

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**KÜRESEL REKABET GÜCÜ: TÜRKİYE
İMALAT SANAYİ ÖRNEĞİ**

**FERGÜL ÖZGÜN
14710022**

**TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. MERAL UZUNÖZ**

**İSTANBUL
2017**

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**KÜRESEL REKABET GÜCÜ: TÜRK İMALAT
SANAYİ ÖRNEĞİ**

**FERGUL ÖZGÜN
14710022**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 27.04.2017
Tezin Savunulduğu Tarih: 03.07.2017

Tez Oy birliği ile başarılı bulunmuştur.

Unvan Ad Soyad

İmza

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Meral UZUNÖZ

**Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Murat DONDURAN Doç.
Dr. Özgür Ömer ERSİN**

**İSTANBUL
NİSAN 2017**

ÖZ
KÜRESEL REKABET GÜCÜ: TÜRKİYE İMALAT SANAYİ ÖRNEĞİ
Fergül Özgün
Nisan, 2017

1980 sonrası dönemde küreselleşme süreci hız kazanmıştır ve giderek zorlaşan bir rekabet ortamı ile karşı karşıya kalınmıştır. Ticaretin serbestleşmesi ve yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte ihracatın önemi artmıştır, dünyada pek çok ülke ihracata dayalı bir büyüme stratejisi uygulamaya başlamıştır. Türkiye de bu ülkelerden biridir. Türkiye’de 1980 öncesi dönemde ithal ikameci politikaların ağırlığı varken, 1980 sonrasında ihracata dayalı büyüme politikası uygulanmaya başlanmıştır.

Bu tez çalışmasında, Türk imalat sanayinin küresel rekabet gücü incelenmeye çalışılmıştır. Küresel rekabet gücünün hangi sektörlerde yüksek, hangi sektörlerde düşük olduğu ortaya konmuştur. Sektörlerin rekabet güçlerinin belirlenmesi, özellikle politikaların hazırlanma sürecinde büyük önem taşımaktadır. Çünkü destek sağlanacak sektörlerin doğru seçilmesi ekonomiye katkı sağlayacağı gibi, yanlış sektörlerle destek sağlanması ekonomiyi zora da sokabilir. Bu nedenle sektörlerin rekabet güçleri doğru tespit edilmeli, güçlü ve zayıf yönleri analiz edilmeli ve bu doğrultuda politikalar üretilmelidir. Bu çalışma sektörlerin rekabet güçlerini analiz ederek en hızlı biçimde önlem alınması gereken sektörleri belirlemeyi amaçlamaktadır.

Sektörlerin rekabet güçlerinin incelenmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA) kullanılmıştır. Hesaplanan endeks değerlerine göre rekabet gücünün yüksek ve düşük olduğu sektörler belirlendikten sonra her bir sektörün güçlü ve zayıf yönleri hakkında bilgi verilmiştir. Ardından sektörlerin rekabet güçlerinin arttırılabilmesi için politika önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İmalat Sanayi, Rekabet Gücü, İhracat, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi(RCA).

ABSTRACT

GLOBAL COMPETITIVENESS: TURKISH MANUFACTURING INDUSTRY

Fergül Özgün
April, 2017

The globalization process has accelerated in the post-1980 period and thick increasingly faced with the difficult competitive environment. The liberalization of trade and experienced technological advances have increased the importance of exports with a growth strategy based on exports to many countries around the world have adopted. Turkey is one of these countries. In Turkey, while the weight of import substitution policy in the period before 1980, was introduced export-led growth policy after 1980.

In this thesis, the global competitiveness of the Turkish manufacturing industry has been studied. Which sectors of high global competitiveness, in sectors which have been demonstrated to be low? Determining the competitiveness of the sector, especially in the preparation of the policy process is of paramount importance. Because such support will contribute to the economy of the sector will be provided to choose the right, it can put in a difficult economy to provide support to the wrong sectors. Therefore, the competitiveness of the sector should be properly identified, strengths and weaknesses should be analyzed and policies should be made in this direction. By analyzing the competitiveness of this sector study aims to determine the measures to be taken rapidly sectors.

Examination of the competitiveness of the sector Revealed Comparative Advantage Index (RCA) is used. According to the calculated index value after high and low competitiveness of the sectors that has been determined about the strengths and weaknesses of each sector. Then policy proposals in order to increase the competitiveness of the sector are presented.

Key Words: Manufacturing Industry, Competitiveness, Export, Revealed Comparative Advantage Index (RCA).

ÖN SÖZ

Tezimi hazırlarken her zaman bana anlayışla yaklaşan, yoğun programı içinde zaman ayıran tez danışmanım sayın Prof. Dr. Meral Uzunöz'e yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

Hayatım boyunca bana güvenen, aldığım kararlara saygı duyan ve her koşulda yanımda olan anne ve babama teşekkür ederim.

İstanbul, Nisan, 2017

Fergül ÖZGÜN

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZ	iii
ABSTRACT	iv
ÖN SÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLOLAR LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii
1. GİRİŞ	1
2. İMALAT SANAYİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ.....	3
2.1. İmalat Sanayinin Tanımı ve Temel Kavramları.....	3
2.2. Ekonomide İmalat Sanayinin Yeri ve Önemi.....	4
2.3. İmalat Sanayinin Diğer Sektörlerle İlişkisi.....	6
2.4. Dünyada İmalat Sanayinin Tarihsel Gelişimi.....	8
2.5. Türkiye’de İmalat Sanayinin Tarihsel Gelişimi.....	9
2.5.1. 1980 Öncesi Dönem.....	9
2.5.2. 1980 Sonrası Dönem.....	14
2.6. Türk İmalat Sanayi İle İlgili Temel Göstergeler	20
2.6.1. Üretim.....	20
2.6.1.1. 1980 Öncesi Dönem.....	21
2.6.1.2. 1980 Sonrası Dönem.....	21
2.6.2. İstihdam.....	26
2.6.2.1. 1980 Öncesi Dönem.....	26
2.6.2.2. 1980 Sonrası Dönem.....	26
2.6.3. İş Yeri Sayıları.....	29
2.6.3.1. 1980 Öncesi Dönem.....	30
2.6.3.2. 1980 Sonrası Dönem.....	31
2.6.4. Dış Ticaret.....	32
2.6.4.1. İhracat.....	32
2.6.4.2. İthalat.....	36
2.6.5. Kapasite Kullanım Oranları.....	39
2.6.5.1. 1980 Öncesi Dönem.....	39
2.6.5.2. 1980 Sonrası Dönem.....	39
2.7. İmalat Sanayinin Alt Sektörleri.....	41
2.7.1. Gıda Ürünleri.....	41
2.7.2. İçecek Ürünleri.....	42
2.7.3. Tütün Ürünleri.....	45
2.7.4. Tekstil Ürünleri.....	46
2.7.5. Giyim Eşyaları.....	48

	Sayfa No
2.7.6. Deri ve İlgili Ürünler	49
2.7.7. Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri	51
2.7.8. Kağıt ve Kağıt Ürünleri	53
2.7.9. Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması (Basım-Yayın)	55
2.7.10. Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri	57
2.7.11. Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler	59
2.7.12. Temel Eczacılık Ürünleri	60
2.7.13. Kauçuk ve Plastik Ürünleri	62
2.7.14. Metalik Olmayan Mineral Ürünler	63
2.7.15. Ana Metal	65
2.7.16. Metal Ürünleri	66
2.7.17. Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler	68
2.7.18. Elektrikli Teçhizat	70
2.7.19. Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipmanlar	72
2.7.20. Motorlu Kara Taşıtları	73
2.7.21. Diğer Ulaşım Araçları	74
2.7.22. Mobilya	76
2.7.23. Diğer İmalatlar	77
2.7.24. Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı	78
3. REKABET VE REKABET GÜCÜ KAVRAMLARI	80
3.1. Rekabet Gücünün Tanımı, Önemi ve Genel Özellikleri	80
3.1.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü	82
3.1.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü	84
3.1.3. Ülke Düzeyinde Rekabet Gücü	84
3.2. Rekabet Gücü Yaklaşımları	85
3.2.1. Klasik Rekabet Gücü Yaklaşımları	85
3.2.1.1. Mutlak Üstünlük Teorisi	86
3.2.1.2. Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi	86
3.2.2. Elmas Modeli	90
3.2.3. Çifte Elmas Modeli ve Genellenmiş Çifte Elmas Modeli	93
3.2.4. Dokuz Faktör Modeli	94
3.2.5. Yeni Endüstriyel Bölgeler Yaklaşımı	95
3.3. Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler	95
3.3.1. Firma İçi Faktörler	96
3.3.1.1. Maliyetler	96
3.3.1.2. Fiyat	97
3.3.1.3. Kalite Koşulları	98
3.3.1.4. Verimlilik	98
3.3.1.5. Teknoloji ve Ar-Ge	99
3.3.1.6. Nitelikli İşgücü	100
3.3.1.7. Pazar Payı	101
3.3.2. Firma Dışı Faktörler	101
3.3.2.1. Devletin Ekonomi İçindeki Yeri	101
3.3.2.2. Gelişmiş Finans Piyasalarının Varlığı	102
3.3.2.3. Hukuk Sistemi	103
3.3.2.4. Fiziki Altyapı	103
3.3.2.5. Doğal Kaynaklar ve Coğrafi Konum	104

	Sayfa No
3.3.2.6. Döviz Kurları	104
3.3.2.7. Ekonomik İstikrar	104
3.4. Rekabet Gücünün Ölçülmesi	105
3.4.1. Küresel Rekabet Gücü Endeksi	106
3.4.2. Dünya Rekabet Gücü Yıllığı Endeksi	109
3.4.3. Rekabetçi Endüstriyel Performans Endeksi	110
3.4.4. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi	111
4.TÜRK İMALAT SANAYİNİN KÜRESEL PİYASALARDA REKABET EDEBİLİRLİK ANALİZİ	113
4.1. Türk İmalat Sanayinin Küresel Rekabet Gücünü Etkileyen Gelişmeler	114
4.1.1. Gümrük Birliği'ne Girilmesinin Etkileri	114
4.1.2. AB'ye Katılım Sürecinin Etkileri	117
4.1.3. 2000 ve Sonrasında Yaşanılan Süreç	119
4.2. Türkiye'nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi Verileri Açısından Değerlendirilmesi	119
4.3. Türk İmalat Sanayi Sektörlerinin Küresel Rekabet Gücü Açısından Değerlendirilmesi	125
4.3. 1. Gıda Ürünleri	126
4.3. 2. İçecek Ürünleri	129
4.3. 3. Tütün Ürünleri	131
4.3. 4. Tekstil Ürünleri	132
4.3. 5. Giyim Eşyaları	136
4.3. 6. Deri ve İlgili Ürünler	139
4.3. 7. Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri	142
4.3. 8. Kağıt ve Kağıt Ürünleri	144
4.3. 9. Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması (Basım-Yayın).....	146
4.3. 10. Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri	149
4.3.11. Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler	150
4.3. 12. Temel Eczacılık Ürünleri	152
4.3. 13. Kauçuk ve Plastik Ürünleri	154
4.3. 14. Metalik Olmayan Mineral Ürünler	157
4.3. 15. Ana Metal	159
4.3. 16. Metal Ürünleri	161
4.3. 17. Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler	163
4.3. 18. Elektrikli Teçhizat	165
4.3. 19. Motorlu Kara Taşıtları	167
4.3. 20. Diğer Ulaşım Araçları	170
4.3. 21. Mobilya	172
4.4. Rekabet Gücü Açısından Sanayi 4.0'ın Önemi.....	175
5. SONUÇ	178
KAYNAKÇA	181
ÖZ GEÇMİŞ	198

TABLOLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1: 1987-2005 Yılları Arasındaki İmalat Sanayi Üretim Endeksi	23
Tablo 2: 2006-2015 Yılları Arasında Aylık İmalat Sanayi Üretim Endeksi Ortalaması	25
Tablo 3: 1981 ile 2015 Yılları Arasında İmalat Sanayinde İstihdam Edilenler (15+Yaş) (Bin).....	28
Tablo 4: 2009-2013 Yılları Arasında İmalat Sanayinde Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar(Kişi).....	29
Tablo 5: 1950-1980 Yılları Arasında İmalat Sanayinde İşyeri Sayıları (Adet)...	30
Tablo 6: 1981-2014 Arasındaki Yıllarda İmalat Sanayine Ait İşyeri Sayıları....	31
Tablo 7: 1996-2015 Yılları Arasında Türkiye’de İmalat Sanayi İhracat Rakamları (Bin Dolar).....	35
Tablo 8: 1996-2015 Yılları Arasında İmalat Sanayi İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (%).....	36
Tablo 9: 1996-2015 Yılları Arasında İmalat Sanayi İthalat Rakamları (Bin Dolar).....	38
Tablo 10: 1996-2015 Yılları Arasında İmalat Sanayi İthalatının Toplam İthalat İçindeki Payı(%).....	38
Tablo 11: 2007-2015 Yılları Arasında Kapasite Kullanım Oranı (Ağırlıklı Ortalama Yüzde).....	40
Tablo 12: Gıda Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	42
Tablo 13: İçecek Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	44
Tablo 14: Tütün Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	45
Tablo 15: Tekstil Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	47
Tablo 16: Giyim Eşyaları Sektörüne Ait Temel Göstergeler	49
Tablo 17: Deri ve İlgili Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler	50
Tablo 18: Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	52
Tablo 19: Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	54
Tablo 20: Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması (Basım-Yayın) Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	56
Tablo 21: Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	58
Tablo 22: Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	59
Tablo 23: Temel Eczacılık Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	61
Tablo 24: Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler	63
Tablo 25: Metalik Olmayan Mineral Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	64
Tablo 26: Ana Metal Sektörüne Ait Temel Göstergeler	66

	Sayfa No
Tablo 27: Metal Ürünleri İmalatı Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	67
Tablo 28: Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	69
Tablo 29: Elektrikli Teçhizat Sektörüne Ait Temel Göstergeler	71
Tablo 30: Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman Sektörüne Ait Temel Göstergeler	72
Tablo 31: Motorlu Kara Taşıtları Sektörüne Ait Temel Göstergeler	74
Tablo 32: Diğer Ulaşım Araçları Sektörüne Ait Temel Göstergeler	75
Tablo 33: Mobilya Sektörüne Ait Temel Göstergeler	76
Tablo 34: Diğer İmalatlar Sektörüne Ait Temel Göstergeler	78
Tablo 35: Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı Sektörüne Ait Temel Göstergeler.....	79
Tablo 36: Türkiye'nin 2010-2011 ve 2015-2016 Dönemlerine İlişkin Küresel Rekabet Gücü Endeksi Puanları ve Dünyadaki Sıralamaları.....	124
Tablo 37: Gıda Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	127
Tablo 38: İçecek Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	130
Tablo 39: Tütün Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	132
Tablo 40: Tekstil Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	134
Tablo 41: Giyim Eşyaları Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	137
Tablo 42: Deri ve Deri Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	140
Tablo 43: Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	142
Tablo 44: Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	144
Tablo 45: Basım-Yayın (Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması) Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	147
Tablo 46: Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	149
Tablo 47: Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	151
Tablo 48: Temel Eczacılık Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	153
Tablo 49: Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	155
Tablo 50: Metalik Olmayan Mineral Ürünler Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	157
Tablo 51: Ana Metal Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	160
Tablo 52: Metal Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	162
Tablo 53: Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	164
Tablo 54: Elektrikli Teçhizat Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri	166
Tablo 55: Motorlu Kara Taşıtları Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	168
Tablo 56: Diğer Ulaşım Araçları Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	171
Tablo 57: Mobilya Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri.....	173

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1: Porter'in Elmas Modeli.....	92
Şekil 2: Küresel Rekabet Gücü Endeksi hesaplamasında kullanılan temel	
Unsurlar.....	108

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
CIP	: Rekabetçi Endüstriyel Performans Endeksi
DOĞAKA	: Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GDO	: Genetiği Değiştirilmiş ürün
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
GTB	: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
IMD	: Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi
IMF	: Uluslararası Para Fonu
ISIC	: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması
İEİS	: İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
İTKİB	: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsü
KKO	: Kapasite Kullanım Oranı
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KSO	: Konya Sanayi Odası
NACE	: Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
OAİB	: Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
ÖTV	: Özel Tüketim Vergisi
RCA	: Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi
SEKA	: Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları
TEPAV	: Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TİM	: Türkiye İhracatçıları Meclisi
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNIDO	: Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı
WEF	: Dünya Ekonomik Forumu

1. GİRİŞ

İmalat sanayi; ülke ekonomisine yön veren, ülkenin gelişip ilerlemesine katkı sağlayan ve diğer sanayi kollarıyla güçlü bağlantıları olan bir sektördür. İmalat sanayinin GSYİH'ye yaptığı katkı oldukça fazladır ve imalat sanayi ürünleri toplam ihracat içinde yüksek bir paya sahiptir. Ayrıca imalat sanayi, istihdam yaratma kapasitesi sebebiyle işsizlikle mücadelede son derece etkilidir. Bu özellikleri imalat sanayini ülkenin bütünü açısından önemli kılmaktadır.

İmalat sanayi içinde çok sayıda alt sektör bulunmaktadır. Söz konusu sektörler farklı özelliklere ve farklı teknoloji yoğunluklarına sahiptir. Dolayısıyla her bir sektörün rekabet unsurları da farklıdır ve sektörlerin rekabet güçlerinin ayrı ayrı incelenerek gerekli politikaların üretilmesi ekonominin geleceği açısından faydalı olabilir.

Özellikle 1980 yılından itibaren dünyada liberal politikalar ağırlık kazanmış, ticarete serbestleşme süreci hızlanmış ve bütün dünyaya yayılan bir küreselleşme süreci başlamıştır. Yaşanan küreselleşme süreci, ülkeler arasındaki rekabeti de tırmandırmış ve uluslararası alanda güçlü konuma gelebilmek ülkelerin başlıca amaçlarından biri haline gelmiştir. Türkiye de bu yarışta varlık gösterebilmek ve diğer ülkelerin gerisinde kalmamak için çaba göstermektedir. Uluslararası piyasalarda ön plana çıkabilmek için rekabet gücünün yüksek olması gereklidir. Bu nedenle ülkenin rekabet gücünün hangi sektörlerde yüksek, hangi sektörlerde ise zayıf olduğunun iyi belirlenmesi ve bu duruma uygun politikaların hazırlanması son derece önemlidir.

Bu çalışmada Türk imalat sanayinin alt sektörlerinin rekabet güçleri incelenmeye çalışılmıştır. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öncelikle imalat sanayinin genel özelliklerinden ve bu sektörü önemli kılan nedenlerden bahsedilmiştir. Daha sonra imalat sanayinin özellikle Türkiye’de nasıl bir tarihsel süreçten geçtiği açıklanmıştır. Bu tarihsel süreç ele alınırken 1980 öncesi dönem ve 1980 sonrası dönem olmak üzere bir ayırım yapılmış, böylece dönemleri birbirinden ayıran farklılıklar gözler önüne serilmiştir. Birinci bölümün son aşamasında ise Türkiye’de imalat sanayinin hangi alt sektörlerle ayrıldığı belirtilmiş; bu alt

sektörlerin tanımları, kapsamaları açıklanmış ve her bir sektöre ait temel ekonomik göstergeler incelenmiştir.

İkinci bölümde rekabet ve rekabet gücü kavramları ele alınmıştır. Bu konuda teorik bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Rekabet gücü ile ilgili temel modeller açıklanmış, rekabet gücünün ölçümünde en yaygın olarak kullanılan endeksler belirtilmiştir.

Üçüncü bölümde Türk imalat sanayinin alt sektörlerinin rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. Bu belirleme yapılırken Balassa endeksi olarak da bilinen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA) kullanılmıştır. Bunun temel sebebi 1980 sonrasında ihracata dayalı bir büyüme politikasının izlenmesidir. Balassa endeksi de hesaplamalarda ihracat değerlerini dikkate almaktadır. Böylece ihracata dayalı büyüme stratejisinin ne ölçüde başarılı olduğu konusunda da fikir edinilmesi mümkün olabilir. Balassa Endeksi, rekabet gücü hesaplamalarında en yaygın olarak kullanılan endekslerin başında gelmektedir. Bu endeks, bir sektörün ülkede gerçekleştirilen toplam ihracat içindeki payının, ilgili sektörün dünyadaki toplam ihracat içindeki payına oranlanması ile bulunmaktadır. Bulunan değer 1'den büyükse sektörün rekabet gücünün yüksek, 1'den küçükse sektörün rekabet gücünün zayıf olduğu sonucu çıkarılmaktadır. Balassa endeksi özellikle sektörel düzeydeki rekabet gücünün ölçülmesinde sıklıkla tercih edilmektedir (Hinloopen and Marrewijk, 2004: 12-13).

Çalışmada sektörlerin her biri için endeks hesaplamaları yapılarak yıllar içinde küresel rekabet gücünün nasıl değiştiği ortaya konmuştur. Hangi sektörlerin zamanla rekabet gücünü yükseldiği, hangi sektörlerin ise rekabet gücünün azaldığı tespit edilmiştir. Ancak sektörlerin küresel alandaki rekabet güçlerinin tespit edilmesi kadar bu durumu yaratan sebeplerin ortaya konması da önemlidir. Bu nedenle sektörlerin güçlü ve zayıf yönleri ayrı ayrı ele alınmıştır. Hangi sektörün nasıl problemlerle karşı karşıya kaldığı ya da hangi sektörün nasıl avantajlara sahip olduğu açıklanmıştır. Daha sonra ise sektörlerin rekabet güçlerinin daha iyi seviyelere çıkarılabilmesi için neler yapılması gerektiğine dair politika önerilerinden bahsedilmiştir.

2. İMALAT SANAYİNİN TEMEL ÖZELLİKLERİ

2.1. İmalat Sanayinin Tanımı ve Temel Kavramları

Sanayi sektörü, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesinde rol oynayan temel unsurlardan biridir. Sanayileşme kavramı, emek yoğun üretim aşamasından teknoloji yoğun üretim aşamasına doğru bir geçiş sürecini ifade etmektedir (Altunç, 2010: 79). Gelişmiş olarak nitelendirilen ülkelere bakıldığında bu ülkelerin sanayi alanında gelişme göstermiş oldukları, gelişmekte olan ülkelerin ise çeşitli politika ve uygulamalar aracılığı ile sanayi sektöründe daha üretken olmayı amaçladıkları görülmektedir. Bu durum sanayinin ekonomi açısından önemini de ortaya koymaktadır. Sanayi sektörü, çok geniş ve kapsamlı bir kavramdır. Bu nedenle sanayi kesimi üç temel alt sektöre ayrılarak incelenmektedir ve bu sektörler şunlardır:

- 1) İmalat sanayi,
- 2) Madencilik ve taş ocaklığı,
- 3) Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı (www.iso.org.tr, [23.09.2015]).

İmalat sanayi, sanayi sektörünün alt dallarından biridir. İmalat sanayi, ham halde bulunan ya da yarı işlenmiş maddelerin çeşitli işlemlerden geçirilerek kullanıma hazır mal niteliğine dönüştürülmesi sürecini ifade etmektedir (Kuzu, 2013: 67).

İmalat sanayi, çeşitli alt sektörlerle ayrılmış geniş kapsamlı bir sanayi koludur. Faaliyet gösterilen alanlar dikkate alınarak bir sınıflandırma yapıldığında imalat sanayi, 24 tane alt sektörü içinde barındırmaktadır. Bu sektörler şunlardır: Gıda ürünleri; içecek ürünleri; tütün ürünleri; tekstil ürünleri; giyim eşyaları; ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri; kâğıt ve kağıt ürünleri; kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri; temel eczacılık ürünleri; kauçuk ve plastik ürünleri; metalik olmayan mineral ürünler; ana metal, metal ürünleri, elektrikli teçhizat, motorlu kara taşıtları, diğer ulaşım araçları, mobilya; makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı; deri ve

ilgili ürünler; kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması; kimyasallar ve kimyasal ürünler; bilgisayarlar, elektronik ve optik ürünler; başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman; diğer imalatlar (www.iso.org.tr, [16.09.2015]).

Faaliyet gösterilen alanlara ilişkin sınıflandırmanın yanı sıra teknolojik açıdan da sınıflandırma yapılmaktadır. İmalat sanayinde teknoloji ile ilgili dört temel sınıflandırma kullanılmaktadır ve sınıflandırma işlemi yapılırken dikkate alınan temel unsur sektörlerin içerdiği teknoloji yoğunluklarıdır. OECD tarafından yapılan bu sınıflandırma türleri şunlardır: düşük teknoloji, orta-düşük teknoloji, orta-yüksek teknoloji ve yüksek teknoloji (Özmen,2014: 19).

İmalat sanayi için teknolojik gelişmeler büyük önem taşımaktadır. Ar-Ge çalışmalarında ilerleme kaydedilmesi, yeni ürün ve üretim tekniklerinin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Yeni ürün ve üretim tekniklerinin geliştirilmesi ise verimliliği artırıcı bir etki yaratabilir. Verimliliğin artması da hem iş gücünün hem de sermayenin etkin kullanılmasını sağlayarak, ülkenin uluslararası alandaki rekabet gücüne olumlu bir etki yapacaktır. Bu durumun ekonomik büyüme açısından iyimser sonuçlar doğurması söz konusudur (Korkmaz, 2010: 3328).

2.2. Ekonomide İmalat Sanayinin Yeri ve Önemi

İmalat sanayi, çok sayıda alt sektörü içinde barındıran bir sanayi koludur. Hem dünya hem de Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Bunun çeşitli sebepleri vardır. Bu sebeplerin başlıcaları aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

Öncelikle şunun belirtilmesi gerekir ki imalat sanayi istidam yaratma potansiyeli açısından son derece önemlidir. İmalat sanayinin istihdam konusunda dolaylı olarak yarattığı etkinin, doğrudan yarattığı etkiye göre daha büyük olduğu söylenebilir. Çünkü imalat sanayinin diğer sektörlerle olan ileri ve geri bağlantıları oldukça yüksektir. İmalat sanayi söz konusu olan ileri ve geri bağlantıları neticesinde diğer sektörlerin gelişmesine katkı sağlamakta ve istihdamı dolaylı olarak önemli ölçüde etkilemektedir (Dura, 1991: 130). Ancak imalat sanayi, sadece istihdamı değil ekonominin bütününe de etkileme gücüne sahiptir ve bu güç kullanılarak ülkenin kalkınması sağlanabilir. İmalat sanayi, toplam faktör verimliliğine olumlu katkı yapmasının yanı sıra ekonomik büyüme kapasitesini de artırmaktadır. Ayrıca imalat sanayinde üretilen ürünlerin büyük çoğunluğu uluslararası ticarete konu olan

mallardır. Küreselleşme olgusu ile birlikte uluslararası ticaretteki rekabetin her geçen gün arttığı düşünülürse, güçlü bir imalat sanayi yapısına sahip olmanın önemi daha iyi anlaşılabilir. İmalat sanayini önemli kılan unsurlardan bir diğeri ise imalat sanayinin cari açığın azaltılması konusunda güçlü bir araç olarak kullanılabilir olmasıdır. Cari açık, Türkiye'nin temel problemlerinden biridir ve problemin çözüme kavuşturulması için yüksek katma değere sahip sektörlerin desteklenmesi gerekmektedir. İmalat sanayi, katma değeri yüksek bir sektördür. Bu nedenle verimliliğin ve rekabet gücünün yüksek olduğu bir imalat sanayi yapısının sağlanması ile birlikte cari açık sorununun üstesinden gelinebilir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014a: 1-2).

Sanayi sektörünün gelişmesi ve daha verimli hale gelmesi, tarım ve hizmet sektörlerinin de ilerlemesine yardımcı olmaktadır. Sanayi sektörünün bir parçası olan imalat sanayi çok geniş bir alt sektör grubuna sahiptir ve bu sektörler tarım ile hizmet sektörlerine girdi sağlamaktadırlar. Ayrıca imalat sanayinin gelişmesi ülkenin GSYİH seviyesini de yükselteceği için bireylerin satın alma güçlerini ve talep düzeylerini olumlu biçimde etkileyecektir (Kuzu, 2013: 68).

İhracatta büyük bir paya sahip olması da imalat sanayini önemli kılan sebepler arasında yer almaktadır. Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerin içerisinde imalat sanayine ait ürünler ağırlıktadır. Ayrıca Türkiye'nin GSYİH değerlerinde imalat sanayinin payı oldukça yüksektir. Türkiye'de özellikle 1980 sonrası dönemde toplam ihracatta büyük artış sağlanmıştır. Toplam ihracat artarken, toplam ihracat içinde sanayi ürünlerinin payı da hızla yükselmiştir. Yaşanan bu gelişmede uygulanan politika değişikliğinin ciddi bir etkisi vardır. 1980 öncesinde ithal ikameci politikalar uygulanırken, 1980 sonrasında ihracata dayalı politikalara doğru bir yönelme olmuş ve ihracat teşvikleri sağlanmaya başlamıştır (Egeli, 1998: 1-14).

Bütün bunlara ek olarak imalat sanayi, örgütsel yeniliğin de kaynağıdır. Son iki yüz yılda gerçekleşmiş olan verimlilik artışı sadece teknolojik değişiklikten kaynaklanmamaktadır. Yaşanan verimlilik artışında örgütsel değişikliklerin de büyük etkisi vardır. Bu örgütsel değişikliklerin büyük bir kısmı da imalat sanayi kaynaklıdır. Bugün büyük marketlerde, giyim mağazalarında, restoranlarda kullanılan modern yönetim teknikleri imalat sanayinde geliştirilmiş tekniklerdir (Chang, Andreoni ve Kuan, 2013: 11).

2.3. İmalat Sanayinin Diğer Sektörlerle İlişkisi

Sanayi sektörü ekonomideki önemi son derece büyük olan bir sektördür. Sanayileşme ile ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki vardır. GSMH içinde sanayi sektörünün payının artması ekonomik büyümenin hızlanmasına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle Kaldor, sanayi sektörünü büyümenin öncüsü olarak nitelendirmiştir (Terzi ve Oltulular, 2004: 219).

İmalat sanayi diğer sektörlerle bağlantı içindedir. Örneğin imalat sanayi ile tarım sektörü arasında yakın bir ilişki söz konusudur. Tarım kesimi, imalat sanayine ham madde tedarik etmektedir. Bu durum tarım ile sanayi arasındaki güçlü bağı gözler önüne sermektedir. Sanayileşme süreci ile birlikte tarım kesiminin ekonomi içindeki payı azalmış, sanayinin payı ise yükselişe geçmiştir. Ancak ekonominin bir bütün olduğu ve her sektörün ayrı ve yeri doldurulamaz bir öneme sahip olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle ekonominin herhangi bir kesiminde meydana gelen problemlerin diğer kesimler üzerinde de etkileri vardır. Tarım kesiminin ihmal edilmesi sanayiye de etkileyecektir. Dolayısıyla gelişmiş bir imalat sanayine sahip olmak isteyen bir ülkenin hiçbir sektörü arka planda bırakmaması, her sektöre gereken özeni göstermesi ve sektörler arasındaki güçlü bağlantıyı unutmaması gerekir. Nitekim gelişmiş ülkelere bakıldığında, onların bütün sektörleri ayrılmaz bir bütün olarak değerlendirdikleri görülmektedir (Aydemir ve Pıçak, 2008: 130-132).

Tarım sektörü bir taraftan sanayiye ham madde sağlarken bir taraftan da imalat sanayinde üretilmiş olan çeşitli ürünlerin satın alıcısı konumundadır. Tarım ilaçları, gübreler, hayvanların beslenmesinde kullanılan yemler gibi tarımsal üretimin vazgeçilmezi olan pek çok ürün sanayi kökenlidir. Tarım üreticisinin ürünlerini emeğinin karşılığı olan fiyattan alabilmesi, çiftçilerin satın alım güçlerinin düşmemesi, ticaretin ve sanayinin canlı kalması açısından son derece önemlidir. Görüldüğü gibi imalat sanayi ile tarım kesimi arasında çift yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Tarımın gelişmesi sanayinin de gelişmesine katkı sağlamakta, sanayi sektörünün büyümesi ve rekabet edebilir bir düzeye yükselmesi de tarımı desteklemektedir. Böylece ülke ekonomisinde dengeli bir büyümenin sağlanması mümkün hale gelmektedir (Güneş, 1994: 47-48).

İmalat sanayi ile güçlü bağı olan sektörlerden bir diğeri ise bilişim sektörüdür. Bilişim sektörünün ülke ekonomileri için ne kadar önemli olduğu her geçen gün daha

iyi anlaşılmaktadır. Günümüzde ülkelerin temel amaçlarının teknolojiye en üst seviyeye ulaşmak, yüksek teknolojiye ürünler üretip bu ürünlerin toplam ihracatları içindeki payını artırmak, bir sanayi ekonomisi haline gelebilmek olduğu düşünülürse bilişim sektörünün önemi daha iyi anlaşılabilir. Bilişim sektöründeki büyüme hızının gelişmekte olan ülkelerde daha yüksek olduğu, gelişmiş ülkelerde ise bu oranın daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durumun en temel sebebi ise gelişmiş ülkelerin teknolojiye ve bilişim sektöründe belirli bir seviyeye ulaşmış olmaları, gelişmekte olan ülkelerin ise daha yolun başında bulunmalarıdır (Şaf, 2015: 7).

Türkiye, bir sanayi ekonomisi haline gelebilme hedefinde olduğunu sıklıkla belirtmiş, bu amacını planlı dönemde hazırlanan beş yıllık kalkınma planlarında da gözler önüne sermiştir. Türkiye'nin ihracat yapısına bakıldığında yüksek teknolojiye ürünlerin ihracatında henüz istenilen düzeye gelemediği görülmektedir. Sanayi verimliliği konusunda da çeşitli eksiklikleri bulunduğu bir gerçektir. Teknoloji ve verimlilik alanlarında hedeflenen düzeye ulaşamamasında imalat sanayi ile bilişim teknolojileri arasındaki güçlü bağı kuramamış olmasının etkisi büyüktür. Bu nedenle Türkiye'nin teknolojik gelişmeye önem vermesi, Ar-Ge faaliyetlerine daha fazla kaynak ayırması, bilişim sektöründe nitelikli elemanlar yetiştirebilmesi çok önemlidir. Bu eksikliklerin giderilmesi ile birlikte imalat sanayi ile ilgili amaçlarına ulaşması da kolaylaşabilir (Saygılı, 2003: 23-26).

Tarım ve bilişim sektörlerinin dışında imalat sanayinin hizmet sektörü ile de yakın bir ilişkisi vardır. Sanayileşme çabalarının artması ile birlikte tarım sektörünün ekonomideki payı azalırken sanayi ve hizmet sektörlerinin payı hızla yükselmiştir. Bugün Türkiye'nin GSYİH rakamları incelendiğinde hizmet sektörünün payının en yüksek olduğu görülmektedir. İstihdam verilerinde de hizmet sektörü ön plana çıkmaktadır. Çalışanların büyük çoğunluğu hizmet sektöründe istihdam edilmektedir. Ayrıca eleman arayan sektörler bakıldığında da hizmet sektörünün ilk sırada olduğu ortaya çıkmaktadır (Özsağır ve Akin, 2012: 311-313). Hizmet sektörünün ekonomideki payı tarım ve sanayi kesimlerini geride bırakmış olsa da imalat sanayi ile hizmet sektörü arasında çok kuvvetli bir ilişki olduğu söylenebilir. Sanayi üretimi, adeta hizmet sektörünün itici kuvveti niteliğindedir. Sanayi sektörünün gelişmediği bir ülkede hizmet sektörünün ilerleyişi de sınırlı kalacaktır. Hizmet sektörü, üretilen sanayi ürünlerinin nihai tüketicilere ulaştırılması aşamasında büyük öneme sahiptir. Sanayi kesiminin verimliliği düşük olursa hizmet sektörünün gelişimi de kesintiye

uğrayacaktır. Sanayileşme hareketlerinin hızlanması ile birlikte ülkelerde refah artışı ve gelir düzeyinde yükselme meydana gelmiştir. Bu durum hizmet sektörünün önemini artırıcı bir boyut kazanmıştır. İmalat sanayinin gelişmesi sonucunda gerçekleşen refah artışı bankacılık, turizm, iletişim gibi hizmet sektörünün alt bileşeni olan sektörlerle olan talebi yükseltmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 14-15).

2.4. Dünyada İmalat Sanayinin Tarihsel Gelişimi

İngiltere, sanayileşme sürecini gerçekleştiren dünyadaki ilk ülkedir ve İngiltere'nin yaşadığı bu süreç, diğer ülkeler için de örnek teşkil etmiştir. 19.yy'da imalat sanayi, ekonomik büyümeyi hızlandıran başlıca sektör olmuştur. Bir diğer ifade ile imalat sanayi, ekonomik büyümenin ana motoru haline gelmiştir. İngiltere'nin sanayi devrimini gerçekleştirmesinin ardından dünyada sanayileşme konusunda küresel bir yarış baş göstermiştir. İngiltere'nin ardından 1815-1850 yılları arasında sanayileşme sürecinin ilk takipçileri ortaya çıkmıştır ve bu ülkeler Belçika, İsviçre, Fransa'dır. ABD ise 19.yy'da farklı bir sanayileşme yolu izlemiştir. ABD'nin sanayileşme sürecinin temel özellikleri toprak ve doğal kaynakların bol, emek gücünün ise kıt olmasıdır. Emek gücünü kıt olması, ABD'de sermaye yoğun üretim tekniklerinin geliştirilmesine zemin hazırlamıştır. ABD'de verimlilik artışı çok hızlı biçimde gerçekleşmiştir ve 19.yy'ın sonunda ABD, sanayileşme konusunda İngiltere'nin önüne geçmeyi başarmıştır (Naude ve Szirmai, 2012: 5-6).

Günümüzde teknolojik gelişmişlik düzeyi bakımından önde gelen ülkelerden biri de Japonya'dır. Japonya, özellikle 20.yy'ın başlangıcından itibaren önemli bir değişim ve dönüşüm sürecine girmiştir. Japonya'nın endüstrileşme sürecinde İkinci Dünya Savaşı bir dönüm noktası niteliğindedir. Savaş öncesinde Japonya nüfusun büyük bölümünün köylerde yaşadığı bir ülke görünümündedir. Ancak savaşın ardından hızlı bir sanayileşme sürecine girmiş ve 20 yıl gibi bir sürede ekonomisini ciddi biçimde güçlendirmiştir. Hatta dünyanın en güçlü ekonomilerinden biri haline gelmiştir (Özşen, 2011: 62-75). Japonya 1967-1983 yılları arasında uzmanlaşma sürecinde dikkate değer bir değişim yaşamıştır. Daha önceleri Japonya'da düşük uzmanlık gerektiren ürünlerin üretimi yaygındır. Ancak özellikle 1970'li yıllarda yüksek uzmanlaşmanın gerekli olduğu, yani insan sermayesinin yoğun olduğu malların üretimine ağırlık verilmiştir. İleri teknoloji içeren ürünlerde uzmanlaşma sağlama

politikası yürütülmüştür (Balassa ve Noland, 1989: 8-14). Bu konuda da oldukça başarılı olduğu ifade edilebilir. Çünkü teknoloji dendiğinde akla ilk gelen ülkelerden biri Japonya'dır.

Dünyadaki sanayileşme sürecinden bahsederken Çin, Hindistan gibi ülkeleri de ele almak gereklidir. Son yıllarda dünyada ön plana çıkan, sanayileşme hamlesi yapan ülkeler Çin ve Hindistan olmuştur. Çin ve Hindistan, 1980'den itibaren ekonomik bir reform sürecine girmişlerdir. İçinde bulundukları koşullar birbirinden farklı olmasına rağmen her iki ülke de göz ardı edilemeyecek bir ilerleme kaydetmiştir. Çin, ABD'den sonra dünyanın ikinci büyük ekonomisi haline gelmiştir. Elde ettiği bu sonuç ile Çin, Japonya'yı geride bırakmayı başarmıştır (Singh, 2007: 5-6). Çin'in hızlı yükselişinde etkili olan iki temel faktör vardır. Bunlardan biri büyük ölçekli sermaye yatırımlarıdır, diğeri ise verimlilikte artış sağlanmasıdır. Bunların yanı sıra yapılan ekonomik reformların, ticarete serbestleşmeye gidilmesinin ve teknolojik gelişmeye önem verilmesinin etkileri de büyüktür (Morrison, 2015: 4-7).

Liberalleşmenin Çin'de olduğu gibi Hindistan ekonomisi üzerinde de olumlu etkileri görülmüştür. Hindistan'ın liberalleşme süreci 1980'lerde başlamış olsa bile 1990'lı yıllarda hız kazanmıştır. Hindistan ekonomisinin ilerleme kaydetmesinde imalat sanayine önem verilmesi ve imalat sanayinde yüksek büyüme oranlarının elde edilmesi büyük öneme sahiptir. 1990'lı yıllarda özellikle elektrik, kimyasallar, ana metal ve alaşımlar sektörlerine ciddi yatırımlar yapılmıştır (Thomas, 2002: 2-28).

2.5. Türkiye'de İmalat Sanayinin Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de imalat sanayinin yıllar itibarıyla nasıl bir seyir izlediği iki temel başlık altında incelenecektir. Bu başlıklar 1980 öncesi ve 1980 sonrası dönemlerdir.

2.5.1. 1980 Öncesi Dönem

1980 öncesi dönemde Cumhuriyet'in kurulması ile 24 Ocak 1980 tarihli İstikrar Politikası kararlarının imzalanması arasındaki süreç ele alınacaktır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında ülke hem ekonomik hem de sosyal açıdan son derece elverişsiz bir durumla karşı karşıya kalmıştır. Sanayileşme düzeyi son derece düşüktür, var olan sanayi de daha çok İstanbul ve İzmir çevrelerinde toplanmıştır. Yeterli iş gücünün bulunmadığı, savaşlar nedeniyle çok sayıda kent ve köyün

yıkıldığı, yolların ve alt yapı hizmetlerinin yetersiz olduğu, ekonominin tarıma dayandığı ancak tarımsal faaliyetlerin bile ilkel koşullar altında yapıldığı bir tablo görülmektedir. Bu dönemde sanayi üretimi milli gelirin çok küçük bir kısmını oluşturmaktadır (Akyıldız ve Eroğlu, 2004: 44). Devletin en büyük gelir kaynağı ise toplanan vergilerdir. Özellikle tarıma dayalı vergilerin ağırlıkta olduğu bir yapı söz konusudur. Aşar vergisi, ağnam vergisi, temettü vergisi, bina ve arazi vergileri, gümrük vergileri ve harçlar devletin gelir elde ettiği başlıca kaynaklardır (Kaya ve Durgun, 2009: 241).

Osmanlı devleti çeşitli sebepler nedeniyle sanayi devriminin dışında kalmıştır. Bu sebeplerin başında eğitim seviyesinin yeterli olmaması, ulaşım ve iletişim gibi alt yapıların yetersizliği, mülkiyet hakkı ile ilgili hukuksal düzenlemelerin bulunmaması gelmektedir. Cumhuriyet rejiminin de Osmanlı mirasının devamı niteliğinde olduğu düşünülürse, sanayileşme hareketlerine ayak uyduramamış bir mirasın devralındığını söylemek mümkündür (Yenal, 2010: 25-31).

Cumhuriyetin kurulmasının ardından yaşanan gelişmelere bakıldığında, bu dönemin önemli olaylarından birinin İzmir İktisat Kongresi'nin toplanması olduğu söylenebilir. Kongrenin toplanmasındaki başlıca amaçlar mevcut ekonomik durumun irdelenmesi ve ülkenin geleceğine yön vermek için uygulanacak ekonomik politikaların belirlenmesidir. Kongrede, elde edilen siyasal bağımsızlığın ekonomik bağımsızlıkla tamamlanması gerektiğinin altı çizilmiştir. Bu amaç doğrultusunda kongrede önerilen politikaların daha liberal özellikler taşıdığı ifade edilebilir. Amaçlanan ekonomik bağımsızlığın elde edilebilmesi için sanayinin ve ticaretin geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bunun da özel sektör vasıtasıyla yapılması önerilmiştir. Özel teşebbüsün teşvik edilmesinin gerekli olduğu, mülkiyet haklarının güvence altına alınmasına ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir ve ticaretin serbestleştirilmesinin önemine vurgu yapılmıştır. Kongrede alınan kararlara bakıldığında özel sektörün ön plana çıkarılmasına rağmen, devlete de bazı görevler verildiği dikkati çekmektedir. Devletin üstlenmesi gerektiği söylenen görevlerin ağırlıklı olarak alt yapıya ait olduğu görülmektedir. Devletin demir yolu ve kara yolu yapımına öncelik vermesi, limanlar inşa etmesi önerilmiştir (Sabır, 2006: 10-12).

1930-1950 yılları arası dönemde uygulanan politikaların genel özelliklerine bakıldığında uzun vadeli dış borç alımından kaçınıldığı, denk bütçeye önem verildiği

görülmektedir (Karabıçak, 2000: 53). Bu dönemin kilit olaylarından biri ise 1929 yılındaki büyük dünya bunalımıdır. Kriz, 1929 yılında ortaya çıkmış olsa da etkileri uzun süre devam etmiştir. 1929 krizi Türkiye açısından da çok sayıda olumsuz durumu beraberinde getirmiştir. Krizin etkisi ile birlikte uluslararası ticarette mal fiyatları düşüşe geçtiğinden dolayı Türkiye'nin ihracattan elde ettiği gelirler azalmıştır. Fiyat düşüşleri özellikle ham madde ve tarım ürünlerinde kendini göstermiştir. Bu da çiftçileri oldukça zor bir duruma sürüklemiştir. Ancak yaşanan olumsuzluklar sadece tarım kesimi ile sınırlı kalmamış, sanayi ve ticaret alanlarında da zorluklar meydana gelmiştir. İhracat gelirlerinin azalması ile birlikte dış ticaret açığı artmıştır, dış borç ödemeleri ertelenmek zorunda kalınmıştır, ithalat da azaltılmıştır (Ezer, 2010: 437-438). Ülkeye egemen olan olumsuz tablo nedeniyle hükümet çeşitli önlemler almak zorunda kalmıştır. Alınan önlemlere bakılacak olursa Türk parasını koruma kanununun meclise sunulması, ithalata yönelik sınırlamaların getirilmesi, halkı yerli malı kullanmaya yöneltecek politikaların izlenmesi, kredi kooperatiflerinin kurulması ve tasarrufun arttırılmasına yönelik çabaların ön plana çıktığı görülmektedir (Buluş ve Kabaklarlı, 2010: 16-17).

1980 öncesi dönemde Türkiye ekonomisi açısından önemli olan gelişmelerden bir diğeri de İkinci Dünya Savaşı'dır. 1938-1946 yılları arasındaki dönemde Türkiye'de olumsuz koşullarla karşı karşıya kalınmıştır. Türkiye savaşa katılmamış olmasına rağmen savaşın getirdiği ekonomik zorluklardan etkilenmiştir. Ülkede seferberlik ilan edilmesi nedeniyle nüfusun büyük çoğunluğu silahlı altına alınmıştır. Hem üretimde hem de tüketimde azalış meydana gelmiştir. Özellikle tarımsal üretimde belirgin düşüşler yaşanmıştır. Tarımsal üretimdeki düşüş, tarım politikalarında da değişikliğe gidilmesine sebep olmuştur. Tarım sektöründen elde edilen ürünlerin ihraç edilmesinin yerine, yurt içindeki halkın ihtiyaçları için kullanılması yönünde hareket edilmiştir. O dönemde askerlerin ve şehirlerde yaşayanların beslenme ihtiyaçlarının giderilmesinin en temel amaçlardan biri olarak görüldüğü söylenebilir (Şener, 2004: 74).

Türkiye'de 1950-1960 dönemi, Demokrat Parti'nin iktidarda olduğu bir zaman dilimidir. Bu nedenle Demokrat Parti dönemi olarak ifade edildiği görülmektedir. Bu dönemde devletçi uygulamalardan liberal uygulamalara doğru bir geçiş yaşandığı belirtilebilir. Demokrat Parti, tarım kesimine ve tarımsal politikalara öncelik tanıyan bir parti tablosu çizmektedir. Sanayide ise özel sektör aracılığıyla gerçekleştirilmesi

gereken bir gelişme vurgulanmıştır (Kanca, 2012: 48). Demokrat Parti'nin iktidarda olduğu yıllara bakıldığında ülke ekonomisi açısından hem olumlu hem de olumsuz gelişmelerin yaşandığı söylenebilir. Demokrat Parti iktidarında yaşanan en önemli gelişmelerden biri tarıma verilen öncelik ve tarım kesimini kalkındırmaya yönelik gösterilen çabalaradır. Bu dönemde meralar tarıma açılmış, devlet tarafından köylüye toprak dağıtımı yapılmıştır ve böylece tarım alanlarının genişlemesi sağlanarak tarım sektöründe yeni iş olanakları yaratılmıştır. Ayrıca tarımda makineleşme uygulamalarının yaygınlaşması için traktör sayısı hızla artırılmış, tarım ürünlerine yönelik olarak yüksek fiyat politikası uygulanmıştır. Bütün bu uygulamalar neticesinde tarım kesiminde bir refah artışı meydana geldiği söylenebilir. Ancak uygulanan politikalar sadece tarımı canlandırma amacı ile sınırlı kalmamıştır. Diğer alanlarda ilerleme kaydedilmesi için de çalışmalar yapılmıştır. Kara yolu ve köprü yapımı hızlandırılmıştır, madencilik sektörüne ağırlık verilmiştir. Bu dönemde madencilik sektöründe üretim artışları yaşanmıştır. Özellikle bakır ve demir üretiminde belirgin bir yükseliş meydana gelmiştir (Keskin, 2012: 120-121).

Demokrat Parti döneminde olumlu gelişmeler yaşanmakla birlikte yolunda gitmeyen konuların da olduğu ifade edilebilir. Hükümetin izlediği politikalar ekonomide enflasyon ve dış açık problemlerine sebep olmuştur. İthalatta büyük artışlar yaşanmasına rağmen ihracat ve yabancı sermaye girişlerinde aynı yükselişin gerçekleşmemesinin ekonomiyi zora soktuğunu söylemek mümkündür. Nitekim 1958 yılında büyük bir iç ve dış borç sorunu ile karşı karşıya kalmış bir Türkiye ile karşılaşılacaktır. Yaşanan sıkıntılara çözüm bulmak amacı ile bir istikrar paketi hazırlanmış olsa da alınan önlemlerin yetersiz kaldığı ifade edilebilir. Sıkı para ve kredi politikası uygulanması, devalüasyon yapılması, KİT ürünlerine zam getirilmesi gibi kararları içeren istikrar kararları sonucunda enflasyon kontrol altına alınabilmiştir. Ancak büyüme hızı yavaşlamıştır ve ekonomide durgunluk baş göstermiştir. Ülkeye hakim olan bu olumsuz koşullar 27 Mayıs 1960 yılında yapılan askeri darbe ile neticelenmiştir (Dağdemir ve Küçükkalay, 1999: 125-126).

Silahlı kuvvetlerin yönetime gelmesinden sonra planlama yaklaşımı yeniden dillendirilmeye başlamıştır. Kalkınma planlarının hazırlanıp uygulanması ile birlikte ülkede gelişmenin hızlanacağı, sorunların çözüme kavuşturulacağı gibi bir algının hüküm sürdüğü söylenebilir. Bu dönemde planlı ekonomi görüşünün anayasaya da girdiği dikkati çekmektedir. Planlama fikrinin benimsenmesi neticesinde 30 Eylül

1960 tarihinde Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) hayata geçirilmiştir. Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulmasının ardından da Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanmıştır (Soyak, 2003: 175-176). 1963-1967 yılları arasını kapsayan bu plan ile birlikte çeşitli yasalar çıkarılmış ve önemli iktisadi kararlar hayata geçirilmiştir. Söz konusu kararlar neticesinde Merkez Bankası'nın para basarak KİT'lerin görev zararlarını karşılaması uygulamasına son verilmiştir. Ayrıca tasarrufların yükseltilmesi, sermaye birikiminin artırılması, fiyatların piyasa ekonomisinde belirlenmesi, arz ve talep mekanizmasının işletilmesi, Türkiye ekonomisinin yılda %7 oranında büyümesi de Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda hedeflenen noktalar arasındadır (DPT, 1963: 33-59).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972 yıllarını içine almaktadır. Bu planın temel hedefleri kişi başına düşen gelirin hızlı ve devamlılık arz eden bir şekilde artırılması, istihdam olanaklarının yaratılması, kaynakların en etkin şekilde kullanılması, yapısal engellerin ortadan kaldırılması, toplumu oluşturan bireylerin hayat standartlarının yükseltilmesi ve dengeli bir kalkınmanın gerçekleştirilmesidir. Bu amaçlara yönelik yapılacak olan çalışmalarda sosyal adalet ve fırsat eşitliği gibi kavramların gözetilmesi gerektiğinin de altı çizilmiştir. Ekonominin yılda %7 oranında büyümesi ön görülmüştür. Tarım sektöründe geleneksel tarımdan modern tarıma geçişin sağlanması gerektiği belirtilmiştir. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda sanayi sektörünün önemle üzerinde durulmuştur. Ekonomik kalkınmada sanayi sektörünün sürükleyici bir niteliğe kavuşturulması son derece önemlidir. Bu önemin üzerinde durulmuş ve GSMH içinde sanayinin payının hızlı bir şekilde yükseltilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Türkiye uzun yıllar boyunca tarım ekonomisi olarak varlığını sürdürmüştür. Ancak hazırlanan planda artık bu durumun değişmesi gerektiğine ve ülkenin sanayi ağırlıklı ekonomiye doğru geçiş yapması gerektiğine değinilmiştir. Sanayi ekonomisi haline gelebilmek için hem kentleşmenin desteklenmesi hem de nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi gerekmektedir (DPT, 1967: 65-90).

1973-1977 yıllarını kapsayan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda sanayinin geliştirilmesi ve milli gelirin yükseltilmesi temel hedefler arasında gösterilmiştir. Türkiye'nin sanayisinde özellikle ara malların ve yatırım mallarının üretiminde gelişmeye ihtiyaç duyulduğu belirtilmiş, bu alanlarda üretimin artırılması gerektiğinin altı çizilmiştir. Dışa olan bağımlılığın azaltılması da planda yer verilen

konulardan biri olmuştur. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Avrupa Ekonomik Topluluğu'na üye olunması bir hedef olarak tanımlanmıştır. Ancak söz konusu dönemde ülkenin içinde bulunduğu koşulların planın uygulanmasını sıkıntıya soktuğunu söylemek mümkündür. Çünkü bu dönem, koalisyon hükümetlerinin sıklıkla görüldüğü ve siyasi istikrarsızlıkların bulunduğu bir zaman dilimi olarak nitelendirilebilir (Takım, 2011: 156-157). 1970'li yıllarda sadece Türkiye'de değil, dünya ekonomisinde de sorunlar yaşandığı söylenebilir. Bu dönemde dünyada petrol fiyatlarının arttığı, meydana gelen artışların uluslararası ticareti olumsuz etkilediği ve bir ekonomik durgunluğa sebep olduğu görülmektedir. Yaşanan durgunluk Türkiye'yi de olumsuz etkilemiştir. Petrol fiyatlarının artması maliyetleri yukarı çekmiş, ithal malların fiyatları yükselmiş, dış ticaret açıkları artmıştır. Dış ticaret açıkları 1970'lerin sonlarına doğru bir döviz dar boğazına dönüşmüştür. Bu dar boğazı aşmak için devalüasyon yoluna başvurulmuşsa da çözüm sağlanamamıştır. Yapılan devalüasyonlar üretim maliyetlerinin artmasına ve maliyet enflasyonu yaşanmasına neden olmuştur. Dolayısıyla Türkiye'nin 1980 yılına siyasi istikrarsızlıkların yanı sıra çeşitli ekonomik sorunlar içerisinde girdiği ifade edilebilir. Bu sorunların başlıcaları yüksek işsizlik ve enflasyon oranları, üretimde azalma ve buna bağlı olarak mal kıtlığıdır (Dağdemir ve Küçükcalay, 1999: 127-129).

Görüldüğü gibi 1980 öncesi dönemde Türkiye'de uygulanan sanayileşme hareketleri, ithal ikameci politikalar etrafında şekillenmiştir. İthal ikameci politikalar, daha önce dışarıdan ithal edilen malların ülke içinde üretilmeye başlanması esasına dayanmaktadır. Bu politikaların tercih edilmesindeki temel amaç ithalatın azaltılmasıdır. İthalatın azaltılması ile birlikte ihracat ile ithalat arasında bir denge sağlanabilir ve böylece döviz tasarrufu gerçekleştirilebilir (Yıldırım, 2006). 24 Ocak kararları ile birlikte ise ithal ikameci politikaların yerini ihracata dayalı sanayi politikaları almaya başlamıştır.

2.5.2. 1980 Sonrası Dönem

1980 sonrası dönem bütün dünyada küreselleşmenin hız kazandığı bir zaman dilimidir. Küreselleşme ile birlikte ülkeler arasında serbest ticaret yaygınlaşmaya başlamış, dışa açılma süreci önemini arttırmıştır. Küreselleşme pek çok yönden ülkelere avantaj sağlamaktadır. Ancak unutulmamalıdır ki küreselleşmenin

beraberinde getirdiği fırsatlar olmasına rağmen, sebep olduğu sorunlar da vardır. Bu durum özellikle gelişmekte olan ülkeler için geçerlidir. Bu nedenle her ülke küreselleşme neticesinde ortaya çıkan sorunlarla baş etme konusunda bilinçli olmalıdır (Stiglitz, 2003: 5).

1980 yılından itibaren Türkiye’de ihracata dayalı sanayileşme politikası izlenmeye başlamıştır. Bu politikanın benimsenmesinin temel nedeni, ihracat performansının ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkilerinin olduğunun gözlenmesidir. İhracat, rekabeti arttırarak hem girişimciliği teşvik etmekte hem de kaynakların etkin kullanımını zorunlu kılmaktadır. İhracat ile birlikte teknolojik gelişmelerin ülkeler arasında yayılması hız kazanabilir. İhracat, dar bir iç pazara sahip ekonomiler için de büyük fırsat niteliğindedir. Çünkü bu ülkeler ihracat sayesinde üretim ölçeklerini arttırma olanağına kavuşabilirler. İhracat, ülkeye giren döviz miktarının da yükselmesini sağlamak ve dış ödemelerin gerçekleştirilmesinde kolaylık meydana getirmektedir (Akbulut ve Terzi,2013: 44).

Yukarıda sayılan ihracatın ülkeye sağladığı katkılar sebebiyle Türkiye ihracata dayalı büyüme sürecine girme kararı almıştır. Bu kararların uygulamasının başlangıç noktası ise 24 Ocak 1980 tarihinde kabul edilen İstikrar Politikası Kararlarıdır. Bu tarihe kadar Türkiye’de uygulanan sanayi politikalarına bakıldığında ticaret kotalarının varlığını sürdürdüğü ve ülke içindeki talebe odaklı bir sanayi sisteminin olduğu görülmektedir. 24 Ocak kararları ile birlikte ihracata dayalı bir kalkınma ve sanayileşme dönemi başlamıştır. Bu dönem içerisinde devletin üstleneceği rol ise düzenleme ve denetleme faaliyetleri ile sınırlandırılmıştır (Altuntepe, 2011: 74). Bir diğer ifade ile devletin ekonomide sadece düzenleyici ve denetleyici unsur olarak kalması öngörülmüştür.

İmalat sanayinin gelişiminde oldukça önemli bir yere sahip olan 24 Ocak kararları ile birlikte devalüasyon yapılmasına ve günlük döviz kuru ilan edilmesine karar verilmiş; dış ticaretin serbest hale getirilmesi, yabancı sermaye yatırımlarının ülkeye çekilmesi gündeme getirilmiştir. Ayrıca tarım alanındaki destekleme alımlarının sınırlı hale gelmesi, sübvansiyon uygulamalarının belirli alanlar dışında kaldırılması, ithalatın liberalize edilmesi de ön görülmüştür. İmalat sanayi alanındaki önemli kararlardan biri de imalat yapan ihracatçılara ithal girdide gümrük muafiyeti getirilmesidir. Ayrıca vergi iadesi, düşük faizli kredi temin edilmesi gibi teşvik edici

politikalar uygulanmıştır. Kamu işletmelerinin zaman içerisinde özel kesime aktarılması ve bu işletmelerin özel girişimcilerin elinde daha verimli bir şekilde kullanılması önerilmiştir (Avcı, 2007: 63-74).

24 Ocak kararlarının ön gördüğü yapısal önlemler neticesinde ekonomide bazı olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin ihracatta artış gerçekleşmiş, toplam ihracat içinde sanayi ürünlerinin payı yükselmiştir. Ülkeye daha fazla yabancı sermaye gelmeye başlamıştır, turizmden elde edilen gelir artmıştır. Dış ödemeler açığı azalmıştır. İhracatın yanı sıra ithalatta da artış meydana gelmiştir. İthalattaki artışın en önemli sebeplerinden biri kısıtlayıcı engellerin azaltılmasıdır. Ancak istikrar kararlarının ardından ortaya çıkan bu olumlu tablo uzun süre devam edememiştir. Çünkü ithalatın artmasına rağmen reel üretim azalmıştır, öngörülen özelleştirme çalışmaları beklentiyi karşılayamamıştır, kamu kesiminde verimli ve etkin bir yapı oluşturulamamıştır. Ayrıca ülkede ortaya çıkan bazı bölücü faaliyetler de ekonominin üzerindeki yükü arttırmıştır. Bölücü faaliyetlerle mücadele etmek için savunma harcamalarına daha fazla kaynak ayrılmıştır. Bütün bu sebepler bir araya gelince yeniden olumsuz bir görüntü oluşmuştur, dış ticaret açığı giderek artmıştır (Karabıçak, 2000: 56).

1980 sonrası dönemdeki önemli gelişmelerden bir diğeri Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nın hazırlanmasıdır. 1979-1983 yıllarını içeren bu planın içeriğinde hızlı bir sanayileşme sürecinin gerekliliğinin altı çizilmiştir. Sanayileşme süreci ile birlikte ihtiyaç duyulan kaynak miktarı artmıştır. Bu kaynakların sağlanmasını kolaylaştıracak yasal düzenlemelere de planda yer verilmiştir. Sanayinin geliştirilebilmesi için yabancı sermayenin kaynak olarak kullanılması önerilmiştir. Yabancı sermayeyi özendirecek uygulamalar belirlenmiştir. Ayrıca tarım ve gıda sanayine öncelik verilmiştir. Tarımın ve gıda sanayinin gelişmesi için bu alanlara girdi sağlayan sanayi kollarının da gelişmesi gerektiği ortaya konmuştur. Ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için üretimde artışın, enerji kaynaklarının geliştirilmesinin gerekli olduğu gözler önüne serilmiştir (Güneş, 1994: 49). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda imalat sanayi ile ilgili de son derece önemli bir tespit yapılmıştır. Bu tespite göre imalat sanayinin daha çok iç pazara yönelik, küçük ölçekli, maliyetlerin yüksek olduğu, verimliliğin ve kalitenin düşük sayılabileceği bir yapıdan daha üst seviyedeki bir yapıya geçiş aşamasında bulunduğu belirtilmiştir (Köseoğlu, 2012: 79).

Hazırlanan kalkınma planlarının da etkisi ile 1980 yılından itibaren Türkiye’de köklü ve hızlı bir dönüşüm sürecine girildiği ve özel sektör yatırımlarının artırılması konusuna büyük önem verildiği söylenebilir. 1989-1992 yıllarını kapsayan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda özellikle imalat sanayi alanında yatırımların özel sektöre bırakılması gerektiği, kamunun yaptığı yatırımların imalat sanayinde sadece kalkınmada öncelik tanınan bölgelerle sınırlı kalması gerektiği maddesi yer almıştır (Şenses ve Kırım: 363).

Türkiye’nin tarihsel sürecinde derin izler bırakan olaylardan biri de 1994 krizi ve ardından gelen 5 Nisan kararlarıdır. Daha önce de belirtildiği gibi 24 Ocak kararları ile birlikte önce ekonomide bazı olumlu gelişmeler yaşanmış, ancak bir süre sonra tekrar sorunlar baş göstermiştir. Özellikle kamu kesiminde giderek büyüyen açıklar oluşmuştur. Bu açıkların giderilmesinde ise ya iç borçlanma ya dış borçlanma ya da MB kaynaklarının kullanımı yoluna gidilmiştir. İzlenen bu politikalar ise ülkedeki döviz rezervlerinin ciddi biçimde azalması sonucunu doğurmuştur. Yaşanan bu dönemin en belirgin özelliklerinden biri yüksek enflasyon oranlarıdır. Hem kamu açıklarının hem de enflasyonun giderek yükselmesi ile birlikte yerli paradan kaçış başlamıştır ve likidite sıkışıklığı ile karşı karşıya kalınmıştır. Ülke içindeki ekonomik sorunlara dış ülkelerden kaynaklanan gelişmeler de eklenince kriz kapıya dayanmıştır. 1990 yılında Irak, Kuveyt’i işgal etmiş; petrol fiyatları artmış; zaten yüksek olan enflasyon oranları daha da artmıştır. Bankalardan büyük miktarlarda mevduat geri çekilmiştir. Likidite sıkışıklığı krize yol açmıştır. Bu kriz bankacılık sektöründe ortaya çıkmış olsa bile kısa sürede reel sektörü de etkisi altına almıştır ve 1994 krizi olarak bilinen bir kriz süreci başlamıştır (Akdoğan, 2012: 195-196).

1994 krizinin ortaya çıkmasının ardından 5 Nisan 1994 tarihinde istikrar kararları kabul edilmiştir. Bu kararlar ile birlikte sıkı para ve kredi politikalarının uygulanması öngörülmüştür. Kamu harcamalarının kısılması, MB rezervlerinin artırılması ve para piyasalarının istikrarlı bir yapıya kavuşturulması temel amaçlar arasındadır. Bu amaçlar doğrultusunda devalüasyon uygulanmış, vergi düzenlemeleri yapılmıştır. Uygulanan politikalar neticesinde kamu kesimi borçlanma gereksinimi düşürülmüş, döviz ve sermaye piyasalarında istikrarın sağlanmasında olumlu sayılabilecek gelişmeler yaşanmıştır. Ancak ülkede siyasi istikrarsızlığın yaşanması, yüksek faiz oranlarından borçlanmanın devam etmesi, kamu açıklarının kapatılamaması gibi nedenler mali istikrarın sağlanmasını engellemiştir (Güney ve Ceylan, 2014: 150-

151). 5 Nisan istikrar programı ile istenilen başarı elde edilemeyince de 1998 yılında yeni bir program hayata geçirilmeye çalışılmıştır. Bu yeni programda güvene dayalı bir yapı kurma yoluna gidilmiştir. Vergi reformunun yapılması, özelleştirme çalışmalarına hız verilmesi, sosyal güvenlik sisteminde düzenlemelerin yapılması ön görülmüştür. Açık piyasa işlemlerinin ve bankalar arasındaki para piyasası işlemlerinin daha etkin bir biçimde kullanılması hedeflenmiştir. Kamu harcamalarının kısılması, vergi gelirlerinin ise arttırılması düşünülmüştür. Yapılan düzenlemeler neticesinde enflasyon oranında düşüş eğilimi sergilenmiştir. Örneğin 1998 yılının başında %92,5 olan enflasyon oranı, Eylül ayına gelindiğinde %65,9'a inmiştir. Ancak Asya ve Rusya krizlerinin ortaya çıkması ile birlikte olumlu gidişat devam edememiştir. 1997 yılının Haziran ayında Güney Kore, Tayland, Singapur gibi ülkeler devalüasyon uygulamıştır. Böylece TL aşırı değer kazanmıştır ve dış ticaret açığı büyümüştür. Bu krizden bir yıl sonra da Rusya krizi başlamıştır. Kriz sonucunda dünya mal ve hizmet talebinde daralma baş göstermiştir (Karabıçak, 2000: 58-59).

Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizleri ve bu krizleri takip eden dönem de Türkiye ekonomisinin tarihsel sürecinde önemli bir yere sahiptir. Söz konusu krizlerin ortaya çıkmasına sebep olan başlıca koşullar arasında Türk lirasının aşırı değerlenmesi, mali sektördeki sermaye yetersizlikleri, kamu bankalarının verdiği görev zararları sayılabilir. Yaşanan bu sıkıntılı süreç ödemeler sisteminde, menkul kıymetler piyasasında ve para piyasasında meydana gelen dar boğaz ile sonuçlanmıştır. Yaşanan darboğazın aşılması amacıyla bir program hazırlanmıştır. Mayıs 2001'de yürürlüğe konulan ve Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı adı verilen bu programın özellikle bankacılık sektörü ile ilgili düzenlemeler içerdiği söylenebilir. Türk bankacılık sektöründeki mevcut sorunları gidermeyi, sektörü sağlıklı ve rekabetçi bir yapıya kavuşturmayı amaçlayan bu program neticesinde bankacılık sektörü ile ilgili bazı aksaklıklar giderilebilmiştir. Ancak uzun vadeli sürece bakıldığında kalıcı çözümler sağlayamadığı gibi bir sonuç elde edilebilir (Bahar ve Erdoğan, 2011: 12-16).

2000 ve 2001 krizlerinin ardından 2008 yılında yeni bir kriz yaşanmıştır. Ancak bu kriz ABD kaynaklıdır. ABD kaynaklı olmasına rağmen kısa sürede dünya geneline yayılmış ve ülke ekonomilerini etkilemiştir. Krizin çıkış noktası konut piyasasına dayanmaktadır. ABD'de gelir düzeyi düşük ve kredi geçmişi zayıf kişilere verilen

ipoteekli konut kredilerinde neredeyse bir patlama yaşanmıştır. Ancak verilen bu kredilerin yüksek risklere sahip olması, zaman içinde ülkeyi krize doğru sürüklemiştir. Kriz giderek derinleşmiş ve bütün dünyaya dalga dalga yayılmıştır. Sadece gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş olarak kabul edilen ülkelerde de olumsuz sonuçlar ortaya çıkmıştır. Türkiye de krizin etkilerinden kurtulamamıştır. Küresel krizin Türkiye’deki etkileri özellikle 2008’in ikinci yarısından itibaren belirgin hale gelmiştir. İhracatta düşüşler yaşanmış, ekonomide daralma ile karşı karşıya kalınmıştır. İnşaat sektörü, imalat sektörü, toptan ve perakende ticaret sektöründe ciddi küçülme gözlenmiştir. Krizin etkisi ile birlikte bütçe açığında ve işsizlik oranlarında da artış yaşanmıştır. Ancak 2009 yılının dördüncü çeyreğinden itibaren Türkiye ekonomisinde toparlanma sürecine girilmiştir. Hem istihdam ve üretimde hem de dış ticarete yükseliş başlamıştır (Kutlu ve Demirci, 2011: 121-132). 2008 krizinin imalat sanayine olan etkileri ileriki bölümlerde daha ayrıntılı olarak incelenecektir.

Türkiye çeşitli kriz dönemlerinden geçmiş ve sıkıntılı süreçler yaşamış olsa da bu olumsuz tablolar ile mücadele etmeye çalışmıştır. Nitekim Türkiye’nin özellikle sanayi alanına ait büyük hedefleri vardır. Bu hedeflerin başlıcaları ise uluslararası piyasalarda yüksek rekabet gücüne sahip bir sanayi sektörü oluşturabilmek, ileri teknoloji ürünlerin üretimini ve ihracat içindeki paylarını arttırabilmek, Ar-Ge harcamalarını milli gelirin %3’üne denk gelecek şekilde yükseltmek, yerli otomobil üretimini gerçekleştirmek ve Türkiye’yi otomotiv merkezi yapabilmektir. Ayrıca sanayi verimliliğinin yüksek seviyelere ulaştırılması da temel hedefler arasındadır. Bu amaçlara ulaşabilmek için bazı önemli eksikliklerin olduğu, imalat sanayinde ülkenin henüz istenilen düzeye ulaşamadığı Onuncu Kalkınma Planı’nda da belirtilmiştir. 2014-2018 yıllarını kapsayan Onuncu Kalkınma Planı’nda Türkiye’nin sanayi hedeflerine ayrıntılı olarak değinilmiştir. Bu planda yer alan temel unsurlar şöyle açıklanabilir: Türkiye günümüzde hala yüksek teknoloji üretim sürecini tam anlamıyla gerçekleştirememiş bir ülkedir. Türkiye’nin orta teknoloji sanayi üretiminden yüksek teknoloji üretim seviyesine çıkması zorunludur. Bu durum aynı zamanda ülkenin 2023 yılına ait hedeflerinden bir tanesidir. Ayrıca dünyanın en büyük on ekonomisinden biri olmak, kişi başı geliri ve halkın refah seviyesini yükseltmek gibi hedefler de tanımlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014a: 6-7).

2.6. Türk İmalat Sanayi İle İlgili Temel Göstergeler

Bu bölümde imalat sanayi ile ilgili ele alınacak olan göstergeler üretim, istihdam, iş yeri sayıları, dış ticaret ve kapasite kullanım oranlarıdır. Bu göstergelerin yıllar içinde nasıl bir seyir izlediği sayısal veriler yardımıyla gösterilmeye çalışılacaktır. Ayrıca her bir gösterge 1980 öncesi ve sonrası olmak üzere iki ayrı alt başlık biçiminde incelenecektir. 1980 yılından itibaren Türkiye'nin dışa açılmaya ve ihracata dayalı politikalar izlemeye başladığı daha önce de belirtilmişti. 1980 öncesi ve sonrası dönemin ayrı ayrı ele alınmasıyla birlikte uluslararası rekabetin ve dış dünyaya entegrasyon sürecinin imalat sanayinde nasıl bir değişim yarattığının karşılaştırmalı analizini yapmak mümkün olacaktır.

2.6.1. Üretim

Türkiye'de imalat sanayinin üretim konusunda sergilediği performans ülke ekonomisinin bütünü açısından büyük öneme sahiptir. Çünkü imalat sanayine ilişkin üretim değerlerinde olumsuz bir seyir izlenmesi halinde ülkenin GSYİH, istihdam oranı gibi temel ekonomik göstergelerinde daralma ve istikrarsızlaşma ortaya çıkabilmektedir. İmalat sanayi üretimi artış gerçekleştirdiğinde ise ekonomik göstergeler pozitif bir eğilime sahip olmaktadır. Bu durum imalat sanayinin üretim performansına verilmesi gereken önemi de ortaya koymaktadır (Corut, 2013: 145-146).

Sanayi üretim endeksi, sanayi sektöründeki gelişmelerin belirli dönemler itibariyle incelenmesini mümkün hale getirmektedir. İzlenen dönemler aylık olabileceği gibi üçer aylık zaman dilimleri şeklinde de olabilir. Sanayi üretim endeksi, sektöre ait üretim durumunun zaman içinde nasıl bir değişim gerçekleştirdiğini gözler önüne sermekle birlikte ülke ekonomisinin konjonktürel durumuna ilişkin bilgi de vermektedir. Sanayi üretim endeksi verilerinin analiz edilmesi ve yorumlanması, izlenecek politikaların ve yatırım kararlarının belirlenmesinde yol gösterici bir niteliğe sahip olması nedeniyle son derece önemlidir (TÜİK, 2014: 239).

İmalat sanayine ait üretim endeksi verileri 1980 öncesi ve sonrası olmak üzere iki alt başlık şeklinde incelenecek ve imalat sanayinin üretim durumunda yıllar içinde meydana gelen değişimler açıklanmaya çalışılacaktır.

2.6.1.1. 1980 Öncesi Dönem

1980 öncesi dönemde imalat sanayinde üretilen mallara bakıldığında 1960'lı yıllarda tüketim malları ağırlıklı bir üretimin gerçekleştirildiği görülmektedir. 1970'lere gelindiğinde ise dayanıklı tüketim mallarının ve ara malların üretiminde artış yaşanmıştır. Bu artışa rağmen 1980 öncesi dönemin genel bir değerlendirmesi yapılacak olursa imalat sanayinde tüketim mallarının ağırlıklı olarak üretildiği ifade edilebilir. Yapılan imalat sanayi üretiminin teknolojik yapısı göz önüne alındığında ise düşük teknoloji ürünlerin yoğun olarak üretildiği dikkati çekmektedir. Hatta bu durum 1980 yılından sonra da devam etmiş ve 1990'lı yıllara kadar Türkiye'de düşük teknoloji düzeyinde üretim yapan bir imalat sanayi yapısı sergilenmiştir. 1962 yılında imalat sanayinin bileşiminin %62,3'ü tüketim mallarından, %27,8'i ara mallardan, %9,9'u ise yatırım mallarından oluşmaktadır. 1972 yılında ise imalat sanayi içinde tüketim mallarının oranı %53,2, ara malların oranı %33,9 ve yatırım mallarının oranı %12,9 olarak gerçekleşmiştir (Narin, 2008: 18-19). Görüldüğü gibi on yıllık bir süreçte tüketim mallarının oranı azalırken ara malların ve yatırım mallarının oranı yükselmiştir. Ancak ara mal ve yatırım malı gruplarında bir üretim artışı yaşanmış olsa bile hala tüketim mallarının ağırlığının devam ettiği bir imalat sanayi yapısı vardır.

2.6.1.2. 1980 Sonrası Dönem

24 Ocak 1980 kararları ile birlikte Türkiye' de dışa açılma süreci başlamış ve ihracata dayalı politikalara yönelme yaşanmıştır. Alınan kararlar çerçevesinde kamu sektörü imalat sanayi alanına yatırım yapmaktan vazgeçmiş; yatırımlarını enerji, ulaştırma ve haberleşme sektörlerine kaydırmıştır. Özel sektör ise konut sektörüne yatırım yapmayı tercih etmiştir. Dolayısıyla imalat sanayine yapılan yatırımlarda bir düşüş gerçekleşmiştir. Ancak bu düşüşe rağmen 1980-1989 yılları arasında imalat sanayi üretiminde artış meydana gelmiştir. Yapılan yatırımların azalmasına karşın üretimin artması son derece dikkati çeken bir durumdur. Bu durumun temel nedenleri ise ithalattaki tıkanıklıkların giderilmesi ve imalat sanayinde kapasite kullanım oranının %70'in üzerine çıkmasıdır. İmalat sanayi üretimindeki artış 1990 sonrasında da devam etmiştir. 1990 yılından itibaren imalat sanayindeki doğrudan yabancı yatırımlar artmaya başlamıştır. Bu durum üretimin de yükselmesini sağlamıştır (Aytemiz, 2005: 45).

1990 yılı ve sonrasında Türkiye’de finansal serbestleşme süreci hızlanmıştır. Finansal serbestleşme sürecinin imalat sanayi üzerinde çeşitli olumsuz etkileri ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan olumsuzluklar neticesinde imalat sanayinin rekabet gücü zayıflamıştır. Kamu mali dengesinin bozulması ile birlikte kamu yatırımları sektöre uğramıştır, faiz oranlarının yüksek değerlere ulaşması özel yatırımların da önünü kesmiştir, yüksek enflasyon oranlarıyla karşı karşıya kalınmıştır ve Türk lirası aşırı şekilde değerlenmiştir. Yaşanan bütün bu gelişmeler Türk imalat sanayini olumsuz etkilemiştir (Kuzu, 2013: 82).

1980 sonrası dönemde Türkiye ekonomisini derinden etkileyen üç tane önemli kriz yaşanmıştır. Bunlar 1994, 2001 ve 2008 krizleridir. Dolayısıyla imalat sanayine ilişkin üretim durumundan bahsederken bu krizlerin yarattığı etkiler göz ardı edilemez. Daha önceki kısımlarda söz konusu krizler genel olarak ele alınmıştı. Burada ise her bir krizin özellikle üretim durumu üzerindeki etkisi incelenecektir.

1994 krizinin ortaya çıkmasının ardından mal piyasasında talep daralması meydana gelmiştir. Yaşanan talep daralması bütün sektörleri, özellikle de imalat sanayine ait sektörleri olumsuz olarak etkilemiştir. Makine sanayinde üretim neredeyse yarı yarıya düşmüştür. Sanayi alanında yaşanan üretim düşüşü neticesinde büyük sanayi kuruluşlarında işten çıkarmalar başlamıştır. Bu dönemde sanayi kuruluşlarında çalışırken işini kaybedenlerin sayısı 500-600 bin kişiyi bulmuştur. GSMH değerlerinde azalış yaşanmıştır. Ekonomideki bu kötü gidiş, 1995 yılının ikinci çeyreğine kadar devam etmiş ve bu dönemden itibaren olumlu bir seyir izlenmeye başlamıştır. Ülke ekonomisindeki toparlanmanın temel sebebi ise toplam yurt içi talepte meydana gelen yükseliştir (Turan, 2011: 62-67).

İmalat sanayine ilişkin üretim durumunun değerlendirilmesinde 2001 krizinin etkilerinden de bahsetmek gerekir. 2000 yılının genelinde imalat sanayi üretimi %5,7 oranında yükselmiştir. Üretimdeki bu yükseliş 2001 yılının Ocak ayında da sürmüştür. Ancak 2001 yılının Şubat ayından başlayarak imalat sanayi üretiminde düşüş başlamıştır. Üretimdeki düşüş 2002 yılının Mart ayına kadar devam etmiştir. 2002’nin Mart ayından itibaren ise üretimde yükseliş eğilimine girilmiştir. İmalat sanayi üretimi 2001 yılında %9,7 oranında azalmış, 2002 yılında ise %10,7 oranında artış gerçekleştirmiştir. Gerçekleştirilen artış ile birlikte imalat sanayi üretimi kriz öncesi seviyesine yeniden ulaşmıştır (Yükseler, 2009: 14).

Sayısal verilerden faydalanarak 1994 ve 2001 krizlerinin imalat sanayi üzerindeki etkileri daha iyi anlaşılabilir.

Tablo 1’de 1987-2005 yılları arasındaki imalat sanayi üretim endeksi göstergeleri yer almaktadır. Söz konusu veriler yardımıyla 1994 ve 2001 krizlerinin üretim endeksine yansımaları hakkında fikir sahibi olunabilir. Bu dönemde 1997 yılı baz yıl olarak belirlenmiştir.

Tablo 1: 1987-2005 Yılları Arasındaki İmalat Sanayi Üretim Endeksi (1997=100)

Yıl	Üretim Endeksi	Yıl	Üretim Endeksi
1987	61,1	1997	100
1988	61,8	1998	100,1
1989	63,1	1999	95,9
1990	69,1	2000	102,1
1991	70,3	2001	92,4
1992	73,3	2002	102,5
1993	79,7	2003	112,0
1994	73,1	2004	123,0
1995	83,0	2005	129,6
1996	89,2		

Kaynak: TÜİK, 2014, İstatistik Göstergeler 1923-2013, ss. 308

Tablodaki sayısal verilerden de görüldüğü gibi Türkiye’de imalat sanayi üretim endeksi 1987 yılından 1994 yılına kadar giderek artan bir seyir izlemiştir. 1993 yılında 79,7 olarak gerçekleşen üretim endeksi, 1994 yılında 73,1 seviyesine gerilemiştir. Bu azalışta 1994 yılında yaşanan ekonomik krizin çok önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Ancak daha önce de belirtildiği gibi 1995’in ikinci arısından itibaren toparlanma sürecine girilmiştir. Bu toparlanma süreci 1995 yılındaki imalat sanayi üretim endeksi verilerine de yansımış ve bu yılda 1994 yılına göre önemli bir artış kaydedilmiştir.

2001 krizinin imalat sanayine yaptığı olumsuz etki de üretim endeksi verilerinde görülmektedir. İmalat sanayi üretim endeksi 2000 yılında 102,1 olarak hesaplanmış, 2001 yılında ise 92,4’e düşmüştür. 2001 krizinin yarattığı bu düşüş çok uzun süre

devam etmemiş ve 2002 yılında tekrar yükselişe geçilmiştir. Yükseliş eğilimi 2006 yılına kadar düzenli bir şekilde devam etmiştir.

1980 sonrası dönemde Türkiye ekonomisini ve imalat sanayini etkileyen bir diğer önemli gelişme de 2008 krizidir.

2008 küresel krizi Türk imalat sanayi üretim endeksinde daralmanın yaşanmasına sebep olmuştur. Bu daralmanın en şiddetli olduğu zaman dilimi ise 2008-2009 dönemidir. İmalat sanayi üretim endeksi, 2009 yılının birinci çeyreğinde 2008 yılının ikinci çeyreğine göre yaklaşık %30 oranında azalmıştır. Küresel kriz Türkiye'deki imalat sanayi üretiminde olumsuz etkilere sebep olmuştur. Bu etkinin yüksek boyutlara ulaşmasının temel nedeni ise ülkemizdeki imalat sanayi alt sektörlerinin tamamına yakınında inovasyon ve Ar-Ge harcamalarının yeterli düzeyde yapılmıyor olmasıdır. Böylece üretim sürecinde hem dışa bağımlılık artmaktadır hem de yüksek teknolojlili ürünlerin üretiminin istenilen seviyelere ulaşması sağlanamamaktadır. Dolayısıyla kriz dönemlerinde imalat sanayinde istikrarlı üretim süreci bozulmaktadır (Corut, 2013: 147-150).

2008 krizinin üretim endeksine etkilerinin daha iyi anlaşılması için tablo 2'de 2006 ve 2015 arası yıllara ait veriler gösterilmiştir. Tabloda aylık imalat sanayi üretim endeksi verilerinin ortalaması yer almaktadır ve 2010 yılı baz yıldır.

Tablo 2: 2006-2015 Yılları Arasında Aylık İmalat Sanayi Üretim Endeksi Ortalaması (2010=100) (NACE Rev.2)

Yıl	Üretim Endeksi
2006	92,4
2007	98,9
2008	98,3
2009	88,6
2010	100,0
2011	110,1
2012	112,9
2013	116,3
2014	120,5
2015	124,3

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, <http://www.kalkinma.gov.tr> [12.02.2017]

2008 yılında imalat sanayi üretim endeksi 98,3 olarak hesaplanmıştır. Ancak bu değer 2009 yılında 88,6 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2008 yılında başlayan ve giderek derinleşen küresel krizin bu azalıştaki temel neden olduğu ifade edilebilir. Ancak krizin etkilerinin aşılarak yeniden üretim endeksinde artış meydana geldiği görülmektedir.

2008 krizinin, Türkiye'deki sanayi sektöründe yarattığı etki çok büyük olmuştur. 2009 yılının şubat ayı verilerine göre sanayi üretimi dörtte bir oranında azalmıştır ve bu azalma son yıllarda gerçekleşen en büyük küçülmedir. 2008 yılındaki küresel krizin etkisiyle meydana gelen bu küçülme 1994 ve 2001 kriz dönemleri ile karşılaştırıldığında çok daha büyüktür (Ertuğrul, İpek ve Çolak, 2010: 64).

Görüldüğü gibi 1980 sonrası dönemde imalat sanayi üretimindeki düzenli artışı bozan üç tane temel kriz yaşanmıştır. Bunlar 1994, 2001 ve 2008 krizleridir. Bu krizlerin etkisiyle imalat sanayi üretim endeksinde gerileme yaşanmış; ancak yaşanan gerileme çok uzun sürmemiş ve olumsuzluklar giderilerek yeniden artış durumuna geçilebilmiştir. Genel olarak bakıldığında bu kriz dönemleri dışında Türk imalat sanayinin üretimini giderek artırdığı dikkati çekmektedir.

2.6.2. İstihdam

Bir ülkede sanayileşmenin en önemli göstergelerinden biri sanayi sektörünün milli gelir içindeki payının artmasıdır. Sanayileşme sürecindeki ülkelerde genel olarak sanayi ve hizmet sektörlerinin milli gelir içindeki payları artarken, tarım sektörünün payı azalmaktadır. Aynı durumun istihdam konusu için de geçerli olduğu söylenebilir. Toplam iş gücü içerisinde sanayi ve hizmet sektörlerinin paylarının artması, buna karşılık tarım sektörünün payının azalması bir ülkenin sanayileşme sürecinde olduğunun önemli bir sinyalidir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 26-27). Bu nedenle Türk imalat sanayisinde istihdamla ilgili göstergelerin nasıl değiştiği tıpkı üretim durumunda olduğu gibi 1980 öncesi ve sonrası olmak üzere iki alt başlıkta incelenecektir.

2.6.2.1. 1980 Öncesi Dönem

1970 yılında istihdam edilen toplam iş gücü içerisinde tarım sektörünün payı %64, sanayi sektörünün payı %16, hizmet sektörünün payı ise %20'dir. Aynı yıl sanayi sektörü içinde istihdam edilenlerin %62,1'i imalat sanayindedir, imalat sanayini %30'luk payı ile inşaat sektörü takip etmektedir. 1980 yılında ise tarımın istihdamdaki payı %54'e gerilemiştir. 1980 yılında sanayi sektörünün toplam istihdam içindeki payı %20, hizmetler sektörünün payı da %26 olarak gerçekleşmiştir. Sanayinin alt sektörlerine bakılacak olursa yine en büyük istihdamı imalat sanayi yaratmıştır. 1980'de sanayi sektöründe sağlanan istihdamın %65,1'i imalat sanayine aittir. İmalat sanayini sırası ile inşaat, madencilik ve elektrik sektörleri takip etmektedir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 27). 1970 ile 1980 arasındaki on yıllık süreçte tarımın toplam istidam içerisindeki payı %64'ten %54'e gerilemiş olsa da 1980 yılında hala iş gücünün yarısından fazlası tarım sektöründe çalışmaktadır. Bu dönemde hem sanayinin hem de hizmetler sektörünün istihdam yaratma kapasitesi yükselmiştir. Ancak her iki yılda da hizmetler sektörünün istihdamdaki payının sanayi sektöründen daha yüksek olduğu dikkati çeken bir noktadır.

2.6.2.2. 1980 Sonrası Dönem

1980 sonrası dönemde imalat sanayindeki istihdam durumu teknolojik açıdan incelenecek olursa özellikle 1980 ile 2001 yılları arasında düşük teknoloji üretim

yapan sanayilerin istihdam paylarında artışların yaşandığı görülmektedir. Aynı dönemde orta ve yüksek teknolojiler kullanarak üretim gerçekleştiren sanayilerin istihdam paylarında azalış meydana gelmiştir. Bunun temel nedeni ise düşük teknolojili sanayilerin toplam imalat sanayi üretimi içindeki paylarının yüksek olmasıdır. Orta teknolojili sanayilerin toplam imalat sanayi istihdamı içindeki payı 1980 yılında %25,8 olarak gerçekleşmiştir, bu rakam 2001 yılında %22,3 seviyesine gerilemiştir (Aytemiz, 2005: 46-47).

Türk imalat sanayinde istihdam artış hızı yavaş bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu durum sektörel gelişmeler ve yatırım konusundaki tercihlerden kaynaklanmaktadır. 1980 sonrası dönemde kamu sektörü imalat sanayinden çekilmeye başlamıştır. Özel sektör ise yatırım yapmak için imalat sanayini değil, istihdam kapasitesinin düşük olduğu sektörleri tercih etmiştir. Bu gelişmeler neticesinde imalat sektörünün istihdam kapasitesinde hızlı bir yükseliş gerçekleşmemiştir (Avcı, 2007: 91).

1994 krizi, Türk imalat sanayinin istihdam yapısını olumsuz etkilemiştir. Bu krizin etkisiyle işsizlik oranlarında artış yaşanmıştır. 1994 yılında işsizlik oranlarının en yüksek olduğu sektörler bakılacak olursa ilk iki sırada inşaat ve bayındırlık işleri vardır. Bu sektörleri imalat sanayi takip etmektedir (Görmezöz, 2007: 86).

2008 küresel krizi ise hem dünyadaki hem de Türkiye'deki emek piyasalarında olumsuz etkiler yaratmıştır. Krizin etkisiyle pek çok ülkede ekonomik faaliyetler daralmış, talepte düşüşler meydana gelmiştir. Bu durum Türkiye'nin üretim durumunu da etkilemiştir, üretimin azalması ile birlikte çeşitli kuruluşlarda çalışanların işten çıkarıldığı bir sürece girilmiştir. İşten çıkarılmalar özellikle ihracata dayalı üretim yapan kuruluşlarda yaşanmıştır. Tekstil ve beyaz eşya sektörleri işçi çıkarma yoluna giden sektörlerin başında gelmektedir. Dolayısıyla 2008 krizinin Türkiye'de işsizliğin artmasına ve istihdam yaratma olanaklarının daralmasına neden olduğu ifade edilebilir. Krizin emek piyasasındaki etkisinin 2008 yılının Eylül ayından itibaren daha fazla etkisini gösterdiği ve bu dönemden itibaren Türkiye'de işsizlik oranlarının giderek arttığı gözlenmiştir. 2009 Şubat ayında en yüksek işsizlik oranı kaydedilmiştir ve bu oran %16,1'dir. 2009 yılının Mart ayından itibaren ise işsizlik azalma eğilimine girmiştir (Ertuğrul, İpek ve Çolak, 2010: 65).

İmalat sanayinde istihdam edilenlerin sayısının 1980 sonrası dönemde nasıl bir gelişme gösterdiği tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3: 1981 ile 2015 Yılları Arasında İmalat Sanayinde İstihdam Edilenler (15+ Yaş) (Bin)

Yıl	İstihdam Edilenler (Bin Kişi)	Yıl	İstihdam Edilenler (Bin Kişi)
1981	2073	2003	3663
1985	2339	2005	3994
1988	2550	2008	4235
1990	2625	2009	3949
1992	2949	2010	4215
1994	3013	2011	4367
1995	3027	2012	4420
1997	3445	2013	4632
1999	3555	2014*	4936
2000	3638	2015*	4956

Kaynak: TÜİK, İstatistik Göstergeler, 2014, 1923-2013, ss. 133-134

*TÜİK, İşgücü İstatistikleri, <http://www.tuik.gov.tr> [24.10.2016]

Tablodaki verilerden de görüldüğü gibi 1981 ile 2015 yılları arasında imalat sanayinde istihdam edilen 15 yaş üstündeki kişilerin toplam sayısı giderek yükselmiş ve düzenli bir artış sergilemiştir. Bu dönem içinde imalat sanayinde istihdam edilenlerin sayısındaki tek azalma 2009 yılında yaşanmıştır. Diğer yıllarda her yıl bir önceki yıla göre istihdam edilenler artmıştır. 2009 yılında yaşanan azalışın temelinde ise küresel ölçekte yaşanan ekonomik krizin olduğu ifade edilebilir. Kriz nedeniyle üretim hacmini daraltmak zorunda kalan ve işçi çıkaran iş yerleri olmuştur. Ancak tablodaki veriler incelendiğinde istihdamdaki bu azalışın geçici olduğu ve 2009 sonrasında imalat sanayinde istihdam edilenlerin sayısının yeniden yükselişe geçtiği görülmektedir. 1981 yılında 2073 bin kişi olan imalat sanayinde istihdam edilenler, 1994 yılında 3013 bin kişi olmuş, 2008 yılında da 1981 yılındaki değerin iki katını aşmıştır. 2015 yılında ise imalat sanayinde istihdam edilen kişilerin sayısı 1981-2015 arasındaki dönemin en yüksek değerine ulaşmıştır. Bu değer 4956 bin kişidir.

İmalat sanayinin istihdam durumu incelenirken Ar-Ge faaliyetlerinde istihdam edilenlerin sayısı ve bu sayının yıllar içinde nasıl bir seyir izlediği de ele alınmalıdır. Çünkü gelişen teknoloji ile birlikte Ar-Ge çalışmalarının önemi her geçen gün artmaktadır. Modern ekonomiler genellikle yeni teknolojiler ve yeni fikirler tarafından yönlendirilmektedir. Fiziksel sermaye birikiminin önemi ise azalmaktadır.

Bir ülkede yenilik üretme kapasitesi yüksekse bu ülkenin rekabet gücü yükselir, ülke ekonomisi güçlenir ve yabancı yatırımlar için daha cazip bir ortam haline gelir (Prodan, 2005: 6).

Tablo 4'te 2009-2013 yılları arasında imalat sanayi Ar-Ge faaliyetlerinde çalışan kişiler ile ilgili veriler yer almaktadır.

Tablo 4: 2009-2013 Yılları Arasında İmalat Sanayinde Ar-Ge Faaliyetlerinde Çalışanlar(Kişi)

Yıl	Araştırmacı	Teknisyen	Diğer destek	Toplam
2009	13.085	7.371	2.989	23.445
2010	13.242	8.120	3.226	24.588
2011	16.036	9.348	5.301	28.781
2012	17.433	10.309	3.592	31.334
2013	19.140	10.353	3.932	33.425

Kaynak: İstanbul Sanayi Odası, Mobilya İmalatı Sanayi, Sektör Raporu, 2015, ss. 14

Tablodaki verilerden de görüldüğü gibi imalat sanayinde Ar-Ge faaliyetlerinde çalışanların toplam sayısı giderek yükselmiştir. 2009 yılında imalat sanayinde Ar-Ge çalışmalarında istihdam edilenlerin sayısı 23.445 kişi iken 2013 yılına gelindiğinde bu sayı 33.425 kişiye çıkmıştır. Araştırmacı ve teknisyen elemanı olarak çalışanların sayısı da yıllar içinde düzenli bir artış sergilemektedir. Ancak diğer destek elemanı sayısında 2012 yılında bir önceki yıla göre azalma olmuştur, 2013'te ise yeniden artış meydana gelmiştir.

İmalat sanayinde Ar-Ge faaliyetlerinde çalışanların toplam sayı içindeki dağılımı dikkate alınacak olursa araştırmacı olarak çalışanların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Araştırmacıların ardından gelen grup ise teknisyenlerdir. Örneğin 2013 yılında Ar-Ge faaliyetlerinde çalışan 33.425 kişi arasında araştırmacıların sayısı 19.140'tır, teknisyenler 10.353 kişi ve diğer destek elemanları 3.932 kişidir.

2.6.3. İşyeri Sayıları

İşyeri sayıları, imalat sanayi için son derece önemli bir göstergedir. Ülkede yeni işyerlerinin açılmasının imalat sanayinde daha fazla üretim yapılmasını sağlayacağı, üretimin artmasının da daha fazla istihdam olanağı yaratılmasını beraberinde getireceği beklenebilir.

2.6.3.1. 1980 Öncesi Dönem

1980 öncesi dönemde imalat sanayinde işyeri sayıları ile ilgili veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tablo 5'te 1950 ile 1980 arasındaki dönemde imalat sanayindeki işyeri sayılarının toplamı verilmiştir.

Tablo 5: 1950-1980 Yılları Arasında İmalat Sanayinde İşyeri Sayıları (Adet)

Yıl	İşyeri Sayısı
1950	2618
1955	4262
1960	5503
1965	3243
1970	4820
1975	6068
1978	7135
1980	8710

Kaynak: TÜİK, 2014, İstatistik göstergeler 1923-2013, ss. 250-252

Türkiye’de 1950 yılında 2618 olan imalat sanayine ait işyeri sayısı on yıllık bir süreçte büyük artış göstermiş ve 1960 yılında 5503’e ulaşmıştır. Ancak 1960-1965 yılları arasında işyeri sayılarının azaldığı dikkati çekmektedir. Tablodaki verilerden bu azalışın uzun yıllar boyunca devam etmediği ve 1965’ten itibaren yeniden artış eğilimine geçildiği görülmektedir. İşyeri sayılarındaki artış 1980 yılına kadar düzenli bir şekilde devam etmiştir. 1980 yılına gelindiğinde imalat sanayi bünyesinde faaliyet gösteren işyeri sayısı 8710’a yükselmiştir.

İşyerlerinin toplam sayısı kadar bu işyerlerinin özel sektör ve devlet sektörü arasındaki dağılımı da çok önemlidir. 1960-1965 yılları arasında toplam işyeri sayılarında ve bununla birlikte özel sektöre ait işyeri sayılarında azalış yaşanmıştır; aynı dönemde devlete ait işyeri sayısı ise azalmak yerine artış sergilemiştir. 1960-1965 döneminde özel sektördeki işyeri sayısı 5284’ten 2944’e gerilemiştir, devlet sektöründeki işyeri sayısı ise 219’dan 299’a çıkmıştır. 1965’ten itibaren 1980 yılına kadar özel sektördeki işyeri sayısı giderek yükselmiştir ve 1980 yılında sekiz bini aşmıştır (TÜİK, 2014: 250-252). Ancak unutulmaması gereken nokta, özel sektör ile kamu sektörünün birbirinin alternatifi olarak görülmemesi gerektiğidir. Özel sektör

ve kamu sektörü birbirini tamamlayan unsurlardır. Önemli olan iki kesim arasında doğru dengeyi kurabilmektir (Stiglitz, 2003: 10).

2.6.3.2. 1980 Sonrası Dönem

1980 sonrası dönemde imalat sanayindeki işyeri sayılarının değişimi son derece önemlidir. 1980 sonrasında ihracata dayalı bir sanayileşme politikası uygulanmaya başlamıştır. Bu dönemde imalat sanayinde üretim endeksinin ve istihdam edilenlerin yükseldiği önceki bölümlerde ifade edilmişti. Peki, imalat sanayindeki iş yeri sayılarında nasıl bir tablo oluşmuştur?

Tablo 6’da 1981-2014 yılları arasında imalat sanayindeki iş yerlerinin toplam sayısı gösterilmektedir.

Tablo 6: 1981-2014 Yılları Arasında İmalat Sanayine Ait İşyeri Sayıları

Yıl	İşyeri Sayısı
1981	9 193
1984	8 779
1987	9 414
1990	8 871
1992	11 201
1995	10 229
1997	11 372
2000	11 118
2001	11 311
2005*	234 275
2008*	273 154
2010*	321 652
2012*	262 197
2014**	333 099

Kaynak: TÜİK, 2014, İstatistik göstergeler, 1923-2013: 250-252.

*Azazi, 2015: 63.

**Türkiye Kalkınma Bankası, 2016:1.

1981-2014 yılları arasında imalat sanayindeki işyeri sayılarında dalgalanmaların olduğu görülmektedir. Bazı yıllar artış meydana gelmiş, bazı yıllarda ise işyeri sayıları azalmıştır. Bu nedenle işyeri sayısında düzenli bir artışın yaşandığı

söylenemez. Dikkati çeken nokta ise 2001 ile 2005 yılları arasındaki büyük farktır. 2001 yılında imalat sanayindeki işyeri sayısı 11 311'dir. Ancak 2005 yılına gelindiğinde iş yeri sayısı 234 275'e çıkmıştır. 2014 yılında ise imalat sanayinde faaliyet gösteren işyeri sayısı 333 099 olmuştur.

2.6.4. Dış Ticaret

Dış ticaret, bir ülkenin ekonomik olarak gelişmesine yaptığı katkı yönünden son derece önemlidir (Ayaş ve Çeştepe, 2010: 259). Bütün dünyaya yayılan küreselleşme olgusu ile birlikte dış ticaretin önemi giderek daha fazla artmaktadır. Dış ticaret uluslararası ilişkilerin artmasına, dünyanın farklı bölgelerinde bulunan üretici ve tüketici gruplarının ticari ilişkiler paydası etrafında bir araya gelmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca dış ticaret ile birlikte bir ülkede ulusal gelirin ve refah seviyesinin yükselmesi de mümkündür (Şentürk, 2007: 5).

Son otuz-kırk yıldır dünya ticaretinin yapısında önemli değişimler meydana gelmiştir. 1970'lerden önce gelişmekte olan ülkeler sanayi mallarından ziyade temel üretim mallarının ihracatını yapmaktaydılar. Bir diğer ifade ile 1970'lerden önce gelişmekte olan ülkeler sanayi mallarının ihracatında pek varlık gösterememekteydiler. Ancak zaman içinde gelişmekte olan ülkeler sanayi malları ihracatlarını büyük oranda yükselttiler ve bu alanda dünyanın önde gelen ihracatçıları olma noktasına geldiler (Krugman, 2008: 103). Bu durumun rekabet gücü açısından dünyadaki dengeleri değiştirdiği de söylenebilir.

Dış ticaret, Türkiye'nin de önem verdiği ve uluslararası piyasalarda rekabet gücünü yükseltmeye çalıştığı bir alandır. Türkiye'nin dış ticaretinde imalat sanayinin çok büyük bir payı vardır. Bu bölümde, imalat sanayinde dış ticaret ile ilgili göstergelerin zaman içinde nasıl bir değişiklik sergilediği açıklanmaya çalışılacak ve gelecekle ilgili hedeflere de yer verilecektir.

2.6.4.1. İhracat

İmalat sanayine ilişkin ihracat durumu da 1980 öncesi ve sonrası olmak üzere ayrı ayrı incelenecektir. Böylece 1980 sonrasında uygulanmaya başlayan ihracata dayalı sanayi politikalarının etkisi daha doğru bir şekilde görülebilir.

1980 öncesi döneme bakılacak olursa, Türkiye’de 1960-1979 yılları arasında ithal ikameci kalkınma stratejisi uygulanmıştır. İthal ikameci politikalar, iç piyasanın ihtiyacını karşılayabilecek üretimi gerçekleştirmek ve ithal edilen ürünlerin yerine yerli ürünlerin tercih edilmesini sağlamak amacını taşımaktadırlar. Böylece ülkede döviz tasarrufu da sağlanmış olmaktadır. Bu dönemde Türkiye’de sanayileşme sürecinin sermaye ithalatı ile gerçekleştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Çünkü Türkiye söz konusu dönemde tasarruf oranının düşük olmasına rağmen yatırım talebinin yüksek olduğu bir ülke konumundadır. İçinde bulunulan koşullar da sermayenin ithal edilmesini gerekli kılmıştır (Kartal ve Acaroğlu, 2014: 149-150). Ancak ithal ikameci politikaların eleştirilen yanları da vardır. İthal ikameci politikalar bir taraftan yerli sanayinin güçlenmesine katkı sağlamakta, bir taraftan da ihracatçılara zarar vermektedir. Çünkü ithal ikameci sektörler ihracatçı sektörlerle göre daha avantajlı bir konuma gelmektedirler. Ayrıca ithal ikameci politikalar ülkenin daha fazla dışa bağımlı bir yapıya bürünmesine neden olmaktadır. İthal ikameci politikalarla sadece tüketim malı ithalatı azalmaktadır. Ara mal, yatırım malı ve teknoloji ithalatı ise artmaktadır (Kundak, 2015: 44-45).

1980 sonrası dönemde, özellikle dış ticaret ile ilgili önemli gelişmeler yaşanmıştır. Türkiye’nin dışa açık ve ihracata dayalı bir sanayileşme sürecine girmesi ile birlikte ihracat ve ithalatta artış meydana gelmiştir. İmalat sanayinin toplam ihracat içindeki payı da hızla yükselmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 33).

Türkiye’nin 1980 yılından itibaren ithal ikameci politikaları terk ederek ihracata dayalı politikalar uygulamaya başlamasının bir sonucu olarak ihracat çeşitli politikalar yardımı ile desteklenmiştir. İhracata destek amacıyla hem yatırım hem de üretim sürecinde teşvikler sağlanmıştır, nakdi sübvansiyonlar verilmiştir, kredi olanakları yaratılmıştır. İhracat odaklı politikalar neticesinde Türkiye’nin ihracatında hızlı bir artış meydana gelmiştir (Altuntepe, 2011: 196).

1990 yılında Türkiye’nin toplam ihracatı içinde imalat sanayinin payı % 79,9’dur, 1998’de bu oran %88,2’ye çıkmıştır. 2003 yılına gelindiğinde ise Türkiye’nin gerçekleştirdiği ihracatın %93,2’sinin imalat sanayine ait olduğu dikkati çekmektedir. Görüldüğü gibi zaman içerisinde imalat sanayinin toplam ihracat içindeki payı giderek yükselmiştir. Bununla birlikte tarım ve ormancılık, madencilik ve taş ocakçılığı sektörlerinin ihracat içindeki oranları ise azalan bir seyir izlemiştir.

1990-2003 yılları arasındaki dönemde Türkiye'nin ihraç ettiği ürünlerin çok büyük bir kısmı imalat sanayine ait olsa da göz ardı edilmemesi gereken bir nokta vardır. O da ihraç edilen imalat sanayi ürünlerinin genellikle katma değeri düşük ve dışa bağımlılığı arttıran ürünler olduklarıdır (Şişman, Yamak ve Ertuğrul, 2004: 99).

1980 sonrası dönemde Türkiye'nin dış ticaretini etkileyen önemli gelişmelerden biri de Gümrük Birliği'dir. Türkiye ile AB arasında gerçekleştirilen Gümrük Birliği anlaşması 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne katılma çalışmalarında temel hedefin AB ile bütünleşmek olduğu söylenebilir. Gümrük Birliği'ne katılmak, sadece imalat sanayi açısından değil, ülke ekonomisinin bütününe etkilemesi bakımından da son derece önemlidir. Gümrük Birliği anlaşmasının yürürlüğe girmesinin Türk imalat sanayi ihracatında yarattığı etkinin daha iyi anlaşılması için aşağıdaki tabloda yıllara göre ihracat rakamları gösterilmiştir. Tablodaki verilerden de görüldüğü gibi imalat sanayi 1990-2007 yılları arasında artan bir seyir izlemiştir. Bu dönem içerisinde imalat sanayi ihracatı yaklaşık on kat artmıştır. Özellikle 1994 yılından sonra imalat sanayi ihracatı hızlı bir yükseliş sergilemiştir. Bu yükselişte Gümrük Birliği ile ilgili beklentilerin büyük bir rol oynadığı ifade edilebilir. Gümrük Birliği'ne girilmesinin ardından piyasanın büyüyeceği, dış ticaretin artacağı ve daha rekabetçi bir ortamın oluşacağı yönünde beklentiler oluşmuştur. Ayrıca imalat sanayinde üretilen ürünlerin üretim esnekliği, diğer üretim alanlarına göre daha büyüktür. Bu da imalat sanayi ihracatının zaman içinde hızla artmasında rol oynamaktadır (Temiz, 2009: 116-124).

Tablo 7: 1996-2015 Yılları Arasında Türkiye’de İmalat Sanayi İhracat Rakamları (Bin Dolar)

Yıl	İhracat	Yıl	İhracat
1996	20 525 761	2006	80 246 109
1997	23 312 800	2007	101 081 873
1998	24 064 586	2008	125 187 659
1999	23 957 813	2009	95 449 246
2000	25 517 540	2010	105 466 686
2001	28 826 014	2011	125 962 537
2002	33 701 646	2012	143 193 911
2003	44 378 429	2013	141 358 199
2004	59 579 116	2014	147 059 418
2005	68 813 408	2015	134 389 890

Kaynak: TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr>, [05.12.2016]

İmalat sanayinin ihracat durumunu etkileyen önemli gelişmelerden biri 2008 krizidir. 2008 küresel krizi Türkiye’yi en fazla dış ticaret kanalı ile etkilemiştir. Türkiye’nin ticaret yaptığı pek çok ülke krizden olumsuz şekilde etkilenmiştir. Bu etki ekonominin küçülmesi, işsizlik oranlarının artması, olumsuz beklentilerin çoğalması şeklinde kendini göstermiştir. Ekonomide yaşanan gelişmeler tüketim ve yatırım taleplerini ciddi oranlarda aşağı çekmiştir. Talebin daralması da dış ticareti doğrudan etkilemiştir. 2008 krizinin dış ticaretteki etkileri özellikle 2008 yılının ikinci yarısında daha fazla kendini göstermeye başlamıştır. 2009 yılında Türkiye’nin ihracatı azalmıştır. İhracat hacminin daralması ise ihracata yönelik üretim yapan kuruluşları zor durumda bırakmıştır ve pek çok kuruluş eleman sayısını azaltma yoluna gitmiştir (Öcal, 2011:213-217).

Daha önce belirtildiği gibi imalat sanayi ihracatının toplam ihracat içindeki payı oldukça yüksektir. Bu pay özellikle 1980 sonrası dönemde yükselmiştir. Türkiye’nin yapmış olduğu ihracatın büyük bir kısmı imalat sanayinde üretilen ürünlerden oluşmaktadır. Bu nedenle imalat sanayinin gelişmesinin ve ihracatının artmasının, ülke ekonomisi açısından da son derece önemli olduğu söylenebilir. Tablo 8’de imalat sanayi ihracatının toplam ihracat içindeki payları gösterilmiştir. Tablodaki verilere göre imalat sanayi ihracatının toplam ihracat içindeki payı 1996 yılında %88,3’tür. 2000 yılında bu oran %91’in üzerine çıkmıştır. 2004 yılında ise daha da

yükselerek %94,3 olmuştur. 2012 ve 2015 yıllarında da imalat sanayi ihracatının payı %93'ün altına inmemiştir.

Tablo 8: 1996-2015 Yılları Arasında İmalat Sanayi İhracatının Toplam İhracat İçindeki Payı (%)

Yıllar	Toplam ihracat içindeki payı
1996	88,3
2000	91,8
2004	94,3
2008	94,8
2012	93,9
2015	93,4

Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Gelişmiş ülkelerin ihracat yapılarına bakıldığında toplam ihracatları içinde yüksek teknolojlili ürünlerin payının fazla olduğu görülmektedir. Türkiye'nin geleceğe yönelik hedefleri arasında da ihracatı içinde yüksek teknolojlili ürünlerin payını yükseltmek vardır. Ancak Türkiye'nin ihraç ettiği ürünler teknolojik açıdan sınıflandırıldığında en büyük payın düşük teknolojlili ürünlere ait olduğu görülmektedir. Örneğin 1996 yılında Türkiye'nin imalat sanayi ihracatında düşük teknolojlili ürünlerin payı %56,1'dir. Orta-yüksek teknolojlili ürünlerin payı %22,3, yüksek teknolojlili ürünlerin payı ise sadece %1,8'dir. Bununla birlikte düşük teknolojlili ürünlerin imalat sanayi ihracatı içindeki payı zaman içinde gerilemiştir ve 2000 yılında %51,2, 2004 yılında %36,5, 2006 yılında da %32,2 olmuştur. Yüksek teknolojlili ürünlerin imalat sanayi içindeki payı ise 1998'de %3,9 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran 2002'de %4,6, 2004'de %4,5 ve 2006'da %3,7 olarak hesaplanmıştır (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 36). 2015 yılının Eylül ayında ise imalat sanayi ihracatının %4,3'ü yüksek teknolojlili ürünlerden, %34,5'i düşük teknolojlili ürünlerden oluşmaktadır (TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr>, [20.01.2017]).

2.6.4.2. İthalat

Türkiye'de ihracatta olduğu gibi ithalatta da 1980 yılı bir dönüm noktasıdır. Bu nedenle ithalatın da 1980 öncesi ve sonrası şeklinde ikiye ayrılarak incelenmesi doğru olabilir.

1980 öncesi dönemde Türkiye'nin ithalat konusunda izlediği politikalarda öne çıkan temel nokta, yurtiçi sanayinin ve yerli üreticilerin korunmaya çalışılmasıdır. Bu amaca yönelik olarak 1980 öncesi dönemde ithalat yasakları, yüksek gümrük tarifeleri, kota kısıtlamaları uygulanmıştır (Altuntepe, 2011: 196).

Türkiye'de 1930 yılında ithalat 69.50 milyon dolardır. İthalat miktarı 1938'de 118,9 milyon dolara, 1944 yılında ise 127 milyon dolara yükselmiştir. Ancak 1945 yılına gelindiğinde ithalat 97 milyon dolara gerilemiştir. Bu gerilemede İkinci Dünya Savaşı'nın büyük etkisi olduğu söylenebilir. Türkiye savaşa girmemiş olsa da savaşın etkilerini yaşamıştır ve savaş dönemi boyunca dış ticarete azalma meydana gelmiştir. Bu dönemde ithalattaki azalma ihracata göre daha fazla olmuştur. Savaş sonrasında dünya genelinde uluslararası ticaretin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Türkiye de bu çalışmaların gerisinde kalmamaya özen göstermiştir. Türkiye'nin ithalatı 1950'de 286 milyon dolara yükselmiştir. 1960'da ise 468 milyon dolar ithalat yapılmıştır (Kundak, 2015: 71-72).

1980 sonrası dönemde ise ihracatta olduğu gibi ithalatta da imalat sanayinin payı artmıştır. Türkiye'nin toplam ithalatı içinde imalat sanayinin payına geçmeden önce imalat sanayinin gerçekleştirdiği ithalat rakamlarına yer verilecektir.

Tablo 9'da Türk imalat sanayinin 1996-2015 yılları arasındaki ithalat rakamları yer almaktadır.

**Tablo 9: 1996-2015 Yılları Arasında İmalat Sanayi İthalat Rakamları
(bin dolar)**

Yıllar	İthalat	Yıllar	İthalat
1996	35 207 187	2006	110 378 826
1997	39 802 296	2007	133 938 136
1998	39 024 929	2008	150 252 335
1999	33 935 827	2009	111 030 525
2000	44 200 242	2010	145 366 975
2001	32 686 102	2011	183 930 287
2002	41 383 030	2012	176 235 027
2003	55 689 766	2013	196 822 807
2004	80 447 302	2014	187 742 215
2005	94 208 255	2015	166 821 237

Kaynak: TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr>, [04.12.2016]

1996 ile 2005 yılları arasında imalat sanayi ithalatı 100 milyon doların altında kalmıştır. 2006 yılında ise 100 milyon doları aşarak 110 milyon dolar seviyelerinde gerçekleşmiştir. 2006 yılından sonra imalat sanayi ithalatında en düşük değer 2009 yılında kaydedilmiştir. Bu düşüşte küresel krizin önemli bir payı olduğu ifade edilebilir. Ancak 2010 ve sonraki yıllarda ithalat yeniden yükselişe geçmiştir. 2015 yılında ise yaklaşık 166 milyon dolar imalat sanayi ithalatı yapılmıştır.

İmalat sanayine ait yıllara göre toplam ithalat rakamları verildikten sonra, imalat sanayi ithalatının toplam ithalat içindeki payının ne kadar olduğu hakkında da bilgi vermek gereklidir.

Tablo 10: 1996-2015 Yılları Arasında İmalat Sanayi İthalatının Toplam İthalat İçindeki Payı(%)

Yıllar	Toplam ithalat içindeki payı
1996	80,7
2000	81,0
2004	82,4
2008	74,3
2012	74,5
2015	80,4

Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır.

İmalat sanayi ithalatının Türkiye’deki toplam ithalat içindeki payının yıllar içinde nasıl değiştiği tablo 10’da gösterilmektedir. Buna göre imalat sanayinin payı yıllara göre artış ve azalışlar yaşayarak dalgalı bir seyir izlemiştir. 1996 yılında %80,7 olan pay, 2004 yılında %82,4 olmuştur. Ancak imalat sanayi ithalatının payı 2008 ve 2012 yıllarında %74 seviyelerinde gerçekleşmiştir. 2015 yılında ise imalat sanayi ithalatının toplam ithalat içinde %80,4’lük bir payı bulunmaktadır.

2.6.5. Kapasite Kullanım Oranları

İmalat sanayinin kapasite kullanım durumunun incelenmesinde ele alınacak olan temel gösterge kapasite kullanım oranıdır.

“İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren işyerlerinin anket döneminde mevcut fiziki kapasitelerine göre fiilen gerçekleşen kapasite kullanımlarının alınmasını amaçlamaktadır. Söz konusu oranın amacı, üretimde kullanılan girdiler ile pratikte ulaşılabilen girdilerin oranına ulaşmaktır” (İTO, 2013: 7).

2.6.5.1. 1980 Öncesi Dönem

1980 öncesi dönemde Türkiye’de ithal ikameci politikalar izlenmiştir. Ancak 1970’li yılların sonunda ithal ikameci politikaların artık işlevlerini yerine getirmemeye başladığı görülmektedir. Bunun nedenlerinden biri iç pazara yönelik bir sanayi politikası izlenmesinin ülkeyi dışa bağımlı hale getirmesidir. Özellikle ara malları, yatırım malları ve teknoloji açısından dışa bağımlı bir yapı oluşmuştur. İthal ikameci dönemin sonlarına doğru Türkiye’de iç pazar doyma noktasına gelmiş ve bu durum sanayi üretimi için bir kısıt oluşturmuştur. Ülke ekonomisinin içinde bulunduğu zor koşullar da eklenince sanayi üretimi düşüş yaşamıştır. Sanayi üretiminin düşmesi de hem imalat sanayinde hem de diğer pek çok sektörde kapasite kullanım oranlarının düşmesine sebep olmuştur. Kapasite kullanım oranlarındaki düşüş ekonomide büyük bir atıl kapasitenin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Oluşan atıl kapasite ile birlikte verimlilik de azalmıştır. Zaten ülkedeki mevcut üretim teknolojisi, verimliliğin yüksek olmasına olanak sağlayacak düzeyde değildir. Buna atıl kapasiteler de eklenince ülke bir kriz ortamına doğru sürüklenmiştir (Eşiyok, 2004: 17-19).

2.6.5.2. 1980 Sonrası Dönem

1980 sonrasında kapasite kullanım oranı değerleri incelendiğinde özellikle 1994, 2001 ve 2009 yıllarında kapasite kullanımının azaldığı göze çarpmaktadır. Bu

yılların ortak özelliği ise kriz yılları olmalarıdır. 1993 yılında toplam imalat sanayi kapasite kullanım oranı 80,49 iken 1994’te bu oran 74,24 seviyesine gerilemiştir. Aynı şekilde 2000 yılında kapasite kullanım oranı imalat sanayinde 76,12 olarak hesaplanmış; ancak 2001 yılında kapasite kullanımı 71,61 olmuştur. 2009 yılında da 2008’e göre kapasite kullanımı azalmıştır. Kapasite kullanım oranının kriz yıllarında azalıyor olması, imalat sanayinin kriz dönemlerinde son derece hassas olduğunun bir göstergesidir (Kundak, 2015: 111).

1980 sonrasında kapasite kullanım oranının imalat sanayinde izlediği eğilimin daha net bir şekilde ortaya konması için kapasite kullanım oranları hem toplam imalat sanayi açısından hem de değişik mal grupları açısından ele alınacaktır. Ele alınacak olan mal grupları dayanıklı ve dayanıksız tüketim malları, tüketim malları, ara mallar ve yatırım mallarıdır.

Tablo 11: 2007-2015 Yılları Arasında Kapasite Kullanım Oranı(Ağırlıklı Ortalama-Yüzde)

Yıl	Toplam imalat	Dayanıklı tüketim malları	Dayanıksız tüketim malları	Tüketim malları	Ara malları	Yatırım malları
2007	80,2	73,9	74,6	74,4	81,2	82,3
2008	76,7	67,9	72,7	71,8	77,1	79,6
2009	65,2	66,1	68,7	68,2	67,7	57,6
2010	72,6	70,7	71,9	71,7	75,9	68,8
2011	75,4	74,5	72,1	72,5	77,7	74,9
2012	74,2	73,6	72,9	73,0	76,1	72,3
2013	74,6	72,4	72,9	72,8	76,3	74,3
2014	74,4	72,2	73,1	72,9	76,3	72,7
2015	74,7	72,6	72,0	72,1	75,8	75,6

Kaynak: MB, İstatistikler, Reel Sektör İstatistikleri, www.tcmb.gov.tr [07.10.2015]

Tablo 11’de yer alan veriler incelendiğinde toplam imalat sanayine ve mal gruplarına ilişkin kapasite kullanım oranının 2009 yılında azaldığı açıkça görülmektedir. Bu azalışta en önemli etkenin küresel boyutlara ulaşan finansal kriz olduğu söylenebilir. En büyük ve belirgin azalışın ise yatırım malları grubunda yaşandığı dikkati çekmektedir. 2008 yılında yatırım mallarına ilişkin kapasite kullanım oranı 79,6 iken bu oran 2009 yılında 57,6’ya gerilemiştir. Ancak 2010 yılından itibaren sektörde bir toparlanma sürecine girilmiş ve kapasite kullanım oranlarında yeniden yükselişe

geçilmiştir. 2010-2015 arası dönemde kapasite kullanım oranlarının toplam imalat sanayi açısından 72'nin altına inmediği söylenebilir.

2.7. İmalat Sanayinin Alt Sektörleri

İmalat sanayi, geniş kapsamlı ve çok sayıda alt sektörün bulunduğu bir sanayi koludur. Zaman içinde imalat sanayindeki alt sektörlerin sayısında değişikliklerin olduğu, bazı alt sektörlerin birbirinden ayrılarak farklı kategoriler olarak değerlendirildiği ya da bazı sektörlerin birleştirilerek tek sektör olarak isimlendirildiği görülmektedir. Ancak günümüzde geçerli olan tanımlamalara göre Türkiye'de imalat sanayi, yirmi dört tane alt sektöre ayrılmıştır. Bu sektörlerle ilişkin genel bilgiler ve temel sayısal veriler aşağıdaki bölümlerde ele alınarak incelenecektir.

2.7.1. Gıda Ürünleri

İmalat sanayinin alt sektörlerinden biri gıda ürünleridir. Gıda sektörü; tarım kesiminden ihtiyacı olan ham maddeyi alır, bu ham maddeyi çeşitli işlemlerden geçirir ve tüketilmeye hazır halde halka sunar. Gıda sektörü, tarımdan elde ettiği ham maddeyi girdi olarak kullanır, bu yönüyle tarımsal ürünlerin değerlendirilmesine katkı sağlar. Aynı zamanda bu sektörde üretilen ürünler sanayi için ham madde niteliğindedir. Bu nedenle gıda sektörünün ileri ve geri bağlantılarının kuvvetli olduğu ifade edilebilir. İstihdam yaratma kapasitesi, halkın sağlığını etkileme gücünün yüksek olması da gıda sektörünü önemli kılan nedenler arasındadır (Demir ve Tuncay, 2012: 368-369).

Gıda ürünleri sektörünün kendi içinde çeşitli alt grupları bulunmaktadır. Bu alt gruplar kırmızı et, kanatlı sektörü, su ürünleri, konserve meyve-sebze ve salça, dondurulmuş gıda, bitkisel yağ, zeytinyağı, süt ve süt ürünleri, un ve unlu mamuller, nişasta ve nişasta bazlı şekerler, karma yem sektörü, bisküvi, şekerli mamuller, makarna, gıda katkı ve yardımcı maddeleri, hazır yemek sektörü şeklinde sıralanabilir (İSO, 2006: 7-263).

Gıda ürünleri sektöründe talep esneklikleri görece olarak düşüktür ve bu sebeple sektörel üretimde istikrarlı bir yapı sergilendiği söylenebilir. Gıda ürünleri imalatı 1990-2001 yılları arasında ortalama %2,7'lik bir büyüme gerçekleştirmiş ve yine aynı dönemde verimlilik artışı %5,4 olarak kaydedilmiştir. 2002-2006 yıllarını

kapsayan dönemde ise sektörün hem büyüme oranı hem de verimlilik artışı %4,4 olmuştur. Ayrıca gıda ürünleri sektörü Türkiye'nin dış ticareti açısından da son derece önemli bir sektördür (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 48).

Tablo 12: Gıda Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	90,6	73,6	6.475,8	3.763,0
2009	90,3	68,4	5.917,4	2.912,7
2010	100,0	70,3	6.656,9	3.381,9
2011	106,9	70,2	8.831,0	4.825,4
2012	110,7	71,7	9.458,7	5.225,3
2013	116,6	71,7	10.666,0	5.535,3
2014	121,9	71,2	11.005,4	5.701,6
2015	122,4	70,4	10.256,5	5.194,5

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Gıda ürünleri sektörüne ilişkin tablo 12’de yer alan göstergelere bakıldığında hepsinde 2009 yılında bir düşüşün yaşandığı göze çarpmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında küresel krizin çok büyük etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. 2008 yılında 90,6 olan üretim endeksi 2009’da 90,3’e gerilemiş; ancak daha sonraki yıllarda yükseliş meydana gelmiştir ve üretim endeksi 2015 yılında 122,4 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Kapasite kullanım oranı 2008’de 73,6, 2009’da 68,4 olarak hesaplanmıştır. 2009’dan sonra artış yaşanmış olsa bile kapasite kullanım oranı 2009-2015 arasında 2008 yılındaki değerine ulaşamamıştır.

Dış ticaret verilerinden görüldüğü üzere 2008 ile 2015 yılları arasında gıda ürünleri imalatında ithalat, ihracat rakamlarının gerisinde kalmış ve dış ticaret fazlası verilmiştir.

2.7.2. İçecek Ürünleri

İçecek ürünleri, imalat sanayinin en önemli alt sektörlerinden biridir. Tıpkı gıda ürünlerinin olduğu gibi içecek ürünlerinin de insan yaşamında vazgeçilmez bir yeri vardır. Hayatın devam ettirilebilmesi için bireylerin gıda ile beslenmesi ve içecek ürünleri tüketmesi gereklidir.

İçecek rnleri sektöründe üç tane temel alt sektör bulunmaktadır. Bunlar alkollü ecekler sektörü, gazlı ecekler ve meyve suyu sektörü, su ve maden suyu sektörüdür (İSO, 2006: 229-257).

Alkollü ecekler sektörü ham maddesini tarımdan alması sebebiyle tarım kesimi ile yakın ilişki içinde olan bir sektördür. Ayrıca alkollü ecekler endüstrisi oldukça yüksek vergilere tabi olan, istihdam yaratan, diğerk pek çok sektörü doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen bir sektördür. Sektörde retimi yapılan belli başlı alkollü içkiler bira, şarap, rakı, viski, votka, rom, kanyak, likör şeklinde sıralanabilir (Buzrul, 2016: 113-114).

Gazlı ecekler ve meyve suyu sektörü, teknolojik gelişmenin önem taşıdığı, gelişmeye ve ilerlemeye açık bir sektördür. Sektörde yoğun bir rekabetin yaşandığı söylenebilir. Çünkü tüketicilerin farklı lezzet arayışlarına cevap verebilmek, gazlı ecekler ve meyve suyu sektörü için büyük önem taşımaktadır. Firmalar da ürün farklılaştırmasına giderek rakiplerinin önüne geçmeye, daha geniş kitlelere hitap etmeye çalışmaktadırlar. Bu nedenle sektör için ürün farklılaştırmasının, reklam faaliyetlerinin hayati nitelikte olduğu görülmektedir. Ayrıca sektörün ambalaj sanayi ile de yakın ilişki içinde olduğu unutulmamalıdır. Firmaların kullandığı ambalajların koruyuculuğunun yüksek olması, teknolojiye ayak uydurabilmesi, tüketicilerin zevk ve tercihlerine hitap etmesi sektör açısından önemli olan noktalardır (Ay, Nardalı ve Kartal, 2005: 55-57).

İçecek sektörünün bir diğerk alt kolu, su ve maden suyu sektörüdür. Özellikle ambalajlı içme suyu sektöründe son yıllarda önemli ilerlemeler kaydedilmiş ve sektörün satış rakamları hızla yükselmiştir. Tüketicilerin bilinçlenmesinin, içtikleri suların kaynağını ve sağlık açısından güvenilirliğini daha fazla sorgulamaya başlamalarının da sektörün hız kazanmasına yardımcı olduğu söylenebilir. Sektöre yapılan yatırımlar da artmakta, birçok şirket bu alanda yatırım gerçekleştirme planı yapmaktadır. Sadece içme suyu sektöründe değil, maden suyu sektöründe de bir gelişim trendi gözlendiği belirtilebilir. Meyveli maden sularının üretilmeye başlanması, bu konuda önemli bir adım niteliğindedir. Dolayısıyla su ve maden suyu sektörünün ilerlemeye açık bir sektör olduğunu söylemek mümkündür (Tosun, 2005: 45-51).

Sektör ve alt dalları ile ilgili genel bilgiler verdikten sonra ecek ürünlerinin bazı temel göstergelerine ilişkin verilerin ortaya konması faydalı olabilir.

Tablo 13: İçecek Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	91,6	64,6	194,3	111,7
2009	89,8	64,5	175,0	165,6
2010	100,0	67,4	201,0	190,4
2011	101,9	65,8	230,1	205,3
2012	110,0	66,6	255,3	229,3
2013	107,5	64,8	286,5	378,1
2014	109,6	62,1	318,2	371,6
2015	111,6	61,9	311,9	372,7

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Tablo 13’te yer verilen 2008-2015 arasındaki dönemde içecek ürünleri sektörüne ait üretim endeksinde 2009 yılında bir önceki yıla göre azalış meydana gelmiştir. 2008-2015 arası dönemde üretim endeksinin en düşük değeri aldığı yıl da 2009 yılıdır. Küresel krizin bu durumun ortaya çıkmasında önemli bir sebep teşkil ettiği söylenebilir. 2010 ve sonrasındaki yıllarda ise üretim endeksi 100’ün altına inmemiştir.

Kapasite kullanım oranına bakıldığında 2008-2015 yılları arasında artış ve azalışların olduğu görülmektedir. Tabloda yer verilen yıllar içinde kapasite kullanım oranının en düşük olduğu yıl 2015’tir, en yüksek olduğu yıl ise 2010 olduğu söylenebilir. 2010 yılında kapasite kullanım oranı 67,4 olarak gerçekleşmiştir.

İçecek ürünleri sektörünün ihracat verilerinde yıllar içinde artış sergilendiği göze çarpmaktadır. 2009 yılında 175,0 milyon dolar olan ihracat, 2014 yılında 318,2 milyon dolara kadar çıkmıştır. Sektörde bazı yıllar dış ticaret fazlası, bazı yıllar ise dış ticaret açığı verilmiştir. 2011 yılı dış ticaret fazlasının olduğu, 2014 yılı ise dış ticaret açığının olduğu yıllara örnek verilebilir.

2.7.3. Tütün Ürünleri

Tütün ürünleri sanayi, bir tarım ürünü olan tütünün işlenerek nihai tüketim için uygun bir duruma getirilmesi sürecinden oluşmaktadır. Tütün ürünlerinin ve tütün yerine ikame edilebilen ürünlerin imalatı da sektörün kapsamı içinde bulunmaktadır. Sigara, sigara tütünü, puro, puro tütünü, çiğneme tütünü ve enfiye imalatı da bu sektörün içerisinde değerlendirilmektedir. Tütünün yetiştirilmesi ve ön hazırlık

işlemleri kapsam dışı olsa da tütünün sıkılması ve tekrar kurutulması sektöre dâhil kabul edilir (GTB, 2013e: 3).

