

TÜRKİYE AHŞAP LEVHA ENDÜSTRİSİNİN AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE REKABET EDEBİLİRLİĞİ

İbrahim YILDIRIM*, **Kadri Cemil AKYÜZ***, **Tarık GEDİK***,
Yasin BALABAN*, **Yıldız ÇABUK****

*KTÜ Orman Fakültesi Orm. End. Müh. Böl. 61080 TRABZON, ibrahim@ktu.edu.tr

**Bartın Orman Fakültesi 74200 BARTIN

ÖZET

Yaklaşık yarım asırdır Avrupa Birliğine üye olmak için büyük çaba harcayan Türkiye, bu süreç zarfında istenilen kriterlere ulaşmak için büyük aşamalar kaydetmiştir. Bu nedenledir ki sahip olduğumuz öz kaynakların kıymetini bilip onları en iyi şekilde değerlendirmeliyiz. Öz kaynaklarımızdan biri olan ormanların hammadde olarak kullanıldığı orman ürünleri sanayi, ülke ekonomisine güç katabilecek sektörler arasında önemli bir ağırlığa sahiptir.

Bu çalışmada orman ürünleri sanayi bünyesinde bulunan ahşap levha endüstrisine ait bazı ürün gruplarının Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde ne durumda bulunduğu ve rekabet durumu ele alınmıştır. Bu bağlamda çok boyutlu istatistikî yöntemlerden olan aşamalı kümeleme analizi ve ayırma analizi yöntemleri kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Orman Ürünleri Sanayi, Ahşap Levha Endüstrisi, Avrupa Birliği, Aşamalı Kümeleme Analizi, Ayırma Analizi.

COMPETITIVE POWER OF TURKEY WITH EUROPEAN UNION COUNTRIES IN WOOD-BASED PANEL INDUSTRY

ABSTRACT

Turkey, endeavoring for being member to European Union for a half century, made progress to reach criterion intended during this process. For this reason, we must appreciate our equity capitals and interpret them in the best way. Forest products industry, using forests being one of the equity capitals for raw material, possesses an important value among the sectors strengthening country's economy.

In this study, certain product groups belonging to wood-based panel industry situated in forest products industry were discussed what situation they are in Turkey and European Union countries and competition position. In this context, hierarchical cluster analysis and discriminant analysis being of multidimensional statistical methods were used.

Keywords: Forest Products Industry, Wood-Based Panel Industry, European Union, Hierarchical Cluster Analysis, Discriminant Analysis.

1. GİRİŞ

Avrupa Birliğine girebilmek için 40 yılı aşkın bir süredir faaliyet gösteren Türkiye bu süre içerisinde kendini belirli alanlarda yenilemiş ve istenilen standartlara ulaşım noktasında önemli aşamalar kaydetmiştir. Ankara anlaşması ile temel metni belirlenen ortaklık çalışmaları kimi zaman iyi, kimi zaman kopma noktasına gelen ilişkiler nedeni ile iki taraf içinde vazgeçilmesi zor bir nitelik taşımaktadır (Aykaç, 2002).

Yönümüzü Avrupa'ya çevirdiğimiz bu dönemde sahip olduğumuz öz kaynakların kıymetini bilip onları en iyi şekilde değerlendirmeliyiz. Ülkelerin gelişimi ve istenilen kalkınmışlık seviyelerine ulaşmada, kendi güçlerinin iyi bilinmesi ve bu güçten azami düzeyde yararlanabilmek için gerekli adımlarında bu yönde atılması büyük bir öneme sahiptir.

Ekonomik gelişim ve kalkınmanın itici gücü sayılan sanayi sektörü ülkemizde olduğu gibi Avrupa Birliği ülkeleri içinde vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Bu alanda oluşacak üstünlükler ülkeleri ön plana geçirebilecek ve dünya ile bölge ekonomilerini yönlendirebilme gücünü sağlayabilecektir. Bu nedenle sahip olduğumuz gücü iyi bilmeli ve potansiyel anlamda harekete geçirebilecek olduklarımızı iyi analiz etmeliyiz.

Türkiye'nin sanayi yapılanması içerisinde potansiyel güce sahip olan ve Avrupa Birliği sürecinde ülke ekonomisine güç katabilecek sektörler arasında, gerek işyeri ve gerekse istihdam gücü bakımından, yer alan Orman Ürünleri sanayi sektörü önemli bir yere ve ağırlığa sahip konumdadır.

Ormanlardan elde edilen birincil ve ikincil ürünleri işleyerek yarı mamul ya da son ürün haline getiren orman ürünleri sanayi sektörü, irili ufaklı binlerce işletmenin dağıntık bir yerleşim düzenine sahip olduğu bir konumdadır. İmalat sanayi yapılanması içerisinde birincil ve ikincil imalat sanayi grupları olarak tanımlanabilen orman ürünleri sanayi sektörü; birincil imalat sanayi ana grubu içerisinde odunu doğrudan hammadde olarak kullanan sanayi çeşitleri olan;

- Kereste ve Ambalaj sanayi,
- Levha sanayi (Kaplama, Yonga Levha, Lif Levha, Kontrplak, Kontrtabla)
- Kağıt hamuru ve kağıt sanayi alt sektörleri yer alırken,

İkincil imalat ana sanayi grubu içerisinde ise birincil imalat ana sanayi grubunun ürünlerini hammadde olarak kullanan; mobilya, doğrama, ahşap parke, prefabrik ev, v.b. gibi sanayiler bulunmaktadır. Sektör içerisinde yer alan alt gruplar arasında ise levha ürünleri sanayi kendini ön plana çıkarabilmektedir (Yıldırım, 2006).

