

ORTAK PAZARIN FRANSIZ TÜKETİCİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ (*)

Çeviren :
Ass. Dr. Aykut HEREKMEN

I. ORTAK PAZAR VE TÜKETİCİ.

Üye ülkeler, Avrupa Ekonomik Topluluğunu kurarken, Roma Antlaşmasının girişinde de bahsedildiği üzere, «halklarının hayat ve istihdam şartlarının devamlı olarak yükseltilmesini» esas gaye edindiler ve bu gayeye ulaşmak için de ortaklığa «hayat seviyelerinin daha süratli olarak yükselmesi» (Md. 25) ve «Tüketiciye uygun fiyat sağlanması» (Md. 39) gibi görevler yüklediler.

Ortak Pazarın, Fransız tüketicilerinin özellikle davranışları ve hayat seviyeleri üzerindeki etkilerini incelerken bu etüdümüzde şu konular üzerinde durulacaktır:

— Üye ülkeler arasında gümrük birliğinin yaratılması ve ortak bir iktisadi politika meydana getirilmesi Avrupa tüketicilerine prensip olarak ne gibi yararlar sağlamaktadır.

— 1958 ve 1966 seneleri arasında Ortak Pazarın Fransız ekonomisine ne gibi etkileri olmuştur.

Ortak Pazarın, Fransız ailesi tarafından tüketilen:

— Sanayi sektörü malları, elektrikli ev hizmet araçları, giyim, otomobil v.s. ile

— Tarımsal ürün ve gıda maddeleri üzerindeki etkileri nelerdir.

(*) Avrupa Ekonomik Topluluğu basın ve yayın servisinin sorumluluğu altında hazırlanarak özel bir fasikiül halinde yayınlanan bu araştırma, tarafımızdan kısaltarak tercüme edilmiştir.

Genel olarak, Ortak Pazarın tüketim üzerindeki etki payını tam olarak belirtmek çok zordur. Çünkü, bir yandan faktörler çok fazladır (1) ve bunları birbirinden ayırmak zordur, diğer yandan illet netice bağlantısı zaman içerisinde değişmekte ve deneyler bazı işletme şeflerince verilen kararların öne alınmasına sebep olmaktadır.

Bununla beraber bu konuda AET Komisyonunca, senelerden beri yapılan pek çok anketlerin, gözlemlerin tüketici kuruluşlarıyla olan temasların burada incelenmesinde fayda vardır.

1. Ortak Pazarın Prensipleri.

Ortak Pazarın amacı, Alman, Belçika, Fransa, İtalya, Lüksemburg ve Hollanda ekonomilerini birleştirmek suretiyle, 180 milyon kişiyi içine alan geniş ve homojen bir ekonomi kurmaktır.

Yıllardan beri, gümrük duvarlarıyla çevrili koruyucu bir ekonomi politikası izleyen milli ekonomilerin gelişemiyerek çağımızın gereğine uyamadığı ve ekonominin potansiyel kapasitesinin açılmasına bir engel teşkil ettiği, gözlenmekteydi. Millî piyasaların bu darlığı, rekabeti engellemekte ve modern metodların üretime uygulanmasını uyarmamakta bu da ekonominin gelişmesini önlemektedir.

Ortak Pazarın Gelişmesi, yani:

İnsanların

Hizmetlerin

Malların

ve Sermayelerin

tek ve geniş bir piyasada serbestçe mübadelesi için iki etab kabul edilmiştir.

— Birinci etabda üye ülkeler arasında mübadele engelleri progresif olarak kaldırılmak suretiyle bir gümrük birliğine gidilmekte böylece de 3 ncü ülkelere karşı harmonise edilmiş bir ortak gümrük birliği tesis edilmektedir. Altı millî piyasanın füzyonu hemen gerçekleşmeyeceği nedeniyle antlaşma 12 senelik

(1) Dünya piyasalarındaki fiyatlar, milletlerarası ekonomi politikası, üretimdeki çeşitli artışlar v.s.

bir geçiş devresi tanımıştırd (1958 - 1970). Bu müddet sonradan 1,5 sene kısaltılarak 1 Temmuz 1968'e indirilmiştir.

— İkinci etabda, ülkeler daha ziyade tarımda, ulaştırmada, üçüncü ülkelerle ticar ilifşilerde, rekabeti düzenlemede ortak bir ekonomi politikası tesis edeceklerdir. Őayet, her ülke kendi ekonomisini ortaklarıyla birlikte harmonize etmezse Ortak Pazar boş bir çabadan ileriye gidemeyecektir.

2. Tüketicisi Ortak Pazardan Ne Bekliyor?

Genişlemif bir ekonomide, tüketicisi ile üreticinin kendiliğinden karşılaşmaları büyük sonuçlar doğuracaktır.

Fransız reticisi 1957'de 44 milyon tüketicisi için üretimde bulunuyordu. Genişletilmiş bir piyasada ise, üreticisi daha geniş bir tüketicisi ile karşılaşacağından yeni modern metodlar bularak raşyonalizasyon ve otomasyon tesiriyle kr etme yolları arayacak ham madde kaynaklarına (bunların içerisinde işgücü ve sermaye de dahildir.) daha geniş bir rekabet imknından yararlanmak suretiyle başvuracaktır.

Bu gelişmeden haliyle tüketicisi kr elde edecektir. Başkan Walter HALLSTE, Ortak Pazar ye lkeleri Hr Sendikalarının 5 inci genel toplantısında, yapmış olduğu bir konuşma ile tüketicinin elde edeceği bu avantajlardan 7 sini şu şekilde saymıştır:

— İlk olarak, ye ülkelerin birbirlerinden aldıkları malların fiyatı, aralarındaki gümrük tarifelerinin indirilmesi nedeniyle, mutlak olarak ucuzlayacaktır. Bu fiyat düşmesi tabiatıyla genel fiyat ykselişleriyle ilgilidir. Őayet genel fiyat seviyesi sabit kalır veya düşüşten daha az yükselirse ancak gümrük tarifelerinin indirilmesinden doğacak bir fiyat düşüşünden yararlanılabilir. Burada bahis konusu olan gümrük tarifelerindeki indirim hakikaten büyük bir miktardır ve hazinenin bildirdiğine göre senede yaklaşık 500 milyon Frankı bulmaktadır.

— İkinci olarak, Avrupa ekonomisinin rekabeti Ortak Pazar üzerinde hızlanacak ve genişliyecek, böylece, fiyat avantajlarının tüketicisi üzerine tesir şansı da kendiliğinden artacaktır. Ko-

misyon, kartel ve monopoller şeklinde satıcıların birleşerek bu rekabeti kısıtlamaması için, kendisine düşen görevde uyanık olacaktır.

— Üçüncü olarak, Avrupa piyasası, ürün ve kalite üzerine ihtisaslaşmayı ve rasyonalizasyonu zorunlu kılmakta bu yüzden de, ortak politika ihtisaslaşmış Avrupa şirketlerini teşvik etmekte bu durumdan da yine tüketici yararlanmaktadır.

— Dördüncü olarak, Ortak Pazar tüketiciye ürün arzı bakımından geniş bir tercih hakkı yaratmakta bu da tüketicinin şahsi ihtiyaçlarını kolayca tatmin edebilmesini sağlamaktadır.

— Beşinci olarak, üye ülkelerin gümrük duvarlarını indirmeleri, bir nevi emniyet sübabı vazifesi görmek suretiyle inflasyonist baskı altında olan bir ekonomide ithalât stabilizasyonunu tahrik etmekte ve fiyatların yükselmesini engelleyici bir rol oynamaktadır.

— Altıncı olarak, Ortak Pazarın ekonomik gelişmeyi uyarması, millî gelirlerin daha süratli artmasına sebep olmaktadır. Nitekim, tüketiciler kârlı bir hareket yarattıklarında, üretim prosesünün aktif faktörü, bütün bir ekonomiyi uyarmakta, böylece üretim, mübadele, piyasa ve yatırımlar canlanmaktadır. Bunun yanı sıra Avrupa Sosyal Fonu tarafından işçilere sağlanan menfaatleri de AET nin çalışmaları içerisinde saymak icap eder.

— Yedinci olarak, Ortak Pazar liberal ekonomiyi teşvik etmektedir. Yani kollektif ihtiyaçlara göre devlet tarafından idare edilen bir ekonomi değil tüketici tarafından idare edilen bir ekonomi Ortak Pazarın Fransız tüketicisi üzerine yapmış olduğu tesirlere geçmeden önce 1958 den beri Fransız ekonomisinin ve tüketiminin gelişmesini inceliyelim.

II. 1958'den 1966'ya KADAR FRANSIZ EKONOMİSİ.

1. Bir Açılış Politikası.

İkinci dünya harbinden bu yana Fransız ekonomisi geçirmiş olduğu buhranlar sonucu üç stabilizasyon devresi geçirmiştir. Bunlar: 1952 - 53, 1958 - 59 ve 1964 - 65 ⁽²⁾ senelerine rastlar.

(2) Rapport sur les comptes de la Nation de l'année 1965 — İ.N.S.E.E., s. 9 ve devamı.

Bu devreler zarfında Fransa'da 5 ayrı plân yapılmıştır. Bizimle ilgili olanlar III ve IV üncü plânlara ait devrelerdir. V inci plânın son senesi Ortak Pazarın geçiş döneminin son senesine rastlamaktadır.