Tütün ürünleri sektörü OECD ISIC Rev. 3.1 teknoloji yoğunluğuna göre yapılan sınıflandırma sisteminde düşük teknoloji grubunda yer almaktadır (Özmen, 2014: 19).

Tütün ürünleri sektörünün ortalama büyüme hızı 1980-2001 yılları arasında %4, 2002-2006 yılları arasında ise %1,9 olarak gerçekleşmiştir. Sektöre ilişkin ihracat artış verilerine bakılacak olursa önemli bir yükseliş gerçekleştirildiği görülecektir. Tütün ürünleri sektörünün 1996-2001 arasındaki dönemde ortalama ihracat artış hızı %-3,1 iken bu oran 2002-2006 döneminde %17,5 olmuştur. İhracat artış hızı negatif bir görünümünden pozitive geçmiştir ve büyük bir ihracat artışı sağlanmıştır. Tütün ürünleri sektörünün ithalat artış hızı da tıpkı ihracatta olduğu gibi yükselmiştir. Ortalama ithalat artış hızı 1996-2000 arasında %5,7 ve 2002-2006 arasında %16,4 olarak hesaplanmıştır. İthalatın hızlı bir şekilde artmasının nedenleri ise sanayi üretiminin yükselmesi ve ithalata olan bağımlılıktır (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 38-42).

Tablo 14: Tütün Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	117,1	63,2	276,8	104,0
2009	115,3	74,3	268,9	120,6
2010	100,0	77,1	296,9	100,9
2011	97,3	67,6	301,7	108,6
2012	116,7	66,1	417,1	135,3
2013	113,3	68,3	466,7	135,5
2014	124,0	73,3	556,1	161,2
2015	135,5	75,6	533,3	153,5

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Tütün ürünleri sektöründe üretim endeksi göstergesinde 2009 yılında 2008'e göre azalış yaşanırken, kapasite kullanım oranında artış meydana gelmiştir. 2008'de 63,2 olan kapasite kullanım oranı 2009'da 11,1 puanlık artışla 74,3'e ulaşmıştır. Kapasite kullanım oranındaki artış 2010 yılında da devam etmiş ve kapasite kullanımı 77,1 seviyesine kadar yükselmiştir. 2011'de ise kapasite kullanım oranı 70'in altına

düşmüştür. 2012 ve 2013 yıllarında da kapasite kullanımı 70'in üzerine çıkamamıştır. Dolayısıyla tütün ürünleri sektöründe 2008-2015 arasında en yüksek kapasite kullanım oranına 2010 yılında ulaşılmıştır.

Tütün ürünleri sektörünün dış ticaret durumuna bakıldığında ise ihracatın çok büyük rakamlara ulaşmadığı; ancak ihracatın ithalattan daha fazla olduğu ortaya çıkmaktadır. Sektörün tablo 14'te belirtilmiş yıllar içinde en yüksek ihracat rakamına 2014 yılında ulaştığı görülmektedir. 2014 yılında gerçekleştirilen ihracat 556,1 milyon dolar seviyesindedir.

2.7.4. Tekstil Ürünleri

Tekstil ürünleri sektörü, çok sayıda alt sektörden oluşmaktadır. Elyaf, iplik, dokuma ve örme kumaş, dokusuz yüzeyler, boya ve terbiye, ev tekstili, teknik tekstil ve halılar tekstil ürünleri imalatı içerisinde değerlendirilen sanayi kollarıdır. Tekstil imalatı sanayinde üretilen ürünler başka sanayi grupları için girdi niteliği taşımaktadır. Bu da tekstil ürünleri sektörünü bir kat daha önemli kılmaktadır. Örneğin kumaşlar, hazır giyim sektörü için çok önemli bir girdi niteliğindedir. Aynı şekilde elyaf ve iplikler de ara girdi olarak kullanılmaktadır (İSO, 2014d: 1).

Tekstil ürünleri sektörü, OECD tarafından ISIC Rev. 3.1 esasına göre yapılan teknoloji temelli sınıflandırmada göre düşük teknoloji düzeyinde yer almaktadır (Özmen, 2014: 19).

Tekstil ürünleri sanayinde 2008 ve 2015 yılları arasındaki üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticarete ilişkin göstergeler tablo 15'te yer almaktadır.

Tablo 15: Tekstil Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	102,8	70,8	11.323,0	5.093,3
2009	90,4	67,6	7.604,6	3.924,8
2010	100,0	77,3	8.773,2	5.548,9
2011	102,1	76,6	10.627,8	6.415,0
2012	106,5	78	10.928,5	5.107,8
2013	110,2	79,2	12.010,7	5.487,4
2014	111,4	79,9	12.457,5	5.593,1
2015	107,2	76,5	10.965,8	4.819,6

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Tekstil ürünleri sektörüne ait üretim endeksi verileri incelendiğinde 2009 yılında bir önceki yıla göre düşüş yaşandığı, ancak bu düşüşün süreklilik sergilemediği ve sonraki yıllarda yükseliş eğilimine geçildiği görülmektedir. Üretim endeksi 2014 yılında 111,4 değerine ulaşmıştır ve bu değer 2008-2015 yılları arasında gerçekleşen en yüksek seviyedir.

Kapasite kullanım oranı ise 2009 yılında bir önceki yıla göre 3,2 puan azalış sergilemiş olsa bile daha sonraki yıllarda 75 seviyesinin üzerine çıkmış ve 2014'te 79,9 olarak hesaplanmıştır.

Dış ticaret ile ilgili göstergelerde tekstil ürünleri sektöründe 2008-2015 arasını kapsayan dönemde ihracatın ithalattan daha fazla olduğu ve bu sektörde dış ticaret fazlası verildiği görülmektedir. Tabloda yer alan yıllar içinde en yüksek ihracat 2014'te gerçekleşmiştir. 2014'te tekstil sektöründeki ihracat 12.457,5 milyon dolardır.

Tekstil ürünleri sektöründe Çin son yılların yükselen değeri olmuştur. Çin'in bu yükselişinde Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olması bir dönüm noktası olarak nitelendirilebilir. Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne üyeliği 11 Aralık 2001'de gerçekleşmiştir. Bu üyeliğin sadece Çin'i değil, neredeyse tüm dünyayı etkileyen bir gelişme olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olması ve dışa açılma politikaları izlemeye başlaması özellikle tekstil sektöründe dengeleri değiştirmiştir. Zaman içinde Çin tekstil sektöründeki en önemli ihracatçılardan biri haline gelmiştir ve diğer tekstil ihracatçısı ülkeler için zorlu bir

rakip olmuştur. Çin'in önemli bir tekstil ihracatçısı olmasını sağlayan temel unsurlar ise iş gücü maliyetlerinin düşük olması, devletin üreticileri desteklemesi, üretici kesime düşük vergi oranları uygulanması şeklinde sıralanabilir (Saatçioğlu ve Gür, 2005: 150-157).

2.7.5. Giyim Eşyaları

Giyim eşyaları imalatı, bireylerin giyinme gereksinimlerini karşılamak amacıyla üretim yapan ve giyim eşyası ile aksesuar üretimini kapsayan bir sektördür. Ancak değişen dünya düzeni ile birlikte giyim eşyaları sanayinin amaçlarında genişleme yaşandığını söylemek mümkündür. Bireyler artık sadece giyinme ihtiyaçlarını karşılamak için değil, zevk ve tercihlerini ortaya koymak, statü kazanmak gibi amaçlar için de ürün satın almaktadırlar. Bu nedenle giyim eşyaları sektörünün ürettiği ürünlere olan talep de artmaktadır. NACE 2. sınıflandırmasına göre giyim eşyaları imalatı üç alt sektöre ayrılmıştır. Bu sektörler kürk hariç giyim eşyası imalatı, kürkten eşya imalatı, örme ve tığ işi ürünlerinin imalatıdır. Kürk hariç giyim eşyası imalatının da kendi içinde alt sektörleri bulunmaktadır. Kürk hariç giyim eşyası imalatının alt sektörleri deri giyim, iç giyim, iş giysisi, diğer dış giyim eşyaları ve diğer dış giyim eşyalarının aksesuarlarının imalatıdır (İSO, 2012a: 1).

Giyim eşyaları sektörü, OECD'nin ISIC. Rev. 3.1 teknoloji yoğunluğu sınıflandırmasına göre düşük teknolojili ürünler grubunun içinde yer almaktadır (Özmen, 2014: 19). Ayrıca emek yoğun bir sektör olması ve üretilen ürünlerin büyük bir kısmının ihraç edilmesi de sektörün en tipik özelliklerindendir. Emek yoğun olması, büyük miktarda istihdam olanağı yaratmasını beraberinde getirmiştir. İhracat açısından bakıldığında ise üretimin yaklaşık %65'inin ihraç edildiği gözlenmektedir. Bu nedenle giyim eşyaları sektörünün ihracat odaklı bir yapı sergilediğini söylemek doğru olabilir (Kaynak, 2016: 22).

Aşağıdaki tabloda giyim eşyaları sektörüne ait bazı göstergelere yer verilmiştir. Üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticaret verilerini içeren bu tablo aracılığı ile sektörün mevcut durumu ile ilgili daha fazla bilgi edinilebilir.

Tablo 16: Giyim Eşyaları Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	97,6	73	11.503,7	1.902,1
2009	89,3	68,1	11.395,9	2.057,9
2010	100,0	75,3	12.673,0	2.711,7
2011	98,8	76,4	13.921,9	3.116,4
2012	104,9	77,8	14.252,9	2.520,8
2013	106,7	77,4	15.366,5	2.976,5
2014	106,8	77,8	16.557,5	3.017,2
2015	110,6	76,5	15.104,9	2.804,7

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Giyim eşyaları imalatına ait üretim endeksi rakamları, 2008 ile 2015 yılları arasındaki dönemde 89,3 ile 110,6 arasında değişiklik göstermiştir. Bu yıllar arasında en düşük değer 2009 yılında, en yüksek değer ise 2015 yılında kaydedilmiştir. 2009’da üretim endeksindeki düşüşün ekonomik krizden kaynaklandığı ifade edilebilir.

Kapasite kullanım oranında da benzer bir durum sergilenmektedir. 2008’de 73,0 olan kapasite kullanım oranı 2009’da 68,1’e düşmüş; ancak 2010 yılında 75,3 seviyesine yükselmiş ve bu yükselişini sonraki yıllarda da devam ettirmiştir.

Dış ticaret verilerinde ise tablo 16’da yer alan yıllar boyunca sürekli dış ticaret fazlası verildiği ve bu dış ticaret fazlasının oldukça yüksek seviyelerde olduğu görülmektedir. Örneğin 2014 yılında ihracat 16.557,5 milyon dolar iken, ithalat 3.017,2 milyon dolardır.

2.7.6. Deri ve İlgili Ürünler

Deri ve ilgili ürünler sektörü, Türkiye ekonomisi açısından önemli sayılabilecek sektörlerden biridir. Sektörde üretilen ürünlerin katma değerleri oldukça yüksektir ve bu ürünlerin önemli bir kısmı yurtdışına ihraç edilmektedir. İhracat potansiyelinin yüksek olmasının sektörün önemini bir kat daha artırdığını söylemek mümkündür. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta şudur ki, deri ve deri ürünleri sektöründe yüksek bir rekabet gücü elde edebilmek, hayvancılık sektörünün de güçlendirilmesine bağlıdır. Çünkü dericilik sektörü, en temel ham maddesini hayvancılık sektöründen elde etmektedir. Bu nedenle dericilik sektörü ile hayvancılık

sektörü arasında çok kuvvetli bir bağ bulunduğu ifade edilebilir (Uysal, 2002: 671-672).

Deri ve ilgili ürünlerin imalatı, bazı alt sektörlerden meydana gelmektedir. Bu alt sektörler deri giyim eşyası; kürkten eşya imalatı; derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması; bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı; ayakkabı, bot, terlik vb. imalatıdır. Sıralanan alt sektörler arasında en yüksek katma değeri yaratan ayakkabı grubudur (İSO, 2015a: 4-5). Sektörün teknoloji kullanımı açısından değerlendirmesi yapıldığında ise deri ürünleri imalatının düşük teknoloji grubunun içinde bulunduğu görülmektedir. Bu sınıflandırmada OECD ISIC Rev. 3.1 teknoloji yoğunluğu sınıflandırması esas alınmıştır (Özmen, 2014: 19).

Deri ve ilgili ürünlerin imalatı ile ilgili bazı temel bilgilerin verilmesinin ardından sektöre yönelik rakamsal göstergelere değinilmesi faydalı olabilir. Bu göstergeler tablo 17’de belirtilmiştir.

Tablo 17’deki verilere göre deri ve ilgili ürünler sektörünün üretim endeksi rakamlarında 2009 yılında bir önceki yıla göre 7,7 puan azalış meydana gelmiştir. 2008-2015 arasındaki dönemde üretim endeksinin en yüksek olduğu yıl 2011’dir ve bu yılda üretim endeksi 103,3 olarak hesaplanmıştır. 2012 yılında yeniden üretim endeksinde düşüş yaşanmış; ancak 2013’te bir önceki yıla göre yükselme sağlanabilmiştir. 2015 yılında ise üretim endeksi 82,2 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 17: Deri ve İlgili Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	91,1	60,6	606,7	1.383,1
2009	83,4	56	496,3	976,2
2010	100,0	65,2	677,7	1.243,9
2011	103,3	70,3	834,0	1.631,1
2012	99,5	69,7	983,1	1.572,7
2013	102,2	66,8	1.205,8	1.807,8
2014	92,3	64,9	1.221,2	1.726,9
2015	82,2	60,2	1.062,4	1.361,9

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Kapasite kullanım oranında da üretim endeksinde olduğu gibi yıllar içinde artış ve azalışlar yaşanmıştır. Kapasite kullanım oranı 2009 yılındaki azalışın ardından 2010'da 65,2'ye ve 2011'de 70,3'e yükselmiştir. 2008-2015 aralığında kapasite kullanım oranının en yüksek olduğu yıl da 2011 yılıdır. 2013'te ise kapasite kullanım oranı 66,8 seviyesine kadar düşmüştür. Bu düşüş daha sonrada devam etmiş ve 2015 yılında kapasite kullanım oranı 60,2 olarak kaydedilmiştir.

Deri ve ilgili ürünler sektörünün dış ticaret verilerine bakılacak olursa ithalatın ihracattan daha yüksek olduğu dikkati çekmektedir. Deri ve ilgili ürünler sektöründe dış ticaret fazlası değil, dış ticaret açığı olduğu görülmektedir. Bu sektörde tablo 17'de yer alan yıllar süresince ihracat, ithalatı aşamasa da 2010-2015 arasında ihracat giderek yükselmiştir. 2008 yılında 606,7 milyon dolar olan ihracat 2013'te 1.205,8 milyon dolar seviyesine çıkmıştır. 2015'te ise 1.062,4 milyon dolar olmuştur.

Deri ve ilgili ürünler sektöründe üretilen ürünlerin ihraç edildiği pazarlar arasında Rusya, Irak, İtalya, Almanya, İngiltere, Çin, Suudi Arabistan gibi ülkeler başı çekmektedir. Ülke grupları açısından bakıldığında ise deri ürünleri ihracatında AB(28) ülkeleri önde gelmektedir. AB ülkelerinin dışında Ortadoğu ülkeleri, Eski Doğu Bloku ülkeleri, Asya ve Okyanusya ülkeleri de deri sektöründeki önemli ihracat ortaklarımız arasında sayılabilir (İTKİB, 2015: 2-3).

2.7.7. Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri

Ağaç ve mantar ürünleri sektörü hasır ve benzeri, örülerek yapılan maddelerin imalatını kapsamaktadır. ISIC Revize 3 sınıflandırmasına göre ağaç ve mantar ürünleri sanayisinin alt sektörleri şunlardır: kereste ve parke sanayi; hasır ve buna benzer, örülerek yapılan maddelerin imalatı; tahta plaka imalatı; inşaat kerestesi ve doğrama imalatı; ağaçtan yapılan ambalaj malzemeleri imalatı. Ağaç ve mantar ürünleri sektöründe üretim yapan firmaların Türkiye genelindeki dağılımı dikkate alınacak olursa bu sektördeki firmaların büyük bir kısmı Kocaeli bölgesinde bulunmaktadır. Ankara, Bursa, Adana, Antalya ve Trabzon illerinde de ağaç ve mantar ürünleri sektöründe faaliyet gerçekleştiren firmalar çoğunluktadır (Eşiyok, 2007: 207-208).

Ağaç ve mantar ürünleri sektörünün hem sanayi açısından hem de ülke ekonomisinin geneli açısından önemli olduğu söylenebilir. Bu sektörde üretilen ürünler, diğer pek

çok sektör için bir girdi niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla ağaç ve mantar ürünleri sektörünün gelişmesi ile birlikte başka sektörlerde de ilerleme sağlanabilir. Uzun yıllar boyunca bu sektör, düşük teknoloji ve sermaye gerektiren emek yoğun bir sektör olarak kabul edilmiştir. Ancak özellikle son yıllarda bu durumun değiştiği göze çarpmaktadır. Artık ağaç ve mantar ürünleri sektörü için de teknolojik faaliyetler hayati önem taşımaktadır ve sektör eskiye kıyasla daha yoğun sermaye gerektirmektedir (Ekti, 2013: 6).

Sektörün temel bazı göstergeleri tablo 18’de belirtilmiştir. Bu tabloda özellikle üretim endeksi verilerinde artışların meydana geldiği açıkça görülmektedir. Diğer pek çok sektörün aksine ağaç ve mantar ürünleri sanayinin 2009 yılındaki üretim endeksi değeri bir önceki yıla göre yükselmiştir. Üretim endeksi 2009’da 2008 yılına göre 0,2 puan artmıştır. Ancak sonraki yıllarda üretim endeksinde daha büyük yükselişler meydana gelmiştir. 2008 yılında 84,0 olan üretim endeksi 2011’de 113,0 seviyesine gelmiştir. Bu da üç yıllık süre zarfında sektörün üretim endeksinin 29 puan arttığı anlamını taşımaktadır.

Tablo 18: Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	84,0	75,6	534,9	921,3
2009	84,2	67,2	538,4	611,9
2010	100,0	76,5	617,7	938,4
2011	113,0	77,6	697,6	1.240,4
2012	113,1	75,8	714,5	1.450,7
2013	113,4	75,6	800,0	1.442,9
2014	125,8	77,4	909,4	1.375,6
2015	123,9	78,7	745,1	1.400,6

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Sektörün kapasite kullanım oranı 2008 ile 2015 yılları arasında dalgalanmalar yaşamıştır. 2009 yılında 2008’e göre kapasite kullanım oranı 8,4 puan azalarak 67,2 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2010 ve 2011 yıllarında ise yükseliş sergileyerek 2011’de 77,6’ya ulaşmıştır. 2012 ve 2013’te yeniden azalış meydana gelmiştir. Kapasite kullanım oranının 2008-2015 arası dönemde en yüksek olduğu yıl 2015

yılıdır, en düşük olduğu yıl ise 2009'dur. Bu durumun temel sebebinin küresel kriz olduğu ifade edilebilir.

Dış ticaret rakamları ise sektörde gerçekleştirilen ihracatın ithalata göre geride kaldığını gözler önüne sermektedir. Bu nedenle ağaç ve mantar ürünleri sektörünün dış ticaret açığı veren bir sektör olduğunu söylemek mümkündür.

2.7.8. Kağıt ve Kağıt Ürünleri

Kağıt ve kağıt ürünleri sektörü, imalat sanayinin yirmi dört tane alt sektöründen biridir. Türkiye'de kağıt üretiminin tarihsel gelişimine bakılacak olursa, Cumhuriyet döneminde kağıt üretimi 1936 yılında başlamıştır. SEKA ile başlayan kağıt üretimi bir kamu girişimi olarak uzun süre boyunca devam etmiştir. Kağıt üretiminde özel sektöre ait yatırımlar ve üretim süreci ise 1960'lı yıllarda başlamış, 1963-1979 yılları arasında gelişme göstermiştir. Ancak yapılan üretimin yurt içindeki talebi karşılamaya yönelik olduğu ve kağıt üretiminin yurt dışındaki rekabet ortamına kapalı bulunduğu görülmektedir. Sektörün dışa açılma sürecinde 1990'lı yılların önemli bir yeri vardır. AB ile yapılan Gümrük Birliği anlaşması ve özelleştirmeler ile birlikte kağıt ürünleri sektörü ivme kazanmıştır (İSO, 2015b: 18).

Kağıt ürünleri sektörü OECD'nin ISIC Rev. 3.1 teknoloji yoğunluğu sınıflandırmasına göre düşük teknoloji grubunda yer almaktadır (Özmen, 2014: 19).

Kağıt ve kağıt ürünleri sanayinin bir tanımını yapmak gerekirse şöyle ifade edilebilir (Yorulmaz, 2014: 6).

“Kağıt sektörü, odun, jüt, kendir, kamış gibi yıllık bitkiler ve atık kağıt ham maddelerinden selüloz, odun hamuru, eski kağıt hamuru üretilmesi ile bu ara ürünlerin çeşitli mekanik ve kimyasal işlemlerle kağıda dönüştürülmesine kadar geçen aşamaları içeren sanayi koludur”

Bu sanayi kolunun temel alt sektörleri ise şunlardır: Gazete kâğıdı; yazı-tabı kâğıdı; sargılık kâğıtlar; oluklu mukavva kağıtları; kraft torba kağıdı; kartonlar; temizlik kağıtları; sigara ve ince, özel kağıtlar (Zaimoğlu, 2012: 5). Bu alt sektörler arasında oluklu mukavva sektörünün biraz daha ön plana çıktığı söylenebilir. Oluklu mukavva sektörü, kağıt ve kağıt ürünleri sanayinde üretim hacminin en yüksek olduğu alt sektördür. Ayrıca oluklu mukavva sektörü yabancı şirketlerin yoğun olarak faaliyet gösterdiği ve üretim teknolojisi açısından rekabet edebilecek düzeyde olan bir sektördür. Halbuki kağıt ve kağıt ürünleri sektörünün geneline bakıldığında özellikle

ham madde ve üretim teknolojileri açısından dışa bağımlı bir yapı sergilenmektedir. Bu yüzden oluklu mukavva sektörünün kağıt ve kağıt ürünleri imalatı için son derece önemli olduğu belirtilebilir. Oluklu mukavvanın yanı sıra temizlik kağıtları sektörü de gelişme eğilimi gösteren bir alt sektördür (Çevik, 2016: 12).

Sektörün 2008 ile 2015 yılları arasındaki üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticaret göstergeleri tablo 19’da yer almaktadır.

Tablo 19: Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	90,2	78,6	1.051,9	3.013,5
2009	88,3	70,8	1.015,4	2.588,5
2010	100,0	75,4	1.245,9	3.380,4
2011	109,5	76,9	1.467,7	3.717,8
2012	114,7	77,3	1.712,2	3.534,9
2013	119,6	79,0	2.002,5	3.828,7
2014	127,6	80,8	2.064,7	3.966,0
2015	135,4	82,6	1.849,9	3.517,2

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Kağıt ve kağıt ürünleri sektörünün üretim endeksi göstergeleri dikkate alındığında 2008 yılında 90,2 olan endeks değeri 2013’de 119,6’ya yükselmiştir. Bu da beş yıllık bir süre zarfında üretim endeksinin 29 puan arttığı anlamına gelmektedir. 2009 yılında üretim endeksinde düşüş yaşanmış olsa da bu düşüşün sınırlı kaldığı ve 2010 yılından itibaren düzenli bir artış meydana geldiği ifade edilebilir.

Kapasite kullanım oranı da en düşük değerini 2009 yılında almış, 2009’da 70,8 seviyesine kadar düşen kapasite kullanım oranı 2010’da 75,4’e ve 2015’te 82,6’ya yükselmiştir.

Dış ticaret ile ilgili göstergeler ise kağıt ve kağıt ürünleri sektörünün dış ticaret açığı verdiğini ortaya koymaktadır. Tabloda ele alınan yıllar içinde sektörün ihracatında artış yaşanmış olsa da ihracatın ithalatı aşması mümkün olmamıştır. 2008-2015 yılları arasında sektörün en yüksek ihracat değeri 2.064,7 milyon dolar ile 2014’te kaydedilmiştir.

2.7.9. Kayıtlı Medyanın Basılması ve oğaltılması (Basım-Yayın)

Çalışmanın bu bölümünde kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması sektörü hakkında bilgi verilmeye çalışılacaktır. Öncelikle sektörün tanımı, hangi alt dallardan oluştuğu belirtilecek; daha sonra ise bazı temel göstergelere ilişkin sayısal veriler sunulacaktır.

Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması sektörü, adından da anlaşılacağı üzere gazete, kitap, dergi gibi günlük hayatın vazgeçilmez parçalarından olan ürünlerin çeşitli baskı teknikleri kullanılarak tüketicilere sunulması işlemlerini içermektedir. Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması sanayinin de diğer sanayi kollarında olduğu gibi kendi içinde alt sektörleri bulunmaktadır. Bu alt sektörler yayım; basım ve basımla ilgili hizmet faaliyetleri; plak, kaset vb. kayıtlı medyanın çoğaltılması şeklinde e ayrılmıştır. Her bir alt sektör de kendi içinde tekrar çeşitli alt dallardan oluşmaktadır. Yayım sektörü kitap yayımı, gazetelerin yayımı, dergi ve srel yayınların yayımı, ses kayıtlarının yayımı ve diğer yayımlardan oluşmaktadır. Basım ve basımla ilgili hizmet faaliyetleri sektörü ise gazete basımı, başka yerde sınıflandırılmamış basım, ciltleme, baskı öncesi faaliyetler ve basımla ilgili yardımcı faaliyetleri içinde bulundurmaktadır. Son olarak plak, kaset vb. kayıtlı medyanın çoğaltılması sektörüne bakılacak olursa bu sektörün de kendi içinde çeşitli sektörlere ayrıldığı görülmektedir. Bu sektörler ise ses kaydının çoğaltılması, görüntü kaydının çoğaltılması ve bilgisayar kaydının çoğaltılmasıdır (Kandemir, 2012: 380).

Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması sektörünün tanımından ve bu sektörün hangi alt dallara ayrılarak nasıl bir yapı sergilediğinden kısaca bahsettikten sonra sektörün bazı temel göstergelerine değinmek fayda sağlayabilir. Böylece sektörün üretim, kapasite kullanım oranı, dış ticaret gibi göstergelerdeki durumu hakkında fikir sahibi olunabilir.

Tablo 20: Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması (Basım-Yayın) Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	91,2	71,5	145,1	600,2
2009	94,2	73,4	147,7	519,1
2010	100,0	75,8	141,4	555,7
2011	120,1	71,8	164,0	606,4
2012	123,6	69,2	157,5	559,2
2013	130,5	71,7	154,5	570,1
2014	131,7	69,3	167,5	531,1
2015	137,9	65,1	142,4	483,1

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması sektöründe 2010 yılının baz yılı olarak alındığı üretim endeki değerlerinin 2008-2015 yılları arasında giderek artan bir eğilim sergilediği görülmektedir. İmalat sanayinin pek çok alt sektöründen farklı olarak bu sektörde üretim endeksinin 2009 yılında bir önceki yıla göre azalmak yerine arttığı dikkati çekmektedir. Küresel krizin etkisi nedeniyle sektörlerin büyük çoğunluğunda üretim endeksi 2009’da azalmıştır. Ancak basım-yayın sektöründe 2009 yılında 2008’e göre 3 puanlık bir artış meydana gelmiştir. Yaşanan artış sonraki yıllarda da kesintiye uğramadan devam etmiş ve 2015 yılında basım-yayın sektöründe üretim endeksi 137,9 seviyesine ulaşmıştır.

Kapasite kullanım oranı açısından değerlendirildiğinde de 2009’da bir önceki yıla kıyasla artış yaşanmıştır. 2008’de 71,5 olan kapasite kullanım oranı 2009 senesinde 73,4 olarak kaydedilmiştir.

Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması sektörünün dış ticaret rakamlarından da görüldüğü gibi 2008-2015 yılları arasında ihracat sürekli ithalattan daha düşük değerlerde seyretmiştir ve dış ticaret açığı verilmiştir. Sektörün 2009 yılında küresel krize rağmen ihracatını yükselttiği; ancak bu yükselişin devam ettirilemediği söylenebilir. 2011 yılında 164,0 milyon dolar olan ihracat 2014’te 167,5 milyon dolara çıkmış, ancak 2015’te düşüş yaşanmıştır.

2.7.10. Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri

Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sektörü isminden de anlaşılacağı gibi ana maddeleri maden kömürü ve petrol olan bir sanayi koludur. Söz konusu ham maddeler çeşitli işlemlerden geçirilerek kullanılabilir duruma getirilmektedir. Sektör iki ana gruba ayrılmıştır. Bunlar kok fırını ürünlerinin imalatı ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatıdır. Kok fırını ürünlerinin imalatı kendi içinde kok ve yarı kok üretilmesi, ham kömür ve linyit katranlarının üretilmesi, kok gazı üretilmesi gibi üretim süreçlerinden oluşmaktadır. Aynı şekilde rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı da geniş bir ürün yelpazesini içinde barındırmaktadır. Ham petrol damıtma, parçalama gibi çeşitli teknikler kullanılarak farklı ürünlere dönüştürülmektedir. Petrolün rafine edilmesi işlemi neticesinde benzin, gazyağı, gres yağları, vazelin, parafin, biyobenzin gibi pek çok ürün elde edilerek değişik sektörlerde kullanılmaktadır (İSO, 2016: 1-2).

Petrolün sadece Türkiye için değil, bütün ülkeler için hayati öneme sahip bir kaynak olduğu ifade edilebilir. Üretim sürecindeki en temel girdilerin başında gelmektedir. Bu nedenle farklı alanlarda çeşitli amaçlar için petrole ve petrolden elde edilmiş ürünlere ihtiyaç duyulmaktadır. Kullanım alanının genişliği, petrol kaynaklarının sınırlı olması ve petrolün yenilenemeyen bir enerji türü şeklinde nitelendirilmesi bu kaynağın önemini daha da arttırmaktadır. Neredeyse bütün sektörlerin ihtiyaç duyduğu bir enerji kaynağı ile bağlantılı bulunan sanayi kolunun içinde bulunduğu durumun da son derece önemli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu denli önem arz eden bir sektörde diğer ülkelerle rekabet edebilir durumda olmak gereklidir (Gökçe, 2014: 144-145). Sektörün rekabet gücü ileriki bölümlerde incelenecektir. Ancak çalışmanın bu kısmında kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sektörünün bazı temel göstergeleri ele alınacaktır.

Tablo 21: Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	118,8	87,3	7.325,0	13.828,9
2009	94,2	58	3.647,9	10.408,5
2010	100,0	65,8	4.148,6	13.774,5
2011	108,4	75,3	6.116,7	18.296,6
2012	110,7	76,6	7.172,4	19.214,0
2013	106,8	73	6.288,2	18.933,0
2014	102,2	69,9	5.723,6	18.757,7
2015	134,4	84,4	4.171,3	11.033,8

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sektörüne ait tablo 21'deki veriler incelendiğinde özellikle üretim endeksi ve kapasite kullanım oranı göstergelerinde 2009 yılında 2008'e göre büyük düşüş meydana gelmiştir. 2008'de 118,8 olan üretim endeksi 2009 yılında 94,2 düzeyine gerilemiştir. Bu gerileme durumunun kapasite kullanım oranında daha belirgin olduğu söylenebilir. 2008 yılında 87,3 olarak gerçekleşen kapasite kullanım oranı 2009'da 58,0 olmuştur. Bu da kapasite kullanım oranının 29,3 puan azaldığı anlamına gelmektedir. Ancak 2009'dan sonra kapasite kullanım oranında yeniden yükseliş eğilimine geçilmiştir. 2009 yılında 58,0 seviyesini gören kapasite kullanım oranı 2015'de 84,4 seviyesine kadar yükselmiştir.

Sektörün dış ticaret verilerine bakıldığında ise ihracatın ithalattan düşük olduğu ve dış ticaret açığı verildiği ifade edilebilir. 2008-2015 dönemi arasında her yıl ihracat rakamları ithalatın gerisinde kalmıştır. Bu dönemde en yüksek ihracat 2008 yılında gerçekleştirilmiş ve daha sonraki yıllarda bu ihracat miktarı aşılammıştır. Tabloda yer alan bazı yıllarda ithalat miktarı, ihracatın yaklaşık iki-üç katı olmuştur.

Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sanayinin ithalata bağımlılık oranı zaman içinde yükselmiştir. 1994 yılında 0,9 olan ithalata bağımlılık oranı 1999'da 1,6'ya çıkmış ve 2006 yılında 2,4 olarak gerçekleşmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 44).

2.7.11. Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler

Kimya sanayi, hem imalat sanayi açısından hem de ekonominin bütünü açısından büyük öneme sahiptir. Bu durumun temel nedenlerinden biri kimya sanayinde çok geniş bir ürün çeşitliliğinin bulunmasıdır. Bir diğer neden ise kimya sanayinde üretilen ürünlerin diğer sektörlerde ham madde ve ara mal olarak kullanılıyor olmasıdır. Kimya sanayinde üretilen ürünlerin sadece %30'luk bir kısmı nihai tüketicilere yöneliktir. Geriye kalan %70'lik kısım ise diğer sektörlerle girdi olarak sunulmaktadır. Bu bağlamda diğer sektörler için ham madde ve ara mal tedarikçisi olarak nitelendirilebilen kimya sektörünün gelişmesinin diğer sektörlerle de katkı sağlayacağını söylemek mümkündür (Petrol-İş, 2011a:2).

Kimya sanayinin çok geniş bir ürün yelpazesine sahip olduğu yukarıda belirtilmiştir. Bu geniş yelpazenin içinde bulunan ürünler ise kimyasal gübre ve azot bileşikler; birincil formda plastik ve sentetik kauçuk; haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünler; boya, vernik ve benzeri kaplayıcı maddeler ile matbaa mürekkebi ve macun; sabun ve deterjan, temizlik ve parlatıcı maddeleri, parfüm, kozmetik ve tuvalet malzemeleri; patlayıcı madde, tutkal, uçucu yağlar; diğer kimyasal ürünler ve suni veya sentetik elyafır (İSO, 2015c: 1-2).

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörüne ait üretim endeksi, kapasite kullanım oranı, ihracat ve ithalat verileri tablo 22'de yer almaktadır. Sektörün 2008-2015 yılları arasındaki gelişimi tablodaki rakamlar yardımıyla daha iyi anlaşılabilir.

Tablo 22: Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	83,4	72,4	4.994,8	26.993,9
2009	83,0	68,9	4.299,6	21.374,4
2010	100,0	80,4	5.705,5	27.034,2
2011	107,0	82,6	6.742,7	33.244,6
2012	108,8	80,5	7.308,2	31.701,0
2013	112,4	77,8	7.614,8	33.486,5
2014	117,5	76,4	7.960,6	34.876,7
2015	121,7	75,9	7.466,6	30.436,5

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörüne ait üretim endeksi değeri 2008 yılında 83,4 olarak hesaplanmıştır. 2009 yılında ise küresel krize rağmen üretim endeksinde sadece 0,4'lük bir azalış yaşanmıştır. Ancak daha sonraki yıllarda üretim endeksinin 100 seviyesini aştığı ve 2015 yılında 121,7'ye ulaştığı söylenebilir.

Kapasite kullanım oranında ise daha dalgalı bir yapı ortaya çıkmaktadır. Önce 2009'da bir önceki yıla göre 3,5 puanlık azalış yaşanmış, ardından 2010 ve 2011 yıllarında yükselişe geçilmiş ve 2012 yılında yeniden düşüş gerçekleşmiştir. 2012'den sonra bu düşüş devam etmiş ve 2013 yılında 77,8 seviyesine düşen kapasite kullanım oranı 2015'te 75,9 olmuştur.

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörü, tablodaki verilerden de anlaşılacağı gibi ihracatın ithalata kıyasla yeterli düzeyde olmadığı bir sektördür. Bu sektörde ihracat ile ithalat arasındaki fark oldukça fazladır.

Dış ticaret açığına rağmen sektörün ihracat değerlerinde yıllar içinde artış meydana geldiği ifade edilebilir. İhracatın yapıldığı önemli pazarlara bakıldığında ise AB, Orta Doğu ülkeleri, Çin ve Hindistan ile karşılaşmaktadır. Türkiye kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı sektöründeki ihracatının çok büyük bir kısmını bu ülkelere yapmaktadır. Dolayısıyla söz konusu ülkelerde meydana gelen ekonomik, siyasal vb. sorunların sektörün geleceğini ve hassasiyetini etkilediğini söylemek mümkündür (Kıroğlu, 2012: 16).

2.7.12. Temel Eczacılık Ürünleri

Temel eczacılık ürünleri sektörü teknolojik gelişmelere dayalı, Ar-Ge faaliyetlerinin büyük önem taşıdığı bir sektördür. Ayrıca bu sektörde katma değeri yüksek olan ürünler üretilmektedir ve nitelikli insan gücüne ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak sektörü önemli kılan bir başka nedenden daha söz edilmesi gereklidir. Bu da temel eczacılık ürünleri sektörünün insan yaşamı ve sağlığı ile doğrudan ilişkili olmasıdır. Eczacılık sektöründe üretilen ürünler tedavide, sağlıklı yaşamın sürdürülmesinde kullanılan ürünlerdir. Bu sebeple eczacılık ürünleri sektöründe gelişme yaşanmasının ve yüksek bir rekabet gücü elde edilmesinin hem ülke ekonomisi hem de ülke vatandaşlarının sağlığı açısından önem arz ettiğini söylemek mümkündür (İEİS, 2015: 3).

Temel eczacılık ürünleri sanayi temel eczacılık ürünlerinin, eczacılığa ilişkin malzemelerin, tıbbi kimyasalların ve botanik ürünlerinin imalatını kapsamaktadır (GTB, 2013d: 3).

Temel eczacılık ürünleri sektörünün çok geniş bir ürün yelpazesi bulunmaktadır. Bu ürünlerin başlıcaları provitamin ve vitaminler, hormonlar ve türevleri, glikoziler, bitkisel alkaloidler, antibiyotikler, tedavide kullanılan organlar, kan, serum ve aşılar, ilaçlar, gaz bezleri ve steril malzemeler şeklinde sıralanabilir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2016: 1).

Temel eczacılık ürünleri sektörünün, ithalatın oldukça büyük rakamlara ulaştığı bir sektör olduğu belirtilebilir. İhracat ise yıllar içinde artsa da ithalata kıyasla sınırlı kalmaktadır. Sektörün hem dış ticaret verileri hem de üretim ve kapasite kullanımı ile ilgili verileri tablo 23'te yer almaktadır.

Tablo 23: Temel Eczacılık Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	98,8	75,1	421,1	4.360,5
2009	101,4	70,9	499,5	4.489,1
2010	100,0	72,3	632,8	4.981,8
2011	109,5	74,7	642,8	5.283,5
2012	123,2	70,6	742,8	4.538,0
2013	117,0	71,2	832,7	4.695,0
2014	134,1	74,2	871,0	4.970,3
2015	163,4	75,1	946,0	4.826,4

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Temel eczacılık ürünleri sektörünün üretim endeksi verileri incelendiğinde 2009 yılında üretim endeksinin azalmak yerine artış göstermiş olması ilk dikkati çeken noktalardan biridir. Çünkü imalat sanayinin alt sektörlerinin büyük bir bölümünde 2009 yılında küresel krizin etkisi ile birlikte üretim endeksinde azalış yaşanmıştır. Ancak temel eczacılık ürünleri imalatında 2009 yılında üretim endeksi bir önceki yıla göre 2,6 puan artarak 101,4 seviyesine çıkmıştır. 2015 yılında da üretim endeksi 163,4 olarak gerçekleşmiştir.

Kapasite kullanım oranında ise 2009 yılında 2008'e göre 4,2 puan azalma meydana gelmiştir. 2009'da 70,9 olan kapasite kullanım oranı 2010 ve 2011 yıllarında artış

sergilemiştir. Sektör 2008 ile 2015 yılları arasında en düşük kapasite kullanım oranını 70,6 ile 2012 yılında gerçekleştirmiştir.

Sektörün dış ticaret ile ilgili göstergeleri 2008-2015 yılları arasında sürekli dış ticaret açığı verildiğini ortaya koymaktadır. İhracat değerleri yıllar içinde yükselmiş olsa da ithalatın çok gerisinde kalmaktadır. Türkiye, sektöre ait ihracatını yükseltmektedir. Buna rağmen Türkiye temel eczacılık ürünleri sanayinde önemli bir ihracatçı konumunda değildir. Örneğin 2011 yılında eczacılık sektöründe toplam ihracatı en yüksek olan ülkeler Almanya, İsviçre, Belçika, ABD ve İrlanda'dır. Almanya'nın yaptığı ihracat 68.769 milyon dolar, İsviçre'nin ihracatı ise 58.163 milyon dolardır. 2011 yılında Türkiye'nin eczacılık sektöründeki ihracatı ise toplam ihracatın %0,13'ünü oluşturmaktadır ve dünyada eczacılık sektöründe en çok ihracat yapan ülkeler sıralamasında 37. sırada yer almaktadır (GTB, 2013d: 5-7).

2.7.13. Kauçuk ve Plastik Ürünler

Kauçuk ve plastik ürünler, çok sayıda farklı sektörle bağlantılı bulunan ve sektörler için ara malı üreten bir sanayi koludur. Bu sanayi kolunda üretilen ürünler otomotiv, giyim, inşaat ve tarım gibi sektörlerle girdi sağlamaktadır. Kauçuk ve plastik ürünleri sektörünün girdi tedarik ettiği sektörler birbirinden son derece farklı yapılara sahiptirler. Bu da plastik ve kauçuk ürünleri sektörünün önemini ortaya koyan önemli bir özelliktir. Özellikle kauçuk ürünleri imalatı uçak ve makine sanayi gibi ileri teknoloji sektörlerle girdi sağlamaktadır. Bu yönüyle sektör ekonomik kalkınmaya da katkı yapmaktadır (İSO, 2012b: 1-84).

Kauçuk ve plastik ürünleri imalatı içinde yer alan başlıca alt sektör grupları şunlardır: iç ve dış lastik imalatı; diğer kauçuk ürünleri imalatı; plastik tabaka, levha, tüp ve profil imalatı; plastik ambalaj malzemesi imalatı; plastik inşaat malzemesi imalatı ve diğer plastik ürünleri imalatı (Taş, 2016: 4).

Kauçuk ve plastik ürünleri imalatı OECD ISIC Rev. 3.1 sınıflandırması kapsamında orta-düşük teknoloji grubu içinde bulunmaktadır (Özmen, 2014: 19).

Kauçuk ve plastik ürünleri imalatına ilişkin aşağıdaki verilerden de görüldüğü gibi 2008-2015 yılları arasında üretim endeksi en düşük değerini 83,0 ile 2009 yılında almıştır. Küresel kriz, pek çok sektörü olduğu gibi kauçuk ve plastik ürünleri sektörünü de etkilemiştir. Ancak bu düşük üretim endeksi değeri sonraki yıllarda

süreklilik arz etmemiş ve üretim endeksinde yükseliş sağlanmıştır. 2009 yılında kapasite kullanım oranı, ihracat ve ithalat rakamlarında da azalış meydana gelmiştir. Ancak bu göstergelerde de tıpkı üretim endeksinde olduğu gibi sonraki yıllarda olumlu bir eğilim yakalanmıştır.

Tablo 24: Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	91,3	74,5	4.749,9	3.450,6
2009	83,0	64,4	4.035,2	2.708,6
2010	100,0	73,1	4.887,4	3.493,6
2011	112,1	76,2	6.240,7	4.488,9
2012	111,9	72,1	6.430,1	4.481,2
2013	115,5	72,4	7.029,9	4.991,8
2014	119,5	73,5	7.539,8	5.104,4
2015	121,4	72,7	6.473,8	4.736,6

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Tablo 24'teki verilere bakıldığında kauçuk ve plastik ürünleri imalatında 2008-2015 yılları arasında dış ticaret fazlası verildiği göze çarpmaktadır. Kauçuk ve plastik ürünleri sektörü, dış ticaret fazlasının olduğu sektörlerden biridir. Sektörün ihracat yaptığı ülkelere bakılacak olursa başı çeken ülkenin Irak olduğu görülmektedir. Irak'ın yanı sıra Almanya, İngiltere, Fransa, İsrail, Azerbaycan gibi ülkeler de kauçuk ve plastik ürünleri sektöründe önemli ihracat partnerlerimiz arasında yer almaktadırlar. Ancak en büyük ihracatın yapıldığı Irak ile ikinci sırada yer alan ülke arasında belirgin bir fark olduğu unutulmamalıdır. Örneğin 2014 yılında Irak'a 545,2 milyon dolar kauçuk ve plastik ürünleri ihraç edilmiştir. İkinci sıradaki Almanya'ya yapılan ihracat ise 261,5 milyon dolardır (Taş, 2016: 20).

2.7.14. Metalik Olmayan Mineral Ürünler

Metalik olmayan mineral ürünler sektörü, çok çeşitli ürünlerin imal edildiği ve imal edilen ürünlerin hayatın pek çok alanında kullanıldığı bir sektördür. Tuğla, alçı, kireç, mermer ve çimento bu ürünlerden sadece bazılarıdır. Örnek verilen ürünlerden de tahmin edileceği gibi metalik olmayan mineral ürünler sektöründe üretilen ürünlerin neredeyse tamamı inşaat sektöründe kullanılmaktadır. Bu nedenle inşaat sektörü ile metalik olmayan mineral ürünler sektörü arasında yakın bir ilişki

mevcuttur. Bu sektörde üretilen ürünler inşaat sektörünün en önemli girdileri arasında yer almaktadır (İSO, 2014c: 1).

Metalik olmayan mineral ürünler imalatının alt sektörleri cam ve cam ürünleri imalatı; inşaat amaçlı olanlar hariç, ateşe dayanıklı olmayan seramik ürünleri imalatı; ateşe dayanıklı seramik ürünleri imalatı; seramik kiremit ve kaldırım taşı imalatı; fırınlanmış kilden kiremit, briket, tuğla ve inşaat malzemeleri imalatı; çimento, kireç ve alçı imalatı; beton, çimento ve alçıdan yapılmış maddelerin imalatı; süsleme ve yapı taşının kesilmesi, şekil verilmesi ve kullanılabilir hale getirilmesidir (Meder, 2012: 566-567).

Sektörün üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticaret ile ilgili verileri hakkında bilgi edinmek için aşağıdaki tabloya bakılabilir.

Tablo 25: Metalik Olmayan Mineral Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	99,2	76,6	4.321,0	1.549,9
2009	87,3	65,8	3.769,0	1.148,1
2010	100,0	75,2	3.988,8	1.527,9
2011	106,2	78,7	4.042,2	1.826,6
2012	106,5	76,3	4.083,5	1.691,6
2013	110,1	76,4	4.290,0	1.978,6
2014	112,1	77,4	4.328,8	2.164,0
2015	110,3	75,9	3.849,0	1.916,7

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.org.tr, [16.10.2016]

Metalik olmayan mineral ürünler sektörünün üretim endeksi göstergelerinin 2008-2015 yılları arasında 2009 yılı dışında büyük bir azalış sergilemediği söylenebilir. 2009 yılındaki düşüş ise küresel krizin yarattığı etkiler nedeniyle üretimde yaşanan azalıştan kaynaklanmıştır. Ancak 2009'un ardından yeniden üretim endeksinde artışa geçilmiş ve endeks değeri 2014 yılında 112,1 düzeyine ulaşmıştır.

Kapasite kullanım oranında da 2009 yılında bir azalış yaşanmıştır. Kapasite kullanım oranı 2009'da bir önceki yıla göre 10,8 puan azalarak 65,8 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2010 ve 2011 yıllarında kapasite kullanım oranı artmış, 2012'de ise

yine bir düşüş yaşanmıştır. Ancak bu düşüş 2009 yılındaki kadar büyük bir düşüş değildir. 2014'te kapasite kullanım oranı 77,4 düzeyinde hesaplanmıştır.

Sektörün ihracat ve ithalat değerleri incelendiğinde 2008-2015 yılları arasında sürekli dış ticaret fazlası verildiği göze çarpmaktadır. Tablo 25'teki yıllar içinde ihracatın ve ithalatın en fazla olduğu yıl 2014 yılıdır.

2.7.15. Ana Metal

Ana metal sektörü, diğer sanayi kollarına girdi tedarik eden önemli sektörlerden biridir. Ana metal sanayinin girdi sağladığı sektörlerin başında otomotiv ve inşaat sektörü gelmektedir. Ayrıca ana metal sanayi alt yapı yatırımları için de önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır (Konya Sanayi Odası, 2008: 3-4). Sektörün bir tanımını yapmak gerekirse aşağıdaki şekilde ifade edilebilir.

Ana metal imalatı, metallerin çeşitli işlemlerden geçirilmesine dayanan bir sektördür. Bu işlemler arasında eritme, ayrıştırma gibi teknikler vardır. Eritilerek veya ayrıştırılarak elde edilen ürünler kullanıma hazır duruma getirilirler (GTB, 2013b: 2).

Ana metal sanayinin 1980 sonrasındaki durumuna bakıldığında sektörün büyüme oranı 1980-2001 arasında %7,0 iken 2002-2006 arasında %9,5 olmuştur. Sektörün ihracat ve ithalatındaki büyüme ise 2002-2006 arasında hızla yükselmiştir. Ana metal sanayi ihracatı 1996-2001 yılları arasında ortalama %5,5 büyürken 2002-2006 yılları arasında %26,1 oranında büyümüştür. İthalattaki büyüme de 1996-2000 döneminde %6,0 olmuş, 2002-2006 arasında %37,6 seviyesine yükselmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 38-42).

Ana metal sanayinde üretimin daralmasına neden olan önemli olaylar 1998 ve 2001 ekonomik krizleri ile 1999 yılındaki depremdir. Bu olayların etkisi ile birlikte sektör bir daralma süreci yaşamıştır. Ancak hem ekonomik krizlerin aşılması hem de 1999 depreminin ardından inşaat sektörünün hız kazanması ile birlikte ana metal sanayinde hareketli bir döneme girilmiştir. Özellikle 2002 ve 2004 yılları arasında sektörde büyük bir üretim artışı meydana geldiği görülmektedir. Yurt içi talebin artması ve yurt dışında yapılan alt yapı yatırımlarının hızlanması, sektörün üretimini arttıran en önemli sebeplerdir (Dolun, 2007: 430).

Ana metal imalatında üretim endeksi 2009 yılında 100 puanın altına inmiştir. Bu durum tablo 26’da belirtilmiştir. Söz konusu inişin temel nedeninin ise küresel krizin etkileri olduğu ifade edilebilir. 2008 yılında 106,0 olan üretim endeksi 2009’da 89,3 puan birden azalarak 89,7 seviyesini görmüştür. Ancak sonraki yıllarda düzenli bir şekilde üretim endeksi artmıştır ve 2014 yılında 2008-2015 dönemindeki en yüksek seviyesine yani 123,2’ye ulaşmıştır.

Tablo 26: Ana Metal Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	106,0	82,7	22.569,8	26.506,0
2009	89,7	70,1	15.103,3	13.302,8
2010	100,0	76,8	14.426,6	18.662,9
2011	111,2	77,9	17.062,2	26.076,8
2012	117,0	77,6	29.109,8	26.527,0
2013	122,7	77,3	17.516,4	35.173,4
2014	123,2	74,6	16.636,4	26.437,0
2015	122,8	74,4	17.710,0	21.943,8

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Kapasite kullanım oranında da 2009 yılında büyük bir düşüş yaşandığı görülmektedir. 2009’da 70,1 olan kapasite kullanım oranı 2010 yılında 76,8’e ve 2011 yılında 77,9’a çıkmıştır. 2012 ve 2013 yıllarında ise kapasite kullanım oranı 0,3’er puan azalış sergilemiştir.

Ana metal sanayinin dış ticaret ile ilgili verileri incelendiğinde ise sektörün bazı yıllar dış ticaret açığı, bazı yıllar ise dış ticaret fazlası verdiği dikkati çekmektedir. 2009 ve 2012 yıllarında dış ticaret fazlası verilirken, tablo 26’da yer alan diğer yıllarda dış ticaret açığı verilmiştir.

2.7.16. Metal Ürünleri

Metal ürünleri sektörü, imalat sanayinin önemli kollarından biridir. Bu sanayi kolunun tanımı aşağıdaki şekilde ifade edilebilir.

“Bu bölüm, genellikle statik, sabit bir işleve sahip “saf” metal ürünlerin (parçalar, muhafaza kapları (fiçi, varil vb.), yapılar gibi) imalatını ve takip eden 26 ile 30 arasındaki bölümlerin tersine, hareketli parçalarla çalışan, tamamıyla elektrikli, elektronik veya optik olmayan bu gibi ürünlerin (bazen diğer materyallerle) daha karmaşık birimlere dönüştürülmesine yönelik bağlantı veya montaj ürünlerinin imalatını kapsamaktadır” (GTB, 2013b: 2).

Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatının NACE Rev. 1.1. sınıflandırmasına göre kodu 28 olarak belirlenmiştir. Sektörün yedi tane temel alt sektöre ayrıldığı görülmektedir. Bu alt sektörler metal yapı malzemeleri imalatı; tank, sarnıç, metal muhafaza ile kalorifer kazanı ve radyatör imalatı; buhar kazanı imalatı, merkezi kalorifer kazanları hariç; metallerin dövülmesi, metallerin preslenmesi, baskılanması ve yuvarlanması, toz metalürjisi; metallerin kaplanması ve işlenmesi, genel makine mühendisliği; çatal-bıçak takımı, el aletleri ve genel hırdavat malzemeleri imalatı ve diğer fabrikasyon metal eşyaların imalatı şeklinde sıralanabilir (Ersoy, 2012: 666).

Metal eşya sanayi, 1980-2001 arası dönemde ortalama %6,1 büyüme oranına sahiptir. 2002-2006 yılları arasında sektörün ortalama büyüme oranı yükselmiş ve %12,3'e ulaşmıştır. Metal eşya sanayi, ihracat büyüme oranında da artış göstermiştir. 1996 ile 2001 yılları arasında %9,7 olan ihracat büyüme oranı 2002-2006 arasında %35,5 seviyesinde gerçekleşmiştir. Metal eşya sanayinin ithalat büyüme oranlarında ise biraz daha farklı bir durum göze çarpmaktadır. Çünkü sektörün 1996-2000 arasında ithalat büyüme oranı negatif bir değer almıştır ve bu değer % -1,2'dir. Ancak 2002-2006 yılları arasında ithalat büyüme oranı hızla artmıştır ve %22,3 seviyesine çıkmıştır (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 38-42).

Tablo 27: Metal Ürünleri Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	98,2	69,1	5.531,4	3.487,5
2009	83,4	56,9	4.469,9	2.615,7
2010	100,0	66,3	4.972,6	3.183,4
2011	119,7	70,7	6.230,1	3.916,8
2012	126,7	71	6.589,0	3.952,5
2013	131,3	71,8	7.067,8	4.767,0
2014	134,9	71,9	7.430,3	4.172,9
2015	137,9	71,7	6.490,6	4.187,6

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Metal ürünleri sektörünün üretim endeksi 2008 yılında 98,2 seviyesinde gerçekleşmiştir. 2009'da ise krizin etkisi ile üretim endeksi 83,4'e gerilemiştir.

Ancak 2011 yılında üretim endeksi 100 seviyesini aşmıştır, 2015 yılında da 137,9'a yükselmiştir.

Kapasite kullanım oranı da 2008 ile 2015 yılları arasında en düşük değerini 2009'da almıştır. 2009 yılında kapasite kullanım oranı bir önceki yıla göre 12,2 puan azalmıştır ve 56,9 değerini elde etmiştir. 2009 sonrasında ise kapasite kullanım oranında artış yaşanmış ve kapasite kullanım oranı 71,9 seviyesine kadar yükselmiştir.

Dış ticaret verilerinde tablo 27'de yer alan yıllar içinde ihracat değerlerinin ithalatın üzerinde seyrettiği ve dış ticaret fazlası verildiği görülmektedir.

2.7.17. Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler

Elektronik sektörü, günümüzdeki küresel ekonomilerin en dinamik ve en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak nitelendirilebilir (Lowe and Kenney, 1999: 1428). Elektronik sektöründeki rekabet artık ulusal ve sektörel sınırları aşmıştır. Bu sektörde rekabet edebilmek için firmaların teknolojik bilgiyi ve örgütsel yeterliliği de içinde barındıran küresel ölçekte bir üretim tecrübesine sahip olmaları gereklidir. Ayrıca tedarikçiler ve müşterilerle kurdukları güçlü bir bağlantı ağına sahip bulunmaları, finansal açıdan yeterli olmaları da önem taşımaktadır. Çünkü elektronik sektörüne konu olan mallar zamanında geliştirilip ticarileştirilmelidir. Bunu yaparken de firmalar rakiplerine kıyasla çok çabuk hareket etmeli ve en minimum düzeyde maliyete katlanmalıdırlar (Ernst, 1997: 4). Böylesine stratejik öneme sahip bir sektörde Türkiye'nin küresel pazardaki konumunun belirlenmesinin gerekli olduğu ifade edilebilir. Sektörün rekabet gücünün belirlenmesine ileriki bölümlerde değinilecektir. Burada ise sektörün tanımı, kapsamı ve bazı temel göstergeleri hakkında kısa bilgiler verilecektir.

Elektronik ürünlerin imalatı, NACE 2 sektör sınıflandırmasında "bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı" şeklinde ifade edilmektedir ve kod numarası 26'dır. Bilgisayarlar, elektronik ve optik ürünler sektörü yüksek teknoloji ürünler grubunda yer almaktadır ve çok geniş bir kapsama sahiptir. Bu nedenle çeşitli alt sektörlerle ayrılmıştır. Söz konusu alt sektörler şunlardır (İSO, 2014b: 1-8):

-Elektronik bileşenler ve devre kartlarının imalatı,

- Bilgisayar ve bilgisayar çevre birimleri imalatı,
- İletişim ekipmanları imalatı,
- Tüketici elektroniği ürünlerinin imalatı,
- Ölçme, test ve seyrüsefer amaçlı alet ve cihazlar ile saat imalatı,
- Işınlama, elektro medikal ve elektro terapi cihaz imalatı,
- Optik aletlerin ve fotografik ekipmanların imalatı,
- Manyetik ve optik kaset bant CD vb. ortamların imalatıdır.

Sektörün üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticaret gibi temel göstergelerine ait bilgiler Tablo 28’de gösterilmiştir.

Tablo 28: Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	113,9	64,5	2.667,0	10.410,0
2009	95,6	70,2	2.227,8	8.855,8
2010	100,0	75,2	2.315,0	10.638,4
2011	107,4	76,8	2.505,8	12.123,9
2012	123,3	76,1	3.015,5	12.711,5
2013	128,7	80,4	2.670,9	14.692,7
2014	141,6	86,1	2.883,0	15.707,0
2015	147,3	79,8	2.579,4	15.006,8

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Üretim endeksi 2008 yılında 113,9 seviyesinde iken 2009’da bu rakam 95,6 olarak kaydedilmiştir. Üretim endeksindeki bu azalışa rağmen kapasite kullanım oranı 2009 yılında bir önceki yıla göre artmıştır. 2008’de 64,5 olarak kaydedilen kapasite kullanım oranı 2009 yılında 70,2’ye yükselmiş, bu yükseliş diğer yıllarda da sürdürülmüştür. 2014 yılında kapasite kullanım oranı 86,1 seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu oran, sektörün 2008-2015 yılları arasındaki en yüksek kapasite kullanım oranıdır.

Bilgisayarlar, elektronik ve optik ürünler sektörüne ait temel göstergeler arasında özellikle dış ticaret verileri dikkati çekmektedir. İhracat ve ithalat rakamları incelendiğinde, ihracatın ithalata göre oldukça düşük seviyelerde kaldığı görülmektedir.

2.7.18. Elektrikli Teçhizat

Elektrikli teçhizat sektörü, imalat sanayinin alt sektörlerinden biridir. Teknolojinin hızla ilerlediği ve buna bağlı olarak günlük aktivitelerin neredeyse tamamında makinelerin kullanıldığı bir hayatın sürdürüldüğü düşünülürse elektriğin ve elektrik ile çalışan aletlerin ne kadar önemli olduğu anlaşılabilecektir. Beyaz eşyalardan aydınlatma araçlarına, pillerden jeneratörlere kadar pek çok şey elektrik ile çalışmaktadır.

Elektrikli teçhizat sanayinin oldukça geniş bir kapsamı vardır. Sektör çok sayıda alt sektörden oluşmuştur ve her bir alt sektörün de kendi içinde çeşitli kolları mevcuttur. Sektörün temel alt sektörleri şunlardır: Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı; elektrik dağıtım ve kontrol cihazları imalatı; akümülatör ve pil imalatı; fiber optik kabloların imalatı; diğer elektronik ve elektrik telleri ve kablolarının imalatı; kablolamada kullanılan gereçlerin imalatı; elektrikli aydınlatma ekipmanlarının imalatı; elektrikli ev aletlerinin imalatı; elektriksiz ev aletlerinin imalatı; diğer elektrikli ekipmanların imalatı (GTB, 2013a: 2-9).

Elektrikli teçhizat sektörünün yukarıda sıralanan alt sektörlerine bakıldığında elektrikli ev aletlerinin de bu sektör içinde yer aldığı görülmektedir. Elektrikli ev aletleri sektöründe buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi gibi beyaz eşyaların da üretimi yapılmaktadır. Beyaz eşya sektörü Türkiye ekonomisi için çok önemli bir sektördür. Beyaz eşya sektöründe Türkiye, dünyanın en önemli ihracatçı ülkeleri arasında sayılabilir. Yapılan ihracat ile birlikte beyaz eşya sektörü ülkeye döviz girişini sağlayan temel sektörlerden biridir ve beyaz eşya sektöründe Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğu belirtilebilir (Özkuş, 2011: 127-128).

Elektrikli teçhizat sektörü, teknoloji yoğunluğu sınıflandırmasına göre orta-üst teknoloji grubu içinde bulunmaktadır. Sektörde ön planda olan temel nokta, enerji verimliliğidir. Üreticilerin öncelikli hedefi en az enerji kullanımı ile en yüksek verimliliğe sahip ürünler üretmektir. Böylece enerji tasarrufunda bulunularak hem

ülke ve dünya ekonomisine katkı sağlanabilir hem de gelecek nesiller düşünülerek sürdürülebilir kalkınma hedefine doğru adım atılmış olur (İSO, 2014a: 1).

Elektrikli teçhizat sektörü ile ilgili temel bazı bilgileri verdikten sonra sektörün önemli göstergelerinin zaman içinde nasıl değiştiğinin üzerinde durulması faydalı olacaktır. Tablo 29’da 2008-2015 yılları arasında üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticarete ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 29: Elektrikli Teçhizat Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	86,4	77,7	4.975,0	7.357,7
2009	85,5	67,9	6.923,8	6.704,8
2010	100,0	72,9	7.994,0	8.606,2
2011	113,5	78	9.383,2	10.094,5
2012	116,3	77,5	9.720,3	9.010,4
2013	126,9	75,8	10.372,3	9.233,5
2014	127,0	73,6	10.621,0	8.713,3
2015	127,4	75,8	9.227,0	8.262,3

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Elektrikli teçhizat sektörüne ilişkin üretim endeksi verileri incelendiğinde 2009 yılında 2008’e göre çok büyük bir azalış meydana gelmediği görülmektedir. 2008’de 86,4 olan üretim endeksi 2009’da 0,9 puan azalarak 85,5’e düşmüştür. Küresel krizin etkisi ile neredeyse imalat sanayi alt sektörlerinin tamamında üretim endeksi verilerinin bir düşüş yaşadığı söylenebilir. Ancak elektrikli teçhizat sektörünün üretim endeksindeki düşüş pek çok sektöre göre daha azdır. Nitekim tablodan da görüldüğü gibi 2010 ve sonrasında üretim endeksinde artışlar olmuştur ve 2015 yılında üretim endeksi 127,4 seviyesine kadar yükselmiştir.

Kapasite kullanım oranı verileri dikkate alındığında ise üretim endeksinden farklı olarak 2009 yılında büyük bir düşüş yaşandığı ortaya çıkmaktadır. 2008’de 77,7 olan kapasite kullanım oranı 2009 yılında 67,9’a gerilemiştir. Bu da bir yıl içinde kapasite kullanım oranının 9,8 puan azaldığı anlamına gelmektedir. Ancak sektör açısından belki de en önemli olan şey yaşanan azalışın geçici mi yoksa kalıcı mı olduğudur. Tablo 29’a bakıldığında kapasite kullanım oranındaki azalışın daha sonraki yıllarda devam etmediği, meydana gelen düşüşün ardından tekrar yükselişe geçildiği ifade

edilebilir. 2010-2015 arasındaki dönemde kapasite kullanım oranı 72'nin altına inmemiştir.

Elektrikli teçhizat sektörü ile ilgili ihracat rakamlarından da görüldüğü gibi 2008-2015 yılları arasında ihracatın en düşük seviyede kaldığı yıl 2008 olmuştur. 2008'den sonra ise tıpkı kapasite kullanım oranında olduğu gibi bir toparlanma süreci gerçekleşmiş ve ihracat yeniden artmıştır. Sektörde bazı yıllar dış ticaret açığı, bazı yıllar ise dış ticaret fazlası verilmiştir.

2.7.19. Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipmanlar

Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipmanlar sektörü, NACE Rev. 1.1. sınıflandırma sistemine göre 29 numaralı koda sahiptir. Sektör yedi tane temel alt sektöre ayrılarak incelenebilir. Bu alt sektörler ise mekanik güç üretimi ve kullanımına yönelik makinelerin imalatı (uçak, motorlu taşıt ve motosiklet motorları hariç); genel amaçlı diğer makinelerin imalatı; tarım ve ormancılık makineleri imalatı; takım tezgahları imalatı; diğer özel amaçlı makinelerin imalatı; silah ve mühimmat imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış ev aletleri imalatıdır (Boya, 2012: 718).

Sektörün üretim, dış ticaret ve kapasite kullanımı ile ilgili göstergeleri tablo 30'da belirtilmiştir.

Tablo 30: Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipmanlar Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	99,4	73	9.763,3	17.013,9
2009	76,6	55,6	5.364,9	12.458,0
2010	100,0	68,8	6.299,6	15.502,9
2011	128,4	75	8.112,1	21.049,2
2012	129,7	75,1	8.324,1	20.245,9
2013	139,2	76,1	9.185,8	23.089,6
2014	143,0	78,6	9.749,2	21.464,0
2015	140,5	77,6	8.646,4	19.600,6

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]

T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]

TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipmanlar sektöründe hem üretim endeksi hem de kapasite kullanım oranı 2009 yılında büyük bir düşüş yaşamıştır. 2008 yılında 99,4 olan üretim endeksi 2009 yılında 76,6'ya gerilemiştir. Bu da 22,8 puanlık bir düşüşü işaret etmektedir. Bu düşüş sektör açısından büyük bir azalıştır. Ancak 2009'daki düşüşün ardından sektörün hızlı bir ivme kazandığı ve üretim endeksini 2015 yılında 140,5 düzeyine kadar çıkarmayı başardığı söylenebilir.

Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipmanlar sektöründe tabloda yer verilmiş olan 2008-2015 yılları arasında sürekli olarak dış ticaret açığı verildiği göze çarpmaktadır.

2.7.20. Motorlu Kara Taşıtları

Otomotiv sektörü, teknolojik gelişme ile yakından ilişkili olan, yüksek oranda yenilik gerektiren bir sanayi koludur. Otomotiv sektörü için küresel alanda giderek artan bir rekabetten bahsedilebilir. Özellikle gelir düzeyi yüksek olan gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ve gelir düzeyi nispeten daha düşük olan ülkeler arasındaki rekabet dikkati çekmektedir. Otomotiv sektöründe Çin, Hindistan gibi ülkeler, dünyadaki diğer otomotiv üreticileri için ciddi bir rakip konumuna gelmişlerdir. Örneğin Çin'de bugün yüzden fazla yerli otomobil üreticisi firma bulunmaktadır. Ancak 2001 yılında bu sayı sadece on sekizdi. Bu da Çin'in aradan geçen zaman içinde otomotiv sektöründeki yükselişinin bir göstergesi olarak nitelendirilebilir. Çin ve Hindistan gibi ülkelerin üretim maliyetleri pek çok ülkeye kıyasla daha düşüktür. Dolayısıyla bu tür ülkelerin daha çok fiyat rekabeti yaptıkları gözlenmektedir. Ancak otomotiv sektörü için rekabetin farklı boyutları olduğu da unutulmamalıdır. Fiyat rekabetinin yanı sıra kalite, araç özellikleri, satış sonrası servis hizmetlerine dayanan rekabet türleri de söz konusudur (Simons and Isely, 2014: 82). Küresel rekabetin böylesine yoğun olarak yaşandığı bir sektörde Türkiye'nin ne ölçüde bu rekabete dahil olabildiği büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışmanın ileriki bölümlerinde Türkiye'nin rekabet gücü incelenecektir. Burada ise otomotiv sektörü ile ilgili bazı temel bilgiler verilmeye çalışılacaktır. Öncelikle kapsamına bakılması uygun olabilir. Otomotiv sektörü karayollarında hareket eden araçların üretimini kapsamaktadır. Bu araçların başlıcaları ise otomobil, kamyon, kamyonet, minibüs ve otobüstür. Ayrıca çekici, karavan, treyler gibi taşıtlar da otomotiv sektörünün içinde yer almaktadır.

Otomotiv sektörünün imalat sanayi sınıflandırmasında motorlu kara taşıtları sektörü olarak isimlendirildiği görülmektedir (Yaşar, 2013: 780).

Motorlu kara taşıtları sektörünün hangi araçların üretimini kapsadığı yukarıdaki tanımdan da açıkça görülmektedir. Sektörün üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticaretteki durumu ise aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Motorlu kara taşıtları sektörüne ilişkin tablo 31’de yer alan verilere bakılacak olursa hem üretim endeksi ve kapasite kullanım oranında hem de ihracat ve ithalat rakamlarında 2009 yılında 2008’e göre azalış gerçekleştiği görülmektedir. Bu azalışların oldukça büyük olduğu ifade edilebilir. Tabloda da belirtildiği gibi 2008’de 105,5 olan üretim endeksi 2009’da 73,9 seviyesine gerilemiştir. Üretim endeksindeki bu 31,6 puanlık düşüş, motorlu kara taşıtları imalatı sektörünün küresel krizden ciddi anlamda etkilendiğini belirtir niteliktedir. Kapasite kullanım oranı da benzer bir durum sergilemektedir. 2008 yılında 83,3 olan kapasite kullanım oranı 2009 yılında azalarak 57,4 olarak hesaplanmıştır. Bu da kapasite kullanım oranında dikkate değer bir azalış yaşandığı anlamına gelmektedir. 2010’dan itibaren yeniden yükselişe geçilmiş ve 2015 yılında kapasite kullanım oranında 77,2 seviyesi görülmüştür.

Tablo 31: Motorlu Kara Taşıtları Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	105,5	83,3	19.361,8	15.513,6
2009	73,9	57,4	12.862,8	10.776,0
2010	100,0	69,8	14.856,6	15.772,6
2011	117,8	76,4	17.043,5	19.896,1
2012	111,9	70,7	16.244,0	16.808,6
2013	119,5	74	18.245,6	19.438,6
2014	121,6	68,8	19.217,8	18.398,9
2015	139,9	77,2	18.533,2	20.021,9

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Motorlu kara taşıtları sektörünün dış ticaret durumu incelendiğinde 2008, 2009 ve 2014 yıllarında dış ticaret fazlası verildiği; diğer yıllarda ise ihracatın ithalat rakamlarının gerisinde kaldığı ve dış ticaret açığı verildiği görülmektedir.

2.7.21. Diğer Ulaşım Araçları

Diğer ulaşım araçları sektörünün kapsamı içinde yer alanlar gemi yapımı ve tekne imalatı, demir yolu için demir yolu vagonlarının ve lokomotiflerin imalatı, uçakların ve uzay gemilerinin ve bunların parçalarının imalatıdır. Diğer ulaşım araçları sektörü de imalat sanayinin diğer alt sanayi kolları gibi çeşitli sektörlerle ayrılmıştır. Bu alt sektörler gemilerin ve yüzen yapıların inşası, eğlence ve spor amaçlı teknelerin yapımı, demir yolu lokomotifleri ve vagonlarının imalatı, hava ve uzay araçları ve ilgili makinelerin imalatı, askeri savaş araçlarının imalatı, motosiklet imalatı, bisiklet ve engelli aracı imalatı, başka yerde sınıflandırılmamış diğer ulaşım araçlarının imalatıdır (GTB, 2013c: 2-6).

Diğer ulaşım araçları sektörünün 1980 sonrasındaki gelişimi ele alındığında büyüme oranının diğer sektörlerle göre düşük kaldığı söylenebilir. Diğer ulaşım araçları sektörünün 1980-2001 arasındaki ortalama büyüme hızı %-2,3 olmuştur. 2002-2006 yılları arasında ise sektör ortalama %0,4 büyüme gerçekleştirmiştir. İhracat açısından büyüme değerleri ise 1996-2001 arasında %43,6 ve 2002-2006 arasında %17,7'dir. Diğer ulaşım araçları sektörünün ithalatındaki büyüme oranı 1996-2000 yılları arasında ortalama %- 4,5'tur, bu oran 2002-2006 arası dönemde %26,3'e yükselmiştir (Türkiye Vakıflar Bankası, 2007: 38-42).

Tablo 32: Diğer Ulaşım Araçları Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	256,8	84,7	3.360,3	3.115,0
2009	140,8	66,6	2.418,4	3.300,8
2010	100,0	66,9	1.659,5	5.376,7
2011	127,1	71,4	1.992,4	6.496,1
2012	107,9	73,1	1.780,9	4.902,5
2013	101,0	68,4	2.340,3	4.191,8
2014	122,2	70,4	2.398,3	4.605,1
2015	140,2	72,8	2.178,5	5.554,7

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Diğer ulaşım araçları sektörüne ait temel göstergelere bakıldığında ilk dikkati çeken noktalardan biri üretim endeksinde 2009 yılında meydana gelen düşüştür. 2008'de

256,8 olan üretim endeksi 2009 yılında 140,8 seviyesine gerilemiştir. Bu düşüş sonraki yıllarda da devam etmiş, 2013 yılında üretim endeksi 101,0 olmuştur.

Tabloda yer alan yıllar içinde en yüksek kapasite kullanım oranı 2008 yılında elde edilmiştir. 2008’de 84,7 olarak hesaplanan kapasite kullanım oranı seviyesine 2008’den sonra yeniden ulaşılammıştır.

Sektörün dış ticaret verilerine bakılacak olursa 2008-2015 döneminde sadece 2008 yılında ihracatın ithalatı aşarak dış ticaret fazlası verildiği ifade edilebilir. Diğer yıllarda ise ihracat ithalatı geçememiştir ve dış ticaret açığı verilmiştir.

2.7.22. Mobilya

Mobilya sektörü gündelik yaşamın bir parçası olan, geniş bir kullanım alanına sahip, yüksek katma değerli ürünlerin üretildiği ve istihdam yaratma kapasitesinin yüksek sayılabileceği bir sektördür. Son yıllarda sadece Türkiye’de değil, dünya genelinde de inşaat sektöründe gelişmeler yaşandığı gözlenmektedir. İnşaat sektörünün gelişmesinin, mobilyalara olan talebin artmasına da zemin hazırladığı söylenebilir. Talebin artması ile birlikte, üretim hacminde de artış yaşanmış, mobilya sektörü hızla gelişen ve büyüyen bir sektör haline gelmiştir (Çelik, 2012: 224).

Mobilya sektörü, dört temel alt sektörden meydana gelmektedir. Mutfak mobilyaları, ev ve bahçe mobilyaları, büro ve mağaza mobilyaları ile yatak imalatı mobilya sanayinin alt sektörleridir (İSO, 2015d: 4). Mobilya sektörü, teknolojik yoğunluğa göre OECD tarafından yapılan ISIC Rev. 3.1 sınıflandırma sisteminde düşük teknoloji grubu içinde yer almaktadır (Özmen, 2014: 19).

Tablo 33’te Türkiye’de mobilya sektörüne ilişkin bazı göstergelere yer verilmiş ve 2008-2015 yılları arasındaki süreç ele alınmıştır.

Tablo 33: Mobilya Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	97,4	68,5	1.332,9	738,2
2009	90,2	66,9	1.054,9	501,5
2010	100,0	70,4	1.209,1	634,5
2011	116,9	72,6	1.431,1	800,4
2012	106,2	69,8	1.694,4	688,2
2013	117,7	71,5	1.991,4	815,0
2014	125,5	71,7	2.146,3	806,2
2015	134,5	72,3	2.000,9	700,8

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Mobilya sektöründe üretim endeksi verilerinde 2009 yılında krizin etkisi ile birlikte bir azalış yaşanmış olsa da sonraki yıllarda üretim endeksinin artışa geçtiği söylenebilir. 2008 ve 2009 yıllarında 100 seviyesinin altında kalan üretim endeksi, 2011 ve sonrasında bu seviyenin üstüne çıkmıştır. 2011’de 116,9 ve 2012’de 106,2 olarak hesaplanan üretim endeksi 2015 yılında 134,5 seviyesini görmüştür. Kapasite kullanım oranı ise 2008-2015 döneminde 66,9-72,6 arasında değerler almıştır.

Yukarıda yer alan tablodan da görüldüğü üzere mobilya sektöründe 2009 yılında 1.054,9 milyon dolar ihracat gerçekleştirilmiştir. 2009’da ihracat rakamlarında bir düşüş yaşanmış olsa da 2010-2014 yılları arasında düzenli bir artış olmuş ve 2014’te sektörün ihracatı 2.146,3 milyon dolara ulaşmıştır. Türkiye’nin mobilya sektöründe gerçekleştirdiği ihracatın ülkelere göre dağılımına dikkat edildiğinde Irak, Libya, Azerbaycan, Almanya ve Fransa’nın ön sıralarda yer aldıkları dikkati çekmektedir. Örneğin 2013 yılında Türkiye Irak’a 396,2 milyon dolar mobilya ihracatı gerçekleştirmiştir. İkinci sırada yer alan Libya’ya ya yapılan ihracat 167,2 milyon dolar olmuştur. 2013 yılında en çok mobilya ihracatının yapıldığı üçüncü ülke olan Azerbaycan’a ise 131, 4 milyon dolar ihracat yapılmıştır. İlk iki sırada yer alan Irak ve Libya arasında oldukça büyük sayılabilecek bir fark söz konusudur. Dolayısıyla Irak’ın Türkiye açısından önemli bir ihracat pazarı olduğu ifade edilebilir (OAİB, 2014b: 15).

2.7. 23. Diğer İmalatlar

Diğer imalatlar sektörü, imalat sanayinin diğer alt dalları içinde sınıflandırılmayan ürünlerin imalatını gerçekleştiren sanayi koludur. Diğer imalatlar sektörü, NACE Rev. 2 sınıflandırma sistemine göre düşük teknoloji yoğunluğuna sahip sektörler arasında yer almaktadır. Bu sınıflandırma sistemine göre diğer imalatlar sektörünün kodu ise 32 olarak belirlenmiştir (<http://iosb.org.tr/> , [12.11.2015]).

Diğer imalatlar sektörünün üretim endeksi verileri, diğer pek çok sektörde olduğu gibi 2009 yılında azalış yaşamıştır. Diğer imalatlar sektörünün üretim endeksi 2009'da 92,3 seviyesindedir ve bu değer bir önceki yıla göre 5,4 puan azalış meydana geldiğini göstermektedir. Sonraki yıllarda üretim endeksi artış göstermiştir.

Tablo 34: Diğer İmalatlar Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	97,7	61,4	3.500,2	2.618,6
2009	92,3	51,2	2.786,4	2.052,5
2010	100,0	52,4	3.282,8	2.522,3
2011	108,3	59,7	4.013,5	3.184,5
2012	113,7	57,1	4.944,4	3.320,3
2013	113,7	54,8	5.066,5	2.833,4
2014	104,8	55,5	7.548,2	3.362,2
2015	111,8	59,3	6.564,1	2.814,5

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr [04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Diğer imalatlar sektöründe kapasite kullanım oranında 2008-2015 yılları arasında en büyük düşüş 2009'da yaşanmıştır. 2008'de 61,4 olan kapasite kullanım oranı 2009'da 51,2 puan azalarak 51,2 seviyesine gelmiştir. Kapasite kullanım oranı 2011'de 59,7'ye ulaşmış olsa da 2008 ile 2015 arasını kapsayan dönemde en yüksek kapasite kullanım oranı 2008 yılında kaydedilmiştir.

Sektörün dış ticaret rakamları, 2008-2015 yılları arasında dış ticaret fazlası verildiğini ortaya koymaktadır.

2.7. 24. Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı

Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı sektörü, NACE Rev.2 sınıflandırma sisteminde teknoloji yoğunluğu açısından orta-düşük teknolojiye sahip sektörlerden

biri olarak belirtilmiştir. Sektörün NACE Rev.2 sınıflandırma sistemindeki kodu 33'tür (<http://iosb.org.tr/> , [12.11.2015]).

Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı sektörünün üretim endeksi, kapasite kullanım oranı, ihracat ve ithalat değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 35: Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı Sektörüne Ait Temel Göstergeler

Yıllar	Üretim endeksi (2010=100)	KKO	İhracat (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)
2008	131,0	66,1	3.500,2	2.618,6
2009	96,8	58,3	2.786,4	2.052,5
2010	100,0	69	3.282,8	2.522,3
2011	104,9	76,1	4.013,5	3.184,5
2012	98,6	76,4	4.944,4	3.320,3
2013	106,7	80,8	5.066,5	2.833,4
2014	130,6	72,3	7.548,2	3.362,2
2015	163,8	68,2	6.564,1	2.814,5

Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler, www.kalkinma.gov.tr[04.10.2016]
T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, www.tcmb.gov.tr, [06.10.2016]
TÜİK, www.tuik.gov.tr, [16.10.2016]

Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı sektörünün üretim endeksi rakamlarında 2009 yılındaki büyük azalış dikkati çekmektedir. Buraya kadar incelenmiş olan imalat sanayinin alt sektörlerinin neredeyse tamamında 2009 yılında krizin etkisi ile birlikte üretim endeksi, kapasite kullanım oranı ve dış ticaret verilerinde azalış yaşandığı görülmüştür. Ancak makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı sektörünün üretim endeksi göstergesinde diğer pek çok sektörden daha büyük bir azalış meydana gelmiştir. 2008'de 131,0 olan üretim endeksi 2009 yılında 96,8 puan azalarak 96,8 düzeyine inmiştir. Sonraki yıllarda üretim endeksi 163,8 seviyesini görmüştür.

Kapasite kullanım oranında tabloda yer verilen yıllar içinde artış ve azalışlar yaşanmış olsa dahi 2013'te 80,8 değerine ulaşılmıştır. Bu değer 2008-2015 yılları arasında gerçekleştirilen en yüksek kapasite kullanım oranıdır.

Sektöre ait ihracat değerlerinden de görüldüğü üzere ihracatta 2009 yılında küresel krizin etkisi ile bir düşüş yaşanmış, ancak bu düşüş geçici olarak kalmıştır. 2010 ve sonrasında ihracat rakamları düzenli bir şekilde artmış ve 2013 yılında 5.066,5 milyon dolara ulaşmıştır. İthalatta da ihracata benzer şekilde en düşük değer 2009

yılında kaydedilmiştir. İthalatın 2008-2015 yılları arasında en fazla olduğu yıl ise 2012'dir. Ancak tabloda yer alan yıllar içinde sektörün sürekli dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir.

3. REKABET VE REKABET GÜCÜ KAVRAMLARI

Çalışmanın bu kısmında rekabet gücü kavramı ile ilgili teorik bir çerçeve oluşturulmaya çalışılacaktır. Türkiye'nin imalat sanayindeki küresel rekabet gücü ile ilgili veriler analiz edilmeden önce rekabet gücünün ne anlama geldiği, küresel rekabetin günümüzde ulaştığı boyutlar ve küresel rekabet alanında güçlü bir duruş sergilemenin hangi açılardan önemli olduğu konularına değinilmesi faydalı olabilir. Ayrıca rekabet gücünün belirleyicilerinin neler olduğu, bu konuda ölçümlerin nasıl yapıldığı üzerinde durulacak ve Türkiye'nin küresel rekabet gücünü etkileyen belli başlı gelişmeler de ele alınacaktır.

3.1. Rekabet Gücünün Tanımı, Önemi ve Genel Özellikleri

Küreselleşme olgusu sıklıkla duyulan, hemen her alanda karşılaşılan ve giderek önemi artan bir kavramdır. Teknolojik gelişmelerin yaşanması ile birlikte iletişim hız kazanmış, ülkeler arasındaki mesafeler kısalmış, her şey daha kolay ve çabuk hale gelmiştir. Rekabetin çok eski zamanlardan beri var olduğu söylenebilir. Rekabetin varlığı değişmemiş; ancak rekabetin boyutlarında genişlemeler yaşanmış ve rekabet edilen alanlarda farklılıklar meydana gelmiştir. Önceleri tarım alanında kendini gösteren rekabetçi ortam daha sonraları sanayi alanında varlığını sürdürmüştür. Küreselleşmenin yaygınlaşması ile birlikte de rekabet uluslararası boyutlara ulaşmıştır. Sadece firmaların ya da endüstrilerin değil, ülkelerin de birbirleriyle rekabet halinde olduğu bir yapı ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise teknoloji konusunda sınıf atlamak, yeni ürünler üretebilmek, yeniliklerin öncüsü olmak için hem firmalar hem de ülkeler arasında büyük bir rekabet söz konusudur (Erdem ve Köseoğlu, 2014: 51).

Rekabetin varlığından söz edilebilmesi ve kavramın içinin tam anlamıyla doldurulabilmesi için bazı koşulların yerine gelmesi gerekmektedir. Bu koşulların en önemlilerinden biri özgürlüktür. Ancak özgürlüğün var olduğu bir ortamda rekabet de var olabilir. Bireylerin iş yeri açma, sözleşme yapma gibi temel özgürlükleri

tanımlanmış ve yasal güvence altına alınmış olmalıdır. Bu anlamda rekabetin işlevini yerine getirmesi için yasal düzenlemelerin kaçınılmaz olduğu ifade edilebilir. Yasaların yardımı ile birlikte bireyler için rekabet edebilecekleri bir ortam oluşturulmalıdır. Ülkede uygulanan politikaların rekabeti gözeterek hazırlanması, tarafları rekabete teşvik edici düzenlemelere ağırlık verilmesi ve ekonomik sistemin yeni girişlere olanak sağlayacak özellikte olması büyük önem taşımaktadır. Yasal düzenlemeler, politikalar ve ekonomik sistemin işleyişi dışında rekabet açısından önemli olan bir diğer unsur da rekabet ruhudur. Rekabet edebilmek için yeniliklere açık olmak, sürekli daha iyiye ulaşmak için çabalamak, piyasada yapılanları takip etmek temel gerekliliklerdir. Bütün bunları yapabilmek için istek ve azim gereklidir. Dolayısıyla “rekabet ruhu” da rekabetçi bir ortamın ön koşulları arasında sayılabilir (İmer, 2015: 69).

Rekabet gücünün ne olduğuna ilişkin sorulan sorulara verilebilecek tek bir yanıt bulunmamaktadır. Rekabet gücü kavramı farklı kaynaklarda farklı şekillerde tanımlanmıştır. Rekabet gücü ile ilgili yapılan tanımlamalarda mikro ve makro ayrımına gidildiği görülmektedir. Mikro göstergeleri içeren rekabet gücü tanımları firma düzeyinde ve endüstri düzeyinde rekabet gücü olmak üzere iki farklı şekilde ele alınmıştır. Makro göstergeleri içeren rekabet gücü ise uluslararası rekabeti bir diğer ifade ile ülke düzeyindeki rekabeti ifade etmektedir (Afşar, 2008: 1-2).

“Mikro düzeyde rekabet gücü, genel olarak bir firmanın rekabet etme, büyüme ve karlılık hususlarındaki performansını belirtmek için kullanılmaktadır. Bu konulardaki performansın yüksek oluşu, firmanın açık piyasa koşullarına uygun bir biçimde istikrarlı ve karlı olarak üretim yapması ve pazarda daha yüksek bir pay elde etme konusunda başarılı olması anlamını taşımaktadır” (Köseoğlu, 2012: 43).

Makro düzeyde rekabet gücü ise bir ülkenin vatandaşlarının yaşam standartlarını ve gelir düzeylerini arttırma konusundaki yeterliliğini ifade eder (Adıgüzel, 2013: 2).

Rekabet, hayatın neredeyse her alanına yayılmış bir kavramdır. Her geçen gün rekabetin önemi ve gerekliliği daha iyi anlaşılmakta, bu yüzden de rekabet gücünü yükseltecek stratejiler geliştirilmektedir. Rekabetin önemini ortaya koyan temel özelliklerden biri sahip olduğu işlevlerdir. Rekabetin sosyal ve ekonomik çeşitli işlevleri bulunmaktadır. Bu işlevlerin başlıcaları şunlardır: Rekabet, tüketicilerin tercihlerinin yerine getirilmesini sağlamaktadır. Bunun yanı sıra rekabetin denetleme ve sınırlama işlevi de vardır. Rekabet ile birlikte hem politik gücün hem de tekeldi

gücün denetlenmesi mümkün hale gelir. Rekabetçi bir ortamda, tekelci güç hem denetlenir hem de sınırlandırılır. Rekabet, ekonomiyi yönlendirirken teknolojik gelişmelerin hız kazanmasına, bu gelişmelere daha kolay uyum sağlanmasına ve yeniliklerin takip edilmesine de katkıda bulunur. Ayrıca bu sayılanlara ek olarak rekabetin kaynak dağılımı işlevi ile gelir dağılımı düzenleme işlevi de bulunmaktadır (Kaygısız, 2013: 8).

3.1.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü

Firmalar, uluslararası piyasalarda faaliyet gösterebilmek ve küresel rekabet güçlerini yükseltebilmek için büyük çabalar ortaya koymaktadırlar. Firmaların uluslararası alanda varlık göstermeye ve dünya pazarından aldıkları payı yükseltmeye çalışmalarının çeşitli sebepleri vardır. Bu sebepler şöyle sıralanabilir (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003: 115):

-Dış pazarda faaliyet gösteren firmalara bazı vergi ve teşvik avantajları sunulabilmektedir. Firmalar bu avantajlardan faydalanmak için ülke dışına açılma yoluna gitmektedirler.

-Atıl kapasitenin var olduğu işletmelerde de uluslararası piyasalara açılmak bir avantaj olabilir. Atıl kapasitenin bulunduğu firmalarda üretim artışı sağlamak ve üretilen ürünleri ihraç etmek suretiyle hem satış hem de kar artışı elde edilebilir.

-Uluslararası alanda faaliyet göstermek, firmalara iç pazardaki rekabet ortamından kurtulma olanağı da sağlamış olur. Böylece firmalar riski daha aza indirebilirler.

-Dışa açılmanın ve uluslararası piyasalardaki firmalar ile rekabet etmenin beraberinde getirdiği tecrübe avantajını da göz ardı etmemek gerekir. Dış dünyada rekabeti öğrenen bir firmanın iç piyasadaki gücünün ve etkinliğinin de artacağını söylemek mümkündür.

-Bazı ülkeler ihracat yapan firmalara çeşitli avantajlar sunmaktadırlar. Bu avantajlar genellikle vergi iadesi ya da vergi istisnası, ihracatı teşvik kredisi, gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı şeklinde kendini göstermektedir. Türkiye de bu teşvikleri uygulayan bir ülkedir. Uygulanan teşviklerin temel amacı ise ülkeye giren döviz miktarını arttırmaktır.

-İç pazarda talebin daralması nedeniyle de firmalar dışa açılma kararı verebilirler. Dış piyasalardaki daha geniş talebin bulunduğu ülkelere açılarak ürettikleri mal ve hizmetleri buralarda sunmayı tercih edebilirler.

-İşletmelerin politik etkinliğini arttırmak ve iç pazarda ömrünü tamamlamaya yaklaşmış olan ürünlerin ömrünü uzatmak gibi nedenler de firmaların uluslararası piyasalara açılmalarını sağlayabilir.

Küresel rekabet gücünün firma düzeyinde tanımlanmasının daha doğru olacağını savunan çok sayıda araştırmacı vardır. Ancak küresel rekabet gücü denildiğinde genellikle akla gelen tanımlama, ülke düzeyinde yapılmış olan tanımlamadır. Bu nedenle küresel rekabet gücünün firma ya da endüstri düzeyinde mi, yoksa ülke düzeyinde mi tanımlanması gerektiği konusunda tartışmaların yaşandığı söylenebilir. Küresel rekabet gücünün firma düzeyinde tanımlanması gerektiğini savunan görüşlerde temel dayanak noktası, uluslararası ortamdaki rekabetin ülkeler arasında değil firmalar arasında meydana geldiği gerçeğidir. Ülkenin temel rolü, firmalara uluslararası ortamda rekabet edebilmeleri için sahip olmaları gereken üstünlükleri sağlamaktır, bu üstünlüklerin var olabileceği zemini hazırlamaktır. Bu zemin sağlandıktan sonra firmalar uygulayacakları politikalar ve stratejiler neticesinde küresel ortamda rekabet edebilecek duruma gelebilirler (Bedir, 2012: 181-182).

Yukarıda belirtilen bilgiler ışığında firma düzeyindeki rekabet gücü aşağıdaki şekilde tanımlanabilir:

“Firma düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın sunmuş olduğu alternatif ürünler ve hizmetler karşısında müşterilerinin ilgili ürün ve hizmeti tercih etmelerini sürdürülebilir şekilde sağlayabilme yeteneğidir” (Köseoğlu,2012: 45).

3.1.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü

Endüstri düzeyinde rekabet gücü, bir ülkede faaliyet gösteren firmaların diğer ülkelerde yer alan firmalara karşı hangi konumda olduğunu gösteren bir kavramdır. Endüstri düzeyindeki rekabet gücünün ölçülmesinde kullanılan çeşitli yöntemler mevcuttur. Bu yöntemlerde ele alınan temel kıstaslar firmaların karlılığı, doğrudan yabancı sermaye yatırımları, endüstrinin dış ticaret dengesi, endüstriye ilişkin maliyet ve kalite unsurlarıdır (Kösekahyaoğlu ve Özdamar, 2011: 31-32).

3.1.3. Ülke Düzeyinde Rekabet Gücü

Ulusal rekabet gücü dendiğinde, bir ülkenin yapması gereken iki önemli faaliyet vardır. Bunlardan birincisi, ülke halkının gerçek gelirinin yükseltilmesini sağlamaktır. Diğeri ise uluslararası piyasalarda kabul görebilecek, gerekli standartlara uygun olan mal ve hizmet üretimini gerçekleştirebilmektir. Rekabet gücünün ulusal düzeyde tanımı yapılırken bu iki unsur ön plana çıkmaktadır ve bu unsurların serbest piyasa koşulları altında gerçekleşmesi önemlidir (Kaygısız, 2013: 19).

Ulusal rekabet gücünün yükseltilmesi, devletin temel amaçlarından biri olmalıdır. Çünkü yüksek bir ulusal rekabet gücünün sağlanması ile birlikte ülkede yaşayan insanların hayat standartlarında iyileşme gözlenecek ve refah seviyeleri artacaktır. Yüksek bir ulusal rekabet gücüne ulaşabilmek için ise atılması gereken bazı adımlar vardır. Bunların başında üretim, yatırım, ticaret gibi faaliyetlere verilen önemin artırılması gelmektedir. Üreticilerin, yatırımcıların ve ticaretle uğraşanların önündeki engeller kaldırılmalı, onlara gereken destek sağlanmalı ve teşvik edici uygulamalar geliştirilmelidir. Ülkede kurumsal yapının işleyişi de rekabet gücü açısından önemli bir unsurdur. Kurumlar arasında işbirliğinin daha etkin ve daha yaygın bir biçimde gerçekleşmesi mümkün kılınmalıdır. Ayrıca ürün ve hizmetlerin hem üretilmesi hem de dağıtılması aşamalarında ülkenin kendine özgü özellikler oluşturması gerekmektedir. Öyle ki bu özellikler neticesinde söz konusu olan ülke, rekabet halinde olduğu diğer ülkelerin önüne geçebilsin (Çivi, 2001: 25).

Yüksek bir küresel rekabet gücüne sahip olmak, günümüzde ülkelerin en temel hedeflerinden biri haline gelmiştir. Ancak küresel rekabet gücünün yükseltilebilmesi için ülkelerin uygulayacağı politikalar çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitliliklerin temel belirleyicileri ise ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ve sahip oldukları teknolojik ya da ekonomik birikimlerdir. Örneğin az gelişmiş ya da gelişmekte olan bir ülke ile gelişmiş bir ülkenin uygulayacağı politikalar birbirinden farklı olacaktır. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan bir ülkede rekabet gücü açısından üstünlük sağlayan unsurlar genellikle iş gücü ve ham madde maliyetlerinin düşük olmasıdır. Buna karşın gelişmiş bir ülke teknoloji konusundaki avantajını ortaya koyacak, teknolojik olanaklarını kullanarak üreteceği mal ve hizmetler ile küresel rekabet gücü konusunda üstünlük elde etmeye çalışacaktır (Bedir, 2012: 179).

3.2. Rekabet Gücü Yaklaşımları

Rekabet gücü, uzun yıllardan beri çok sayıda araştırmaya konu olmuş bir kavramdır. Rekabet gücünü açıklamak amacıyla çeşitli analizler yapılmış ve bazı modeller geliştirilmiştir. Çalışmanın bu bölümünde rekabet gücü hakkında ortaya konmuş olan temel yaklaşımlara yer verilecektir. Rekabet gücü yaklaşımları çerçevesinde incelenecek olan modeller Adam Smith'in Mutlak Üstünlük Teorisi, David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi, Porter'in Elmas Modeli, Çifte Elmas Modeli ve Yeni Endüstriyel Bölgeler Yaklaşımı'dır. Böylece rekabet gücü ile ilgili temel modellerin zaman içinde uğradığı değişiklikler ve hangi modelin hangi eleştirilere maruz kaldığı daha iyi anlaşılabilir.

3.2.1. Klasik Rekabet Gücü Yaklaşımları

Klasik rekabet gücü yaklaşımları kapsamında Mutlak Üstünlük Teorisi ve Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi açıklanmaya çalışılacaktır. Söz konusu yaklaşımlarda bir malın maliyeti belirlenirken o malın üretimi için harcanan emek miktarı dikkate alınmaktadır. Bu görüş, emek-değer teorisi olarak da adlandırılır. Emek-değer teorisinde emeğin homojen bir faktör olarak kabul edildiği görülmektedir (Seyidoğlu, 2003: 17).

3.2.1.1. Mutlak Üstünlük Teorisi

Mutlak üstünlük teorisini literatüre kazandıran kişi Adam Smith olmuştur. Mutlak üstünlük kavramı, bir ülkenin herhangi bir malın üretiminde başka bir ülkeye göre daha avantajlı durumda olması anlamını taşımaktadır (Parasız, 2008: 536).

Adam Smith'in mutlak üstünlük teorisinde iki ülkeli bir model söz konusudur. Bu iki ülke arasında üretim maliyetleri açısından bir kıyaslama yapılmaktadır. Modele göre bir ülke düşük maliyetle üretebildiği malda uzmanlaşmaya gitmelidir ve bu malın ihracatını gerçekleştirmelidir. Üretim için yüksek maliyetlere katlanması gereken malı ise ithal etmelidir. Ancak burada bahsedilen maliyet kavramının içeriği çok önemlidir. Smith'in mutlak üstünlük teorisinde ele aldığı maliyet, emek faktörüdür (Bayraktutan, 2003: 177).

Adam Smith, "Ulusların Zenginliği" adı verilen çalışmasında ticaretin serbestleşmesinin ve uluslararası uzmanlaşmanın faydalarına değinmiştir. Ancak

Smith'in geliştirdiği modelin önemli bir eksiği vardır. Smith'in mutlak üstünlük teorisi, bir ülkenin sadece bir malı değil de birden fazla malı düşük maliyetle üretmesi durumunda serbest dış ticaretin nasıl yapılacağını tam olarak açıklayamamaktadır. Bu nedenle zaman içinde yeni teoriler geliştirilmiştir. Mutlak üstünlük teorisinde eksik bırakılan noktaları tamamlamak üzere ortaya konan modellerden biri de Ricardo'nun karşılaştırma üstünlük teorisidir (Yüksel ve Saridoğan, 2011: 200).

3.2.1.2. Karşılaştırma Üstünlük Teorisi

Karşılaştırma üstünlük teorisi, David Ricardo tarafından ortaya konulan bir teoridir. Ricardo'nun geliştirdiği model ile birlikte Adam Smith'in teorisinin eksiklerini ortaya koyduğu görölmektedir. Ricardo'ya göre bir ülkenin başka bir ülkeye göre daha üstün olabilmesinin sadece üretimle açıklanması doğru değildir. Ülkeler arasındaki üstünlüklerde kaynakların dağıtımı da çok önemli rol oynamaktadır. Oysaki Adam Smith mutlak üstünlük teorisinde olayın sadece üretimle ilgili boyutunu ele almıştır. Ancak Adam Smith ve David Ricardo rekabet gücünün açıklanmasında farklı noktaları ön plana çıkarmış olsalar da her iki teorisinin de önemli bir ortak noktası vardır. Bu ortak nokta, rekabet gücünün üretim faktörleri ile ilişkilendirilmesidir (Baltacı, Burgazoğu ve Kılıç, 2012: 5).

Karşılaştırma üstünlük teorisine göre, bir ülke diğer ülkelere göre hangi malları nispi olarak ucuza üretiyorsa o mallarda uzmanlaşmalı ve o malları ihraç etmelidir. Nispi olarak pahalıya ürettiği malları ise ithal etmelidir. Bu durumda hem ülke refahında hem de dünya refahında bir iyileşme gözlenebilecektir (Erkan, 2012: 197). Ancak burada karşılaştırma üstünlüğün nasıl elde edileceği konusu gündeme gelmektedir. Bu nedenle karşılaştırma üstünlüğün kaynaklarını ortaya koyan çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Söz konusu teorilere göre karşılaştırma üstünlüğün başlıca kaynakları şunlardır (Parasız, 2008: 539-540):

- a) Prodüktivite farklılıkları,
- b) Faktör bolluğu,
- c) Beşeri uzmanlıklar,
- d) Ürün hayat devreleri,

e) Tercihler,

f) Dışsal ekonomiler.

a) Prodüktivite Farklılıkları: Karşılaştırmalı üstünlüğün prodüktivite farklılığına dayandığını ileri süren teorilerde emek süreleri ön plana çıkarılmaktadır. Bir diğer ifade ile ülkelerin karşılıklı üstünlükleri, malların üretimi için harcanan emek saatlerine göre şekillenir (Parasız, 2008: 539).

b) Faktör Bolluğu: Karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağının faktör bolluğu olduğunu ileri süren iki temel teori ile karşılaşılmaktadır. Bu teoriler Heckscher-Ohlin ve Stolper-Samuelson teorileridir.

Heckscher-Ohlin teorisine göre, öncelikle bir ülkenin hangi üretim faktörü açısından zengin olduğuna bakılmalıdır. O ülke kendisinde fazla miktarda bulunan üretim faktörüne göre üretim yapmalıdır. Örneğin bir ülkede sermaye fazla ise yoğun sermaye gerektiren ürünler üretmelidir (Bayraktutan, 2003: 178).

Heckscher-Ohlin teorisinde hem ülkelerin hem de malların iki farklı gruba ayrıldığı görülmektedir. Ülkeler arasında, emeğin bol olduğu ya da sermayenin bol olduğu ülkeler şeklinde bir ayırım yapılmıştır. Mallar ise emek-yoğun ve sermaye-yoğun mallar olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Buna göre bir ülke emek açısından zengin ise emek-yoğun malları ihraç etmelidir, eğer bir ülkede sermaye bolsa o zaman ülkenin sermaye-yoğun malları ihraç etmesi doğru olacaktır. Ancak Heckscher-Ohlin modeli rekabet gücünü ve uluslararası ticareti açıklamada yetersiz kalmaktadır. Teoride, tüm girdilerin aynı nitelikte olduğu ve ülkelerin teknolojik olanaklarının benzer yapıda bulunduğu kabul edilmektedir. Ancak bu varsayımların gerçeği yansıttığını söylemek zordur. Çünkü tüm girdilerin aynı nitelikte olması demek vasıflı ve vasıfsız iş gücünün aynı kefeye konması demektir. İyi eğitilmiş, donanımlı işgücü ile niteliksiz iş gücünün bir tutulması modelin eksik bir yönüdür. Ayrıca ülkelerin benzer teknolojiye sahip olduklarını kabul etmek de gerçeği yansıtmamaktadır. Çünkü ülkelerin teknolojik gelişmişlik düzeyleri birbirinden çok farklı olabilmektedir. Nitekim model teknolojik gelişmeyi de göz ardı etmiştir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 7).

Eksik tarafları olmasına rağmen Heckscher-Ohlin modelinin analitik açıdan tutarlı bir model olarak kabul edildiğini de belirtmek gerekir. Ancak modelin uzun yıllar

boyunca test edilemediği görülmektedir. Bunun nedeni ise modelin faktör donanımına dayanması, faktör donanımının belirlenmesinin ise son derece zor olmasıdır. Bu zorluğu aşan ve modeli test eden kişi ise Leontief olmuştur. Leontief tarafından modelin ampirik açıdan test edilmesi mümkün hale getirilmiştir. Leontief, girdi-çıkı tablolarını kullanarak modeli test etmeyi başarmıştır. Leontief yaptığı çalışmada Amerikan ekonomisinin 1947 yılına ait dış ticaret verilerini girdi-çıkı tekniği ile analiz etmiştir. Çalışmasının sonucunda elde ettiği bulgular ise son derece şaşırtıcıdır. Çünkü Leontief'in analizi sonucunda ortaya çıkan sonuçlar, Heckscher-Ohlin modeli ile çelişmektedir. Leontief, analizi neticesinde Amerika'nın emek yoğun mallar ihraç ettiği ve sermaye yoğun mallar ithal ettiği gerçeği ile karşılaşır. Oysaki Amerika sermayenin bol olduğu bir ülkedir ve sermaye-yoğun malları ihraç etmesi beklenir. İşte ortaya çıkan bu sonuç neticesinde literatürde "Leontief paradoksu" olarak bilinen bir kavram ortaya çıkar. Leontief, Amerikan işçilerinin daha yüksek verimlilikte çalıştıklarını ileri sürer ve Amerika'nın emek-yoğun mallar ihraç etmesini buna bağlar (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011: 201).

Karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağını faktör bolluğu ile açıklayan bir diğer model de Stolper-Samuelson modelidir.

Stolper-Samuelson modeline göre, tarım sektörü verimliliği düşük bir sektör olarak kabul edilmekte; tarım dışı sektörler ise görece verimli olarak nitelendirilmektedir. Serbest ticaret ile birlikte tarım sektörü ile tarım dışı sektörler arasındaki verimlilik açığı kapanabilmektedir. Çünkü ticaretin serbestleşmesi sonucunda ihracat yapılan sektörlerde çalışan düşük ücretli, vasıfsız iş gücünün verimliliği artacaktır. Buna rağmen ithalat yapılan sektörlerde çalışan yüksek ücretli, görece vasıflı iş gücünün verimliliği ise azalacaktır (Dağdemir, 2008: 55-56).

c) Beşeri Uzmanlıklar: Bu yaklaşım, bazı yönlerden faktör bolluğu teorisi ile benzer özellikler taşımakla birlikte iki yaklaşım arasında önemli bir farklılık mevcuttur. Beşeri uzmanlıklara dayanan yaklaşımda, uzman olan emek ve uzman olmayan emek şeklinde bir ayrım yapılmıştır. Bazı malların üretimi için büyük oranda uzmanlaşmış emek gereksinimi vardır. Bir ülke uzmanlaşmış emek gücü stokuna sahipse ve buna paralel olarak uzmanlaşmış emek gücü gerektiren malların üretimini gerçekleştirebiliyorsa o ülke diğer ülkeler karşısında karşılaştırmalı üstünlük elde edecektir. Yaklaşımın temeli bu düşünceye dayanmaktadır (Parasız, 2008: 539).

d) Ürün Hayat Devreleri: Ürün hayat devreleri yaklaşımı, bir mala ilişkin karşılaştırmalı üstünlüğün zaman içinde yer değiştirebileceği, bir ülkeden başka bir ülkeye kayabileceği düşüncesine dayanmaktadır. Burada akla ilk gelen soru karşılaştırmalı üstünlüğün yer değiştirme sürecinin nasıl gerçekleştiğidir. Yeni bir ürünün ortaya çıkması için yaratıcılık, tasarım, araştırma ve geliştirme gibi faaliyetler gereklidir. Dolayısıyla ancak bu faaliyetleri yerine getirebilen ve yaratıcılığa önem veren bir firma yeni bir ürün piyasaya sunabilir. Ancak zaman geçtikçe o ürünü taklit eden ve üretmeye başlayan çok sayıda firma ortaya çıkar. Bu şekilde karşılaştırmalı üstünlük yer değiştirmiş olur (Arık, Akay ve Zanbak, 2014: 99-100).

e) Tercihler: Tercihlere dayanan bu yaklaşımda karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağı olarak talep faktörü gösterilmiştir. Tüketicilerin tercihleri çok çeşitli olabilir. Örneğin bazı tüketiciler yerli firmalar yerine yabancı firmaların ürettiği malları satın almayı seçebilirler. Benzer şekilde tüketiciler belirli firmaların ürünlerini almak konusunda ısrarcı davranabilirler. Dolayısıyla tüketicilerin tercihlerini etkileyen çeşitli sebepler vardır ve bu sebepler neticesinde oluşan tüketici davranışları, karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağını oluşturabilir. Kısacası bu yaklaşım, karşılaştırmalı üstünlüğü arz yönünden değil talep yönünden ele almaktadır (Parasız, 2008: 540).

f) Dışsal Ekonomiler: Belirli bir endüstri kolunda faaliyet gösteren firmalar, aynı bölgede yoğunlaştıkları zaman bu durum firmalar açısından avantaja dönüşür. Eğer aynı endüstriye ait firmalar aynı bölgede konumlanırlarsa bu firmalar, birbirlerinden uzak yerlerde kurulmuş firmalara göre hem daha etkin hem de daha rekabetçi olabilirler. Firmalar kendileri ile aynı sanayi kolunda üretim yapan diğer firmalara yakın olurlarsa aralarında bilgi alış-verişi yaşanabilir, bilgi ve teknolojinin daha hızlı yayılması sağlanabilir. Aynı bölgede kurulmaları firmalara maliyet açısından da avantaj sunacağı için firmaların rekabet gücünün de artması beklenir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 9).

3.2.2. Elmas Modeli

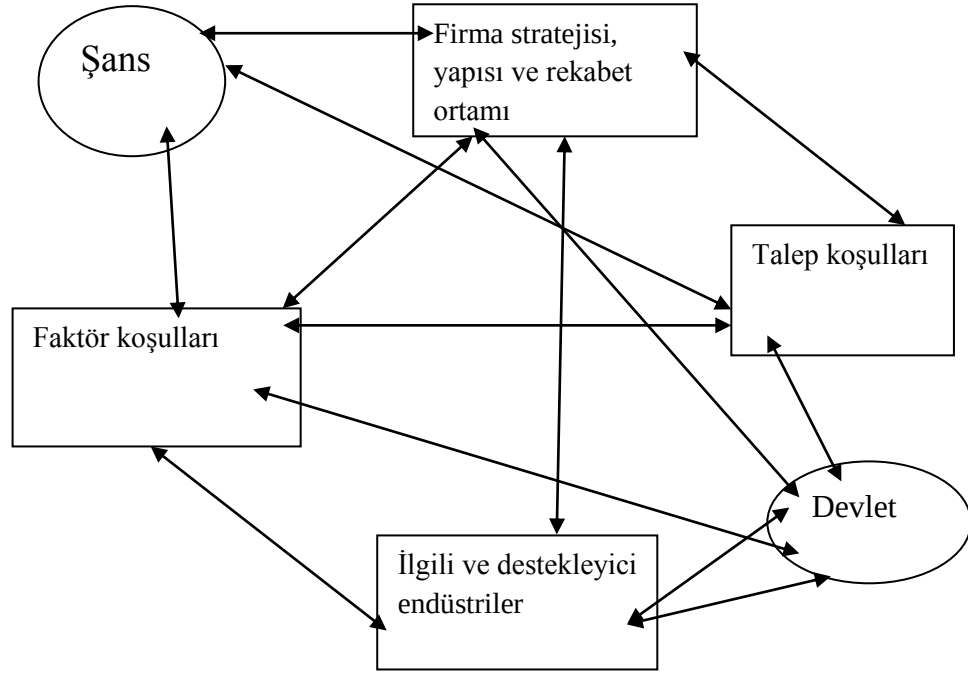
Elmas modeli, Porter tarafından ortaya konmuş bir modeldir. Bu modelde Porter'in çıkış noktası, ülkeler arasındaki gelişme düzeyi farklılıklarıdır. Bazı ülkeler zaman içerisinde gelişip yüksek refah seviyesine ulaşmaktadır. Ancak bazı ülkeler yeterli gelişme gösteremeyip diğer ülkelere kıyasla geri kalmaktadırlar. Dolayısıyla ülkeler arasında gelişmiş ülkeler, az gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler gibi bir

ayrım ortaya çıkmaktadır. Porter bu durumun sebeplerini araştırmıştır ve yaptığı araştırmalar sonucunda elmas modelini geliştirmiştir. Elmas modelinin diğer klasik yaklaşımlardan önemli bir farkı bulunmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi rekabet gücü ile ilgili klasik yaklaşımlarda genellikle üretim faktörleri üzerinde durulmuştur. Ancak Porter bu duruma karşı çıkmıştır ve rekabet gücünün belirlenmesinde üretim faktörlerinin miktarlarının ya da teknolojinin yeterli olamayacağını ileri sürmüştür (Baltacı, Burgazoğlu ve Kılıç, 2012: 5). Porter, firmalara rekabet avantajı sağlayacak en önemli unsurların beşeri kaynaklar olduğunu belirtmiştir. Girişimcilik ve yönetim yeteneği, çalışanların bilgi ve becerisi, beşeri kaynakların içinde yer almaktadır. Beşeri kaynaklar firmalara göre değişiklik gösterir ve firmaların rekabet avantajı elde etmek için yapmaları gereken şey, beşeri kaynakların geliştirilmesini sağlamaktır. Böylece hem firmaların elde edeceği rekabet gücü uzun ömürlü olacaktır hem de verimlilik artışı yaşanacaktır (Deviren ve Yıldız, 2014: 765-766).

Porter'e göre firmaların rekabet avantajı elde etmelerinde etkili olan bazı faktörler vardır ve Porter bu faktörleri dört ana gruba ayırmıştır. Firmaların rekabet gücünü etkileyen dört temel faktör şunlardır (Porter, 1990: 4):

- Girdi(faktör) koşulları,
- Firma stratejisi, yapısı ve rekabet,
- Talep koşulları,
- İlgili ve destek endüstriler.

Yukarıda sayılan dört temel faktörün yanı sıra Porter, iki tane de dolaylı faktörden söz etmektedir. Rekabet avantajı sağlayan dolaylı faktörler şans ve devletin rolüdür (Herciu, 2013: 274). Bu faktörlerin açıklanmasına geçmeden önce elmas modelinin şekilsel gösterimine yer vermek daha doğru olacaktır. Aşağıda Porter modeli şekil yardımı ile ifade edilmiştir. Şekilden de görüleceği gibi modelin dört köşesinde yer alan faktörler birbirleri ile etkileşim içerisindedirler. Bu nedenle faktörleri tek başlarına değil, bir bütün olarak sistem içerisinde düşünmek gereklidir. Köşelerde yer alan faktörlerin birbirlerini etkilemesi, sistemi dinamik bir hale sokmaktadır (Eraslan, Karataş ve Kaya, 2007: 208).



Şekil 1: Porter'in Elmas Modeli

Kaynak: Michael E. Porter, **New Global Strategies For Competitive Advantage** (Planning Review, vol.18, no.3: 4-14, 1990), 5.

Porter'in elmas modelinde yer alan faktörlerin daha detaylı açıklanması, modelin anlaşılabilmesi açısından faydalı olacaktır.

Girdi(Faktör) Koşulları: Porter'in elmas modelinde söz ettiği faktör koşulları altyapı, fiziksel kaynaklar; bilgi kaynakları, sermaye kaynakları ve insan kaynaklarıdır. Endüstrilerin rekabetçi bir yapıya sahip olmalarını sağlayan faktörler ise geçmişten devralınan değil belirli çabaların sonucunda elde edilen faktörlerdir. Eğitimli, nitelikli ve uzmanlaşmış işgücü ile bilimsel altyapılar bu faktörlere örnek olarak verilebilir. Günümüzdeki endüstriler, bilgi ağırlıklı endüstrilerdir ve bu endüstrilerin ihtiyacı olan faktörler iş gücü miktarı ile ham madde kaynaklarından daha fazlasıdır (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 12-13). Rekabet gücü elde edebilmek için var olan faktörlerin yenilenmesi gereklidir. Önce uzmanlaşmış faktörler oluşturulmalı, sonra da bu uzmanlaşmış faktörlerin yenilenip geliştirilmesi sağlanmalıdır (Koç ve Özbozkurt, 2014: 88).

Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet: Firmaların nasıl oluşturulduğu, nasıl yönetildiği, hangi stratejilerle hareket ettiği, firmada egemen olan organizasyon

yapısı ve piyasadaki rekabet ortamının özellikleri gibi unsurlar rekabet gücünün belirlenmesinde önemli etkilere sahiptir (Akdağ, Mete ve Emhan, 2014: 331). Porter’a göre bütün endüstriler tarafından uygulanabilecek genel geçer bir yönetim sistemi bulunmamaktadır. Bu nedenle endüstrilerin ve firmaların yapması gereken, kendi ülke koşullarını dikkate alarak bu koşullara uygun stratejiler geliştirmektir. Her ülkenin içinde bulunduğu koşullar birbirinden farklı olduğu için firmaların yönetim sistemlerinin ve uygulayacakları stratejilerin de birbirinden farklı olması beklenebilir (Arıç, 2012: 137-138).

Talep Koşulları: Talep koşulları altında değerlendirilen temel faktörlere bakıldığında müşteri yoğunluğu, müşterilerin seçiciliği, iç talebin büyüklüğü, yeni pazar olanakları ve ihracat unsurları ile karşılaşmaktadır. Ayrıca Porter, hem iç talebin hem de dış talebin nitelikli olması gerektiğini vurgulamıştır. Dolayısıyla talep koşullarında nicelik kadar niteliğin de önemli olduğu ifade edilebilir (Yıldız ve Alp, 2014: 252).

İlgili ve Destek Endüstriler: İlgili ve destekleyici endüstrilerin varlığı, rekabet gücünü etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Endüstriler, diğer endüstriler ile dikey ya da yatay çeşitli ilişkiler içindedir. Bu ilişkiler neticesinde endüstriler arasında karşılıklı etkileşimler yaşanır ve fikir alış verişleri gerçekleşir. Unutulmamalıdır ki bir endüstrinin gelişip büyümesi, diğer endüstrilere de olumlu yönde katkı sağlayabilir. Bu nedenle bir sektörün rekabet gücünün gelişmesinde, o sektör ile ilişkili bulunan diğer sektörlerin varlığı ve sahip oldukları başarı büyük önem taşımaktadır (Eraslan, Karataş ve Kaya, 2007: 209).

Daha önce de belirtildiği gibi Porter’ın elmas modelinde firmaların rekabet gücünü belirleyen dört temel faktörün yanı sıra iki tane de dolaylı faktör tanımlanmıştır. Bu faktörler şans ve devletin varlığıdır. Dolaylı faktörlerin firmaların rekabet güçleri üzerinde nasıl etkilere sahip olduğu aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

Şans, Porter tarafından firmaların rekabet gücünü etkileyen dolaylı bir faktör olarak ortaya konmuştur. Burada ülkeler ve firmalar tarafından kontrol edilemeyen olayların da rekabet gücüne etki yaptığı belirtilmiştir. Şans kapsamında nitelendirilen olaylara örnek olarak arz ve talep şokları, diğer ülkelerde gerçekleşen olaylar ve alınan siyasi kararlar, teknolojik kopukluklar ya da yeni buluşlar verilebilir (Uzunkaya, 2013: 18).

Devletin varlığı, elmas modelinde dolaylı bir faktör konumundadır. Porter'e göre devlet faktörü, şans faktörü ile benzer bir göreve sahiptir ve rekabet gücünü tamamlayan, destekleyen bir unsur olarak tanımlanmıştır. Ayrıca elmas modelinin dört temel faktörünü daha da kuvvetlendiren bir etkiye sahiptir. Devlet, rekabet ortamına doğrudan müdahale etmez. Devlet, rekabetin iyi işleyebileceği ortamı oluşturmakla mükelleftir ve uygulayacağı politikalar ile bu ortamın oluşmasına katkı sağlar. Porter, rekabet ortamının yaratılabilmesi için devletin uygulayacağı en önemli politikanın uzmanlaşmış emek gücü ile ilgili olduğunu ifade etmektedir. Devlet, uzmanlaşmış emek gücünü arttırmaya çalışmalıdır. Bunun için sanayi sektörü ile üniversitelerin işbirliği içinde olmalarını sağlayabilir, araştırma-geliştirme projelerini destekleyebilir, gelişmiş stajyerlik uygulamalarını hayata geçirebilir. Kısacası Porter, devletin eğitim konusunda yapacağı çalışmalara ve uzmanlaşmış emek gücüne vurgu yapmaktadır (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 14-15).

3.2.3. Çifte Elmas Modeli ve Genellenmiş Çifte Elmas Modeli

Porter'in elmas modeli bazı yönlerden eleştirilere maruz kalmıştır. Modele yapılan eleştirilerin başka modellerin doğmasına zemin hazırladığını söylemek mümkündür. Bu modellerden biri de Çifte Elmas modelidir. Çifte Elmas modeli Rugman ve D'Cruz tarafından geliştirilmiştir. Rugman ve D'Cruz, Elmas modeline çok uluslu şirketlerin de dahil edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Onlara göre bir ülkenin elmasının köşelerinden biri zayıf olsa bile bunun telafi edilmesi mümkündür. Zayıf olan köşelerin telafi edilmesinde diğer ülkeler kullanılabilir. Bunun en tipik örneği ise Kanada'dır. Kanada, talep koşullarının zayıf olduğu bir ülkedir. Ancak Amerika ile yaptığı ticaret anlaşması sayesinde Kanada, talebin geniş olduğu bir pazara açılmayı başarmıştır. Böylece yetersiz olan talep koşullarını telafi etmenin yolunu bulmuştur (İnançlı ve Aydın, 2015: 55).

Çifte elmas modeli Kanada ve Kanada'ya benzeyen ülkelerin durumlarını açıklamakta başarılı olmuş; ancak küçük ülkeleri açıklamakta aynı başarıyı gösterememiştir. Kore ve Singapur gibi küçük ülkelerde bulunan firmalar sadece yerel kaynak ve pazarlardan değil küresel kaynak ve pazarlardan da etkilenmektedirler. Bu gibi özelliklere sahip küçük ülkeler için çifte elmas modelinin geçerli olmadığı anlaşılmış ve "genellenmiş çifte elmas" modeli oluşturulmuştur (Baltacı, Burgazoğlu ve Kılıç, 2012: 7).

3.2.4. Dokuz Faktör Modeli

Dokuz faktör modeli, Cho tarafında geliştirilmiş ve Porter'in elmas modeline atıfta bulunan bir modeldir. Cho, Porter'in elmas modelinin sadece gelişmiş ülkeler için kullanılabileceğini ifade etmiştir. Bilindiği gibi elmas modelinde faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler, firma stratejisi, yapısı ve rekabet olmak üzere dört temel faktör tanımlanmıştır. Ancak Cho, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin bu dört faktöre sahip olamayabileceklerini söylemiştir. Bu nedenle dokuz faktör modelini oluşturmuştur. Dokuz faktör modelini oluşturmaktaki temel amacı, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin rekabet güçlerini yükseltebilmek için hangi faktörlere sahip olmaları gerektiğini belirleyip bu faktörleri nasıl elde edebileceklerini ortaya koymaktır (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 23).

Dokuz faktör modelinde rekabet gücü oluşturmak için gerekli olan faktörler, fiziksel ve beşeri faktörler olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Fiziksel faktörler iş çevresi, ilgili ve destekleyici endüstriler ve yerel taleptir. Beşeri faktörler ise emek piyasası, müteşebbisler, yöneticiler, vasıflı çalışanlar, politikacılar ve bürokratlar şeklinde sıralanmıştır. Modelde fiziksel ve beşeri faktörlerin yanı sıra bir de dışsal faktör vardır. Bu dışsal faktör, şanstır (Baltacı, Burgazoğlu ve Kılıç, 2012: 7).

Dokuz faktör modelinin Porter'in elmas modeli ile hem benzer hem de farklı yönleri vardır. Her iki modelde de şans, dışsal bir faktör olarak değerlendirilmiştir. Bu durum modellerin ortak noktalarından biridir. Farklı noktalar ise faktörlerin gruplandırılma şekillerinde ortaya çıkmaktadır. Örneğin doğal kaynaklar ve işgücü Porter'in elmas modelinde faktör koşulları içinde yer almaktadır. Ancak dokuz faktör modelinde işgücü, işçiler grubunda yer almaktadır; doğal kaynaklar ise bahsedilmiş kaynakların içinde ele alınmıştır (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 24). Modeller arasındaki farklardan bir diğeri Cho'nun modeline yeni faktörlerin eklenmiş olmasıdır. Elmas modelinde bürokratlar ve politikacılar yer almamaktadır. Ancak dokuz faktör modelinde politikacı ve bürokratlar modele dahil edilmiştir (Baltacı, Burgazoğlu ve Kılıç, 2012: 7).

3.2.5. Yeni Endüstriyel Bölgeler Yaklaşımı

Yeni endüstriyel bölgeler yaklaşımının temelleri Marshall tarafından atılmıştır. Bu yaklaşımda verimlilik ön plandadır. Marshall'a göre yerleşim yerinin seçimi, rekabeti

etkileyen önemli bir faktördür. Eğer firmalar yerleşim yerlerini seçerlerken hem tüketicilere hem de girdi sahiplerine yakın olabilecek yerleri tercih ederlerse, bu durum üretim maliyetlerini azaltacaktır. Üretim maliyetlerinin azalması ise firmaların verimliliğini arttıracaktır. Verimliliği artan firmaların rekabet gücü de yükselecektir. Aynı endüstri kolunda faaliyet gösteren firmalar birbirlerine yakın yerlerde konumlanır ve bir kümelenme sergilerlerse bu firmalar arasında karşılıklı etkileşim meydana gelecektir. Yaşanan etkileşimler sonucunda yeniliklerin ve yeni fikirlerin oluşumu daha kolay hale gelecektir. Ancak şunu unutmamak gerekir ki günümüzde yakın mesafelerde konumlanmak yeniliklerin ortaya çıkması için yeterli bir koşul değildir. Artık mesafeler kısalmıştır, sınırlar ortadan kalkmıştır. Bu nedenle günümüzde bilginin hangi mesafede olursa olsun kolaylıkla transfer edilmesi mümkün hale gelmiştir, coğrafi uzaklığa bakılmaksızın işbirliği ve karşılıklı etkileşim rahatça sağlanmaktadır. Rekabet gücü açısından sadece yakın mesafeli ilişkilere bağlı kalmayan, uzak mesafeli işbirliği de gerçekleştirebilen bölgeler ön plana çıkmaktadır (Deviren ve Yıldız, 2014: 767-768).

3.3. Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler

Küreselleşmenin artması ile birlikte rekabetin önemi de daha iyi anlaşılmıştır. Gerek ülkeler gerekse endüstri ve firmalar, rekabet güçlerini yükseltme ve küresel piyasalarda güçlü bir konuma gelebilme amacını taşımaktadırlar. Bu amaca yönelik olarak çeşitli stratejiler geliştirmekte ve politikalar üretmektedirler. Doğru ve etkili politikalar uygulayabilmek için rekabet gücünü belirleyen faktörlerin iyi analiz edilmesinin faydalı olacağı söylenebilir.

Son yıllarda piyasalarda ve endüstrilerde hızlı değişimler meydana gelmektedir. Yaratıcılığın ve büyümenin nasıl geliştirileceği, üretim yeteneklerinde nasıl iyileştirme yapılacağı soruları giderek daha önemli olmuştur. Firmaların değişen teknolojik koşullara ve müşteri taleplerine uyum sağlama yetenekleri, yeni ürünler geliştirmedeki başarıları onların hem iç hem de dış piyasadaki rekabet güçlerini etkilemektedir. Dinamik yetenekler olarak nitelendirilen bu unsurların küreselleşen dünyadaki önemi her geçen gün daha iyi anlaşılmaktadır (Sandberg ve Abrahamsson, 2011: 7-8).

Çalışmanın bu bölümünde rekabet gücünü belirleyen belli başlı faktörler ele alınacaktır. Söz konusu faktörler, firma içi ve firma dışı faktörler olmak üzere iki ayrı başlık altında incelenecektir.

3.3.1. Firma İçi Faktörler

Rekabet gücünü belirleyen firma içi faktörlerin başlıcaları ürünün maliyeti, ürünün fiyatı ve kalitesi, firmanın faaliyette bulunduğu sektöre ait rekabet yoğunluğu, firmanın verimliliği ve karlılığı, firmanın kullandığı bilgi teknolojisi, firmanın organizasyon ve yönetim yapısıdır. Ayrıca firmanın kaynak kullanımı konusunda ne derecede etkin olduğu, yenilik ve yaratıcılık ile ilgili neler yaptığı da rekabet gücünü etkileyen faktörler arasındadır (Arıcan, Yücememiş ve Işıl, 2009: 26-27). Sıralanan bu faktörlerden bazıları daha ayrıntılı olarak açıklanmaya çalışılacaktır.

3.3.1.1. Maliyetler

Maliyet, içinde pek çok alt kategoriye barındıran bir faktördür. İşgücü maliyeti, vergi maliyeti, sermaye maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti ve ithalat maliyeti gibi çeşitli maliyet unsurları vardır. Bu maliyet unsurları arasında iş gücü maliyetlerinin önemli bir yeri bulunmaktadır. İş gücü maliyetlerinin artması ile birlikte üretim maliyetleri yükselir. Üretim maliyetleri yüksek olunca da firma, ürettiği malı daha yüksek bir fiyattan piyasaya sürmek zorunda kalır. Malın fiyatının yüksek olması, firmanın hem ülke içindeki hem de küresel piyasalardaki rekabet gücünü zedeler (İmer, 2015: 74-77). Çünkü artan küreselleşme ile birlikte özellikle uluslararası piyasalarda büyük bir fiyat rekabeti yaşanmaktadır. Firmalar rakipleri ile rekabet edebilmek için fiyatlarını düşürmek zorunda kalmaktadırlar. Yani küresel ortamdaki rekabet, firmalara fiyat konusunda baskı yapmaktadır. Firmaların rekabet gücü elde edebilmeleri için tüketicilere düşük fiyatlı ancak yüksek kaliteli ürünler sunabilmeleri gereklidir. Ancak malların üretim maliyetleri artarsa, firmaların düşük fiyatlı ürün sunabilme olanakları da azalacaktır. Bu nedenle firmalar maliyet hesaplamalarını çok doğru bir şekilde yapmalıdırlar. Görülen o ki maliyet, rekabet gücünü belirleyen çok önemli bir unsurdur. Firmalar maliyet hesapları ve maliyet kontrolleri konusunda son derece titiz davranmak zorundadırlar (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003: 115-116).

3.3.1.2. Fiyat

Üretilen mal veya hizmetin fiyatı, rekabet gücü üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Firmaların rakipleri karşısında üstünlük elde edebilmeleri için düşük fiyatlı, ancak yüksek kaliteli ürünler sunmaları gerektiği daha önce de belirtilmişti. Bu nedenle fiyat düzeyinin, firmalara rekabet avantajı sağlayan bir faktör olduğu söylenebilir. Buna rağmen küreselleşme ile birlikte firmaların fiyat rekabetinden ziyade kalite rekabetine daha fazla önem vermeye başladıkları görülmektedir. Yüksek bir rekabet gücüne sahip olabilmek için fiyat ve kalite rekabetinin bir arada yürütülmesi en doğru yol gibi durmaktadır. Kalite rekabetinin de teknolojik gelişmeler ve yenilik süreçleri ile desteklenmesi sağlanmalıdır (İmer, 2015: 78).

Firmalar, mal ve hizmet fiyatlarını azaltarak hem daha fazla müşteri elde etmeyi hem de müşteri bağlılığı yaratmayı hedefler. Fiyatların düşürülmesi, kısa vadede firma gelirinin azalacağını düşündürse de toplam talepteki artışla beraber dengeye ulaşacak ve telafisi mümkün olacaktır. Bu nedenle ürünleri daha uygun fiyattan sunmak, müşteri profilini genişleteceği için bir çeşit yatırım gibi algılanabilir. Önemli olan nokta, mal veya hizmetin satışa sunulacağı en doğru fiyatı tespit edebilmektir (Gülçubuk, 2008: 25). Firmalar tarafından öyle bir fiyat belirlenmelidir ki, bu fiyat düzeyi hem firmanın rakipleri karşısında fiyat avantajı elde etmesini sağlasın hem de firmanın zarara uğramasına neden olmasın. Ayrıca firmanın fiyat indirimlerine giderken, kaliteden ödün vermemesi de son derece önemlidir. Müşterilerin ürün kalitesinde gerileme yaşandığını fark etmesi, firma imajını zedeleyecek ve firmanın rekabet gücüne de zarar verecektir.

