

OTOMOTİV ÜRÜNLERİ İHRACATINDA STRATEJİK DIŞ TİCARET YAKLAŞIMI: ABD VE JAPONYA ÜZERİNE BİR UYGULAMA

*Fatih YÜCEL**
Ayşe ERGİN[†]

Özet

Yapılan çalışmanın amacı, ABD ve Japonya otomotiv sektöründe Stratejik Dış Ticaret Politikasının uygulanabilirliğinin belirlenmesidir. Yapılan analiz, Balassa' nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi hesaplanarak yapılmış olup, 2000-2013 yılları arasını kapsayan ABD ve Japonya' ya ait otomotiv ürünleri ihracat rakamları, bu ülkelerin toplam mal ihracatı rakamları, dünyanın yapmış olduğu otomotiv ürünleri ihracat rakamları ve dünyanın toplam mal ihracatı rakamları kullanılmıştır. Böylece söz konusu sektörün rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır. İndeksin sonuçlarına göre, Japonya otomotiv ihracatında ABD için önemli ağırlığa sahip en büyük rakip konumundadır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Ticaret Politikası, Küreselleşme, İhracat
Jel Kodları: F1, F6

A STRATEGIC FOREIGN TRADE APPROACH IN EXPORT OF AUTOMOTIVE PRODUCTS: AN IMPLEMENTATION ON USA AND JAPAN

Abstract

The aim of the study is to determine the applicability of Strategic Foreign Trade Policy in the automotive industry of U.S.A and Japan. The analysis is made using Balassa's Revealed Comparative Advantage Index and also the exports of automotive products belonged to U.S.A and Japan between 2000-2013, total merchandise exports of countries, global automotive products exports and the total global merchandise export numbers are used. Thus, it is tried to determine competitiveness of the aforementioned industry. According to results of the index, in automotive exporting Japan is in the place of U.S.A's most severe competitor.

Key Words: Strategic Trade Policy, Globalization, Export
Jel Kodları: F1, F6

* Doç. Dr., Niğde Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, .fatihyucel@nigde.edu.tr, Niğde, Türkiye

[†] Öğr. Gör. Dr., Dumlupınar Üniversitesi Emet MYO, Menkul Kıymetler ve Sermaye Piyasası Bölümü, ayse.ergin@dpu.edu.tr, Kütahya, Türkiye

³Bu çalışma Niğde Üniversitesi yüksek lisans bitirme tezinden yararlanarak hazırlanmıştır.

GİRİŞ

Günümüze kadar uygulanan dış ticaret politikaları incelendiğinde dönem dönem değişen korumacılık ve serbest ticaret akımları göze çarpmakla beraber, özellikle küreselleşmeyle birlikte serbest ticaretin kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Devlet müdahalesi ticarete çok fazla kabul görmemekte olup, dünya ticaret dengesinin piyasa güçlerinin karar ve davranışlarıyla oluştuğu düşünülmektedir. Nitekim bunun en açık örneği, yıllarca kabul görmüş olan Karşılaştırmalı Üstünlükler Teoremidir. Korumacılık ve serbest ticaret arasındaki ikilem dışında uluslararası ticarete belki de en önemli unsurlardan biri firmaların rekabet edebilirlikleri ve rekabet edilebilirliğin sürdürülmesini sağlayacak olan endüstrinin seçilmesi olmaktadır. Burada dış ticarete korumacılığın kısmen uygulanması göze çarpmakta ve bir sektör tercihi yapma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Dış ticarete özellikle bazı endüstrilerde koruyuculuğu savunan, hatta literatürde çok eski bir geçmişe sahip olmayan görüşlerden biri stratejik ticaret politikasıdır ki bu görüşe göre sanayileşmiş bir ülke uyguladığı sübvansiyon, vergi tedbirleri ya da tarife dışı araçlarla dış ticarete müdahale edebilmektedir. Bu müdahaleleri yaparken ise hızlı büyümeyi tetikleyip, rekabet edebilirliği artıracakı düşündüğü yarı geçişken, bilgisayar gibi sektörleri tercih edip, söz konusu endüstrilerde karşılaştırmalı üstünlük yaratabilmektedir.

Stratejik Ticaret Politikası, serbestleşmenin başladığı 1980'li yılların başından günümüze kadar dış ticaret politikası tartışmalarında yer almakta olup, her ne kadar politikanın uygulanabilirliği tartışılıyor gibi görünse de, asıl üzerinde durulan dış ticarete korumacılığın ne denli faydalı olabileceğidir. Diğer yandan sadece sanayileşmiş ülkeler için öngörülen söz konusu politika, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri tartışmanın dışında tutmaktadır. Temelini korumacılıktan alan Stratejik Ticaret Politikası üzerine yapılmış çalışmaların başlangıcı, James Brander ve Barbara Spencer'in (1983) çalışmasına dayanmaktadır ki söz konusu çalışma sonrası Stratejik Ticaret Politikası gündeme gelmiş, politikanın varsayımları olan eksik rekabet, ölçüğe göre artan getiri, dışsallıklar ve en önemlisi korumacılığın dış ticarete etkisi araştırılmaktadır.