Bahse konu seneler zarfında Fransız ekonomisinde genişleme, buhran ve stabilizasyon gibi muhtelif konjonktür devrelerine rastlanmaktadır. 1966 senesinde bazı duraklamalar, ekonomik aktivite üzerindeki stazilizasyon plânının etkilerini tashihe ihtiyaç göstermiştir.

Bu devrede Fransız ekonomisi üzerinde birbirinden ayrı karakterde iki önemli şok meydana gelmiştir.

Birinci şok, Ortak pazarın kurulması neticesi ekonominin dışarıya açılmasıdır.

1958 devalüasyonun fiyatlar üzerinde sağlamış olduğu avantajlar ve devalüasyondan önceki ve sonraki iki genişleme devresinde yapılan yatırımlar sayesinde Fransa'da ihracat bir kaç sene-den beri bir gelişme kaydetmişti. Bu yüzden ekonomi bu yeni duruma kolayca adapte olabildi.

Fakat, ekonominin dışa açılışının müsbet yönü dışında bir ikinci yönü vardır: Dış alımlar yapılan ihracattan daha fazla gelişir; dış denge daima güvenilirmez bir durum arz eder ve dışa kapalı bir ekonomiye nisbeten dışa açık bir ekonomide sıkıntı kendini daha fazla hissettirir.

Fransız ekonomisinin ise rekabeti zedeliyecek ne ortaklarınınkinden daha fazla bir fiyat yükselmesine ne de ticari ve teknik uygulamada bir gecikmeye tahammülü vardı.

İkinci şokun tesirleri ise kısa devrede beklenmedik ve daha ağırdır. Ani nüfus artışı tüketim malları talebini ve aynı zamanda sermaye ve gelir transferlerini artırır, bu artış iç mal dolaşımı lojman ve tüketim malları sahasına geniş olarak kaydırır. Vatandaşlarına iade edilen aktif nüfusda toplam aktif nüfusu arttırıcı nitelikte olup çalışma piyasasını genişletici bir faktör olmaktadır.

Fransa'da bu iki şok ekonomi tarafından gayet iyi kaldırıldı ve neticeleri müsbet oldu. Roma Antlaşmasının imzalandığı sı-

ralarda Fransız ekonomisi, İtalyanlarınkı gibi, altıların içersinde en çok himaye gören bir ekonomi karakterindeydi. Dışarıya açılış ve beynelminel rekabetin gelişmesi, bazı çevrelerin göstermiş oldukları endişenin tam tersi iç enflâsyonis baskının azalması gibi bir netice doğurdu.

Aynı zamanda, V inci plânın başlangıcında, ortak pazarın birinci orta devre ekonomi politikası programı da, ekonomik durumu rahatlatıcı bir faktör oldu; genişleme daha hızlı bir tempoya girdi, fiyat yükselmeleri azaldı, ihracat ithalâtı kapattı ve döviz rezervleri arttı.

Bununla beraber hemen işaret edelimki bu gibi sonuçlara hemen güvenmemek icap eder. Nitekim, bazı problemlerin çözümlü halen durmaktadır. Ekonominin mobilitesinin yetersizliği dolayısıyla bazı bölgelerin kalkınmaya katılamamasını bu problemlerin belli başlılarından biri olarak gösterebiliriz.

2. Hakiki Gelişme ⁽³⁾.

Fransa'da brüt iş hasılasının senelik artışı % 5,8'e ulaştı. Yani 1958 senesini 100 olarak alırsak 1965 de indeks 142 ye yükseldi (Bütün ortak pazarda bu indeks 145 dir). Kalkınma hızı oranı ise IV üncü plânın ön gördüğü 1959 - 1965 devreleri kalkınma hızı olan % 5,5 den daha yüksektir.

Toplam nüfus 1959 - 1965 devresinde %9,5, istihdam edilen aktif nüfus 1961 - 1965 devresinde % 4 arttı. Ziraatteki aktif nüfus ise tahminlerin üzerinde bir azalış kaydederek — % 5'e kadar çıktı (bazı seneler ortalama: — % 3,4 dür).

Prodüktiviteyi ölçmeye yarayan istihdam edilen aktif nüfus başına kıymet artışında oldukça hızlı bir gelişme oldu. Bu gelişme endüstride, ücretli senelik izinler de dahil, senede % 6 dır.

Özel tüketim senede % 5,6 oranında arttı. 1958 = 100 kabul edilirse 1965 de artış indeksi 140'a yükseldi (AET de 143, İngiltere'de 126, Amerika Birleşik Devletlerinde 137). Hayat seviyesini belirtmek için de fert başına tüketime bakacak olursak: Senelik % 4, bütün bir devre zarfında ise 1/4 oranında (% 26,2) arttığını görürüz.

(3) Comptes nationaux — O.S.C.E. 1966

1961 den beri aile tüketimi % 23,2 oranında genişlemiştir. Harcanabilir gelirlerdeki artış ise % 25,8 oranındadır. O halde aileler tüketimden daha ziyade tasarrufu artırmışlardır.

1965 de Fransız ailesi harcanabilir gelirinin % 86,5 ini tüketime ayırmış, % 13,5 ni tasarruf etmiştir. 1959 da bu oranlar % 88,8 ile % 11,2 idi. Tüketim indeksinin 169,5, tasarruf indeksinin 210,1 olması bilhassa kayda değer bir durumdur. Memleket içi brüt gelirlerdeki ücretin net payı, vergi ve sosyal sigorta primleri hariç, % 40,8 den % 43'e yükselmiştir. Bu ücret ve tasarruf artışları Fransız ailesinin, hayat seviyesinin arttığına dair en güzel delilleri teşkil etmektedir.

Bunlardan başka brüt milli hasıla 1958 fiyatlarıyla 245 milyon frankdan 1965 de 384 milyon franka yükselirken özel tüketim de 161 milyondan 226 milyon franka yükselmiştir.

Özel tüketim artışlarının, tüketim malları ve seneler itibariyle dağılımları aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir (Tablo I, II, III).

TABLO I

ÜLKELER VE YILLAR İTİBARIYLA TÜKETİM MALLARI TÜKETİMİ

	Fransa		A.E.T	İngiltere	A.B.D.
	1958	1956	1964	1964	1964
Gıda Maddeleri	42.7	37.5	38.3	38.8	24.8
Giyecek eşyası	11.5	10.9	—	10.5	9
Lojman	17.5	19.2	—	24.4	29.5
Sağlık hizmetleri	7.4	10.1	6.6	2.3	8.0
Ulaşım ve muhabere	7.5	8.7	8.2	11.8	14.6
Eğitim ve eğlence	5.2	6.0	—	6.9	5.4
Diğer	7.0	7.5	—	4.5	7.9
Fark (*)	1	0.1	—	0.8	0.8
(*) ülke dışındaki vatandaşlarla ülke içindeki vatandaş olmyanların yaptıkları masraflar arasındaki fark.	100	100	—	100	100

TABLO II
1970 DE FRANSA'DA TÜKETİM ARTIŞI
(1962 = 100)

	Fert başına	Toplam
Ekmek	83.7	91.9
Un ve Unlu maddeler	103.5	113.9
Büsküvit, Pasta	127.5	140.4
Sebze konservesi	130.8	143.8
Meyva konservesi	115.2	126.6
Balık ve balık konservesi	114.8	126.3
Süt ve süt tozu	97.7	107.3
Peynir	115.4	126.8
Yağ	106.5	117.1
Margarin ve nebati yağ	114.3	125.5
Zeytin yağ	112	122.9
Hayvansal yağ	50	54.7
Şeker	121.9	133.9
Çukolata, Reçel, Dondurma	133.9	147.1
Diğer	115	126.1

KAYNAK : V inci PLÂN.

TABLO III
1950 — 1985 DEVRESİNDE TÜKETİM ARTIŞI

	1950 %	1962 %	1970 %	1985 %
Gıda	49	35.2	30.5	21.7
Giyecek	14.9	12.1	12	10
Mesken	13.3	17	18.4	19.2
Sağlık ve hijyen	5.9	10.3	12.1	15.2
Ulaştırma ve muhabere	5.4	8.4	9.4	12.9
Eğitim	6.5	8.1	8.9	11.4
Otel, kahve, restoran ve diğerleri	5	8.9	8.7	9.6

1950, 1962, 1970 Rakkamları: Rapport Comission du Commerce Ve Plan.

1985 Rakkamları: Comité réflexion pour 1985.

Tabloların incelendiğinde görüldüğü gibi gıda ve giyecek masraflarında sağlık, ulaşım ve eğlence giderleri lehine bir azalma olmuştur. Bu durum da hayat seviyesindeki yükselişin en güzel bir ifadesidir.

Bundan başka ücretler 1958 yılından 1965 yılına kadar yaklaşık olarak iki misli artmıştır. Bilhassa imalât sanayiindeki ücret artışı çok yüksektir (Tablo IV). (8,8 milyon frank iken 1965 de 20,2 milyon franka yükselmiştir).

TABLO IV
FRANSA'DA SANAYİ KOLLARI İTİBARIYLA ÜCRET ARTIŞLARI

	Milyar Frank	
	1959	1965
Tarım	3.49	4.65
Sanayi	4.19	6.25
Ağır sanayi	42.73	76.99
İnşaat	8.82	20.26
Elektrik, gaz, su	1.71	3.48
Ulaşım ve muhabere	10.89	21.76
Toptan ve perakende ticaret	10.38	21.88
Banka ve sigorta servisler	3.18	5.99
Diğer	11.56	23.88
Kamu idareleri	23.96	40.39
Fark (*)	— 0.21	— 0.39
	120.70	225.14

(*) Fransız işçilerinin yabancı ülkelerde aldıkları ücret ile yabancı işçilerin Fransa'da aldıkları ücret farkı.