3.3.1.3. Kalite Koşulları

Kalite ve standartlara uygunluk, rekabet gücü açısından önemli bir faktördür. Özellikle yerel piyasalarla yetinmeyip küresel ortamda faaliyet gösteren firmalar için kalite özellikleri daha da hayati önem arz etmektedir. Çünkü pek çok ülke ithal edilecek mallara ilişkin belirli kalite standartları belirlemiştir ve ancak bu standartlara uygun malların ülke içine girmesine izin verilmektedir. Bu nedenle firmalar yüksek rekabet gücü elde edebilmek için ürettikleri ürünlerin çağdaş kalite standartlarına uygun olmasına özen göstermelidirler. Kalite standartlarına uygun hareket edilmemesi, bir firmanın rekabet gücünün kısıtlanmasına sebep olur. Kalite problemlerinin yaşanmasının çeşitli nedenleri vardır. Ürünün tasarımı ile ilgili

yapılan hatalar, Ar-Ge çalışanlarının yeterli bilgi ve donanıma sahip olmaması, firmanın farklı bölümleri arasında iletişim eksikliği yaşanması, üretim yönteminde yapılan yanlışlar, teknolojik yetersizlik gibi durumlar bu nedenlerin başlıcalarıdır (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003: 117-118). Firmalar, kalite ile ilgili sorun yaşamaları durumunda önce sorunun kaynağını tespit etmeli, sonra da çözüm üretmeye çalışmalıdırlar. Kalite sorunlarını aşamayan ve belirli kalite standartlarını yakalayamayan firmaların ihracat yapması, uluslararası piyasalarda rekabet gücü elde etmesi son derece zordur. Daha önce de belirtildiği gibi düşük fiyat ve yüksek kalite, rekabet gücünün temel koşulları arasında sayılabilir.

3.3.1.4. Verimlilik

Verimlilik, rekabet gücünün olmazsa olmaz koşullarından biridir. Verimlilik kavramı üretim için kullanılan girdiler ile üretim sonucunda elde edilen ürünler arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Üretim sırasında çok sayıda girdi kullanılır. Ham madde, işgücü, enerji, makine ve teçhizatlar bu girdiler arasında sayılabilir. Söz konusu girdiler üretim süreci ile birleşince bu sürecin sonucunda çeşitli ürünler yani çıktılar elde edilir. İşte girdi ve çıktı arasındaki oran, verimlilik hakkında bilgi verir. Firmalar yüksek verimliliğe sahip olabilmek için üretimde kullandıkları girdi miktarını azaltmalı ya da aynı girdi miktarı ile daha fazla çıktı elde edebilmelidirler. Bunlardan birini gerçekleştirebildikleri takdirde firmaların verimli çalıştıkları söylenebilir (Altay, 2006: 53).

Günümüzde verimlilik ile ilgili tanımlamalarda değişiklikler gözlenmeye başlamış ve verimlilik dendiğinde akla gelen kavramlar giderek artmıştır. Verimlilik artık sadece girdi ve çıktı arasındaki oransal ilişkiyi ifade etmemektedir. Ürün ve hizmetlerin kalitesinin artırılması, üretim süreci sırasında çevresel faktörlerin göz önünde bulundurulması ve çevre koruma bilinci ile hareket edilmesi, çalışanların iş koşullarının uygun hale getirilmesi gibi faktörler de verimlilik kavramı içinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu nedenle verimlilik artışı da çok sayıda değişkene bağlı hale gelmiştir. Üretimde kullanılan ham maddelerin kalitesinden, nitelikli iş gücü kullanımının yaygınlaştırılmasına kadar pek çok faktör verimliliği artırıcı etki yapmaktadır. Teknolojik yeniliklerin üretim sürecine dahil edilmesi, enerji maliyetlerinin düşürülmesi, ürün tasarımında yapılacak yenilik ve değişiklikler,

yönetim ve organizasyon yapısının yeniden düzenlenmesi de verimliliğin yükselmesine katkı sağlayacaktır (Timuçin, 2010: 37).

3.3.1.5. Teknoloji ve Ar-Ge

Günümüzde teknolojik yenilik, pek çok sektörde en önemli rekabet avantajı haline gelmiştir. Bu durumun temel nedenleri ticaretteki serbestleşme, teknolojinin hızla gelişmesine bağlı olarak teknolojik tabanlı ürünlerin yaygınlaşması ve küreselleşmedir. Dolayısıyla düşük teknoloji yoğunluklu geleneksel endüstrilerden, ileri teknoloji yoğunluklu modern endüstrilere doğru bir geçiş süreci yaşanmaktadır (Rothaermel, 2008: 222). Özellikle küreselleşme olgusu ile birlikte teknolojiye ve Ar-Ge faaliyetlerine verilen önem artmıştır. Günümüzde teknolojik gelişmeler hız kesmeden devam etmektedir ve teknoloji hayatın ayrılmaz bir parçası durumuna gelmiştir. Her geçen gün teknoloji alanında ilerleme kaydedilmekte ve bu ilerleme ile birlikte yeni ürünler hizmete sunulmaktadır. Küreselleşmenin bir sonucu olarak sınırlar ortadan kalkmış, mesafeler kısalmış ve iletişim büyük bir hız kazanmıştır. Dünyanın her hangi bir ülkesinde geliştirilen yeni bir ürün diğer ülkeler ve diğer firmalar tarafından kısa sürede kopya edilebilmektedir. Böylece teknolojik gelişmeleri takip edebilmek, yeniliklerden uzak kalmamak firmalar için hayati bir unsur ve rekabet gücünün temel şartı olmuştur. Firmalar rakipleri ile mücadele edebilmek ve piyasadaki rekabet güçlerini yükseltebilmek için hem yeni ve tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilen ürünler üretebilmeli hem de bu ürünleri kısa sürede yüksek kalite ile sunabilmelidirler. Bunun için de teknolojik alt yapıları, Ar-Ge çalışmalarına önem vermeli ve bunlar için kaynak ayırmalıdır (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003: 119). Ar-Ge çalışmalarına daha fazla önem verilirse bu çalışmalara daha fazla kaynak ayrılırsa, bilim adamlarının ve araştırmacıların sayısı artarsa, teknolojik gelişmeler hızlanır. Teknoloji seviyesinin yükselmesi de rekabet gücünü yükseltici bir etki yapar. Rekabet gücünün yükselmesi ve özellikle küresel piyasalarda daha rekabetçi bir hale gelmesi de uzun vadede sürdürülebilir büyüme hedeflerinin gerçekleşmesine katkı sağlar (Altay, 2006. 54).

3.3.1.6. Nitelikli İşgücü

Nitelikli işgücünün varlığı, rekabetin giderek artış gösterdiği günümüz koşullarında rekabet gücünün temel belirleyicilerinden biri haline gelmiştir. Rekabetin etkisi ile birlikte firmaların toplam maliyetleri içinde niteliksiz işgücüne ait maliyetler azalış

eğilimi göstermektedir. Çünkü firmaların nitelikli ve uzmanlaşmış işgücüne olan ihtiyacı artmaktadır. Firma içinde çalışanlar arasında iyi eğitim almış, donanımlı ve alanında uzmanlaşmış kişilerin sayısı arttıkça üretimde kalite, hız ve verimlilik de artış göstermektedir. Firmaların verimliliğinin artması, daha yüksek kalitede ve daha kısa sürede üretim yapılması gibi faktörler de firmalara rekabet avantajı sağlamaktadır (Timurçin, 2010: 40).

Küreselleşme ile birlikte firmaların uluslararası pazarlara açılması hız kazanmıştır. Özellikle ihracat odaklı üretim yapan ve küresel pazarlardaki etkinliğini arttırmak isteyen firmalar için nitelikli işgücü çok önemli bir faktördür. Firmaların yabancı dil bilen, alanında deneyimli, iyi eğitilmiş elemanlara olan ihtiyacı gün geçtikçe artmaktadır. Pazarlama, finansman, dış ticaret gibi farklı departmanlarda iyi derecede yabancı dil bilen ve nitelikli işgücüne sahip elemanlar çalıştırılması adeta zorunlu hale gelmiştir. Nitelikli ve deneyimli işgücünden yoksun olduğu halde uluslararası pazarlara açılmaya kalkışan firmaların ise rakipleri ile mücadele etme konusunda hedefledikleri başarıyı sergileyemedikleri ve yüksek bir rekabet gücü elde edemedikleri görülmektedir. Bu nedenle firmaların eleman kadrolarını oluştururken son derece bilinçli ve stratejik davranmaları gerektiği ifade edilebilir (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003: 119-120).

Nitelikli iş gücünün arttırılabilmesi için eğitime ve eğitim kalitesine verilen önemin yükseltilmesi gereklidir. Dünya genelinde çok sayıda emek-yoğun endüstri olmasına rağmen, eğitim düzeyinin ve iş becerisinin düşük olması endüstriyel gelişme sürecindeki en temel engellerden biridir. Bu nedenle özellikle gelişme düzeyinin düşük olduğu ülkelerde eğitim seviyesinin yükseltilmesi için ülkelerin daha yoğun çaba harcamaları gereklidir. Ayrıca teknik bilgi ve yetenekleri geliştirecek programlar hazırlanarak hayata geçirilmelidir (Lee, 2005: 10).

3.3.1.7. Pazar Payı

Pazar payı, rekabet gücü açısından önemli bir faktördür. Firmalar yurt içi ya da yurt dışında herhangi bir pazara giriş yapmaya karar verdikten sonra kendilerine bir pazar payı hedefi koymalıdır. Pazar payına ilişkin hedef belirledikten sonra da bu hedefe ulaşabilmek için bir yol haritası oluşturmalı ve uygulayacakları stratejileri tespit etmelidirler. Firmalar faaliyette bulundukları sektörde büyük bir pazar payına sahip olabilirlerse, rakiplerine karşı önemli bir rekabet avantajı da elde etmiş olurlar

(Timurçin, 2010: 45). Firmaların gerek iç piyasada gerekse dış piyasada sahip oldukları pazar payı, hazır bir müşteri kitlesinin varlığını işaret etmektedir. Bu nedenle piyasada belirli bir pazar payına sahip olan firmanın, piyasaya yeni giriş yapacak bir firmaya karşı rekabet avantajı söz konusudur (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003: 121).

3.3.2. Firma Dışı Faktörler

Rekabet gücünü etkileyen firma içi faktörler olduğu gibi firma dışı faktörler de vardır. Firma dışı faktörler, firmaların kontrolünde olmayan faktörleri ifade etmektedir. Rekabet gücünü etkileyen çok sayıda firma dışı faktör olmakla birlikte, bunların başlıcaları devletin ekonomi içindeki yeri ve ekonomiye yaptığı müdahaleler, mali piyasaların yapısı, döviz kurları, ülkedeki ekonomik istikrar düzeyi ve hukuk sistemidir (İmer, 2015: 78-79). Bu faktörlerin yanı sıra tüketicilerin bilinç düzeyi, işgücü piyasalarının esnekliği, uluslararası ticaret sistemi, fiziki altyapı ve doğal kaynaklar da rekabet gücünü etkileyen ve firmaların kontrol edemediği koşullardandır (Arıcan, Yücememiş ve Işıl, 2009: 26-27).

3.3.2.1. Devletin Ekonomi İçindeki Yeri

Devlet, uygulayacağı çeşitli politikalar yardımı ile rekabet gücünün yükseltilmesine yardımcı olabilir. Rekabet gücünün artırılmasında devlet, dolaylı bir etkiye sahiptir. Devletin bu konudaki temel görevi, doğru politikaları uygulamaktır. Devlet doğrudan rekabet gücü yaratmamalı; firmaların verimliliğini yükseltecek uygulamaları hayata geçirerek, rekabet için elverişli bir ortam yaratarak düzenleyici ve destekleyici bir aktör sıfatıyla ekonomide yer almalıdır (Timurçin, 2010: 51).

Devlet rekabet gücünün artırılması için eğitim, sağlık, alt yapı hizmetlerini geliştirmeli; ihracatı ve Ar-Ge faaliyetlerini teşvik edici düzenlemeleri hayata geçirmeli; iş dünyasının karşılaşacağı riskleri en aza indirmek için gerekli tedbirler almalı ve ekonomik istikrarın oluşmasını sağlamalıdır (Karaaslan ve Tuncer, 2010: 9).

Devlet, bazı sektörleri destekleyerek de rekabet gücünün gelişmesinde etkili olabilir. Burada önemli olan nokta desteklenecek sektörlerin seçilmesinde doğru karar verebilmektir. Gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim faktörlerini yoğun olarak kullanan, ileri-geri bağlantıları yüksek olan sektörlerin desteklenmesi rekabet gücü açısından

doğru bir adım olabilir. Bu şekilde rekabet gücünün artması sağlanabilir. Ayrıca talep koşullarını geliştirerek de devlet rekabet gücünü etkileyebilir. Devletin talep koşulları ile ilgili yapacağı müdahaleler iki şekilde olabilir. Birincisinde devlet alıcı olarak piyasaya girer ve doğrudan müdahale ile talep koşullarını etkiler. İkincisinde ise devlet gelir ve ücret politikaları ile dolaylı bir müdahalede bulunur (Timurçin, 2010: 51).

3.3.2.2. Gelişmiş Finans Piyasalarının Varlığı

Finansal piyasalar, fon almak isteyenler ile fon satmak isteyenlerin bir araya geldiği ve fon transferinin doğrudan gerçekleştirildiği piyasalardır. Finansal piyasalar ekonomiye çeşitli yönlerden katkı sağlamaktadır. Örneğin finansal piyasalar fon fazlası olanlar ile fon ihtiyacı olanlar arasındaki fon alış verişini kolaylaştırmaktadır. Bu sayede fonların miktarı artarken maliyetleri azalmaktadır ve sermaye miktarı artmaktadır. Ayrıca finansal piyasalar risklerin transfer edilmesini sağlamak suretiyle üretimin artmasına da yardımcı olmaktadır. Ekonomideki sermaye miktarının ve üretimin artması, toplumdaki refah artışını beraberinde getirmektedir (Yay, 2012: 21). Bu nedenle ülkenin gelişmiş finansal piyasalara sahip olması ve finans kuruluşlarının sayısında artış yaşanması rekabet gücünün gelişmesini sağlayacaktır. Ancak finans kuruluşlarının sayısı kadar bu kuruluşların niteliği de önemlidir. Finans kuruluşları hem krizlere ve olumsuz koşullara direnebilecek güçte olmalı hem de kaliteli hizmet sunmalıdır (İmer, 2015: 81).

3.3.2.3. Hukuk Sistemi

Hukuk sisteminin varlığı ve bu sistemin etkin bir şekilde işletilmesi, demokratik devletlerin en temel özelliklerinden biridir. Demokrasinin yerleştiği toplumlarda hukukun üstünlüğü ilkesine göre hareket edilir ve bütün eylemlerin hukuk kurallarına uygun olması esas alınır. Hukuk devletlerinde ekonomik faaliyetler de hukuk kurallarının güvencesi altındadır. Demokrasiye ve hukuka göre hareket edilen ülkelerde devletin temel rolü, ekonomik ve sosyal faaliyetlere ilişkin kuralları belirlemek ve bu kurallara uyulup uyulmadığının denetimini gerçekleştirmektir. Bir ülkede hukuk sisteminin etkin işleyip işlemediği, rekabet gücü açısından önemli bir faktördür. Güçlü bir hukuki sistem hayata geçirildiği takdirde, uluslararası rekabet gücünün artırılması da sağlanabilir. Dolayısıyla hukuk sisteminin rekabet gücünü destekleyen bir niteliğe sahip olduğu söylenebilir. Hukuki sistemin tüm aktörlere eşit

mesafede bulunması, yolsuzluğa ve haksızlığa sebep olabilecek hukuksal boşlukların bulunmaması, yasaların saydam olması gibi unsurlar bir hukuk sisteminin en önemli özellikleri arasındadır. Ayrıca yasal ve kurumsal organların daha güçlü hale getirilmesi için çaba harcanmalıdır. Hem sivil vatandaşlara ve firmalara hem de yabancı yatırımcılara karşı adalet ilkeleri çerçevesinde davranılmalıdır. Hukuk ilkelerine aykırı davrananlara uygulanacak yaptırımlar da etkin bir hukuk sistemi içinde yer almak zorundadır. Bu yaptırımlar caydırıcı bir kuvvet görevi görerek, yasalara uygun hareket edilmesini sağlayacaktır (Karaaslan ve Tuncer, 2010: 11-12).

Rekabetçi bir ortamın oluşturulmasında, rekabet politikasının yasalarla desteklenmiş olması gereklidir. Ancak yasaların hazırlanması yeterli değildir. Önemli olan bu yasaların etkin bir şekilde uygulanıp uygulanmadığıdır. Diğer bir deyişle hazırlanan rekabet yasaları hukuk kitaplarında kalmamalı, gerçek hayatta bire bir uygulanmalıdır. Rekabetin gelişmesinde sivil toplumun, bilinçli davranan tüketici topluluklarının, medyanın ve yargının da etkileri vardır. Dolayısıyla rekabetin oluşması, farklı kesimlerin işbirliğine bağlıdır. Hukukçular, politikacılar, sivil toplum, firmalar, yatırımcılar kendilerine düşeni yapmalı ve toplumda bir rekabet kültürünün yerleşmesi sağlanmalıdır (Godfrey, 2008: 11).

3.3.2.4. Fiziki Altyapı

Fiziki altyapı ile ilgili özellikler rekabet gücü açısından önemlidir. Bir ülkenin fiziki altyapısı güçlü olduğu zaman, firmalar rekabet gücünün hem elde ediliş aşamasında hem de sürdürülebilirliği noktasında uluslararası rakipleri karşısında avantaj elde edebileceklerdir (İmer, 2015: 81). Ülkelerin fiziki altyapılarının güçlü olup olmadığı konusunda karar verilirken dikkate alınan temel ölçütler karayolları, demir yolları, hava yolları ve liman altyapılarının kalitesidir. Karayolu, demiryolu, havayolu ve liman altyapıları ayrı ayrı ele alındığı gibi genel olarak altyapının kalitesine de bakılmaktadır. Ayrıca elektrik arzının kalitesi, hava yolu ile taşınan yolcu sayısı, mobil telefon ve sabit hat aboneliğine ilişkin bilgiler de ülkelerin fiziki altyapı konusundaki gelişmişlik derecelerini göstermektedir (Ovalı, 2014: 28).

3.3.2.5. Doğal Kaynaklar ve Coğrafi Konum

Zengin doğal kaynaklara sahip olmak, ülkeler için avantajlı bir durumdur ve bu avantaj küresel piyasalarda rekabet gücünün elde edilmesine yardımcı olabilir.

Ancak bir ülkenin doğal kaynaklar açısından zengin olması, o ülkenin uluslararası alanda yüksek rekabet gücü elde edeceği garantisini veremeyebilir. Günümüzde ulaşım ağları son derece gelişmiştir. Artık ham maddelerin ülkeler arasında taşınması kolaylıkla halledilmektedir. Bu nedenle zengin doğal kaynakların varlığı çok önemli olmakla birlikte uluslararası rekabet gücü sağlama aşamasında tek başına yeterli değildir (İmer, 2015: 80-81).

3.3.2.6. Döviz Kurları

Ülkede uygulanan döviz kuru politikalarının, rekabet gücü üzerindeki belirleyiciliği göz ardı edilemez. Ulusal para aşırı değerlenirse rekabet gücü bu durumdan olumsuz yönde etkilenir. Yabancı paraların aşırı değer kazanması ise rekabet gücünün artmasını sağlar. Ancak unutulmamalıdır ki kur politikalarındaki değişiklikler nedeniyle yaşanan avantaj ve dezavantajlar geçici etkilere sahiptir (Altay, 2006: 51). Örneğin bir ülkede yüksek bir döviz kuru söz konusu ise ya da bu ülkede yüksek bir devalüasyon uygulanırsa ihracatı özendirici etkiler ortaya çıkmakta, ithalat pahalı hale gelmekte ve ödemeler bilançosunda iyileşmeler görülmektedir. Ancak bu etkilerin kısa vadeli olarak gerçekleştiği söylenebilir. Çünkü ülkede yüksek enflasyon oranları ve istikrarsız bir ekonomik yapının hakim olması neticesinde uzun vadede dış ticaret açısından bu olumlu tablo sürdürülemeyebilir ve tekrar eski duruma dönüş yaşanabilir (Bakkalcı ve Arğın, 2013: 50-57).

3.3.2.7. Ekonomik İstikrar

Rekabet gücünün elde edilmesinde ve elde edilen bu rekabet gücünün sürdürülebilir hale getirilmesinde makroekonomik istikrar önemli bir belirleyicidir. Ekonomik istikrarın olmadığı bir ülkede rekabet edilebilir çevrenin oluşturulması da pek mümkün görünmemektedir. Makroekonomik istikrarsızlığın en temel göstergelerinden biri enflasyon oranlarındaki yüksek değerlerdir. Enflasyon oranlarının yüksek olması, hane halkının satın alma gücünü azaltmaktadır ve yaşam standartlarında düşüşe sebebiyet vermektedir. Yüksek enflasyon oranları aynı zamanda yatırımları ve ihracatı da olumsuz yönde etkilemektedir. Yatırımlardaki ve ihracattaki azalış ülkenin büyüme hedeflerini de sekteye uğratmaktadır. Enflasyon oranının yüksek olduğu, ekonomik büyümenin kesintiye uğradığı, yatırımlar ve ihracat konularında sıkıntıların yaşandığı bir ülkenin rekabet gücü de hiç kuşkusuz zedeleneyecektir. Ekonomideki makroekonomik istikrarı ve dolayısıyla rekabet gücünü

olumsuz etkileyen bir diğer gösterge ise faiz oranlarıdır. Faiz oranları yüksek olursa, yatırımlar azalacaktır; yatırımların azalması ile birlikte üretimde düşüş meydana gelecektir. Üretimde yaşanan düşüş de ülkenin ekonomik dengesine ve büyüme sürecine zarar verecektir. Bu durumdan rekabet gücü de olumsuz şekilde etkilenecektir (Akal, Kabasakal ve Gökmenoğlu, 2012: 125-126).

Görüldüğü gibi bir ülkede ekonomik istikrarın sağlanması, rekabet gücünü destekleyen bir faktördür. Enflasyon oranlarının yüksek olmadığı, faiz oranlarının yatırımları teşvik edecek seviyelerde tutulduğu, istikrarlı bir büyüme sürecinin yaşandığı ülkelerin rekabet gücü açısından da avantajlı durumda bulunmaları beklenir. Bu nedenle devlet politikaları, ekonomik istikrarı sağlamakla birlikte bu istikrarı sürekli kılacak şekilde düzenlenmelidir.

3.4. Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Rekabet gücünün ölçülmesi, sıklıkla üzerinde durulan ve çok sayıda araştırmacı tarafından incelenen bir konudur. Ancak nasıl ki rekabet gücünün tanımında herkes tarafından kabul edilen tek bir tanım yok ise, ölçülmesinde de aynı durum geçerlidir. Rekabet gücü, farklı disiplinler tarafından incelenen ortak bir kavramdır. Bu nedenle rekabet gücünün ölçülmesinde de birbirinden farklı çok sayıda endeks kullanılmaktadır. Her bir ölçüm sırasında farklı kriterler dikkate alınmaktadır. Ancak rekabet gücüne farklı açılardan yaklaşırsalar, farklı metodolojiler kullansalar da rekabet gücünü ölçmeye çalışan her endeksin hedefi büyük ölçüde aynıdır. Bu hedef ülkelerin vatandaşlarına sunduğu hem sosyal hem de ekonomik hizmetlerin kalitesini belirlemek ve bu hizmetlerin kalitesinin nasıl arttırılacağı konusunda ülkelere yol göstermektir (Ovalı, 2014: 19). Rekabet gücü ile ilgili yapılan ölçümler ve bu ölçümlere göre ülkeler arasında bir sıralama yapılması, ülkeler üzerinde teşvik edici bir etki yaratabilir. Ülkeler vatandaşlarının daha iyi yaşam standartlarına sahip olması, toplumdaki refah seviyesinin yükseltilmesi için daha etkin önlemler almaya ve rekabet güçlerini yükseltmeye yönelebilirler.

Rekabet gücünün ölçümünde kullanılan çok sayıda endeks vardır. Bu endeksler arasında en yaygın olarak kullanılanlar küresel rekabet gücü endeksi, dünya rekabet gücü yılı, insani gelişim raporları, dünya ekonomik özgürlüğü endeksi ve ekonomik özgürlük endeksidir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 26-31). Bu

endekslerin hangi kurumlar tarafından hazırlandığı ve hangi ölçütlerin temel alındığı hakkındaki ayrıntılı bilgiler aşağıda verilmeye çalışılmıştır.

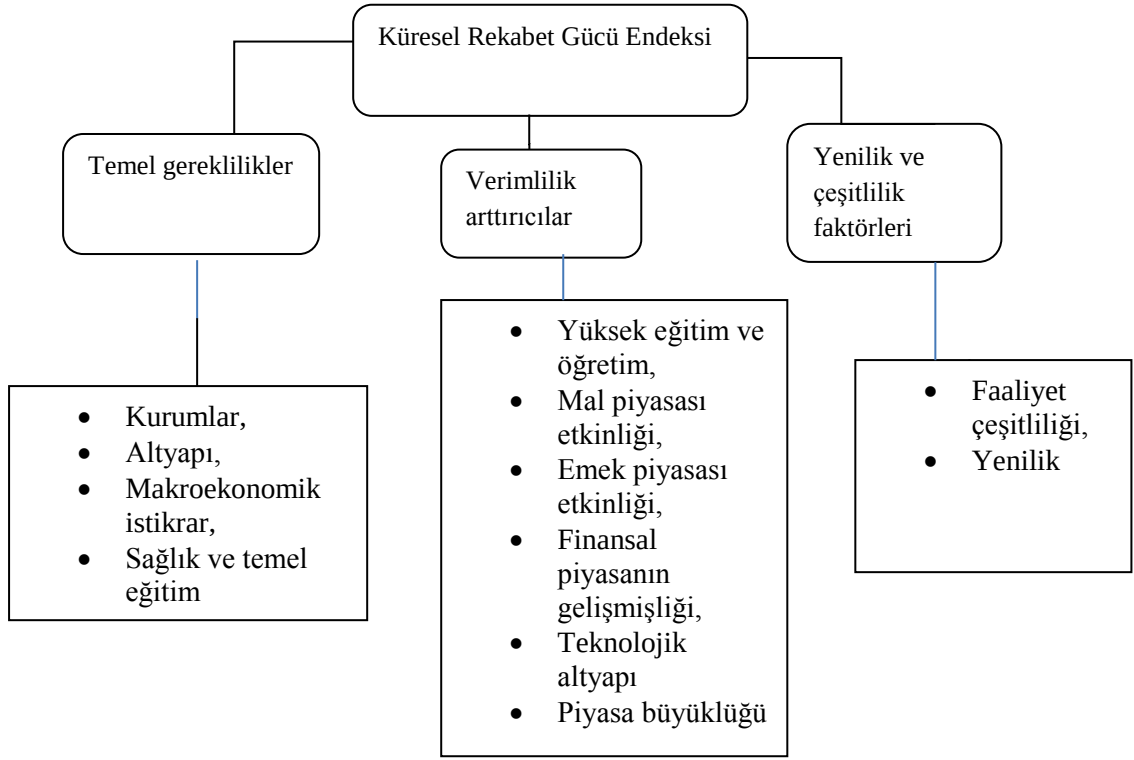
3.4.1. Küresel Rekabet Gücü Endeksi

Küresel rekabet gücü endeksi, Dünya Ekonomik Forumu(WEF) tarafından hazırlanan bir endekstir. WEF, rekabet gücü ile ilgili ölçümlerini 1979 yılından beri düzenli bir şekilde yürütmektedir. WEF’e göre rekabet gücü, bir ülkenin verimlilik düzeyini belirleyen kurum, politika ve faktörlerin bütünüdür. Kurumun bu endeksi hazırlamaktaki temel amacı, ülkeleri yönetenlere ve politikaları uygulayanlara yol göstermektir. Ülkeler rekabet güçlerini artırma konusunda çeşitli engellerle karşılaşabilirler. Bu engelleri aşabilmek için ilk yapılması gereken şey, engellerin neler olduğunun tespit edilmesidir. İşte WEF de yayınladığı endeksler ile ülkelerin karşılaştıkları engelleri tanımlamalarına yardım etmektedir. Ayrıca söz konusu engelleri ortadan kaldırmak için ülkelere bir anlamda rehberlik yapmaktadır (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 26).

WEF, rekabet gücü konusunda hazırladığı raporlarda hem nitel hem de nicel göstergelere yer vermektedir. Nitel göstergeler yargının bağımsızlığı ve yolsuzluğun var olup olmadığı gibi konuları ele alır. Nitel göstergeler Yönetici Görüşü Anketi sonucunda elde edilmektedir ve bu anket şirket yöneticileri ile yapılan görüşmelere göre hazırlanmaktadır. Nicel göstergeler ise kamu borcu, enflasyon oranı, internet erişim oranı gibi veriler içermektedir; bu veriler uluslararası kaynaklara dayanmaktadır (Ovalı, 2014: 19).

Dünya Ekonomik Forumu’nun küresel rekabet gücü endeksinde, rekabet gücünün belirleyicileri üç temel başlık altında incelenmektedir. Bu başlıklar kendi içinde alt bileşenlere ayrılmaktadır. Endekste ele alınan üç ana başlık şunlardır (Adıgüzel, 2013: 9): Temel gereklilikler, verimlilik arttırıcılar ve yenilik ve çeşitlilik faktörleri.

Küresel rekabet gücü endeksinin temel belirleyicileri şekil 2’de daha net bir biçimde görülmektedir.



Şekil 2: Küresel Rekabet Gücü Endeksi Hesaplamasında Kullanılan Temel Unsurlar

Kaynak: Muhittin Adıgüzel, **Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme** (Akademik Bakış Dergisi. s. 37: 1-21, 2013), 9.

a) Temel gereklilikler: Temel gereklilikler kendi içinde dört alt bileşene ayrılmıştır. Bu alt bileşenler kurumlar, altyapı, makroekonomik istikrar, sağlık ve temel eğitimidir (Adıgüzel, 2013: 9). Endekste dikkate alınan ve temel gereklilikler olarak ifade edilen bileşenlerin içerikleri ile ilgili bilgiler aşağıda yer almaktadır.

Kurumlar; bir devletin en önemli organlarından. Bu organlar devletin, vatandaşların, firmaların birbirleriyle olan ilişkilerini düzene sokmaya yardımcı olur. Altyapı kalitesi ise rekabet gücünü arttırabilecek bir unsurdur. Bir ülkede fiziki altyapı kalitesi yüksek ise ekonomik faaliyetler daha verimli hale gelmektedir. Ayrıca ticaret kolaylaşmaktadır. Ticaretin etkisi ile birlikte ülkenin rekabet gücü de yükselmektedir. Makroekonomik istikrar, bir yandan ülkedeki büyümenin sürdürülebilir duruma gelmesini sağlamakta bir yandan da rekabet gücünün artmasına yardımcı olmaktadır. Bu nedenle makroekonomik istikrar koşulları, ülkelerin rekabet gücü ölçümünde dikkate alınan faktörlerden biridir. Sağlık ve temel

eğitim hizmetleri de rekabet gücü ile yakından ilişkilidir. Çalışanların sağlıklı olması, işlerinde daha üretken ve daha verimli olmalarını beraberinde getirir. Böylece ülkenin verimliliği ve rekabet gücü de artar. Aynı şekilde eğitim de verimliliği yükselten bir etkiye sahiptir. Eğitimli ve uzmanlaşmış iş gücü arttıkça verimlilik ve dolayısıyla rekabet gücü artacaktır (Ovalı, 2014: 20-21).

b) Verimlilik arttırıcılar: Küresel rekabet gücü endeksinde verimlilik arttırıcı faktörler altı tane alt başlığa ayrılmıştır. Verimlilik arttırıcı bu faktörler yüksek eğitim ve öğretim, mal piyasası etkinliği, emek piyasası etkinliği, finansal piyasanın gelişmişliği, teknolojik altyapı ve piyasa büyüklüğü şeklinde sıralanmıştır (Adıgüzel, 2013: 9).

Yüksek eğitim ve öğretim bileşeni adı altında lise ve yükseköğretim kurumlarına kayıt yaptıranların oranları ele alınmaktadır. Bir ülkede yüksek eğitim ve öğretime önem verilirse bu durum rekabet gücüne de olumlu etki yapar. Çünkü yüksek eğitime verilen önem sayesinde ekonomik şartlara ve üretim sistemindeki değişikliklere iş gücünün daha kolay uyum sağlaması mümkün hale getirilebilir (Ovalı, 2014: 21).

Bir diğer verimlilik arttırıcı değişken, mal piyasasının etkinliğidir. Etkin piyasalarda bilgilerin serbestçe dolaştığı bir yapı söz konusudur. Bu tür piyasalarda menkul kıymetlerin alınıp satılma miktarları ile ilgili sınırlandırmalar bulunmaz. Ayrıca etkin piyasalarda çok sayıda alıcı ve satıcı vardır, bu alıcı ve satıcıların temel hedefi ise karlarını maksimize etmektir. Bir ülkede piyasaların etkin olması durumunda piyasalardaki ürünlerin fiyatları geleceğe yönelik beklentileri, haber ve bilgileri tam olarak yansıtırlar (Bayraktar, 2012: 28-45)..

c) Yenilik ve çeşitlilik faktörleri: Küresel rekabet gücü endeksinde yenilik ve çeşitlilik faktörleri iki tanedir ve bu faktörler faaliyet çeşitliliği ile yeniliktir. Söz konusu faktörler aynı zamanda yenilik odaklı ekonominin anahtarları olarak nitelendirilmişlerdir (Adıgüzel, 2013: 9).

Yenilik, pek çok açıdan rekabet gücünün gelişmesini sağlamaktadır. Yenilik ile birlikte yeni endüstriler ortaya çıkmaktadır. Yeni endüstrilerin ortaya çıkışı yeni iş alanlarına olanak tanımaktadır. İş alanlarının artması sonucunda istihdam artışı meydana gelmekte, toplumun refahı yükselmekte, yaşam şartları iyileşmektedir. Böylece ülkenin rekabet edebilirliği gelişme göstermekte ve gelecek nesillere

taşınmaktadır. Dolayısıyla zincirleme bir etkinin yaşandığı söylenebilir (Ovalı, 2014: 21).

3.4.2. Dünya Rekabet Gücü Yıllığı Endeksi

Dünya rekabet gücü yıllık endeksi, Uluslararası Yönetim Geliştirme Merkezi (IMD) tarafından hazırlanmaktadır. Bir rapor niteliğinde olan bu endeks 1989 yılından itibaren yayınlanmaktadır (Adıgüzel, 2013: 10).

IMD uluslararası rekabet gücünün ölçümünde verimliliğe ve GSYİH değerlerine göre karar verilmesinin doğru olmadığını vurgulamaktadır. Çünkü rekabet gücünün politik, kültürel ve sosyal koşullarla da yakın bir ilişkisi vardır. Bu koşulların göz ardı edilmemesi gerekmektedir. IMD, ölçümler yaparken ulusal rekabet gücü ile firma düzeyindeki rekabet gücü arasında bulunan bağlantıdan yola çıkmaktadır. Bir ülkedeki firmaların rekabet güçleri arttığı zaman, o ülkenin ulusal rekabet gücü de artar. Bu nedenle ülke düzeyinde rekabet gücünü yükseltmek için öncelikle firmaların rekabet güçlerinin artması sağlanmalıdır. Bunun için firmaların rekabet güçlerini destekleyecek şartlar oluşturulmalıdır. Gerekli kurumsal düzenlemeler yapılmalı, rekabet için uygun ortam yaratılmalı ve etkin politikalar üretilmelidir (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 27). IMD'ye göre rekabet gücünün temelinde yatan, bir ülkenin katma değer üretmesi ve bu katma değer üretiminin sürdürülebilir duruma getirilmesidir. Bu noktada ülke içi koşullar devreye girmektedir. Çünkü katma değer üretiminin sürdürülebilir hale getirilmesi için gerekli koşulların ne ölçüde sağlanabildiği, rekabet gücü ile doğrudan ilişkilidir. Ayrıca IMD tarafından özellikle altı çizilen bir nokta vardır. Bu da firmaların rekabet gücünün birebir ölçülmesinin mümkün olmadığıdır. Bu nedenle rekabet gücünü etkileyen faktörler belirlenir ve belirlenen faktörlerin ölçümü yapılır (Kırankabeş, 2006: 238).

Dünya rekabet gücü yıllık endeksinde dört ana grup vardır. Bu grupların her biri de beşer tane alt gruba ayrılmıştır. Endekste yer alan gruplar şunlardır:

- a) Ekonomik performans,
- b) Hükümet etkinliği,
- c) İş alemi etkinliği,

d) Altyapı (Gökmenoğlu, Akal ve Altunışık, 2012: 28).

3.4.3. Rekabetçi Endüstriyel Performans Endeksi

Rekabetçi endüstriyel performans endeksi, UNIDO tarafından hazırlanmaktadır. Bu endekste ülkelerin uluslararası rekabet güçlerinin ölçümü için dört temel değişken belirlenmiştir. Bu değişkenlerin her biri eşit ağırlığa sahiptir. Endeksin hesaplanmasında kullanılan değişkenler şunlardır: Kişi başına imalat sanayi katma değeri, kişi başına imalat sanayi ihracatı, imalat sanayi katma değeri içinde orta ve ileri teknoloji faaliyetlerinin oranı, imalat sanayi ihracatında orta ve ileri teknoloji faaliyetlerinin oranıdır. Sıralanan değişkenlerden de anlaşıldığı gibi, rekabetçi endüstriyel performans endeksinde imalat sanayi üzerinde durulmuştur. UNIDO tarafından rekabet gücü ve imalat sanayi arasındaki ilişkiye vurgu yapılmıştır. Dolayısıyla bu endekste ölçülmeye çalışılan temel nokta, ülkelerin imalat sanayi ürünlerini rekabetçi bir düzeyde üretip üretmedikleridir (Bedir, 2009: 66).

3.4.4. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler, Bela Balassa tarafından 1965 yılında yayınlanan bir çalışmada ilk kez bir ölçüt olarak ortaya konmuştur. Bundan sonra ise çeşitli raporlarda ve akademik makalelerde açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler, uluslararası ticaretteki uzmanlığın bir ölçüsü olarak sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır (Laursen, 1998: 1). Dolayısıyla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksinin (RCA) ülkelerin uluslararası ticaretteki uzmanlaşma seviyelerini ölçmekte kullanıldığı ifade edilebilir.

RCA endeksi, ülkelerin açıklanan ihracat rakamlarını ya da ihracat paylarını esas almaktadır. Böylece ülkelerdeki ihracat sektörlerinin hangilerinin güçlü, hangilerinin zayıf olduğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Endekste, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüklere ilişkin sadece nispi fiyatlar değil, fiyat dışı faktörlerin etkilerini de görmek mümkündür. Bunun temel nedeni ise endeks hesaplamalarında ticaret sonrası verilerin kullanılmış olmasıdır (Yalçınkaya ve Çılbant, 2014: 48-52).

RCA endeksinin hesaplanmasında kullanılan temel formül ve bu formülde yer alan değişkenler aşağıda belirtilmiştir (Vergil ve Yıldırım, 2006: 5):

$$RCA_{ij} = [X_{ij}/X_{it}] / [X_{wj}/X_{wt}]$$

X_{ij}: i ülkesinin j malındaki ihracatı

X_{it}: i ülkesinin toplam ihracatı

X_{wj}: j malının dünya ihracatı

X_{wt}: toplam dünya ihracatı

Bu formülde, bir oranlama yapılmaktadır. Önce sektör tarafından yapılan ihracatın ülkedeki toplam ihracat içindeki oranına bakılır. Sonra o sektörde dünya genelinde ne kadar ihracat yapıldığına ve bu ihracatın toplam dünya ihracatı içindeki oranına bakılır. Daha sonra bu iki oran birbirine bölünür (Vergil ve Yıldırım, 2006: 5).

Eğer hesaplanan RCA değeri 1'e eşit olursa ele alınan ülkenin veri sektöre ait yüzdesel payının OECD ortalamasına eşit olduğu kabul edilir. RCA değeri 1'in üstünde ise söz konusu ülkenin veri sektörde uzman olduğu sonucu çıkarılır. RCA değerinin 1'den daha küçük olması durumunda da o ülkenin ilgili sektörde uzmanlaşmadığı anlaşılır (Laursen, 1998: 1-2).

4. TÜRK İMALAT SANAYİNİN KÜRESEL PİYASALARDA REKABET EDEBİLİRLİK ANALİZİ

Çalışmanın bundan önceki bölümlerinde önce imalat sanayi ile ilgili genel bilgiler verilmiş, Türkiye’de imalat sanayinin tarihsel gelişim süreci ele alınmış, Türk imalat sanayinin yapısı ve alt sektörleri incelenmiş; sonra da rekabet ve rekabet gücü kavramlarına ilişkin teorik bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır.

Bu bölümde ise Türk imalat sanayinin küresel ortamdaki rekabet gücü analiz edilecektir. Bu analiz sürecinde sayısal verilerden yararlanılacaktır. Hem Türkiye’nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi göstergelerine göre dünya genelindeki durumu belirtilecek hem de sektörler için RCA endeks değerleri hesaplanacaktır. Türkiye’de imalat sanayi çok sayıda alt sektöre ayrılmıştır. Bu sektörlerin hangilerinde rekabet gücünün daha yüksek olduğu, hangilerinde ise rekabet edebilirlik konusunda geri kalındığı tespit edilmeye çalışılacaktır. Bir diğer ifade ile Türkiye’deki imalat sanayinin rekabet gücü sektörler için indirgenerek incelenecektir. Ayrıca sektörlerin rekabet gücü ele alınırken güçlü ve zayıf yönleri belirtilecek, diğer ülkeler ile kıyaslama yapılacak ve böylece Türkiye’nin rekabet gücünün dünya genelindeki konumunun daha iyi anlaşılması sağlanacaktır.

Çalışmada Türkiye’nin imalat sanayindeki rekabet gücünü etkileyen önemli olaylara ve diğer ülkelerin etkilerine de yer verilecektir. Özellikle Türkiye’nin Gümrük Birliği’ne katılması, AB üyelik süreci, Çin’in küresel piyasalardaki etkisi gibi konular ön plana çıkmakta ve Türk imalat sanayinin dünyadaki konumunu etkilemektedir. Bütün bu gelişmeler ışığında imalat sanayine yönelik bir inceleme yapılmaya çalışılacaktır.

4.1. Türk İmalat Sanayinin Küresel Rekabet Gücünü Etkileyen Gelişmeler

Küreselleşme ile birlikte, ülkeler arasında kıran kırana rekabetin yaşandığı bir ortam oluşmuştur. Ülkeler dünya ticaretinden aldıkları payı arttırabilmek için yoğun çabalar harcamaktadırlar. Bu durum hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için

geçerlidir. Küresel piyasalarda etkin olabilmenin imalat sanayi açısından da büyük önemi vardır. İmalat sanayinde rekabetin boyutları giderek genişlemektedir. İmalat sanayi içerisinde faaliyet gösteren firmaların varlıklarını devam ettirebilmeleri için sadece yurt içi piyasalara yönelik üretim yapmaları günümüz koşullarında yeterli değildir. Söz konusu firmaların yurt dışı piyasalara da açılmaları, küresel ortamda başarı göstermeleri adeta kaçınılmaz hale gelmiştir. Ancak unutulmamalıdır ki, küresel rekabet gücü ile ilgili değerlendirme yapılırken ülkelerin gerçekleştirmiş oldukları gelişim aşamaları da göz önünde bulundurulmalıdır. Çünkü ülkeler gelişme gösterdikçe hem sahip oldukları rekabet avantajları hem de rekabet biçimleri değişiklik göstermektedir (Bedir, 2012: 178-179). Bu nedenle Türk imalat sanayinin küresel boyuttaki rekabet gücü ele alınırken Türkiye'nin gelişim sürecinde önemli rol oynayan olay ve zaman dilimlerine yer verilmesi gerekmektedir.

4.1.1. Gümrük Birliği'ne Girilmesinin Etkileri

Dünyada özellikle 1990'dan itibaren hızlı bir küreselleşme süreci yaşanmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler ve ticaretin serbestleştirilmesi ile birlikte uluslararası alanda çetin bir rekabet gündeme gelmiştir. Artık firmalar yurt içi pazarlarda değil, yurt dışı pazarlarda daha büyük pay elde edebilme çabası içine girmişlerdir. Pek çok ülke gibi Türkiye de dünyaya yayılan bu küreselleşme sürecinin dışında kalmamaya özen göstermiştir. Bu doğrultuda Türkiye'de çeşitli önlemler alınmış, yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiş ve politika önerileri oluşturulmuştur. Yapılan çalışmaların temel hedefleri küresel piyasalarda Türk imalat sanayinin rekabet gücünün yükseltilmesi ve küreselleşme sürecinin önemli aktörlerinden biri haline gelmesidir. Türkiye, küresel piyasalarda varlık gösterebilmek ve bu varlığını sürekli hale getirebilmek için Avrupa Birliği ile bütünleşme çalışmalarına büyük önem vermiştir. AB üyelik sürecinde atılan en büyük adımlardan biri Gümrük Birliği'ne girmesi olmuştur (Altay ve Gürpınar, 2008: 258).

Türkiye, dışa açılma çabalarının bir uzantısı olarak Avrupa Ekonomik Topluluğu'na katılma başvurusunda bulunmuştur. 31 Temmuz 1959 tarihinde yapılan katılma başvurusunun ardından 1 Aralık 1964'te Ankara Anlaşması yürürlüğe girmiştir. Bir ortaklık anlaşması olarak nitelendirilen Ankara Anlaşması, Türkiye ve AB arasındaki ilişkilerin de başlangıcını ifade etmektedir. 1 Ocak 1996 tarihinde ise Gümrük Birliği yürürlüğe girmiştir (Nart, 2010: 2874).

Türkiye ve AB arasındaki ortaklık sürecinin üç dönem altında aşamalı olarak gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Ankara Anlaşması'na dayanan bu karara göre Türkiye hazırlık dönemi, geçiş dönemi ve son dönem olmak üzere üç aşamada süreci tamamlayacaktır. Hazırlık dönemi 1 Aralık 1964 ile 31 Aralık 1972 yılları arasında yaşanmıştır. Türkiye'nin bu dönemdeki temel taahhütleri ekonominin güçlendirilmesi ve Gümrük Birliği'ne geçiş için uygun ekonomik koşulların yaratılmasıdır. Geçiş dönemi ise 1 Ocak 1973'te başlamıştır. Bu tarih Katma Protokol'ün yürürlüğe girdiği tarihtir. Bu dönemde AB bazı ürünlere yönelik gümrük vergilerini ve kısıtlamaları derhal kaldırmış, bazı ürünler için ise ithalat kolaylıkları oluşturmuştur. Gümrük vergilerinin ve kısıtlamaların derhal kaldırıldığı ürünler sanayi ürünleridir. Ancak sanayi ürünlerinde pamuk ipliği, pamuklu dokuma ve rafine petrol ürünleri kapsam dışı tutulmuştur. İthalat kolaylıkları sağlanan ürünler ise tarım ürünleridir. AB cephesinde durum böyleyken, Türkiye'nin de AB menşeli sanayi ürünlerine uygulanan gümrükleri kademeli olarak kaldırma kararı aldığı görülmektedir. Bu süre bazı ürünler için 12, bazı ürünler için ise 22 yıl olarak ön görülmüştür (Uysal, 2001: 142-143).

22 yıl olarak ön görülen ürünler, korunması gerektiği düşünülen ve hassas olarak nitelendirilen ürünlerdir. Hassas ürünler şunlardır (İTO, 1997: 7):

“Deri ve köseleden, plastik madde yapraklarından, dokumaya elverişli maddelerden ve kartondan yapılmış sandık, çanta bavul ve kılıflar, çimento ve gübre torbaları, ayakkabı ve ayakkabı aksamı, porselen ve seramikten bazı sofa ve mutfak eşyası, bazı traktör, midibüs, minibüs, binek otomobilleri, motosikletler, mobilyalar, kamyonlar, çelik halatlar, bisikletler”.

Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne katılması, ülkedeki imalat sanayi faaliyetleri açısından adeta yeni bir dönemin başlangıcı olmuştur. Gümrük Birliği'ne girilmesi ile birlikte Türk imalat sanayi şirketlerinin yeni pazarlara açılması, özellikle de gelişmiş pazarlara ulaşması daha kolay hale gelmiştir. Ayrıca Gümrük Birliği'ne giriş süreci, imalat sanayi alanında yeni bir rekabet ortamı yaratması açısından da son derece önemlidir (TEPAV, 2007: 31).

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesinin ardından Türkiye, AB'nin ortak dış ticaret politikasını, ortak rekabet politikasını ve ortak standartlar politikasını uygulamaya başlamıştır. Ortak dış ticaret politikası kapsamında Türkiye, üçüncü ülkelere karşı uyguladığı koruma oranında değişikliğe gitmiştir. Türkiye, üçüncü ülkelere karşı %18 koruma oranı uygularken bu oran Gümrük Birliği ile birlikte %5 seviyesine

indirilmiştir. Bunun yanı sıra ortak dış ticaret politikasının bir gereği olarak Türkiye, AB'nin serbest ticaret anlaşması yaptığı ülkelerle serbest ticaret anlaşmaları imzalamıştır. Bu ülkelerin içinde İsrail ile tüm merkez ve Doğu Avrupa ülkeleri yer almaktadır. Türkiye, AB ile ortak rekabet politikası da uygulamaya başlamıştır. Bu kapsamda rekabet ortamına ilişkin çeşitli yasaları ve düzenlemeleri hayata geçirmiştir. Bu yasa ve düzenlemeler tüketicinin korunması, sağlıklı bir rekabet ortamının oluşturulması, fikri ve sınai mülkiyet haklarının güvence altına alınması, teşvik sistemlerinin etkin hale getirilmesi gibi amaçlara yöneliktir. AB'de teşvik sistemine büyük önem verilmektedir. Özellikle KOBİ'lerin desteklenmesi, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin arttırılması, bölgesel gelişmenin hızlandırılması, sektörel yeniden yapılandırma çalışmalarının özendirilmesi, çevre koruma bilincinin yerleştirilmesi konularında teşvikler yapılmaktadır. Gümrük Birliği'nin ardından Türkiye de bu teşvik sistemine uyumlu bir yapı oluşturmaya gayret göstermiştir (Güney ve Akbay, 2008: 159).

Gümrük Birliği ile birlikte Türkiye'nin standartlar açısından da AB ile birlikte ortak bir politika sürdürdüğü görülmektedir. Bu politika çerçevesinde Türkiye sanayi ürünlerine ilişkin standartların belirlenmesinde, ürünlerin test edilmesinde ve belgelendirilmesinde AB ile ortak hareket etmektedir. Kalite standartlarına yönelik hayata geçirilen uygulamalardan biri CE işaretidir. Bir ürünün üzerinde CE işaretinin bulunması o ürünün güvenle kullanılabileceğinin göstergesidir. Yani üzerinde CE işaretini taşıyan ürün çevreye zararlı değildir, insanların can ve mal güvenliğine, bitki ve hayvan varlığına karşı herhangi bir tehdit içermez. Bu ürünler AB üyesi ülkelerde serbest dolaşım olanağına sahiptir. CE işaretinin ürünlerin üzerine iliştilmesi ve bu işlemin ürünün piyasaya sunulmasından önce gerçekleştirilmesi gereklidir (Sözer ve Gürkan, 2007: 132-134).

Gümrük Birliği, Türkiye'nin ticaret hacminde önemli bir kırılma noktası olarak nitelendirilebilir. Türkiye'nin dış ticaret göstergeleri 1980 yılına kadar düşük seviyelerde kalmıştır. Ancak 1980 yılından itibaren Türkiye bir dışa açılma sürecine girmiş ve bu durum dış ticaret verilerine de yansımıştır. Türkiye'nin dış ticaret rakamlarında 1980 yılından sonra yükselme meydana gelmiştir. Bu yükselme 1990'lı yılların ortalarından itibaren daha da hızlanmış ve dikkat çekici hale gelmiştir. 1990'ların ortasından itibaren Türkiye'nin dış ticaretinde yaşanan bu yükselişte Gümrük Birliği'ne girilmesinin büyük etkisi vardır. Ayrıca altı çizilmesi gereken en

önemli konu, Türkiye'nin dış ticarete yakaladığı ivmenin ağırlıklı olarak sanayi sektöründe gerçekleşmiş olmasıdır. 1980 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının sadece %36'sı sanayi ürünlerine aittir. Ancak Türkiye'nin ihracatında sanayi ürünlerinin payı 2005 yılında %82'ye yükselmiştir (TEPAV, 2007: 16).

Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne üye olmasının ardından sadece toplam dış ticaret rakamlarında yükseliş meydana gelmemiş, aynı zamanda ihracat kompozisyonunda da değişiklikler ortaya çıkmıştır. Türkiye'nin ihracatı içinde AB ülkelerinin payında önemli bir değişiklik yaşanmamıştır. Türkiye'nin toplam dış ticaretinin yaklaşık olarak yarısının AB ülkeleri ile gerçekleştirildiği görülmektedir ve bu durum Gümrük Birliği sonrasında da devam etmiştir. Ancak Gümrük Birliği ile birlikte Türkiye ihracat konusunda bir veya birkaç ülkeye bağımlı olmaktan kurtulmaya başlamıştır. Türkiye'nin ihracattaki pazar çeşitliliği artmıştır. Türkiye'nin sadece ihracatta değil ithalattaki ülke çeşitliliği de fazlalaşmıştır. Türkiye daha çok sayıda ülkeden ithalat gerçekleştirmeye başlamıştır. Buna rağmen Türkiye'nin ithalat konusunda AB'ye olan bağımlılığı da devam etmiştir. Gümrük Birliği'nin ardından Türkiye'nin ihraç ettiği ürün gruplarında da değişim gözlenmektedir. Gümrük Birliği hayata geçirildikten sonra Türkiye'nin ihracatında düşük teknoloji grubuna ait malların yerine orta-üst teknoloji grubuna ait malların ağırlık kazandığı ifade edilebilir (Doğan ve Kaya, 2011: 17).

4.1.2. AB'ye Katılım Sürecinin Etkileri

Türkiye, AB pazarı ile bütünleşme amacı taşımaktadır. Bu amaç doğrultusunda 1987 yılında AB'ye tam üyelik başvurusunda bulunmuştur (Kırankabeş, 2006: 239). AB ile bütünleşme sürecini hızlandıran en önemli gelişmelerden birinin Türkiye'nin Gümrük Birliği'ne katılması olduğu söylenebilir. Gümrük Birliği ile birlikte yaşanan değişim bir önceki başlıkta ayrıntılı olarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Gümrük Birliği'ne girilmesi, AB üyeliğine yönelik atılan önemli adımlardan biri olmakla beraber, uzun ve zorlu bir sürecin sadece başlangıç aşamasıdır. Türkiye AB'ye üyelik sürecinde çeşitli alanlarda reformlar yapmak, yasa ve mevzuatlarını AB ile uyumlu hale getirmek ve pek çok kriteri gerçekleştirmek ile karşı karşıya kalmıştır.

Türkiye'nin AB üyelik sürecinde yapması gereken reform çalışmaları arasında sanayiye yönelik olan düzenlemeler önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'de imalat sanayi alanında gerçekleştirilen yapısal dönüşüm sürecinde ve sanayi politikalarının

hazırlanması aşamasında AB'nin önemli bir etkisi mevcuttur. AB ile yapılan müzakerelerin ve bu müzakereler kapsamında meydana gelen çalışmaların temel amacı, Türkiye'nin AB'ye entegrasyonunu sağlamaktır. Türkiye ile AB arasında entegrasyonun sağlanması neticesinde ise hem Türkiye'deki yatırım ortamı daha sağlıklı ve iyi işleyen bir yapıya bürünecektir hem de cari açığın finanse edilmesi kolaylaşacaktır (TEPAV, 2007: 4).

AB sürecinde gerçekleştirilmesi kararlaştırılan reformların ve sanayi politikalarının içeriğine bakıldığında devletin rolü ve etkinliği ile ilgili konular dikkati çekmektedir. AB ile uyum süreci kapsamında Türkiye'den beklenen, devletin daha etkin ve daha verimli bir karar alma mekanizması haline gelmesidir. Kamu hizmetleri de şeffaf, etkin, katılımcılığın ön planda olduğu bir biçime kavuşturulmalıdır (Ökmen ve Canan, 2009: 140-167).

Türkiye'nin AB'ye katılım sürecinin etkilerinden bahsederken göz ardı edilmemesi gereken noktalardan biri de Türkiye'ye yapılacak olan fon transferleridir. AB içerisinde çeşitli yapısal ve tarımsal fonlar oluşturulmuştur. Oluşturulan fonların temel amaçları üyelik sürecinde bulunan ülkelere finansal destek sağlamak, istihdamın ve eğitim kalitesinin yükseltilmesine yardımcı olmak, ekonomik ve sosyal dönüşümü hızlandırmaktır. Böylece üyelik sürecindeki ülke ile AB üyesi ülkeler arasında bulunan sosyal ve ekonomik farklılıkların azaltılması sağlanmaya çalışılmaktadır. Türkiye de AB'ye katılım sürecinin doğal bir sonucu olarak mevcut yapısal ve tarımsal fonlardan faydalanma hakkına sahiptir (Bilgili, 2006: 62-77).

Türkiye ile AB arasında yürütülen üyelik sürecinin ülkeye yapılan yatırımlar üzerinde de önemli bir etkisi vardır. Türkiye 3 Kasım 2005 tarihinden başlayarak AB ile tam üyelik müzakere sürecine girmiştir. Bu durum Türkiye'ye gelen yabancı yatırımların artmasını tetiklemiştir. Çünkü AB ile tam üyelik müzakerelerinin başlaması, yatırımcıların gözünde Türkiye'nin itibarını arttırıcı bir etki yaratmıştır. Ancak Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı yatırımların yükselmesinde AB üyelik sürecinin yanı sıra farklı etmenlerin de rol oynadığı unutulmamalıdır. Bazı yerli bankaların yabancılara satılması, doğrudan yabancı yatırımları teşvik eden kanunlar çıkarılması, özelleştirmelerin yapılması, bürokratik işlemlerin azaltılmasını sağlayan düzenlemelerin oluşturulması, ülkede hem ekonomik hem de siyasi istikrarın

gerçekleştirilmesi gibi durumlar ülkeye giren doğrudan yabancı yatırımları arttırmıştır (Çeştepe ve Mıstaçoğlu, 2012: 127).

4.1.3. 2000 ve Sonrasında Yaşanılan Süreç

2000 ve sonrasındaki dönemde, Türkiye ekonomisi açısından önemli sonuçlar doğuran olayların başında Kasım 2001 ve Şubat 2001 krizleri gelmektedir. Bu krizlerin ardından Türkiye ekonomik olarak zor günler geçirmiştir. Ülkenin içine düştüğü olumsuz koşullar, iktisadi yönden bir değişim ve dönüşüm sürecinin kaçınılmaz olduğunun sinyallerini vermiştir (Sungur, 2015: 244).

2001 krizinin ardından Türkiye’de kapsamlı bir program hazırlanmış ve bu programın yardımı ile birlikte ülkede makroekonomik istikrarın sağlanması amaçlanmıştır. Ülkedeki değişim ve dönüşüm sürecinin önemli bir parçası olan programda öne çıkan temel unsurlar sıkı maliye ve sıkı para politikalarıdır. Sıkı para politikasının dalgalı kur eşliğinde yürütülmesi gerektiğinin altı çizilmiş ve Merkez Bankası’nın bağımsız bir yapı sergilemesinin de son derece önemli olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bankacılık sektöründe ve yapısal alanlarda da çeşitli reformlar uygulanmıştır. Örneğin borçlanmayla ilgili, kamu ihaleleriyle ilgili yasalar çıkarılmış ve verimsiz çalışan bankaların tasfiye edilmesi kararlaştırılmıştır. Yapılan bütün bu düzenlemeler ülke ekonomisinin sağlam temellere dayanmasını ve istikrarlı bir yapıya kavuşmasını sağlamak içindir (TEPAV, 2007: 2).

4.2. Türkiye’nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi Verileri Açısından Değerlendirilmesi

Küresel Rekabet Gücü Endeksi, Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından hazırlanan ve çeşitli başlıklar altında ülkeleri inceleyerek onların küresel alandaki rekabet güçlerine ilişkin veriler ortaya koyan bir endekstir. Endeksin hangi kategoriler altında değerlendirme yaptığı ve bu kategorilerin içeriği hakkındaki bilgiler ikinci bölümde ele alınmıştır. Bu bölümde ise Türkiye’nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi’nde dünya genelinde nasıl bir konumda bulunduğu sayısal veriler yardımıyla açıklanmaya çalışılacaktır. Diğer ülkelerle karşılaştırma da yapılacak; böylece Türkiye’nin rekabet gücü sıralamasında hangi ülkelerin gerisinde kaldığı, hangi ülkeler karşısında ise avantajlı konumda olduğu belirtilecektir.

2010-2011 dönemine ait Küresel Rekabet Gücü Endeksi göstergelerine bakıldığında ilk sırada yer alan ülke İsviçre'dir. İsviçre'nin endeks puanı 5.63'tür. Sıralamada İsveç 5.56 puan ile ikinci, Singapur 5.48 puan ile üçüncü, ABD 5.43 puan ile dördüncü ve Almanya 5.39 puan ile beşinci sırada bulunmaktadır. Türkiye'nin belirtilen dönemdeki Küresel Rekabet Gücü Endeksi puanı ise 4.25'tir ve bu puan ile Türkiye ancak 61. sırada kendine yer bulabilmiştir (WEF, 2010: 15).

2015-2016 dönemine yönelik yayınlanan Küresel Rekabet Gücü Endeksi verilerini içeren raporda ilk sıradaki ülkede değişiklik olmamıştır. İsviçre, 2015-2016 yılında da 2010-2011 yılında olduğu gibi birinci sırada bulunmaktadır. İsviçre'nin ardından sırasıyla Singapur, ABD, Almanya ve Hollanda gelmektedir. İsviçre'nin puanı 5.76, hemen ardından gelen Singapur'un puanı ise 5.68'dir. Karşılaştırılan iki dönem arasında dikkati çeken ülke ise İsveç'tir. İsveç 2010-2011 döneminde ikinci sırada yer alırken, 2015-2016 döneminde dokuzuncu sırada kendine yer bulabilmiştir. İsveç'in 2015-2016 dönemindeki puanı 5.43'tür (WEF, 2015: 7).

Türkiye'nin 2015-2016 dönemindeki Küresel Rekabet Gücü Endeksi göstergeleri ele alındığında, 2010-2011 dönemine göre dikkate değer bir ilerleme kaydettiği göze çarpmaktadır. 2010-2011 döneminde 61. sırada bulunan Türkiye 2015-2016 döneminde 51. sıraya yükselmiştir. Bu da Türkiye'nin beş-altı yıllık bir sürede Küresel Rekabet Gücü Endeksi sıralamasında 10 basamak birden yükseldiği anlamına gelmektedir. Bu süre zarfında Türkiye'nin endeks puanı da 4.25'ten 4.37'ye çıkmıştır. Türkiye elde ettiği bu puan ile Bulgaristan, Brezilya, Romanya ve Macaristan gibi ülkeleri geride bırakmıştır (WEF, 2015: 7).

Küresel Rekabet Gücü Endeksi kapsamında ülkelerin genel sıralamaları ve genel puanları ile ilgili bilgiler yukarıda belirtilmiştir. Bunun yanı sıra endeksin alt başlıkları ile ilgili sıralamalardan bahsedilmesi de yerinde olacaktır. Bilindiği üzere Küresel Rekabet Gücü Endeksi hesaplanırken, üç temel faktör göz önünde bulundurulmaktadır. Bu faktörler temel gereksinimler, verimlilik arttırıcı faktörler, yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleridir. Peki, Türkiye bu faktörlere yönelik yapılan değerlendirmeler içerisinde hangi sıralarda yer almaktadır?

2010-2011 döneminde Türkiye "temel gereksinimler" sıralamasında 4.49 puan ile 68. sırada bulunmaktadır. "Verimlilik arttırıcı faktörler" sıralamasındaki puanı 4.18'dir ve bu puanla 55. sırayı elde etmiştir. "Yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleri" göz önüne

alınarak yapılan puanlamada ise Türkiye'nin puanı 3.63 olarak hesaplanmıştır, bu puanla elde ettiği sıralama da 57'dir. Görüldüğü gibi Türkiye en düşük puanı “yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleri” grubunda almıştır. 2010-2011 döneminde “temel gereksinimler” grubunda ilk sırada yer alan ülke Hong Kong olmuştur. “Verimlilik artırıcı faktörlerde” Singapur'un, “yenilikçilik ve çeşitlilik faktörlerinde” ise Japonya'nın ilk sırada olduğu görülmektedir (WEF, 2010: 16).

Küresel Rekabet Gücü Endeksi hesaplamasında dikkate alınan temel faktörler açısından Türkiye'nin zaman içinde ilerleme kaydedip kaydetmediği son derece önemlidir. WEF tarafından yayınlanan 2015-2016 raporuna göre Türkiye “temel gereksinimler” konusunda 4.68 puan almıştır ve bu kategorideki sıralaması 57 olmuştur. “Verimlilik artırıcı faktörler” grubundaki puanı 4.33, sıralaması ise 48 olarak gerçekleşmiştir. “Yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleri” grubundaki puanı ise 3,71 olarak hesaplanmıştır ve bu puan ile 56. sırada kendine yer bulmuştur. Görüldüğü gibi Türkiye, 2015-2016 döneminde hem temel gereksinimler ve verimlilik artırıcı faktörlerde hem de yenilikçilik ve çeşitlilikte endeks puanlarını 2010-2011 dönemine göre yükseltmiştir. 2015-2016 döneminde dünya sıralamasının önde gelen ülkelerine bakılacak olursa, “temel gereksinimlerde” Singapur birinci sıradadır. “Verimlilik artırıcı faktörlerde” ise ABD en başta yer almaktadır. “Yenilikçilik ve çeşitlilik faktörlerinde” İsviçre'nin ilk sıraya yerleştiği görülmektedir (WEF, 2015: 8).