Stratejik ticaret politikası uygulamasının tarihte sanayileşmiş bazı ülkeler tarafından uygulandığı göze çarpmaktadır. Örneğin Japonya daha politika tartışılmazken, 1950'lerde çelik endüstrisi, 1970'lerde ve 1980'lerde ise yarı geçişken endüstrisinde korumacı önlemlere başvurmuş diğer yandan Avrupa'da Concorde uçağı üretimi 1970'lerde Airbus uçaklarının geliştirilmesinde görülmektedir. Söz konusu dönemlerde yani 1970'lerde yarı geçişkenler piyasasında hakim güç ABD iken, Japonya uyguladığı stratejik politikalarla diğer bir değişle korumacı önlemlerle yerli piyasayı yabancı piyasadaki korumacı suretiyle endüstrisini geliştirmiş ve bu doğrultu da 1980'lerin ortalarında yarı geçişkenlerde hakim güç haline gelmeyi başarmıştır (Asbava, 2010). Stratejik ticaret politikası başarısının bir kanıtı olan bu örneğe istinaden yapılan çalışmada da birbirine rakip olan ABD ve Japonya otomotiv sektörünün rekabet güçleri mukayese edilecek ve stratejik ticaret politikasının uygulanabilirliği tartışılacaktır. Burada seçilmiş iki sanayileşmiş ülke ve tercihen korumacılığa gidilecek endüstrinin otomotiv sektörü olduğu görülmektedir.

Genel olarak dünya araç üretiminde ABD, Avrupa ve Japonya ile gelişmekte olan pazarlar olarak dört ana merkezden bahsedilmekte olup, gelişmekte olan ülkelere gelişen tüketim pazarı koşulları, düşük üretim maliyetleri sonucunda söz konusu ülkelere kaydırılan üretimler nedeniyle bu ülkelerin otomotiv sektörü açısından önemleri her geçen gün artmakta (İTO, 2003, s.5) ve aralarındaki rekabetin boyutu da farklılaşmaktadır.

I. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASI

Stratejik Dış Ticaret Politikaları literatürde oldukça yaygın bir tartışmanın başlamasına neden olmaktadır. Bunun nedeni olarak stratejik ticaret politikasının getirdiği korumacılık taraftarı

söylemlerinin yalnızca geleneksel teörinin korumacılık karşıtı önermeleri ile değil aynı zamanda oligopolistik dış ticaret teorilerinin serbest ticaret yanlısı çıkarsamalarıyla çelişmekte olması görülmektedir. Böylece teori hem geleneksel ticaret yanlılarınca hem de yeni dış ticaret teorilerinin kurucuları tarafından eleştirilmektedir. (Akkoyunlu, 1996: 90).

Yukarıda da bahsedildiği gibi dış ticarete koruyuculuk lehindeki görüşleri ile bilinen stratejik dış ticaret politikasına göre sanayileşmiş bir ülke, korumacı önlemlerle, gelecekteki hızlı büyümesi için kilit kabul edilen yarı geçişkenler, bilgisayar, iletişim araçları ve benzeri endüstrilerde karşılaştırmalı üstünlük oluşturabilmektedir. Bu bağlamda koruyucu dış ticaret önlemlerinden, sübvansiyon vergi önlemleri vb. den geçici olarak yararlanabilmekle beraber sözü edilen ileri teknoloji endüstrileri, yüksek risklerle karşı karşıyadır ve bu alanlarda ölçek ekonomilerinin gerçekleştirilebilmesi için büyük ölçekli üretimi gerektirirler. Ancak başarılı olduklarında dışsal ekonomi sağlarlar (Seyidoğlu, 2003: 127). Az önce de belirtildiği gibi bu yaklaşımda önemli olan faktör, dışsallık olduğu için öncelikle dışsallığın olduğu sektörler belirlenmektedir ki Yarı geçişkenler, bilgisayar, iletişim araçları, uçak üretimi, telekomünikasyon araçları gibi mallar buna örnek olarak verilebilir (Çelik, 2004:149). Tercih edilen sektörlerde devlet müdahalesi kanalıyla toplam faktör verimliliği artırılarak ekonomide refahın genişletilmesi sağlanmaktadır. Yapılan bu girişim stratejik bir hareket olmakla beraber, ülkenin rakip ülke karşısında avantaj sağlaması amaçlanmaktadır. Diğer yandan ülkedeki sektörlerin tümünde dışsallık varsa, dışsallığın şiddetine göre devletin müdahalesini ayarlaması ekonomik refah için faydalı olmaktadır. Diğer bir değişle doğru zamanda ve mekanda, doğru sektör tercih edilerek devlet müdahalesi yapılmalıdır (Aydoğuş ve Diler, 2009: 4-5).