Diğer ülkelerde de (Tablo V) de görüldüğü gibi ücretler (milli paraları esas alınmak üzere) aynı derecede artmıştır.

TABLO V

ÜLKELER VE SANAYİ KOLLARI İTİBARIYLA ÜCRET ARTIŞLARI

	1958	1965	İndeks
Almanya (Milyon DM)	108.99	225.65	207
İtalya (Milyon Lires)	7.652	17.054	222
Hollanda (Milyon FL)	17.100	36.000	210
Belçika (Milyon FB)	243.4	412.1	170
Lüksemburg (Milyon FbLg)	10.5	13.8 (1963)	---

Tüketim mallarındaki fiyat artışı % 23,2 dir.

Bu artışlar her tüketim malında oldukça değişiktir. Gıda maddeleri fiyatları yaklaşık olarak diğer fiyat indekslerine yakın artmıştır. Hizmet ve sanayi malları fiyatları ise diğerlerinden çok fazla artmıştır. Enerji, mekanik ve elektrik endüstrisinde fiyatlar daha az bir artış göstermiş hatta bazan da düşmüştür (Bak. TABLO VI).

TABLO VI
ÜRÜNLER İTİBARIYLA FİYAT İNDEKSLERİ

	TÜKETİM (Milyon Frank)		FİYAT İNDEKSLERİ: 1959 = 100					
	1959	1965	1960	1961	1962	1963	1964	1965
01 ve 02. Tarım, Gıda ve Tarım Endüstrisi	67.721	100.220	102.5	105.3	110.9	116.9	120.3	122.9
03 ve 05. Enerji	9.253	15.771	99.6	99.3	98.5	98.6	98.7	97.5
09. Elektrik ve Mekanik Endüstrisi	10.025	19.104	99.8	99.5	100.2	100.0	100.7	101.8
10. Kautçuk ve Kimyasal Ürünler	4.939	9.954	102.0	104.2	104.7	106.2	106.7	108.3
11. Deri, Tekstil, giyecek	21.745	35.675	103.8	106.5	109.3	113.3	116.7	119.1
06. 12. ve 13. odun, kâğıt ve çeşitli endüstri ürünleri, cam ve yapı malzemesi, kamu çalışmaları ve inşaat	13.019	23.027	102.9	106.0	110.5	115.4	119.4	121.6
03. - 13. Sanayi mamulleri	58.981	103.531	102.1	103.8	105.6	108.1	110.0	111.2
14. Ulaşım ve telli muhabere hizmetleri	4.276	6.777	104.3	108.8	112.2	116.3	119.2	124.2
15 ve 16. Lojman ve diğer hizmetler	36.649	73.670	107.3	113.0	120.2	130.0	138.7	145.4
14 ve 16. Hizmetler	40.925	80.447	107.0	112.5	119.4	128.6	136.8	143.3
Toplam Tüketim	167.627	284.198	103.5	106.5	110.9	116,1	120,1	123,2

Fransanın diğler Ortak Pazar ÷lkeleriyle olan dış ticareti onların toplam dış ticaretlerinden daha hızlı bir tempoda gelişmiş tir. Nitekim 1959 a nazaran 1965 de A.E.T. den ithalatı iki misli me, ihracatı ise üç misli artmıştır (TABLO VII).

TABLO VII
FRANSA'NIN İTHALÂT VE İHRACATI

Fransa'nın İthalâtındaki Payı (%)	A.E.T.	Almanya	İtalya	Hollanda	U.E.B.L.
1959	28.1	15.9	3.5	3.4	5.3
1965	38.5	18.2	7	5	8.3
Fransa'nın İhracatındaki Payı (%)					
1959	29.1	15	4.8	2.6	6.7
1965	40.6	19	7.3	4.6	9.7

Ticaret bilânçoları da 1962 - 19964 seneleri hariç daima müs bet kapanmıştır. (TABLO VIII)

TABLO VIII
FRANSA'NIN YILLAR İTİBARIYLA TİCARET BİLÂNÇOSU

	Ticaret bilânçosu	Geçen yıla oranla değışmeler
1961	+ 1986	—
1962	+ 1600	— 386
1963	— 367	— 1233
1964	— 876	— 1243
1965	+ 845	+ 1721

Toplam ihracatındaki artış % 76, A.E.T. ülkelerine yapmış olduğu satış miktarındaki artış ise % 145 dir.

Fransanın toplam dış ticaretinde Ortak Pazarın gittikçe payı artarken her bir üye ülkeyle olan dış ticaret miktarında ise bazı değişimler olmuştur. Almanya ile olan dış ticareti çok gelişmiş ve frank sahasına dahil ülkelerle olan toplam dış ticaretinden daha büyük bir yer işgal etmeye başlamıştır. Bunun yanısıra İtalya, Belçika ve Hollanda ile olan dış ticaretinde de önemli gelişmeler kaydedilmiştir. (Bak. TABLO IX, X)

TABLO IX

A.E.T. ÜLKELERİNİN İTHALÂTLARINDA FRANSA'NIN PAYI

%

	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965
Almanya	9.3	9.4	10.5	10.7	10.6	10.7	11.1
İtalya	7.7	8.4	9.2	8.8	9.7	9.9	10.1
Belçika - Lüksemburg	12.6	13.7	14.6	14.4	15.0	14.8	15.8
Hollanda	3.6	3.8	4.6	4.7	5.2	5.3	6.3

KAYNAK : Statistiques O.C.D.E.

TABLO X

TOPLULUK İÇİ MÜBADELELERDE FRANSA'NIN PAYI

Aylık ortalama Milyon \$

	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1965 endeksi 964=100
AET'nin Fransa hariç ithalâtı	546.88	690.46	799.50	905.94	1050.06	1.191.50	1.353.32	113.5
AET'nin Fransa'dan ithalâtı	134.01	171.36	206.18	229.19	265.92	294.96	343.01	116.4
Fransa'nın Payı %	24.50	24.82	25.79	25.30	25.32	24.74	25.36	116.4

Endüstri mallarının ortaklık içi mübadeleleri, devamlı olarak gümrük tarifelerindeki indirimler sayesinde, çok gelişmiştir (Bak.

TABLO XI). Nitekim, 1 Ocak 1959 dan itibaren her sene endüstri mallarına uygulanan gümrük tarifelerinde üye ülkeler % 10 bir indirim yapmaktadır. 1 Temmuz 1961 ve 1 Temmuz 1962 tarihlerinde yapılan % 10 luk iki suplemen indirim gümrük duvarlarının kalkmasını hızlandırmıştır. 1 Temmuz 1967 de % 5 ve 1 Temmuz 1968 de % 15 oranında yapılması kararlaştırılan indirimler ise bu gidişi daha da hızlandıracaktır.

Tarımsal ürünlerin % 90 nına uygulanan piyasaların ortak organizasyonu da tarımsal ürün mübadelelerini ortaklık içersinde arttırmıştır (TABLO XI). Fakat bazı çok özel hallerde halen daha tarım sektöründe himayeci bir politika izlenmektedir. Miktar tahditleri ise yavaş yavaş kaldırılmaya çalışılmaktadır.

TABLO XI
ÜRÜN GRUPLARI İTİBARIYLA ÜYE ÜLKELER ARASI
TİCARETİN GELİŞMESİ

	1959	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1965 oranla 1966 daki gelişme
Milyon hesap ünitesi									
Gıda Maddeleri, Meşrubat, Tütün	753,6	942,4	1.030,1	1.194	1.355	1.558	1.883	2.082	+ 10,6
Enerji Ürünleri	547,0	616,1	603,3	642	717	741	689	743	+ 7,8
Ham Maddeler	550,0	733,9	767,7	832	865	1.002	1.110	1.272	+ 14,6
Kimyasal Ürünler	417,4	548,5	622,2	697	824	1.008	1.186	1.407	+ 18,6
Ulaştırma Araç ve Gereçleri	---	1.640	2.181	2.682	3.185	3.643	3.835	4.503	+ 17,4
Diğer	2.100,3	2.895,6	3.283,9	3.621	4.191	5.088	5.637	6.635	+ 17,7

KAYNAK : O.S.C.E. : Statistique mensuelle du commerce extérieur.

Avrupanın bütünleşmesi Fransız ekonomisi üzerinde ayrıca şu etkileri meydana getirdi: Yeni ihtiyaçların yaratılması ve tüketicinin tercihlerindeki süratli değişmeler, dışardan mal ve hizmet alımlarının artmasına sebep oldu; prodüktivitelerin artması ve genişleme de Fransa genel ekonomisine teknik gelişmeyi ve refahı getirdi.

Tüketici yönünden büyük kazançlar sağlayacak bu ekonomik gelişme, ortaklık içi ticaretin devamlı ve pek çok manialarla karşılaşması nedeniyle, bazen aksamaktadır.

Ortaklık içinde uygulanan çeşitli vergi rejimleri bu maniaların en büyüklerinden birini teşkil etmektedir. Burada bu vergilerden bilhassa muamele vergisini işaret etmek isteriz. Fakat, konseyin 11 Nisan 1967 tarihli direktifiyle 6 ülke, Fransada uygulanan modeli uygulamak suretiyle aralarında bir vergi harmanizasyonu kurmaya çalışmaktadırlar.

Bazı sektörlerde de, teknik kalite ve markalar ile ilgili hükümler mübadeleleri aksatmaktadır. Mevzuattaki farklılık, ithalatta bir engel teşkil ettiği gibi, bu farklılık müteşebbisleri her üye ülkeye yapacağı ihracat için özel şekilde imalatta bulunma zorunluğu altına da sokmaktadır.

Bilhassa gıda mamulleri imalatına ilişkin mevzuatın çeşitli oluşu, saklanması zaruri gıda maddelerinin gereği şekilde hazırlanmasında önleyici bir rol oynamaktadır. Ancak, mevzuatın ve mali yardım politikasının ahenkleştirilmesi, üye ülkelerin serbest ticaret neticelerinden tam manasıyla yararlanmasına imkan verecektir.

III. ORTAK PAZARIN İNDÜSTRİ MAMULLERİNİN TÜKETİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ.

1. Genel Durum.

1959 - 1966 devresinde Fransız Ekonomisi, gümrük duvarlarının kaldırılmasıyla sadece Ortak pazara ayak uydurmakla kalmamış aynı zamanda gelecek seneler için de durumunu kuvvetlendirmişdir.

Müteşebbisler başlangıçta, gümrüklerin indirilmesini şiphe ile karşılamışdı. Almanya'dan potansiyel güç bakımından kuvvetsiz durumda olan Fransız endüstrisi diğer üye ülkelere oranla elverişsiz bir duruma düşebilirdi.

Roma antlaşmasının hazırlanması sırasında buna benzer endişelerin giderilmesi için bazı çareler bulunmaya çalışılarak Avropanın tam rekabetine girmeden önce, sinai bünyenin ıslâhı, teşeb-

büsler üzerindeki vergilerin ve işçilerin sosyal yüklerinin hafifletilmesi, yatırımların teşviki, büyük bölgesel farkların giderilmesi ve ticaretin geliştirilerek dış piyasalara hakim olabilme imkanlarının sağlanması, gibi tedbirlerin alınması kararlaştırıldı.

Bu gün artık bu endişeler unutuldu ve bazı çevrelerce başlangıçta basit bir gümrük birliği olarak kalması temenni edilen Ortak pazarın ,şimdi çok çeşitli sektörleri kaplıyacak geniş bir ortak politikaya gitmesi istenmektedir.

A.E.T. Komisyonu bir kaç seneden beri Ortak pazarın tüketici üzerindeki etkilerini çeşitleri gözlemleri toplamak suretiyle incelemeye çalışmaktadır. Komisyonun bu çalışmaları üç esas analize dayanmaktadır:

— Tüketime ayrılmış 300 mamul veya gurup mamulün, mübadelelerin tabii gelişiminin tüketim ve tüketim fiyatları üzerindeki tesirleri göz önüne alınmak suretiyle, ortaklık içi ticaretinin gelişme analizi;

— Büyük mağazalarda satılan tüketim mallarının, senede iki defa fiyatlarının relevesini almak suretiyle Ortak pazarın fiyatları üzerindeki tesirlerinin analizi;

— Devamlı olarak kullanılan ürünlerin mühim bir kısmını örnek almak suretiyle Ortak pazarın mal arzı üzerindeki fiyat, kalite ve miktar bakımından tesirlerinin analizi. Otomobil sektörü ve giyecek eşyası ile halen elektrikli ev hizmet araçları hakkında bu üç esasa göre yapılan araştırmaları burada örnek olarak gösterebiliriz.

Çalışmaların neticeleri, Ortak pazarın çalışmaları ile ilgili yedinci (1964), sekizinci (1965), dokuzuncu (1966) ve onuncu (1967) genel raporlarında gösterilmiştir.

Ortak pazarın özel sektörler üzerindeki etkilerini incelemeden, çeşitli sektörlerce üretilen ve aile tüketimine tahsis edilmiş malların:

- Tüketicilerin ihtiyaçları bakımından gelişmesini ve
- Fiyatların düşmesini inceliyelim.

300 mamul üzerinden yapılan araştırmada, ortaklık içi ürün mübadelelerinin asgari olarak senede 500.000 civarında arttığı ve

1960 dan bu yana bu artışın İtalya için % 34, Fransa için yaklaşık % 75 ve Almanya için % 103 olduğu tesbit edilmiştir.

Bu mamullerin ortaklık içi mübadele artışını % 90 olarak almak icap eder.

1960 ile 1964 seneleri arasında, sanayi mamullerinin mübadelesi tarımsal mamullerin mübadelesinden daha hızlı gelişmiş. Fakat 1965 den itibaren bu durum tam tersine değişmiştir. Bunun sebebini, son senelerde ortak pazar ülkelerinin ekseri bölgelerinde iyi ürün elde edilemeyişinde aramak icap eder.

Fransa'da en büyük gelişme otomobil, giyecek eşyası ve ev hizmet araçları ithalinde göze çarpmaktadır.

Bilhassa elektrikli ev hizmet araçlarının fiyatlarında bu yüzden büyük bir düşme olmuş; çamaşır makinası, buz dolabı ve radyo - televizyon gibi bazı maddelerde bu düşüş % 50 yi bulmuştur.

Sonuç olarak, bilhassa ortak pazarın tüketim mallarının fiyatlarından ziyade kalite ve miktarı üzerinde müsbet bir etki yarattığını söyleyebiliriz.

2. Ortak Pazar ve Fransa'daki Otomobil Piyasası.

1958 den beri Ortak pazar, Fransa'da otomobil piyasasının gelişmesi üzerinde önemli bir rol oynamıştır.

Bu etki yabancı arabaların iyi kalite ve çok değişik modeller getirmesinden ileri gelmiş; Fransız tüketicisinin talebine arz edilmiş yabancı arabaların miktarındaki artış da (bilhassa İtalyan ve Alman (AET den ithal edilen araba fiyatlarında bir düşme meydana getirmiştir.

Harp sonrası otomobil endüstrisi (1946 - 1957) milliyetçilik ve himayecilik yüzünden Fransa'da olduğu gibi Almanya ve İtalya'da da geri kalmıştı.

Piyananın genişlemesi, diğer bir ifade ile tam rekabet piyasası, otomobil endüstrisi üzerinde iki türlü etki yarattı:

Birincisi, her sanayici büyük bir rekabetle karşılaştı.

Bu nedenden olmak üzere, İtalyada Fiat, Fransada dört bü-

yük marka, satış şartları ve fiyatlar üzerindeki monopol imkânlarını kaybettiler. Zayıf olan markalar da bu yeni düzene girişte büyük risk altında kaldılar.

İkincisi, müşteriler kendilerine:

— Gerek fiyat yönünden

— Gerek bakım ve ödeme yönünden

büyük kolaylık gösteren bir tam rekabet zihniyetiyle karşılaştılar.

Şimdi, Fransız otomobil sanayiine ortak pazarın etkileri ve kısaca Fransa'da otomobil sanayiinde, üretim, ticaret ve beynelmînel mübadeleler konuları üzerinde duralım.

A — 1959 - 1965 devresinde Fransız otomobil sanayii % 34 oranında bir gelişme göstermiştir. Fransa Ortak Pazarda, yaklaşık 1,5 milyon otomobil üretimi ile Almanyadan sonra (2,5 milyon) gelmekte ve ortak pazar üretiminin % 30 unu elinde tutmaktadır. Dört büyük markanın (Renault, Citroën, Simca, Peugeot) bu gelişmede aralarındaki üretim oranında bir değişme olmamış fakat gelişme daha ziyade küçük silindirli arabalardan orta silindirliye, orandan da büyük silindirli (1500 cm³den büyük) arabalara doğru olmuştur.

Ortak Pazar sayesinde bir takım teknik ilerlemeler, arabaların sağlamlığı, konforu, emniyeti, görünüşü, benzin tasarrufu, üzerine etki ederek ihracatının gelişmesine sebep olmuştur.

Ortak Pazar aynı zamanda yeni modellerin de piyasaya sürülmesinde önemli bir rol oynamıştır (Renaut R8 ve R16; Citroën Ami 6; Simca 1000, 1300, 1500; Peugeot 204).

Netice olarak diyebilirizki, konjoktüre ve zor denge bulan arz ve talebe bağlı olarak Ortak Pazar, Fransa otomobil üretiminin bünyesi ve global hacmi üzerinde etkili olmuş, bu rekabet sonucu olarak da Fransız otomobil sanayiinde çeşit ve kalite artmıştır.

B — 1960 dan beri Fransa'da otomobil ithalâtı gelişmiş ve iç üretimin % 10 ununu aşmıştır (1958 de % 1 ile % 2 idi). Ortak Pazarın Fransa'nın ithalâtındaki payı kontenjanların kaldırılması (Ocak 1960) ve gümrük resimlerinin indirilmesi ile (TABLO XII) % 15 den % 80 ne çıkmıştır.

TABLO XII
GÜMRÜK RESİMLERİNİN AZALIŞI TABLOSU

1 Temmuz	1957 :	30	%
1 Ocak	1959 :	27	%
1 Temmuz	1960 :	25	%
1 Ocak	1961 :	21	%
1 Nisan	1961 :	18	%
1 Temmuz	1962 :	15	%
1 Temmuz	1963 :	12	%
1 Ocak	1965 :	9	%
1 Ocak	1966 :	6	%
1 Temmuz	1967 :	4,5	%
1 Temmuz	1968 :	0	%

Bilhassa, 1962 den sonra gümrüklerdeki azalış kendini göstermiş ve AET den ithal edilen otomobil miktarı:

1959 da 5680 İken

1962 de 76230

1963 de 126.800 e yükselmiştir.

Fransızın otomobil ihracatı ise altı senede ancak % 12 oranında artmıştır. Bu iç üretimin % 35 ini teşkil etmektedir. Ortak Pazar ülkelerine olan ihracatındaki gelişme ise aşağıdaki şekildedir:

1958 = 53.200 adet AET ülkelerine, Toplam ihracatının % 16 sı

1963 = 270.000 adet AET ülkelerine, Toplam ihracatını % 54 ü.

AET ülkelerine olan bu ihracat artışının sebepleri şu şekilde sıralanabilir:

- Topluluk içi gümrük duvarlarının indirilmesi.
- Geniş bir piyasanın sanayicilere vermiş olduğu psikolojik cesaret.
- İş veya tatil amacıyla topluluk içi turizmin artması ve böylece diğer ülkelerin arabalarının tanınması.

— Ve nihayet «Avrupa esprisinin» bazı ülkelerde «tüketim-
de milliyetçilik» fikrini geliştirmesi.

Bu durumda diyebiliriz ki Fransız tüketicisi, Ortak Pazardan doğrudan doğruya İtalya veya Alman arabalarını alabilme imkânı bakımından ve Fransız arabalarının da kalitesinin düzelmesi yönünden yararlanmaktadır.

C. Fransa'da son senelerde otomobil tüketimi de çok artmıştır.

1959 senesinde 565 bin olan hususi otomobil miktarı 1965 senesinde 1.037.000 çıkmıştır.

İthalat ve ihracat bakiyesi alınmak suretiyle toplam otomobil üretimi aşağıda gösterilmiştir:

1959 :	550,7	Milyon hesap ünitesi		
1960 :	651,0	»	»	»
1961 :	698,6	»	»	»
1962 :	925,5	»	»	»
1963 :	1.074,2	»	»	»
1964 :	1.052,0	»	»	»
1965 :	975,0	»	»	»

Otomobilin toplam ev hizmet malları içerisindeki oranı 1959 da % 28,4 iken 1965 de % 46,3 e yükselmiştir.

Fransız tüketicisinin yabancı marka otomobillere karşı olan talebinde de bir artma olmuştur (TABLO XIII).

TABLO XIII
FRANSA'DA YABANCI MARKA OTOMOBİL MİKTARI

	Yabancı marka otomobillerin toplam otomobile oranı (%)
1958	1,0
1959	1,6
1960	3,6
1961	10,0
1962	10,5
1963	12,0
1964	14,0
1965	14,7

AET den ithal edilen otomobillerin oranı da 1958 de % 0,61 iken 1964 de % 11 e yükselmiştir. Fransa'da satılan her yüz otomobilden:

% 87,9	Fransız markalı	
% 6,15	Alman	»
% 2,56	İtalyan	»
% 0,2	Hollanda	»
% 2,87	İngiltere	»
% 0,24	Amerikan	»
% 0,04	İsveç	»
% 0,04	Muhtelif	» arabalardır.

D. Ortak Pazarın otomobil fiyatları üzerindeki tesiri açıktır.

Aşağıdaki tabloda 1958 Ekim - 1963 Ekim devreleri arasında otomobil fiyatlarındaki değişimler gösterilmiştir (TABLO XIV).

TABLO XIV
OTOMOBİL FİYATLARI İNDEKSİ

Fransız Otomobilleri	İndeks	
Citroen 2 CV	118,4	1958 = 100
Citroen DS 19	128,4	Fabrika çıkış fiyatı, çe-
Peugeot 403	114,5	şitli harçlar ve mahalli
Renault Dauphine	102,7	vergiler hariç.
Simca Aronde	120,3	
AET otomobilleri		
Taunus 17 M	87,3	
Volskswagen 1200	92,7	
Fiat 500	94,6	
Fiat 1100	103,1	
Yabancı otomobiller		
Anglia	87,2	
Vauxhall 9	116,6	

Tablonun incelenmesinde anlaşılacağı üzere Dauphine hariç Fransız arabalarındaki fiyat artışları % 14 ile % 18 arasında değişmiştir (Ortalama % 18,5).

AET otomobillerinin büyük bir çoğunluğunun fiyatı % 6,3 oranında düşmüş, İngiliz arabalarının toplam fiyatı ise % 3,16 artmıştır.

AET fiyatlarına göre Fransız arabalarının fiyatları % 26,5 oranında artmış ve AET araba fiyatları ise % 20 oranında düşmüştür:

$$\begin{aligned} \text{Oran} &= \frac{\text{Fransız fiyatları}}{\text{AET fiyatları}} = \frac{100}{100} = \text{1958 senesinde} \\ &= \frac{126,5}{100} \text{ veya } \frac{100}{79,7} = \text{1963 senesinde} \end{aligned}$$

Özet olarak diyebilirizki: Ortak Pazar bütün işletmeleri fiyat, kalite, model değiştirme, ödeme süresi vs. gibi şeylerde aynı seviyede dengeye zorlayacak bir rekabetin gelişmesine sebep olmuştur.

Müteşebbis rasyolizasyon ve yatırım imkânını genişletmiş ve hatta ticari muamele ile satıştan sonraki servisi de geliştirerek modernize etmiştir.

Fransız tüketicisi için en büyük kar arz edilmiş çeşitli model arabalardan arzusuna uygununu seçebilme imkânının genişlemesi olmuştur.

3. Ortak Pazarın Giyim Eşyası Üzerindeki Etkileri.

Ortak Pazar giyim eşyası üzerinde geniş bir etki yaratmış ve üye ülkeleri bu sanayi kolunda ihtisaslaşmaya yöneltmiştir.

Fransa'daki bu gelişmeyi şu şekilde sıralayabiliriz:

— 1959 - 1965 devresinde tüketim % 35 oranında yükselmiştir.

— Dış ticaretteki açık azalmış; ihracat, giyim ve tekstil eşyasında % 40, iplik ve kimyevi iplikde % 143, tuhafiyeye eşyasında % 82 artmıştır. Buna mukabil ithalât, kimyevi tekstilde ve dokumada altı misli, tuhafiyeye eşyasında dokuz misli artmıştır.

— Sentetik mamullerin kullanılması artmıştır. Bu artış yünden ziyade ipek ve pamuk sanayiinde daha çok göze çarpmaktadır.

Aşağıdaki tabloda seneler itibariyle Fransız tüketicisinin gelire oranla tükettiği giyim eşyası gösterilmiştir.

(Fert başına tüketim, 1958 fiyatlarıyla)						
	1958	1959	1960	1961	1962	1963
Tüketim	100	99,8	105,5	111	117,3	125,8
Gelir	100	100,5	106,8	110,1	115,7	118,4

Aynı dönemde, genel tüketim malları fiyat seviyesi 100 den 125 e yükselmiş, giyim eşyaları fiyat seviyesi ise 115 e çıkmıştır. Bu artış Ortak Pazarın 1958 den beri genel ekonomisindeki gelişmeden ileri gelmektedir.

1960 yılından beri genel fiyat seviyesindeki çok hassas fiyat farkları, üreticiyi, geniş bir piyasa için yapacağı üretimde, ihtisaslaşmaya gitmek için cesaretlendirmektedir.

Erkek giyim eşyalarının fiyatları ve satış miktarları üzerinden bir mukayese yapıldığında bu ihtisaslaşmaya gidiş daha da kolayca görülmektedir. Gerçekten 1958 - 1963 devresinde Fransa'nın Ortak Pazar ülkelerine yaptığı ihracatı artmış buna mukabil ithalatı azalmıştır. Aynı devrede İtalya'dan yaptığı ithalat gelişmiş, ihracatı ise düşmüştür. O halde, diyebilirizki bilhassa İtalyan rekabeti, Fransız üreticilerini kalitesi yüksek olan imalata gitmeye zorlamaktadır.

İhtisaslaşma birim maliyetini azaltmış ve bunun neticesi olarak da tüketici üzerindeki perakende fiyatlarda bir düşme olmuştur. Bilhassa giyim eşyası sektöründe, fiyatlara oranla talebin elastik olmayışı piyasaların gelişmesiyle birlikte fiyatlar üzerinde geniş ölçüde bir etki meydana getirmiştir.

Üçüncü ülkelerle olan mübadelelere oranla topluluk içi mübadelelerin çok artması (1958 - 1963 de senelik artış oranı % 29, 1953 - 1957 de % 17 idi) tüketicilere geniş bir mamul arzı içerisinden ihtiyaçlarını seçebilme imkânı sağlamıştır.

Bununla beraber topluluk içi mübadeleler daha bir takım engellerle karşılaşmaktadır. Bu engelleri şu şekilde sıralayabiliriz:

— İdarî muamelelerin zorluğu ve karışıklığı mübadeleleri aksatmaktadır. Bilhassa bu zorluk kendisini reklam ve eşantiyon işlerinde hissettirmektedir.

— Vergilerin ahenkleştirilmemesi, Ortak Pazarın tesirlerini hafifletmektedir.

— Nihayet, üye ülkeler arasındaki normların (meselâ konfeksiyonda elbise ölçüleri) ve markaların çeşitli oluşu üye ülkeler arası mübadelelerde birtakım güçlükler ortaya çıkarmaktadır.

4. Ortak Pazarın Diğer Sanayi Mamuller Üzerindeki Etkileri.

Ayakkabı sektöründe, bilhassa Fransa ve İtalya'dan yapılan ithalat Benelüks ve Almanyanın fiyatları üzerinde etki yapmada ve yerli sanayicilerin üretim fazlalığını fiyatlar üzerine inikas ettirmesinin önüne geçmektedir.

(Milyon hesap ünitesi)

	Ayakkabı ithali	
	1960	1965
Almanya	29	83
Belçika	11	27
Hollanda	7	23

Buz dolabı ve çamaşır makineleri sanayi sektörünün durumu, İtalyanın, diğer üye ülke piyasalarına çok kuvvetli bir şekilde girmesiyle özel bir şekil almıştır. İtalyanın, 1960 da 9.000.000 hesap ünitesi olan ihracatı 1965 de 78.000.000 hesap ünitesine yükselmek suretiyle ortaklık içi ithalâtın % 50 sine ulaşmıştır (1960 da % 26 idi).

Fransa'da 1960 dan 1963 e kadar ithalât 10 misli artmış 1963 den 1965 e kadar ise sadece % 50 artmıştır (1,5 misli).

Bu azalışın mutlak sebebi fiyatlardaki düşmeden ileri gelmektedir. belirli bir markadaki satış fiyatının litresi 9 Frank iken aşağıda görüldüğü şekilde bir düşme olmuştur.

	Küçük boy F.	Büyük Boy F.
1963 de	5,60	4,50
1965 de	3,35	4 ile 4,20

Bu fiyat düşmesi Fransız sanayicisinin, rakiplerinin fiyatlarına uyabilmek için sarf etikleri gayretten ileri gelmektedir.

Mobilya, radyo ve televizyon gibi diğer mal fiyatlarında da bir düşme göze çarpmaktadır. Bilhassa Fransanın sınır şehirlerindeki mobilya fiyatları düşüşlerine burada işaret etmek gerekir.

	1959 a oranla 1965 de tüketimdeki artış (Hacim endeksi)	Toplam tüketim malları içindeki tüketim oranı (%)	
		1959	1965
Buz dolabı	179,3	20,5	54,0
Televizyon alıcısı	319,5	9,5	40,8
Çamaşır makinesi	180,0	21,4	38,5

Çok çeşitli bazı mallarda (sigara, plastik maddeler, mücevher eşyası vs. gibi) Ortak Pazarın etkisi, gerek tüketicinin tercihi gerekse arz edilen malların fiyatı bakımından oldukça önemlidir. Fransa'da bu gün sigara tüketiminin % 1,8 ini diğer ülkelerden ithal edilen sigaralar teşkil etmektedir (1960 da % 0,3 idi).

Avrupa Ekonomik Topluluğu İstatistik Dairesinin yapmış olduğu bir anket neticesinde (O.S.C.E. Bulletin Général de Statistiques 1967, No. 4) büyük mağazalarda satılan perakende malların fiyatlarında şöyle bir özellik ortaya çıkmıştır: Bazı mallar, kendi memleketlerine nazaran ihraç edilmiş oldukları memleketlerde daha ucuza satılmaktadır. Bundan başka yine aynı anketten elde edilen sonuçları şu şekilde sıralayabiliriz:

— Genellikle bir ülkeden diğer ülkeye, fiyat seviyelerinde büyük farklar müşahade edilmektedir.

Bazan bu farklar ortalama % 58 i bulmaktadır. Bu gibi mallara örnek olarak elektrikli ev hizmet araçlarını, radyo - televizyo-

nu sayabiliriz. Ekseriyetle Alman mallarının fiyatları düşük Fransız mallarının ise yüksek olmaktadır.

— Aslında malların üretilmiş oldukları ülkelerde fiyatlarının ihraç edilmiş oldukları ülkelere nazaran daha düşük olması gerekirken anket bunun tam aksini ortaya çıkarmıştır.

— Fransa'da en düşük fiyatlar gıda maddeleri fiyatları (sütlü mamüller ve yumurta İtalya'ya oranla Fransa'da % 40 oranında daha ucuzdur) ile kağıt ve fotoğraf filmi fiyatlarıdır. Buna karşılık tuvalet eşyası, ilaç, tekstil ve oyuncak fiyatları yüksektir (Almanya'ya oranla % 70). Fotoğraf malzemesi fiyatları aşağı yukarı bütün ülkelerde aynıdır.

Ortak Pazarın Fransız ekonomisi üzerine kalite, moda ve fiyat bakımından yaptığı etkileri böylece ortaya koyduktan sonra şimdi buraya kadar yapmış olduğumuz açıklamalardan Ortak Pazarın Fransız tüketicisi üzerindeki tesirlerini kısaca şu şekilde özetleyebiliriz:

— Üretim kalitesi ve pazarlaması düzelmiştir.

— Tüketicinin talebine tahsis edilen mamullerin çeşidi artmıştır.

— Bazı mamullerin fiyatlarında dış rekabet dolayısıyla tüketici yönünden avantaj sağlanmıştır.

VI. ORTAK PAZARIN GIDA VE TARIMSAL ÜRÜN TÜKETİMİ ÜZERİNE ETKİLERİ.

1. Tarım Sektöründe Ortak Pazar.

Ortak Pazar prensiplerini diğer bir ifade ile serbest mübadele rejimini, üye ülkelerin bu güne kadar tarım sahasında uyguladıkları koruyucu ve müdahaleci politikalar nedeniyle, tarım sektöründe gerçekleştirmek oldukça zordur. Bu yüzden R.A. Ortak Pazar da «Ortak tarım politikası» adı altında yeni ve özel bir rejim uygulanmasını ön gördü (Bak. R.A. Md. 38-47).

Bu rejime göre, aşağıdaki tabloda gösterilen her tarımsal ürün ayrı ayrı tarihlerde müşterek piyasa düzenine girecek ve muayyen bir devre sonra tarımsal ürünlerin hepsinde tek bir piyasa ve tek

bir fiyat uygulanacaktır. Görüldüğü gibi tarım sektöründe ortak bir piyasaya geçiş, ağır yürüyen bir sisteme bağlanmıştır.

10 Kasım 1966	1 Ocak 1967	1 Temmuz 1967	1 Eylül 1967	1 Nisan 1968	1 Temmuz 1968	1 Kasım 1969
Zeytin yağı	Meyve ve Sebzeler (Sınıf I)	Hububat domuz eti yumurta ve kümes hayvanları, yağlı tohumlar	Pirinç	Süt ve Sütü Mamuller Sığır eti	Meyva ve Sebze (Sınıf II) Şeker bağcılık ve şarapçılık sektörü Tütün deniz avcılığı ürünleri Şebetçi otu vs.	bağcılık ve şarapçılık sektörü II. (şarap Tüketimi)

2. 1968 den Beri Fransa'da Gıda ve Tarım Ekonomisi.

A — Üretim.

IV üncü plân döneminde ortalama olarak tarımsal üretim yılda % 3,9 oranında artmıştır. Fakat, Nebatî üretim, hayvansal üretime oranla (% 4,9) daha hızlı gelişmiştir.

1959 = 100 Kabul edilirse üretim miktarı indeksi şöyledir:

Nebati üretim	133,5
Hayvansal »	122
Toplam »	126

İş gücü başına ilave değer artışındaki gelişme yüzdesi yılda % 4,5 dir.

Nebati üretim tahminlerin üzerine çıkmıştır. Bilhassa hububatta üretim 1958 de 20,8 kental hektar iken 1965 de 31,9 a çıkmış, ihracatı toplam ihracatın % 40 ına yükselmiştir (1959 da % 22,8 idi).

Şeker pancarı üretimindeki artış da yılda % 13 dür. Piyasanın genişlemesi nedeniyle de şeker pancarı ekim sahası genişletilmektedir.

Şarap üretimi de artmıştır. Eskiden 58 ilâ 60 milyon hektolitreye yükselmiştir. Bununla beraber ekim sahasında bir daralma müşahade edilmektedir. Sebze ve meyva üretimi yılda % 3 oranında artmış taze meyva üretimindeki artış ise talebinin artması nedeniyle daha da yükselerek % 6,6 ya çıkmıştır.

Hayvansal üretime gelince ancak iç tüketimin bir kısmını karşılayabilmekte, geri kalan iç talep ise ithalât ile telâfi edilmektedir. Bu yüzden 1965 senesindeki dış ticaret açığı 635 milyon frankı bulmuştur.

Hayvansal üretim, bilhassa domuz ve sığır üretiminin çok zor artması nedeniyle iç tüketimi karşılayamamaktadır. Oysa kümes hayvanları üretimi yılda % 4,6, yumurta üretimi % 1,1 ve süt üretimi % 4,9 oranında artmaktadır.

1959 - 1965 devresinde tarım ve gıda endüstrisindeki artış: Et konservesinde % 3, sütlü mamullerde % 4,3 dür. 1959 = 100 kabul edilirse toplam üretim artışı indeksi 129 dur.

Konserve endüstrisi çok yavaş gelişmektedir. 1959 dan 1965 e kadar ancak 1/3 oranında bir artış sağlanabilmiştir. Bunun nedeni konserve talebindeki (bilhassa balık konservesi) artış hızının çok yavaş olmasında aranabilir.

Meşrubat ve alkol üretimi ise çok hızlı bir tempoda gelişmiş, gazoz ve maden sularında gelişme hızı 64,5 e, alkollü içkilerde % 22,9 yükselmiştir.

B — Tüketim ve Fiyatlar.

1958 den beri Fransa'da tarımsal ürün tüketimi ve fiyatları hakkında aşağıdaki hususlar tesbit edilmiştir.

— Ev bütçesi içersinde gıda tüketim giderlerinin nisbî payı azalmıştır (1958 de % 42,7, 1965 de % 17,5 dir).

— Tarımsal ürün ve gıda maddeleri fiyat indeksleri ile genel fiyat indeksi aşağı yukarı aynı seyri takip etmişlerdir (TABLO XV).

TABLO XV
FİYAT İNDEKSLERİ

1959 = 100

	1960	1961	1962	1963	1964	1965
Farım, tarım ve gıda endüstrisi	102,5	105,3	110,9	116,9	120,3	122,9
Toplam tüketim	103,5	106,5	110,9	116,1	120,1	123,2

Gıda maddeleri tüketimi (TABLO XVI) da gösterildiği şekilde artmıştır.

TABLO XVI
GIDA MADDELERİ TÜKETİMİ

	Tüketim 1965	1965 indeksi 1959 = 100	Yıllık fert başına ortalama artış = 1959/65
Tahıl	3,9	116,5	1,1
Sebze ve meyva	4,3	121,4	1,8
Et, yumurta balık	12,4	120,5	1,7
Süt, peynir, yağlı	5,1	118,7	1,4
Çeşitli gıda maddeleri	1,8	133,7	3,4
Meşrubat	5,5	120,4	1,7
Toplam gıda maddeleri	% 33	120,6	% 1,7

Yukarıdaki tablonun incelenmesinde görüleceği üzere gıda maddeleri tüketiminin fert başına yıllık artış hızı % 1,7 dir. Son senelerde et tüketiminde büyük bir yükselme olmuş ve 1963 yılından 1965 yılına kadar fert başına et tüketimi % 2,2 oranında artmıştır. Müteakkip sayfada (TABLO XVII, XVIII, XIX) Fransa'da bazı gıda maddelerinin fert başına tüketim miktarı ile fiyatları ayrıntılı şekilde gösterilmiştir.

BAZI ÜRÜNLERDE FERT BAŞINA TÜKETİM VE FİYAT ARTIŞI

TABLO XVII

	Süt		Tere Yağı		Peynir
	Tüketim (Fert başı- na/kg)	Perakende Fiyatı (Litresi)	Tüketim (Fert başı- na/kg)	Toptan fiyatı (kilogramı)	Tüketim (Fert başı- na/kg)
1958	107,1	0,52	7,3	—	9,18
1959	105,0	0,54	—	—	—
1960	113,9	0,66	8,3	7,42	9,8
1961	117,3	0,70	7,7	7,46	9,9
1962	116,2	0,70	8,1	7,95	10,6
1963	113,3	0,70	8,3	8,55	10,7
1964	111,2	0,70	8,3	8,70	11,0
1965	108,4	0,70	8,7	8,61	12,3
1966	107,4	0,76	9,3	—	12,3
1967	—	0,78	—	—	—

TABLO XVIII

	Sığır Eti		Dana Eti		Domuz Eti
	Tüketim (Fert başı- na/kg)	Perakende Fiyatı (62 = 100)	Tüketim (Fert başı- na/kg)	Perakende Fiyatı (62 = 100)	Perakende Fiyatı (62 = 100)
1958	20,1	—	7,3	—	—
1959	20,7	87	7,7	85	83
1960	21,8	91	8,5	90	84
1961	22,9	96	8,7	95	97
1962	23,6	100	8,8	100	100
1963	24,3	107	8,8	115	110
1964	24,5	116	8,5	127	121
1965	24,6	120	8,5	134	106

TABLO XIX

	Fert başına/kg				
	Kümes hayvanları	Ekmek	Taze Sebze	Konserve Sebze	Yaş Meyva
1958	7,9	110,5	49,1	7,1	19,9
1959	—	—	—	—	—
1960	8,6	106,0	64,6	7,2	22,9
1961	8,9	102,8	63,1	8,2	33,1
1962	8,8	101,6	63,3	8,1	34,5
1963	9,0	98,9	62,8	9,6	36,4
1964	10,6	95,8	61,2	10,9	36,6
1965	11,3	—	—	—	—

3. Ortak Pazarın Etkileri.

Fransa'nın diğer üye ülkelere tarım ürünleri ve gıda maddeleri ihracatı:

1959 da 3770 milyon frank iken

1966 da 10.410 franka yükselmiştir.

Bu gelişmeyi her ürün açısından, piyasaların ortak organizasyonu tarihleri itibariyle ayrı ayrı inceleyelim.

A — Mübadelelerdeki Gelişme.

Topluluk içi ticaret, piyasaların ortak organizasyonu tarihinden itibaren (1958 - 1965) % 185 oranında artmıştır. Fransa'nın tarımsal ürün mübadelelerindeki artış (TABLO XX, XXI, XXII) de gösterilmiştir.

TABLO XX

TARIMSAL ÜRÜN TİCARETİ

Milyon \$

	AET ülkelerinden ithalat	AET ülkelerine ihracat
1958	92,1	122,0
1961	145,4	350,0
1964	175,6	405,5
1965	185,1	491,1
1966	181,5	550,1

TABLO XXI
BAZI TARIMSAL ÜRÜN MÜBADELELERİ Milyon \$

	Domuz Eti		kümes hayvanları		sığır eti		sebze ve meyva	
	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat
1958	3,6	11,1	0,4	0,0	9,8	0,3	21,3	6,4
1961	24,9	15,3	0,8	1,2	10,2	44,4	29,5	19,6
1964	87,1	16,5	1,2	11,5	41,8	70,5	62,4	25,2
1965	86,3	21,7	0,7	11,4	19,4	75,5	58,1	61,3
1966	79,9	27,2	0,9	8,2	5,5	81,0	70,6	47,7

TABLO XXII
BAZI TARIMSAL ÜRÜN MÜBADELELERİ Milyon \$

	Yumurta		süt ve sütü mamuller	
	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat
1958	7,9	0,2	6,6	5,7
1961	4,6	2,6	4,1	37,1
1964	0,9	4,4	22,8	61,3
1965	4,5	4,1	31,9	78,2
1966	4,7	3,2	28,4	129,4

Tabloların incelenmesinde görüleceği üzere Fransa'nın tarım ürün mübadeleleri diğer üye ülkelere oranla çok gelişmiştir. Genellikle bu artış daha ziyade ihracatta göze çarpmaktadır.

Fransız tüketicisi bu durumdan iki şekilde yararlanmaktadır:

— Tatmin imkanları genişlemiş (Meselâ kışın Hollanda'dan ithal edilen salatalık yiyebilmektedir).

— Fiyatlardaki artışın önüne geçilmiş (Bilhassa böylece turfanda pahalı olan malları ucuza temin edebilme imkanına kavuşmuştur).

Böylece tüketici gıda maddelerine tahsis etmiş olduğu harcamalarının bir kısmını diğer sektörlere kaydırabilmiştir.

B — Ortak Pazarın Diğer Bazı Ürünlere Etkisi.

Kümes hayvanları üretiminin artmasına üretim metodlarının gelişmesi sebep olmuş, böylece de fiyatlarda büyük bir düşme meydana gelmiştir (TABLO XXIII).

TABLO XXIII
TÜKETİM VE ÜRETİM FİYATLARI (Frank)

	Piliç (Kilogramı)		Yumurta (100 adedi)	
	üretim fiyatı	tüketim fiyatı	üretim fiyatı	tüketim fiyatı
1958	6,00	6,75	18,51	24,9
1960	4,52	6,55	19,36	23,9
1962	4,08	6,21	19,73	25,2
1964	3,92	6,91	16,94	23,8
1965	3,82	5,51	22,32	29,1

Yukarıdaki tablonun incelenmesinde enteresan bir nokta göze çarpmaktadır. Üretim fiyatındaki düşüş tüketim fiyatı üzerine pek tesir etmemiştir. Bu durum, inek ve domuz eti yerine daha ucuz olan kümes hayvanları etinin ikame edildiği ve böylece artan talebin fiyatları düşürmediği, şeklinde yorumlanabilir. Yumurta tüketim fiyatında ise, üretim fiyatına oranla daha hızlı bir yükseliş göze çarpmaktadır.

Domuz eti piyasasında, topluluk içi liberasyon neticesi fiyatlarda, son senelerde artan alımlara rağmen (1961 de 24,9 milyon 1965 de 86,3 milyon \$) ilk senelerde olduğu gibi bir istikrarsızlıkla karşılaşılmamıştır (1962 ye oranla 1965 de fiyat indeksi 106'dır).

Bazı gıda maddeleri fiyatlarında da tarımsal ürün fiyatı ile mamul fiyatının arasında bir ilişki olmadığı göze çarpmaktadır.

Mesela (TABLO XXIX) da görüleceği üzere buğday fiyatı ile un ve ekmek fiyatları arasında hemen hemen bir ilişki yok gibidir.

TABLO XXIX
FİYATLARDAKİ GELİŞMELER

	Buğday (Kintal)	Un (Kilogramı)	Ekmek (Kilogramı)
1953	36,94	0,98	0,76
1960	37,69	1,09	0,83
1962	40,28	1,21	0,90
1964	50,51	1,28	0,98
1965	—	1,29	—

Buğday fiyatları yıllar itibariyle oldukça hızlı bir tempoda arttığı halde un ve ekmek fiyatlarındaki artış çok yavaştır. Bunun nedenini, bilhassa alınan çeşitli hükümet kararları gibi, Ortak Pazar politikasının dışında kalan bazı faktörlerde aramak icap eder.

Sebze ve meyva ticareti, kalite ve normların düzenlenmesi ile topluluk içi mübadelelerde piyasa şeffaflığına, artık kavuşmuş durumdadır.

C — Ortak Fiyatların Tesirleri.

Önemli tarımsal ürün fiyatlarının ortak bir seviyeye getirilmesi, Fransa'da geçinme indekslerini 0,67 artırdı.

Diğer üye ülkelere oranla bu artış yüksek olmakla beraber aslında çok düşüktür (2 senede % 0,7 den az). Ayrıca geçinme indeksleri üzerine diğer bazı faktörlerde önemli derecede tesir etmektedir.

Bununla beraber burada geçinme indeksine tesir eden şu hususlara kısaca değinelim:

— Ekseri tarımsal ürünlerde, Fransız fiyatları diğer ülkelere oranla düşük olduğundan, ortak bir fiyatın tesbiti, üretim maliyetini düşürmekte ve böylece de çiftçilerin gelirlerinde bir artış meydana gelmektedir.

— Komisyonun teklifi ve Bakanlar Konseyinin kararıyla ortak fiyat tesbitinde daha ziyade politik faktörler rol oynamakta ve ortaklığın menfaatleri ikinci plânda kalmaktadır.

Komisyon da ortak fiyatların tesbiti ile ilgili tekliflerini (Buğday fiyatı 1964 senesinde, süt ve sütlü mamuller, domuz eti, pirinç, şeker, yağlı tohum ve zeytin yağı fiyatları 1966 da) hazırlarken ortak fiyatların Fransa üzerinde meydana getirebileceği tesirleri şu şekilde belirtti:

— 1964 - 1967 yılları arasında buğday fiyatının % 8 oranında artması ekmek fiyatlarını % 1 ile % 1,5 oranında yükseltecektir.

— Domuz eti fiyatında % 3

— Kümes hayvanları fiyatında % 1

— Yumurta fiyatında % 2,7 olmak üzere ortalama bu tip gıda maddeleri fiyatlarında % 2, hububattan elde edilen mamul fiyatlarının genel indeksinde de % 0,19 oranında bir artma olacaktır.

— 1967/1968 devresi, diğer gıda maddeleri fiyat indeksleri (1965 = 100) aşağıdaki şekilde bir seyir takip edecektir.

Sığır ve dana eti	104
Şeker	108,8
Pirinç	57
Süt	103
Kaymak	102
Yağlı süt	100
Çeşitli peynir	103

Saymış olduğumuz bu tesirlerden anlaşılacağı üzere tarım ürünlerinde ortak fiyat politikasının hayat pahalılığı üzerinde çok büyük bir etkisi olabileceği söylenemez.

D — Gıda Maddeleri Endüstrisi.

Fransız gıda maddeleri endüstrisinin Ortak Pazar şartlarına uyup uymadığı üzerinde burada kısaca durulacaktır.

Gıda maddeleri endüstrisi senede 45 milyarlık bir muameleyi gerçekleştirmekle Fransa'da büyük endüstri kollarından biri durumuna geçmiştir. (Kimya sanayi 21 milyar, otomobil sanayi 25 milyar).

Fransa'da gıda sanayinin bu kadar önemli bir durumu olmasına rağmen, gerek tarımla çok yakın ilişkisi olması, gerekse gıda maddeleri tüketimindeki alışkanlıkların çok çabuk değişmesi yüzünden, pek çok da problemleri vardır.

Fransa'da gıda maddeleri işletme adedi ile muamele hacimleri şöyledir:

	Muamele hacmi —Milyar—	İşletme adedi
Süt sanayi	12	4500
Alkollü içkiler sanayi	7	2,200
Bisküvit, şekerçilik vs. sanayi	6,2	3,500
Hububattan elde edilen çeşitli mamuller sanayi	5,2	4000
Konserve sanayi	4,2	4000
Et	2300 milyon	
Sebze	1200 »	
Balık	350 »	
Meyva	300 »	
Şeker sanayi	3,2	62
Hayvan yemi sanayi	3,5	900

	Muamele hacmi —Milyar—	İşletme adedi
Yağ gıda sanayi	2,5	40
Alkolsüz içkiler sanayi	0,75	2400
Frigorifik sanayi	0,2	2400
Gıda sanayinin Fransa'ya oranla Almaya'daki ortalama muamele hacmi ise :		
Değirmen sanayiinde	12 misli	
Et mamulleri sanayiinde	3 »	
Hayvan yemi sanayiinde	4 »	
Süt sanayiinde	2 misli geniştir.	

Gıda endüstrisinin en önemli rolü, tarımsal ürünlerin kıymetini arttırmada ortaya çıkmaktadır.

Bununla beraber burada bahse konu her gıda endüstrisinin caritabilitesi ile ilâve değer yüzdesi arasındaki korrelasyonu da dikkate almak gerekir. Çünkü ham madde olarak tarımsal ürünü az işleyen (mesela değirmen sanayi) endüstri koluna oranla fazla işleyen (pasta, bisküit gibi) brüt kâr yüzdesi daha düşüktür (Bak. TABLO XXX).

TABLO XXX
GIDA SANAYİ İŞ KOLLARI İTİBARIYLA BRÜT KÂR

İş kolları	Brüt kâr yüzdesi
Bira ve Malt sanayi	63,3
Çorba ve et suyu »	58,2
Büsküit »	56,0
Perhiz yemekleri »	54,2
Şeher »	52,0
Çikolata »	51,5
Niştastalı maddeler »	46,1
Margarin »	43,4
Şeker »	40,4
Konserve »	38,9
Yufka »	34,8
Zeytin yağı »	30,5
Et konservesi »	27,8
Süt »	27,7
Kahve ve çay »	25,3
Peynir »	24,3
Hayvansal gıda »	23,4
Şeker rafinerisi »	21,5
Değirmen »	17,0
İrmik »	15,1
Tereyağı »	14,1

Tarım ve gıda endüstrisi, bu gün için Fransız ekonomisinde büyük bir yer işgal ediyorsa da, yakın bir gelecekte bazı problemlerle karşılaşabilecektir. Çünkü bu endüstri kolunda otofinansman oranı düşüktür (% 65) oysa diğer ülkelerde bu oran daima bir artma temayülü içersindedir (Meselâ halen Almanya ve Belçikada gıda endüstrisinin otofinansman oranı % 70 in üstünde, A.B.D. de ise % 92 dir). Bu yüzden Fransa'nın yakın bir gelecekte tarımsal ürünlerini işlemeden diğer ülkelere satma zorunda kalacağı endişesi yersiz değildir. Böylece Fransa yabancı piyasalardaki hakimiyetini kaybedebileceği gibi iç piyasasınıda kaybedecek ve kendi tüketicisi dahi ithal malı gıda maddeleri alacaktır.

Bu kısımdan kısaca değindiğimiz bazı problemlerinde ortadan kaldırılmasıyla neticede, uzun çalışmalar sonucu olarak Ortak Pazar kapsamı içersine alınan tarım sektörü tüketicie büyük faydalar sağlayacaktır.

SONUÇ

Ortak Pazarın, Fransız tüketicisi üzerindeki bütün etkilerinin analizini bu etüdün çerçevesi içersine sığdırmaya imkan yoktur. Bununla beraber etüdden bazı neticeler çıkartmak mümkündür.

AET üye ülkeleri arasında kurulan iktisadî birlik Fransız tüketicie üzerinde bilhassa üç yönden etki yaratmıştır:

— Altılar arası gümrüklerin kaldırılmasıyla ürün çeşidinin çoğalması tüketicinin tercih imkânını arttırmış.

— Üreticie ve dağıtıcı arasındaki rekabetin gelişmesi ürünün kalitesini islâh etmiş.

— Ekseri ürünlerin fiyatları düşmüş.

Bu üç etkinin birleşimi Fransız tüketicisinin tüketim bünyesini, hayat seviyesinin yükselmesi yönünden, islâh etmiştir.

Bu etkilerin dışında Ortak Pazarın Fransız tüketicisi üzerindeki etkilerini daha geniş bir şekilde incelemek henüz erkendir. Çünkü:

— Ekonomik entegrasyon yavaş yavaş gerçekleştiği için etkileri daha henüz tam anlamıyla ortaya çıkmamıştır.

— Altılar arası ekonomik gözlemler henüz gelişme halindedir. Bu yüzden de bu gün için ortak piyasanın genişliği hakkında kesin bir bilgi elde etmek güçtür.

— Nihayet, Ortak pazarın

Ailenin geliri
Tüketimin bünyesi
Tüketim mallarının fiyatı

olmak üzere üç sahadaki etkisi ayrı ayrıdır. Bunlara bir de tüketicinin psikolojik davranışlarını eklemek icab eder.

Bütün bunlara rağmen, şu anda çıkan netice şudur ki: Fransız tüketicisi üzerinde Ortak Pazar olumlu bir etki yaratmış ve 1958 den itibaren Fransa'da hayat seviyesi büyük bir gelişme göstermiştir.