Dünya genelinde orman ürünleri sanayinin hacim olarak % 17'sini, değer olarak % 13'ünü oluşturmakta olan levha ürünleri üretiminin 2010 yılında 179,5 milyon m³ olacağı tahmin edilmektedir (Juslin, 2002). Yonga Levha ve Lif Levha üretiminde Avrupa kıtası, Kontrplak üretiminde ise Asya kıtası ilk sıradadır. Levha sanayi açısından Türkiye'yi incelediğimizde ise 1994 yılında 817 bin m³ olan üretiminin 2005 yılında % 33 azalarak 541 bin m³'e, 2010 yılında da tekrardan % 54'lük bir artışla 835 bin m³'e çıkacağı tahmin edilmektedir (İlter, 2004). 2001 yılında oluşan 107,9 Milyar TL'lik Gayri Safi Milli Hâsıla'nın % 28,9'unu (31,2 milyar TL) sanayi sektörü oluştururken levha sektörünün de içinde bulunduğu imalat sanayinin sanayi sektörü içerisindeki payı ise % 83,3 düzeyindedir (Yıldırım, 2004).

Ülkemizin her alanda sahip olduğu üretim gücünün Avrupa Birliği üyesi ülkelere oranla hangi konumda bulunduğu önemli bir tartışma konusu olmaya başlamıştır. AB ülkelerinin 2002 yılı verileri incelendiğinde işletmelerin yaklaşık % 99'unun küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) tarafından oluşturduğu görülmektedir. Oluşturulan katma değerde KOBİ'lerin ve mikro işletmelerin payı % 59,7 civarındadır (URL 1, 2005).

Türkiye'nin sanayi yapılanması incelendiğinde, KOBİ'lerin işyeri ve istihdam alanlarında önemli ağırlıklara sahip oldukları görülmektedir. KOBİ'ler 2001 yılında imalat sanayinin % 99,4'ünü, istihdamın % 55,3'ünü ve katma değerinde % 30,5'ini teşkil etmektedir (DİE 2002). Bu değerler 1985 yılında toplam imalat sanayi işletmelerinin % 99,6'sını, istihdamın % 57,3'ünü ve katma değerinde % 31,7'sini oluşturmaktaydı (Akyüz, 2000). Aradan geçen 17 yıllık süreç zarfında pek bir değişimin olmadığı görülmektedir.

Orman ürünleri sanayimiz, kağıt ve kağıt ürünleri sanayi dahil imalat sanayi içinde % 28,7 ve istihdamda % 12,4'lük bir paya sahiptir (Yıldırım, 2004). Bu nedenle Türkiye'nin AB sürecinde KOBİ'ler ve sanayi yapımızda olabilecek değişiklikler üzerinde durulması gereken konuları teşkil etmektedir. Türkiye 23 Nisan 2002 tarihinde küçük işletmeler için Avrupa şartını kabul ettiğine ilişkin Maribor Bildirisini diğer aday ülkelerle birlikte imzalayarak, bu bildirmede yer alan küçük işletmelerin Avrupa ekonomisinin belkemiğini oluşturduğunu ve küçük işletmeler ile girişimciler için mümkün olan en iyi iş ortamının oluşturulması gerekliliğini kabul edilmiştir (URL 2, 2005).

Son yıllarda yaşanan küreselleşme süreci sonucunda küçük bir köy haline gelen dünya, rekabet çağı olarak adlandırılabilir hızlı bir dönüşüm içerisinde olup rekabet edebilirlik farklı ve çok boyutlu bir anlam kazanmıştır. Dış ticarete üstünlük ve rekabet edebilirlik, sürekli değişen piyasa ortamında en avantajlı konumu alma yeteneğidir (URL 3, 2006). Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri hizmet ve imalat sektörleri arasındaki bağlantıyı arttırmaktadır (URL 4, 2006).

Türkiye'nin sektörel bazda rekabet gücünü ölçmeye yönelik yapılan çalışmaları şöyle özetleyebiliriz;

Küçükahmetoğlu (2000), Türk sanayi ürünlerinin AB karşısında rekabet edebilirliğini, Karakaya ve Özgen (2002), Türkiye ve AB için ekonomik entegrasyonun potansiyel ticaret yaratıcı ve saptırıcı etkilerini, Akgüngör, Barbaros ve Kumral (2002), sektörel düzeyde Türk meyve ve sebze işleme sanayinin AB pazarındaki rekabet gücünü, Yılmaz ve Ergun (2003), söz konusu dönemde aday ülkelerin (Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Romanya, Polonya ve Türkiye) merak edilen rekabet gücünü, Ferman, Akgüngör ve Yüksel (2004), Türkiye'nin AB pazarındaki rekabet edebilirliğini, Çoban ve Kök (2005), ise Türk tekstil endüstrisinin AB ülkeleri tekstil endüstrileri karşısındaki rekabet gücünü belirlemeye yönelik çalışmalarda bulunmuşlardır.

İmalat sanayi içerisinde yer alan sektörel gruplar farklı alanlarda farklı üstünlüklere sahip konumda bulunmaktadır. Ülkemiz için kritik öneme sahip olan bu sektörlerin AB sürecinde nasıl bir yapılanmada olacakları ve sahip oldukları dış ticaret potansiyeli sayesinde ülkemize ne denli katkı sağlayacakları incelenmesi gereken önemli konuları oluşturmaktadır. Bu amaçla Türkiye ile AB ülkelerinin, orman ürünleri sanayi bünyesinde bulunan levha endüstrisine ait bazı ürün gruplarının genel durumu incelenip, aşamalı kümeleme analizi yöntemi yardımıyla ülkemizin üye ülkeler arasında hangi konumda bulunduğu ortaya konulması amaçlanmıştır.