Stratejik Ticaret Politikası, Uluslararası Ticarete küreselleşen endüstri ve şirketlerin aslında oligopol bir yapı oluşturdukları ve şirketler arasında kar maksimizasyonunu sağlamak için stratejik bir ilişkinin olduğu varsayımları ile, diğer hükümetler misillemeye başvurmazlar ise, ihracat sübvansiyonları ve tarifeler gibi dış ticaret politikası araçlarıyla yapılacak bir kamu müdahalesi ile uluslararası ticarete ortaya çıkan oligopol karının yabancı firmalardan yerli firmalara aktarılabilceğini ve böylece ülkenin kazançlı çıkabileceğini varsayan bir teori niteli taşımaktadır (Aktan ve Vural, a.g.i.s). Söz konusu teori, devletin müdahaleci politikaları ile oligopol karlarının yabancı firmalardan yerli firmalara geçmesine neden olarak refahı arttıracığını savunmaktadır. Dolayısıyla stratejik ticaret politikaları ihracat sübvansiyonu, tarife dışı araçlar gibi bir takım dış ticaret politikası araçlarının kullanılmasına sebep olduğundan korumacılığın yeniden ortaya çıkışı olarak nitelendirilmektedir (Akkoyunlu, 1996:90). Korumacılığın nedenlerinden biri olarak gösterilen Stratejik Ticaret Politikası genç endüstriler tezine benzese de, sanayileşmiş ülkeler için öngörülmekte olan bir teori niteliği taşımaktadır. Bir ülkenin gelişebilmesi için, kilit olarak görülen bazı faktörler kullanılarak, diğer sanayileşmiş ülkelere karşı karşılaştırmalı üstünlük elde edilebilir (Ardıç ve Yılmaz, 2002: 133).

Buraya kadar yapılan açıklamalar doğrultusunda genel anlamda stratejik ticaret politikalarının varsayımları;

- Ölçeğe göre artan getiri
- Yapararak öğrenme
- AR-GE faaliyetlerine verilen önem
- Firmalar arası stratejik etkileşim
- Devlet müdahalesi gerekliliği, olarak belirlenebilmektedir. Yine Stratejik Ticaret Politikası'nda tartışılan konular ise;
- Stratejik dış ticaret politikası varsayımlarının ne derecede uygulanılabilirliği
- Bu politikayı uygulayan ülkelerin ne ölçüde kazanç sağlayabileceği
- Gelişmekte olan ülkeler kapsamında bu politikanın uygulanabilirliği' dir.

Yukarıda yapılan açıklamalar ve varsayımlar çerçevesinde stratejik ticaret politikasının eleştirilmesine neden olan farklı sebepler mevcuttur. Öncelikle uygulan politika ile ülkelerin

karlılık oranları birinden diğerine transfer olmakta, bu aynı zamanda bir ülkenin refahını artırırken, diğerinin refah seviyesini azaltmaktadır ki, bu politikalar komşuyu fakirleştirici (beggar-thy-neighbour) politikalar olarak adlandırılmaktadır. Politikaya yöneltilen diğer bir eleştiri ise politika gereği hükümetin seçmesi gereken endüstriyi bilgi yetersizliği ve ekonomik politikalar gibi sebeplerle yanlış seçme olasılığıdır (Başkol, 2009). Seçilecek endüstrinin yanlışlığı sübvansiyonlar aracılığı ile kaynak israfı ve refah kaybına yol açmaktadır.

II. OTOMOTİV SEKTÖRÜNE GENEL BİR BAKIŞ

Otomotiv endüstrisi genel olarak, motorlu kara taşıtı araçları ve bu araçların yapımıyla ilgili bir endüstri dalıdır (Seyidoğlu, 2002: 472). Uluslararası Sanayi Sınıflandırması (ISIC) kapsamında ise otomotiv endüstrisi; genel olarak, karayolu taşıt araçları (binek otomobil, otobüs, minibüs, çekici, kamyon, traktör vb.) ve bu araçların üretiminde kullanılan parçaları imal eden bir sanayi dalı olarak tanımlanmaktadır (Alkan, 1996: 4). Benzer şekilde diğer bir tanıma göre otomotiv sanayi; bir ülkenin yük ve yolcu taşıma ihtiyaçlarını karşılayacak karayolu taşıtlarını imal eden bir sanayi koludur (Dumanlı, 1987: 23).

