



ISSN 1304-8120 | e-ISSN 2149-2786

Araştırma Makalesi * Research Article

Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerinin Ev Sahibi Ülke İhracatı Üzerine Etkilerinin Teorik Alt Yapısına İlişkin Bir İnceleme

A Review of The Theoretical Framework of The Effects of Foreign Direct Investment Inward on The Exports of The Host Country *

Burak UĞUR

Arş.Gör. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, burakugur89@hotmail.com
Orcid ID: 0000-0001-9056-8035.

Seyhan TAŞ

Prof. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, seyhantas1@hotmail.com
Orcid ID: 0000-0002-9671-4838.

Öz: Doğrudan yabancı yatırım ve dış ticaretin önemli bir kısmı çok uluslu şirketler tarafından yapılmaktadır. Çok uluslu şirketler, ev sahibi ülkelerin ihracatını; sermaye, teknoloji, yönetim bilgisi, know how ve özellikle ana ülke piyasaları olmak üzere bölgesel ve küresel piyasalara erişimi sağlayarak genişletmektedir. Doğrudan yabancı yatırım aracılığıyla ihracatın artması hükümetlerin doğrudan yatırım çekme istekleri arasında en önemli nedenlerden biridir. Çok uluslu şirketler, yerel piyasada kurdukları fabrikalarda üretilen mal ve hizmetlerin ihracatının yanında yerel firmaların da ihracatlarının artmasını sağlamaktadır. Bu şirketler, yerel tedarikçiler ve müşterilerle ihracata yönelik önemli bilgileri paylaşma eğilimindedir. Ayrıca rakip yerel firmalar da gözlem/taklit ya da emeğin hareketliliği yoluyla bu bilgilerin bir kısmına erişebilmektedir. Böylece yerel firmalar çok uluslu şirketlerin dış piyasalar konusundaki deneyimlerinden, satış, dağıtım ve pazarlama kanallarından yararlanarak ihracatlarını artırmaktadır. Bu çalışmada, doğrudan yabancı yatırım girişlerinin ihracat üzerinde hangi yollarla etkili olduğu doğrudan yabancı yatırımların ihracat üzerine etkilerine ilişkin teorik alt yapı (Uçan Kazlar Modeli, Ürünün Yaşam Evreleri Teorisi ve Yeni Büyüme Teorileri) kapsamında ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan yabancı yatırım, ihracat, uçan kazlar modeli, ürünün yaşam evreleri teorisi, yeni büyüme teorileri.

Abstract: A significant part of foreign direct investment and foreign trade is carried out by multinational companies. Multinational Companies expand the exports of host countries by providing access to capital, technology, management knowledge, know-how and regional and global markets, especially the main country markets. Increasing exports through foreign direct investment is one of the most important reasons decisively for governments ' desire to attract direct investment. Multinational Companies increase the exports of goods and services produced in the factory they have established in the local market, as well as local companies. This companies tend to share important export-oriented information with local suppliers and the customer. In addition, competing local firms also have access to some of this information through observation/imitation or mobility of labor. In this way, local companies can increase their exports by taking advantage of multinational companies ' experience in foreign markets, sales, distribution and marketing channels. In this study, the ways

* Bu çalışma, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü tarafından kabul edilen "Doğrudan Yabancı Yatırım Girişlerinin İhracat Üzerine Etkileri: G-20 Ülkeleri Örneği" isimli doktora tezinden derlenmiştir.

Geliş Tarihi: 23.09.2021

Kabul Tarihi: 25.02.2022

Yayın Tarihi: 30.04.2022

Atıf: Uğur, B., & Taş, S. (2022). Doğrudan yabancı yatırım girişlerinin ev sahibi ülke ihracatı üzerine etkilerinin teorik alt yapısına ilişkin bir inceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 456-471. Doi: 10.33437/ksusbd.999710

in which foreign direct investment inward affect exports are discussed within the scope of theoretical infrastructure (Flying Geese Model, Product Life Cycle, and New Growth Theory) on the effects of foreign direct investment on exports.

Keywords: Foreign direct investment, export, flying geese model, product life cycle, new growth theory.

GİRİŞ

Doğrudan yabancı yatırım (DYY), yabancı ülkeye yapılan nakdi sermaye transferlerinin yanı sıra teknoloji, makine, know-how (teknik bilgi), eğitim ve pazarlama konularında büyük imkânlar getiren uzun dönemli yatırımlardır (Yalçiner, 2008: 87). DYY girişlerinin ev sahibi ülkenin ihracat performansı üzerindeki etkisi iki şekilde olmaktadır. Bu etkilerden ilki, çok uluslu şirketlerin (ÇUŞ) yurt dışı iştirakleri tarafından yapılan ihracat ile oluşan doğrudan etkidir. Bu etkilerden ikincisi ise, doğrudan yabancı yatırımın yerel firmaların ihracatı üzerindeki etkisi olan dolaylı etkidir (Zhang, 2005: 4).

ÇUŞ'lar güçlü sermayeleri, üstün teknolojileri, uluslararası pazarlama bilgileri, bilgi ve deneyimleri, mevcut uluslararası dağıtım ağları ve kaynak ülkedeki lobcilik faaliyetleri gibi dünya piyasalarına girişte yerel firmalara kıyasla güçlü rekabetçi avantajlara sahiptir. Bu firmalar sahip oldukları bu avantajları ev sahibi ülkelerin sahip oldukları ucuz ve nitelikli iş gücü, doğal kaynak bolluğu, büyük pazarlara yakınlık ve ev sahibi ülkenin ekonomik entegrasyonlara üyelikleri ile birleştirerek ihracatlarını arttırabilmektedir. Ayrıca ÇUŞ'lar, yerli firmalara yabancı piyasalar hakkında bilgiler sağlayarak, yabancı piyasalara erişim için gerekli alt yapıları iyileştirerek hatta kendi geliştirdikleri taşıma, iletişim ve finansal hizmetler alt yapısını yerli firmalara kullanarak ihracat piyasalarına girmelerini kolaylaştırabilmektedir. Böylece yerli firmalar, ülkelerine gelen yabancı firmalar sayesinde daha kolay ihracat yapma imkânı kazanmaktadır. Bununla birlikte, yabancı ihracatçıların yoğunlaşması sayesinde ulaşım ve depolama olanaklarına ilişkin altyapının, teknolojinin gelişmesi gibi etkiler pozitif dışsallık yaratarak yerli firmaların ihracat yapma kapasite ve kabiliyetini arttırmaktadır (Saggi, 2002: 217). DYY'nin ev sahibi ülkenin yerel firmalarının ihracatını etkileme kanalları; gözlem/taklit, emeğin devri, rekabet, ihracat bilgi dışsallıkları, bağlantılar ve lobiciliklerdir (Kneller ve Pisu, 2005: 1-9).

Bu çalışmanın amacı, doğrudan yabancı yatırım girişlerinin ihracat üzerindeki etkilerinin teorik alt yapısını incelemektir. Bu kapsamda, doğrudan yabancı yatırım girişlerinin ev sahibi ülke ihracatı üzerindeki etkisine ilişkin teorik temeller; Uçan Kazlar Modeli, Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi ve Yeni Büyüme Teorileri ile açıklanmaktadır.

UÇAN KAZLAR MODELİ

Uçan Kazlar Modeli ilk olarak 1930'lu yıllarda Japon iktisatçı Kaname Akamatsu tarafından geliştirilmiştir. Akamatsu, Uçan Kazlar Modelini Japonya'daki 19 ve 20. yüzyıllardaki tekstil endüstrisinin evrimine dayanarak geliştirmiştir. Model, Japonya'nın Doğu Asya'da sanayileşmede lider rolünü üstlendiği ve diğer ülkelerin de Japonya'nın arkasından uçarak Japon modelini taklit ettikleri bir göç görüntüsü sağlamaktadır (Lee, 2007: 20). Bir başka deyişle, Uçan Kazlar Modeli, Doğu Asya'da dışa açık gelişmekte olan ekonomilerin sanayileşmeyi yakalama süreçlerini içeren bir kalkınma teorisidir.

Akamatsu, Uçan Kazlar Modelini, Japonya'nın Batıyı yakalama deneyiminden yola çıkarak geliştirmiştir. Japonya 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Meiji Restorasyonu ile ekonomisini modernize etmeye çalışmıştır. Bu süreç İkinci Dünya Savaşı ile kesintiye uğramasına rağmen Japonya ekonomisi, 1960'larda başarılı bir şekilde sanayileşerek gelişmiş tek Asya ülkesi olmuştur. Teoriye göre, Doğu Asya'daki diğer ülkeler de sırayla Japonya'yı izleyerek kalkınmayı sağlamaktadır.

DYY kavramı, Kojima tarafından Uçan Kazlar Modeline 1978 yılında eklenmiştir. Kojima'ya göre Japon tipi (ticaret yaratıcı) DYY, hem kaynak ülkenin hem de ev sahibi ülkenin karşılaştırmalı üstünlüklerini, aralarındaki dış ticaret hacmini ve iktisadi büyümelerini arttırmaktadır. Japon tipi DYY'nin sanayileşmenin ülkeler arasındaki aktarımını kolaylaştıran bir faktör olduğu öngörülmektedir (Kojima, 2000: 376). Aşağıda ilk olarak, 1930 yılında Akamatsu'nun oluşturduğu, 1978 yılında Kojima'nın ve 1990 yılında Yamazawa'nın genişlettiği Uçan Kazlar Teoreminin tarihsel gelişimine, sonrasında ise Uçan Kazlar Modelinde doğrudan yabancı yatırımların ev sahibi ülkenin ihracatına etkisine değinilmektedir.