2. MATERYAL VE METOT

2.1. Materyal

Çalışmada AB üyesi (Avusturya, Belçika, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, İrlanda, İtalya, Lüksemburg, Hollanda, Portekiz, İspanya, İsveç, İngiltere, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Macaristan, Letonya, Litvanya, Polonya, Slovakya, Slovenya, Malta, Kıbrıs, Bulgaristan ve Romanya) olan 27 ülke ve Türkiye'nin ahşap levha endüstrisine ait ürün (yonga levha, MDF (Orta Yoğunluklu Lif Levha), kontrplak, ahşap kaplamalı levha ve izolasyon levha) gruplarının üretim miktarları, ithalat ve ihracat miktarları ile ithalat ve ihracat değerleri 2002, 2003, 2004, 2005 ve 2006 yılları itibarıyla değerlendirilmiştir. Daha sonra yapılacak olan istatistiksel analizlerde ise bu beş yılın ortalama değerleri kullanılmıştır.

2.2. Metot

AB'ye üye bulunan 27 ülke ile Türkiye'nin ahşap levha endüstrisi sektörlerinin rekabet edebilirliğinin ortaya çıkarılması, çok boyutlu istatistikî yöntemlerin kullanılmasını gerektirmektedir. Bu nedenle sayısal verilerin düzenlenmesinde Microsoft Excel programı ile istenilen gruplandırmanın yapılabilmesi ve oluşturulan grupların geçerliliğinin test edilmesi amacıyla SPSS 11 for Windows istatistik paket programı kullanılmıştır. Bu paket programında, gruplandırmanın yapılmasında Aşamalı Kümeleme Analizi (Hierarchical Cluster Analysis) ve grupların geçerliliğini belirlemede Ayırma Analizi (Discriminant Analysis) yöntemleri kullanılmıştır.

2.2.1. Aşamalı Kümeleme Analizi (Hierarchical Cluster Analysis)

Kümeleme analizinin temel hedefi, dağınık bir halde bulunan verileri benzerliklerine göre bir araya getirip sınıflandırarak, işlenebilir hale getiren istatistiksel bir yöntemdir.

Bu metot tamamen sayısal verilere dayanmakta ve sınıflar önceden bilinmemektedir. Kümeleme analizinin değerli olmasının birçok nedeni bulunmaktadır. İlk olarak doğru grupların bulunması bir amaç olabilir. İkinci olarak kümeleme analizi, verilerin azaltılması için yararlı olabilir. Kümeleme analizi için pek çok algoritma uygulanmaktadır. Aşamalı (Hiyerarşik) tekniklerle bir dendrogram üretilmesinde bir bireyin tüm birimlerine olan uzaklıklarının hesaplanması yapılmakta, gruplar daha sonra yığılmalı ya da bölüm halinde biçimlendirilmektedir.

Aşamalı kümeleme yöntemleri, birimleri birbirleri ile değişik aşamalarda bir araya getirerek ardışık biçimde kümeler belirlemeye ve bu kümelere girecek elemanların hangi uzaklık (ya da benzerlik) düzeyinde küme elemanı olduğunu belirlemeye yönelik istatistiksel yöntemlerdir (Özdamar, 2002).

Yığılmalı tercihte ilk olarak tüm bireylerin ayrı birer grup oldukları kabul edilir. Daha sonra birbirine yakın bireyler birleştirilerek grup sayısı en sonunda 1 oluncaya kadar işlemlere devam edilir. Bölümlü tercihte ise yığılmanın aksine tüm bireyler başlangıçta tek grup olarak düşünülüp daha sonra 2, 3, 4 ... vs gibi sonunda her bir birey bir grup oluşturacak biçimde n gruba bölünür. Kümeleme analizinde ikinci yaklaşım ise parçalanma yaklaşımıdır. Diğer bir ifade ile analizin farklı adımlarında bireyler değişik kümelere dâhil edilip çıkarılabilirler. Başlangıçta keyfi olarak az ya da çok grup merkezleri belirlenerek bireylerin hangi merkeze daha yakın olduğu belirlenmektedir. Daha sonra ardışık olarak işlemler yürütülerek amaç sayıda gruba ulaşıncaya işleme son verilmektedir (Manly, 1990).

2.2.2. Ayırma Analizi (Discriminant Analysis)

Ayırma analizi, başlangıçta tanımlanan sınıflandırma değişkenlerinin incelenen bireylerin gruplanmasını ne ölçüde başardığını ortaya koyan, gruplar arasında ayırım sağlama hususunda en fazla etkisi olan değişken veya değişkenleri belirleyen ve aynı değişkenler ile yeni bir bireyin hangi grupta yer alabileceği konularının ortaya çıkarılmasını amaçlayan çok değişkenli bir istatistiksel analizdir (Gümüş, 1996).

Kümeleme analizi ile ayırma analizi birbirine benzemektedir. Aralarındaki temel fark kümeleme analizinde sınıflar sonradan belirlenirken, ayırma analizinde bu sınıfların önceden biliniyor olmasıdır.

3. BULGULAR

Orman ürünleri alanında masif odun kullanımının fiyatlanması sonucu, odun kökenli levha ürünlerinin kullanımı artmış ve bu artışa paralel olarak kullanım alanlarında önemli gelişmeler olmuştur (Yıldırım, 2005). Çalışma konumuzu oluşturan AB ülkeleri ile Türkiye'nin levha endüstrisine ait kullanmış olduğumuz veriler, FAOSTAT'ın (Food and Agriculture Organization of the United Nations) internet sitesinden elde edilmiştir (URL 5, 2008).

AB ülkeleri ve Türkiye'nin ahşap levha endüstrisine dair 5 farklı ürün grubu ve bunlara ait toplam 25 değişken değerlendirilmiştir. Bahsi geçen değişkenler aşağıdaki Tablo 1'de verilmektedir. Bu kadar çok değişkene bağlı olarak bu ülkelerin levha endüstrisi yapıları hakkında karar verip karşılaştırma yapmak oldukça güçtür. Bunun yanı sıra değerlendirmenin, değişkenlere tek tek bağımlı kalınarak yapılması da pek gerçekçi ve anlamlı bir sonuç vermeyecektir. Bu bağlamda sözü edilen değişkenlere bağlı olarak 28 ülkeyi birbirleri ile değişik aşamalarda bir araya getirerek ardışık biçimde kümeler belirlemeye ve bu kümelere girecek ülkelerin hangi benzerlik (uzaklık ya da yakınlık) düzeyinde küme elemanı olduğunu anlamak amacıyla istatistiksel bir yöntem olan Aşamalı kümeleme analizi kullanılmıştır.