Otomotiv Sanayii, Almanya ve Fransa öncülüğünde Avrupa’da doğmuş, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’nde gelişip, güçlenmiştir. Yüz yılı aşkın bir tarihi geçmişe sahip olan otomotiv sanayii faaliyetleri, başlangıçta otomobil üretimi ile başlamış ve Birinci Dünya Savaşı yıllarında ticari araç üretimi de gerçekleştirilerek, toplam üretim içerisinde otomobil ağırlıklı olmak üzere sürekli bir değişim içerisinde olmaktadır. (Bedir, 2002: 1-2).

1980’li yıllarda dünya otomotiv sektörü yeni bir yapılanma sürecine girmekle beraber söz konusu yıllarda, dünya çapında otomotiv sektörünü biçimlendiren olaylardan ilki Japonya’nın dahil olduğu Kuzey Amerika ve Avrupa’daki pazarların doymuş olması, ikincisi ise Japonların dizayn ve üretim tekniklerinde gösterdikleri gelişme sonucu daha fazla üretim avantajını yakalaması ve yeni teknolojileri geliştirmesi olmuştur (Dalyanoğulları, 2007:77). 1970’li yıllardan sonra dünyanın en büyük motorlu araç ihracatçısı ülke olma konumu Japonya’nın bu başarısında, etkili olmaktadır. Daha sonraki yıllarda Japon otomotiv firmalarının uluslararası yatırımları hız kazanmış, bu durum da ihracat pazarlarında daralmaya sebep olduğundan Japonya’da ki yerleşik işletmelerin üretimlerinde nispeten düşüşler meydana gelmiştir (Ayaz, 2010: 34-35).

Günümüzde otomotiv sektöründe uluslararası boyutta çok ciddi bir rekabet yaşanmaktadır. Geçmişte ağırlıklı olarak fiyat rekabeti söz konusu iken, günümüzde fiyatla beraber kalite, ürün çeşitliliği ve geleceğe yatırım rekabeti açısından önemli unsurlar haline almaktadır (Otomotiv Sektörü Raporu, 2013/1). Özellikle doymuş pazarlarda, satışları müşteri tercihleri belirlemekte ve dolayısıyla ürün geliştirme, marka ve model yaratabilme gibi unsurlar önem kazanmaktadır. Japon üreticilerin ürün geliştirmede yan sanayi iştirakine büyük önem vermeleri, Japon araç üreticilerinin yeni model geliştirme üstünlüğünde önemli bir etken olmaktadır (Görener ve Görener, 2008: 1214).

Otomotiv sektörü, dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden birisi olarak görülmektedir. 2013 verilerine göre sektörde, Ar-Ge ve üretim kapsamında 85 Milyar Euro’luk yatırım harcaması gerçekleştirilmekte ve yatırım yapılan ülkelerde 433 Milyar Euro’nun üzerinde vergi geliri sağlanmaktadır. Otomotiv sektörünün 2 Trilyon Euro civarında cirosu bulunmaktadır. Bu veri, dünyada ilk sıralarda yer alan sayılı büyüklükteki ülkelerin ekonomisine karşılık gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, eğer otomotiv sektörü bir ülke olsaydı, bu ülke dünyanın altıncı büyük ekonomisi olacaktı. Dünya ekonomisi ölçeğinde bu kadar büyük bir paya sahip olan sektör 8 milyondan fazla doğrudan istihdama sahiptir. Bu rakam dünya imalat sektörü istihdamının yüzde 5’inden daha fazladır. Dünya otomotiv sektöründe dolaylı istihdam ile birlikte 50 milyondan daha fazla kişinin istihdam edildiği tahmin edilmektedir (Otomotiv Sektörü Raporu, 2013/1). Bu anlamda sektör, gelişmiş ülke ekonomileri için stratejik bir öneme sahiptir.

III. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE STRATEJİK TİCARET POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Stratejik Ticaret Politikasında ileri teknoloji içeren ve üreten imalat sanayileri öncü olarak belirlenmekte ve söz konusu sanayilerin büyümeleri amaçlanmaktadır ki sektörlerin belirlenmesin de etkili olan unsurlar; artan getiri ve dışsallık olmaktadır. Yine bu konu da yapılan ampirik çalışmaların çoğunlukla Japonya, ABD gibi gelişmiş ülkeler ve ölçek ekonomilerine sahip sanayiler (çelik, otomobil, elektronik gibi) üzerine olduğu görülmektedir. Yapılan bu çalışmalara rağmen Stratejik Ticaret Politikası'nın geleneksel teori gibi herkes tarafından kabul görmüş bütün ülkelerce kullanılacak bir modeli olmamaktadır (Çeştepe, a.g.i.s.). Çeştepe (1999), Malezya ve Güney Kore arasında yarıiletkenler sektöründe yaptığı çalışmasında Malezya'nın rekabet gücünün Güney Kore'ye göre yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yapılan analize benzer şekilde Smith (1994) çalışmasında, Avrupa otomobil piyasasında stratejik ticaret politikalarının etkilerini incelemiştir. Çalışmada, Japon ithalatına karşı gönüllü ihracat kısıtlamalarının, Avrupa Birliği'ndeki ülkeler açısından etkin bir stratejik politikası olup olmadığını ayrıca, Fransa'nın Japonya'dan yaptığı ithalat üzerindeki kısıtlamanın etkilerini incelemiştir. Yapılan Modelde bir piyasada eksik rekabet olgusu ile miktar kısıtlamaları arasındaki etkileşimi incelemektedir. Yaptığı çalışma sonucunda Smith stratejik ticaret politikalarıyla hedeflenen kazançlara ulaşamayacağı sonucuna ulaşmıştır. Krishna, Hogan ve Swagel (1994), çalışmalarında 1979- 1985 yılları arasında otomobil endüstrisinde Amerikan ve Japon firmalar arasındaki rekabeti ve bu ortamdaki optimal ticaret politikalarıyla, bu politikaların etkilerini incelemiştir. (Özer, 2001: 151).