Tarihsel Süreçte Uçan Kazlar Modeli

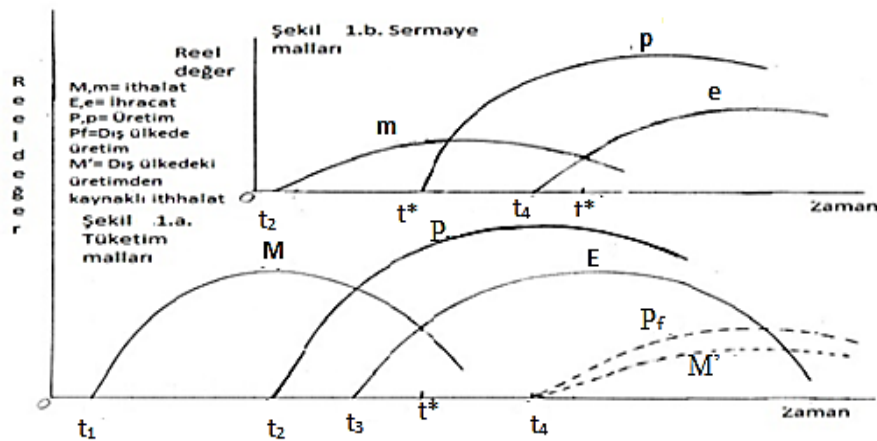
Kültürel olarak incelendiğinde, uçan kazlar terminolojisinin özel anlamları bulunmaktadır. Klasik Çin literatüründe bu kavram, liderlik ve bir ulus devlet içerisindeki toplu eyleme dayalı bir düzenin sembolü anlamına gelmektedir. Kazların uçuş oluşumunun “/\” geometrisi, takım dayanışması ve eve dönme isteği olarak iki tür niteliği sembolize etmektedir (Xing, 2007: 3).

Akamatsu tarafından, 1930’lu yıllarda oluşturulan temel Uçan Kazlar Modelinin iki varsayımı bulunmaktadır. İlk olarak, gelişmekte olan ülkelerdeki tüm endüstriyel ürünler için gelişim süreci ithalat, yurt içi üretim ve ihracat sıralaması şeklindedir. İkinci olarak, bu süreç tüketim mallarında sermaye mallarından önce başlamaktadır. Ayrıca ham madde ve basit mallar, işlenmiş ve karmaşık mallardan önce bu sürece girmektedir.

Akamatsu için endüstriyel gelişim, temelde iki çeşit üretim çeşitlendirmesi göstermektedir. Bunlardan ilki, endüstri içi ürün döngüsüdür. Bu gelişim, ham madde ve basit mallardan işlenmiş ve karmaşık mallara doğru bir seyir izlemektedir. Örneğin, pamuktan yüne ve sentetik tekstillere doğru olan bir gelişim. İkinci üretim çeşitlendirmesi ise, endüstriler arası ürün döngüsüdür. Bu gelişim tekstilden çeliğe, otomobillerden bilgisayarlara ya da tüketim mallarından sermaye mallarına bir endüstrinin gelişimini gösterir (Kojima, 2000: 379).

Akamatsu, ithalatı gözlem/taklit etkisi bir başka deyişle de ters mühendislik (ithal edilmiş sanayi ürünlerini sökmek ve parçaları birleştirmek yoluyla yapısını öğrenmek) yoluyla bir ülkeye yeni mallar ve teknoloji getirmenin ana yolu olarak görmektedir. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerin herhangi bir endüstride gelişimi için itici faktör, gelişmiş ülkelere ithalat yapmasıdır. Bu durum rekabet etkisi yaratarak firmaları ters mühendisliğe (gözlem/taklit) yöneltmektedir.

Uçan Kazlar Modeli, lider kaz Japonya öncülüğünde Doğu Asya’daki gelişmekte olan ülkelerin benzer gelişme yolları izlediğini göstermektedir. Model, gelişmiş ülke (lider) ve gelişmekte olan ülkeler (takipçi ülkeler) arasında dinamik değişimleri varsaymaktadır. Şöyle ki; önde gelen kaz belirli bir zaman sonra yorulmakta (karşılaştırmalı avantajını kaybetmekte) ve pozisyonu daha üstün olan kaz lider konuma geçmektedir. Dolayısıyla Uçan Kazlar Modelinde, bir ülke bir endüstride belli bir zaman içerisinde karşılaştırmalı avantaj kazanmakta ve sonrasında ise bu avantajı kaybetmektedir (Kojima, 1995: 114). Bu durum kalkınmanın genelinde olmasa da, endüstri bazında gerçekleşmekte ve yaban kazlarının “/\” şeklinde uçuşu ile de uyumluluk göstermektedir. Japonya öncülüğünde Doğu Asya’daki ülkelerin sıralı gelişimi de yaban kazlarının “/\” şeklini andıran biçimde düzenli sırayla uçuşuna benzemektedir.



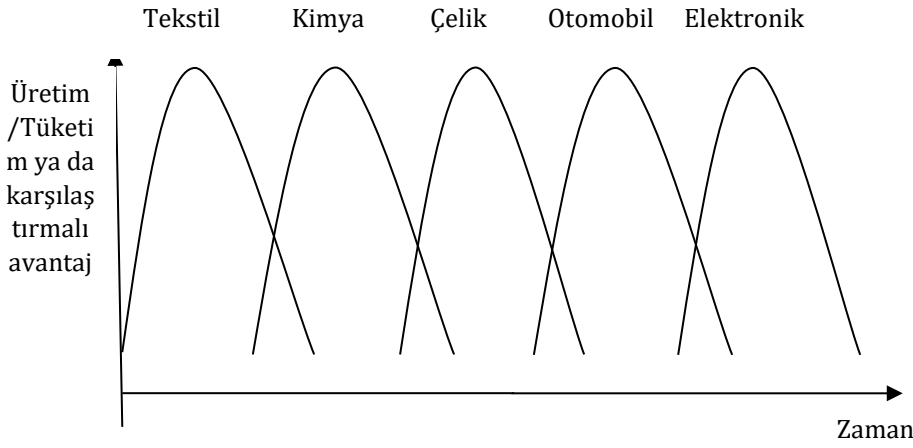
Şekil 1. Endüstriyel gelişimin uçan kazlar modeli (Kojima, 2000: 378).

Şekil 1’de endüstriyel gelişimin Uçan Kazlar Modeli gösterilmektedir. Şeklin a kısmında gelişmekte olan bir ülkede (X ülkesi) bir tüketim malı (örneğin, pamuk ipliği ya da tekstil) endüstrisinin gelişimi, şeklin b kısmında ise bir sermaye malı (örneğin, tekstil makinesi) endüstrisinin gelişimi gösterilmektedir. Şeklin yatay kısmında zaman boyutuyla belirli bir tüketim ya da sermaye malı için ithalat (M,m), yurt içi üretim (P,p) ve ihracat (E,e) gösterilmektedir. Bu 3 eğrinin şekil üzerindeki sıralı

görünümü kazların “/\” şeklini andıran biçimde düzenli sırayla uçmasına benzemektedir. Akamatsu'nun analizinde doğrudan yabancı yatırım ve dolayısıyla dış ülkedeki üretim (P_f) ve dış ülkedeki üretimden kaynaklı ithalat (M') kavramlarının bulunmadığı da belirtilmelidir.

Akamatsu, Uçan Kazlar Modelinin temel dizisini aşağıdaki 4 aşamada açıklamıştır (Akamatsu, 1961: 12-16; Kojima, 2000: 377-379):

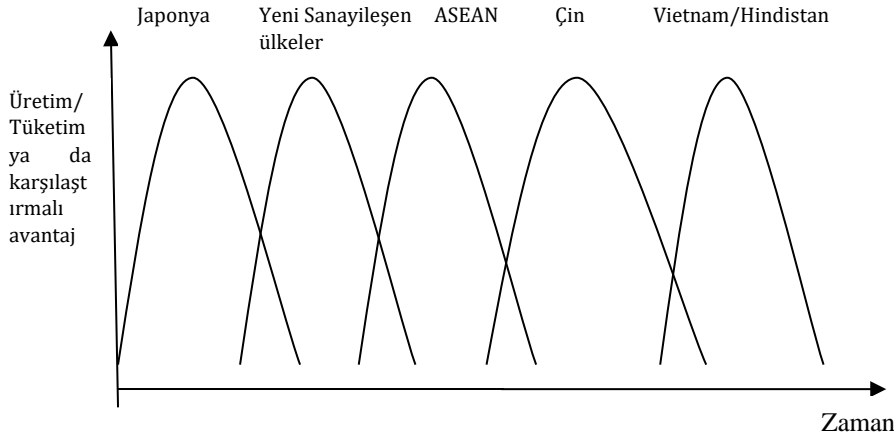
- 1. Aşama:** Gelişmekte olan bir ülke ilk olarak, gelişmiş ülkeden tüketim için endüstriyel malların ithalatına başlamaktadır. Şekil 1.a'da görüldüğü üzere, tüketim malının ithalatı (M) t_1 noktasında başlamaktadır. Bu ithal endüstriyel tüketim mallarının karşılığında ise ilksel mallar ihraç edilmektedir.
- 2. Aşama:** Gelişmekte olan ülke ikinci aşamada, bu tüketim malının yurt içinde üretimine başlamaktadır. İthal edilen malların yurt içindeki piyasasının canlı olduğunu gören yurt içi sermaye, üretimini bu malın üretimine kaydırmaktadır. Dahası, ulusal ekonomik politikalar da bu malların yurt içinde üretimini teşvik etmektedir. Ayrıca ülkedeki düşük ücretler ithal mallarla rekabetin üstesinden gelmeye yardımcı olmaktadır. Şekil 1.a'da görüldüğü üzere tüketim malının ithalatı t_1 'den t_2 'e artmakta ve t_2 zamanında yurt içi talep optimal ölçekli fabrika kurmaya yeterince büyük hale gelmektedir. Böylece t_2 'de üretim (P) eğrisi artmaya başlamaktadır. Bu aşamada şekil 1.b'de görüldüğü üzere tüketim mallarının üretimi için gerekli olan sermaye mallarının ithalatına da (m) t_2 döneminde başlamaktadır.
- 3. Aşama:** Bu aşama, tüketim mallarının ihracatına (E) başlandığı aşamadır. Bu aşama, şekil 1.a'da t_3 dönemiyle başlamaktadır. Bu noktada üretim bir süre devam ettikten sonra verimlilik arttıkça ihracat mümkün hale gelmektedir. Ölçek ekonomilerinin kullanılması, yaparak öğrenme, teknolojik iyileşmeler ve sermaye derinleşmesi (sermaye emek oranının artışı) verimlilik artışının arkasındaki temel faktörlerdir. Ayrıca bu dönem içerisinde şekil 1.b'de de görüldüğü üzere sermaye mallarının yurt içi üretimi (p) t^* zamanından itibaren başlamakta ve sermaye mallarının (makinelerin) ithalatı azalmaya başlamaktadır. Ayrıca t^* noktasında ilgili tüketim malının dış ticaret dengesi sağlanmaktadır. Böylece yurt içi üretim talebe eşit olmaktadır. Bu durum, gelişmekte olan ekonominin ithalat-üretim ve ihracat sırası içerisinde izlediği politikanın başarılı olduğunu, ilgili endüstride ithalattan ithal ikamesine ve en son da ihracata dayalı büyümeye yöneldiğini göstermektedir. İlgili tüketim malı endüstrisinin sanayileşmesi gerçekleşmiştir.
- 4. Aşama:** Bu aşamanın başında yani şekil 1.a'da t_4 zamanında tüketim mallarının ihracatı maksimuma ulaşmakta ve sonra azalmaya başlamaktadır. Bu durum, ilgili tüketim malının diğer gelişmekte olan ülkelerde üretilmeye başlanmasının gerçeğine atfedilmektedir. Böylece uçan kazların uçuş deseninde kalkınma süreci ilerlemektedir. Bu aşamada bir diğer husus, önceki aşamada yurt içinde üretilmeye başlanan sermaye mallarının ihraç edilmeye başlanmasıdır. Şekil 1.b'de de görüldüğü üzere sermaye mallarının ihracatı (e) t_4 zamanından itibaren başlamaktadır. Şekil'de de görüleceği üzere, sermaye mallarının ihracatı da zaman içerisinde azalacaktır. Çünkü diğer gelişmekte olan ülkeler de ilgili sermaye malının üretimine zaman içerisinde başlayacaklardır. Ayrıca söz konusu gelişmekte olan ülke, zaman içerisinde hem tüketim hem de sermaye malını diğer gelişmekte olan ülkelere (karşılaştırmalı avantajı ilgili mallarda elde eden) ithal etmeye başlayacaktır.



