. İzmir: 183-192.
- Çivi, Emin (2001). Rekabet Gücü: Literatür Taraması. Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 8 (2), 21-38.
- Çoban, Orhan (2001). Teknolojik Gelişme ve Rekabet Gücü. Verimlilik Dergisi, 2001/4, 25-34.
- Çoban, Orhan (2007). Türk Otomotiv Sanayiinde Endüstriyel Verimlilik ve Etkinlik. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29, 17-36.
- Demir, İbrahim (2002). Alt Sektörlerde Rekabet Gücü Ölçüm Yöntemleri. Devlet Planlama Teşkilatı Planlama Dergisi, DPT'nin Kuruluşunun 42. Yılı Özel Sayısı, 229-235.
- Eroğlu, Ömer ve Özdamar, Gökhan (2006). Türk İmalat Sanayiinin Rekabet Gücü ve Beyaz Eşya Sektörü Üzerine Bir İnceleme. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11, (85-104).
- Fagerberg, Jan (1988). International Competitiveness. The Economic Journal, 98 (391), 355-374.
- Feurer, Rainer and Chaharbaghi, Kazem (1994). Defining Competitiveness: A Holistic Approach. Management Decision, 32 (2), 49-58.
- Frohberg, Klaus and Hartmann, Monika (1997). Comparing Measures of Competitiveness. Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, Discussion Paper, No: 2.

- Görener, Ali ve Görener, Ömer (2008). Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler. *Journal of Yasar University*, 3 (10), 1213–1232.
- Kum, Hakan (1999). Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler: Yeni Yaklaşımlar. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14, 165–179.
- Kumar, Rajiv and Chadee Doren (2002). International Competitiveness of Asian Firms: An Analytical Framework. *Asian Development Bank Economics and Research Department Working Paper*, No: 4.
- Porter, Michael E. (1991). Ulusların Rekabet Üstünlüğü, (Çeviren: Müjde Yener), *İstanbul Sanayi Odası Dergisi*, 302, 35–40.
- Rosselet-McCauley, Suzanne (2008). Methodology and Principles of Analysis: What Is The World Competitiveness Yearbook. *IMD World Competitiveness Yearbook*, 472–476.
- Sala-i Martin, Xavier, Blanke, Jennifer, Drzeniek Hanouz, Margereta, Geiger, Thierry and Mia, Irene (2009). The Global Competitiveness Index 2009–2010: Contributing to Long-Term Prosperity Amid the Global Economic Crisis. *The Global Competitiveness Report 2009–2010*, World Economic Forum, Switzerland, 3–49.
- Tokatlıoğlu, İbrahim (1999). İktisadi Analizde Rekabet Kavramının Gelişimi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 10 (33), 5–26.
- Töre, Nahit (1995). Rekabet Gücü ve Ölçülmesi. *Anadolu Sanayinin Rekabet Gücü ve Üniversite Sanayi İşbirliği, İkinci Ulusal İktisat Sempozyumu Bildirileri Kitabı*, 14 Ekim, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yayınları, 38–48.
- Utkulu, Utku and Seymen, Dilek (2004). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-a-vis the EU/15. *European Trade Study Group 6th. Annual Conference*, 9–11 September.
- Uysal, Doğan (2000). Teknolojik Gelişim ve Global Rekabet Üzerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 1–17.

Vickers, John (1995). Concepts of Competition. Oxford Economic Papers, 47 (1), 1–23.

Tezler

Aktaş, Cihan (2003). Gelişmekte Olan Ülkelerde Rekabet Politikası: Bir Çerçeve Çalışması. Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara: Yayın No:0114.

Çoban, Orhan (1996). Gümrük Birliği Sürecinde Türk Otomotiv Sanayinin Rekabet Edebilirlik Analizi. Sivas: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Çoban, Orhan (2004). Rekabet Gücü ve Rekabette Firma Stratejileri Üzerine Bir Oyun Teorisi Analizi: Türk Otomotiv Sanayii Pazarlama Birimleri Örneği. Nevşehir: Yayınlanmamış Doçentlik Çalışması.

Yılmaz, Hilal (2003). Yenilik (İnovasyon) Yeni Ekonomi ve Rekabet. Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara: Yayın No:0130.

Raporlar

Commission of The European Communities (2006). Economic Reforms and Competitiveness: Key Messages From The European Competitiveness Report 2006. COM (2006) 697 final, Brussels: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/document.cfm?action=display&doc_id=4063&userservice_id=1&request.id=0, Erişim Tarihi: 20.04.2010.

DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). (2007). Dokuzuncu Kalkınma Planı Otomotiv Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu (Rapor No: 2736). Ankara: DPT Yayınları.

İnternet Kaynakları

Aktan, Coşkun Can, Çivi, Emin ve İstiklal, Yaşar Vural (2003). Türkiye'nin İhracat Rekabet Gücü. <http://www.sobiadacademy.net/sobem/e-ekonomi/ihracat/turkiye-ihracat-rekabetgucu.htm>, Erişim Tarihi: 15.05.2010.

Bedir, Atilla (2002). Türkiye'de Otomotiv Sanayii Gelişme Perspektifi. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları. Yayın No: 2660. www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3310/gelisme.pdf, Erişim Tarihi: 10.08.2009.

- Depperu, Donetella and Cerrato Daniele (2005). Analyzing International Competitiveness at the Firm Level: Concepts and Measures. Università Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza: 32. <http://www3.unicatt.it/unicattolica/dipartimenti/DISES/allegati/wpdepperucerrato32.pdf>, Erişim Tarihi: 18.02.2010.
- Ertekin, Murat, Köse, Hasan ve M. Bahadır Glle (2008). Küresel Otomotiv Piyasaları ve Türk Otomotiv Sanayii. Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları. http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/DisTicaretDegerelendirmeDb/otora_por_net.doc, Erişim Tarihi: 15.08.2009.
- IMD (International Institute for Management Development) (2009). The World Competitiveness Scoreboard 2009. <http://www.thisischile.cl/Recursos/documento/Tabla%20de%20pa%20C3%ADses%20m%20C3%A1s%20competitivos%20WEF.pdf>, Erişim Tarihi: 10.05.2010.
- Kibritçioğlu, Aykut (1996). Uluslararası Rekabet Gücü'ne Kavramsal Bir Yaklaşım. (Editör: Aykut Kibritçioğlu), Uluslararası Makro İktisat – Okumalar. Ankara: 72 TDFOB Yayıncılık, 1–16. <http://129.3.20.41/eps/it/papers/0509/0509008.pdf>, Erişim Tarihi: 19.01.2010.
- OICA (The International Organization of Motor Vehicle Manufacturers) (2006), The World's Automotive Industry. Paris: OICA. <http://www.oica.net/wp-content/uploads/2007/06/oica-depliant-final.pdf>, Erişim Tarihi: 18.09.2009).
- OSD (Otomotiv Sanayi Derneği). (2008). 2007 Yılı Otomobil ve Toplam Motorlu Araç Parkı: Dünya ve Türkiye. İstanbul: OSD Yayınları. <http://www.osd.org.tr/2007dunyavetrkyepark.pdf>, Erişim Tarihi: 14.09.2009.
- OSD (Otomotiv Sanayi Derneği). (2009). Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu İçinde Otomotiv Sanayii. İstanbul: OSD Yayınları. <http://www.osd.org.tr>, Erişim Tarihi: 14.09.2009.
- OSD (Otomotiv Sanayi Derneği). (2010a). Otomotiv Sanayi Genel ve İstatistik Bülteni. İstanbul: OSD Yayınları. <http://www.osd.org.tr/cata2010.pdf>, Erişim Tarihi: 21.05.2010.

- OSD (Otomotiv Sanayi Derneği). (2010b). Otomotiv Sanayi 2009 Yılı Değerlendirme Raporu, İstanbul: OSD Yayınları. <http://www.osd.org.tr/2009yilidegerlendirme.pdf>, Erişim Tarihi: 21.05.2010.
- RITA (Research and Innovative Technology Administration). (2003). World Motor Vehicle Production: Selected Countries. http://www.bts.gov/publications/national_transportation_statistics/2003/html/table_01_22.html, Erişim Tarihi: 10.05.2010.
- Sönmez, Ayper ve Sarı, Akın (2009). Otomotiv Ana ve Yan Sanayi. Ankara: İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi Yayınları. http://www.igeme.org.tr/Arastirmalar/ulke_sek/sektor.cfm?sec=ara, Erişim Tarihi: 15.08.2009.
- Ul Haque, İrfan (1995). Trade, Technology, and International Competitiveness, Washington: Economic Development Institute of The World Bank Development Studies. <http://books.google.com/books?id=-43AHZspBWgC&pg=PP1&dq=Ul+Haque,+trade&hl=tr&cd=1#v=onepage&q&f=false>, Erişim Tarihi: 27.03.2010.
- Wolff, Franziska, Schmitt, Katharina and Hochfeld, Christian (2007). Competitiveness, Innovation and Sustainability – Clarifying the Concepts and Their Interrelations. Berlin: <http://www.oeko.de/oekodoc/596/2007-142-en.pdf>, Erişim Tarihi: 17.02.2010.
- WTO (World Trade Organization) (1998). Annual Report 1998. France: http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anre98_e.pdf, Erişim Tarihi: 24.12.2009.
- WTO (World Trade Organization) (1999). Annual Report 1999. France: http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anre99_e.pdf, Erişim Tarihi: 24.12.2009.
- WTO (World Trade Organization) (2000). International Trade Statistics 2000. France: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/stats2000_e.pdf, Erişim Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2001). International Trade Statistics 2001.
France: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2001_e/stats2001_e.pdf,
Erişim Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2002). International Trade Statistics 2002.
France: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2002_e/its2002_e.pdf, Erişim
Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2003). International Trade Statistics 2003.
France: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2003_e/its2003_e.pdf, Erişim
Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2004). International Trade Statistics 2004.
France: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2003_e/its2003_e.pdf, Erişim
Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2005). International Trade Statistics 2005.
Switzerland: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2005_e/its2005_e.pdf,
Erişim Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2006). International Trade Statistics 2006.
Switzerland: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2006_e/its2006_e.pdf,
Erişim Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2007). International Trade Statistics 2007.
Switzerland: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2007_e/its2007_e.pdf,
Erişim Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2008). International Trade Statistics 2008.
Switzerland: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2008_e/its2008_e.pdf,
Erişim Tarihi: 24.12.2009.

WTO (World Trade Organization) (2009). International Trade Statistics 2009.
Switzerland: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2009_e/its2009_e.pdf,
Erişim Tarihi: 24.12.2009.

www.oica.net

www.tuik.gov.tr