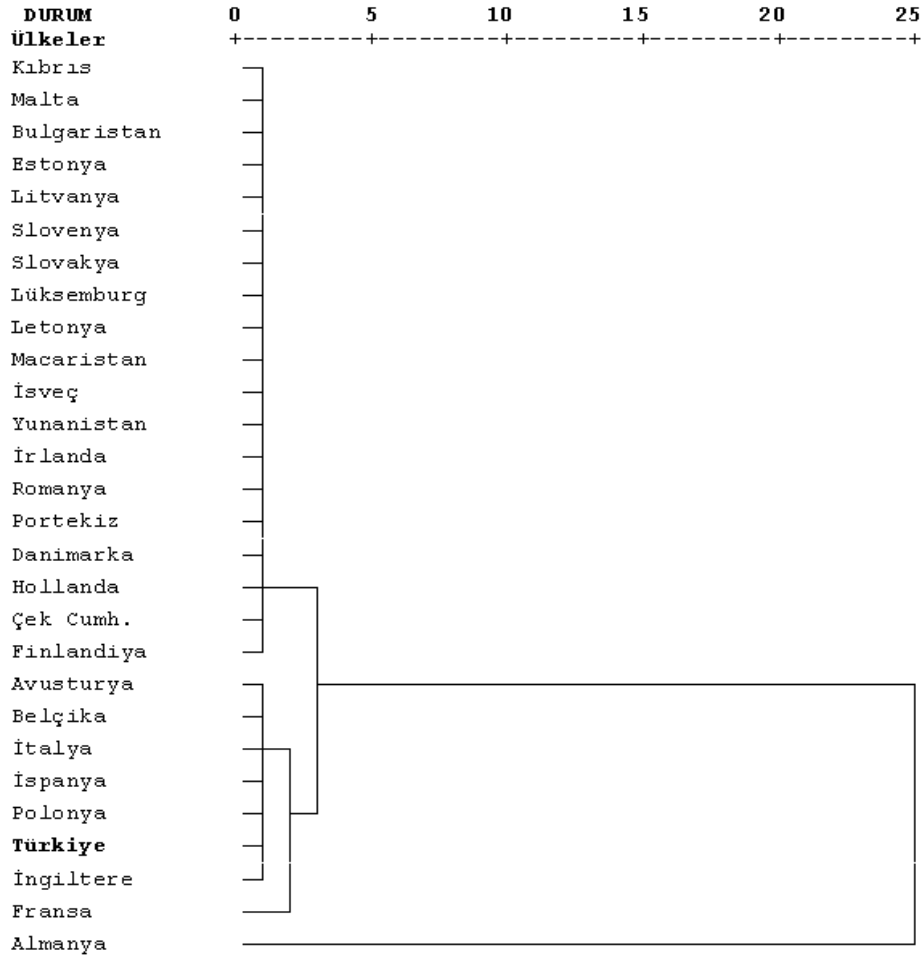
Tablo 1. Levha endüstrisine ait değişkenler ve açıklamaları

Değişken	Açıklama	Değişken	Açıklama
Yongalevha	Üretim (m ³)	Ahşap Kaplamalı Levha	Üretim (m ³)
Yongalevha	İthalat (m ³)	Ahşap Kaplamalı Levha	İthalat (m ³)
Yongalevha	İhracat (m ³)	Ahşap Kaplamalı Levha	İhracat (m ³)
Yongalevha	İthalat (1000 \$)	Ahşap Kaplamalı Levha	İthalat (1000 \$)
Yongalevha	İhracat (1000 \$)	Ahşap Kaplamalı Levha	İhracat (1000 \$)
MDF (Orta Yoğunluklu Liflevha)	Üretim (m ³)	İzolasyon levha	Üretim (m ³)
MDF (Orta Yoğunluklu Liflevha)	İthalat (m ³)	İzolasyon levha	İthalat (m ³)
MDF (Orta Yoğunluklu Liflevha)	İhracat (m ³)	İzolasyon levha	İhracat (m ³)
MDF (Orta Yoğunluklu Liflevha)	İthalat (1000 \$)	İzolasyon levha	İthalat (1000 \$)
MDF (Orta Yoğunluklu Liflevha)	İhracat (1000 \$)	İzolasyon levha	İhracat (1000 \$)
Kontrplak	Üretim (m ³)		
Kontrplak	İthalat (m ³)		
Kontrplak	İhracat (m ³)		
Kontrplak	İthalat (1000 \$)		
Kontrplak	İhracat (1000 \$)		

Levha endüstrisi bünyesinde ele alınan 5 farklı ürüne ait tüm değişkenler kullanılarak yapılan aşamalı kümeleme analizi sonucu elde edilen dendogram Şekil 1'de verilmektedir. Dendogram analiz edildiğinde 28 ülkenin 25 değişkene bağlı olarak 4, 3 ve 2 gruba ayrılabilceği görülmektedir. Burada yapılan işlem benzer özelliklere sahip ülkelerin bir grup içerisinde yer almasıdır.

Yapılan aşamalı kümeleme analizi sonucu belirlenen gruplamadan hangisinin daha anlamlı olduğu belirlemek için ayırma analizi yapılmış ve 4 grubun anlamlı olduğu ($p < 0,05$) belirlenmiştir. Ülkelerin bu dört grup içinde nerede yer aldığı ise Tablo 2'de verilmektedir.