Şekil 2. Belirli bir ülkedeki endüstriler arası gelişim (örneğin, Çin) (Edgington ve Hayter, 2000: 284).

DYY'nin şekil 1'de gösterilen Uçan Kazlar Modeline eklenmesini açıklamadan önce, endüstriyel gelişim sadece tüketim malları ile ilişkili sermaye mallarına yönelik değil, aynı zamanda tekstil gibi emek yoğun bir sektörden sermaye ve teknolojinin yoğun olduğu otomobil, elektronik gibi sektörlerle kaymayı da içermektedir. Şekil 2'de belirli bir gelişmekte olan ülke için (örneğin, Çin) endüstriler arası gelişim gösterilmektedir. Şekil'deki endüstrilerin sıralamasını ilk gözlemleyen kişi Yamazawa (1990) olup bu sıralama birçok iktisatçı tarafından da gözlemlenen genel kabul görmüş bir sıralamadır. İlk aşamada tekstil ürünlerini gelişmiş ülkelerden ithal eden gelişmekte olan ülke, ikinci aşamada yurt içi piyasayı hedefleyen şekilde üretime başlamakta ve son aşamada ise bu ürünün ihracatına başlamaktadır. Bu süreç içerisinde gelişen endüstri, ileri ve geri bağlantılarla kimya endüstrisinin gelişimini desteklemektedir. Dolayısıyla bu endüstride ithalat-yurt içi üretim ve ihracat sıralaması oluşmaktadır. Kimya endüstrisinin gelişimi çelik endüstrisini, çelik endüstrisi de otomobili, otomobil ise elektronik endüstrisinin gelişimini sağlamaktadır. Bu gelişim, emek yoğun mallardan sermaye ve teknoloji yoğun mallara doğru oluşmaktadır.

Şekil 3'de belirli bir endüstrinin ekonomiler arasındaki gelişimi yer almaktadır. Şekil'den de anlaşıldığı üzere sürece dâhil olan tüm ülkeler, örneğin tekstil sektöründe belirli bir süre karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmakta, fakat sonrasında bu üstünlüğü arkasından gelen diğer gelişmekte olan ülkeye kaptırmaktadır. Böylece tüm ülkeler emek yoğun endüstrilerden sermaye ve teknoloji yoğun endüstrilere birbirlerini izleyen sırayla geçmektedir. Bu sıralama, Japonya öncülüğünde Doğu Asya'daki ülkelerin sıralı gelişimini ve ülkelerin yaban kazlarının "\/" şeklini andıran şekilde düzenli sırayla uçtuğunu gösteren sıradır. Japonyayı sırayla yeni sanayileşen ülkeler (Güney Kore, Tayvan, Singapur, Hong Kong), ASEAN (Güney Doğu Asya Uluslar Birliği- Malezya, Tayland, Endonezya, Filipinler), Çin ve son olarak Vietnam/Hindistan takip etmektedir.



Şekil 3. Belirli bir endüstrinin ekonomiler arasındaki gelişimi (örneğin, tekstil) (Edgington ve Hayter, 2000: 284).

Gelişmiş ülke (Japonya) öncülüğünde yaban kazları uçuş deseni sırasında geliştirmekte olan ülkeler farklı kalkınma aşamalarında sıralanmaktadır. Geliştirmekte olan ülkeler, Japonya'nın çizdiği kalkınma rotasını bazısı yavaş bazısı hızlı bir şekilde takip etmektedirler. Önde gelen kaz sürekli olarak yeni teknolojilere ulaşmakta ve gerideki kazlarla farkı korumaya çalışmaktadır (Kojima, 2000: 382). Akamatsu'nun teoreminde ithalat yoluyla teknoloji transferi sağlanmaktadır. Kojima, 1978 yılında Akamatsu'nun teoremine DYY'i ekleyerek teknoloji transferinde DYY'i vurgulamıştır.

Kojima'nın Uçan Kazlar Modeline DYY'i eklemesi şekil 1.a'da görülmektedir. Şekilde'de görüldüğü üzere, t_4 döneminin başında ilgili ülkenin tüketim malı ihracatı maksimuma ulaşmakta ve sonra düşmeye başlamaktadır. Çünkü önde gelen ülke (X ülkesi) ücretlerdeki artış yüzünden örnekte ele alınan emek yoğun tüketim malı olan pamuk ipliği ya da tekstil endüstrisinde karşılaştırmalı üstünlüğünü kaybetmektedir. Bununla birlikte, takipçi bir ülkede (örneğin, Y ülkesi) ücretler çok daha düşüktür. Bu durumda, lider ülke firmaları DYY yaparak üretimlerini bu ülkede gerçekleştirmeye başlamaktadır. Böylece Şekil 1.a'da görüldüğü üzere, t_4 döneminden itibaren X ülkesi firmalarının Y ülkesinde yaptıkları üretim (doğrudan yabancı yatırımla bağlantılı olan dış ülkedeki üretim- P_f) ve X ülkesi firmalarının dış ülkedeki üretiminden kaynaklı X ülkesinin yaptığı tüketim malı ithalatı (M') artmaya başlamaktadır.

Akamatsu'nun oluşturduğu ve özellikle Kojima'nın geliştirdiği Uçan Kazlar Modelinde ülkelerin ilgili sektörde karşılaştırmalı üstünlüğü kaybetme nedenleri, temelde ücret olmak üzere üretim maliyetlerindeki artışlar, ihracatın ulusal paranın değer kazanmasına yol açması ve diğer ülkelerin koydukları yüksek tarife oranlarıdır (Ozawa, 2007: 26-27).

Uçan Kazlar Modeli'nde Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ev Sahibi Ülke İhracat İlişkisi

Kojima'nın Uçan Kazlar Modeline eklediği doğrudan yabancı yatırım (DYY), Japon tipi doğrudan yatırımdır. Kojima (1973)'ya göre DYY ikiye ayrılır: ticaret yaratıcı (Japon tipi) DYY ve ticaret azaltıcı (Amerikan tipi) DYY. Japon tipi yatırımlar, yatırımcı ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünü kaybettiği endüstrilerde meydana gelmektedir. Bu tip DYY, karşılaştırmalı üstünlük teorisinin işleyişine uygundur. Bu durum, her iki ülkede de endüstrilerin yapılanmasını olumlu etkileyecek ve iki ülke arasındaki dış ticareti artıracaktır. Bu tip yatırımlar ihracata dayalı olduğundan ev sahibi ülkenin ihracatı artacaktır. Ayrıca yatırım yapan ülkedeki Japon firmaları yatırım yapılan ülkelere karşılaştırmalı üstünlüklerini giderek kaybettikleri tekstil ürünleri gibi nihai mallar yerine karşılaştırmalı üstünlükleri olduğu makine (örneğin, tekstil makinesi), donanım ve teknolojik bilgi konularında ihracatlarını artıracaktır. Böylece Japon ekonomisinde firmaların bu endüstrilere yönelimi artacaktır.

Amerikan tipi yatırımlar, yatırımcı ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu endüstrilerde meydana gelmektedir (Kojima, 1973: 1). Bu tip doğrudan yabancı yatırımlar, karşılaştırmalı üstünlük teorisinin işleyişine uygun değildir. Bu durum, her iki ülkede de endüstrilerin yapılanmasını olumsuz etkileyecektir. Kojima'ya göre, Amerikan tipi DYY, Amerika'nın karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu

yenilikçi ve oligopolistik yapıda olan endüstrilere yöneliktir. Bu tip yatırımlar, Amerika'nın karşılaştırmalı üstünlüğünü olumsuz etkileyecek ve Amerika'nın bu ülkeye olan ihracatının yerini alarak iki ülke arasındaki dış ticareti azaltacaktır. Bu bağlamda, bu tip yatırımlar iç pazara yönelik olmakta ve ev sahibi ülkenin ihracatını etkilemesi beklenmemektedir.

Japon tipi doğrudan yabancı yatırımların sanayileşmenin ülkeler arasındaki aktarımını kolaylaştıran bir faktör olduğu öngörülmektedir (Kojima, 2000: 376). Daha önde olan ülkeler karşılaştırmalı avantajlarının kayb olduğu endüstrileri doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla karşılaştırmalı avantaja sahip olan takipteki ülkelere aktarmakta ve bu durum hem ev sahibi ülkenin hem de kaynak ülkenin karşılaştırmalı avantajını güçlendirmektedir. Böylece Şekil 2 ve 3'de gösterildiği gibi tüm ülkeler emek yoğun endüstrilerden sermaye ve teknoloji yoğun endüstrilere birbirlerini izleyen sırayla geçmektedir. DYY, endüstrinin basamakları boyunca yükselmekte ve birçok gelişmekte olan ekonomiye yayılmaktadır. Bu tür DYY yayılması, yatırım sınırı haritası olarak biçimlendirilmektedir.