Küresel Rekabet Gücü Endeksi temel gereksinimler, verimlilik artırıcı faktörler, yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleri olmak üzere üç temel gruba ayrılrsa da bu grupların da kendi içinde alt dalları vardır. Türkiye'nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi'nde dünyada bulunduğu konum ele alınırken bu alt dallardan da bahsedilmesi doğru olacaktır.

Temel gereksinimler grubu, kendi içinde dört tane alt başlığa ayrılmıştır. Bu alt başlıkların her biri ile ilgili ayrı ölçümler gerçekleştirilmektedir. Temel gereksinimler grubunun içinde yer alan alt başlıklar kurumlar, alt yapı, makroekonomik çevre, sağlık ve temel eğitimidir. Türkiye 2010-2011 raporunda kurumlar alanında yapılan değerlendirmede 3.61 puan alarak 88. sırada yer almıştır (WEF, 2010: 19). Türkiye'nin kurumlar alanındaki puanı 2015-2016 döneminde 3.84'e yükselmiş ve sırası da 75 olmuştur. Temel gereksinimler grubunun bir diğer alt başlığı alt yapıdır.

Alt yapı başlığında Türkiye'nin 2010-2011 dönemi puanı 4.21'dir. Bu puan ile Türkiye 56. sırada bulunmaktadır (WEF, 2010: 19). 2015-2016 döneminde Türkiye alt yapı konusundaki puanını 4.43'e yükseltmiştir. Bu puan Türkiye'yi 53. sıraya taşımıştır (WEF, 2015: 11).

Makroekonomik çevre konusunda Türkiye 2010-2011 döneminde 4.47 puan ile 83. sırada bulunmaktadır (WEF, 2010: 19). Bu alanda Türkiye 2015-2016 döneminde 68. sıraya çıkmıştır. Türkiye'nin 2015-2016 dönemine ait makroekonomik çevre puanı ise 4.75'tir (WEF, 2015: 11). Bu da Türkiye'nin beş yıl içinde makroekonomik çevre alanında dünyada tam 15 basamak birden yükseldiği anlamına gelmektedir.

Sağlık ve temel eğitim konusunda Türkiye, makroekonomik çevrede olduğu kadar büyük bir ivme yakalayamamıştır. 2010-2011 dönemine ait raporda Türkiye'nin sağlık ve temel eğitim puanı 5.65, sıralaması ise 72'dir (WEF, 2010: 19). 2015-2016 döneminde ise Türkiye bir sıra gerileyerek 73. sırada kendine yer bulmuştur. Türkiye'nin sağlık ve temel eğitime ilişkin 2015-2016 puanı ise 5.69 olarak hesaplanmıştır (WEF, 2015: 11).

Verimlilik artırıcı faktörler ise kendi içinde altı tane alt başlığa ayrılmaktadır. Bunlar yükseköğrenim ve mesleki eğitim, mal piyasasının etkinliği, iş gücü piyasasının etkinliği, finansal piyasanın gelişmişliği, teknolojik hazırlık ve piyasanın büyüklüğüdür. Türkiye 2010-2011 döneminde yükseköğrenim ve mesleki eğitim konusunda 4.04 puan ile 71. sırada yer almıştır. Aynı dönemde Türkiye'nin mal piyasasının etkinliği kategorisindeki puanı 4.21, iş gücü piyasasının etkinliğindeki puanı 3.57, finansal piyasanın gelişmişliği konusundaki puanı 4.23, teknolojik hazırlığa ilişkin puanı 3.85 ve piyasanın büyüklüğü konusundaki puanı ise 5.17'dir. Türkiye aldığı bu puanlar ile mal piyasasının etkinliğinde 59, iş gücü piyasasının etkinliğinde 127, finansal piyasanın gelişmişliğinde 61, teknolojik hazırlıkta 56 ve piyasanın büyüklüğünde 16.sırada bulunmaktadır (WEF, 2010: 21).

Verimlilik artırıcı faktörlere ilişkin Türkiye'nin 2015-2016 Küresel Rekabet Gücü Endeksi puanlarına ve sıralamalarına bakıldığında ise bazı başlıklarda daha üst sıralara gelindiği görülmektedir. Türkiye 2015-2016 döneminde yükseköğrenim ve mesleki eğitim konusunda 4.58 puan ile 55. sırada, mal piyasasının etkinliğinde 4.53 puan ile 45. sırada, iş gücü piyasasının etkinliğinde 3.46 puan ile 127. sırada, finansal piyasanın gelişmişliğinde 3.93 puan ile 64. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin

teknolojik hazırlıktaki puanı 4.08 ve sıralaması 64'tür, piyasanın büyüklüğü konusundaki puanı ise 5.41'dir. Piyasanın büyüklüğü kategorisinde Türkiye tıpkı 2010-2011 döneminde olduğu gibi 16. sıradadır. Elde edilen bu sonuçlardan Türkiye'nin 2015-2016 döneminde 2010-2011 dönemine göre finansal piyasanın gelişmişliği ve teknolojik hazırlık konularında geriye gittiğini söylemek mümkündür (WEF, 2015: 13).

Üçüncü temel faktör olan yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleri de kendi içinde iki alt başlığa ayrılmaktadır. Bunlar iş piyasasının gelişmişliği ve yenilikçiliktir. Türkiye'nin 2010-2011 dönemindeki performansına bakılacak olursa iş piyasasının gelişmişliği alanında 4.16 puan alarak 52. sıraya yerleşmiş olduğu görülür. Yenilikçilik konusunda ise Türkiye'nin puanı 3.10'dur. Bu puan ile Türkiye yenilikçilik kategorisinde 67. sırada bulunmaktadır (WEF, 2010: 22).

İş piyasasının gelişmişliği alanında Türkiye 2015-2016 Küresel Rekabet Gücü Endeksi hesaplamalarında 4.07 puan alarak 58. sıraya gerilemiştir. Bu dönemde yenilikçilik konusunda ise Türkiye'nin puanı 3.35 ve sıralaması 60 olmuştur (WEF, 2015: 14).

Türkiye'nin Küresel Rekabet Gücü Endeksi'ndeki puanları ve sıralamaları 2010-2011 ve 2015-2016 dönemleri ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır. Bu konudaki verileri bir tablo halinde de sunmak faydalı olacaktır. Böylece yıllar ve kategoriler arasındaki fark daha açık bir biçimde görülebilir.

Tablo 36: Türkiye’nin 2010-2011 ve 2015-2016 Dönemlerine İlişkin Küresel Rekabet Gücü Endeksi Puanları ve Dünyadaki Sıralamaları

	2010-2011		2015-2016	
KATEGORİLER	Puan	Sıralama	Puan	Sıralama
Temel gereksinimler	4.49	68	4.68	57
Kurumlar	3.61	88	3.84	75
Altyapı	4.21	56	4.43	53
Makroekonomik çevre	4.47	83	4.75	68
Sağlık ve temel eğitim	5.65	72	5.69	73
Verimlilik artırıcı faktörler	4.18	55	4.33	48
Yükseköğrenim ve mesleki eğitim	4.04	71	4.58	55
Mal piyasasının etkinliği	4.21	59	4.53	45
İş gücü piyasasının etkinliği	3.57	127	3.46	127
Finansal piyasasının gelişmişliği	4.23	61	3.93	64
Teknolojik hazırlık	3.85	56	4.08	64
Piyanın büyüklüğü	5.17	16	5.41	16
Yenilikçilik ve çeşitlilik faktörleri	3.63	57	3.71	56
İş piyasasının gelişmişliği	4.16	52	4.07	58
Yenilikçilik	3.10	67	3.35	60

Kaynak: The Global Competitiveness Report, 2010-2011
The Global Competitiveness Report, 2015-2016

Tablodaki verilerden de görüldüğü gibi Türkiye Küresel Rekabet Gücü Endeksi ölçümlerine göre 2010-2011 döneminde temel gereksinimler grubuna ait alt bileşenler içinde en düşük puanı ve en gerideki sırayı “kurumlar” konusunda almıştır. Aynı durum 2015-2016 dönemi için de geçerlidir. 2015-2016 döneminde Türkiye kurumlar alanında 75. sırada bulunmaktadır.

Verimlilik artırıcı faktörlerde Türkiye’nin hem 2010-2011 hem de 2015-2016 döneminde dünyadaki sıralamasının en geri olduğu konu, iş gücü piyasasının etkinliğidir. Türkiye tabloda yer alan yıllar içinde yükseköğrenim ve mesleki eğitim, mal piyasasının etkinliği kategorilerinde sıralamasını yükseltirken, iş gücü piyasasının etkinliği konusunda 2015-2016 ve 2010-2011 döneminde sıralaması aynı kalmıştır.

Verimlilik artırıcı faktörler içerisinde Türkiye’nin en yüksek puan aldığı ve en ön sıralarda bulunduğu konu piyanın büyüklüğüdür. Türkiye piyanın büyüklüğü

kategorisinde 2015-2016 döneminde 2010-2011 ile kıyaslandığında puanını yükseltmiştir. Ancak her iki dönemde de dünyadaki sıralaması 16 olmuştur.

Türkiye, yükseköğrenim ve mesleki eğitim ile mal piyasasının etkinliği konularında da zaman içinde ilerleme kaydetmiştir. Tabloda belirtilen süre zarfında yükseköğrenim ve mesleki eğitim konusunda 16 basamak yükselen Türkiye, mal piyasasının etkinliği kategorisinde de 14 basamak yükseliş sergilemiştir.

Türkiye, Küresel Rekabet Gücü Endeksi verilerine göre dünyadaki rekabet edebilirlik potansiyelini giderek yükseltmektedir. Bu durumun Türkiye'nin geleceğe yönelik hedefleri açısından umut verici olduğunu söylemek mümkündür. Ancak Türkiye küresel rekabet gücü açısından ilerleme kaydetmiş olsa da gerçekleştirilen ilerlemenin yeterli olmadığı açıkça görülmektedir. Küresel Rekabet Gücü Endeksi çok sayıda ve değişik kategorilerde ölçüm yapmaktadır. Türkiye bu kategorilerden bazılarında daha büyük ve hızlı bir ilerleme yakalamış, bazılarında daha az yol kat etmiş, bazılarında ise daha geriye düşmüştür. Önemli olan nokta gerçekleştirilen ilerlemeyi yeterli görmemek ve daha iyisine ulaşmak için çaba harcamaktır. Bu nedenle rekabet gücü ile ilgili verilerin analizi büyük önem taşımaktadır. Daha az yol alınan ya da geriye gidilen başlıklar tespit edilmeli, neden bu alanlarda hızlı bir yükseliş sergilenemediği araştırılmalı ve iyi bir başarı elde edebilmek için neler yapılması gerektiği konusunda çalışmalar hazırlanmalıdır. Böylece Türkiye'nin küresel rekabet gücü konusunda daha başarılı bir grafik çizmesi sağlanabilir ve rekabet gücü ile ilgili sıralamalarda daha üst basamaklara çıkması mümkün hale getirilebilir. Çünkü unutulmamalıdır ki Türkiye'nin geleceğe yönelik temel hedefleri arasında uluslararası alanda rekabetçi bir konuma yükselebilmek ve dünya ticaretinden aldığı payı arttırabilmek vardır.

4.3. Türk İmalat Sanayi Sektörlerinin Küresel Rekabet Gücü Açısından Değerlendirilmesi

İmalat sanayi, çok sayıda alt sektörden oluşmaktadır. Türkiye bu alt sektörlerin bazılarında rekabet gücü açısından iyi bir konumda bulunmaktadır, bazı sektörlerde ise Türkiye'nin uluslararası piyasalardaki rekabet gücü düşüktür. Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'nin küresel rekabet gücü açısından güçlü ve zayıf olduğu sektörler belirlenmeye çalışılacaktır. Bu belirleme yapılırken de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi(RCA) kullanılacaktır. Her bir sektör için yıllara

göre RCA endeks değerleri hesaplanmıştır. Hesaplama yapılırken dört-beş yıllık periyotlar uygulanmıştır. Böylece zaman içinde rekabet gücünde yaşanan değişim görülebilir ve bir karşılaştırma yapmak mümkün olabilir. Tablolarda da görüleceği üzere 2001, 2006, 2010 ve 2015 yılları için endeks hesaplaması yapılmıştır. Hesaplamaların 2001 yılından başlatılmasının temel nedeni, 2001 yılının Türkiye için değişik yönlerden önemli bir yıl olmasıdır. 2001 yılı Türkiye'nin kriz ile karşı karşıya kaldığı bir yıldır. Ayrıca 2001 yılı bir değişim ve dönüşüm sürecinin başladığı bir tarihi de ifade etmektedir. Bu dönemden itibaren ülkede özel sektörün ağırlığı yükseltilmeye çalışılmış, devletin ise düzenleme ve denetleme rolü ön plana çıkarılmıştır. Türkiye 2001 yılı sonrasında yükselen bir ekonomik seyir izlemeye başlamıştır ve bu dönemde çeşitli reform çalışmaları uygulanmıştır (Yüce, Akıncı ve Yılmaz, 2013: 189). Bu nedenle Türkiye'nin rekabet gücü açısından nereden nereye geldiği incelenirken 2001 yılındaki durumun gözler önüne serilmesinin doğru olacağı düşünülmüştür. 2001 yılından sonra 2006 yılındaki RCA endeksleri de hesaplanmış ve beş yıllık bir sürede yakalanan değişime bakılmıştır. 2010 yılının seçilmesinin temel nedeni ise 2010 yılında küresel krizin etkilerinin biraz olsun açılmaya başlanmasıdır. Bilindiği gibi 2008 ve 2009 yılları küresel krizin etkilerinin hissedildiği yıllar olmuştur. Bu nedenle 2008 ve 2009 yıllarındaki rekabet gücü göstergelerinin dünya genelinde yaşanan ekonomik sorunlar nedeni ile çok doğru bir yol gösterici olamayacağı dşnlmş ve 2010 yılındaki endeks değerleri hesaplanmıştır. 2010 yılının ardından 2015 yılı için de hesaplamalar yapılmıştır. 2015 yılı, RCA endeks hesaplamalarının yapılabileceği en güncel yıl olarak nitelendirilebilir. Çünkü daha önce de belirtildiği gibi RCA endeksi hesaplamaları için ilgili sektör ya da mal grubuna ait dünya ihracat rakamlarına ihtiyaç vardır. Ancak 2016 yılına ilişkin dünya ihracat rakamları Trademap tarafından internet sitesinde henüz yayınlanmamıştır.

4.3.1. Gıda rnleri

Gıda sektörü önemini hiç yitirmeyen, hayatın her zaman içinde yer alan bir sektördür. Bu nedenle gıda sanayinde rekabet gücünün yükseltilmesi ülke ekonomisi için öncelikli hedefler arasındadır. Gıda sanayini stratejik bir sektör haline getiren başlıca sebepler ise istihdam yaratma kapasitesinin yüksek olması ve ihracattaki payının fazlalığıdır. Bu sebepler gıda sanayinin ekonomi için vazgeçilmez bir noktada olmasını da beraberinde getirmektedir. Türk gıda sektörü küresel piyasalarda

rekabet gücüne sahip olmakla beraber bu rekabet gücünün ana kaynakları ülkenin tarıma elverişli olması, ham maddenin bol ve ucuza temin edilebilmesi, coğrafi konumu ve iş gücü ile ilgili özelliklerdir. Türkiye’de iş gücünün bol olması ve ücretlerin düşüklüğü Türkiye açısından bir rekabet avantajı oluşturmaktadır (İTO, 2006: 30-40).

Türk gıda ürünleri sektörü için hesaplanan RCA değerleri tablo 37’de gösterilmiştir. RCA değeri 2001 yılında 0,98’dir. Bu değer 1’e çok yakındır. Bilindiği gibi RCA değerinin 1’in üstünde olması, ilgili sektörde rekabet gücünün yüksek olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Diğer yıllara ait verilere bakıldığında ise 2006 ve 2010 yıllarında gıda ürünleri sektöründe endeks değerlerinin 2001’e göre azaldığı gözlenmektedir. Nitekim 2006 yılında sektörün aldığı RCA değeri 0,95 olmuştur. Bu değer 2010 yılında daha da azalarak 0,92 olarak gerçekleşmiştir. Ancak 2015 yılında yeniden endeks değeri yükselmiş ve 1,03 seviyesine çıkmıştır.

Tablo 37: Gıda Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,03
2010	0,92
2006	0,95
2001	0,98

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Gıda ürünleri sektöründe rekabet gücünün daha yüksek seviyelere çıkarılması ülke ekonomisi için son derece önemlidir. Çünkü gıda ürünleri, önemini hiç kaybetmeyecek; hayatın devam edebilmesi için satın alınmak zorunda olunan ürünlerden oluşan bir sektördür. Bu nedenle aşağıda gıda sektörünün zayıf ve güçlü yönleri belirtilmiş, daha sonra da rekabet gücünün yükseltilebilmesine yönelik politika önerilerinden bahsedilmiştir.

Gıda ürünleri sektörü hem vatandaşların gıda ihtiyacını karşılaması hem de diğer sektörlerle güçlü ileri-geri bağlantıları olması nedeniyle çok önemli bir sektör olsa da kendi içinde çeşitli problemleri barındırmaktadır. Türkiye’de gıda ürünleri sektörünün belli başlı sorunları şunlardır: Gıda denetiminde etkin bir uygulama gerçekleştirilememektedir. Yeterli etkinliğe ulaşamamasının temel nedeni ise

denetimlerde yetki karmaşası yaşanması ve tek başlı denetim sisteminin tam anlamıyla hayata geçirilememesidir. Gıda sektöründe yaşanan sorunların bir kısmının tarım kesimi uzantılı olduğu söylenebilir. Tarım ve gıda imalatı sektörleri arasındaki yakın ilişki nedeniyle tarımdaki problemler gıda imalatına da yansımaktadır. Türkiye, tarım alanında büyük potansiyele sahip bir ülkedir. Çünkü verimli ve geniş toprakların olduğu, iklim çeşitliliğinin bulunduğu bir coğrafyada yer almaktadır. Buna rağmen tarımsal üretimin teknoloji ile buluşturulması konusunda bazı sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu da tarımsal verimliliği etkileyen önemli bir unsurdur. Bunun yanı sıra Türkiye’de tarımsal Ar-Ge harcamaları yeterli düzeyde değildir, tarımsal hastalık ve tarım zararlılarına karşı alınan önlemler kesin çözüme ulaştıracak nitelikte değildir. Gıda üretiminin önemli sorunlarından bir diğeri de kayıt dışılıktır. Gıda sanayinde kayıt dışılık yüksektir ve bu durum haksız rekabeti de beraberinde getirmektedir. Ayrıca gıda sektörünün örgütlenme konusunda da yetersizlikleri vardır. Tüketim vergileri ve gümrük vergilerinin yüksek oluşu da sektörün sorunları arasında yer almaktadır (İSO, 2006: 2-4).

Türk gıda sektörünün sorunları olduğu gibi güçlü tarafları da vardır. Daha önce de belirtildiği gibi gıda sektörünün ham madde kaynakları tarımsal ürünlerdir. Bu nedenle Türkiye’nin tarım sektörü için elverişli koşullara sahip olması gıda sanayi yönünden önemli bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Türkiye verimli tarım arazilerine sahip bir ülkedir, iklim açısından da oldukça şanslı konumdadır. Türkiye’nin içinde bulunduğu iklim kuşağı ürün çeşitliliğine olanak sağlamaktadır. Türkiye’de yetiştirilen tarımsal ürün çeşidi de çok fazladır. Bu özelliklerin yanı sıra Türkiye’nin kalabalık bir nüfusa sahip olması da avantaj niteliğindedir. Gıda sektöründe teknolojik üretim tekniklerinin uygulanma seviyesi artmış olsa bile emek gücüne olan ihtiyaç fazlalığı devam etmektedir. Ülkedeki genç nüfusun fazla olması, gıda sektörü için gerekli olan emek gücü konusunda sıkıntı yaşanmamasını sağlamaktadır. Ayrıca nüfusun kalabalık olması iç talebin büyük olmasını da beraberinde getirmektedir. Bu da gıda sanayindeki üreticiler için olumlu bir durumdur. Türk gıda sanayinin güçlü taraflarından bir diğeri, coğrafi olarak AB’ye yakın konumda bulunmasıdır. Özellikle gıda sektöründe ürünlerin en kısa sürede teslim edilebilmesi büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla Türkiye’nin coğrafi konumu AB pazarı için ciddi bir fırsat niteliğindedir (Bulu, Eraslan ve Barca, 2007: 320-328).

Gıda sektörünün güçlü ve zayıf yönleri sıralandıktan sonra sektörün rekabet gücünün yükseltilmesi için yapılabilecek çalışmaların da belirtilmesi gereklidir. Gıda sektöründeki ham madde ile ilgili problemlerin çözülmesi en temel ihtiyaçlardan biridir. Bu sebeple tarımda üretimin devamlılığı sağlanmalıdır. Üretimi gerçekleştirilecek ürünler belirlenirken ileriki dönemlerde fiyatı artması beklenen ve dünya ticaretinde payı büyük olan ürünler tercih edilmelidir. Sulama sistemlerinin iyileştirilmesi ve yaygınlaştırılması için çalışmalar yürütülmelidir. Üreticiler arasında örgütlenmenin arttırılması sağlanmaya çalışılmalıdır. Böylece pazarlama ile ilgili sorunlar da bir ölçüde giderilebilir (Kıymaz ve Saçlı, 2008: 59-65).

Gıda sektöründe Ar-Ge çalışmalarının arttırılması da önemli konuların başında gelmektedir. Bu nedenle gıda sektöründe üretim yapan firmalar teknolojik donanımlarını yükseltmeli ve daha modern teknikler kullanarak üretim gerçekleştirmelidirler. Unutulmamalıdır ki yüksek üretim teknolojisi kullanmak, rekabetin sürdürülebilmesinin ön koşulu olarak kabul edilmektedir. Bir firmanın daha iyi ürünler ortaya koyabilmesi demek, daha yüksek rekabet avantajına sahip olması demektir. Dolayısıyla üretim teknolojisinin üretimden ayrı düşünülmesi mümkün değildir (Maier, 1998: 4).

Gıda sektörü için önerilebilecek politika önerilerinden bir diğeri de organik gıdalar ile ilgilidir. Son dönemde organik gıdaya olan talebin hızlı biçimde yükseldiği görülmektedir. Organik gıda sektörü özellikle son yirmi-yirmi beş yılda belirgin bir dönüşüm yaşamıştır. Daha önceleri organik gıda sektörü, koordinasyonun zayıf olduğu ve yerel ağlardan oluşan bir sektör görünümündeydi. Ancak zaman içinde sektör küresel boyutlara ulaşmıştır. Artık organik gıda sektörü talebin artmasına bağlı olarak üretim ve ticaret hacminin yükseliş sergilediği bir yapıya bürünmüştür (Raynolds, 2004: 725). Bu nedenle organik gıda sektörü geleceği parlak bir sektör olarak nitelendirilebilir. Türkiye'nin de bu fırsatı iyi değerlendirerek organik gıda pazarındaki payını yükseltmeye çalışması önerilecek politikalar arasındadır.

4.3. 2. İçecek Ürünleri

Gıda sektörünün yanı sıra içecek sektörü de yaşamın vazgeçilmez bir parçası olması sebebiyle büyük öneme sahiptir. Bu nedenle gıda ve içecek sektörü gibi büyük pazar payına sahip bir sektörde rekabet gücünün yükseltilmesine önem verilmelidir.

Rekabet gücünün nasıl yükseltilebileceğinden önce sektörün mevcut rekabet gücünün belirlenmesi ve durum değerlendirmesi yapılması gereklidir.

Aşağıdaki tabloda Türk içecek ürünleri sektörünün yıllara göre hesaplanmış RCA endeks değerlerine yer verilmiştir. Tablodaki bilgilere göre içecek ürünleri sektörü için hesaplanan RCA değeri 2001 yılında 0,18, 2006 yılında 0,30 ve 2010 yılında 0,35 olmuştur. 2015 yılında RCA endeksi ise 0,33 seviyesinde kalmıştır. Görüldüğü gibi içecek ürünleri sektörü için yüksek bir rekabet gücünün varlığından söz etmek çok da mümkün görünmemektedir. Ancak sektörün rekabet gücünün yükseltilmesi için uygulanabilecek politikalardan bahsedilebilir. Bu politikalara aşağıda değinilmiştir. Ondan önce ise sektörün zayıf ve güçlü yönleri açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 38: Türk İçecek Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,33
2010	0,35
2006	0,30
2001	0,18

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

İçecek ürünleri sektörünün belli başlı zayıf yönleri tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yeterince iyi yürütülememesi, taşımacılık maliyetlerinin yüksek olması, denetimlerin sıkı ve etkin olarak yapılmamasıdır. Ayrıca kayıt dışı faaliyetlerin yüksek olmasının getirdiği haksız rekabet koşulları da sektör için olumsuz bir durumdur. Bunların yanı sıra içecek sektörünün alt kollarına ait özel sorunlar da mevcuttur. Örneğin gazlı içecekler ve alkollü içecekler sektöründe talepte bir azalma eğilimi görülmektedir. Son yıllarda bireyler sağlığa zararlı olması nedeniyle alkollü içeceklerden ve gazlı içeceklerden uzak durma çabasındadırlar. Bu da talebi daraltmaktadır. Alkollü içecekler sektöründe tüketim vergilerinin yüksek oluşu da bir sorun teşkil etmektedir. Su ve maden suyu sektöründe ise kaynakların kirlilik nedeniyle kaybedilmesi sorunu vardır. Ancak içecek sektörünün avantajları ve fırsatları da bulunmaktadır. En büyük avantajlarından biri konum olarak AB'ye yakın olmasıdır. Böylece ürünlerin AB pazarına en kısa sürede ulaştırılması sağlanabilmektedir. Türkiye'nin yaş meyve üretimi için elverişli koşullara sahip olması da fırsat niteliğindedir. Özellikle meyve

suyu ve şarap üretiminde yeterli ham maddeye sahip olmak büyük önem taşımaktadır. Ayrıca Türk içecek sektöründe faaliyet gösteren firmalar üretim teknikleri açısından yeterli teknolojik donanımına sahiptirler ve yenilikleri ilgiyle takip etme eğilimindedirler. Eleman açısından bir sıkıntı yaşanmaması, ihtiyaç duyulan kalifiye elemanların bulunması da olumlu bir özelliktir (İSO, 2006: 230-260).

İçecek sektöründe rekabetin yükseltilmesi için markalaşma, tanıtım ve reklam faaliyetlerine verilen önem arttırılmalıdır. Denetimler sıklaştırılarak sağlıklı koşullarda üretim yapılması engellenmelidir. Böylece sektördeki kalite seviyesi de yukarı çekilebilir. Türkiye mineral bakımından zengin su kaynaklarına sahiptir. Mevcut olan kaynakların kirlilikten korunması için önlemler alınarak bu potansiyel avantaja dönüştürülmelidir. Sektörde faaliyet gösteren firmalar arasında koordinasyonun arttırılması sağlanarak birlikte hareket edilecek bir ortam yaratılmalıdır (Tosun, 2005: 45-51).

4.3.3. Tütün Ürünleri

Tütün ürünleri sektörü, rekabet gücünün yüksek olduğu bir sanayi koludur. Ancak bu yükseliş zaman içinde aşamalı olarak gerçekleşmiştir. Sektörün rekabet gücünün yıllar itibariyle yaşadığı değişim aşağıdaki tabloda daha net bir biçimde görülmektedir. Tütün ürünleri sektörüne ilişkin Türkiye'nin 2001 ile 2015 yılları arasındaki RCA endeks değerleri dikkate alındığında, bu sektörde rekabet avantajına sahip olduğu ifade edilebilir. Türkiye için 2001 yılında tütün ürünleri sektörüne ait RCA endeks değeri 0,74 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 2006 yılında 0,95'e yükselmiştir. 2010 ve 2014 yıllarında da yükseliş devam etmiştir. 2010'da 1,09 olan endeks değeri 2015 yılında 1,54 seviyesini görmüştür. Bu nedenle tütün ürünleri sektörünün rekabet gücünün zaman içinde yükselen bir grafik sergilediğini söylemek mümkündür.

Tablo 39: Tütün Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,54
2010	1,09
2006	0,95
2001	0,74

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Tütün ürünlerinde rekabet gücü iyi bir seviyede bulunsa bile bu seviyenin daha da yükseltilmesi için çaba harcanması gerektiği muhakkaktır. Bu amaç doğrultusunda sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin bilinmesi iyi bir yol gösterici olabilir. Türkiye’de tütün ürünleri sektörünün temel problemlerine bakıldığında, bu problemlerin daha çok fiyat ve pazarlamadan kaynaklandığı görülmektedir. Türk tütün piyasasında 2002 yılında çıkarılan bir yasa ile ciddi değişiklikler yaşanmıştır. 2002 yılından itibaren tütün üretiminde sözleşmeli üretim modeline geçilmiştir. Bu modelde genellikle alım fiyatlarının üreticilerin beklentilerinin altında kaldığı görülmektedir. Üreticilerin memnun olmaması tütün üretiminde düşüş yaşanmasını da beraberinde getirmektedir. Sektörde tohum üretiminde ve tohum kalitesinde sorunlar mevcuttur, maliyetlerin yüksek oluşu da üreticileri zor durumda bırakmaktadır. Ayrıca tütün ürünlerinde vergilerin yükselmesi ile birlikte kaçak ürünlere yönelim artmaktadır. Bu da ülkenin vergi gelirlerinin azalmasına sebebiyet vermektedir. Tütün ürünleri sektörünün güçlü yönleri ise tütün yetiştiriciliğinin uzun yıllardan beri sürdürülmesinden gelen bilgi ve tecrübedir. Üreticilerin bilgi birikimi bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Ayrıca tütün ürünlerinin istihdam olanağı sağlaması ve verimsiz alanların değerlendirilmesine katkı yapması da fırsat niteliği taşımaktadır. Tütün ürünleri sektöründe rekabetin yükseltilmesi için uygulanabilecek başlıca politikalar üreticiler için etkin destekleme sistemlerinin oluşturulması, tütün kalitesinin arttırılması, tütün üreticileri arasında bir örgütlenme kurulmasının sağlanması ve maliyetlerin düşürülmesi için önlemler alınmasıdır (Özkul ve Sarı, 2008: 3-18).

4.3. 4. Tekstil Ürünleri

Tekstil sanayi, rekabet gücü açısından oldukça önemli gelişmelere sahne olan bir sektördür. Bunun temel sebebi, tekstil sektöründeki rekabet gücünün zaman içinde el değiştirmiş olmasıdır. Bu durum özellikle 1970’lerden itibaren hız kazanmıştır.

1970’li yıllardan beri tekstil sektöründeki üretim ve ihracat, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. Küreselleşme olgusu ile birlikte tekstil sektöründe görülen bu el değiştirme giderek daha belirgin bir hal almıştır (Eraslan, Bakan ve Kuyucu, 2008: 266).

Dünyada tekstil sektörüne ilişkin en önemli gelişmelerden biri Çin’in Dünya Ticaret Örgütü’ne üye olması ile başlamıştır. Çin 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü’ne üye olmuş ve zaman içinde tekstil sektöründe önemli bir üretici haline gelmiştir. Tekstil sektöründe Çin hem üretim hem de ihracat anlamında küresel bir kimlik kazanmıştır (İSO, 2014d: 29). Çin özellikle ABD için çok önemli bir tekstil tedarikçisi durumundadır. Bunu sayısal veriler yardımıyla açıklamak gerekirse 1990 yılında ABD’nin yapmış olduğu tekstil ithalatında en büyük pay %10,6 ile Japonya’ya aittir. 1990 yılında ABD’nin tekstil ithalatında Çin’in payı ise %6,3’tür. 2003 yılına kadar Çin’in payında çok büyük bir değişiklik yaşanmamıştır. Ancak 2003 yılında ABD’nin tekstil ithalatında Çin’in payı %9’a yükselmiştir. %9’luk payı ile Çin ABD’nin en çok tekstil ürünü ithal ettiği ikinci ülke olmuştur. 2006 yılında ise ABD en büyük tekstil ithalatını Çin’den gerçekleştirmiştir. 2006 yılında ABD’nin tekstil ithalatında Çin’in payı %14,9 olmuştur (Martin, 2007: 13-14).

Tekstil sektörü, yoğun emek gücü gerektiren bir yapıya sahiptir. İş gücü maliyetlerinin düşük olması sebebiyle Çin, Hindistan gibi Uzak Doğu ülkeleri tekstil sektöründe dünyanın önde gelen üretim ve ihracat merkezleri olarak anılmaya başlamışlardır. Bu durum Türkiye’nin sektöre ait ihracat durumunu olumsuz bir şekilde etkilemiştir. Tekstil sektörünün Türkiye ekonomisi için ne kadar önemli olduğu düşünülürse, ihracatın aldığı darbelerin etkisi de o kadar iyi anlaşılır. Türkiye için tekstil sektörünü önemli kılan iki temel sebep vardır. Bunlardan birincisi, tekstil ürünleri ihracatının ülkenin toplam ihracatı içindeki payının çok yüksek olmasıdır. Özellikle 1980 sonrasında yoğunluk kazanan dışa açılma politikaları ile birlikte tekstil sektörüne önemli yatırımlar yapılmış ve tekstil sektörü, ödemeler dengesinin finanse edilmesinde en büyük rolü oynayan sektör haline gelmiştir. Türkiye için tekstil sektörünün önemini vurgularken açıklanması gereken ikinci nokta ise tekstil sektörünün ülke ekonomisini pek çok açıdan etkiliyor olmasıdır. Tekstil sektörü tarım kesimi ile etkileşim içindedir, istihdam yaratma açısından yüksek bir kapasiteye sahiptir, imalat sanayinin diğer pek çok kolu ile ileri ve geri bağlantıları vardır. Bu nedenle tekstil sektörünün zarar görmesi ülke ekonomisini de değişik

açılardan sekteye uğratacaktır. Benzer şekilde tekstil sektörünün gelişmesi, küresel ortamdaki rekabet gücünü arttırması da ülke ekonomisine çok yönlü bir katkı sağlayacaktır (Uğur, 2004: 27).

Tekstil ve hazır giyim sektöründe Türkiye'nin rekabet gücünün anlaşılması bakımından sektöre ait dünya ihracat verileri de göz önünde bulundurulmalıdır. Tekstil ve hazır giyim sektöründe 1980 yılında tüm dünyada gerçekleştirilen ihracat içinde en yüksek pay %46,3 ile AB-15 ülkelerine aittir. İkinci sırada %9,6 paya sahip olan Almanya vardır. Türkiye ise tekstil ve hazır giyim sektöründe 1980 yılında yapılan ihracattan %0,5 pay almıştır. Türkiye sektöre ilişkin ihracat payını 1990 yılında %2,2 ye, 2000 yılında %2,9'a ve 2004 yılında %3,9'a çıkarmıştır. Ancak sektöre ait ihracat payını Türkiye'den daha fazla arttıran ve ön plana çıkan ülke Çin olmuştur. Çin'in 1980 yılında %4,4 olan ihracat payı, 1990 yılında %7,9'a çıkmıştır; 2004 yılında ise %21,0'a ulaşmıştır. Ancak Çin'in tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatındaki payını arttırması ile birlikte AB-15 ülkelerinin payı azalmıştır. 1990 yılında dünyada tekstil ve hazır giyim sektörü alanında gerçekleştirilen ihracat içinde AB-15 ülkelerinin payı %43,1 iken bu pay 2004 yılında 29,4'e gerilemiştir (Bostan, Ürüt ve Ateş, 2010: 48).

Türkiye'nin tekstil sektöründeki RCA endeks verileri 2001 yılında 6,16; 2006 yılında 5,92; 2010 yılında 5,85 ve 2015 yılında 5,72 olarak hesaplanmıştır. Bilindiği gibi RCA değerinin 1'in üstünde olması o sektöre ait karşılaştırmalı üstünlüğün var olduğunu işaret etmektedir. Endeksin aldığı değer ne kadar fazla ise ülkenin rekabet gücünün de o kadar fazla olduğu kabul edilmektedir. Türkiye'nin tekstil sektöründeki RCA değerleri 1'in üstünde seyretmektedir. Bu durum da Türkiye'nin tekstil sektöründe yüksek bir rekabet avantajına sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 40: Tekstil Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	Tekstil sektörü
2015	5,72
2010	5,85
2006	5,92
2001	6,16

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

RCA değerleri ile ilgili bilgiler verildikten sonra çalışmanın bu kısmında, Türkiye'nin tekstil sektöründeki zayıf ve güçlü yönleri açıklanacaktır.

Tekstil sektörünün en temel sorunlarından biri Türkiye'nin pamuk tedarikinde sıkıntı yaşıyor olmasıdır. Türkiye'nin coğrafi konumu pamuk yetiştiriciliği için çok elverişlidir. Buna rağmen hem pamuk üretimi azalmış hem de üretilen pamuğun kalitesinde bazı sorunlar baş göstermiştir. Sonuç olarak Türkiye pamuk ithal eden bir ülke haline dönüşmüştür. Türkiye pamukta dışa bağımlı olurken; tekstil imalatındaki en büyük rakipleri Çin, Hindistan ve Pakistan kendi kendilerine yetecek miktarda pamuk üretimi gerçekleştirmektedirler. Bu durumun Türkiye'yi uluslararası rekabet açısından geri bıraktığını söylemek mümkündür. Ayrıca Türkiye sadece pamukta değil suni ve sentetik elyafda da dışa bağımlı bir pozisyonda bulunmaktadır. Görüldüğü gibi tekstil ürünleri sektöründe ham madde ve girdi sağlanması sürecinde sorunlar mevcuttur. Bu sorunlar üretim aşamasında da devam etmektedir. Üreticilerin katlanmak zorunda oldukları yüksek maliyetler vardır. Vergiler, enerji ve işgücü maliyetleri, finansman ile ilgili maliyetler oldukça yüksektir. Pazarlama ve satış alanında ise faaliyetlerin yeterince etkin yürütülemediği, yeni pazarlara açılmaya yönelik serbest ticaret anlaşmalarının yeterli olmadığı bir gerçektir. İnsan kaynakları alanında ise sektörün ihtiyacına cevap verecek yerli personel bulunamamaktadır. Değişen teknoloji yapısı ile birlikte tekstil ürünleri sanayinin aradığı personel özellikleri de değişmektedir. Ancak bu değişime ayak uydurabilen, gerekli bilgi ve donanıma sahip eleman sayısının yeterli olmaması da sektör açısından bir problem haline gelmiş durumdadır. Pek çok başka sektörde olduğu gibi tekstil ürünleri sektöründe Ar-Ge faaliyetlerinin yeterli düzeye ulaşmamış olması da sektörün önünü tıkayan sorunların başında gelmektedir (İSO, 2014d: 37-43).

Tekstil ürünleri sektörünün güçlü yönleri de oldukça fazladır. Bunların başında Türkiye'nin tekstil üretimi için çok önemli olan pamuk yetiştiriciliği açısından son derece elverişli koşullara sahip olması gelmektedir. Koşullar iyi değerlendirilirse önemli bir rekabet avantajı elde edilebilir. Bunun yanı sıra üretim kapasitesi yüksektir ve geniş bir ürün çeşitliliği mevcuttur. Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında daha genç ve modern makine parkının varlığı söz konusudur. Sektörde üretilen ürünlerin kalitesi yüksektir. Yüksek kalitede ürün üretilmesi rekabet edebilirlik konusunda önemli bir avantaj sağlamaktadır. Ayrıca verilen siparişler çok kısa sürede tedarik edilip, gerekli yerlere ulaştırılmaktadır. Bu

durumda Türkiye'nin tekstil sektöründeki önemli pazarlara olan yakınlığı büyük rol oynamaktadır. Hem yurtiçi hem de yurtdışında hızlı bir lojistik ağı kurulmuştur (İSO, 2014d: 41). Görülüyor ki tekstil ürünlerinin imalatında Türkiye'nin oldukça avantajlı olduğu noktalar vardır. Temel sorun ise var olan avantajların ve potansiyelin doğru şekilde kullanılamamasıdır. Türkiye'nin tekstil sektörüne ait sorunları çözüme kavuşturması durumunda rekabet gücünü daha da yükseltebileceğini ve daha başarılı bir tekstil üreticisi olabileceğini söylemek mümkündür.

Görüldüğü gibi tekstil sektörünün çeşitli sorunları olduğu gibi güçlü yanları da vardır. Uygulanacak doğru politikalar yardımıyla sahip olunan avantajlar en iyi şekilde değerlendirilirse sektörün rekabet gücünün yükselmesi ve dünya ihracatından aldığı payın artması mümkün olacaktır. Peki, uygulanacak politikalar ne olabilir? Bu konudaki politika önerileri aşağıda sıralanmıştır.

Tekstil sektörü için pamuk, en temel ham maddelerden biridir. Ancak son yıllarda Türkiye ihtiyaç duyduğu pamuğun önemli bir kısmını ithal eder hale gelmiştir, çünkü pamuk üretimi gittikçe azalmaktadır. Oysaki Türkiye pamuk üretimi için uygun koşullara sahiptir. Dolayısıyla pamuk ithalatının azaltılması için çalışmalar başlatılmalıdır, Türkiye'nin ihtiyacı olan pamuğu ülke içindeki üretim ile karşılaması sağlanmaya çalışılmalıdır. Bunun için pamuk üretimini teşvik edecek projeler hazırlanmalıdır. Pamuk üretimindeki girdi maliyetleri azaltılmalıdır. Böylece üreticilerin katlanmak zorunda oldukları maliyetler aşağı çekilebilir (Türkiye Ziraat Odaları Birliği, 2004: 6-7). Ayrıca sektörde ileri üretim tekniklerinin kullanımının yaygınlaştırılması için çalışmalar yapılmalıdır. Tanıtım ve pazarlama konularında dünyadaki gelişmeler yakından takip edilmeli, böylece yeni pazarlara açılmanın yolları aranmalıdır. Tekstil sektörü tasarımın, moda takibinin ön planda olduğu sektörlerdir. Başarılı tasarımcılar yetiştirmek için mesleki eğitime daha fazla önem verilmelidir. Bu konuda üniversitelerle, meslek liseleriyle koordinasyon kurulmalı ve nitelikli elemanlar yetiştirme konusunda eğitim planları hazırlanmalıdır. Hem tasarım hem de üretim aşamasında ihtiyaç duyulan nitelikli elemanların sektöre kazandırılması sağlanmalıdır (İTKİB, 2016: 30).

4.3.5. Giyim Eşyaları

Giyim eşyaları sektörü, rekabet gücünün yüksek olduğu sektörlerin başında gelmektedir. Giyim eşyaları sektörü emek yoğun bir sektördür. Bu özelliği ile birlikte

istihdam yaratma kapasitesi de yüksektir. Bireyler tarafından iş kapısı olarak görülmekte ve sosyoekonomik dengelerin sağlanması aşamasında ön plana çıkmaktadır. Özellikle 1980 sonrası dönemde giyim eşyaları sektörü yarattığı katma değerle, ihracat rakamları ile imalat sanayi sektörleri arasında zirveye oturmuştur (İSO,2012a: 1-3).

Giyim eşyaları sektörünün RCA endeks değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 41: Giyim Eşyaları Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	2,14
2010	2,77
2006	3,36
2001	4,09

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Giyim eşyaları sektöründe Türkiye'nin RCA endeks değerleri tekstil sektörüne göre daha düşüktür. Sektördeki rekabet gücü zaman içinde giderek azalmıştır. 2001 yılında 4,09 olan RCA değeri azalarak 2015 yılında 2,14 seviyesine düşmüştür. Ancak burada belirtilmelidir ki, zaman içinde sektördeki rekabet gücü azalmış olsa bile rekabet avantajı ortadan kalkmamıştır. Giyim eşyaları sektörü için hesaplanan RCA değerleri 1'in altına inmemiştir. Tabloda belirtilen yıllar içinde en düşük RCA değerinin alındığı 2015 yılında bile bu değer 2,14 olarak hesaplanmıştır ve 2,14 değeri yüksek bir rekabet gücünün varlığını göstermektedir.

Giyim eşyaları sektörünün sorunlarının diğer pek çok sektör ile benzer nitelikler taşıdığı söylenebilir. Ancak sektörün kendine has problemleri de vardır. Türkiye'de pamuk üretiminin azalması hazır giyim sanayini doğrudan etkilemektedir. Çünkü pamuk, giyim eşyaları sektörü için önemli girdilerden biridir ve böylesine önemli bir girdide dışa bağımlı hale gelmek sektörün gücünü zayıflatmaktadır. Tıpkı pamukta olduğu gibi deri ham maddesinde de yurtdışına bağımlılık söz konusudur. Ayrıca giyim eşyaları sanayinin kullandığı pek çok ham madde üzerinde yüksek dolaylı vergiler bulunmaktadır. Üretim maliyetlerinin yüksek olması hazır giyim sektörünün temel sorunlarından biridir. Üretim maliyetlerin yanı sıra girdi maliyetleri de giderek yükselmektedir. Bu yükselişte ithal kumaşlara getirilen koruma önlemlerinin büyük payı vardır. Sanayi karlılığının düşük olması nedeniyle yeni üreticilerin sektöre pek

girmek istemedikleri, var olan üreticilerin ise sektörde kalmaya hevesli olmadıkları görülmektedir. İnsan kaynakları alanında da sektörün çeşitli problemleri vardır. Sektörün gelişmesi ile birlikte ihtiyaç duyulan personelin niteliklerinde de değişiklikler olmaktadır. Ancak sektöre yönelik eğitimler bu istekleri karşılamada yetersiz kalmaktadır. Sektörde bulunan üreticilerin devlet tarafından sağlanan destekler konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması da sektörün gelişimini sınırlandırmaktadır. Sağlanan desteklerden yararlanılmasını engelleyen bir diğer faktör ise bürokratik işlemlerin üreticilerin gözünü korkutmasıdır. Pek çok üreticinin yapılması gereken bürokratik işlemler nedeniyle devlet desteklerinden yararlanma konusunda isteksiz kaldığı söylenebilir. Bütün bunlara ek olarak sektörde pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin gerektiği kadar etkin yürütülmemesi de önemli bir sorun kaynağıdır (İSO, 2012a: 35-37).

Giyim eşyaları sektörünün kuvvetli yönleri ve geleceğe yönelik beklentileri yükselten özellikleri de mevcuttur. Bu özelliklerin başında bilgi birikimi ve tecrübe gelmektedir. Ayrıca sektörde ürün çeşitliliği yüksektir ve üretilen ürünler tüketici taleplerine uygun, güncel gelişmelerin takip edilmesi neticesinde hazırlanan ürünlerdir. Çünkü giyim eşyaları sanayinde modanın takip edilmesi, son derece önem arz eden bir konudur. Türk üreticilerinin de modaya uygun, katma değer bakımından yüksek ürünler ürettikleri söylenebilir. Sektör açısından modaya uygun hareket edilmesi önemli olmakla birlikte gerekli olan başka noktalar da vardır. Örneğin insan sağlığına ve çevreye zarar vermeyen ürünler kullanılması hassasiyetle üzerinde durulan bir konudur. AB ile uyum süreci çerçevesinde Türk üreticiler çevreyle uyumlu, sağlığa zarar veren maddeler içermeye ürünlerin üretimi konusunda dikkatli davranmaktadırlar. Hatta bazı ürünlere AB çevre etiketleri eklenmekte, böylece tüketicilerin söz konusu ürünleri gönül rahatlığı ile satın almaları sağlanmaktadır. Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün en önemli pazarlarından birinin AB ülkeleri olduğu düşünülürse, bu tür sağlık ve çevreyle ilgili düzenlemelerin sektörün geleceği açısından önem taşıdığı ifade edilebilir (<http://koto.org.tr/>, [23.01.2016]).

Giyim eşyaları sektöründe rekabet gücünün yükseltilmesi için önerilebilecek politikaların çoğu tekstil sektörü ile benzer özellikler taşımaktadır. Giyim eşyaları sektöründe özgün tasarımlar, kullanışlı ve rahat ürünler üretilmesi en temel konuların başında gelmektedir. Bu nedenle dünya trendlerini yakından takip eden, tüketicilerin zevk ve tercihlerine en uygun ürünleri tasarlayabilen yetenekli

tasarımcıların yetiştirilmesi gereklidir. Teknolojinin ön planda olduğu, yüksek katma değerli ürünlerin üretiminde uzmanlaşmaya çalışılması daha doğru bir politika olabilir. Çünkü sıradan ürünlerin üretimine ağırlık verilirse, Asya ve Afrika ülkeleri ile rekabet edilmek zorunda kalınacak ve bu ülkelerin maliyet avantajları karşısında direnmek zor olabilecektir. Dolayısıyla daha üst gelir düzeyine hitap eden, yüksek teknoloji gerektiren, kişiye özel tasarımlara öncelik tanınabilir. Enerjiden tasarruf sağlayan, çevreye zarar vermeyen ürünlerin tasarlanması ve bu ürünlerin üretimi için gerekli olan teknolojik donanımın sağlanmasına öncelik verilmelidir (TÜBİTAK, 2003: 27-28).

4.3. 6. Deri ve İlgili Ürünler

Deri ve deri ürünleri sektörü, Türkiye ekonomisi açısından “lokomotif” olarak nitelendirilebilecek sektörlerden biridir. Bu nitelendirmenin temel sebebi, deri ürünleri sektörünün çok büyük bir ihracat potansiyeline sahip olmasıdır. Dış pazarların deri ürünlerine olan talebi oldukça yüksektir. Ancak gelen talebin büyüklüğü, ihracat potansiyeli gibi nedenlerden dolayı dünya ülkeleri arasında yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Deri sektöründe Türkiye’nin en büyük rakipleri arasında Çin’in başta geldiği söylenebilir. Çin, sahip olduğu maliyet avantajını da kullanarak sektör ihracatında ön plana çıkmaktadır (Eleren, 2006: 405-407). Dolayısıyla büyük rekabetin yaşandığı, ihracat potansiyelinin böylesine yüksek olduğu bir sektörde Türkiye’nin sahip olduğu rekabet gücü ve bu rekabet gücünün yükseltilmesi son derece önemlidir.

Deri ve deri ürünleri sektörü için Türkiye’nin yıllara göre RCA endeks değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bu tablo yardımı ile Türkiye’nin sektöre yönelik rekabet gücünün zaman içinde yükseldiği gözlenmektedir. 2001, 2006 ve 2010 yıllarında RCA değerleri 1’in üstüne çıkamamıştır. 2001 yılında 0,79 olan endeks değeri 2006 yılında 0,82 seviyesine çıkmıştır. 2010’da daha da yükselerek 0,97’ye ulaşmıştır. 2015 yılında da 1,03 olarak hesaplanmıştır. Tabloda yer verilen yıllar arasında RCA endeks değerinin en yüksek olduğu yıl 2015’tir. Bu yılda endeks değeri 1’i aşmıştır.

Tablo 42: Deri ve Deri Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,03
2010	0,97
2006	0,82
2001	0,79

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Deri ve deri ürünleri sektöründe rekabet gücünün zaman içinde yükselmiş olması gelecek açısından umut vericidir. Ancak bu durum sektörün çözülmeyi bekleyen sorunları olduğu gerçeğini değiştirmez. Deri ve deri ürünleri sektörünün öncelikli sorunlarından biri üretim maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Ham madde maliyetlerinin, enerji ve işçilik giderlerinin yüksek olması maliyetleri yukarı çekmektedir. Türkiye’de deri ve deri ürünleri sektöründe ham madde açısından dışa bağımlı bir yapı vardır. Bunun temel sebebi Türkiye’de hayvan sayısının ve ham deri üretiminin zaman içinde azalmış olmasıdır. Ayrıca ülke içi üretim ile karşılanan derilerin kesim, yüzme ve istifleme aşamalarında büyük zarar görüyor olması da ham madde sıkıntısı yaşanmasında önemli bir sebeptir. Türkiye’de deri sektörü için üretilen ham madde, üretim kapasitesine göre yetersiz kalmaktadır. Bu da ülkeyi dışa bağımlı bir hale getirmektedir. Ayrıca bazı üretim yerlerinde kontrolsüz şekilde deri kesimi yapılması sektörde kalitenin azalmasına neden olmakta ve sektörün imajına zarar vermektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmaması, markalaşma sorununun çözüme kavuşturulamamış olması da sektörün ciddi sorunları arasında sayılabilir. Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel sayısında da istenilen düzeyde olunmadığını söylemek mümkündür. İyi eğitilmiş ve nitelikli personel yetiştirecek eğitim kurumlarının eksikliği hissedilmektedir (Özman, 2000: 23-25).

Deri ve deri ürünleri sektörünün olumlu ve gelişmeye açık yönlerinin başında ise gelişen bir iç pazar yapısının bulunması gelmektedir. Sektörde vasıflı iş gücünün yoğun olması da kalite ve verimlilik açısından önem taşımaktadır. Özellikle ayakkabı sanayinde son yıllarda hem daha yüksek katma değere sahip ürünlerin üretimine ağırlık verilmeye başlanmıştır hem de tasarım konusunda bir hayli yol alınmıştır. Çünkü modaya uygun ve farklı tasarımlar üretebilmek ayakkabı sanayinde rekabeti belirleyen önemli unsurlardan biridir. Ham madde ve girdi tedarikinde gelişmiş yan

sanayinin bulunması, geleneksel üretim kültürünün varlığı gibi nedenler de sektörün güçlü yönlerindendir. Coğrafi konum açısından pazarlara yakınlık ve yabancıların alış veriş yapma potansiyellerinin giderek yükselmesi sektörün geleceğe yönelik umutlarını beslemektedir. Bütün bunlara ek olarak deri ve deri ürünleri sektörü yıllar içinde gerek sektörel gerekse ülke çapında çeşitli krizlerle karşılaşmıştır. Yaşanılan krizler sektörün krizle mücadele konusundaki tecrübelerini arttırmıştır ve olası bir kriz durumunda hayata geçirilebilecek çözüm önerileri hazırlanmasına sebep olmuştur. Dolayısıyla deri ve deri ürünleri sektörünün krize karşı dayanıklı bir yapıya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Bu da sektörü güçlü kılan bir özelliktir (MÜSİAD, 2013: 33-34).

Deri ve deri ürünleri sektöründe rekabet gücünün yükseltilmesi için önerilebilecek politikaların başında ham madde ile ilgili sorunların çözülmesi gelmektedir. Türkiye’de hayvan varlığının giderek azalması deri ürünleri sektörünü doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle hayvancılık faaliyetlerinin özendirilmesi için daha etkin çalışmalar yürütülmelidir. Hayvan varlığı arttırılırsa Türkiye deri ham maddesi konusunda dışa olan bağımlılığını azaltabilir. Böylece üretim maliyetleri de düşmüş olur. Sektördeki kayıt dışı faaliyetlerin önüne geçmek için mezbahalar kayıt altına alınmalı ve derinin elde edilmesinden depolanmasına kadar bütün işlemlerde standartlara uyulup uyulmadığı sıkı biçimde denetlenmelidir. Deri sektöründe işçilik büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle işini iyi bilen elemanların yetiştirilmesi için mesleki eğitim çalışmalarına daha fazla önem verilmelidir. Ancak unutulmamalıdır ki mesleğe yeni elamanlar kazandırmak kadar var olan nitelikli elemanların korunması da gereklidir. Dericilik zanaat kolunun sürdürülmesi için çalışma koşulları daha cazip hale getirilmelidir. Üreticilerin mali yükünü azaltmak için vergi oranlarında düzenleme yapılması da kaçınılmazdır. Ülkemizde kürk postlarının ithalatı ve üretimi için yüksek ÖTV ve KDV uygulanmaktadır. Uygulanan ÖTV kaldırılmalı, KDV ise azaltılmalıdır. Ayrıca deri ürünleri sektörü için taklitçilik büyük bir sorun kaynağıdır. Bununla mücadele etmek için hem denetimler etkinleştirilmeli hem de halkın gerçek deri ile suni deri konusunda bilinçlenmesi sağlanmalıdır (İSO, 2015a: 49-56).

4.3. 7. Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri

Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektöründe, Türkiye'nin rekabet gücüne ilişkin RCA endeks değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Tabloda belirtilen yıllarda Türkiye'nin RCA değerleri 1'in üstüne çıkamamıştır. Bu da ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektöründe Türkiye'nin yüksek bir küresel rekabet gücüne sahip olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 43: Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,61
2010	0,68
2006	0,41
2001	0,31

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Tablodaki verilerden de görüldüğü üzere Türkiye için 2001 yılında hesaplanan RCA değeri 0,31'dir. 2006 yılında bu değer yükselerek 0,41 seviyesine çıkmış olsa da 1'in altında kalmaya devam etmiştir. 2010 yılında 0,68 olan değer, 2015'te 0,61 olmuştur. Bir sektöre ilişkin yüksek rekabet gücünün varlığından bahsedebilmek için RCA endeks değerinin 1'in üstünde olması gerektiği göz önüne alındığında Türk ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektörünün dünyada orta seviyeli bir rekabet gücüne sahip olduğu söylenebilir.

Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektörünün zayıf yönlerine bakıldığında ham madde temininde sıkıntıların olduğu, ülke içinde üretilen ham maddelerin ihtiyacı karşılamada yetersiz kaldığı görülmektedir. Ülkede ağaç yetiştiriciliği fazla olmasına rağmen, yetiştirilen ağaçlar çoğunlukla yakacak olarak kullanılmaktadır. Bu da ham madde temininde sıkıntı yaratmaktadır (TİM, 2010: 19). Sektörde faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmı atölye tipi üretim yapmaktadır. Büyük ölçekli üretimin yaygınlaşmamış olması sektörün geleceği açısından sorun teşkil etmektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin yetersizliği, enerji maliyetlerinin yüksek olması, kalifiye eleman bulma konusundaki sıkıntılar, sermaye ve finansman ile ilgili sorunlar diğer pek çok sektör gibi ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektörünün de başlıca problemleridir. Sektörde ürün kalitesi çok yüksek değildir, ürün çeşitliliği de rakip

ülkelere göre sınırlı sayıdadır. Var olan ürünlerin tanıtımı da yeterince yapılamamaktadır. Pazarlama ve reklam konularında yürütülen politikalar rekabet avantajı sağlayacak boyutta değildir. Bu konudaki eksiklik sektörün yeni pazarlara açılma hedeflerini zora sokmaktadır. Sektörün dış pazarlara ağırlık vermesi bir zorunluluk halini almıştır. Çünkü talep yetersizliği ve tüketim piyasasının dar oluşu üreticileri dış pazarlara yönlendirmektedir (TOBB, 2013b: 51).

Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektörünün güçlü yönleri ve geleceğe yönelik umutları besleyen özellikleri de vardır. Bunlardan biri sektörde ağırlıklı olarak özel sektörün faaliyet göstermesidir. Özel sektör ağırlıklı bir yapının olması, dinamik ve yeniliklere açık olunmasının önünü açmaktadır. Son yıllarda ihracatın önemi anlaşılmış, kalite bilinci artmıştır. Üreticiler daha kaliteli, teknolojik yeniliklere uygun ve yüksek standartlı ürünler üretme gayreti göstermektedirler. Ayrıca daha geniş kesimlere hitap etmek için ürün çeşitliliği arttırılmaya çalışılmakta, yeni pazarlara açılmanın yolları aranmaktadır. Bütün bunlara ek olarak Türkiye'nin bulunduğu konum da bir fırsat niteliğindedir. Türkiye hem AB ülkelerine hem de pek çok az gelişmiş ülkeye yakın konumdadır. AB ülkelerinde işçilik maliyetleri Türkiye'ye göre daha yüksektir. Bu nedenle Türkiye AB ülkeleri karşısında bir maliyet avantajına sahip bulunmaktadır (T.C. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, 2013: 34-35).

Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektörünün yüksek bir küresel rekabet gücüne sahip olmadığı sayısal veriler yardımıyla da görülmektedir. Bu nedenle sektörün rekabet gücünü yükseltecek çalışmalar daha da önem kazanmaktadır. Rekabet gücünün yükseltilmesi için öncelikle ham madde konusunda üreticilerin katlanmak zorunda oldukları yükler azaltılmalıdır. Türkiye'de orman işletmeleri tarafından ihale usulü ile satışlar yapılmaktadır. Bu satışlardan çeşitli fonlar için pay alınmaktadır. Alınan paylara KDV de eklenince ham maddelerin üreticiye maliyeti oldukça yükselmektedir. Ham madde maliyetlerinin yüksek olması sektör üreticilerinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü ciddi biçimde azaltmaktadır. En azından fonlar için alınan paylar kaldırılırsa ham madde maliyetlerinin azalması sağlanabilir. Bunun yanı sıra üretim maliyetlerini yükselten bir diğer faktör de enerji fiyatlarının fazla olmasıdır. Üreticilere daha uygun fiyattan enerji temin edilmesi için yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Ayrıca sektörde kalifiye eleman konusunda yetersizlikler bulunmaktadır. Bu yetersizliklerin giderilmesi için üniversiteler ile özel işletmeler

arasında iş birliği sağlanmalıdır. Sektörde teknoloji ile finansman ve yatırım konularında istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Bu konuda ilerleme kaydedilmesi zorunludur. Üniversiteler ile sektör üreticileri arasında iş birliği sağlanarak ileri test ve ölçme laboratuvarları kurulabilir. Böylece daha iyi kalitede ve daha çok çeşitte ürünler üretilmesi sağlanabilir. Sektörün önemli problemlerinden birinin küçük ölçekli üretimde kalınması olduğu daha önce belirtilmişti. Bu sorunun giderilmesi için firmalar arasında birleşmeler sağlanabilir, böylece fabrika tipi üretime geçilmesi mümkün kılınabilir. İlave olarak bazı ülkeler Türk ürünlerine yüksek gümrük vergileri uygulamaktadır. Bu konuda ülkelerle gerekli anlaşmalar yapılarak Türk ürünlerine uygulanan gümrük vergileri düşürülebilir (TOBB, 2013b: 53-55). Sunulan çözüm önerileri ile birlikte ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri sektöründe rekabet gücünün artması beklenebilir.

4.3. 8. Kağıt ve Kağıt Ürünleri

Kağıt ve kağıt ürünleri sektörü, küresel rekabet gücünün yıllar içinde istikrarlı biçimde yükseldiği bir sektördür. Bu sektör başlangıçta düşük bir rekabet gücüne sahip olsa da gerçekleştirdiği gelişme ile birlikte yüksek rekabet gücüne sahip sektörler arasına girmeyi başarmıştır.

Kağıt ve kağıt ürünleri sektörünün dünyadaki rekabet gücünün zaman içerisinde izlediği seyir aşağıdaki tablo yardımı ile daha net bir şekilde görülmektedir.

Tablo 44: Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,01
2010	0,73
2006	0,47
2001	0,40

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Kağıt ve kağıt ürünleri sektörü için RCA endeks değeri 2001 yılında 0,40 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 2006'da 0,47'ye ve 2010'da 0,73'e çıkmıştır. 2010 yılında rekabet gücünün daha da artması sevindirici olsa bile hesaplanan değer 1'in üstüne çıkamamıştır. Kâğıt ve kâğıt ürünleri sektöründe asıl ivme 2010-2015 yılları arasında gerçekleşmiştir. RCA değeri, 2015 yılında 1,01 seviyesini görmüştür. Bu nedenle

Türk kâğıt ve kâğıt ürünleri sektörünün 2015 yılında yüksek rekabet gücü seviyesine çıktığı söylenebilir.

Kâğıt ve kâğıt ürünleri sektöründe küresel rekabet gücü artış göstermiş olsa bile sektör içinde hala çözüme kavuşturulması gereken çeşitli problemler mevcuttur. Kâğıt ve kâğıt ürünleri sanayinde ham madde ve girdi temini açısından dışa bağımlı bir yapı söz konusudur. Türkiye’de hem orman varlıkları yeterli düzeyde değildir hem de var olan ormanların işletilmesi etkin bir biçimde yürütülememektedir. ABD, Kanada ve Brezilya gibi ülkelerde ise orman varlıkları daha fazladır ve var olan ormanlar etkin şekilde kullanılmaktadır. Böylece bu ülkeler selülozu uygun maliyetlerle kaliteli olarak üretebilmektedirler. Bu durum onların sektördeki rekabet güçlerini yükseltmektedir. Sektörde atık kâğıtların kullanılması da büyük önem taşımaktadır. Ancak Türkiye atık kâğıt kullanımı konusunda AB ülkeleri ile kıyaslandığında yeterli düzeyde değildir. Türkiye’de kâğıt atıklarının geri kazanım oranları incelendiğinde 2009 yılında hedeflenen oran %36, gerçekleşen oran %26’dır; 2013 yılına gelindiğinde hedeflenen oran %42, gerçekleşen oran %44,9’dur. AB’de ise 2013 yılında atık kâğıt çevrim oranı %71,7 olarak gerçekleşmiştir (İSO, 2015b: 33). Dolayısıyla Türkiye’de atık kâğıt çevrim oranının yeterli olmaması sektör için olumsuz bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Enerji, kâğıt ve kâğıt ürünleri sektöründe yoğun olarak kullanılan bir girdidir. Bu nedenle Türkiye’de enerji maliyetlerinin yüksek olması sektörün rekabet gücünü aşağı çekmektedir. Kâğıt sektöründe yüksek rekabet gücüne sahip olan Rusya ve Kuzey Avrupa ülkeleri, rekabet avantajlarının büyük bölümünü düşük enerji ve ham madde maliyetleri ile sağlamaktadırlar. Uzakdoğu ülkelerinden yapılan kâğıt ürünleri ithalatının fazla olması da olumsuz bir durum yaratmaktadır. Çünkü Uzakdoğu’dan ithal edilen ürünler düşük kalitelidir ve bu ürünlerde TSE kalite özellikleri aranmamaktadır. Oysaki yerli üreticiler belirli kalite ve standartlara uygun ürünler üretmek zorundadırlar. Bu da yerli üreticileri zor durumda bırakmakta ve haksız rekabete sebep olmaktadır. Ayrıca ülkeye anti dumpingli kâğıt ürünlerinin girmesi ve Türkiye’nin dumpingli satışa açık bir ülke olması da sektörün zayıf yönleri arasında sayılabilir (TOBB, 2012: 15-16).

Sektörün güçlü yönleri ve ilerleme kaydedilen özellikleri de vardır. Türkiye’deki nüfus artışının pek çok ülkeye göre yüksek olması, kişi başına düşen kâğıt

tüketiminin de artmasına neden olmaktadır. Bu durum yabancı yatırımcıların ülkeyi güçlü bir potansiyel olarak görmesine ve yatırımlarını Türkiye'ye yönlendirmelerine zemin hazırlamaktadır. Sebze ve meyve ihracatının artması da kağıt ürünleri sektörü açısından bir fırsat niteliğindedir. Çünkü sebze ve meyve ürünlerinin paketlenmesinde kağıt, karton, oluklu mukavva gibi ürünler kullanılmaktadır. Bu durumda kağıt ürünleri sektöründe üretilen mamullere olan talep de yükselmektedir. Ayrıca Ortadoğu ve Avrupa pazarlarına yakın konumda bulunulması, ekonominin ihracata dayalı olması, etkin değerlendirilme potansiyeline sahip orman varlıklarının mevcudiyeti de sektörün güçlü yönleri arasında sayılabilir (OAİB, 2014a: 52-53).