Ayrıca ayırma analizi sonucunda, ayırma işleminin % 100 başarı ile gerçekleştirildiğini, yine aynı analiz sonucunda grup ortalamalarının eşitlik testi tablosundan kontrplak üretim miktarı, kontrplak ihracat miktarı, kontrplak ihracat değeri, izolasyon levha üretim miktarı değişkenlerinin F değerlerinin % 5 anlamlılık düzeyinde birbirinden farklı olduklarını ve gruplandırma yapmada etkili bir faktör olmadıklarını söyleyebiliriz. Geri kalan 21 değişken ise gruplandırma yapmada etkilidir.



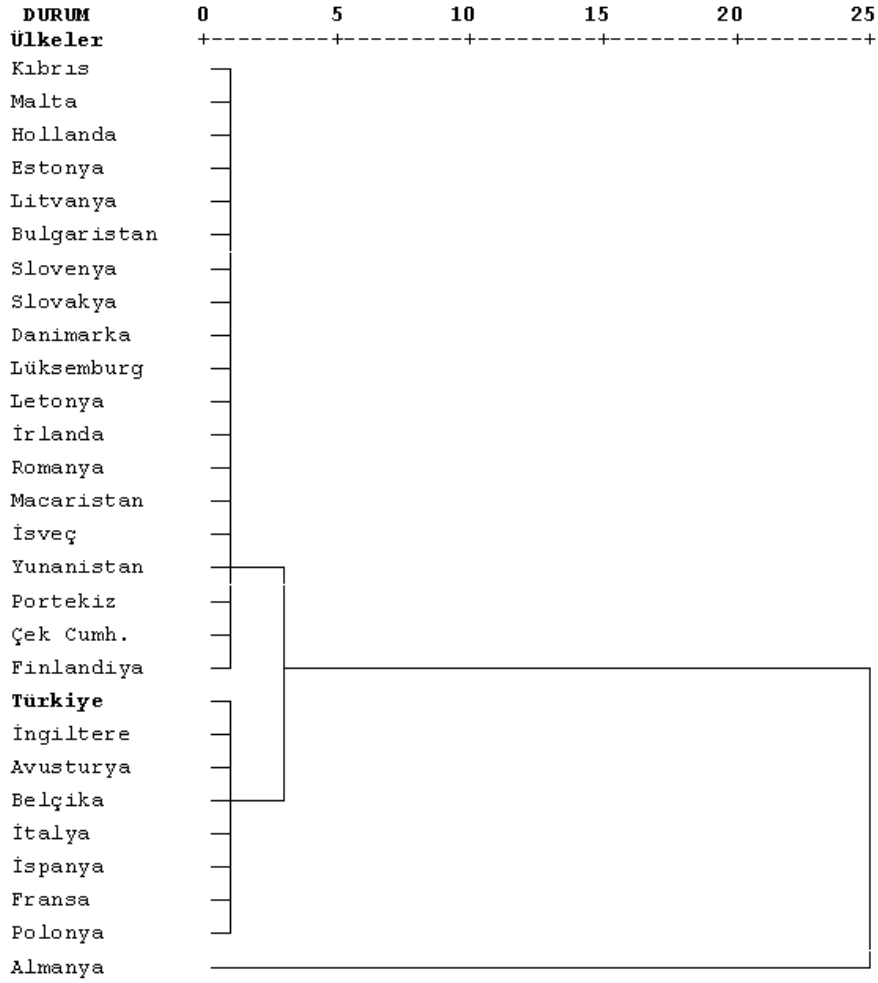
Şekil 1. Aşamalı kümeleme analizi sonucu tüm değişkenlere göre elde edilen dendrogram

Tablo 2. Aşamalı kümeleme analizi sonucu tüm değişkenlere bağlı olarak oluşan ülke grupları

Gruplar	1	2	3	4
Grup üyeleri	Almanya	Fransa	İngiltere Türkiye Polonya İspanya İtalya Belçika Avusturya	Finlandiya Çek Cumh. Hollanda Danimarka Portekiz Romanya İrlanda Yunanistan İsveç Macaristan Letonya Lüksemburg Slovakya Slovenya Litvanya Estonya Bulgaristan Malta Kıbrıs

Tablo 2’de görüldüğü üzere Almanya ve Fransa diğer ülkelere ve birbirlerine ele alınan 25 değişkene göre heterojen bir durum sergileyerek ayrı birer grup oluşturmuşlardır. Türkiye ise ikinci sırada yer aldığı grubunda İngiltere, Polonya, İspanya, İtalya, Belçika ve Avusturya ile aynı grup içerisinde yer almışlardır. Diğer 19 ülke ise homojen bir durum sergileyerek dördüncü grup içerisinde bulunmaktadır.

Ele alınan 5 levha endüstrisi, sadece üretim miktarları bakımından aşamalı küme analizine tabi tutulmuş olup oluşan dendogram Şekil 2’de verilmektedir. Dendograma bakıldığında 3 ve 2 gruba ayrılabilceği görülmektedir.



Şekil 2. Aşamalı kümeleme analizi sonucu üretim miktarları değişkenlerine göre elde edilen dendogram

Dendograma göre oluşan gruplardan hangisinin anlamlı olduğunu anlamak için yapılan ayırma analizi sonucu 3 grubun anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Ülkelerin hangi grupta yer aldığı ise Tablo 3’de verilmektedir.