Asya Kalkınma Bankasına göre, emek maliyeti ve açıklık Uçan Kazlar Teoreminde temel faktörlerdir. Asya Kalkınma Bankası, DYY'nin yüksek emek maliyetli ülkeden düşük emek maliyetli ülkelere hareket ettiğini işaret etmektedir. Bu ülkeler DYY çıkışıyla birlikte ihracatçıdan ithalatçıya dönüşmekte ve DYY'nin değişen yeri yeni gelişen ekonomilerin sanayileşme sürecini yakalamalarını açıklamaktadır (Lee, 2007: 20). Bu sürece çeşitli örnekler verilebilmektedir. Örneğin, 1960'lı yıllarda tekstil ve konfeksiyon endüstrisinde Japonya'dan DYY çıkışı meydana gelmiş ve DYY girişleri Asya'nın yeni sanayileşen ülkelerine yönelik olmuştur. Aynı sektör 1970'li yıllarda Asya'nın yeni sanayileşen ülkelerinden ASEAN ülkelerine yeniden konumlandırılmıştır. Sonrasında ise aynı sektör sırasıyla Çin, Hindistan ve Vietnam'a kaydırılmıştır (Shimuzu, 2008: 24-25).

Şekil 1.a'da gösterildiği gibi, Uçan Kazlar Modeline DYY'lerin eklenmesiyle önde gelen ülke ya da kaynak ülkede (X ülkesi) emek yoğun tüketim malında süreç; ithalat (M)->üretim (P)->ihracat (E)-> doğrudan yabancı yatırım çıkışı ya da doğrudan yabancı yatırımla bağlantılı olan dış ülkedeki üretim (P_f)->ithalat (M') şeklinde olmaktadır. Takipçi ülke ya da ev sahibi ülkede emek yoğun tüketim malında süreç ithalat (M)-> doğrudan yabancı yatırım girişi ve yurt içi sermayeyle (taklit yoluyla) oluşan üretim (P)->ihracat (E) şeklinde olmaktadır. Böylece DYY girişi, ÇUŞ'ların ülkede kurdukları iştirakleri tarafından yaptıkları ihracat yoluyla ev sahibi ülkenin ihracatını arttırmaktadır. Bu arada belirli bir zaman içerisinde yatırımı alan gelişmekte olan ülkede karşılaştırmalı avantajı kaybetmekte ve böylece sürecin tam döngüsü: ithalat (M)-> doğrudan yabancı yatırım girişi ve yurt içi sermayeyle oluşan üretim (P)->ihracat (E)-> doğrudan yabancı yatırım çıkışı->ithalat (M') şeklinde olmaktadır (Ozawa, 2007: 28).

Japon tipi doğrudan yatırım, Amerikan tipi yatırımlara kıyasla ev sahibi ülkenin karşılaştırmalı avantajına (ev sahibi ülkenin faktör donatımına) daha uygun teknolojiler aktarmaktadır. Önde gelen ülkelere karşılaştırmalı avantajlı ülkelere doğrudan yatırım yoluyla sermaye, üstün teknoloji ve yönetim bilgilerinin aktarılması iki ülkedeki karşılaştırmalı avantajı güçlendirmekte, dış ticareti arttırmakta ve daha yüksek büyümeyi sağlamaktadır. Kaynak ülke açısından dış ticaret incelendiğinde ise, karşılaştırmalı dezavantajlı olduğu sektörde karşılaştırmalı avantajlı ülkeye yatırım yapılması Şekil 1.b'de görüldüğü üzere t₄ döneminden itibaren sermaye mali ihracatını arttırmaktadır. Ev sahibi ülke açısından ise, ürünlerin bir kısmı iç piyasada satılmakla birlikte önemli bir kısmı başta kaynak ülke (lider) olmak üzere ihraç edilmektedir. Ev sahibi ülkenin kaynak ülkeye ihracatı, Şekil 1.a'da M' eğrisiyle gösterilmektedir. Japon tipi DYY gerçekleştiği sürece bu sıralananlar gerçekleşmektedir.

Kojima (2000)'ya göre, DYY girişleri ev sahibi ülke ihracatı üzerinde yukarıda değinilen doğrudan etkilerinin yanında kayda değer dolaylı etkiler de sağlamaktadır. Buna göre, yabancı iştirakler ileri ve geri bağlantılar aracılığıyla yerel firmaların üretim ve istihdamlarını desteklemekte ve yerel firmaların girişimciliğini, teknik becerilerini ve yöneticiliklerini geliştirmektedir. Ayrıca ÇUŞ'lar ev sahibi ülkede emeğin eğitimi aracılığıyla emeğin kalitesini artırmaktadır. Aynı zamanda, DYY girişi üretim yöntemlerinde, istihdam sistemlerinde, iş yönetimlerinde, yasalar ve siyasal kurumlarda bile reformlara sevk etmektedir (Kojima, 2000: 383). Bununla birlikte, ÇUŞ'lar yeni teknoloji, yeni makineler, pazarlama ve yönetim teknikleri gibi bilgilerin önemli bir kaynağıdır. Ev sahibi ülke firmalarının faktör donatımlarının kalitesi ve mevcudu bu ülkelere karşılaştırmalı olarak daha geridedir. Yerel firmalar gözlem/taklit ve bağlantılar yoluyla bu bilgilere ulaşarak verimliliklerini arttırmakta ve ihracat potansiyellerini

artırmaktadır. Böylece uçan kazlar modeline göre, DYY yayılma etkileri yoluyla ev sahibi ülkenin yerel firmalarının ihracat yeteneğini canlandırmaktadır (Njong ve Raymond, 2011: 187).

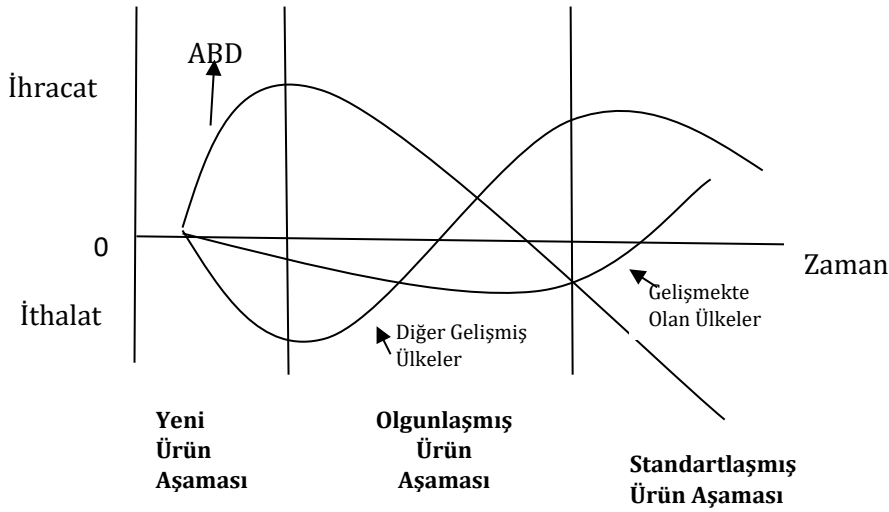
ÜRÜNÜN YAŞAM EVRELERİ TEORİSİ

Ürünün Yaşam Evreleri Teorisi, Amerikan çok uluslu şirketlerinin II. Dünya Savaşı sonrasında doğrudan yabancı yatırımlarının genişlemesini ve bu yatırımların dış ticaret akımlarına etkisini açıklamak amacıyla Vernon tarafından 1966 yılında geliştirilmiştir. Bu yaklaşım uluslararası ticareti, doğrudan yatırım ve uluslararası ticaret ile doğrudan yatırım arasındaki ilişkiyi açıklamada yenilikleri temel almakta ve literatürde önemli bir yer tutmaktadır (Dunning ve Lundan, 2008: 85). Bir ülke içerisindeki üretim maliyetleri ve talep zaman içerisinde değiştiğinden ve farklı ülkelerde farklılaştığından DYY'nin dağılımı ürünün yaşam evrelerinin farklı aşamalarına dayanarak seçilmektedir. Vernon (1966)'a göre; üretim yeri kararı standart faktör maliyeti analizi sonucunda değil, daha karmaşık bir süreç sonunda verilmektedir.

Bu teoriye göre, her ürün üç aşamadan oluşan bir ürün yaşam evresine sahiptir. Bunlar, yeni ürün aşaması, olgunlaşmış ürün aşaması ve standartlaşmış ürün aşamasıdır. Bu 3 aşama şu şekilde açıklanmaktadır:

Yeni ürün aşaması: Yeni ürünler Amerika gibi gelişmiş ekonomilerde ortaya çıkmaktadır. Buna göre Vernon, özellikle Amerika üzerinde dursa da Almanya ve Japonya gibi ekonomilerde de az da olsa yeni ürünlerin ortaya çıktığını belirtmiştir. Amerikan girişimcileri yüksek gelirliilerinin satın alabileceği ya da emek tasarrufu sağlayan yeni ürünlere karşı isteklerin ilk farkında olacak kişilerdir. Bu durumu Amerika'da fert başına hâsılanın çok yüksek olmasına ve Amerikan ekonomisinde iş gücü maliyetlerinin yüksek olmasına bağlamaktadır. Ayrıca, Amerikan ekonomisinin daha fazla nitelikli emeğe sahip olması ve Amerikan firmalarının yeni ürünleri geliştirmek amacıyla yabancı rakiplerine kıyasla daha fazla araştırma-geliştirme harcama yapmasıdır.