Kağıt ve kağıt ürünleri sektöründe rekabet gücünün artırılması için öncelikle ham madde konusundaki sıkıntılar giderilmeye çalışılmalıdır. Bilindiği gibi kağıt ve kağıt ürünleri sektörünün en önemli ham maddesi selülozdur. Ancak Türkiye selüloz üretiminde dışa bağımlıdır. Bu bağımlılıktan kurtulabilmek için selüloz yatırımını ve üretimini teşvik edecek düzenlemeler hayata geçirilmelidir. Atık kağıtların geri dönüşümü ile ilgili daha etkin stratejiler uygulanmalıdır. Örneğin atık kağıtları geri dönüştüren ve işleyen işletmeler çevre vergisinden muaf tutulabilir, bu işletmelere serbest ticaret hakkı tanınabilir. Ayrıca geri dönüşüm konusunda halkın daha bilinçli hareket etmesini sağlamak için kitle iletişim araçları kullanılabilir, böylece farkındalık düzeyi artırılabilir. Pek çok sektörde olduğu gibi kağıt ve kağıt ürünleri sektöründe de rekabet gücünü zayıflatan en önemli etkenler enerji fiyatlarının ve odun satışında uygulanan vergilerin yüksekliği, teknoloji konusundaki yetersizliklerdir. Enerji fiyatlarının düşürülmesi için enerjiden alınan dolaylı vergiler ve yapılan kesintiler azaltılmalıdır. Teknoloji konusunda gelişme sağlanabilmesi için de teşvik sistemlerinin etkinliği artırılmalıdır. Kağıt ve kağıt ürünleri sektöründe kümelenme anlayışının çok gelişmediği gözlenmektedir. Ancak kümelenme sisteminin kurulmaya çalışılması ve bu alanda üreticilerin bilinçlendirilmesi sektörün geleceği açısından faydalı olabilir (Yorulmaz, 2014: 35-37).

4.3. 9. Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması (Basım-Yayın)

Basım-yayın sektörü, geleneksel ve köklü bir sanayi koludur. Başlangıcı matbaacılık faaliyetlerine dayanmaktadır, uzun yıllar küçük atölye tipi üretim şekliyle sınırlı kalmış olsa da zaman içinde değişime ayak uydurmuştur. Küreselleşmenin yaygınlaşması ve teknolojik gelişmelerin hız kazanması ile birlikte basım-yayın

sektöründe faaliyet gösteren işletmeler büyük ölçekli üretime geçmişlerdir. Günümüzde basım-yayın alanındaki üretimler büyük fabrikalarda ve modern teknikler kullanılarak yapılmaktadır. Ayrıca değişen dünya düzeni ile birlikte dijital ürünler çoğalmış, basım-yayın sektörünün içine dahil olmuştur (İSO, 2015b: 41). Dolayısıyla teknolojik yeniliklerle bütünleşme seviyesi böylesine yüksek olan bir sektörde Türkiye'nin rekabet gücünün hangi boyutta olduğu önem arz etmektedir.

Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere basım-yayın sanayinde Türkiye'nin küresel piyasalardaki rekabet gücü bir hayli zayıftır. 2001 yılında 0,32 ve 2006 yılında 0,38 olarak hesaplanan RCA endeks değerleri zaman içinde belirli bir yükseliş sergilemiş olsa bile bu yükseliş son derece sınırlıdır. 2014 yılında sektöre ait RCA endeks değeri sadece 0,40'a ulaşabilmiştir, 2015 yılında ise 0,39 olmuştur ve elde edilen bu değer 1'in oldukça altındadır. RCA endeksi esas alınarak yapılan hesaplamalar neticesinde Türk basım-yayın sanayinin küresel rekabet gücünün yüksek olmadığı ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 45: Basım-Yayın (Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması)
Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri**

Yıllar	RCA
2015	0,39
2010	0,40
2006	0,38
2001	0,32

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Rekabet gücünün düşük olduğu basım-yayın sanayinin zayıf yönlerinin başında ham madde ve girdilerde dışa bağımlı olunması gelmektedir. Sektörün temel girdileri mürekkep, kalıp, baskı kimyasalları, merdane, kağıt ve karton ürünleridir. Bu girdilerde yerli üretim, toplam ihtiyacı karşılayamamaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmişlik seviyesinin istenilen düzeyde olmaması nedeniyle üretim teknolojilerinde de dışa bağımlılık söz konusudur. Sektörde maliyetlerin yüksek olmasından dolayı karlılık düşüktür, bu durum yeni yatırımların önünü kesmektedir. Girişimciler sektöre girme konusunda isteksiz davranmaktadırlar. Kayıt dışı faaliyetlerin yaygın olması da haksız rekabet ortamı yaratmaktadır. Kayıt dışı faaliyetlerin yüksek olduğu sektör koşullarında rekabet gücü bu durumdan zarar görmektedir. Sektörde çalışacak kalifiye eleman bulma konusunda sıkıntılar yaşanması da zayıf yönlerden biridir.

Ancak bütün bunlara ek olarak basım-yayın sanayinin çok önemli bir zayıf noktası daha vardır. Bu da fikri mülkiyet hakları ile ilgilidir. Türkiye’de fikri mülkiyet hakları yeterince korunamamaktadır ve bu nedenle korsancılık faaliyetleri oldukça yaygındır. Basım-yayın sanayinin güçlü yönlerine bakıldığında ise bilgi birikimi ve tecrübe ön plana çıkmaktadır. Türkiye’de basım-yayın sanayinde uzun yıllardan beri faaliyet gösterilmektedir. Yıllar süren üretim faaliyetleri beraberinde yüksek bir bilgi birikimi getirmiştir. Bu da bir rekabet avantajı oluşturmaktadır. Türk basım-yayın sanayi yeniliklere adapte olma konusunda da oldukça iyi durumdadır. Dünyadaki gelişmeler yakından takip edilmekte ve sektördeki teknolojik yeniliklerden uzak kalınmamaya çalışılmaktadır. Ancak önemli olan bu çabaların sektör geneline yayılmasını sağlamaktır. Türkiye’de basım-yayın sanayinde gelişen bir iç pazar mevcuttur. Aynı zamanda Türkiye sektördeki önemli dış pazarlara da yakın konumda bulunmaktadır. Söz konusu olan bu coğrafi yakınlık ihracat konusunda bir avantaj yaratmaktadır. Bunların yanı sıra ülkede genç nüfusun ve kentleşme oranının yüksek olması, kişisel gelir düzeyinin yükselme eğilimi göstermesi gibi unsurlar da sektörün geleceği açısından fırsat niteliğindedir (İSO: 2015b: 74-75).

Basım-yayın sanayinde düşük olan küresel rekabet gücünün yükseltilmesi için öncelikle ham madde ve temel girdilerde yurt içi üretim arttırılmalıdır. Bu doğrultuda hem yerli hem de yabancı sermaye için özendirici teşvik sistemleri oluşturulmalıdır. Ham madde ve temel girdilerde dışa bağımlılık azaltılabilirse önemli bir avantaj elde edilmiş olacaktır. Basım-yayın sektöründe Avrupa ülkeleri son yıllarda üretim yerlerini daha uygun koşulların olduğu yerlere kaydırmaktadırlar. Türkiye bu fırsatı iyi değerlendirmelidir ve Avrupa ülkeleri ile güçlü koordinasyon kurmanın yollarını aramalıdır. İş gücü maliyetlerinin azaltılması konusunda da çalışmalar yapılmalıdır. İş gücü üzerinden alınan vergi, prim ve fon paylarında indirimle gidilmeli; böylece sektör üreticilerinin toplam maliyetleri azaltılmalıdır. Ayrıca basım-yayın sektöründe üretilecek ürünlerin seçiminde de daha stratejik davranılmalıdır. Yüksek katma değere sahip ürünlerin üretimine ağırlık verilmelidir. Kayıt dışı faaliyetler önlenmeli, haksız rekabet koşulları ortadan kaldırılmalıdır. Bütün bunlara ek olarak basım-yayın sanayinde korsan üretim faaliyetleri ile daha etkin biçimde mücadele edilmelidir. Yapılacak sıkı denetimlerle korsan üretimlerin engellenmesi sağlanmalıdır. Fikri mülkiyet haklarının korunması için yasal düzenlemeler yeniden gözden geçirilmelidir (İSO, 2015b: 76-78).

4.3. 10. Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri

Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sektörü, Türkiye'nin rekabet gücünün düşük olduğu sektörlerden biridir. Sektör için hesaplanan RCA endeks değerleri göz önünde bulundurulduğunda görünen o ki zaman içinde rekabet gücünde dikkate değer değişiklikler yaşanmamıştır. RCA endeksi, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı için 2001 yılında 0,13 olarak hesaplanmıştır. 2006 yılında rekabet gücünde bir yükseliş kaydedilmiş ve RCA endeksi 0,27 seviyesine çıkmıştır. Ancak bu yükseliş sonraki yıllarda devam ettirilememiştir. 2010 yılında RCA endeksi bir miktar düşerek 0,24 olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılında da bu değer 0,25 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen verilere bakıldığında, Türkiye'nin kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sektöründe küresel ortamda güçlü bir rekabet üstünlüğüne sahip olmadığı söylenebilir.

Tablo 46: Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,25
2010	0,24
2006	0,27
2001	0,13

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Türk kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sektörünün küresel piyasalarda rekabet edebilirliğinin yüksek olmadığı tespit edildikten sonra, bu durumu yaratan etmenlerin açıkça ortaya konulması da yerinde olacaktır. Bir diğer ifade ile sektördeki rekabet gücünün zayıf olmasının sebeplerinin neler olduğu açıklanmalıdır.

Türkiye, petrol kaynakları açısından çok zengin bir ülke değildir. Bu da kullanılan petrolün büyük bir kısmının dışarıdan ithal edilmesini zorunlu kılmaktadır. İthalat yoluyla karşılanan petrolün maliyeti de yükselmektedir. Petrol kaynaklarının zengin olmaması İran, Irak ve Suriye gibi zengin petrol rezervlerine sahip olan ülkeler karşısında Türkiye için dezavantaj yaratmaktadır. Türkiye'nin petrol kaynakları açısından zengin olmaması ile birlikte ülkede petrol aramalarının yeterince yapılmıyor olması da sektörün zayıf yönleri arasında sayılabilir. Türkiye önemli bir petrol ithalatçısı olduğu için petrol fiyatlarındaki artış Türkiye'yi doğrudan

etkilemektedir ve rekabet gücü üzerinde olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Ayrıca petrol fiyatlarındaki yükseliş diğer bütün sektörlerdeki maliyetleri yukarı çekmektedir. Çünkü özellikle imalat sanayinde enerji, en temel girdilerden biridir. Görüldüğü gibi petrol konusunda dışa bağımlı olunması, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri sanayinin önde gelen problemidir. Bunun yanı sıra petrol üretiminde zaman içinde düşüşler yaşanmış olması, üretilen petrolün de büyük bir kısmının yabancı şirketler tarafından üretiliyor olması sorun teşkil etmektedir. Petrol üretiminde yerli yatırımcıların eksikliği hissedilmektedir (Petrol-İş, 2011b: 22-32).

Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatında rekabet gücünün yükseltilmesi için verimliliğe büyük önem verilmelidir. Çünkü Türkiye’de petrol rezervleri zengin değildir. Bu nedenle var olan kaynakların en doğru ve en verimli şekilde kullanılması sağlanmalıdır, alternatif enerji kaynaklarının yaygınlaştırılmasına yönelik politikalar izlenmelidir. Ayrıca Türkiye’de petrol arama çalışmaları arttırılmalıdır, daha fazla kuyu açılmalıdır, sondaj çalışmalarına hız kazandırılmalıdır. Petrol arama faaliyetlerinde modern teknolojilerin kullanılması ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi için üniversiteler ile daha sıkı bir iş birliği kurulabilir (Dünya Enerji Konseyi, Türk Milli Komitesi, 2007: 36-39).

4.3.11. Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörü, Türkiye açısından rekabet gücünün yüksek olduğu bir sektör değildir. Yıllar içinde rekabet gücünde yükselme sağlanması, sektörün geleceği açısından umut verici olarak değerlendirilebilir. Ancak küresel piyasalarda rekabet edebilir konuma gelmek için alınması gereken daha pek çok yol vardır. Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörünün dünya genelinde gerçekleştirilen ihracattaki payı %6’nın üzerinde seyretmektedir. Türkiye’nin sektördeki ihracatının ülke tarafından yapılan toplam ihracat içindeki payı ise %3-4 seviyelerindedir (İSO, 2015c: 19-43). Bu da Türkiye’nin rekabet gücünü zedeleyen bir faktördür. Sektör ihracatının toplam ihracat içindeki payının daha da artması gerekmektedir.

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörünün RCA değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. 2001 yılında 0,80 olan RCA endeksi 2006 yılında 0,70’e düşmüştür. Ancak 2010 yılında sektörün endeks değeri yükselerek 0,82 seviyesine çıkmıştır. 2015’te de bu yükseliş devam etmiştir ve 2015 yılı için RCA endeksi 0,86 olarak hesaplanmıştır. Sektörün rekabet gücünde yıllar içinde yükseliş sergilenmiş olsa bile

RCA değerleri 1'in üzerine çıkamamıştır. Bu da Türkiye'nin kimyasallar ve kimyasal ürünler sektöründe yüksek bir rekabet gücü elde edemediğini göstermektedir.

Tablo 47: Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,86
2010	0,82
2006	0,70
2001	0,80

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektöründe rekabet gücünün yükseltilebilmesi için gerekli olan temel unsurlar markalaşma, tasarım kapasitesi, teknoloji alanındaki faaliyetler ve Ar-Ge çalışmalarıdır. Sektörün Ar-Ge faaliyetleri için yaptığı harcamalar ve Ar-Ge faaliyetlerinde çalışanların sayısı son derece önemlidir. Kimyasallar ve kimyasal ürünler imalatı sektöründe 2006 yılında toplam 1513 tane Ar-Ge çalışanı vardır. Bunun 745'i araştırmacı, 597'si teknisyen ve 171'i diğer destek elemanıdır. 2013 yılına gelindiğinde sektörde çalışan toplam Ar-Ge elemanı sayısı 2548'e yükselmiştir ve bunların içinde araştırmacı olanlar 1464, teknisyen olanlar 863, diğer destek elemanı olanlar 221'dir. Sektörün Ar-Ge faaliyetlerine yaptığı toplam harcamalar ise 2006 yılında 134 milyon TL'dir, 2013 yılında bu miktar 390 milyon TL'ye yükselmiştir. 2013 yılında imalat sanayinin geneli tarafından yapılan Ar-Ge harcamaları da 3611 milyon TL olmuştur (İSO, 2015c: 28).

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektöründe ham maddelerin ve ara girdilerin yüksek kalitede ve uygun fiyat ile tedarik edilmesi, bunların yurt içinde yeterli miktarda bulunması çok önemlidir. Ancak Türkiye ham madde ve ara girdi tedarikinde büyük ölçüde dışarıya bağımlıdır. Çünkü yurt içinde yeterli ham madde ve ara girdi kaynağı bulunmamaktadır. Bu da sektörün rekabet gücünü zayıflatan bir unsurdur. Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektöründe kümelenme büyük önem taşımaktadır. Türkiye'de ise kümelenme ve kümelenmeleri içinde barındıracak düzenli sanayi bölgelerinin olmaması ciddi bir eksikliktir. Sektörde yüksek rekabet gücüne sahip olabilmek için büyük ölçekli işletmelerin var olması gereklidir. Türkiye'ye bakıldığında ise var olan firmalar ağırlıklı olarak küçük ve orta ölçeklidir. Bu durum Türkiye'nin uluslararası alanda diğer ülkelerle rekabet edebilme olasılığını

zayıflatmaktadır. Ülkede büyük ölçekli firmaların çoğaltılmasının gerekli olduğu söylenebilir. Sektörün en temel sorunlarından biri de enerji maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektöründe enerji fiyatları çok önemlidir. Çünkü sektör enerji yoğun bir sektördür ve üretim maliyetlerinin içinde enerji maliyetlerinin payı azımsanamayacak kadar fazladır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2015: 31-37).

Sektörün geliştirilmeye açık ve güçlü yönlerine bakıldığında ise kimya sanayinin gelişmeye ve ilerlemeye açık, yatırım için elverişli bir sanayi kolu olması noktaları ön plana çıkmaktadır. Ayrıca kimya sanayinin rekabet gücünün yükseltilmesi bir devlet politikası olarak da benimsenmiş, bu konuda strateji belgeleri oluşturulmuştur (Kıroğlu, 2012: 28).

Kimyasallar ve kimyasal ürünler sektörünün rekabet gücünün yükseltilmesi için öncelikle teknoloji ve inovasyon konularında ilerleme kaydedilmesi gerektiği söylenebilir. Teknoloji ve inovasyon konuları neredeyse bütün sektörlerde olduğu gibi kimyasal ürünler sektöründe de büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle Türkiye'nin araştırma ve geliştirme faaliyetlerine daha fazla kaynak ayırması, üretim teknolojilerinde başka ülkeleri taklit etmek yerine kendi teknolojilerini geliştirmeye yönelmesi gerekmektedir. Bunun için üniversiteler ile iş birliği kurulmalı, teknoloji merkezleri oluşturulmalıdır. Bunlara ek olarak ülkeye yabancı sermayenin çekilmesi için etkin teşvik sistemleri uygulanabilir, yasal düzenlemeler, bürokratik işlemlerde iyileştirmeler yapılabilir. Ülkelerle olan ticaret anlaşmaları yeniden düzenlenebilir, daha büyük pazarlara açılmak için yeni ülkeler ile anlaşmalar kurulabilir (Ulengin vd., 2012: 46).

4.3. 12. Temel Eczacılık Ürünleri

Temel eczacılık ürünleri, imalat sanayinin önemli sektörlerinden biridir. İnsan sağlığı ile ilgili bir sektör olması sebebiyle çok büyük bir pazar payına sahiptir ve ister gelişmekte olan ülke olsun ister gelişmiş ülke olsun dünyanın her yerinde talep gören ürünleri içinde barındırmaktadır. Bu nedenle temel eczacılık ürünleri sektöründe yüksek bir rekabet gücüne sahip olmak son derece önemlidir.

Türkiye'nin temel eczacılık ürünleri sektörüne ait RCA endeks değerleri aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. Bu tablo yardımı ile Türkiye'nin sektördeki konumunun ne olduğu ve bu konumun zaman içinde nasıl değiştiği daha iyi anlaşılabilir.

Tablo 48: Temel Eczacılık Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,21
2010	0,17
2006	0,15
2001	0,21

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Türkiye'nin eczacılık ürünleri sektöründe rekabet gücünün düşük olduğu tablodaki verilerden açıkça görülmektedir. Sektör için hesaplanan RCA değerleri oldukça düşüktür. 2001 yılında 0,21 olan RCA endeksi 2006 yılında 0,15'e gerilemiştir. Endeks değeri 2010 yılında 0,17'ye ve 2015 yılında da 0,21'e yükselerek 2006 yılına göre belirli bir artış gerçekleştirilmiştir. Ancak bu artış oldukça sınırlıdır. Tabloda yer alan endeks değerlerine göre eczacılık sektöründe Türkiye'nin uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü zayıftır.

Eczacılık ürünleri sektöründe dünyanın önde gelen ihracatçı ülkeleri Almanya, Belçika, İsviçre, ABD, İrlanda, İngiltere ve Fransa'dır. Ancak sektör ihracatında lider ülkenin Almanya olduğu söylenebilir. Örneğin 2007 yılında eczacılık sektöründe Almanya'nın ihracatı 54,833 milyon dolardır. Almanya'nın ardından ikinci sırada yer alan Belçika'nın ihracatı ise 47,128 milyon dolardır. Dolayısıyla Almanya'nın eczacılık sektöründe önemli bir ihracat avantajına sahip olduğu ve sektördeki rekabet gücü yüksek ülkelerin başında geldiği açıktır. 2007 yılında eczacılık sektöründe yapılan ihracat değerlerine göre üçüncü sırada İsviçre bulunmaktadır. İsviçre'nin ihracatı 35,921 milyon dolardır. Eczacılık sektörü ihracatında Almanya 2011 yılında da liderliğini sürdürmüştür. 2011 yılında Almanya'nın sektördeki ihracatı 68,769 milyon dolara yükselmiştir, İsviçre ise 58,163 milyon dolarlık ihracatı ile ikinci sırada yer almıştır. Belçika 2007 yılına göre gerilemiş ve üçüncü sıraya yerleşmiştir. Belçika'nın 2011 yılı ihracatı 48,757 milyon dolardır. Türkiye'nin durumuna bakıldığında ise Türkiye 2011 yılında eczacılık sektöründe 615 milyon dolarlık

ihracat gerçekleştirmiştir. Bu ihracat tutarı ile Türkiye dünya ihracatından ancak %0,13'lük bir pay alabilmiştir (GTB, 2013d: 5).

4.3. 13. Kauçuk ve Plastik Ürünleri

Plastik ürünleri sektöründe yüksek rekabet gücüne sahip olmak son derece önemlidir. Çünkü plastik ürünleri, dünya genelinde çok büyük bir pazara sahip olan bir imalat sanayi koludur. Plastik ürünleri çok sayıda sektörde kullanılmaktadır. Ayakkabıdan beyaz eşyaya, otomotivden elektroniğe kadar pek çok sektörde plastik ürünlerinin kullanılması sektörün önemini bir kat daha arttırmaktadır. Ayrıca bir ülkenin plastik ürünleri tüketiminin fazla olması, o ülkenin gelişmiş olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Türkiye'de plastik sektörünün gelişimi 1980'li ve 1990'lı yıllarda hız kazanmıştır. Özellikle 1996-2000 yılları arasında Türkiye'de plastik sektörü üretimi, ihracatı ve ithalatı büyük oranda artış göstermiştir. Plastik sektörünün gelişmekte olan ve dinamik bir yapıya sahip olduğu ifade edilebilir (Eraslan, Karataş ve Kaya, 2007: 204-216).

Kauçuk ve plastik ürünleri sektörünün küresel alanda belirli bir rekabet gücüne sahip olduğu ve bu rekabet gücünü giderek yükselttiği söylenebilir. Sektöre ilişkin rekabet gücünün daha net görülebilmesi için RCA endeks değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tabloda yer alan verilere göre 2001 yılında sektörün RCA endeks değeri 0,75'tir. Bu değer 2006 yılında 0,83'e, 2010 yılında ise 0,99'a yükselmiştir. 2014 yılında ise sektöre ait RCA endeksi 1,14 olmuştur. 2015 yılında RCA endeksi 1'i aşmıştır, böylece kauçuk ve plastik ürünleri sanayi rekabet gücünün yüksek olduğu sektörler arasına girmeyi başarmıştır. Dolayısıyla kauçuk ve plastik ürünleri sektörünün uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün yıllar içinde istikrarlı bir yükseliş sergileyerek adım adım güçlendiğini söylemek mümkündür. Bu da sektörün rekabet gücünün gelecekte daha da yükseleceği beklentisini yaratmaktadır.

Tablo 49: Kauçuk ve Plastik Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,02
2010	0,99
2006	0,83
2001	0,75

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Kauçuk ve plastik ürünleri sektörü, küresel rekabet gücünün yüksek sayılabileceği sektörlerden biridir. Ancak rekabet gücünün daha da artırılabilmesi için sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin, fırsata çevrilmesi mümkün ve riskli unsurlarının iyi bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle kauçuk ve plastik ürünleri imalatına ilişkin sorunların ve fırsatların ayrı ayrı değerlendirilmesi daha doğru olacaktır.

Plastik ürünleri sektörüne ilişkin temel sorunların başında ham maddede dışa bağımlı bir yapının bulunması gelmektedir. Enerji maliyetlerinin yüksek olması da başlı başına büyük bir sorun yaratmaktadır. Ayrıca sektörün ihtiyaç duyduğu bazı alanlarda eksiklikler bulunmaktadır. Örneğin nitelikli eleman açığı söz konusudur. Özellikle ara eleman konusunda istenilen niteliklere sahip kişiler bulmak zorlaşmaktadır. Sektörde rekabetin yoğun olmasına rağmen, karlılık oranının düşük olduğu gözlenmektedir. Bunun temel sebeplerinden biri de plastik ürünleri sektöründe üretilen ürünlerin katma değerlerinin düşük olmasıdır. Sektör üreticileri yüksek katma değerli ürünler üretmekte eksik kaldıkları belirtilebilir. Plastik ürünlerine olan olumsuz bakış açısı da olumsuz durumlar yaratabilmektedir. Çünkü plastik ürünleri doğada uzun zamanda çözülmediği için, bu ürünlerin çevreye zarar verdiği düşüncesi ile hareket eden çok sayıda insan olduğu ifade edilebilir (Sevilmiş, 2012: 25-27).

Plastik ürünleri sanayinin güçlü tarafları ve sektörü olumlu yönde etkileyen özellikleri de bulunmaktadır. Bu özelliklerin başında plastik ürünleri sektörünün gelişime, yeniliğe, teknolojik değişime açık bir sektör olması gelmektedir. Türkiye’de plastik sektörü büyük bir üretim kapasitesine sahiptir ve üretilen ürünlerin iyi kalitede olduklarını söylemek de mümkündür. Özellikle AB üyeliği sürecinde gerçekleştirilen gelişmiş ülke standartlarına uygunluk çabaları neticesinde kalite konusunda olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Türkiye’nin coğrafi konumunun bir

sonucu olarak ihracat pazarlarına yakın yerde bulunması da avantaj niteliğindedir. Ayrıca devlet bu sektördeki üreticilere destek sağlamakta, bölgesel kümelenmeye önem verilmektedir (İKMİB, 2013: 10-11).

Plastik ürünleri imalatında rekabet gücünün yükseltilmesi için sektöre özel destekleme politikalarının uygulanması doğru bir adım olacaktır. Özellikle ihracat ve Ar-Ge konularında üreticilere destek verilmelidir. Plastik sektöründe kalıpcılık büyük öneme sahiptir. Bu nedenle kalıpcılık alanındaki yatırımlar daha fazla desteklenmelidir. Ayrıca nitelikli ve işinde usta kalıpcıların yetiştirilmesi için meslek okulları ile yakın iş birliği kurulmalıdır. Sektörde geri dönüşüm sistemi yaygınlaştırılmalıdır. Plastik ürünlerin geri dönüşümü etkin hale getirilirse hem çevreye verilen zarar en aza indirgenmiş olur hem de ham madde konusundaki sıkıntılar bir ölçüde giderilmiş olur. Daha etkin reklam ve pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesi, tasarım ve yaratıcılık konularına daha fazla önem verilmesi de önerilen politikalar arasındadır (İSO, 2012b: 49-52).

Kauçuk ürünleri imalatına gelindiğinde ise bu sektörün önemli sorunları pazarlama faaliyetlerinin yetersiz olması, kredi maliyetlerinin yüksekliği, sektörde faaliyet gösteren şirketlerin sermaye yapılarının kuvvetli olmaması, verimliliğin düşük olması şeklinde sıralanabilir. Ayrıca üretimde kullanılan ham maddelerin geri dönüşümünde zorluk yaşanmaktadır, sektörde kurumsallaşma ve markalaşma istenilen düzeyde değildir, sektör üreticileri arasında koordinasyon ve iletişim yetersizdir. Çin, Hindistan gibi ülkelere daha düşük fiyatlı ham maddelerin ve girdilerin gelmesi de bir sorun teşkil etmektedir. Sıralan bu zayıf yönler rağmen kauçuk ürünleri imalatının avantajlı ve üstün olduğu yönler de vardır. Bunların başlıcaları yıllardan beri süregelen kauçuk üretimi neticesinde kazanılan bilgi birimi ve tecrübe, müşteri memnuniyetine önem veren üreticilerin varlığı, satış sonrası hizmet kalitesinin üstünlüğüdür. Ayrıca sektörde girişimcilik faaliyetleri yüksektir, yenilikleri takip eden ve teknolojik gelişmelerle yakından ilgilenen dinamik üreticilerin yoğunluğu da bir avantaj yaratabilmektedir. Türkiye’de üretilen kalıplar AB ülkeleri ile kıyaslandığında daha ucuza mal edilmektedir. Bunun da rekabet gücüne olumlu katkı yaptığını söylemek mümkündür (Altay, 2014: 30-31).

Kauçuk ürünleri sektörü için önerilecek politikalara bakıldığında Ar-Ge çalışmalarına ayrılan kaynakların arttırılması, sektöre yönelik teknik bilgi sahibi

kalifiye elemanların yetiştirilmesi, etkin pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi şeklinde bir sıralama yapılabilir. Tasarıma verilen önemin artırılması da zorunlu politikalardan biridir. Özellikle çevre ile uyumlu olan ürünlerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Bunun için uzman ve yaratıcı tasarımcılara ihtiyaç vardır. Ayrıca unutulmamalıdır ki kauçuk sektörü pek çok diğer sektöre girdi sağlamaktadır. Otomotiv, inşaat, ayakkabıcılık gibi sektörler kauçuk sanayi ürünlerini girdi olarak kullanmaktadırlar. Bu sektörler ile ortak projeler yürütülmesi de sektörün rekabet gücüne olumlu katkı yapacaktır. Bütün bunların yanı sıra üreticilerin sermaye yapılarının güçlendirilmesi için uygun şartlarda kredi temin edilmeli, yeni yatırımcılara da teşvik sistemleri uygulanmalıdır (İSO,2012b: 87-89).

4.3.14. Metalik Olmayan Mineral Ürünler

Türkiye mineral ürünler sektöründe hem büyük bir üretim kapasitesine sahiptir hem de sektöre yönelik ihracat rakamları ile dünyanın önde gelen ihracatçı ülkeleri arasında yer almaktadır. Bu unsurların da Türkiye'nin mineral ürünler sektöründeki rekabet gücünü yükselttiği söylenebilir.

Mineral ürünler sektöründe Türkiye'nin rekabet gücünü gösteren RCA endeks değerleri aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 50: Metalik Olmayan Mineral Ürünler Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,16
2010	1,42
2006	1,60
2001	2,21

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Tabloda yer alan yılların hepsinde sektörün RCA endeks değeri 1'in üzerindedir. İlginç olan nokta ise endeks değerlerinin zaman içinde azalmış olmasıdır. 2001 yılında RCA endeksi 2,21 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, sektörün rekabet gücü açısından oldukça iyi durumda olduğunu göstermektedir. Endeks değeri 2006 yılında 1,60'a, 2010 yılında da 1,42'ye gerilemiştir, 2015 yılında ise 1,16 olarak hesaplanmıştır. Endeks değerlerinde azalış yaşansa bile rekabet gücünün kaybedilmediği görülmektedir. Nitekim RCA endeksi 1'in altına inmemiştir. Bu

nedenle mineral ürünler sektörü rekabet gücünün yüksek olduğu sektörler arasında sayılabilir.

Türkiye'nin mineral ürünler sektöründeki rekabet gücünün değerlendirilmesinde sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin belirtilmesi son derece önemlidir.

Türkiye'nin mineral ürünler sektöründeki küresel rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyen etmenler, aslında diğer pek çok sektörle benzer özellikler içermektedir. Enerji maliyetlerinin yüksek oluşu, Ar-Ge faaliyetlerinin henüz yeterli düzeye ulaşamaması, yatırım teşviklerinin yetersiz kalması, taşımacılık maliyetlerinin fazla olması sektörün rekabet gücünü sınırlandırmaktadır. Ayrıca Türkiye bazı yönlerden yurt dışına bağımlı bir yapı sergilemektedir. Üretim teknolojilerinde, makine ve ekipmanlarda, çeşitli ara girdilerde Türkiye dışa bağımlıdır. Sektöre yönelik fiyat politikalarının haksız rekabet ortamı yaratması da bir dezavantajdır. Mineral ürünler sektöründe bölgesel riskler sebebiyle pazar kayıpları yaşanabilmektedir. Bu durum sektörün geleceği için bir tehdit unsuru olarak nitelendirilebilir. Özellikle Çin, Uzak Doğu ve Orta Doğu ülkelerinden düşük kaliteli ancak ucuz ürünler ithal edilmektedir. Yapılan bu ithalatın haksız rekabete sebep olduğunu söylemek mümkündür (İSO, 2014c: 45).

Mineral ürünler sektöründe Türkiye'nin sahip olduğu güçlü yönler de vardır. Bu güçlü yönlerin en önemlilerinden biri sektörün diğer pek çok sektör ile bağlantı içinde olmasıdır. Mineral ürünler sektörünün bağlantılı olduğu sektörlerin başında inşaat, beyaz eşya ve otomotiv sektörü gelmektedir. Bu sektörlerin gelişmesi ve canlanmasından mineral ürünler sektörünün de olumlu etkileneceği beklenebilir. Türkiye'de son yıllarda gerçekleştirilen kentsel dönüşüm süreci ile birlikte inşaat sektörü ivme kazanmış, yaşanan gelişmeler mineral sektörünü de pozitif yönde etkilemiştir. Dolayısıyla kentsel dönüşüm faaliyetlerinin mineral ürünler sektörü için büyük bir potansiyel yarattığı ifade edilebilir. Mineral ürünler sektörünün güçlü yönlerinden bir diğeri ise üretimde kullanılan ham maddenin büyük bir bölümünün yurt içinden temin ediliyor olmasıdır. Yurt içindeki kaynaklardan ham madde temini, döviz artışından kaynaklanan maliyet yükselmelerinin de önüne geçmektedir. Ayrıca son dönemlerde petrol fiyatlarının düşmesi de sektör için büyük bir fırsat olarak görülebilir. Çünkü mineral ürünler sektöründe en önemli girdilerin başında enerji gelmektedir (ekonomi.isbank.com.tr, [Erişim Tarihi: 08.04.2016]).

Mineral ürünler sektöründe rekabet gücünün yükseltilmesi için önerilebilecek pek çok politika vardır. Bunların başında ham madde ile ilgili olanlar bulunmaktadır. Türkiye mineral ürünler açısından zengin bir ülkedir. Ancak bu zenginliğin doğru değerlendirilmesi gereklidir. Yapılabilecek en doğru şey rezerv kaynaklarının tespit edilmesi, bulunan rezerv miktarına göre etkin politikalar oluşturulması ve rezervlerin korunması için tedbirler alınmasıdır. Üniversitelerle, araştırma merkezleriyle ortak çalışmalar yürütülmeli ve yüksek katma değere sahip ürünlerin doğru şekilde tespit edilmesi sağlanmalıdır. Yapılan tespitler neticesinde üretim yüksek katma değerli ürünlere doğru kaydırılmalıdır. Bunların dışında enerji maliyetlerinin düşürülmesi, iş gücü üzerindeki vergilerin azaltılması, yatırımcılara uygun kredi destekleri sağlanması için çalışmalar yapılmalıdır. Ayrıca firmalar da maliyetleri düşürmek konusunda çabalarını arttırmalıdır. Örneğin firmalar geri kazanılmış ham madde kullanımını arttırarak ham madde maliyetlerini aşağı çekebilirler. Enerji verimliliği konusunda da firmaların yapabilecekleri vardır. Üretim sonucunda açığa çıkan ısı enerjisinin elektrik enerjisine çevrilmesi ya da endüstriyel atıkların yakıt olarak kullanılması bunlara örnek verilebilir. Hem devlet hem de firmalar üstlerine düşenleri yaparlarsa mineral ürünler sektöründe çok daha yüksek bir rekabet gücü elde edilebilir (İSO, 2014c: 49-54).

4.3. 15. Ana Metal

Ana metal sektörü, imalat sanayinin en önemli sektörlerinden biridir. Sektörün önemini ortaya koyan sebeplerin başında diğer pek çok sektör ile yakın ilişki içinde olması gelmektedir. Ana metal sektörü çok sayıda sektöre girdi sağlamaktadır. Otomotiv ve inşaat, alt yapı hizmetleri bu sektörlerin başında gelmektedir. Otomotiv ve inşaat sektörlerinin gelişmesi, alt yapı hizmetlerine verilen önemin artması ile birlikte ana metal sektörü ürünlerine olan talep de genişlemiştir. Bu durum Türkiye'nin küresel rekabet gücüne de olumlu katkı yapmıştır (Konya Sanayi Odası, 2008: 3-4).

Ana metal sektörü Türkiye'nin küresel alandaki rekabet gücünün yüksek olduğu sektörlerden biridir. Bu durum aşağıdaki tabloda yer alan RCA endeks değerleri yardımıyla daha net olarak görülmektedir.

Ana metal sektöründe RCA endeksi 2001 yılında 3,11 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 2006 yılında 1,85 seviyesine gerilemiş olsa bile 2010 yılında yine artmıştır.

2010 yılında 2,18 olan endeks değeri 2015 yılında 2,07 olarak hesaplanmıştır. 2,07 değeri küresel alandaki rekabet gücünün yüksek olduğunu gösteren bir değerdir. Ana metal sektöründe tabloda yer alan yılların hepsinde RCA endeksi 1'in üstünde kalmıştır. Dolayısıyla Türk ana metal sektörünün küresel alanda rekabet üstünlüğüne sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 51: Ana Metal Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	2,07
2010	2,18
2006	1,85
2001	3,11

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Ana metal sektöründe rekabet gücü açısından iyi bir konumda bulunulsa bile bu rekabet gücünün daha da yükseltilmesi için sektörün zayıf ve güçlü yönlerinin iyi analiz edilmesi gereklidir.

Ana metal sektöründe Türkiye'nin zayıf yönlerinin başında girdi maliyetlerinin yüksek olması gelmektedir. Özellikle enerji fiyatlarının yüksekliği maliyetleri yukarı yönde hareket ettirmektedir. Üretim için gerekli olan ham madde tedarikinde de sıkıntılar yaşanmaktadır. Ham maddelerin büyük bir kısmı ithalat yolu ile temin edilmektedir. Enerji fiyatlarının yüksek olması, ham maddede dışa bağımlı bir yapı sergilenmesi yerli üreticilerin rakipleri karşısında geri planda kalmalarına sebebiyet vermektedir. Çünkü sektörde önde gelen ülkelerin maliyet avantajına sahip oldukları görülmektedir. Türkiye'deki üreticiler ise yüksek maliyetlere katlanmak zorunda kalmaktadırlar. Bu da rekabet gücüne zarar vermektedir. Bunların yanı sıra Ar-Ge çalışmalarında istenilen seviyeye henüz gelinmemiş olması, kurumlaşma konusunda sıkıntıların yaşanması, sektörde çok sayıda üretici olması nedeniyle karlılık oranlarının düşük kalması, kayıt dışı faaliyetlerin önüne geçilememesi de sektörün sorunları arasında sayılabilir. Sektör üreticilerinin sermaye ve finansman ile ilgili sıkıntıları da mevcuttur. Bu sıkıntıların yaşanması yüksek katma değerli ürünlerin üretilmesine de sınırlandırma getirmektedir. Hâlbuki daha yüksek katma değere sahip ürünlerin üretilmesi yaygınlaştırılırsa rekabet gücünün de bundan olumlu şekilde etkilenmesi beklenebilir (TOBB, 2013a: 61-62).

Ana metal sektörünün güçlü yönleri ve gelecek açısından fırsatlar sunan özellikleri de bulunmaktadır. Ana metal sektöründe üretilen ürünler otomotiv, inşaat, makine sanayi gibi farklı sektörlerle girdi sağlamaktadır. Dolayısıyla ana metal sektörü ürünlerinin kullanım alanı oldukça geniştir. Sektörün dünya ticareti içindeki payı oldukça yüksektir ve gelişmeye, teknolojik yeniliklere açık bir sektördür. İstihdam kapasitesi açısından da ana metal sektörünün önemli bir potansiyele sahip olduğu belirtilebilir. Bu nedenle ana metal sektöründe gelişme sağlanması diğer sektörlerin gelişmesine de katkı sağlayacak ve işsizliğin azaltılmasına da yardımcı olabilecektir. Bütün bu özellikler sektörün geleceği için önemli fırsatlar olarak kabul edilebilir (Uygurtürk ve Korkmaz, 2012: 97-113).

Ana metal sektöründe rekabet gücünün yükseltilmesi için ihracat pazarları yeniden gözden geçirilmelidir. Türkiye'nin ana metal sektöründe en çok ihracat yaptığı ülkeler Suriye, İran, Rusya, Ürdün, Cezayir ve Bulgaristan'dır. Ancak bu ülkelerin talep ettikleri ürünler genellikle düşük katma değere sahip ürünlerdir. Sektörde ilerleme kaydedilmek isteniyorsa yüksek katma değerli ürünlerin ihracatına ağırlık verilmelidir. Avrupa ülkeleri yüksek katma değerli ürün talep eden ülkelerin başında gelmektedir. Bu nedenle Avrupa pazarlarına açılmanın yolları aranmalıdır. Sektörün üstün özellikleri ön plana çıkarılmalı, daha etkin tanıtım çalışmaları yürütülmelidir. Ayrıca ana metal sanayinde AB çevre standartlarına uyum kapsamında devlet tarafından destek verilmemektedir. Bu konuda destek projeleri hazırlanmalıdır. Böylece üreticinin üzerindeki yük hafifletilmiş olur. Ürün ithalatında daha sıkı denetimler uygulanmalıdır. Çünkü kalitesiz ve kontrolsüz ürün ithalatı, ciddi bir problem yaratmaktadır. Sektörde büyük ölçekli üretim yapan firma sayısının artırılması için çalışmalar yapılmalıdır. Bunun temel nedeni küçük işletmelerin kırılgan bir yapıya sahip olmalarıdır. Bu kırılgan yapı sektöre zarar verebilmektedir. Dolayısıyla işletmelerin birleşerek fabrika tipi üretime geçmeleri konusunda teşvikler verilmelidir, bu konuda üreticiler bilinçlendirilmelidir. İşletmelerin birleşmesi sermaye yetersizliği sorununun çözümüne de katkı yapacaktır (Konya Sanayi Odası, 2008: 42-75).

4.3. 16. Metal Ürünleri

Metal ürünleri sektörü, diğer sektörlerle ileri-geri bağlantıları olan bir sektördür. Diğer sektörlerle olan ilişkileri metal ürünleri sanayini son derece önemli

kılmaktadır. Sektörde daha çok ara malı niteliğinde ürünler üretilmektedir ve pek çok sektör, metal ürünleri sanayi tarafından üretilen ürünleri kullanmaktadır (Ersoy, 2012: 707-708).

Metal ürünleri sektöründe Türkiye, zaman içinde belirli bir ivme yakalayarak rekabet gücünü yükseltmeyi başarmıştır. Rekabet gücündeki yükseliş aşağıdaki tablo yardımıyla açıkça görülmektedir.

Tablo 52: Metal Ürünleri Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,74
2010	0,64
2006	0,50
2001	0,23

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Tablodaki verilerden de görüldüğü üzere metal ürünleri sektörünün RCA endeks değerleri zaman içinde düzenli bir artış göstermiştir. 2001 yılında 0,23 olan endeks değeri 2006'da 0,50'ye, 2010'da 0,64'e çıkmıştır. 2015 yılında ise endeks değeri 0,74 seviyesinde gerçekleşmiştir. Sektörün RCA endeks değerlerinin artması, rekabet gücünün de yükseldiği anlamını taşımaktadır. Yaşanan bu düzenli yükseliş sektörün geleceğinin parlak olduğu konusunda sinyaller vermektedir. Ancak daha büyük bir ivme sağlamak için atılması gereken adımlar olduğu da muhakkaktır.

Meal ürünleri sektöründe rekabet gücünün daha ileri seviyelere taşınması için yapılması gerekenlerin teknoloji, inovasyon, yeni pazar arayışları etrafında şekillendiği söylenebilir. Sektördeki üreticilerin diğer ülkelerdeki rakipleri karşısında ön plana çıkabilmeleri için teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri, üretim süreçlerini teknolojik gelişmelerle uyumlu hale getirmeleri son derece önemlidir. Ancak rekabet gücünden söz edebilmek için başkalarının geliştirdiği teknolojilerin takipçisi konumunda kalmak yeterli sayılamaz, ülkenin kendi üretim teknolojilerini geliştirmesi de bir o kadar gereklidir. Bu nedenle inovasyona daha fazla ağırlık verilmeli ve bu alana daha büyük kaynak aktarımı yapılmalıdır. Sektörde yeni pazarlara açılma sürecinin hız kazanması, yeni ihracat ortakları bulunması da rekabet gücü açısından faydalı olabilir. Bunun için ülkelerle yeni ticaret anlaşmaları oluşturulması yönünde çaba harcanmasının, bu konuda yasal düzenlemelerin ve

gümrük mevzuatlarının yeniden gözden geçirilmesinin faydalı olması beklenebilir (KPMG, 2015: 4-7).

4.3.17. Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler

Elektronik sektörü son derece dinamik bir yapıya sahip olan, yeniliklere ve gelişmelere açık, teknolojik ilerlemelerle yakın ilişki içinde olan bir sektördür. Elektronik sektörünü önemli kılan bir diğer etken de nitelikli iş gücünün çalıştığı bir sektör olmasıdır. Ayrıca elektronik sektörü neredeyse diğer bütün sektörlerle yakın ilişki içindedir. Bu yüzden bir ülkede elektronik sektörünün gelişmesi diğer sektörlerin gelişmesini de tetiklemektedir. Elektronik sanayi özellikle gelişmekte olan ülkeler için büyük önem taşımaktadır. Çünkü elektronik sanayine öncelik veren ve politikalarını bu sektörde ilerleme kaydedecek şekilde düzenleyen ülkelerin gelişme düzeylerinin kısa sürede arttığı görülmektedir (T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2013: 4). Dinamik yapısı, diğer sektörlerle olan bağlantısı ve ekonomiye olan katkısı düşünüldüğünde elektronik sektörde yüksek rekabet gücüne sahip olmanın ne kadar önemli olduğu anlaşılabilir.

Elektronik ürünler ihracatında Çin'in açık ara bir üstünlüğü vardır. Çin sektörteki gelişimini özellikle 1980-2004 yılları arasında hızla yükseltmiştir. Çin ile benzer performansı sergileyen bazı Uzak Doğu ülkeleri de vardır. Bu başarı rakamlarla ifade edilecek olursa Çin'in 1980 yılında elektronik ürün ihracatı 84 milyon dolardır. Bu rakam 2004 yılında 196 639 milyon dolara çıkmıştır. Aradaki yükseliş gerçekten çok büyüktür. Hong Kong ve Singapur da benzer bir başarı yakalamışlardır. Hong Kong'un 1980 yılında 2 571 milyon dolar olan elektronik ürün ihracatı 2004 yılında 101 455 milyon dolara çıkmıştır. Aynı şekilde Singapur da ihracatını 1980-2004 yılları arasında 3 018 milyon dolardan 94 294 milyon dolara çıkarmıştır. Bu ülkelerin yanı sıra Malezya, Tayvan ve Endonezya da elektronik ürün ihracatında başarılı bir grafik çizmişlerdir (Gangnes ve Assche, 2010: 23).

Uzak doğu ülkeleri sektörde başarılı bir grafik sergilerken Türkiye'nin elektronik ürünler alanındaki durumunun ne olduğu gerçekten merak uyandırıcıdır. Bu konuda fikir sahibi olunması için aşağıdaki tablo incelenebilir. Elektronik ürünler sektörünün yıllara göre RCA değerlerini gösteren tabloya göre Türkiye, elektronik ürünler sektöründe oldukça düşük bir rekabet gücüne sahiptir. 2001 yılında Türkiye için RCA endeksi 0,21 olarak hesaplanmıştır. 2006 yılında endeks değeri 0,25'e çıksa da

2010'da 0,15 seviyesine gerilemiştir. 2015 yılında ise 0,18 olarak gerçekleşmiştir. Hesaplanan RCA endeks değerlerinin 1'in çok altında olması sebebiyle elektronik ürünler sektöründe Türkiye'nin yüksek bir rekabet gücüne sahip olmadığı söylenebilir.

Tablo 53: Bilgisayarlar, Elektronik ve Optik Ürünler Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,18
2010	0,15
2006	0,25
2001	0,21

Kaynak: TÜİK, Trademap ve İSO verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Elektronik ürünlerde dünyadaki rekabet gücü düşük olan Türkiye'nin sektörde var olan sorunları tespit ederek bu sorunlara çözüm üretmesi gereklidir. Elektronik ürünler sektöründe Türkiye'nin karşı karşıya kaldığı temel sorunlardan biri ara malı ve girdi üretiminde yetersiz kalması, ara malı ve girdilerin büyük bölümünün ithalat yolu ile temin edilmesidir. Bu durum da döviz kurlarındaki artışlara bağlı olarak maliyetlerin artması sonucunu doğurmaktadır. Ar-Ge ve tasarım konusunda istenilen seviyeye ulaşamamış olunması, nitelikli eleman açığının varlığı, pazarlama ile ilgili sorunlar ve finansman sıkıntıları elektronik sektörünün diğer önemli sorunları arasındadır. Elektronik sektörde yüksek üretim potansiyeline ve gelişmiş teknoloji ile üretim olanaklarına sahip olmak büyük önem taşımaktadır. Ancak bunları gerçekleştirmek için büyük sermaye gereksinimi vardır ve gerekli sermayenin temin edilmesinde yaşanan zorluklar da sektörün rekabet gücüne zarar vermektedir (Tanyılmaz, 2002: 36-45).

Elektronik ürünler sektörünün Türkiye'de güçlü yönleri de vardır. Sektörün en güçlü yönlerinden biri üretim alanındaki tecrübe ve bilgi birikimidir. Türkiye'nin sektöre ait 50 yıldan fazla bir üretim tecrübesi vardır. Aradan geçen yıllar içinde daha fazla ürün çeşidi imal edilmeye başlamıştır, kalite bilincinin yükselmesi ile birlikte daha kaliteli ürünler üretilmeye başlamıştır. AB ile imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması'nın bir gereği olarak kalite ile ilgili standartlar yerine getirilmeye çalışılmış ve uluslararası asgari ürün standartları sağlanabilmiştir. Elektronik ürünler konusunda AB ülkeleri dünyanın en önemli pazarları arasındadır. Türkiye'nin AB

lkelerine ulasım açısından yakın konumda bulunması önemli bir fırsat olarak nitelendirilebilir. Ayrıca Türkiye’de elektronik ürün imalatına ait pek çok düzenleme AB ile uyumludur. Bu düzenlemelerin içinde evre, enerji verimliliği, çalışma koşulları gibi alanlar bulunmaktadır (İSO, 2014b: 39).

Elektronik rnler sektöründe daha yüksek bir rekabet gücüne ulaşmak için Ar-Ge ağırlıklı teşvik sistemlerinin yaygınlaştırılması doğru bir adım olabilir. Elektronik sektörü için teknoloji en temel odak noktalarından biridir. Bu nedenle teknoloji üreten kurumların sayısında artış yakalamaya yönelik politikalar izlenmelidir. Üniversitelerde makale ve araştırma çalışmalarının arttırılmaya çalışılmalı, bu tür çalışmalara katılım özendirilmelidir. Verimli, kullanışlı, düşük maliyetli üretim teknolojileri geliştirilmeli ve bunlar elektronik sektörü ile bütünleştirilmelidir (Yiğit, 1999: 200-201).

4.3. 18. Elektrikli Teizat

Elektrikli teizat sektörü, küresel rekabetin yoğun olarak yaşandığı bir sanayi koludur. Sektörde teknolojik gelişmeler ön plandadır. Ayrıca elektrikli teizat imalatında çok geniş bir ürün çeşitliliği mevcuttur, üretilen ürünlerin katma değerleri de oldukça yüksektir. Bu nedenle sektör hem ülke ekonomisi hem de dünya ekonomisi için büyük önem taşımaktadır. Elektrikli teizat sektörünün dünya ticaretinden aldığı payın yüksek olması, ülkelerin bu sektörde rekabet üstünlüğü elde etme isteklerini de arttırmaktadır.

Elektrikli teizat imalatının rekabet gücünün daha iyi anlaşılabilmesi için RCA değerlerine bakmak doğru olacaktır. Aşağıdaki tabloda sektörün farklı yıllara göre hesaplanmış RCA endeks değerleri yer almaktadır. Görüldüğü gibi tabloda yer verilen yıllar arasında elektrikli teizat sektöründe Türkiye’nin rekabet gücü zaman içinde artış sergilemiştir. 2001 yılında 0,68 olan endeks değeri 2006 yılında 1,19’a çıkmıştır. Bu değerler 2010 ve 2015 yıllarında daha da yükselmiştir. 2015 yılında sektörün endeks değeri 1,54 olarak hesaplanmıştır. Türkiye’nin elektrikli teizat sektöründe rekabet gücü yüksek bir ülke olduğu ve bu rekabet gücünün artarak devam ettiği söylenebilir.

Tablo 54: Elektrikli Teçhizat Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,54
2010	1,46
2006	1,19
2001	0,68

Kaynak: TÜİK, Trademap ve İSO verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Elektrikli teçhizat sektörünün temel sorunlarından biri denetim ve kalite ile ilgili sorunlardır. Elektrikli teçhizat sektörü için kalite, en önemli konulardan biridir. Ancak Türkiye’de kalite ile ilgili denetimlerin yeterli sıklıkta ve etkin bir şekilde yapılması konusunda bazı sıkıntılar bulunmaktadır. Bu da sektörün rekabet gücüne ve imajına zarar verebilmektedir. Ayrıca ihracatı engelleyen bazı problemler de söz konusudur. İthalat esnasında alınan teminat mektuplarının iade edilmesinde yaşanan sorunlar ve teşviklerin proje bazında verilmesi ihracatı kısıtlamaktadır. İhracatçıların KDV iadelerini almakta zorlanmaları ve uzun bürokratik işlemlere katlanmak zorunda olmaları da sektör ihracatını zedelemektedir. Bunlara ek olarak sektörün ihracat gerçekleştirdiği ülkelerde yaşanan ekonomik ve siyasi zorluklar da pazar daralmasına sebebiyet vermektedir (DPT, 2001: 22-24).

Elektrikli teçhizat sanayinin güçlü tarafları ve fırsatları da bulunmaktadır. Türkiye özellikle beyaz eşya sektöründe rekabet gücü açısından iyi bir konumda yer almaktadır. Coğrafi konum olarak önemli pazarlara yakın olması, iş gücü maliyetlerinin nispeten düşük seviyelerde seyretmesi avantaj sağlamaktadır. Ayrıca sektör üreticilerinin satış, dağıtım, servis hizmetleri müşterileri memnun edecek düzeydedir. Teslimatın hızlı ve güvenilir bir şekilde yapılması, satış sonrası servis hizmetlerinin kaliteli olması sektörün imajını yükselten önemli faktörler arasındadır. Bunların yanı sıra Türkiye’de üretilen elektrikli teçhizat ürünlerinin Avrupa standartlarını yakalama konusunda önemli aşamalar kaydetmiş olması da geleceğe yönelik beklentileri yükseltmektedir. Elektrikli teçhizat sektöründe yan sanayinin gücü de büyük önem taşımaktadır. Ana ve yan sanayi arasındaki iletişim henüz yeterli seviyeye ulaşamamış olsa bile güçlü bir yan sanayinin varlığı göz ardı edilemez (Yaşar, 2010: 176-179).

Elektrikli teçhizat imalatında rekabet gücünün yükselmesi için önerilebilecek başlıca politikalar üretim teknolojilerinde gelişme sağlanması, üreticilerin üzerindeki vergi

ve benzeri yüklerin hafifletilmesi, yüksek katma değerli ürünlerin üretimine öncelik verilmesi, ithalatta ve ülke içi üretimde denetimlerin etkinleştirilmesidir. Belirli bir kalite standardının altında kalan ürünlerin satışına izin verilmemelidir. Sektörün ihtiyacı olan nitelikli elemanların yetiştirilmesi konusunda özel sektör ile üniversiteler arasında iş birliği sağlanmalıdır. Bunun yanı sıra işletmeler firma içi eğitimler vererek eleman ihtiyacının karşılanmasına destek olmalıdırlar (İSO, 2014a: 45-52).

4.3.19. Motorlu Kara Taşıtları

Motorlu kara taşıtları sektörü ekonomik gelişme, endüstriyel organizasyon, teknoloji, yönetsel uygulama gibi pek çok alanda etkiye sahiptir. Ham madde üreticilerinden ara malı ve sermaye üreticilerine kadar çeşitli üretim firmalarıyla ilişki içindedir. Bütün bunlar sektörün sosyoekonomik hayatta önemli bir konumda bulunmasını sağlamaktadır (Rosli, 2006: 90-91). Türkiye’de de motorlu kara taşıtları, büyük önem taşıyan bir sektördür. Motorlu kara taşıtları sektöründe gerçekleştirilen üretim ve ticari faaliyetler bütünüyle kayıt altında tutulmaktadır. Bu da sektörün ülke ekonomisi için vazgeçilmez bir vergi kaynağı olmasını sağlamaktadır. Ayrıca Türkiye motorlu kara taşıtları sektöründe büyük ilerleme kaydetmiş ve rekabet gücünü istikrarlı bir biçimde yükseltmeyi başarmıştır. Bu durum da özellikle yabancı sermayenin sektöre daha fazla yatırım yapmasının önünü açmıştır (İSO, 2002: 43).

Ekonomik açıdan sağladığı katkı, yükselme eğilimi gösteren yapısı ve yabancı sermaye çeken özellikleri nedeniyle motorlu kara taşıtları sektörünün küresel piyasalardaki rekabet gücünün yükseltilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle sektörün artı ve eksi yönleri iyi analiz edilmeli, sunduğu fırsatların nasıl daha iyi değerlendirileceği ve zayıf yönlerinin nasıl güçlendirileceği belirlenmelidir.

Aşağıdaki tabloda Türk motorlu kara taşıtları sektörünün 2001 ile 2015 yılları arasındaki RCA endeks değerleri verilmiştir.

Tablo 55: Motorlu Kara Taşıtları Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	Motorlu kara taşıtları
2015	1,57
2010	1,52
2006	1,41
2001	0,51

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Tabloda yer alan yıllar içinde RCA endeks değerinin 1'in altında kaldığı tek yıl 2001 yılıdır. 2001 yılında endeks değeri 0,51 olarak hesaplanmıştır. Ancak 2006 yılına gelindiğinde rekabet gücü yükselmiş ve RCA endeksi 1,41 seviyesine çıkmıştır. 2010 yılında endeks değeri daha da yükselmiş ve 1,52'ye ulaşmıştır. 2015 yılında ise RCA endeksinin 1,57 seviyesinde olduğu görülmektedir. Motorlu kara taşıtları sektörünün rekabet gücünün yüksek olduğu sektörler arasında yer aldığı belirtilebilir. Özellikle 2001 yılından itibaren sektörde bir atılım yapılmış ve rekabet gücü yükseltilmiştir.

Motorlu kara taşıtları sektörünün gelişmesi ve rekabet gücünün yükseltilmesi büyük önem taşımaktadır. Motorlu kara taşıtları sektöründe yaşanacak gelişme ile birlikte demir-çelik, kimya, plastik ve kauçuk, elektrik-elektronik gibi sektörler de bu durumdan olumlu şekilde etkileneceklerdir (Rosli, 2006: 91). Bu nedenle sektörün zayıf ve güçlü yanları iyi analiz edilmelidir.

Motorlu kara taşıtları sektörünün başlıca problemleri ithalat artışları, ana ve yan sanayi arasındaki iş birliği eksikliği, satış vergilerinin yüksekliği ve Ar-Ge çalışmaları ile ilgilidir. Ar-Ge çalışmaları diğer pek çok sektörde olduğu gibi otomotiv sektöründe de yeterli düzeyde değildir. Türkiye'de Ar-Ge çalışmalarına ayrılan kaynağın dünya ortalamasının altında kalması sektörün rekabet gücünü sınırlandıran bir faktör olarak değerlendirilebilir. Ayrıca otomotiv sektöründe kapasite kullanım oranları da henüz çok yüksek seviyelere ulaşamamıştır. Otomotiv sektörü için sermaye yetersizliği de ciddi bir sorun teşkil etmektedir. Sermaye yetersizliğine girdi fiyatlarının yüksek olması problemi de eklenince yerli üreticilerin çok uluslu şirketlerle mücadele etmesi gittikçe zorlaşmaktadır. Çünkü çok uluslu şirketler hem düşük maliyetli ve kaliteli ürünler üretmekte hem de yüksek teknolojiye sahip üretim tesisleri kullanmaktadırlar. Bütün bunlara eke olarak

otomotiv sektörünün kriz ve durgunluk dönemlerine karşı hassas bir yapı sergilemesi de olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Kriz veya durgunluk ile karşılaşılması durumunda, otomotiv sektörünün diğer pek çok sektöre kıyasla bu durumdan daha fazla etkilendiği söylenebilir (Görener ve Görener, 2008: 1224-1227).

Motorlu kara taşıtları sektörünün güçlü yanlarına ve fırsatlarına bakıldığında coğrafi konumu, iç piyasasının büyüklüğü ve kalifiye eleman potansiyeli gibi konular ön plana çıkmaktadır. Türkiye Avrupa, Orta Doğu, Kuzey Afrika gibi pazarlara coğrafi olarak yakın konumdadır. Bu ülkelerin ortak özellikleri büyük pazarlar olmalarıdır ve böylesine büyük pazarlara yakın olmak önemli bir avantaj yaratabilir. Ayrıca Türkiye'nin kalabalık bir nüfusu ve buna bağlı olarak yüksek bir iç pazarı bulunmaktadır. Emek koşulları açısından da Türkiye'nin güçlü özelliklere sahip olduğu belirtilebilir. Türkiye'de emek verimliliği yüksektir, sektörün ihtiyaç duyduğu kalifiye eleman konusunda da iyi durumda olduğu görülmektedir. Türkiye'de iyi yetişmiş mühendis ve teknisyenlerin sayısı giderek artmaktadır. Buna ek olarak Türkiye'de emek ücretleri pek çok Avrupa ülkesine göre nispeten daha düşüktür. Türkiye'nin özellikle son yıllarda gösterdiği başarılı ekonomik büyüme grafiği, kişi başı gelirin giderek artması, teknolojinin ve Ar-Ge çalışmalarının önemini anlaşılması gibi faktörler de otomotiv sektörü açısından olumlu gelişmeler arasında yer almaktadır (Soydal, 2006: 584-585).

Motorlu kara taşıtları sektöründe rekabet gücünün yükseltilmesi için değişen tüketici taleplerine uygun ürünler üretmek gereklidir. Türkiye'nin bu sektörde güçlenerek varlığını sürdürebilmesi için tasarım ve teknoloji konularında ilerleme kaydetmesi zorunludur. Günümüzde daha lüks araçlar talep görmektedir. Ayrıca gürültü seviyesi, atmosfere ve çevreye verdiği zarar en az olan araçlar tercih edilmektedir. Türkiye de taleplere cevap verecek, özgün teknolojilere sahip ürünler üreterek rakipleri karşısında avantaj elde etmelidir. Sektörde faaliyet gösteren KOBİ'lerin rekabet güçlerinin arttırılmasına öncelik verilmelidir. KOBİ'lere teknoloji ve Ar-Ge konularında bilgi, danışmanlık ve maddi destek sağlanmalıdır. Kamu alımlarında ve kiralamalarında yerli araçların tercih edilmesi de sektöre yönelik önemli bir katkı olabilir. Bu nedenle kamu sektörünün yerli araç talebi konusunda daha hassas davranması sağlanmalıdır. Motorlu kara taşıtları sektöründe hurda araç ile ilgili çalışmalar da yapılmalıdır. Kullanım ömrünü tamamlamış olan araçların hurdaya ayrılması için daha etkin yasal düzenlemeler oluşturulmalıdır. Ayrıca daha çok

sayıda hurda işletmeleri kurulmalıdır ve faaliyetlerinin devamı için bu işletmelere destek verilmelidir. Halkta araç seçimi konusunda bilinç oluşturulması için de adımlar atılmalıdır. Halkın araç satın alırken çevre dostu olan araçları satın almaları için bilinçlendirilmesi gereklidir. Maliyetlerin düşürülerek fiyat avantajı yaratılmasına yönelik olarak geri dönüşüme daha fazla önem verilmelidir. Araçların üretimi konusunda geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanılması özendirilmelidir, hatta bu konuda yasal zorunluluklar getirilmelidir. Sektörde faaliyet gösteren firmaların ihracata yönelmeleri için destek sağlanmalıdır. Böylece sektördeki ihracatçıların ve ihracat miktarının artması mümkün hale getirilebilir. Bütün bunlara ek olarak sektördeki denetimlerin etkinleştirilmesi, sektörün ihtiyacı olan kalifiye elemanların yetiştirilmesi için de çalışmalar yapılmalıdır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014b: 55-59).

4.3. 20. Diğer Ulaşım Araçları

Diğer ulaşım araçları sektörü, Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olmadığı sektörlerden biridir. Sektörün RCA endeks değerleri incelenmeden önce diğer ulaşım araçları sektöründe dünyanın önde gelen ülkelerinin kimler olduğuna ve Türkiye'nin bu ülkeler arasında nasıl bir konumda bulunduğuna yer verilmesi faydalı olacaktır.

2007 yılında diğer ulaşım araçları sektöründe ABD 100.961 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir. Aynı yıl Fransa'nın ihracatı 42.262 milyon dolar, Almanya'nın 39.302 milyon dolar ve Çin'in 24.705 milyon dolardır. 2007'de diğer ulaşım araçları sektöründe Türkiye'nin yaptığı ihracat ise 2.786 milyon dolar olmuştur. 2011 yılında Çin büyük bir artış sergileyerek ABD, Fransa ve Almanya'nın önünde yer almıştır. Çin'in 2011 yılındaki ihracat tutarı 64.067 milyon dolardır. 2011'de ABD 15.634 milyon dolar, Fransa 61.092 milyon dolar ve Almanya 52.915 milyon dolar ihracat gerçekleştirmiştir. Türkiye'nin sektöre ait ihracatı ise 2011 yılında 2.116 milyon dolar seviyesindedir. Bu da Türkiye'nin diğer ulaşım araçları sektöründeki ihracatının 2011 yılında 2007'ye göre düşüş yaşadığı anlamına gelmektedir. Türkiye 2011 yılında yapmış olduğu bu ihracat tutarı ile diğer ulaşım araçları sektörüne ait toplam dünya ihracatından %0,5'lik bir pay almıştır ve diğer ülkeler arasında 27. sırada bulunmuştur. Diğer ulaşım araçları sektöründe ithalat açısından ülkelerin durumu incelendiğinde 2007 yılında ABD 44.227 milyon dolar ithalat yapmıştır. Almanya ve Fransa'nın ithalat rakamları ise sırasıyla 32.246 milyon dolar ve 26.123

milyon dolardır. Türkiye'nin 2007'deki ithalatı bu ülkelere kıyasla daha düşük tutardadır ve 2.321 milyon dolar seviyesindedir. 2011 yılına bakıldığında Almanya'nın sektöre ait ithalatı yükselmiş ve 47.010 milyon dolara ulaşmıştır. Aynı şekilde Fransa da ithalat tutarını arttırarak 2011'de 38.638 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirmiştir. ABD'nin ithalatı ise 43.065 milyon dolar ile Almanya'nın gerisindedir. Türkiye'nin ithalat rakamları ise diğer ulaşım araçları sektöründe ithalatın 2011 yılında 2007'ye göre arttığını ortaya koymaktadır. Türkiye'nin sektöre ait ithalatı 2011'de 6.391 milyon dolara yükselmiştir (GTB, 2013c: 8-10).