Çeşitli ülkelerde pek çok sektörün açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerini ölçmek için çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardaki temel amaç, ticaret sonrası verilerden oluşan göstergeler kullanarak açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükleri ölçebilmektir. Bu amaçla ortaya atılmış pek çok yöntem ve bu yöntemlerin özelliklerini analiz eden pek çok çalışma bulunmaktadır. (Aydoğuş ve Diler, 2009).

Bu sebeplerden bu analizde de belli bir modelden faydalanılmamış, otomotiv sektöründe ABD'ni ve önemli rakipleri arasında yer alan Japonya'nın 2000-20014 yılları arasındaki rekabet gücü, Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (revealed comparative advantages) formülüyle hesaplanarak elde edilen oranlara göre uyguladıkları stratejik ticaret politikalarının yorumları yapılmıştır.

III. I. Balassa Endeksi

Rekabet gücünü belirlemede kullanılan, 1965 yılında Balassa tarafından ortaya konulan Açıklanmalı Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksi, ticaret verileri üzerinde uygulanan genel kabul görmüş bir endekstir ve ilk şeklinden sonra çok değişikliğe uğramıştır. Genellikle karşılıklı ticarete uygulanabilmektedir.

Balassa ölçütü aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır:

$$E_{Pij} = [(X_{ij}/X_{it}) / (X_{wj}/X_{wt})]$$

Burada i: ülke, j:mal

E_{Pij} ; i ülkesinin j malındaki ihracat performansı (rekabet gücü)

X_{ij} ; i ülkesinin j malı ihracatı

X_{it} ; i ülkesinin toplam ihracatı

X_{wj} ; Dünyanın j malı ihracatı

X_{wt} ; Dünyanın toplam ihracatını ifade etmektedir.

Endeks olarak $B_{ij} > 1$ koşulunu gerçekleştiren Balassa endeksinde ;

$X_{ij}/X_{wj} = 0$ olduğunda o ülke j malında dünyada hiçbir söz hakkına sahip değil iken,

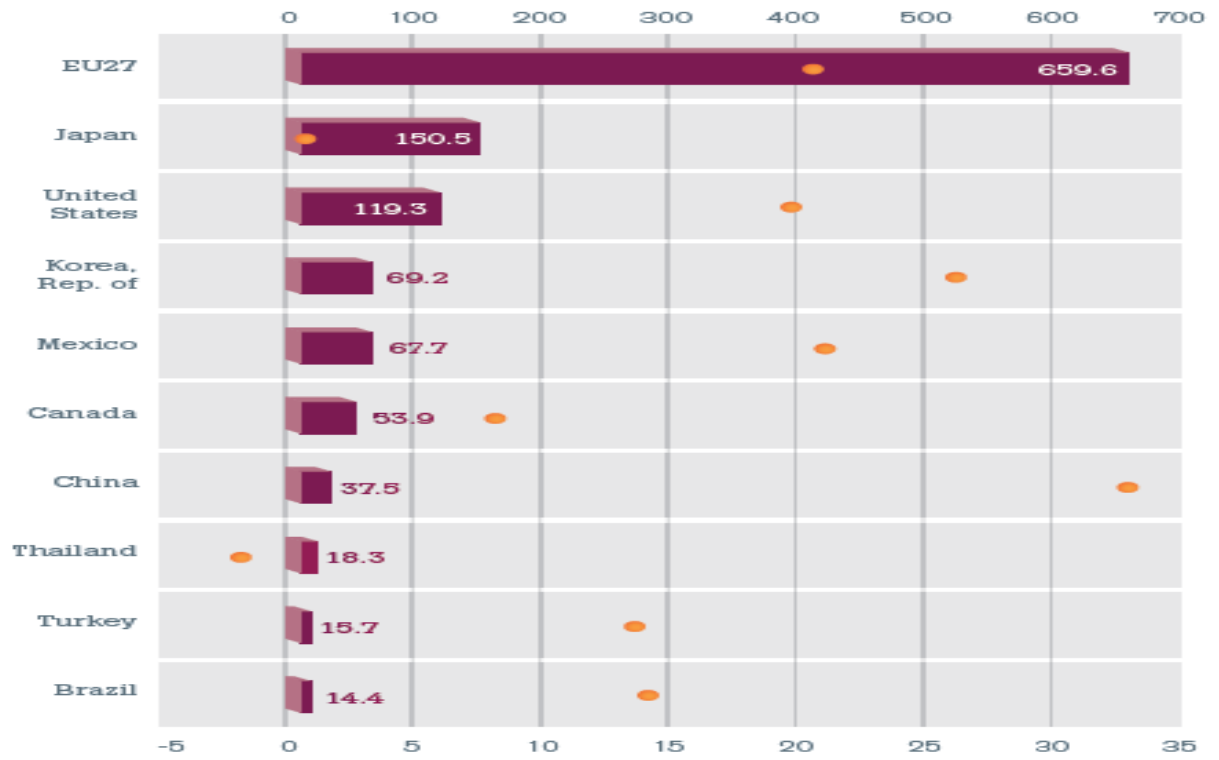
$X_{ij}/X_{wj} = 1$ olduğunda tekel konumundadır.

Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi ile ABD ve Japonya için hesaplanacak ihracat performans değerlerine göre Stratejik Dış Ticaret yaklaşımıyla ilgili yorumlar yapılabilecektir. Aşağıdaki tabloda ABD ve Japonya'nın otomotiv ürünleri sektöründe ihracat performansı yukarıdaki formülle hesaplanmış olup, edinilen sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 1. 2000-2014 Yılları Arasındaki ABD ve Japonya'nın Otomotiv Ürünleri İhracat Performansları

YILLAR	ABD'nin İhracat Performansı	Japonya'nın İhracat Performansı
2000	0,955	2,056
2001	0,945	2,175
2002	1	2,312
2003	0,989	2,26
2004	1	2,193
2005	1,091	2,367
2006	1,095	2,559
2007	1,105	2,611
2008	1,131	2,868
2009	1,014	2,617
2010	1,089	2,700
2011	1,142	2,612
2012	1,420	2,804
2013	1,560	2.902

Tablodaki sonuçlar incelendiğinde, Japonya'nın otomotiv ihracatında ABD için oldukça önemli bir rakip olduğu görülmektedir. sonuçlar karşılaştırıldığında Japonya'nın genel itibariyle ihracat performansı ABD'ye göre yaklaşık iki kat daha fazladır. Bu durum incelenen 10 yıllık zaman aralığında değişim göstermemektedir. Diğer yandan bu durum Dünya Ticaret Örgütü'nün 2012 raporunda yer alan grafikte de açıkça görülmektedir.

Grafik 1: Otomotiv Üretiminde Yer Alan En Büyük İhracatçı Ülkeler

Kaynak: World Trade Organization International Trade Statistics , 2013

İncelenen veriler otomotiv ürünleri ihracatını kapsarken diğer yandan ithalat oranları da değerlendirildiğinde, Japonya'nın bu sektörde dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. ABD için ise bu durum tam zıttı söz konusudur. Yine bu sonuç, Japonya'nın otomotiv sektöründe oldukça güçlü olduğunun kanıtıdır.

ABD'de yaşanan bu açığın en önemli sebeplerinden biri de, küresel finansal krizdir. 2007 yılının yaz aylarında Amerika finansal kuruluşlarının iflasıyla başlayan küresel finansal kriz 2008 yılının başlarında diğer ülkelere yayılırken, 2008 yılının ortalarında piyasalara sıçramıştır. Menkul kıymet piyasası, ticari bankacılık ve yatırım bankacılığına getirilen sınırlandırmaların kaldırılması ve bunun sonucunda karmaşıklık derecesi yüksek olan türev araçlarla aşırı meblağlarda işlem yapılması krizin gelişimini hızlandırmıştır. Netice de ortaya çıkan küresel finansal kriz sadece ABD'ni değil büyük ölçüde diğer dünya ülkelerini de etkilemiştir. Küresel finansal krizden en çok etkilenen ülke ABD olmuştur. Yönetim eksikliği ve yanlış politikalar nedeniyle 2008 yılında 14 banka batmıştır. Beş büyük bankadan biri olan Lehman Brothers alıcısı çıkmadığından iflas etmiştir. ABD krizin ilk maliyeti 850 milyar dolar olmuştur. 2008 yılının son çeyreğinde 13 trilyon dolar Gayri Safi Yurtiçi Hasılası olan ABD, 2009 yılının ilk çeyreğinde % 6.1 küçülmüştür (Engin ve Polat, 2010: 40-42).

Japon ve Kore firmaları iç pazarların yüzde yüzüne hakim oldukları gibi, Japon üreticileri ABD'de %21, Avrupa'da %5'lik bir üretim payı elde etmişlerdir. ABD ve Avrupalı üretici firmalarda, toplam üretimlerinin çoğuna kendi bölgelerinde üreterek bu bölgelerde bir üstünlük elde etmişlerdir. Dünya otomotiv sektörü üretiminde Avrupalı firmalar %34, Japon firmaları %28, ABD firmaları %27, Kore firmaları ise %6 paya sahiptir. Japonya'nın fiyat, kalite, model zenginliği, satış sonrası servis ve tüketici tercihlerinin belirlenmesi konularında ulaştığı anlayış, Japon üreticilerine ihracatta karşılaştırmalı üstünlük gücü sağlamaktadır. Japonya'nın dünya otomotiv sanayii pazar payını giderek artırması AB başta olmak üzere, diğer ülkeleri kendi

üreticilerini korumaya yönelik tarifeler ve miktar kısıtlamaları gibi korumacı önlemler almaya yöneltmiştir (Şah, 2007: 25-28).

Stratejik ticaret politikası tartışmalarında yinelenen görüşlerden biri, hükümetlerin ekonominin geri kalan kısmına girdiler temin eden sektörlerle özel müşevvikler sunması gerektiğidir. Burada bahsedilen ara malları üreten endüstrilerin genişlemesinin, bunların ürettiklerini kullanan endüstrilerin teşviki aracılığıyla çarpılan etkilere sahip olduğudur. Örneğin, bazı gözlemciler demir çeliğe Japonların sağladığı sübvansiyonun, daha ucuz çeliğe yol açarak, gemi-yapımı ve otomobil gibi çelik kullanan bütün endüstrilerin büyümesini teşvik ettiğini öne sürmektedir (Krugman ve Obstfeld,1997: 275-276).

SONUÇ

Dış ticarete korumacılığın nedenlerinden biri olarak gösterilen Stratejik Ticaret Politikası, son yıllarda dünya ticaret piyasasında özellikle de sanayileşmiş ülkelerin ticaret politikalarında oldukça etkin rol oynamaktadır. Politika ekonominin gelişmesi için önemli kabul edilen sektörlerin dış rekabete karşı gümrük tarifeleri ve sübvansiyonlarla korunması gerektiğini savunmakla beraber uygulanan bu politikayla bir yandan da gelecekteki büyüme süreçlerine de zemin hazırlanmış olmaktadır.

Çalışmada yer alan sanayileşmiş iki ülke olan ABD ve Japonya'nın mal ihracatları incelendiğinde otomotiv ürünlerinin oldukça büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Bu, otomotiv sektörünün stratejik bir sektör olarak seçilebileceğini ve dış ticaret araçlarıyla korunduğu takdirde rekabet edilebilirliğinin artabileceğini göstermektedir. Burada vurgu yapılması gereken nokta, stratejik ticaret politikası uygulaması gereği seçilecek olan sektör tercihinin doğru yapılması ve rekabet edebilirliği artırabilmesi gerekliliği olmaktadır. Nitekim 1980'lerde Japonya'nın yarı geçişkenlerde uyguladığı korumacı politikalar sayesinde ABD'yi söz konusu endüstri de geride bıraktığı görülmektedir. Aksine seçilen sektör tercihinin doğru yapılmaması beraberinde kaynak israfı, maliyet artışları ve geliştirilebilecek bazı sektörlerinde gerilemesine neden olmaktadır. Otomotiv sektörü dünyada sanayileşmiş ülkelerin dış ticaret dağılımlarında önemli bir paya sahip olmakla beraber, rekabet edilebilirliği ne ölçüde değiştirdiği de tartışılmaktadır ki bunun sebebi son dönemlerde pazara giren gelişmekte olan diğer ülke payları olmaktadır. Bu bağlamda otomotiv sektöründe iki önemli ülke olan ABD ve Japonya arasındaki rekabetin boyutu da uygulanan politikaların etkinliğini kanıtlamaktadır.

Teorik olarak yapılan açıklamalar dışında çalışmada yapılan analiz göstermektedir ki; Japonya otomotiv ihracatında ABD için önemli ağırlığa sahip en büyük rakip ülke konumundadır. Yine sonuçlar karşılaştırıldığında Japonya'nın genel itibarıyla ihracat performansı ABD'ye göre yaklaşık iki kat daha fazladır. Burada dikkat edilmesi gereken husus ise, rekabet edilebilirliğin uygulanan politikalar dışında kur, maliyet avantajlarından da kaynaklanabileceğidir ki Japonya bu anlamda oldukça üstün durumdadır.

Stratejik ticaret politikasına göre devlet tercih ettiği stratejik endüstrileri teşvik programları ile desteklerken aynı zamanda gümrük tarifeleri ve bir takım dış ticaret araçları ile ithalatın sınırlamasını sağlamaktadır. Böylece ülke içindeki yerli firmaların rekabet güçleri artmakta ve ihracat payları genişlemektedir. Burada da Japonya'nın otomotiv sektöründeki rekabet edebilirliğini sürdürmesinin bir gereği de stratejik ticaret politikası uyarınca devletin uygulayacağı teşvik programları ve kullandığı dış ticaret araçlarını doğru kullanması olmaktadır.

Yapılan analizde Japonya'nın otomotiv ihracatında ABD'ye göre rekabet edilebilirliğinin daha yüksek olduğu görülmekte ve stratejik ticaret politikası uygulamasının ise söz konusu sektörler için uygulanabilirliği tartışılmaktadır. Diğer yandan özellikle Asya ülkelerinden G.Kore'nin otomotiv sektöründe korumacı politikalarla oldukça ilerleme kaydettiği bilinmektedir ki bu da stratejik ticaret politikası uygulamasının bir örneği olarak görülebilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akkoyunlu A.S. (1996). Yeni dış ticaret teorileri, *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, C.7: 71-95.
- Aktan C ve Vural İ. Korumacı politikalar ve rekabet politikası, Retrieved Novamber 12 from the World Wide www.canaktan.org/hukuk/rekabet-hukuk/korumaci-pol.htm.
- Alkan S. (1996). *Otomotiv sektörü, Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. Sektör İncelemesi: 9*, Ankara, Turkey.
- Ardıç O. ve Yılmaz P. (2002), *para-banka uluslararası iktisat, Türkiye Ekonomisi*, Ankara: Seçkin Kitabevi.
- ASBAVA. Stratejik ticaret politikası, Retrieved May 26, 2015 from the World Wide <http://asbava.blogspot.com.tr/2010/12/stratejik-ticaret-politikas.html>
- Ayaz T. (2010). *Otomotiv endüstrisinde stratejik yönetim*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, Turkey.
- Aydoğuş İ., Diler G. (2009). Tekstil ürünleri ihracatında stratejik dış ticaret yaklaşımı: türkiye ve çin üzerine bir uygulama, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, c.11.
- Ballasa, B. (1965). Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage, *The Manchester School of Economics and Social Science*, No.33.
- Başkol, M.O.(2009), Stratejik ticaret politikası, Retrieved April 201 from the World Wide http://www.econanadolu.org/en/files/2009/swf/Baskol_econanadolu2009.swf
- Bedir A. (2002). *Türkiye’de otomotiv sanayii gelişme perspektifi*, Ankara: İktisadi Sektörler Ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Yayın No DPT: 2660.
- Çelik K. (2004), *uluslararası iktisat*, Trabzon: Derya Kitabevi.
- Çeştepe H. stratejik ticaret politikası: yarıiletkenlerde Malezya ve güney Kore Arasında bir karşılaştırma, Retrieved July 12 from the World Wide
- Dalyanoğulları M. (2007). *Küreselleşme, küreselleşmenin otomotiv ana ve yan sanayi sektörüne etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, Turkey.
- Dumanlı S. (1987).Türkiye’de otomotiv sanayinin durumu, yapısal özellikleri ve sorunları” Ankara: DPT Yay.
- Engin C. ve Polat E. (2010), Türk otomotiv sektörü ve küresel finansal Krizin sektöre etkileri (1996 – 2009)”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, c.2.
- Görener A. Görener Ö. (2008). Türk otomotiv sektörünün ülke Ekonomisine katkıları ve geleceğe yönelik sektörel beklentiler, *Journal of Yasar University*, 3(10) <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-70.pdf>
- İTO. (2003). Otomotiv sanayi sektör raporu, Retrieved May 26, 2015 from the World Wide
- Krishna K.,Hogan K. & Swagel P.(1989).The Non-Optimality of Optimal Trade Policy:The U.S. Automobile industry revisited,1979-1985,*NBER Working Papers* 3118.
- Krugman, P. (1990). Strategic trade policy and the new international economics, Cambridge, Mas.:MIT Pres.
- Özer I. (2001), *Stratejik ticaret politikaları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Turkey.

Seyidoğlu H. (2005), *Uluslararası iktisat* Eskişehir: Açıköğretim Yayınları.

Smith, A (1994). Strategic Trade Policy in the European Car Market, Retrieved Novamber 12 from the World Wide <http://www.nber.org/chapters/c8676.pdf>

Şah Ö.F. (2007), *Türkiye otomotiv sektörünün ihracat performans analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIđI (2013/1). Otomotiv sektörü raporu Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi. www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk...623...