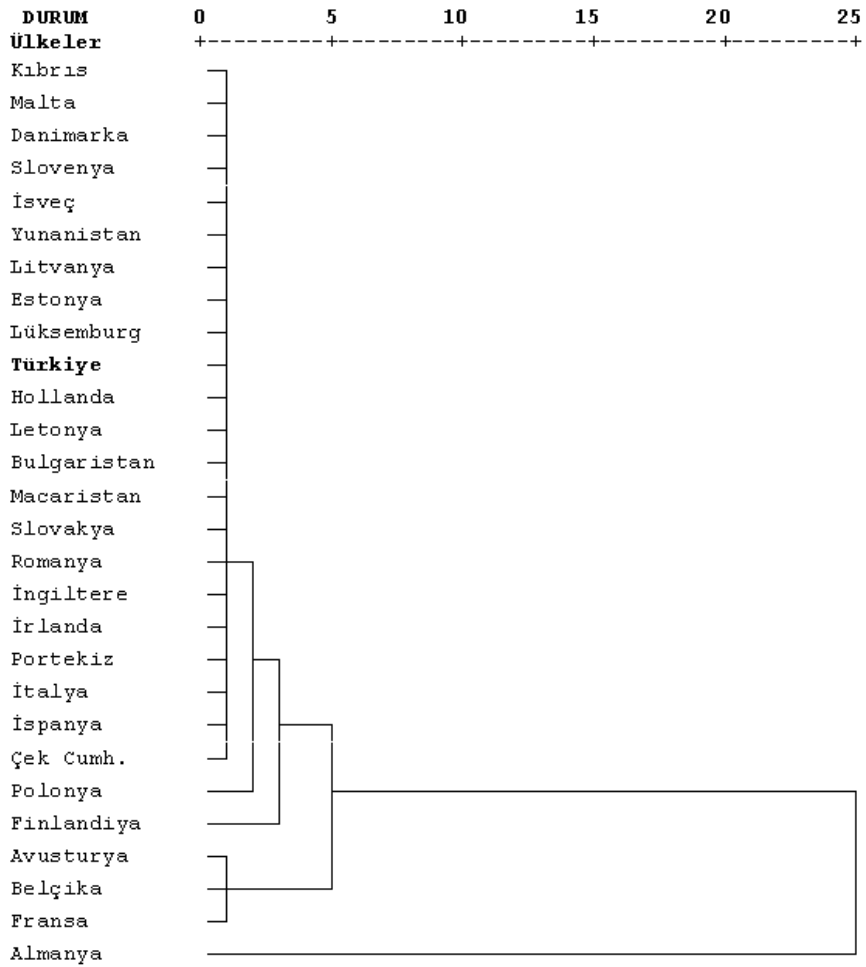
Tablo 3. Aşamalı kümeleme analizi sonucu üretim miktarları değişkenlerine bağlı olarak oluşan ülke grupları

Gruplar	1	2			
Grup üyeleri	Almanya	Polonya	Türkiye	Romanya	Bulgaristan
		Fransa İspanya	Finlandiya Çek	İrlanda	Litvanya
		İtalya Belçika	Cumh. Portekiz	Letonya	Estonya
		Avusturya	Yunanistan	Lüksemburg	Hollanda Malta
		İngiltere	İsveç	Danimarka	Kıbrıs
			Macaristan	Slovakya	
				Slovenya	

Tablodan görüleceği üzere Almanya, ahşap levha üretim miktarları bakımından ayrı bir grup oluşturmuştur. Geri kalan ülkeler ise ahşap levha üretim değişkenleri bakımından istatistiki olarak aynı grup içerisinde yer almaktadırlar.

AB üyesi ülkeler ve Türkiye'nin sadece ihracat miktarları ve ihracat değerleri değişkenleri dikkate alınarak yapılan aşamalı kümeleme analizi sonucunda elde edilen dendogram Şekil 3'de görülmektedir. Dendogramdan görüleceği üzere ülkeler kendi arasında 5, 4, 3 ve 2 gruba ayrılabilir.

Belirlenen gruplar ayırma analizine tabi tutulmuş ve 5 gruba ayırmanın anlamlı olduğu görülmüştür. Çalışma kapsamında ele alınan 28 ülkenin ise hangi grupta yer aldığı ayrıntılı olarak Tablo 4'de verilmektedir.



Şekil 3. Aşamalı kümeleme analizi sonucu ihracat miktarları ve ihracat değerleri değişkenlerine göre elde edilen dendogram

Tablo 4. Aşamalı kümeleme analizi sonucu ihracat miktarları ve ihracat değerleri değişkenlerine bağlı olarak oluşan ülke grupları

Gruplar	1	2	3	4	5	
Grup üyeleri	Almanya	Fransa Belçika Avusturya	Finlandiya	Polonya	Çek Cumh. İspanya İtalya Portekiz İrlanda İngiltere Romanya Slovakya Macaristan Bulgaristan Letonya	Hollanda Türkiye Lüksemburg Estonya Litvanya Yunanistan İsveç Slovenya Danimarka Malta Kıbrıs