Yeni ürünü bulan Amerikan ÇUŞ'u bu yeni ürünü Amerika'da üretmeyi tercih edecektir. Bu durumun birkaç nedeni vardır. Bunlardan ilki, yenilikçi fimanın bu aşamada maliyetlerden dolayı girdileri değiştirmenin serbestlik derecesiyle özellikle ilgili olmasıdır. İkinci olarak, yüksek gelirliilerinin satın alabileceği ya da emek tasarrufu sağlayan yeni ürünlere karşı talebin Amerikan ekonomisinde bulunması ve bu ülkenin büyük bir pazar olmasıdır. Aynı zamanda bu aşamada, yenilikçi firma patent haklarıyla monopol konumunda olduğundan söz konusu malın talebinin fiyat esnekliği oldukça düşüktür. Dolayısıyla yenilikçi firma, Amerikan ekonomisinde ilave üretim maliyetlerini tüketicilere kolayca yansıtabileceğinden üretim için Amerikan ekonomisini seçmektedir. Son olarak ise, bu aşamada müşteriler, tedarikçiler ve rakiplerle iletişimde etkin olunması adına üretim yurt içinde yapılmaktadır. Bu durum özellikle tüketicilerin yeni ürüne yönelik tepkilerini yakından izlemek ve alınacak geri bildirimler vasıtasıyla ürünün değiştirilmesi adına oldukça önemlidir. Çünkü bu aşamada yenilikçi firma tarafından ürünün özellikleri, üretim süreçleri nitelikli emek aracılığıyla değiştirilmekte ve geliştirilmektedir. Bu aşamada, firma ürünü tanıtmaya sürecindedir ve belirsizlik fazladır. Bu nedenlerle, Amerikan girişimcileri bu aşamada, daha ucuz faktörlere sahip ülkeler yerine daha yüksek üretim maliyetine sahip olan Amerikan ekonomisinde üretim yapmayı tercih etmektedir (Yılmaz, 2010: 210).



Şekil 4. Ürünün yaşam evreleri aşamaları (Ünsal, 2005: 216).

Şekil 4'de ürünün yaşam evreleri aşamaları gösterilmektedir. Şekil'de görüldüğü üzere Amerika ürünü icat ettikten belirli bir zaman sonra ürünü ihraç etmeye başlamaktadır. Yeni ürün aşamasında, üretim çoğunlukla yurt içi talebe yönelik olmakla birlikte yeni ürün ABD gibi yüksek gelir düzeyine sahip olan diğer gelişmiş ülkelere ve gelişmekte olan ekonomilerdeki zengin alıcılara ihraç edilmektedir. Bu aşamada DYY söz konusu değildir ve küçük ölçekli üretim yapılmaktadır.

Olgunlaşmış ürün aşaması: Olgunlaşmış ürün aşamasında, ürünün bazı genel standartları belli olmaktadır. Bu aşamada, yabancı ülkelere bu mala olan talep hızla genişlemektedir. Ancak ürün halen yüksek gelirli ülkelere hitap ettiğinden, diğer gelişmiş ülkelere de bu mala olan talep hızla genişlemektedir. Ayrıca ürünün patent hakları bu dönemde sona ermekte ve ürün rakip firmalar (diğer gelişmiş ülkelerdeki) tarafından taklit edilmektedir. Dolayısıyla bu aşamada, bu malın talebinin fiyat esnekliği artmaktadır. Ayrıca bu aşamada esneklik ihtiyacı da azalmaktadır. Belirli bir standartlaşma düzeyi ölçek ekonomisini yakalamak için kitlesel üretim yoluyla gerekli teknik olanakları sağlamaktadır. Şekil 4'de de görüldüğü üzere, olgunlaşma aşamasının başlarında, Amerika ürünü diğer gelişmiş ülkelere ve gelişmekte olan ekonomilere ihraç etmektedir.

Bu aşamada yeniliği diğer firmaların taklit etmesiyle üretim maliyetlerindeki fark önemli bir rekabet ögesi haline gelmiştir. Amerika'daki yenilikçi çok uluslu şirket, üretim maliyetinin Amerika'dan daha düşük olduğu ve ürüne olan talebin en fazla arttığı Batı Avrupa gibi gelişmiş ülkelerdeki pazarı yerli firmalara ya da Amerika'da bulunan rakiplerine kaptırmamak amacıyla bu piyasalara ihracat yapmak yerine bu ülkelerde fabrika kurmayı tercih etmektedir. Aynı zamanda, taklitçi diğer Amerikan firmaları da yenilikçi firmayı bu konuda izleyecektir. Yurt dışı üretim, taşıma maliyetlerini azaltma açısından belirleyici olacaktır. Eğer diğer gelişmiş ülkelerde yapılacak üretimin maliyeti yurt içinde yapılan üretim maliyetlerinden ve taşıma maliyetleri toplamından küçük olursa, Amerikan çok uluslu şirketleri diğer gelişmiş ülkelere yatırım yapma eğiliminde olacaktır. Üretim maliyetlerindeki fark ölçek ekonomilerinden, sermaye ve emek maliyeti farklılıklarından kaynaklanır. Sermaye fiyatlarının birbirine yakınlığı ve ölçek ekonomilerinin tam kullanıldığı varsayımı altında Amerika ve diğer gelişmiş ülkeler arasındaki üretim maliyeti farkı temelde emek maliyetinden etkilenmektedir. Avrupa'daki emek maliyetlerinin Amerika'dan daha düşük olmasından ötürü Avrupa'da aynı ürün Amerika'dan daha düşük fiyatla satılacaktır. Bu aşamada üretim maliyetleriyle birlikte teknik bilgiye sahip olmak, taşıma maliyetlerinden tasarruf sağlamak, pazara yakınlık ve ölçek ekonomilerinin sağladığı maliyet avantajlarından yararlanmak karşılaştırmalı üstünlüklerin belirlenmesinde ve dış ticaretin biçimlendirilmesinde önemli etkenler arasındadır (Yılmaz, 2010: 210).

Şekil 4'de görüldüğü üzere, olgunlaşmış ürün aşamasında, Amerika'dan diğer gelişmiş ülkelere ve gelişmekte olan ülkelere yapılan ihracat giderek azalmaktadır. Yeni ürün aşamasında ve olgunlaşmış ürün aşamasının başlangıcında Amerika'dan diğer gelişmiş ülkelere ve gelişmekte olan ülkelere yapılan

ihracatın yerini bu aşamanın sonlarında maliyet farkından ötürü Amerikan firmalarının diğer gelişmiş ülkelerdeki iştirakleri ve diğer gelişmiş ülkelerin yerli firmalarının Amerika ve gelişmekte olan ülkelere ihracatı almaktadır (Ünsal, 2005: 215-216).

Standartlaşmış ürün aşaması: Bu aşamada, ürünün genel standartları tam olarak belli olmaktadır. Bu bağlamda, ürünün özellikleri, üretim yöntemi kalıplaşmış ve hem üreticiler hem de tüketiciler tarafından tam olarak bilinmektedir. Bu aşamada, ürün ve üretim tekniği gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerdeki firmalar tarafından çok kolay taklit edildiğinden ve ürün tam olarak standart hale geldiğinden şiddetli bir fiyat rekabeti başlamaktadır. Ayrıca bu aşama ucuz olan niteliksiz emeğin üretimde daha fazla kullanılabilirdiği aşamadır. Aynı zamanda, ürünün talebinin fiyat esnekliği artmıştır. Bu durumda, emek maliyetleri yeniden önemli hale gelmektedir. Bu yüzden bütün üreticiler en düşük maliyetli kuruluş yerlerini araştırmaktadır. Böylece yenilikçi firma dâhil olmak üzere tüm firmalar ucuz emekten yararlanmak amacıyla gelişmekte olan ülkelere yatırıma yönelmektedir. Bu bağlamda, ürün DYY ve taklit yoluyla gelişmekte olan ülkelere de üretilmeye başlanmaktadır. Bu aşamada yeni ürün tüketicilerin genel beğenisini kazanmıştır. Bu durum, gelişmekte olan ekonomilerde geniş ölçüde sermaye ve niteliksiz emek gerektiren kitle üretimine yol açmaktadır. Bununla birlikte, standartlaşan ürünler dışsal ölçek ekonomilerine çok fazla ihtiyaç duymadıklarından bu ürünlerin gelişmekte olan ekonomilerde üretilmesi çok zor olmamaktadır (Vernon, 1966:202- 205).

Şekil 4'de görüldüğü üzere, standartlaşmış ürün aşamasında, Amerika ürünü diğer gelişmiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ülkelere ithal etmeye başlamaktadır. Bu aşamada zaman içerisinde, diğer gelişmiş ülkeler de maliyet farkından dolayı bu malın üretimi ve ihracatından vazgeçmektedir. Ürün tüm dünyaya gelişmekte olan ülkelere ihraç edilmektedir. Böylece standartlaşmış ürün aşamasında, yüksek ücretli ülkeler ürünün ithalatçısı, düşük ücretli ülkeler ise ürünün ihracatçısıdır. Bu aşamada, Amerika'da yeni bir ürün icat edilir ve yeni bir ürün yaşam evresi başlamaktadır.

Bu teoride, DYY olgunlaşmış ve standartlaşmış ürün aşamalarında üretim maliyeti farklarından dolayı oluşmaktadır. Ayrıca olgunlaşmış üretim aşamasının başlarında iç pazar amaçlı yatırım söz konusu iken zamanla küresel pazar amaçlı yatırımlar söz konusudur. Standartlaşmış ürün aşamasında ise küresel pazar amaçlı yatırım oluşmaktadır. Böylece hem yenilikçi firma hem de taklitçileri pazarları rakiplerine kaptırmamakta ve rekabet güçlerini artırmaktadır. Ayrıca yenilikçi firma özellikle olgunlaşmış ürün aşamasında teknolojik üstünlüğünü devam ettirmek istediğinden DYY yapmaktadır. Yenilikçi firma, ürün evrelerini kendi akışına bırakmamakta ve yaptığı DYY'ler ile bu sürecin önünde hareket etmeye çalışmaktadır (Can, 2015: 76).

Vernon'a göre, ülkelerin hangi mallarda mukayeseli üstünlüklere sahip olacakları, malın içinde bulunduğu yaşam evresi ile ilgilidir. İlk aşamada ve ikinci aşamasının başlangıcında söz konusu ürünün ihracatçısı olan ülke son aşamada ithalatçı olabilmektedir. Bir başka deyişle, ürünün yaşam evreleri teoreminde ürünün yaşam evreleri boyunca ihracatçı ülke dinamik karşılaştırmalı üstünlükler yoluyla değişmektedir. Ürün ilk aşamada Amerika, ikinci aşamada diğer gelişmiş ülkeler son aşamada ise gelişmekte olan ülkelere tarafından ihraç edilmektedir. Ürün standartlaştıkça karşılaştırmalı üstünlük, nitelikli emeğin bol olduğu ülkelere niteliksiz emeğin bol olduğu ülkelere kaymaktadır (Bozdağlıoğlu ve Özpınar, 2011: 15).