Diğer ulaşım araçları sektöründe Türkiye'nin ihracat ve ithalat açısından dünyadaki konumu hakkında bilgi verildikten sonra sektöre ait RCA endeks değerleri ele alınabilir. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere diğer ulaşım araçları sektöründe Türkiye'nin RCA değerleri çok yüksek değildir. 2001 yılında 0,59 olan endeks değeri, 2006'da 0,75'e yükselmiştir. Ancak 2010 yılında bir düşüş yaşanmıştır. 2010 yılındaki endeks değeri 0,40'tır. 2015 yılında ise RCA endeksi 0,14 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 56: Diğer Ulaşım Araçları Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	0,14
2010	0,40
2006	0,75
2001	0,59

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Diğer ulaşım araçları sektöründe Türkiye'nin rekabet gücünün düşük olduğunun tespit edilmesi kadar bunu sağlayan etkenlerin belirtilmesi de son derece önemlidir. Diğer ulaşım araçları sektörü Ar-Ge faaliyetlerinin, teknik bilginin, mühendislik çalışmalarının, sermaye ve teknolojinin ön planda olduğu bir sektördür. İster demir yolu ya da hava yolu taşıtlarında olsun, ister deniz yolu taşıtlarında olsun zaman içinde talep şartlarında değişiklik meydana gelmiştir. Artık daha az yakıt tüketen, daha konforlu, daha güvenli ve daha teknolojik araçlar talep görmektedir. Bu talebe uygun araçlar üretilebilmesi için öncelikle Ar-Ge çalışmalarına büyük önem verilmelidir. Yeni teknoloji üretimine katkı sağlayacak kadar gelişmiş bir Ar-Ge ekibinin kurulması gereklidir. Bunun için mesleki ve teknik bilgisi dünya

standartlarında olan mühendisler yetiştirilmelidir. Ancak teknolojik olanakların artırılması için maddi olanaklar da iyileştirilmelidir. Ar-Ge faaliyetlerine daha fazla kaynak ayrılmalıdır. Ar-Ge faaliyetlerine katkı yapan özel işletmelere daha tatmin edici teşvikler sağlanmalıdır. Ayrıca sektörün ihtiyacı olan sermayenin temin edilebilmesi için yabancı yatırımcıların ülkeye çekilmesi gereklidir. Yerli ve yabancı şirketlerin ortaklık kurması da sermaye sıkıntısının giderilmesine katkı sağlayabilir. Bu ortaklıklar için uygun bir zemin hazırlanmalıdır. Özellikle sermaye, teknoloji ve Ar-Ge faaliyetlerinde izlenecek uygun politikalarla diğer ulaşım araçları sektöründe rekabet gücü artırılabilir (DPT, 2007: 42-45).

4.3. 21. Mobilya

Mobilya sektörü, hem yerel alanda hem de küresel boyutta talebin giderek yükseldiği bir sektördür. Talepte yaşanan artış ile birlikte sektörde uluslararası ticaret konusunda da büyük bir sıçrama yaşanmıştır. Mobilya sektöründeki küresel talebin büyük bir hızla yükseldiği dönem 1961 ile 1990 yılları arasındır. Ancak bu dönemden sonra da mobilya sektörü ürünlerine olan talep devam etmiştir. Mobilya sektöründe özellikle 1990'lı yıllarda ihracat performansı ile ön plana çıkan başlıca ülkeler İtalya, Almanya, ABD, Kanada, Danimarka ve Fransa'dır (Dunne, 2000: 3-4). Ancak Türkiye de zaman içinde sektördeki bu yarışa ortak olmayı başarmıştır. Mobilya sektörü Türkiye'nin rekabet gücünü giderek yükselttiği ve istikrarlı biçimde başarı sergilediği bir sektördür.

Türk mobilya sanayinin geçmişi 19. yy'a dayansa da uzun yıllar boyunca bu sektördeki üretim küçük ölçekli ve emek gücünün yoğun olarak kullanıldığı bir yapı sergilemiştir. Ancak küreselleşen dünya düzeninde mobilya sanayi de değişime uğramış ve teknolojik gelişmelere dayalı, sermaye yoğun bir sektör haline gelmiştir. Günümüzde mobilya sektöründe orta ve büyük ölçekli üretim yapan firmaların sayısının arttığı dikkati çekmektedir. Türkiye'de mobilya sanayinde özellikle 2001 yılından itibaren hızlı bir yükseliş yakalanmıştır. Bu tarihten sonra sektör ihracatındaki artış dikkati çekmekte ve rekabet gücü açısından da daha iyi bir konuma doğru emin adımlarla ilerlenmektedir (Altay ve Gürpınar, 2008: 259-260).

Türkiye'nin mobilya sektöründe 2001 yılından sonra sergilediği başarı RCA endeks değerlerinden de açıkça görülmektedir. Aşağıdaki tabloda Türk mobilya sanayinin yıllara göre hesaplanmış RCA endeks değerleri yer almaktadır. Tablodaki verilerden

de görüldüğü gibi mobilya sektöründe rekabet gücü zaman içinde artış sergilemiştir. 2001 yılında 0,62 olan RCA endeksi 2006’da 1,11’e ve 2010’da 1,42’ye çıkmıştır. 2015 yılında ise bir miktar azalarak 1,31 seviyesine gelse bile yine de 1’in üstünde kalmıştır. Tabloda yer alan yıllar içinde RCA endeksinin 1’in altında kaldığı tek yıl 2001 yılıdır. Bu tarihten sonra sektörde rekabet gücü hızla artmıştır.

Tablo 57: Mobilya Sektörünün Yıllara Göre RCA Endeks Değerleri

Yıllar	RCA
2015	1,31
2010	1,42
2006	1,11
2001	0,62

Kaynak: TÜİK ve Trademap verileri kullanılarak tarafımızdan hesaplanmıştır

Türkiye zaman içerisinde mobilya imalatı sanayinde üretim hacmini ve ihracat miktarını arttırmış olsa da sektörün kendi içinde yapısal bazı sorunları bulunmaktadır. Türkiye’de mobilya imalatının daha çok küçük ve orta ölçeğe sahip firmalar tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu yapı Türkiye’deki mobilya sanayinin üretim ile ilgili sorunlarından sadece biridir. Sektörün üretimdeki diğer sorunları ise teknolojik yetersizlikler sebebiyle üretim teknolojisinde dışa bağımlı olunması, enerji maliyetlerinin son derece yüksek olması, kayıt dışı faaliyetlerin önüne geçilememesidir. Ancak Türkiye’deki mobilya sanayinin sorunları üretim alanıyla sınırlı kalmamaktadır. Ürünlerin pazarlanması ve satışı, elemanların nitelikleri, mali yapı, ham madde ve girdiler konularında da çok sayıda problemle karşı karşıya kalınmaktadır. Pazarlama ve satışta tanıtım faaliyetleri yetersiz kalmaktadır. İnsan kaynaklarında kalifiye eleman sıkıntısı bulunmaktadır, mesleki eğitim yeterli düzeyde değildir. Finansman ve mali yapıda KOBİ’lere yönelik destekler hem istikrarlı değildir hem de desteklerde bütçe kısıtları söz konusudur. Ham madde ve girdi alanında ise ham maddelerin yüksek fiyatlı olması, ormanların işletilmesinde etkinlikten uzak bir yapının gözlenmesi, yan sanayide kalite standartlarının düşük kalması sorun teşkil etmektedir. Ayrıca tasarıma gerekli önem verilmemekte, marka değeri yaratma konusunda yetersiz kalınmaktadır (İSO, 2015d: 36). Bütün bu problemlerin Türkiye’nin mobilya sanayindeki rekabet gücünü sınırlandırdığı söylenebilir. Eğer söz konusu problemler çözüme kavuşturulmazsa

Türkiye'nin mobilya sektöründe özellikle son yıllarda yakalamış olduğu ivmenin devam ettirilmesi konusunda sıkıntılar açığa çıkabilir.

Türk mobilya imalatında çeşitli problemler olduğu ve bu problemlerin çözülmesi gerektiği muhakkaktır. Ancak Türkiye'nin mobilya sektöründe avantajlı olduğu bazı noktalar da bulunmaktadır. Türkiye'de büyüme potansiyeline sahip bir iç pazar vardır. Türkiye'deki firmalar bu büyük potansiyeli doğru değerlendirebilirlerse sektörün daha fazla önü açılacaktır. Ayrıca coğrafi konum itibarıyla da Türkiye son derece şanslı bir durumdadır. Çünkü etrafındaki ülkeler büyük potansiyele sahip pazarlardan oluşmaktadır. Mobilya sektöründe teknoloji kullanımının ve tasarımın önemi, marka bilinciyle hareket etmenin gerekliliği son yıllarda Türkiye'deki üreticiler tarafından da anlaşılmıştır. Üreticilerin bu bilinçle hareket etmeye başlaması Türkiye'deki mobilya sanayinin geleceği açısından son derece önemlidir. Türkiye'deki mobilya üreticileri de yeni eğilimlere ayak uydurarak tüketicinin zevk ve tercihlerine göre özel mobilyalar üretmeye, akıllı ve çevreye duyarlı mobilya üretimini geliştirmeye başlamışlardır. Bu gelişimin yaşanmasında Türkiye'de dinamik ve yeniliklere açık girişimcilerin var olması büyük etkiye sahiptir. Türk mobilya sanayi için fırsat olarak nitelendirilebilecek unsurlardan birisi de mobilya sektöründe artmakta olan uluslararası rekabet koşullarıdır. Ülkeler arasında rekabetin artması Türk mobilya sanayicilerini daha kaliteli ürünler üretmek, daha iyi tasarımlar hazırlamak, markalaşmaya önem vermek ve büyük ölçekli üretime geçmek konularında adeta tetikleemektedir (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2012: 37-39).

Türk mobilya sanayinin zayıf ve güçlü yönlerine değinildikten sonra sektörün geleceğine yönelik politika önerileri sunulması da gereklidir. Türk mobilya sanayinin küresel alandaki rekabet gücünün artan bir seyir izlemesi umut verici olmakla beraber esas önemli olan nokta yakalanan başarının sürdürülebilir hale getirilmesidir. Bunun için de tasarıma, pazarlama faaliyetlerine ve Ar-Ge çalışmalarına daha fazla önem verilmeli; verimlilik artışı sağlanmalıdır (Gürpınar ve Barca, 2007: 58). Çünkü mobilya sektöründe rekabet üstünlüğü elde edebilmek ve bu rekabet üstünlüğünü kalıcı hale getirebilmek için önem verilmesi gereken temel unsurlar kalite ve tasarım, fiyat, uluslararası piyasalara açılma ve üretim kapasitesinin büyüklüğüdür. Bunlar mobilya sektörünün temel rekabet unsurlarıdır. Mobilya sektöründe rekabet gücü

düşük olan ülkelere bakıldığında bu ülkelerin yukarıda sıralanan temel rekabet unsurları konusunda eksik oldukları görülecektir (Dunne, 2000: 13-18).

Mobilya sektörünün geleceği açısından organize sanayi bölgelerine yönelik daha detaylı çalışmalar yürütülmelidir. Özellikle büyük şehirlerde mobilya sektörüne ait organize sanayi bölgeleri kurulmalıdır. Böylece mobilya üreticileri bir arada bulunabilecek ve dağınık yapıdan kurtulmuş olacaklardır (OAİB, 2014b: 22). Organize sanayi bölgelerinin içinde eğitim merkezlerinden test ve ölçüm laboratuvarlarına, tasarım ofislerinden satın alma ve tedarik şirketlerine kadar her şey yer almalıdır. Ayrıca yapılacak organize sanayi bölgelerinde mobilya sektörünün ihtiyacı olan yan sanayi kuruluşları da bulunmalıdır. Kereste, nalbur, vernik, boya gibi alanlarda faaliyet gösteren firmalar da mobilya üreticilerine yakın konumlandırılmalıdır. Bu sayede tedarik ve üretim süreci daha kısa sürede gerçekleştirilebilir (İSO, 2015d: 40).

Mobilya sektöründe tasarım konusunda da Türkiye'nin ilerleme kaydetmesi gereken uzun bir süreçten bahsedilebilir. Tasarım alanında gerçekleştirilecek atılım ile birlikte küresel piyasalarda büyük bir rekabet avantajı yaratılabilir. Bu amaç doğrultusunda eğitime daha fazla önem verilmelidir. Örneğin üniversitelerde mobilya tasarımı bölümleri kurulabilir. Sadece bu alana odaklanan kişiler yetiştirilmesi, Türkiye'ye tasarım konusunda sınıf atlatabilir. Ancak tasarım alanında ilerleme kaydedilmesi için eğitim tek başına yeterli değildir. Fikri mülkiyet haklarının güvence altına alınması da şarttır. Bu nedenle fikri mülkiyet hakları ile ilgili yasal düzenlemeler daha etkin hale getirilmelidir. Ayrıca kayıt dışı üretim yapan iş yerleriyle de daha sıkı mücadele edilmelidir. Denetimler sıklaştırılmalıdır, kayıt dışı faaliyetler ve haksız rekabet koşulları en aza indirilmelidir (OAİB, 2014b: 20-27).

4.4. Rekabet Gücü Açısından Sanayi 4.0'ın Önemi

Çalışmada bu aşamaya kadar yapılanlar gözden geçirilecek olursa birinci öncelikle imalat sanayinin tanımından ve Türkiye'deki tarihsel sürecinden bahsedilmiş, ardından imalat sanayinin alt sektörleri ile ilgili temel bazı bilgiler verilmişti. İkinci bölümde ise çalışmanın temel konusunu oluşturan rekabet gücü kavramları hakkında teorik bir çerçeve sunulmuştu. Üçüncü bölümde ise imalat sanayinin alt sektörleri için rekabet gücü hesaplamaları yapılmıştı ve bu hesaplamalarda Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi kullanılmıştı. Ardından sektörlerin güçlü ve

zayıf yönleri hakkında bilgi verilmeye çalışılmış ve rekabet gücünün yükseltilmesi için yapılabileceklerle değinilmişti. İşte tam da bu noktada imalat sanayinin geleceği açısından büyük önem arz eden bir konudan bahsedilmesi gerekmektedir. Bu konu Sanayi 4.0 kavramıdır.

Sanayi 4.0 kavramı, üretim süreçlerinde kullanılan sistemlerin birbiri ile tam entegrasyonunun sağlandığı bir yapıyı ifade etmektedir. Bu yapıda üretim sürecinde kullanılan bütün makineler ve araçlar arasında bağlantı kurulmaktadır. Söz konusu bağlantı kurulurken internet bağlantısından ve sensorlerden faydalanılmaktadır. Sanayi 4.0 kavramının küresel rekabetin boyutlarını da değiştireceği öngörülmektedir. Çünkü üretim süreçlerine sanayi 4.0'ın adapte edilmesi ile birlikte rekabetin temel unsuru yüksek katma değerli ürünler üretmek olabilir. Bilindiği gibi günümüzde sahip oldukları düşük iş gücü maliyetlerini kullanarak küresel alanda rekabet gücünü yükselten ve ön plana çıkan ülkeler vardır. Ancak Sanayi 4.0 ile birlikte bu durumun değişmesi, yüksek katma değer üretebilen ülkelerin rekabetinin yaşanacağı bir platformun oluşması beklenmektedir. Dolayısıyla Sanayi 4.0'ın rekabetin niteliğini etkileyebilecek özellikte olduğu söylenebilir (Alçın, 2016: 19-20). Sanayi 4.0 üretim süreci ile ilgili olduğu için, imalat sanayini ve Türkiye'deki imalat sanayinin geleceğini de yakından ilgilendirmektedir.

Türkiye'nin rekabet gücünü sınırlandıran belli başlı unsurlar daha önce de belirtildiği gibi inovasyon ve Ar-Ge çalışmalarının yetersiz kalması, toplam üretim içinde yüksek katma değerli ürünlerin payının düşük olması, üretim teknolojilerinde dışa bağımlı bir yapı sergilenmesi ve iş gücünün niteliği ile ilgili bazı sıkıntıların yaşanmasıdır. Bu noktada Sanayi 4.0'ın Türkiye açısından bir fırsat niteliği taşıdığı söylenebilir. Çünkü Sanayi 4.0'ın en önemli getirilerinden biri üretimde verimlilik artışı yaratmasıdır (TÜSİAD, 2016: 34-36). Verimlilik artışının temel sebebi ise Sanayi 4.0'ın hayata geçirilmesi sonucunda hammadde ve kaynak tüketimi azalmaktadır. Böylece çevreye daha az zarar veren yeşil dostu bir üretim ortamı yaratılması mümkün olabilmektedir. Hammadde ve kaynak tüketiminde azalmanın yanı sıra zamandan ve insan gücünden de tasarruf sağlanmaktadır. Yeni üretim yapısı ile birlikte daha kısa sürede, daha yüksek katma değerli, daha karmaşık ve daha kaliteli ürünler üretilebilmektedir. Üretimde insan gücüne duyulan ihtiyacın azalması, istihdam açısından akıllarda bazı soru işaretlerine neden olabilmektedir. Çünkü robotların işin içine girmesi neticesinde pek çok kişinin işini kaybetme

tehlikesi altında kalacağını ileri süren görüşler de mevcuttur. Ancak bu durumun tam tersini savunanlar da vardır. Yani Sanayi 4.0'a geçilmesi ile birlikte istihdam artışı yaşanacağını ve %6-10 civarında bir istihdam artışı meydana geleceğini öngörenler vardır. Bu yeni üretim sistemi sonucunda düşük niteliğe sahip iş gücünde azalma yaşanması beklenen bir durum olabilir. Buna rağmen mühendislik ve mekanik alanlarında daha fazla işgücüne ihtiyaç duyulacağını söylemek mümkündür. Çünkü Sanayi 4.0'ın temeli ileri mühendislik bilgilerine dayanmaktadır. Dolayısıyla üretim iyi nitelikli, iyi eğitilmiş kişilere talep artacaktır. Bütün bunlara ek olarak Sanayi 4.0'ın yaygınlaşması, kişiye özel tasarımların ve ihtiyaca göre geliştirilen ürünlerin üretilmesini de arttıracaktır. Seri üretimden kişiye özel üretime doğru bir geçiş yaşanacağı belirtilebilir (Ege Bölgesi Sanayi Odası, 2015: 24-25).

Görüldüğü gibi Sanayi 4.0 teknolojinin ön planda olduğu bir üretim sistemidir. Bu üretim sistemine adapte olarak gelişme göstermesi beklenen temel sektörler ise otomotiv, beyaz eşya, tekstil, kimyasal ürünler ve makine sistemleridir (TÜSİAD, 2016: 47-55). Söz konusu sektörlerde Sanayi 4.0 ile birlikte önemli verimlilik artışları olması beklense de önemli olan nokta, Türkiye'nin bu sürece uyum sağlayıp sağlayamayacağıdır. Türkiye bu yeni düzenin dışında kalırsa küresel alandaki rekabet gücünün olumsuz etkileneceği beklenebilir. Ancak Sanayi 4.0'a adaptasyon sürecini başarıyla yürütürse, dünya ticaretinden daha yüksek bir pay alması ve küresel rekabet gücünü daha ileri boyutlara taşıması beklenebilir. Dolayısıyla Sanayi 4.0'ın Türkiye için bir fırsat mı yoksa bir dezavantaj mı olduğu bu sürecin neresinde yer alacağına bağlı sayılabilir.

5. SONUÇ

Sektörlerin rekabet gücünün belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Çünkü rekabet gücünün düşük ya da yüksek olduğu sektörler iyi bilinirse uygulanacak politikalar da daha doğru bir şekilde hazırlanabilir. Rekabet gücünün zayıf olduğu sektörlerle yönelik çeşitli tedbirler alınarak rekabet avantajının yükseltilmesi sağlanabilir. Aynı şekilde rekabet gücünün yüksek olduğu sektörler için de söz konusu rekabet avantajının devam ettirilmesi amacıyla çalışmalar yapılabilir. Dolayısıyla rekabetçi ya da rekabetçi olmayan sektörlerin belirlenmesi hem ilgili sektörün hem de ülke ekonomisinin geleceği açısından hayati önem arz etmektedir. Bu nedenle bu çalışmada Türk imalat sanayinin uluslararası alandaki rekabet gücü incelenmeye çalışılmıştır. Rekabet gücünün imalat sanayinin alt sektörlerinin hangilerinde yüksek, hangilerinde düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca her bir sektörün güçlü ve zayıf yönleri ortaya konmuştur. Rekabet gücünün tespit edilmesinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA) kullanılmıştır. Balassa endeksi olarak da bilinen bu endeks özellikle sektörel rekabet gücünün belirlenmesinde en yaygın olarak kullanılan yöntemlerin başında gelmektedir. Çünkü rekabet gücünün kaynağını değil ortaya çıkan sonucu göstermeyi sağlayan bir endekstir. Endeks hesaplanırken bir sektörün ülkenin toplam ihracatı içindeki payı ile o sektörün toplam dünya ihracatı içindeki payı birbirine oranlanır. Elde edilen sayısal değer 1'den büyük olması o sektörün küresel rekabet gücünün yüksek olduğu anlamına gelir. Eğer sonuç 1'den küçükse ülkenin ilgili sektördeki rekabet gücü düşüktür.

Çalışmada imalat sanayinin alt sektörleri için yıllar itibariyle RCA endeks değerleri hesaplanmıştır. Ortaya çıkan sonuca göre Türk imalat sanayinin küresel rekabet gücünün yüksek olduğu sektörler gıda ürünleri, tütün ürünleri, tekstil ürünleri ve giyim eşyaları, kauçuk ve plastik ürünleri, metalik olmayan mineral ürünler, ana metal, elektrikli teçhizat, motorlu kara taşıtları, kağıt ve kağıt ürünleri, deri ve deri ürünleri ile mobilya imalatıdır.

Rekabet gücünün düşük olduğu sektörler ise içecek ürünleri; ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri; kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması; kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri; kimyasallar ve kimyasal ürünler; bilgisayarlar, elektronik ve optik ürünler; diğ er ulaşım araçları; temel eczacılık ürünleri ve metal ürünler imalatıdır.

İmalat sanayinin alt sektörlerinden her birinin güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır. Bu güçlü ve zayıf yönlerden bazıları sektöre has özellikler içerirken bazıları da neredeyse bütün sektörler için ortaktır.

Genel olarak coğrafi konumun getirdiğı avantajlar, Avrupa ülkelerine yakın konumda bulunulması, genç iş gücünün fazlalığı, yıllar içinde edinilmiş olan bilgi ve tecrübe, uzmanlaşmış iş gücünün artma eğiliminde olması ve kalite standartlarına önem verilmesi gibi unsurlar bütün sektörlerin güçlü taraflarını oluşturmaktadır ve sektörler için fırsat niteliğindedir.

Sektörlerin ortak zayıf yönleri ise maliyetlerin yüksekliğı, Ar-Ge çalışmalarına ayrılan kaynakların yeterli olmaması, denetimlerin eksikliği, kayıt dışı faaliyetlerin yaygınlığı, fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması ile ilgili yetersizlikler, bürokratik engeller, tanıtım ve reklam kampanyalarındaki yetersizlikler ve teşvik sistemindeki eksiklikler şeklinde sıralanabilir. Türkiye’de özellikle enerji maliyetlerinin yüksek olması büyük bir sorun teşkil etmektedir. Enerji maliyetlerinin yüksekliğı toplam maliyetleri arttırmakta ve üreticilerin rekabet gücünü sınırlandırmaktadır. Ayrıca Türkiye’de iş gücü maliyetleri de yüksek sayılabilir. Bilindiğı gibi Çin, Hindistan gibi ülkeler rekabet güçlerini özellikle iş gücü maliyetlerinin düşüklüğüne borçludurlar. İş gücü maliyetleri bu ülkeler ile kıyaslandığında Türkiye’de oldukça yüksektir. Ayrıca Türkiye yeni teknolojiler üretme konusunda da hedeflenen düzeyde değildir. Bu nedenle Türkiye teknolojinin getirdiğı rekabet avantajını da tam anlamıyla kullanamamaktadır.

Çalışmada, yapılan hesaplamalara göre Türk imalat sanayinin rekabet gücü yüksek ve düşük olan sektörleri sıralandıktan ve sektörlerin güçlü-zayıf yanları belirtildikten sonra her bir sektör için rekabet gücünün nasıl yükseltilebileceğine dair politika önerileri sunulmuştur.

Bu politika önerilerinin başlıcaları Ar-Ge faaliyetlerine daha fazla önem verilmesi ve Ar-Ge faaliyetlerine ayrılan kaynak miktarının yükseltilmesi, nitelikli eleman ihtiyacının karşılanması için üniversiteler ile özel sektör arasında iş birliği kurulmasıdır. Ayrıca pek çok sektörde kümelenme sisteminin uygulanması acil bir ihtiyaçtır. Bu konuya yönelik olarak organize sanayi bölgeleri kurulmalı ve kümelenmenin getireceği avantajlardan yararlanılması sağlanmalıdır. İmalat sanayindeki sektörlerin en temel problemlerinden biri üretim maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Bu üretim maliyetlerinde enerji maliyetlerinin fazlalığı en temel sorundur. Enerji maliyetlerinin aşağı çekilmesi için çözümler üretilmelidir. Alternatif enerji kullanımının yaygınlaştırılması sağlanmalıdır. Ülke içinde üretilen enerji miktarı artırılarak dışarıdan ithal edilen enerji miktarı en aza indirilmelidir. Ayrıca Türk ürünlerinin yurt dışındaki tanıtım ve pazarlama faaliyetleri daha etkin bir şekilde yürütülmelidir. Böylece yeni pazarlara ulaşılması mümkün kılınmalıdır. İmalat sanayi sektörlerinin problemlerinden bir başkası da tasarım konusundaki yetersizliktir. Tasarım alanında özgün ürünler üretebilmek için yetenekli ve bilgili tasarımcılara ihtiyaç vardır. Buna yönelik eğitim programları hazırlanmalıdır ve tasarımda Türkiye'nin bir dünya markası olması için ülkenin önü açılmalıdır. Bütün bunlara ek olarak son dönemde giderek önemi artan Sanayi 4.0 konusundan da bahsetmek gerekmektedir. Sanayi 4.0 kavramı üretimi ve verimliliği arttıracak bir süreçtir. Türkiye'nin bu süreci en iyi şekilde kullanıp rekabet gücüne de yansıtması sağlanmalıdır. Özellikle beyaz eşya, otomotiv, kimya sanayi gibi sektörlerde bu fırsat iyi değerlendirilmeli ve verimliliğin artması gerçekleştirilerek rekabet avantajı elde edilmelidir. Bu politikalar doğrultusunda hareket edilirse imalat sanayinin her sektöründe yüksek bir rekabet gücünün elde edilmesi mümkün olacaktır. Çünkü Türkiye bilgi birikimi ve tecrübesiyle, insan gücüyle, mevcut kaynakları ile bunu yapabilecek güçtedir. Yapılması gereken tek nokta doğru politikalar izlemek ve mevcut özelliklerin en iyi şekilde değerlendirilmesini sağlamaktır.

Son olarak şunu söylemekte fayda var ki, bu yüksek lisans tezi, Türk imalat sanayinin küresel alandaki rekabet gücüne ilişkin genel bir fotoğrafı yansıtmaktadır. Ancak her bir sektör için daha detaylı incelemelerin yapılmasına ve bu çalışmanın daha ileri boyutlara taşınmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Burada yapılan çalışma, ortaya koyduğu bakış açısı ve bulgular aracılığı ile daha sonra yapılacak olan çalışmalar için bir yol gösterici olabilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Muhittin. 2013. Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme. **Akademik Bakış Dergisi**. s. 37: 1-21.
- Afşar, Hayrettin. 2008. Avrupa Birliği Sürecinde Türk Bankacılığının Rekabet Gücü. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akal, Mustafa, Ali Kabasakal, Seyit M. Gökmenoğlu. 2012. OECD Ülkelerinin Rekabet Gücünü Açıklayıcı Kurumsal ve Karma Modeller. **Business and Economics Research Journal**. c.3. s.1: 109-130.
- Akbulut, Seval, Harun Terzi. 2013. Türkiye’de İhracata Dayalı Büyümenin Sektörler İtibariyle Analizi. **Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c.3:43-58.
- Akdağ, Recep, Mehmet Mete, Abdurrahim Emhan. 2014. Diyarbakır Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Elmas Modeli İle Kümelenme Analizi. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. c. 19. s. 2: 323-341.
- Akdoğu, S. Kahraman. 2012. Türkiye’de Mali Serbestleşme Süreci ve Krizlerin Kısa Bir Özeti. **Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. dergisi**. c.14. s.2: 189-208.
- Akyıldız, Hüseyin, Ömer Eroğlu. 2004. Türkiye Cumhuriyeti Dönemi Uygulanan İktisat Politikaları **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. c.9. s.1: 43-62.
- Alçın, Sinan. 2016. Üretim İçin Yeni Bir İzlek: Sanayi 4.0. **Journal of Life Economics**. s.8: 19-30.
- Altay, Bülent. 2006. Avrupa Birliği’nde Rekabet Politikaları, Türkiye ve Avrupa Birliği’nin İhracatta Rekabet Gücünün Ölçülmesi. Doktora Tezi. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- , Koray Gürpınar. 2008. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. **Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**. c.10. s.1: 257-274.
- Altay, Tülay Akarsoy. 2014. **Türkiye Kauçuk Sanayisi**. www.inovasyon.org [12.03.2016].
- Altunç, Ö. Faruk. 2010. Türkiye İmalat Sanayinde Teknolojik Öğrenme ve Verimlilik. Doktora Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Altuntepe, Nihat. 2011. Türkiye’de Uygulanan Para ve Maliye Politikalarının İmalat Sanayi Üzerindeki Etkileri (1980-2009). Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Arıcan, Erişah, Başak Tanınmış Yücememiş, Gökhan Işıl. 2009. Türk Bankacılık Sektöründe Pazar Hakimiyeti ve Sektörün Rekabet Gücünün Uygulamalı Analizi. **İstanbul Ticaret Odası Yayınları**. Yayın no:2009-35.
- Arıç, Kıvanç Halil. 2012. Ulusal ve Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesinde Kümelenme Politikası: Kayseri Mobilya Sektöründe Bir Uygulama. **Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**.s.33: 133-157.
- Arık, Şebnem, Beyhan Akay, Mehmet Zambak. 2014. Doğrudan Yabancı Yatırımları Belirleyen Faktörler: Yükselen Piyasalar Örneği. **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**.c.14.s.2:97-110.
- Avcı, Mehmet. 2007. Yenilikçi Teknolojik Gelişme Göstergesi Olarak Ar-Ge Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İmalat Sanayi Üzerine Bir İnceleme . Doktora Tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ay, Canan, Sinan Nardalı, Burak Kartal. 2005. Gazlı İçecek Sektörü ve Gazoz Pazarındaki KOBİ’ler İçin Niş Pazarlamasına Bir Örnek. **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**.c.12.s.2:53-65.
- Ayaş, Necla, Hamza Çeştepe. 2010. Dış Ticaretin İstihdam Üzerindeki Etkileri: Türk İmalat Sanayi Örneği. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. c.15.s.2: 259-281.
- Aydemir, Cahit, Murat Pıçak. 2008. Ekonomik Gelişme Sürecinde Tarım- Sanayi İlişkilerinin Sektörler Arası Bütünleşmeye Etkileri. **D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi** (10):129-147.
- Aytemiz, Semiha. 2005. Türkiye İmalat Sanayi Üretimi ve Dış Ticaretinin Yapısı. **Ekonomik Yaklaşım Dergisi**.c.16.s.56: 43-56.
- Azazi, Hasan. 2015. Petrol Fiyatlarındaki Değişikliğin Türkiye İmalat Sanayi ve İstihdamı Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bahar, Ozan, Ebru Erdoğan. 2011. 1994 ve 2000 Krizleri Sonrasında Türkiye’de Uygulanan Finansal Regülasyon Politikaları. **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. s.27: 1-19.
- Bakkalcı, A. Can, Nilüfer Argın. 2013. Türk Dış Ticareti ve Ekonomi Politikaları Arasındaki Nedensellik İlişkileri. **Yönetim Bilimleri Dergisi**. c.11. s.21: 49-73.
- Balassa, Bela, Marcus Noland. 1989. Revealed Comparative Advantage in Japan and The United States. **Journal of International Economic Integration**.vol.4(2):8-22.

- Baltacı, Adem, Hüseyin Burgazoğlu, Selver Kılıç. 2012. Türkiye'nin Rekabetçi Sektörleri ve Trakya Bölgesi'nin Payı. **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. c.2.s.1:1-19.
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı.2012.**TR 81 Düzey 2 Bölgesi Mobilya ve Orman Ürünleri Sektör Analizi Raporu**.
- Bayraktar, Ahmet. 2012. Etkin Piyasalar Hipotezi. **Aksaray Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**.c.4.s.1: 37-47.
- Bayraktutan, Yusuf. 2003.Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri. **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. c.4.s.2:175-186.
- Baytal, Yaşar. 2007. Demokrat Parti Dönemi Ekonomi Politikaları (1950-1957). **Ankara Üniversitesi Türk İnkılap Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi**.s.40: 545-567.
- Bedir, Atila. 2012. Uluslararası Rekabet Gücü Kavramsal Çerçevesinde Türkiye İmalat Sanayii Sektörlerinin Rekabet Etme Biçimleri ve Uygun Politika Önerisi. **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**.14/1: 171-212.
- Bedir, Atila. 2009. Uluslararası Ticarete Fiyata Dayalı Rekabet Gücü ile Endüstri-İçi Ticaret Arasındaki İlişki: Türk İmalat Sanayi Örneği. İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Bilgili, Emine. 2006. Türkiye'nin Üyeliğinin Avrupa Birliği Bütçesine Muhtemel Etkisi. **Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c.15.s.2:61-80.
- Bostan, Aziz, Serap Ürüt, İsmet Ateş. 2010. Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Rekabet Gücü: Avrupa Birliği Ülkeleri İle Bir Karşılaştırma. **Akademik Fener Dergisi**.s.13: 44-58.
- Boya, Orkun Levent. 2012. **Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Teçhizat İmalatı**. Kalkınma Bakanlığı: 713-758.
- Bulu, Melih, Hakkı Eraslan, Mehmet Barca. 2007. Türk Gıda Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. **Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**.c.9.s.1: 311-335.
- Buluş, Abdulkadir, Esra Kabaklarlı. 2010. 1929 Ekonomik Buhranı ile Son Dönem Global Krizin Karşılaştırılması. **SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**. s.19: 1-22.
- Buzrul, Sencer. 2016. Türkiye'de Alkollü İçki Tüketimi. **Journal of Food and Health Science**. 2(3): 112-122.
- Chang, Ha-Joon, Antonio Andreoni, Ming Leong Kuan. 2013. International Industrial Policy Experiences and the Lessons for the UK. Government Office for Science. **Future of Manufacturing Project: Evidence Paper 4**.

- Corut, Hamza. 2013. 2008 Krizi Işığında Avrupa Borç Krizi'nin Türk İmalat Sanayi Üzerine Olası Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, Nermin. 2012. Türkiye’de Mobilya Sektörü Gelişim Planı İçin Bir Karar Modeli Önerisi. **Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi**. c. 4. no.1: 223-232.
- Çeştepe, Hamza. 2012. Çin’in Dış Ticaretinin Gelişimi, Dünya Ticaret Örgütü’ne Üyelik Öncesi ve Sonrasında Dünya Ticaretine Etkileri. **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**. c.8.s.17: 45-62.
- , Tuğba Mıstaçoğlu. 2012. Gümrük Birliği’nin Doğrudan Yabancı Yatırımlara Etkisi: Avrupa Birliği’nin Yeni Üyeleri ve Türkiye Üzerine Bir Panel Veri Analizi. **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**.c.32.s.1: 123-140.
- Çevik, Bora. 2016. **Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörü**. Türkiye İş Bankası. İktisadi Araştırmalar Bölümü.
- Çivi, Emin. 2001. Rekabet Gücü: Literatür Araştırması. **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**.c.8.s.2:21-38.
- Dağdemir, Özcan. 2008. Gelişmekte Olan Ülkelerde Dışa Açılma Sürecinde Kalkınma ve Sektörel Düalizm İlişkisi. Eskişehir **Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**.9(2):47-70.
- , Mesud Küçükkalay. 1999. Türkiye’de 1960-1980 Müdahale Dönemi Ekonomileri: İktisat Politikaları ve Makro Ekonomik Göstergeler Açısından Bir Karşılaştırma. **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. s.3: 121-138.
- Demir, Mehmet, Merve Tuncay. 2012. Türk Gıda Sektörünün Faaliyet ve Karlılık Oranları Açısından Analizi: İMKB Gıda Sektöründe İşlem Gören İşletmeler Üzerinde Bir Araştırma (2000-2008 Dönemi). **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**.c.17.s.2: 367-392.
- Deviren, Nursen Vatansever, Onur Yıldız. 2014. Bölgesel Rekabet Gücünün Arttırılmasında Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Rolü: Geka Örneği. **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**. c.7.s.35: 763-779.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı). 2007. **Demiryolu Araçları Sanayi**. Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara.
- . 2001. **Elektrikli Makinalar Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**.
- . 1963.**Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı(1963-1967)**.
- . **İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı(1968-1972)**.

_____ . **Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı(1973-1977).**

- Doğan, Ö. İpekgil, Mehmet Marangoz, Mert Topoyan, 2003. İşletmelerin İç ve Dış Pazarda Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler ve Bir Uygulama. **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.** c.5.s.2: 114,139.
- Doğan, Seyhun, Semanur Soyyiğit Kaya. 2011. Gümrük Birliği Sonrasında(1996-2009) Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Dış Ticaretinin Ülke ve Fasıl Bazlı Yoğunlaşma Analizi. **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi.**s.14:1-18.
- Dolun, Leyla. 2007. **Ana Metal Sanayi.**s.421-448.
www.kalkinma.com.tr/data/file/raporlar/ESA/ga/...sanayi/.../Ana_Metal_Sanayii.pdf
[12.11.2015].
- Dunne, Nikki. 2000. International Trends in the Timber Furniture Industry and the Implications for South African Furniture Exporters. **CSDS Working Paper.** No. 25.
- Dura, Cihan. 1991. Türkiye'de Sanayileşme ve İstihdam (1965-1985). **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi.** c.46.s.1:123-146.
- Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi. 2007. **Petrol ve Doğal Gaz Çalışma Grubu Petrol Alt Çalışma Grubu Raporu.**
- Ege Bölgesi Sanayi Odası. 2015. **Sanayi 4.0.**
- Egeli, Hüseyin A.1998.Türk İmalat Sanayi Sektörlerinin İhracata Katkısı. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.** s.3:1-14.
- Ekti, Ercan. 2013. **Endüstriyel Orman Ürünleri Sektör Raporlar Serisi IV.** T.C. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı.
- Eleren, Ali. 2006. Kuruluş Yeri Seçiminin Analitik Hiyerarşi Süreci Yöntemi İle Belirlenmesi: Deri Sektörü Örneği. **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi.** c.20.s.2: 405-416.
- Eraslan, Hakkı, Abdülmecit Karataş, Hüseyin Kaya. 2007. Türk Plastik Sektörünün Rekabetçilik Analizi. **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.** c.6.s.11:203-219.
- Eraslan, Hakkı, İsmail Bakan, Aslı Deniz Helvacıoğlu Kuyucu. 2008. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslar arası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.** c.7.s.13: 265-300.
- Erdem, Ekrem, Ahmet Köseoğlu.2014.Teknolojik Değişim ve Rekabet Gücü İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi.**c.9.s.1: 51-68.

- Erkan, Birol. 2012. Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye- Suriye Örneği. **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**.c.8.s.15: 195-218.
- Ernst, Dieter. 1997. From Partial to Systemic Globalization: International Production Networks in the Electronics Industry. **BRIE Working Paper 98**.
- Ersoy, Emrah. 2012. **Makine ve Teçhizatı Hariç; Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı**. Kalkınma Bakanlığı: 661-712.
- Ertuğrul, Cemil, Evren İpek, Olcay Çolak. 2010. Küresel Mali Krizin Türkiye Ekonomisine Etkileri. **Akademik Fener Dergisi**. s.14: 59-72.
- Eşiyok, B. Ali. 2007. Ağaç ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç). [www.kalkinma.com.tr/.../imalat.../Agac ve Mantar Urunleri Imalati Mobilya Haric](http://www.kalkinma.com.tr/.../imalat.../Agac_ve_Mantar_Urunleri_Imalati_Mobilya_Haric). [21.03.2016]
- Eşiyok, B. Ali. 2004. Türkiye Ekonomisinde Kalkınma Stratejileri ve Sanayileşme (Dün-Bugün-Yarın). Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ankara.
- Ezer, Feyzullah.2010. 1929 Dünya Ekonomik Krizinin Türkiye'ye Etkileri. **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c.20.s.1: 427-442.
- Gangnes, Byron, Ari Van Assche. 2010. Global Production Networks in Electronics and Intra-Asian Trade. The Economic Research Organization at the University of Hawai'i. Working Paper No. 2010-4.
- Godfrey, Nick. 2008. Why is Competition Important for Growth and Poverty Reduction. **OECD Global Forum on International Investment**.
- Gökçe, Cem. 2014. Önemli Bir Enerji Girdisi Olan Petrolün Ekonomik Kalkınma Sürecindeki Rolü. **AKÜ İİBF Dergisi**.c.16.s.1: 143-153.
- Gökmenoğlu, Seyit Muharrem, Mustafa Akal, Remzi Altunışık.2012.Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler. **Rekabet Dergisi**. c.13.s.4: 3-43.
- Görener, Ali, Ömer Görener. 2008. Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler. **Journal of Yaşar University**.3(10): 1213-1232.
- Görmezöz, Gökten. 2007.Türkiye Ekonomisinde Yaşanan Dalgalanmaların İstihdam Üzerindeki Etkisi ve Olumsuz Etkilerin Azaltılmasına Yönelik Önlemler. T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Gülçubuk, Ali. 2008. Müşteri Bağlılığı Yaratmada Fiyat Politikasının Önemi ve Uygulanan Fiyatlandırma Yöntemlerinin Değerlendirilmesi. **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**.c.15.s.1: 15-26.

GTB (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı). 2013a. **Elektrikli Teçhizat Sektörü**.

_____. 2013b. **Ana Metal ve Metal Ürünleri Sektörü**. Ankara.

_____. 2013c. **Diğer Ulaşım Araçları Sektörü**. Ankara.

_____. 2013d. **Eczacılık Sektörü**. Ankara.

_____. 2013e. **Tütün Ürünleri İmalatı Sektörü**. Ankara.

Güneş, Turan. 1994. Türkiye’de Tarım ve Sanayi İlişkilerinin Gelişimi, Sorunları ve Çözüm Önerileri. **Tarım Ekonomisi Dergisi**: 46-61.

Güney, Pelin Öge, İbrahim Murat Ceylan. 2014. Enflasyon Hedeflemesi ve Türkiye Deneyimi. **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. c.32.s.1: 143-164.

_____, O. Salih Akbay. 2008. Avrupa Birliği’nin Sanayi Politikası ve Türk Sanayisine Etkileri. **ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi**. c.4.s.7:147-162.

Gürpınar, Koray. 2007. Türk Mobilya Sektörünün Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

_____, Mehmet Barca. 2007. Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**.2(2):41-61.

Herciu, Mihaela. 2013. Measuring International Competitiveness of Romania by Using Porter’s Diamond and Revealed Comparative Advantage. **Procedia Economics and Finance** 6: 273-279.

Hinloopen, Jeroen, Charles van Marrewijk. 2004. Dynamics of Chinese Comparative Advantage. **Tinbergen Institute Discussion Paper**. TI 20040-34/2.

İEİS (İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası). 2015. **Türkiye İlaç Sektörü**.

İKMİB (İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği).2013. **Plastik Ambalaj Sektörü Gelecek Araştırması**. 2015-2023 Hedefler-Stratejiler.

İmer, Hayriye. 2015. Türkiye İmalat Sanayinde Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü: Seçilmiş Bölgeler İçin Bir Analiz. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

İnançlı, Selim, Fatoş Aydın. 2015. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı ve Dış Rekabet Gücü İlişkisi: Türkiye İçin Nedensellik Analizi. **Sakarya İktisat Dergisi**. ISSN 2147-0790.

İSO (İstanbul Sanayi Odası).2015a.**Deri ve Deri Ürünleri İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2015b. **Kağıt, Kağıt Ürünleri ve Basım Sanayi.** İstanbul.

_____ .2015c. **Kimyasallar ve Kimyasal Ürünler İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2015d.**Mobilya İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2014a.**Elektrikli Teçhizat İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2014b.**Elektronik Ürünlerin İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2014c. **Mineral Ürünler İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2014d.**Tekstil İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2012a.**Giyim Eşyası İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2012b.**Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı Sanayi.** İstanbul.

_____ .2006. **Gıda Sektörü.** İstanbul.

_____ , Sektörel Göstergeler, Yıllık Özet.www.iso.org.tr [16.09.2015].

İTO (İstanbul Ticaret Odası).2013. **Sanayi Bülteni.** s.2.

_____ .2006. **Uluslararası Pazarlarda Türk Gıda Sektörünün Rekabet Gücü ve İhracatta Aranılan Kriterler/ Karşılaşılan Engeller.** Yayın no:2006-24.

_____ .1997. **Sorularla Dış Ticaret Mevzuatı Rehberi.** Yayın no:1997-17.İstanbul.

_____ .**Otomotiv Sektör Raporu.**

İTKİB (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri). 2016. **Dünyada ve Türkiye’de Dokuma Kumaş Ticareti Üzerine Güncel Bilgiler.**

İTKİB (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri). 2015. **Tekstil ve Hammaddeleri Sektörü.**

Kanca, Osman Cenk. 2012. 1950-1960 Arası Türkiye’de Uygulanan Sosyo-Ekonomik Politikalar. **Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.** c.9.s.19: 47-63.

Kandemir, Ahmet. 2012. **Basım ve Yayım; Plak, Kaset ve Benzeri Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması.** Kalkınma Bakanlığı: 375-420.

- Karaaslan, Ahmet, Güner, Tuncer. 2010. Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Devlet Politikaları. **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**.s.26.
- Karabıçak, Mevlüt. 2000. Türkiye’de Ekonomik İstikrarsızlığın Tarihsel Gelişim Süreci. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**.c.5.s.2:49-65.
- Kartal, Zeki, Hakan Acaroğlu. 2014. Gelişmekte Olan Ülkelerde Sermaye İthalı-Yurtiçi Tasarruf ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Ampirik Bir Uygulama. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. 15(2): 141-164.
- Kaya, Dilek Göze, Ayşe Dugun. 2009. 1923-1938 Dönemi Atatürk’ün Maliye Politikaları: Bütçe ve Vergi Uygulamaları. **SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**. s.19: 233-249.
- Kaygısız, Buğra. 2013. Avrupa Birliği Sürecinde Türk İmalat Sanayi Rekabet Gücünün Analizi. Yüksek Lisans Tezi. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaynak, Selahattin. 2016. Giyim Eşyası İmalatı Piyasa Yapısı ve Yoğunlaşma Oranı: Türkiye’nin İlk 500 Sanayi Kuruluşu Üzerine Bir Uygulama. **Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi**. c.12.s.30: 21-37.
- Keskin, Yusuf Ziya. 2012. Demokrat Parti İktidarı ve Günümüze Yansımaları. **Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**.c.5.s.1: 107-130.
- Kırankabeş, Mustafa Cem. 2006. Küresel Rekabet Gücü Boyutunda AB Ülkeleri İle Türkiye’nin Karşılaştırmalı Analizi. **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. s.16:231-254.
- Kıroğlu, M. Fatih. 2012. **Kimya Araştırma Raporu**. Çukurova Kalkınma Ajansı.
- Kıymaz, Taylan, Yurdakul Saçlı.2008. Tarım ve Gıda Ürünleri Fiyatlarında Yaşanan Sorunlar ve Öneriler. Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı. Yayın No: DPT: 2767.
- Koç, Murat, O. Başar Özbozkurt. 2014. Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme. **İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi**. c.2.s.3: 85-91.
- Konya Sanayi Odası.2008. **Konya Ana Metal Sanayi Sektörel Analiz Raporu**.
- Korkmaz, Suna. 2010. Türkiye’de Ar-Ge Yatırımları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin VAR Modeli İle Analizi. **Journal of Yaşar University**. 20(5): 3320-3330.

- Kösekahyaoğlu, Levent, Gökhan Özdamar. 2011. Türkiye, Çin ve Hindistan'ın Sektörel Rekabet Gücü Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. **Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**.c.30.s.2: 29-49.
- Köseoğlu, Ahmet. 2012. Teknolojik Değişim ve Rekabet Gücü İlişkisi: Türkiye İmalat Sanayi Üzerine Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- KPMG. 2015. **2015 Küresel Metal Sektörü Raporu**.
- Krugman, Paul R. 2008. Trade and Wages, Reconsidered. Brookings Papers on Economic Activity.
- Kundak, Sabriye. 2015. Türkiye’de İmalat Sanayinin İthalata Bağımlılığının Analizi. Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kutlu, Hüseyin Ali, N. Savaş Demirci.2011. Küresel Finansal Krizi (2007-?) Ortaya Çıkaran Nedenler, Krizin Etkileri, Krizden Kısmi Çıkış Ve Mevcut Durum. **Muhasebe ve Finansman Dergisi**. s.52: 121-136.
- Kuzu, Sultan. 2013. Yapısal Kırılmaları Göz Önüne Alarak Türk İmalat Sanayi Ekonomik Değişkenleri Arasında Uzun Dönemli İlişkilerin Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Laursen, Keld. 1998. Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation. **Danish Research Unit for Industrial Dynamics**. Working Paper No. 98-30.
- Lee, Eddy. 2005. Trade Liberalization and Employment. **DESA Working Paper**. No.5.
- Lowe, Nichola, Martin Kenney. 1999. Foreign Investment and the Global Geography of Production: Why the Mexican Consumer Electronics Industry Failed?. **World Development**. vol.27. no.8: 1427-1443.
- Maier, Frank H. 1998. Technology: A Crucial Success Factor in Manufacturing? Some Insights from the Research Project: World Class Manufacturing. **Visiting Scholar at Massachusetts Institute of Technology**.
- Martin, Michael F. 2007.U.S. Clothing and Textile Trade with China and the World: Trends since the end of Quotas. Congressional Research Service Report for Congress.
- Meder, Yusuf. 2012. **Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı**. T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- Morrison, Wayne M. 2015. China’s Economic Rise: History, Trends, Challenges, and Implications for the United States. **Congressional Research Service**.
- MÜSİAD. 2013. Sektör Raporları. **Tekstil ve Deri Sektör Raporu**.

- Narin, Özgür. 2008. Teknolojik Değişim: Türkiye’de Üretim Araçları Üretimi. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Nart, Ela Çolpan. 2010. Gümrük Birliği’nin Türkiye’nin Dış Ticareti Üzerine Etkileri: Panel Veri Analizi. **Yaşar Üniversitesi Dergisi**. c.17.s.5: 2874-2885.
- Naude, Wim, Adam Szirmai. 2012. The Importance of Manufacturing in Economic Development: Past, Present and Future Perspectives. **UNU-MERIT Working Papers ISSN 1871-9872**.
- OAİB(Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri).2014a. **Kağıt-Karton Sektör Raporu**.
- OAİB (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri). 2014b. **Mobilya Sektör Raporu**.
- Ovalı, Serap. 2014. Küresel Rekabet Gücü Açısından Türkiye’nin Konumu Üzerine Bir Değerlendirme. **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**. c.7. s.13: 17-36.
- Öcal, Fatih Mehmet. 2011. Küresel Ekonomik Krizin Reel Sektöre Etkileri Çerçevesinde Türkiye’nin Dış Ticaret Analizi. **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. c.10.s.36:204-225).
- Ökmen, Mustafa, Kadri Canan. 2009. Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde Türk Kamu Yönetimi. **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**.c.16.s.1: 139-171.
- Özkul, İdris, Yaşar Sarı.2008. Türkiye’de Tütün Sektörünün Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri. 2. Ulusal İktisat Kongresi, 20-22 Şubat 2008.İzmir.
- Özkul, Mehmet. 2011. Türkiye Ekonomisinde Beyaz Eşya Sektörünün Önemi. **Ekonomik Yaklaşım Dergisi**. c.22. s.78: 119-136.
- Özman, Z. Sibel. 2000. **Saraciyeye Sektör Araştırması**. İstanbul Ticaret Odası, Dış Ticaret Araştırma Servisi.
- Özmen, Erdal. 2014. Reel Döviz Kuru ve Türkiye Dış Ticaret Dinamikleri. **ERC Working Papers in Economics 14/12**.
- Özsağır, Arif, Aliye Akın. 2012. Hizmetler Sektörü İçinde Hizmet Ticaretinin Yeri ve Karşılaştırmalı Bir Analizi. **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. c.11.s.41: 311-331.
- Özşen, Tolga.2011. Robot Krallığı Japonya’nın Görünmeyen Yüzü: Dünden Bugüne Japon Kırsalı. **Sosyoloji Araştırmaları Dergisi**. c.14.s.2: 59-93.
- Parasız, İlker. 2008. **İktisada Giriş**. 9.bs. İstanbul. Ezgi Kitabevi.
- Petrol-İş. 2011a. **Dünya ve Türkiye’de Kimya Sektörü, Kriz Sonrası Yapısal ve Güncel Eğilimler**.

_____. 2011b. **Petrol Sektöründe Gelişmeler**. Araştırma Servisi.

Porter, Michael E. 1990. New Global Strategies for Competitive Advantage. **Planning Review**.vol.18.no.3: 4-14.

Prodan, Igor.2005. Influence of Research and Development Expenditures on Number of Patent Applications: Selected Case Studies in OECD Countries and Central Europe, 1981 - 2001. **Applied Econometrics and International Development**.vol.5-4: 5-22.

Raynolds, Laura T. 2004. The Globalization of Organic Agro-Food Networks. **World Development**. vol. 32, no. 5: 725–743.

Rosli, Mohd. 2006. The Automobile Industry and Performance of Malaysian Auto Production. **Journal of Economic Cooperation** 27, 1: 89-114.

Rothaermel, Frank T. 2008. Competitive Advantage in Technology Intensive Industries. Technological Innovation: Generating Economic Results Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth.vol.18:201–225.

Sabır, Hasan. 2006. Atatürk’ün Ekonomi Anlayışı. **Sayıştay Dergisi**. s.62.

Saatçioğlu, Cem, Betül Gür.2005. Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması’nın Sona Ermesi Sürecinde Çin’in Türk Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretine Etkisi. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**. c.10.s.1: 149-170.

Sandberg, Erik, Mats Abrahamsson. 2011.Logistics Capabilities for Sustainable Competitive Advantage. **International Journal of Logistics**.(14),1.

Saygılı, Şeref. 2003. Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu. DPT. **Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü**. Yayın No. DPT: 2675.

Seyidoğlu, Halil. 2003. **Uluslararası İktisat. Teori, Politika ve Uygulama**. 15.bs.Güzem Can Yayınları. No:20.

Sevilmiş, Gözde. 2012. **Ege Bölgesi Plastik Sektörü Raporu**. AR-GE Bülten. www.izto.org.tr [29.04.2016].

Simons, Gerald P.W. , Paul N. Isely. 2014. Innovation in the Automobile Industry: How the Changing Face of Global Competition Affects Motor Vehicle Patenting. **Journal of Applied Business and Economics**. vol.16(5): 82-85.

Sing, Ajit. 2007. Globalization, Industrial Revolutions in India and China and Labour Markets in Advanced Countries: Implications for National and International Economic Policy. **Policy Integration Department International Labour Office. Working Paper No. 81**.

- Soyak, Alkan. 2003. Türkiye’de İktisadi Planlama: DPT’ye İhtiyaç Var mı? **Doğuş Üniversitesi Dergisi**. 4(2): 167-182.
- Soydal, Haldun. 2006. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik Analizi: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**.s.16: 577-604.
- Soylu, Perihan Ünlü, Özlem Yaktı. 2012. Devletçiliğe Yönelmede Bir Köşe Taşı: Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı. **International Journal of History**.c.4.özel sayı:365-379.
- Sözer, Mısra, Dilek Gürkan. 2007. “CE” İşareti ve Ülkemizdeki Uyum Çalışmaları. **Kamu-İş**.c.9.s.1: 127-138.
- Stiglitz, Joseph. 2003. Globalization and the Economic Role of the State in the New Millennium. **Industrial and Corporate Change**.vol.12.no.1: 3-26.
- Sungur, Onur. 2015. 2000 Sonrası Türkiye Ekonomisi: Büyüme, Enflasyon, İşsizlik, Borçlanma ve Dış Ticarete Gelişmeler. **Tematik Yazılar, Toplum ve Demokrasi**.9(19-20), Ocak-Aralık: 243-269.
- Şaf, Mehmet Yaşar. 2015.Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörünün Makroekonomik Etkileri: Uluslararası Karşılaştırma ve Türkiye Değerlendirmesi. T.C. Kalkınma Bakanlığı. Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Uzmanlık Tezi.
- Şener, Sefer. 2004. İkinci Dünya Savaşı Yıllarında Türkiye’de Tarım Politikası Arayışları. **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. s.7: 73-92.
- Şenses, Fikret, Arman Kırım. Türkiye’de 1980 Sonrası Ekonomik Politikalar-Sanayileşme Etkileşimi ve Sanayinin Yeniden Yapılanma Gerekleri. ss:361-371. <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10654.pdf> [08.10.2015]
- Şentürk, Canan. 2007. Dış Ticaret Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye ve Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Testi. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şişman, Mehmet, Tahsin Yamak, H. Murat Ertuğrul. 2004. Türkiye’nin Rekabet Gücü: İmalat Sanayi, İhracat ve Sermaye Hareketleri(Arbitraj). **T.C. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**. c.19.s.1:91-119.
- Takım, Abdullah. 2011. Türkiye’de 1960-1980 Yılları Arasında Uygulanan Kalkınma Planlarında Maliye Politikaları. **Maliye Dergisi**.s.160: 154-176.
- Tanyılmaz, Kurtar. 2002. Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Sektörü. **Birleşik Metal-İş Yayınları**.No.13/2002.
- Taş, Ayşenur. 2016. **Plastik ve Kauçuk Sektör Raporu**. Çerkezköy Ticaret ve Sanayi Odası

- T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. 2013. **Elektronik Sektörü Raporu**. 2013/2.
- T.C. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı(DOĞAKA).2014.Mobilyacılık Sektör Raporu.
- T.C. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı. 2013. **Endüstriyel Orman Ürünleri**. Sektör Raporlar Serisi IV.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. 2016. **İlaç ve Eczacılık Ürünleri Sektörü**. Sektör Raporları.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı.2015.**Ekonomik ve Sosyal Göstergeler 1950-2014**.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı.2015. **Kimya Çalışma Grubu Raporu**. Ankara.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı.2014a.**İmalat Sanayinde Dönüşüm**. Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018).Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara.
- . .2014b. **Otomotiv Sanayi Çalışma Grubu Raporu**. Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. Temel Ekonomik Göstergeler.
<http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/TemelEkonomikGostergeler.aspx>
(12.02.2017)
- T.C. Merkez Bankası, İstatistikler, Reel Sektör İstatistikleri, İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı, <http://tcmb.gov.tr/> [07.10.2015]
- Teknoloji Yoğunluğuna Göre İmalat Sanayi Sektörleri (NACE Rev.2)
<http://iosb.org.tr/> [12.11.2015].
- Temiz, Dilek. 2009. Gümrük Birliği ile Birlikte Türkiye'nin Dış Ticaretinde Yapısal Değişimler Oldu mu? **Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi**. c.8.s.1: 115-138.
- TEPAV. 2007. **Türkiye'nin Rekabet Gücü İçin Sanayi Politikası Çerçevesi**.
- TEPAV. www.tepav.org.tr [23.09.2015].
- Terzi, Harun, Sabiha Oltulular.2004.Türkiye'de Sanayileşme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensel İlişki. **Doğuş Üniversitesi Dergisi**.5(2):219-226.
- Thomas, Jayan Jose. 2002. A Review of Indian Manufacturing. **India Development Report**.
- TİM (Türkiye İhracatçıları Meclisi). 2010. **Ağaç ve Orman Ürünleri Sektörü**. Türkiye 2023 İhracat Stratejisi Sektörel Kırılım Projesi.

Timurçin, Deniz. 2010. Türkiye’de Kobi’lerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

TOBB.2013. **Türkiye Demir ve Demir Dışı Metaller Meclisi Sektör Raporu.**

TOBB.2013. **Türkiye Orman Ürünleri Meclisi Sektör Raporu.**

TOBB. 2012. **Türkiye Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörü Raporu.**

Tosun, Mustafa. 2005. **İçme ve Maden Suyu Sektör Araştırması.**

Trade Statistics for International Business Development. Monthly, Quarterly and Yearly Trade Data. <http://www.trademap.org/> [12.05.2016]

Turan, Zübeyir. 2011. Dünyadaki ve Türkiye’deki Krizlerin Ortaya Çıkış Nedenleri ve Ekonomik Kalkınmaya Etkisi. **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi.** c. 4. s.1: 56-80.

TÜBİTAK. 2003. **Tekstil Paneli (Son Rapor).** Vizyon 2023, Teknoloji Öngörüsü Projesi.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu).2014. **İstatistik Göstergeler: 1923-2013.** Yayın no. 4361.

—————. .2013. **Ekonomik Göstergeler.** ISSN 1305-3353.

—————. .Konularına Göre İstatistikler, Dış Ticaret İstatistikleri. <http://tuik.gov.tr/> [16.10.2016]

Türkiye İş Bankası, Mineral Ürünler Raporu. <https://ekonomi.isbank.com.tr> [08.04.2016]

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. 2016. Belirli Göstergelerle İmalat Sanayindeki Aylık Gelişmeler.

Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.2007. **Küreselleşme Sürecinde Dünya ve Türkiye Ekonomisinde Sektörel Yapıdaki Dönüşüm Üzerine Bir İnceleme.** Ekonomik Araştırmalar Müdürlüğü, Sektör Araştırmaları.

Türkiye Ziraat Odaları Birliği.2004. **Pamuk Çalışma Grubu Raporu.**

TÜSİAD. 2016. **Türkiye’nin Rekabetçiliği İçin Bir Gereklilik Olarak Sanayi 4.0.** Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi.

Uğur, Abdullah. 2004. Türkiye’nin Dış Ticaretinde Tekstil-Giyim Sektörünün Yeri ve Yeni Rekabet Dönemi. **Coğrafi Bilimler Dergisi.** c.2.s.2: 26-49.

- Ulengin, Fusun, Şule Ekici, Bora Çekyay, Özay Özaydın, Özgür Kabak.2012. **Kimya Sanayisi Rekabet Gücü Raporu**. TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu.
- Uygurtürk, Hasan, Turhan Korkmaz. 2012. Finansal Performansın TOSIS Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Belirlenmesi: Ana Metal Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**.7(2):95-115.
- Uysal, Ceren. 2001. Türkiye- Avrupa Birliği İlişkilerinin Tarihsel Süreci ve Son Gelişmeler. **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi** (1):140-153.
- Uysal, Gül. 2002. Türkiye Ekonomisinde Deri ve Deri Mamulleri Sanayinin Yeri ve Öneminin Araştırılması. **TÜBİTAK**. Turk J Vet Anim Sci 26: 671-678.
- Uzunkaya, Mehmet. 2013. **Uluslararası Rekabet Edebilirlik Çerçevesinde Türk İnşaat Sektörünün Yapısal Analizi**. T.C. Kalkınma Bakanlığı. İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. Haziran 2013.
- Vergil, Hasan, Ertuğrul Yıldırım. 2006. AB-Türkiye Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri. **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**.s.26: 1-21.
- Yalçinkaya, M. Hakan, Coşkun Çılbant, Filiz Erataş, Demet Hartoğlu. 2014. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Ekseninde Rekabet Gücünün Analizi:Türk-Çin Dış Ticareti Üzerine Bir Uygulama. **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**.s.24: 41-57.
- Yaşar, Okan. 2013. Türkiye'de Otomotiv Ana ve Yan Sanayi ve Marmara Bölgesinde Kümelenme. **International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic**. vol. 8/6: 779-805.
- . 2010. Türkiye'de Beyaz Eşya Sanayi. **Marmara Coğrafya Dergisi**.s.21:150-185.
- Yay, Gülsün. 2012. **Para ve Finans, Teori-Politika**.1.bs. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Yenal, Oktay.2010. **Türkiye'nin İktisat Tarihi**. 4. bs. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yıldırım, Süreyya. 2006. Türkiye'de 24 Ocak 1980 Öncesi ve Sonrası Sanayileşme ve Ekonomik Büyümeye Etkileri. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c.7.s.1.

- Yıldız, Sebahattin, Salih Alp. 2014. Bir Kümelenme Örneği Olarak Kaşar Peyniri Endüstri Kümesi. **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi** .c.32.s.1: 249-272.
- Yiğit, Mehmet. 1999. Global Elektronik Sektörü ve Türkiye. **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**.s.1: 177-203.
- Yorulmaz, Hülya. 2014. **Doğu Marmara Bölgesi Kağıt Sanayi Sektör Raporu**. Doğu Marmara Kalkınma Ajansı. Bölge Planı Yayınları Serisi-16.
- Yüce, Gönül, Merter Akıncı, Ömer Yılmaz. 2013. Türkiye Ekonomisinde Temel Ekonomik ve Finansal Göstergeler Bağlamında 2002 Öncesi ve Sonrası. **Maliye Dergisi**. s.164:183-207.
- Yüksel, Esra, Ercan Sarıdoğan. 2011. Uluslararası Ticaret Teorileri ve Paul R. Krugman'ın Katkıları. **Öneri Dergisi**. c.9.s.35: 199-206.
- Yükseler, Zafer. 2009. Türkiye'de Kriz Dönemlerinde Ekonomik Gelişmeler ve Ödemeler Dengesi Uyum. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- World Economic Forum. 2010. **The Global Competitiveness Report 2010–2011**.
- _____. 2014. **The Global Competitiveness Report 2014–2015**.
- Zaimoğlu, Sedef. 2012. **Türkiye Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sektörü Raporu**. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği. Yayın no: 2014/216.

ÖZ GEÇMİŞ

Ad-Soyad: Fergül ÖZGÜN

Lisans: Yıldız Teknik Üniversitesi/ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi/ İktisat Bölümü (2009-2013).

Yüksek Lisans: Yıldız Teknik Üniversitesi /Sosyal Bilimler Enstitüsü/ İktisat Anabilim Dalı

Mesleki Tecrübe: Araştırma Görevlisi/ İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi/ Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü