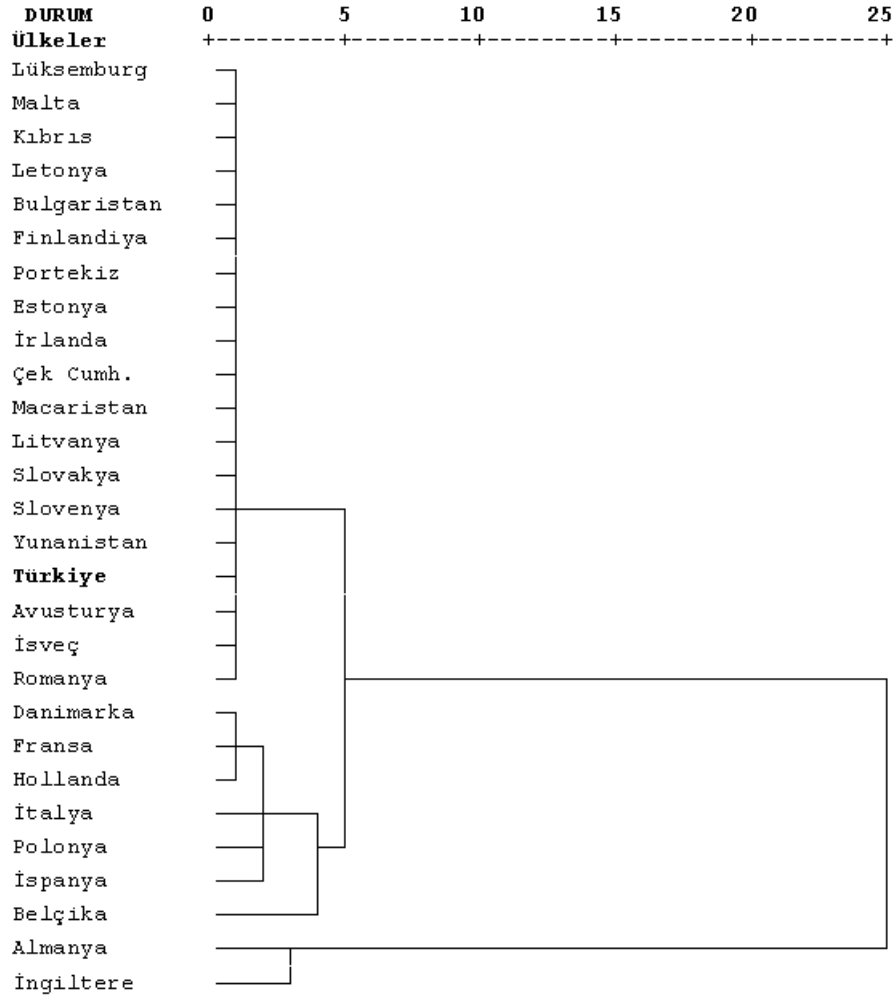
Tablo 4’de görüldüğü gibi Almanya, Finlandiya ve Polonya birbirlerinden ve diğer ülkelerden ayrı bir grup oluşturmuşlardır. Fransa, Belçika ve Avusturya ise üçlü homojen bir grup meydana getirmişlerdir. Türkiye’nin de içinde bulunduğu 22 ülke ise birbiriyle homojen bir yapı göstererek ayrı bir grup içerisinde yer almışlardır.

Son olarak 28 ülkelerin ithalat miktarları ve ithalat değerleri değişkenleri dikkate alınarak yapılan aşamalı kümeleme analizinde elde edilen dendogram Şekil 4’de verilmektedir. Bu dendograma bakılacak olursa ülkelerin 8, 5, 4, 3 ve 2 gruba ayrılabilceği görülmektedir.

Yapılan aşamalı kümeleme analizi sonucu oluşan gruplar sırasıyla ayırma analizine tabi tutulmuş ve 5 gruba ayırmanın anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu 5 grupta ülkelerin nasıl yer aldığı Tablo 5’de görülmektedir.

Tablo 5. Aşamalı kümeleme analizi sonucu ithalat miktarları ve ithalat değerleri değişkenlerine bağlı olarak oluşan ülke grupları

Gruplar	1	2	3	4	5	
Grup üyeleri	İngiltere	Almanya	Belçika	İspanya Polonya İtalya Hollanda Fransa Danimarka	Romanya İsveç Avusturya Türkiye Yunanistan Slovenya Slovakya Litvanya Macaristan Çek Cumh.	İrlanda Estonya Portekiz Finlandiya Bulgaristan Letonya Kıbrıs Malta Lüksemburg



Şekil 4. Aşamalı kümeleme analizi sonucu ithalat miktarları ve ithalat değerleri değişkenlerine göre elde edilen dendrogram

Almanya'nın yapılan tüm analizlerde olduğu gibi burada da tek başına ayrı bir grup oluşturduğu, İngiltere ve Belçika'da ithalat değişkenleri kapsamında ayrı bir heterojen grup oluşturmaktadır. İspanya, Polonya, İtalya, Hollanda, Fransa ve Danimarka ise kendi aralarında benzer özelliklere sahip ülkelerdir. Türkiye ise son grupta 19 ülke ile birlikte ithalat değişkenleri bakımından benzer bir yapı göstermektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Levha Endüstrisi alanında Gümrük Birliği öncesinde 18 farklı AB üyesi ülke ile aynı düzeyde bir üretim, ihracat ve ithalat konumuna sahip olan ülkemiz, Gümrük Birliği sonrasında üretim, ihracat ve ithalat alanlarında oluşan olumlu değişimler sonucu, bu alanda mutlak bir üstünlüğe sahip gözükken Almanya haricinde, gelişmiş 7 farklı AB üyesi ülke ile aynı konuma sahip olmuştur. Gümrük Birliği olumlu özelliklerini bu alanda göstermiş ve ülkemizi ön plana çıkarmıştır (Akyüz, 2006).

Çalışmada yapılan analizlerden görüleceği üzere ahşap levha endüstrisinde Almanya ve Fransa gerek üretim gerekse dış ticaret hacmi işlemlerindeki yüksek değerlerden dolayı diğer ülkelere göre önemli bir üstünlüğe sahiptirler. İngiltere, Türkiye, Polonya, İspanya, İtalya, Belçika ve Avusturya ise diğer Avrupa ülkelerinden daha fazla üretim ve dış ticaret hacmine sahip olmaları bakımından farklı bir homojen grupta yer almaktadırlar.

Finlandiya'nın başını çektiği diğer tüm ülkelerin ise ele alınan 25 değişkene göre istatistiki olarak aynı grup içerisinde yer almaları anlamlı bulunmaktadır.

Türkiye içinde bulunduğu grup itibariyle tüm değişkenler dikkate alındığında İngiltere, Polonya ve İspanya ile daha fazla benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin ahşap levha sanayi alanında AB ülkeleri ile rekabet edebilir bir yapıda olduğunu söylemek mümkün olabilmektedir.

Türkiye'nin orman ürünleri sanayi ve ahşap levha ürünleri alanında daha ileri seviyelere gelebilmesi için yapılması gerekenleri şöyle sıralayabiliriz;

- Ekonomide istikrarlı bir seyrin devam ettirilmesi,
- Çoğunluğu KOBİ niteliğinde bulunan ahşap levha ürünleri sanayi işletmelerinde vergi oranlarının sanayiye teşvik sağlayıcı nitelikte düzenlenmesi,
- Levha ürünleri alanında önemli bir maliyet unsuru olan enerji maliyetlerinin azaltılması,
- Sektörün teknolojik olarak yenilenmesi ve teknolojik yeniliklerin uygulanabilmesi için teşvik sisteminin uygulanabilmesi,
- Genelde durum tespiti amacıyla kullanılan AR-GE çalışmalarının gereğine uygun bir biçimde yapılması ve gerek ürünsel bazda ve gerekse tüm süreçlerde yenilik oluşumuna yönelik yatırımlara yönelmesi,
- Bilgi ve sermayenin ortak hareket edebileceği projeler oluşturulmalı ve bu anlamda üniversiteler ile bir türlü sağlanamayan işbirliği sağlanmalı,
- İşletmelerde verim ve iş etüdü çalışmalarına yön verilmeli maliyet azaltıcı tedbirler alınmalı,
- Uluslararası alanda pazar araştırma çalışmaları hızlandırılmalı ve uygun pazarlama bileşenleri yardımıyla değişik ülke pazarlarına girilmeli,
- Ürünlerin AB standartlarına uygun olarak imal edilmesi için gereken yasal ve teknolojik düzenlemeler yapılmalı.

KAYNAKLAR

- Akgüngör, S., Barbaros, F. ve Kumral, N., . 2002. "Competitiveness of the Turkish Fruit and Vegetable Processing Industry in the EU Market",. Russian and East European Finance and Trade, 38(3), May-June, 2002.
- Akyüz, K. C., . 2000. Doğu Karadeniz Bölgesinde Yer Alan Küçük ve Orta Ölçekli Orman Ürünleri Sanayi İşletmelerinin Yapısal Analizi, . KTÜ Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon., Nisan 2000.
- Akyüz, K. C., . 2006. Avrupa Birliği Sürecinde Türkiye Orman Ürünleri Sanayinin Rekabet Düzeyi, . ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 9., 2006.
- Aykaç, M. ve Parlak, Z., . 2002. Tüm Yönleriyle Türkiye- AB İlişkileri, . Elif Kitabevi, İstanbul., 2002.
- Çoban, O. ve Kök, R. 2005. , "Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001", . İktisat, İşletme ve Finans, Sayı: 228, Mart 2005.
- DİE, 2002. Türkiye İstatistik Yıllığı 20012001., DİE Matbaası, 2690, Ankara., 2002.
- Ferman, M., Akgüngör, S. ve Yüksel, A.H., . 2004." Türkiye'nin İhracat Rekabet Gücü ve Sürdürülebilirliği: Avrupa Birliği Pazarında Rakip Ülkeler ve Türkiye Açısından Bir Karşılaştırma. ", 2004 Türkiye İktisat Kongresi, 5-9 Mayıs 2004., İzmir.
- Gümüş, C., . 1996. Orman Köyleri Kalkınma Planlarında Çok boyutlu Yöntemlerden Yararlanma Olanakları (Gümüşhane İli Orman Köyleri Örneği),). Exspres Ofset, Trabzon., 1996.
- İLTER, E., OK, K., 2004, . Ormancılık ve Orman Endüstrisinde Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Form Ofset Matbaacılık, Ankara.
- Juslin, hH. and, hansenHansen, eE., . 2002. Strategic Marketing in the Global Forest Industries, . Authors A. Pres. 2002.

- Karakaya, E. ve Özgen, F.B. 2002. , “Economic Feasibility of Turkey’s Economic Integration with the EU: Perspectives from Trade Creation and Trade Diversion”, . ODTÜ 6. Uluslararası Ekonomi Kongresi, Ankara, 11-14 Eylül 2002.
- Küçükahmetoğlu, O. 200., “Türkiye-AB Gümrük Birliği’nin İktisadi Etkileri”, . İktisat Dergisi, İFMC Aylık Dergisi, No. 408, Aralık 2000.
- Manly, B.F.J., . 1990. Multivariate Statistical Methods, . A Primer, IV. Edition, J.W. Arrowsmith Ltd. Bristol., 1990.
- Özdamar, K., .2002. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi (Çok Değişkenli Analizler), . II. Cilt, Kaan Kitabevi, Eskişehir., 2002.
- URL1 2005.
.http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm, 5 Nisan 2005.
- URL2 2005.
http://www.sanayi.gov.tr/webEdit/gozlem.aspx?menuSec=202&sayfaNo=1076&navigate=var, 11 Mart 2005.
- URL 3 2006. http://www.mess.org.tr/html/refa/htm/rekabet.htm, 23 Ocak 2006.
- URL 4 2006. http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfaNo=1146, 23 Ocak 2006.
- URL 5 2008. http://faostat.fao.org/site/381/DesktopDefault.aspx?PageID=381, 13 Mart 2008.
- Yıldırım, İ. ve Özşahin, Ş. 2004., Orman Ürünleri ve Kâğıt Sanayi Sektörlerinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, KTÜ V. Ulusal Orman Fakülteleri Öğrenci Kongresi, 29 Nisan-01 Mayıs 2004, Trabzon, Bildiriler Kitabı, 37-41.
- Yıldırım, İ., Akyüz, K., C., Akyüz, İ., . ve Gedik, T., . 2005. Levha Sanayinde Seçilmiş Ürünler Bazında Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerindeki Genel Durum, . 21-24 Mart 2005, 1.Çevre ve Ormanlık Şurası, ANTALYA.Antalya.
- Yıldırım, İ., 2006. Orman Endüstrisine Ait Bazı Ürün Gruplarının Avrupa Birliği Sürecinde Rekabet Edebilirliğinin İncelenmesi, . Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Yılmaz, B. ve Ergun, S.J., . 2003. “The Foreign Trade Pattern and Foreign Trade Specialisation of Candidates of The European Union”, . Ezoneplus Working Paper, No: 19, September, 2003.