Xerox firması tarafından 1960 öncesi Amerika'da geliştirilen fotokopi makinası, Ürünün Yaşam Evreleri Teoremine örnek olarak verilebilmektedir. Xerox, ilk zamanlarda (yeni ürün aşaması) fotokopi makinasını Japonya ve Batı Avrupa'nın gelişmiş ülkelerine ihraç etmiştir. Zaman içerisinde (olgunlaşma aşaması) talep bu ülkelerde büyümeye devam ederken, Xerox Japonya'da Fuji-Xerox ismiyle İngiltere'de ise Rank-Xerox ismiyle ortak girişim şeklinde DYY'ler yapmıştır. Ayrıca bu süreçte Xerox'un patenti bitmiş ve Japonya'da Cannon ve İtalya'da Olivetti gibi rakip firmalar piyasaya girmeye başlamıştır. Sonuçta, olgunlaşma aşamasında Amerika'nın ihracatı azalmış ve Amerikalı kullanıcılar düşük maliyetli fotokopi makinalarını özellikle Japonya'dan satın almaya başlamıştır. Sonraki zamanlarda ise (standartlaşma aşaması) Japonya'da bu ürünün imalat maliyetleri yüksek bulunmuş ve doğrudan yabancı yatırımlar yoluyla üretim Singapur, Tayland gibi gelişmekte olan ekonomilere kaydırılmıştır. Böylece ürün ilk Amerika sonra Japonya ve en son olarak da Singapur, Tayland gibi gelişmekte olan ülkelere tarafından ihraç edilmektedir (Hill, 2011: 243).

Vernon (1979), ÇUŞ'ların piyasa talebi hakkında 1960'lı yıllara göre çok daha fazla bilgisi olduğunu ve yeni ürünü Amerika yerine Kanada, İngiltere, Asya ve Afrika gibi ülke ve bölgelerde üretebildiklerini belirterek 1966 yılındaki teorisini eleştirmiştir. Dahası Vernon (1979), Amerika ile diğer gelişmiş ülkeler arasındaki gelir ve teknoloji farkının da azaldığını belirterek Amerikan firmalarının yeni ürünleri bulmada diğer gelişmiş ülke firmalarından üstün olduğu varsayımını da eleştirmiştir.

Aşağıda ilk olarak, Ürünün Yaşam Evreleri Teorisi bağlamında DYY'nin ev sahibi ülkenin ihracatı üzerindeki etkisine, sonrasında ise Uçan Kazlar Modeli ile Ürünün Yaşam Evreleri Teorisi arasındaki ilişkiye değinilmektedir.

Ürünün Yaşam Evreleri Teorisi'nde Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ev Sahibi Ülke İhracat İlişkisi

Yeni bir ürünün gerçek yaşam döğüsüyle ilgilenen Ürünün Yaşam Evreleri Teoreminde de, Uçan Kazlar Modelindeki gibi doğrudan yabancı yatırım (DYY) girişleri ev sahibi ülkenin ihracatını hem doğrudan hem dolaylı yollardan olumlu etkilemektedir.

İlk olarak, DYY'nin ev sahibi ülkenin ihracatı üzerindeki etkisi, ÇUŞ'ların iştiraklerinin ev sahibi ülkenin ihracatını arttırması (doğrudan etkiler) yoluyla gerçekleşmektedir. Yeni ürün aşamasında DYY gözlenmemektedir. Olgunlaşmış ürün aşamasında, ürünün bazı genel standartları belirli olmaktadır. Bu aşamada, Batı Avrupa gibi diğer gelişmiş ekonomilerden bu mala talep genişlemektedir. Ayrıca ürünün patent hakları bu dönemde sona ermekte ve ürün rakip firmalar (diğer gelişmiş ülkelerdeki) tarafından taklit edilmektedir. Dolayısıyla bu aşamada, yeniliği diğer firmaların taklit etmesiyle üretim maliyetlerindeki fark önemli bir rekabet ögesi haline gelmiştir. Amerika'daki yenilikçi ÇUŞ, üretim maliyetinin Amerika'dan daha düşük olduğu ve ürüne olan talebin en fazla arttığı Batı Avrupa gibi gelişmiş ülkelerdeki pazarı yerli firmalara ya da Amerika'da bulunan rakiplerine kaptırmamak amacıyla bu piyasalara ihracat yapmak yerine bu ülkelere fabrika kurmayı tercih etmektedir. Yine taklitçi diğer Amerikan firmaları da yenilikçi firmayı bu konuda izleyecektir. Bu aşamanın başlarında maliyeti düşürmeyi amaçlamak söz konusu olmakla birlikte temelde iç pazar amaçlı yatırım yapılmaktadır. Vernon'a göre bu aşamanın sonlarına doğru, maliyet farkından ötürü Amerikan ÇUŞ'larının iştiraklerinin ihracatı kaynak ülkeden yapılan ihracatın yerini alacak ve hem kaynak ülkeye hem de 3.ülkelere ihracat yaparak ev sahibi ülkenin ihracatını arttıracaktır (Bozdağlıoğlu ve Özpınar, 2011: 14).

Standartlaşmış ürün aşamasında, ürün artık standart hale gelmiştir. Bu aşamada, emek maliyetleri üretimde yeniden kritik hale gelmiştir. Böylece, yenilikçi firma dâhil olmak üzere tüm firmalar ucuz emekten yararlanmak amacıyla gelişmekte olan ülkelere yatırıma yönelmektedir. Bu aşamada, zaman içerisinde ürün tüm dünyaya gelişmekte olan ülkelere ihraç edilmektedir. Bu bağlamda yenilikçi firma dâhil olmak üzere tüm gelişmiş ülke ÇUŞ'larının iştirakleri tarafından yapılan ihracat ev sahibi ülkenin ihracatını olumlu etkilemektedir.

Olgunlaşma aşamasında taşıma maliyetleri, tarife ve tarife dışı engellerin mevcut olması da, DYY'nin gerçekleşmesinde oldukça önemlidir. Yine bu ürüne talep artışının yaşandığı piyasalarda gümrük tarifesi konması beklentisinden dolayı da DYY gerçekleşebilmektedir (Appleyard vd., 2010: 178). Fakat ev sahibi ülkelerde ithalatı azaltan bu engelleri DYY kanalıyla aşmak, bu yatırımların iç pazar amacıyla olduğunu göstermektedir. Bu durumda ÇUŞ'lar, DYY yapmakla birlikte olgunlaşmış ürün aşamasında Amerika'da üretime devam edeceklerdir. Böylece ev sahibi ülkenin ihracatı istenilen seviyede artmayacaktır (Kojima, 2000: 383-384).

Ürünün Yaşam Evreleri Teoreminde, DYY girişleri ev sahibi ülke ihracatı üzerinde doğrudan etkilerinin yanında kayda değer dolaylı etkiler de sağlamaktadır. Bu etken ise, gözlem/taklit (ters mühendislik) etkisidir. Buna göre, ürünün yaşam evreleri teoreminde, ithalatın rekabet yaratarak ters mühendislik yoluyla teknolojiyi yerel firmalara transfer etmesinin yanında DYY'ler de ters mühendislik yoluyla teknolojiyi yerel firmalara transfer etmektedir. Ayrıca yeni ürünü icat eden ve yurt dışına yatırım yapan firmanın gözlemlenmesi/taklit edilmesi yerel firmalar için belirsizliği azalmaktadır. Böylece DYY girişi yerel firmaların verimliliğini ve ihracatını arttırmaktadır.

Uçan Kazlar Modeli ile Ürünün Yaşam Evreleri Teorisi Arasındaki İlişki

Akamatsu'nun 1930 yılında oluşturduğu ve özellikle Kojima'nın 1978 yılında geliştirdiği Uçan Kazlar Modeli ile Vernon'un 1966 yılında oluşturduğu Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi bazı çalışmalarda birbirine benzer teoriler olarak sunulmaktadır. Japonya ve diğer Asya ülkelerinden akademisyenlerin Uçan Kazlar Modelini tanımlarken, ürün döngüsü ya da ürünün yakalama döngüsü şeklinde tanımlamalar kullanmaları bu durumun yanlış anlaşılmasına katkıda bulunmuştur.

Her iki teorinin üretim faaliyetlerinin konumunun değişimiyle ilgili açıklayıcı sonuçları benzerdir. Şöyle ki, her iki teoride de bir gelişmiş ülkede bu mal üretilip gelişmekte olan ekonomiye ihraç olmaktadır. Bu malı ithal eden gelişmekte olan ekonomide bu mal taklit yoluyla üretilmeye başlanırken, gelişmiş ekonomiden ücret yüksekliği nedeniyle ücretlerin düşük olduğu gelişmekte olan ekonomilere doğru doğrudan yatırım akımı oluşmaktadır. Böylece gelişmekte olan ekonomi, taklit ve doğrudan yabancı yatırım yoluyla bu malı ihraç etmeye başlamaktadır. Süreç, bir mal için her iki teoride de böyle işlemektedir.

Uçan Kazlar Modeli ile Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi arasındaki temel farklar şunlardır (Schröppel ve Mariko, 2003: 213-222):

- Ürünün Yaşam Evreleri Teorisindeki mallar dinamik mallardır. Bir başka deyişle, ilk olarak mallar yeni (ileri teknolojik) mallar iken zamanla olgunlaşır ve standartlaşır. Uçan kazlar modelinde ise malın yeni ya da eski olduğuna dair bir bilgi bulunmamakta ve mallar statik mallardır.
- Ürünün Yaşam Evreleri Teoreminde teknolojik yenilik (bir ürün icadı) vurgulanırken; Uçan Kazlar Modelinde ise böyle bir vurgu bulunmamaktadır. Fakat her iki modelde de, gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ekonomilerden teknolojiye ileride olduğu ve zaman içerisinde bu teknolojileri gelişmekte olan ülkelere transfer ettikleri görülmektedir.
- Her iki teori, hem DYY teorisi hem de dış ticaret teorisi olmakla birlikte Uçan Kazlar Modeli, gelişmekte olan ülkelerde endüstrilerin sıralı gelişimine odaklanan bir kalkınma teorisidir. Ancak Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi, belirli bir ürünün yaşam döngüsü süresindeki üretim yerine odaklanmaktadır. Dolayısıyla Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi, bir kalkınma teorisi değildir.
- Uçan Kazlar Modelinde gelişmekte olan ekonomilerin zaman içerisindeki gelişmiş ekonomi olması açıklanmakta iken; Ürünün Yaşam Evreleri Modelinde gelişmekte olan ekonomiler daima standartlaşmış mallarda uzmanlaşarak gelişmiş ülke seviyesine yükselemeyeceklerdir.
- Uçan Kazlar Modeli, gelişmekte olan ülkenin bakış açısına; Ürünün Yaşam Evreleri Modeli ise, gelişmiş ülkenin bakış açısına dayanmaktadır.
- Uçan Kazlar Modeli Doğu Asya ülkelerini ele alırken, Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi tüm ülkeleri ele almaktadır.
- Uçan Kazlar Modeli, Japonya ekonomisinden yola çıkarak geliştirilmekte iken; Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi, Amerikan ekonomisinden yola çıkarak geliştirilmektedir.
- Ürünün Yaşam Evreleri Modelinde DYY'nin ihracat yayılmalarında sadece taklit etkisi vurgulanırken, Uçan Kazlar Modelinde bu etkiye ek olarak bağlantı etkisi de vurgulanmaktadır.

YENİ BÜYÜME TEORİLERİ

1980'li yılların sonlarına doğru Romer (1986) ve Lucas (1988) tarafından gelişimi başlatılan ve gelişimi halen devam eden Yeni Büyüme Teorisi (İçsel Büyüme Teorisi), Neo-Klasik Büyüme Teorisine bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. İçsel Büyüme Modelleri, Neo-Klasik Modelin dışsal teknolojik gelişim, tam rekabet, azalan verimler gibi varsayımlarını terk ederek, eksik rekabet, artan verimler, dışsallıklar (yayılmalar), içsel teknolojik gelişim, ar-ge, bilgi ve beşeri sermaye gibi faktörler üzerine kurulmuştur.

Eski Büyüme Teorilerinde, firmalar tam rekabet şartlarında faaliyet gösterdiklerinden dolayı teknoloji geliştirmeye ayrılacak kaynaklarının kalmadığı varsayılmaktadır. Bu çerçevede örneğin Solow (1956)'da teknolojik ilerleme modelin dışsal bir değişkendir (Ünsal, 2007: 230). Yeni Büyüme Teorilerinde, yeniliğin oluşabilmesi için aksak rekabet şartlarının gerçekleşmesi gerekmektedir. Büyüme, monopol kârı arayan firmaların davranışlarından kaynaklanmakta ve yeniliğin sağladığı monopol kârı firmaları daha fazla yenilik yapmaya zorlamaktadır. İçsel Büyüme Teorileri, yatırımların temel belirleyicisinin "ekonomiye yenilik akışı" olduğunu ifade etmektedir. Bu yenilikler ise dışsal değil, sadece kâr arayışının bir sonucudur. Solow Modelinde, büyümenin kaynağı teknolojik gelişme olmakla

birlikte teknolojik gelişmenin dışsal olduğunun varsayılması Solow Modelinde büyümenin nasıl oluştuğunun açıklanamamasına neden olmaktadır. İçsel büyüme modellerinde ise, teknolojik değişim içsel olarak ele alınmakta ve teknolojik gelişmenin nasıl ortaya çıktığı açıklanmaktadır. Bu teorilerde, genel olarak araştırma ve geliştirmeye ayrılan kaynak arttıkça yeni buluşlar çok daha hızlı ortaya çıkmaktadır. Bu durum iktisadi büyümenin hızının artmasını sağlamaktadır.

Büyüme oranının içselleştirilmesi makroekonomik politikalar yoluyla iktisadi büyümenin arttırılabilmesini de mümkün hale getirmektedir. Bu çerçevede hükümetler Ar-Ge harcamalarına, teknoloji transferine, beşeri sermayeye yönelik izledikleri politikalarla ilgili ülkede iktisadi büyüme oranının artmasını sağlayacaklardır. İçsel büyüme teorilerine göre, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının önündeki temel engel fiziksel sermayeden ziyade bilgi/düşünce düzeyindeki eksikliklerdir. Bilgi açığı olarak da adlandırılan bu durumu azaltmanın ve gelişmekte olan ülkelerin daha hızlı büyüme oranlarını sağlamanın temel araçlarından biri ise DYY'lerin ülkeye girişini sağlamaktır (Romer, 1993: 548). ÇUŞ'lar, böylece sahip oldukları bilgi ve teknolojileri gelişmekte olan ülkelere aktarmakta, yerel firmaların da bu bilgiden yararlanmalarını sağlayarak iktisadi büyüme, istihdam ve ihracat gibi faktörleri olumlu etkileyebilmektedir.

İçsel Büyüme Modellerinde Romer'in Bilgi Açığı Modeli (1993) ve Barro ve Salai Martin'in Teknolojinin Yayılması Modeli (1997) gibi modellere "DYY" kavramı olarak girmiştir. Ancak İçsel Büyüme Modellerinin çoğunda doğrudan yabancı yatırım kavramı geçmese de bu modeller Ar-Ge, beşeri sermaye, teknolojik gelişim ve yayılma etkisini vurgulandığından örtük olarak DYY'i içermektedir.

Aşağıda ilk olarak, eski ve yeni büyüme teorileri ele alınmaktadır. Sonrasında ise yeni büyüme teorileri bağlamında DYY'nin ev sahibi ülkenin ihracatı üzerindeki etkisine değinilmektedir.

Eski ve Yeni Büyüme Teorilerinin İncelenmesi

Büyüme teorileri literatürde üç gruba ayrılır. İlk grupta, tasarrufların ve yatırımların büyüme arttırmadaki rolünü vurgulayan Post-Keynesyen Büyüme Teorileri (Harrod-Domar modeli ve onun değişik biçimleri) yer almaktadır. İkinci grupta, dışsal şekilde teknolojik ilerlemeyi vurgulayan Neo-Klasik Büyüme Teorileri (Solow Modeli ve onun değişik biçimleri) yer almaktadır. Üçüncü grupta ise, içsel şekilde teknolojik ilerlemeyi yani Ar-Ge, beşeri sermaye birikimi ve dışsallıkların rolünü vurgulayan Yeni Büyüme Teorileridir (Romer-Lucas tipi modeller) (Balasubramanyam vd., 1996: 94).

Solow'un yaklaşımında sermaye sadece fiziksel sermayeden oluşmakta ve azalan verimlere dayanmaktadır. Model dışsallıkları dikkate almamakta, eksik rekabet ve patenti içermemekte ve teknolojik gelişimi dışsal olarak almaktadır. Solow Modelinde, büyümenin kaynağı teknolojik gelişme olmakla birlikte teknolojik gelişmenin dışsal olduğunun varsayılması modelde büyümenin nasıl oluştuğunun açıklanamamasına neden olmaktadır. İçsel büyüme modelleri ise, büyümenin nasıl meydana geldiğini ve dolayısıyla büyüme etkileyen politikaların neler olduğunu açıklamak amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu modellerde teknolojik gelişme artık içseldir (Bozdağlıoğlu, 2010: 125).

İçsel Büyüme Modellerinde teknolojik ilerlemenin büyümenin motoru olduğuna yönelik bir fikir birliği olmakla birlikte her teorem teknolojik gelişmeye farklı bir mekanizma ile yaklaşmaktadır. Bu mekanizmaların ana örnekleri, Romer'in (1986) yaparak öğrenme ve dışsallıkları, Lucas'ın (1988) beşeri sermayeyi, Barro'nun (1990) kamu alt yapısını, Romer'in (1990) yeniliğe teşvikleri, Rebelo'nun (1991) üretim fonksiyonunda ölçeğe göre artan getirileri, Romer'in (1993) bilgi açığı ve DYY'i ve Barro ve Sala-i- Martin'in (1997) teknolojinin yayılmasını vurgulamasıdır.

Yeni Büyüme Teorileri'nin Katkıları Bağlamında Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve İhracat İlişkisi

Solow modelinde teknolojik gelişme dışsal olduğundan doğrudan yabancı yatırımın teknolojik gelişim ve büyüme oranı üzerinde bir etkisi söz konusu değildir. Doğrudan yabancı yatırım (DYY), ihracatı ise sadece kısa vadede arttırabilmektedir. Ayrıca Solow Modelinde dışsallık da söz konusu olmadığından DYY'nin yerel firma üzerinde herhangi bir etkisi yoktur. İçsel Büyüme Modellerinde ise, uzun vadeli büyüme oranı içsel olan teknolojik ilerlemenin bir fonksiyonu olarak düşünülmektedir. Bu yaklaşımda, DYY sadece fert başına çıktının seviyesini değil ayrıca büyüme oranını da arttırmaktadır (Nair-Reichert ve Weinhold, 2001: 154).

Büyümenin belirleyicisi içsel olarak ele alındığında DYY, sermaye stoku, teknoloji ve know how transferi gibi bir sepet olarak iktisadi büyüme, ihracat ve diğer değişkenleri etkilemektedir. DYY, ev sahibi ülkenin sermaye stoku ve ihracatı üzerinde ilk olarak doğrudan etkiler yoluyla yani çok uluslu şirketlerinin yurt dışı iştirakleri tarafından yapılan üretim ve ihracat yoluyla etkili olmaktadır. Fakat İçsel Büyüme Modellerinde vurgu, DYY'lerin yerel firmaların üretimi ve ihracatı üzerinde yarattığı etki olan dolaylı etkilerdir. Yabancı yatırımlar yerel firmaların yatırımlarını ve teknolojik gelişimi harekete geçiren önemli bir faktördür. Dışsallıklar (bilgi yayımları) ve beşeri sermayenin varlığı da fiziksel sermayenin marjinal verimliliğinin düşmesini engellemekte hatta artan verimler sağlayarak iktisadi büyümeyi ve ihracatı arttırmaktadır.

Doğrudan yabancı yatırımın yerel firmaların ihracatını etkileme kanalları şunlardır:

- Doğrudan yabancı yatırımcı firmaların getirdikleri bilgiler, dışsallıklar yoluyla diğer firmaları da olumlu etkilemektedir. Diğer firmalar taklit/gözlem ve bağlantılar yoluyla bu teknolojik bilgileri üretimlerinde kullanmaktadır (Romer, 1986: 1003-1004).
- Doğrudan yatırımın getirdiği bilginin patent yoluyla korunması yerel firmaları gözlem yaptıktan sonra ar-ge harcamalarına yönlendirerek yerel firmaların ihracatı üzerinde olumlu bir etkiye neden olabilmektedir (Romer, 1990: 77).
- Doğrudan yatırım, ekonomiye yeni girdiler sağlayarak yerel firmaların ihracatını arttırabilmektedir. Bu kanal ileri bağlantılar kanalı olarak adlandırılmaktadır.
- Doğrudan yatırım, yerel firmalardan girdiler alarak onların standartlarını arttırabilmekte ve böylece üretimlerinin ve ihracatlarının artmasını sağlayabilmektedir. Bu kanal geri bağlantılar kanalı olarak adlandırılmaktadır.
- Doğrudan yatırım, bağlantılar aracılığıyla yerel firmalarda çalışanlara iş başında eğitimler vererek ve yönetsel becerilerini arttırarak ülkenin beşeri sermaye stokunu arttırmaktadır. Böylece yerel firmaların üretimleri ve ihracatları artmaktadır.

Doğrudan yabancı yatırımın yukarıda ifade edilen etkilerinin gerçekleşmesi için birkaç koşulun yerine getirilmiş olması gerekmektedir (Balasubramanyam vd., 1999: 29-30):

- DYY'nin iktisadi büyümeye ve ihracata katkısı liberal ticaret rejimlerinde ortaya çıkmaktadır.
- DYY'yi alan ülkede yeterli miktarda beşeri sermaye stoku bulunmalıdır.
- DYY'nin teknoloji ve beceri yayılma etkileri etkin politikalarla birlikte yürütülmelidir. Bu politikalar, yerel şirketlerin hem ar-ge hem de ulusal üretimde etkin bir rekabet göstermesi, ev sahibi ülkenin alt yapısı ve düzenleyici çerçevesi, ev sahibi ülkede ekonomik ve politik istikrarın sağlanması gibi pek çok faktörü içermektedir.
- DYY'nin büyüme ve ihracata katkısı, ev sahibi ülke ve kaynak ülke arasındaki teknoloji seviyesi farkına ters yönde bağlıdır.

SONUÇ

Doğrudan yabancı yatırım (DYY) girişlerinin ev sahibi ülkenin ihracat performansı üzerindeki etkisi teorik olarak Uçan Kazlar Modeli, Ürünün Yaşam Evreleri Modeli ve Yeni Büyüme Teorileri ile açıklanmaktadır. Bu üç yaklaşım da DYY'nin ihracat üzerindeki etkisini farklı açıklamasına rağmen modellerden çıkarılan sonuç, DYY'nin ev sahibi ülkenin ihracatını doğrudan ve dolaylı yönde pozitif olarak etkilediğidir. Fakat Uçan Kazlar Modeli ve Ürünün Yaşam Evreleri Teoremlerinde doğrudan etkilere yönelik bir ağırlık söz konusu iken; Yeni Büyüme Teorilerinde dolaylı etkilere yönelik bir vurgu söz konusudur. Uçan kazlar modelinde, DYY, üretim maliyetini düşürecek faktör donatımına sahip ülkeye tahsis edilmektedir. Bu teoride, DYY'nin yeri, bir ülkenin sanayileşmesine paralel olarak zamanla değişmektedir. Ürünü üreten ülke DYY ve taklit yoluyla zaman içerisinde değişmekte ve o ürünün ihracatında ön planda olmaktadır. Bu yaklaşımda, DYY'nin ihracat yayımlarında bağlantılar kanalı ve gözlem/taklit etkisi vurgulanmaktadır.

Ürünün Yaşam Evreleri Teoremi yenilikleri temel almakta ve Uçan Kazlar Modelindeki gibi ürünü üreten ülkenin DYY ve taklit yoluyla zaman içerisinde değiştiğini vurgulamaktadır. Bu teoride, olgunlaşma aşamasının başlarında iç pazar amaçlı yatırım yapılmaktadır. Vernon (1966)'a göre bu aşamanın sonlarına doğru, emek maliyeti farkından ötürü Amerikan ÇUŞ'larının iştirakleri kaynak ülkeden yapılan ihracatın yerini alacak ve hem kaynak ülkeye hem de 3.ülkelere ihracat yaparak ev

sahibi ülkenin ihracatını arttıracaktır. Standartlaşmış ürün aşamasında yenilikçi firma dâhil olmak üzere tüm firmalar ucuz emekten yararlanmak amacıyla gelişmekte olan ülkelere yatırıma yönelmektedir. Bu aşamada zaman içerisinde ürün tüm dünyaya gelişmekte olan ülkelere ihraç edilmektedir. Bu yaklaşımda, DYY'nin ihracat yayılmalarında sadece gözlem/taklit etkisi ön plana çıkmaktadır.

Yeni Büyüme Teorilerinde, yabancı yatırımlar yerel firmaların yatırımlarını ve teknolojik gelişimi harekete geçiren önemli bir faktördür. İçsel Büyüme Teorilerinde bilgi yayımları ve beşeri sermayenin varlığı fiziksel sermayenin marjinal verimliliğinin düşmesini engellemekte hatta artan verimler sağlayarak iktisadi büyümeyi ve ihracatı arttırmaktadır. Yeni Büyüme Teorilerinde, DYY'nin ihracat yayılmalarında bağlantılar kanalı, gözlem/taklit ve rekabet etkisi kapsamlı bir şekilde vurgulanmaktadır.

KAYNAKÇA

Akamatsu, K. (1962). A historical pattern of economic growth in developing countries, *The Developing Economies*, 1(s1), 3-25.

Appleyard, D. R., Field, A. J. & Cobb, S. L. (2010). *International economics*. Mac Graw Hill.

Balasubramanyam, V., Salisu, M. & Sapsford, D. (1996). Foreign direct investment and growth in ep and is countries, *The Economic Journal*, 106(434), 92-105.

Balasubramanyam, V., Salisu, M. & Sapsford, D. (1999). Foreign direct investment as an engine of growth, *The Journal of International Trade & Economic Development*, 8(1), 27-40.

Barro, R. J. (1990). Government spending in a simple model of endogenous growth, *Journal of Political Economy*, 98(5), 407-443.

Barro, R. & Sala-i-Martin, X. (1997). Technological diffusion, convergence, and growth, *Journal of Economic Growth*, 2(1), 1-26.

Bozdağlıoğlu, E.Y. (2010). *Türkiye'ye gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının türkiye'nin ihracat performansına etkilerinin analizi*, [Yayınlanmamış doktora tezi]. Adnan Menderes Üniversitesi.

Bozdağlıoğlu, E.Y. & Özpinar, Ö. (2011). Doğrudan yabancı yatırımın ihracata etkisi: teorik bir yaklaşım, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 11-28.

Can, M. (2015). *Doğrudan yabancı yatırımların ihracat ürün çeşitliliğine etkisi: gelişmekte olan ülkeler üzerine bir uygulama*, [Yayınlanmamış doktora tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.

Dunning, J. H. & Lundan, S.M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*. Edward Elgar Publishing Limited.

Edgington, D. W. & Hayter, R. (2000). Foreign direct investment and the flying geese model: japanese electronics firms in Asia-Pacific, *Environment and Planning A*, 32(2), 281-304.

Hill, C.W. L. (2011). *International business*. McGraw-Hill Irwin.

Kneller, R. & Pisu, M. (2005). Industrial linkages and export spillovers from fdi, *The University of Nottingham Research Paper Series*.

Kojima, K. (1973). A macroeconomic approach to foreign direct investment, *Hitotsubashi Journal of Economics*, 14(1), 1-21.

Kojima, K. (1995). Dynamics of japanese direct investment in East Asia, *Hitotsubashi Journal of Economics*, 36 (2), 93-124.

Kojima, K. (2000). The "flying geese" model of Asian economic development: origin, theoretical extensions, and regional policy implications, *Journal Of Asian Economics*, 11(4), 375-401.

Lee, S. W. (2007). *Foreign direct investment and export performance*, [Unpublished Master Thesis]. University of Wollongong.

Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development, *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42.

Nair-Reichert, U. & Weinhold, D. (2001). Causality tests for cross-country panels: a new look at fdi and economic growth in developing countries, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 63(2), 153-171.

Ozawa, T. (2007). Professor Kiyoshi Kojima's contributions to fdi theory: trade, growth, and integration in east asia, *The International Economy*, (11), 17-33.

Rebelo, S. (1991). Long run policy analysis and long run growth, *Journal of Political Economy*, 99 (3), 500-521.

Romer, P. (1986). Increasing returns and long-run growth, *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037.

Romer, P. (1990). Endogenous technological change, *Journal of Political Economy*, 98(5), 71-102.

Romer, P. (1993). Idea gaps and object gaps in economic development, *Journal Of Monetary Economics*, 32(3), 543-573.

Saggi, K. (2002). Trade, foreign direct investment, and international technology transfer: a survey, *The World Bank Research Observer*, 17 (2), 191-235.

Schröppel, C. & Mariko, N. (2003). The changing interpretation of the flying geese model of economic development, *Japanstudien*, 14(1), 203-236.

Shimizu, H. (2008). *Japanese firms in contemporary singapore*. National University of Singapore Press.

Solow, R. M. (1956). A contribution to the theory of economic growth, *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.

Ünsal, E. (2005). *Uluslararası iktisat*. İmaj Yayınevi.

Ünsal, E. (2007). *İktisadi büyüme*. İmaj Yayınevi.

Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle, *The Quarterly Journal of Economics*, 80 (2), 190-207.

Vernon, R. (1979). The product cycle hypothesis in a new international environment, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41 (4), 255-267.

Xing, L. (2007). East Asian Regional Integration: From Japan-led "Flying-geese" to China-centred "Bamboo Capitalism", *Aalborg: CCIS - Center for Comparative Integration Studies*.

Yalçın, K. (2008). *Uluslararası finansman*. Gazi Kitabevi.

Yamazawa, I. (1990). *Economic development and international trade: a japanese model*. University of Hawaii Press.

Yılmaz, Ş. E. (2010). *Dış ticaret kuramlarının evrimi*. Efil Yayınevi.

Zhang, K. H. (2005, June 25-26). *How Does FDI Affect a Host Country's Export Performance? The Case of China*, [Paper presentation]. International conference of WTO, China.