

**TÜRK EKONOMİSİNİN DÜNYA EKONOMİSİNE
ENTEGRASYONU : DÜNYA TİCARETİNE
İNTİBAK VE KATILMA**

Doç. Dr. Cihan DURA*

ABSTRACT

The process of integration to the world economy is the adjustment of the national economy to the ideal structures and the basic tendencies of the world economy.

The integration of Turkish economy to the world economy following the implementation of an inward oriented industrialization policy for a considerably long time and the resulting balance of payments and development problems is the subject matter of this paper. The integration to the world economy is analysed taking into consideration the participation and adjustment into the world trade which is the main characteristic of this phenomenon.

G İ R İ Ő

1. Bir milli ekonominin dünya ekonomisinin etkin bir elemanı haline gelmesi anlamında entegrasyon, uluslararası iktisada ait teorik ve politik tartışmalarda, zannımızca, doğrudan veya dolaylı bir şekilde daima yer almış bir konudur. Bu bakımdan, ülkeler arasında işbirliği veya birleşme anlamındaki entegrasyon olgusuna kıyasla daha eski bir tarihe sahip bulunduğu ifade edilebilir.

Ne var ki bir ekonominin, dünyanın diğer ülkeleriyle sıkı ve sürekli ilişkiler ve bir «bağlılaşım» (interdépendance) sistemi kurması, o ülkelerle kıyaslanabilir yapılara kavuşması, kısacası «millî ekonominin dünya ekonomisine entegrasyonu» fenomeni günümüzde, kapsamlı ve tutarlı bir etüdler bütününe yani genel bir teoriye kavuşmamıştır.

2. İkinci Dünya Harbinden sonraki kırk yıl içinde az gelişmiş ülkelerin dünya ticaretindeki payının hızla azaldığı ve uluslararası mal ve faktör hareketlerinin gittikçe daha çok gelişmiş sanayi ülkeleri arasında gerçekleştiği bir dünyada «entegrasyon», hiç şüphesiz birinci derecede gelişmekte olan ülkelerin sorunu olarak kendini gösterecektir. Problem özellikle Türkiye'nin de yer al-

(*) Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi.

diği bazı sanayileşme yolundaki ülkelerin —uyguladıkları ithal ikamesi politikalarının çıkmaza girmesi neticesinde— dış denge ve buna bağlı olarak ekonomik gelişme sorunlarının ağırlaşması üzerine, daha somut ve ilgi çekici bir görünüm kazanmıştır.

Bu makalede incelenecek olan konu, uzun süre içe dönük bir sanayileşme politikası uyguladıktan sonra, 1970'lerin ikinci yarısından itibaren dış denge ve gelişme çıkmazları ile karşı karşıya kalan Türk ekonomisi'nin dünya ekonomisine entegrasyonunu, bu fenomenin başlıca karakteristiği olan dünya ticaretine intibak ve katılma yönüyle analiz etmekten ibarettir.

3. Dünya ekonomisine entegrasyon, bir süreç olarak, millî ekonominin dünya ekonomisinin sahip olduğu eğilimlere, «ideal» yapılarla ve bunlarda meydana gelen değişikliklere intibak etmesi demektir. Tabiatdaki varlığı yadsınmaz olan «tabii ayıklanma kanunu», denebilir ki insan toplumları için de geçerlidir : İngiltere Ekonomisinin uluslararası ticaretteki kaderini belirlemeye çalıştığı bir etüdüde **HILGERDT**, bir ekonomik sistemin değişmelere «intibak etme» havramını kullanıyor ve bu yeteneğe büyük önem veriyordu. **BALFOUR Komitesi** raporunda «tıpkı bir organizmada olduğu gibi, modern sanayilerin yaşama gücü de dış tahriklere cevap verme gücüyle ölçülür» sonucuna varılıyordu.

4. Böyle bir intibak gereği içinde dünya pazarlarına açılarak kazançlı çıkma, daha önce **HILGERDT**'in öngördüğü gibi, çoğu sanayileşmiş ülke tarafından fiilen gerçekleştirilmiş bulunmaktadır. Bu hedefe ulaşabilmek için adı geçen iktisatçının belirttiği gibi elverişli bir rekabetçi konumun varlığı ve ekonomik etkinliğin sağlanıp arttırılması gerekir ki bu şartı önce Japonya, daha sonra G. Kore, Taiwan, Singapur, Hong Kong, gibi bazı AGÜ'ler de gerçekleştirerek dünya ekonomisine intibak ve entegre olma yolunda önemli mesafeler kaydetmişlerdir. Bu ülkelerin deneyimleri göstermiştir ki bir entegrasyon süreci içinde, herhangi bir ürün ticareti, ülkeye, dünya ticareti içindeki payını arttırma imkânı verebilir. Nihayet, tüm dünya ülkeleri bakımından olduğu gibi belirli bir millî ekonomi (meselâ Türk ekonomisi) bakımından da entegrasyonun gerçekleşmesi, malların ve faktörlerin mümkün olduğu ölçüde serbestçe mübadelesine bağlıdır.

Bu açıklamalar gösteriyor ki Türk ekonomisinin dünya ekonomisine entegrasyonu'nun etüdü öncelikle, dünya ticaret eğilim-

lerinin bilinmesini ve bunlara intibak olgusunun incelenmesini gerektirmektedir.

I — EĞİLİM ANALİZ METODU

A) Ülkeler, Sınıflamalar ve Analiz Dönemi

Altılı bir SITC ürün sınıflaması esas alınarak, önce Dünyada, sonra Türkiye ve üç diğer ülkede 1960 - 78 dönemindeki ihracat eğilimleri belirlenmeye çalışılmıştır.

1. Etüdümüzün bu kısmı, 1960 - 78 döneminde Dünya'da, Türkiye'de ve bir karşılaştırma yapmak amacıyla 3 örnek ülkede (G. Kore, Hindistan, Meksika) ihracat eğilimlerinin analizine ayrılmıştır. Ülkelerin dünya ticaretine intibakı hususunda çok ayrıntılı olmayan bir ürün sınıflamasının tatmin edici bir fikir verebileceği düşünülmüştür. BİRLEŞMİŞ MİLLETLER yayınlarından aldığımız bu altılı ürün gruplaması aynen şöyledir (1) :

SITC	ADI
0 + 1	Gıda, İçki ve Tütün
2 + 4	Hammaddeler
3	Mineral yakıtlar, Makina yağları
5	Kimyasal Ürünler
7	Makina ve Ulaşım Araçları
6 + 8	Diğer Mamul maddeler

2. Etüd edilen ekonomik birim hangi seviyede olursa olsun, yapısal nitelikteki eğilimlerin ortaya çıkarılması uzun dönemli bir gözlem gerektirdiği için, analiz dönemi olarak 1960 - 78 gibi, 19 yılı kapsayan uzun bir dönem seçilmiştir. Dönem başlangıcının dünyadaki ekonomik şartlar bakımından normal bir yıl olmasına dikkat edilmiş, sonuncu yılı ise daha çok ortak istatistik verilerin bulunabilirliği belirlemiştir. Bununla beraber 1978 yılı, petrol şokunun Dünya ekonomisinde doğurduğu sarsıntıların bir ölçüde de olsa hafiflemeğe başladığı bir yıl olarak nitelenebilir.

B) Eğilim Belirleme Yöntemleri

H.TYZSYNSKI'den en modern iktisatçılara kadar birçok araştırmacının ilgisini çeken dünya ticaret eğilimleri, «birleşik

faiz yöntemi», «en küçük kareler doğrusuna ait eğimin hesaplanması», «Tydzynski formülü» gibi çeşitli yöntemler kullanılarak belirlenebilir. Etüdümüzde bu son formülden esinlenen basit bir yöntem uygulandı.

1. Dünya ticaret eğilimlerine dair ilk etüd bilindiği gibi H. TYSZYNSKI'ye aittir (2). Bu yazarın öncü çalışmasını R. E. BALDWIN, A.K. CAIRNCROSS, C.P. KINDLEBERGER, S. SPIEGELGLAS, I. SVENNILSON, P.L. YATES ve A. MAIZELS'in değerli katkıları takip etmiştir (3). Fransız literatüründe ise diğerleri arasında, G. BREMAUD, G. SALETTE (4) ve G. LAFAY'ın (5) çalışmalarını zikredebiliriz.

2. Uluslararası ticaretin «dinamizm» i çeşitli istatistik yöntemlerle meselâ «birleşik faiz yöntemi» ile veya «en küçük kareler doğrusuna ait eğim» hesaplanarak ölçülebilir. Birinci yöntem en basiti olup sınıflama ve kıyaslamaların süratle yapılmasını mümkün kılar. Sakıncası sadece en uç verileri hesaba katmasıdır. İkinci yöntem realiteyi daha sıkı kavrarken, hatâ payını da en aza indirir. Verilerdeki gelişim doğrusal olduğu zaman, sonuçları birinci yönteminkine yaklaşır.

Dünya ticaretindeki eğilimlerin belirlenebilmesi için ticaretin ürün grupları itibariyle dağılımının (veya yapısının) bir zaman dilimi içinde kıyaslanması gerekir. Zaman ürün bileşiminde bir «başkalaşma» (déformation) meydana getirir ki hesaba vurulması gereken bu değişmedir : Bir ürün grubunun dünya toplam ticaretinde sahip olduğu payın yıllık değişme oranı'nın hesaplanmasında, G. SALETTE'in benimsediği ve başlangıçta H. TYSZYNSKI'nin de kullandığı, genel eğilimi veren formül şöyledir (6) :

$$T = \frac{P_i - P_o}{t_i - t_o}$$

Yöntem ilk bakışta «kaba» gibi görülürse de bu basitlik başlıca avantajıdır.

3. Bu etüdde yukardaki formülden esinlenen ve her ürün grubunun dünya ihracatındaki nisbi payında dönem içinde görülen değişimin hesap edilmesinden ibaret basit bir yöntem uygulanmıştır : Buna göre, bir ürün grubunun dünya toplam ihracat değerinde tuttuğu nisbi payda meydana gelen değişmeyi veren formül,

$$d X_i = X_1 - X_0$$

olacaktır. Burada X_1 ve X_0 , i ürün grubunun sırasıyla varış (1978) ve başlangıç yılında (1960) dünya toplam ihracat değerinde tuttuğu yüzde payları, dX_i ise bu nisbi payda dönem içinde meydana gelen (pozitif veya negatif) değişmeyi yani aradığımız genel eğilimi temsil etmektedir.

II — İHRACAT EĞİLİMLERİ

TYSZYNSKI'den bu yana yapılagelen etüdler (1899 - 1959) dünya ihracatının uzun dönemde belirli genel eğilimlere tabi olarak geliştiğini göstermiştir. Bu eğilimler varlığını 1960 - 78 yıllarında da korumuştur. Dünya ekonomisi ile bütünleşmek isteyen bir ekonomi, dünya talebindeki bu eğilimlere intiba ketmek zorundadır.

A) 1899 - 1959 Dönemi

1. **TYSZYNSKI**'ye göre dünya ticaretine egemen olan en dikkate değer özelliklerden biri, uzun dönemde, belli bir güç ve önem ifade eden sürekli eğilimlerin varlığıdır. Bunlardan en global seviyede görülen genel bir eğilim, çok etüdlere konu ve iktisat politikalarına hareket noktası olan **primer ürün** ticaretinde mamul ürünler lehine kaydedilegelen nisbi gerilemedir. Başka bir deyişle, primer ürünlerin dünya ihracatında tuttuğu payın, dünya «sanayi merkezinin» İngiltere'den A.B.D.'ne kaymasından beri, genel bir eğilim olarak sürekli azalmasıdır.

2. Ancak önemle kaydetmeliyiz ki bu son tesbit doğru olmakla beraber, bir genellemeden ibarettir. O halde, primer ürün kategorisinin arz, talep ve fiyat karakteristikleri itibariyle birbirinden farklı olabilen bir ürünler topluluğu olduğunu, kısacası «heterojen» bir yapıya sahip olduğunu gözden uzak tutmamak gerekir. Bu husus dünya ekonomisine açılırken dikkat edilmesi gereken «stratejik» bir noktadır. Nitekim A. PIATIER'nin vurguladığı gibi, gelişmekte olan ülkelerin problemleri üzerinde düşünürken, yapılagelen hatalardan biri bizatihi gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere bunların ekonomik faaliyetlerinin homojen bir bütün olarak ele alınmasıdır. «Üçüncü dünya», «hammadde-ler», «temel ürünler» -ki bunlara «primer ürünler» de ilâve edilebilir- gibi terimler, hem üstünkörü hem de hatalı görüş ve kanılara

yol açtığından —belki— faydadan çok zarar getirmiş olan kavramlardır. Öyleyse asıl etkili olan çözümler farklılaştırma ve hassaslaştırmayı mümkün kılan tipolojilerdir (7). Petrol ürünlerinin 1970'lerde gösterdiği gelişme bunun canlı bir örneğidir. 1950 - 63 yıllarını kapsayan etüdünde B.A. DEVRIES'in önemle parmak bastığı gözlemlerinden biri, çeşitli ürünlerin ihracat artışında görülen çarpıcı farklılıklardır. Bu araştırmacı, AGÜ'lerin ihracatında diğer primer ürünlere kıyasla daha süratli artış gösteren ürünlere «Dinamik ürünler» adını vermektedir (8). Demek ki genel bir eğilim olarak dünya ticaretinde primer ürünlerin payı azalmaktadır ama bu global kategori içinde yer alan ürünlerin, ihracat performansı bakımından birbirinden hayli farklı davranışlar gösterebileceğini gözden uzak tutmamak gerekir.

3. Yukarıda sözünü ettiğimiz bir genel ürün kategorisi içinde dünya ticaret eğilimlerinin bir alt - gruptan diğerine hayli farklı oluşu, şüphesiz mamul ürünler için de söz konusu olacaktır. Nitekim TYSZYNSKI'nin bu alanda yaptığı öncü çalışma bize, dünya ticaret eğilimleri hakkında daha ayrıntılı ve sağlam bilgiler vermektedir. Bu yazarın, 11 ülkeye ait ve 1899 - 1950 dünya mamul ürünler ticaretinin % 85'ini kapsayan analizinin istatistik sonuçları Tablo : 1'de verilmiştir.

TABLO : 1
ÜRÜN GRUPLARININ DÜNYA TİCARET PAYLARI VE
EĞİLİMLERİ

Gruplar	T (yıllık %)	1899	1929	1950
İLERLEMEKTE OLAN ÜRÜNLER				
Motörlü Araçlar	+0,232	0,4	8,4	11,8
Sanayi Ekipmanları	+0,140	6,1	9,1	13,6
Elektrikli Araçlar	+0,094	0,9	3,8	5,7
Demir - Çelik	+0,050	6,0	7,8	8,1
Tarım Ekipmanları	+0,036	0,9	1,7	3,1
İSTİKRARLI ÜRÜNLER				
Kimya Ürünleri	+0,017	8,3	7,7	9,0
«Yarı - ürünler»	+0,011	5,7	7,0	6,0
Demir - dışı metaller	0,000	4,7	4,5	4,7
Metal olmayan ürünler	-0,006	2,5	2,6	2,1
Kitap, film vs.	-0,019	3,7	3,5	2,5
GERİLEMEKTE OLAN ÜRÜNLER				
Metalürji ürünleri	-0,021	7,4	6,1	5,8
Demiryolu, Gemi	-0,022	4,2	2,8	3,5
İçki, tütün	-0,026	3,5	2,1	1,9
Çeşitli mamul ürünler	-0,055	4,7	3,1	1,9
Giyim	-0,096	6,9	5,4	2,2
Tekstil	-0,333	33,5	24,1	17,3
Sınıflanmamış		0,6	0,3	0,8

Notlar : T genel eğilimi veren regresyon katsayılarıdır, Bkz : A. MAIZELS, Growth and Trade, London, 1970, s. 164.

Kaynak : G. SALETTE, La Flexibilité de l'économie, Paris, 1968, s. 88.

Bu klasik tablonun incelenmesinden anlaşılıyor ki özellikle en uçlarda yer alan ürün grupları, bütün dönem için geçerli ve çok net ilerleme ya da gerileme eğilimleri göstermektedir. Mamul ürünler kümesini altı gruba ayıran ve etüd dönemi olarak 1913 - 50 yıllarını alan SVENNILSON'ın daha toplu formülasyonunda bu eğilimlerin aşağıdaki şekilleri aldığı görülmektedir (9) :

- Gerilemekte olan ürünler :
 - İstikrarlı ürünler :
 - İlerlemekte olan ürünler :
- Makina - teçhizat ve ulaştırma

araçları,
Makina - teçhizat ve ulaştırma
Metaller ve kimyasal ürünler,

4. Nihayet, A. MAIZELS'in 1950 - 59 dönemini de içine alan analizi, 1950 yılından itibaren kimyasal ürünler grubunun canlandığını, çeşitli mamul ürünler grubunun da istikrar kazandığını göstermiştir. Netice olarak, 1899 - 1959 yıllarına ait bu çalışmaların ortaya çıkardığı dünya ticaret (ihracat) eğilimlerini, A. MAIZELS ve G. SALETTE'in belirlediği şekilde şöyle toparlamak mümkündür :

- Makina ve ulaşım araçlarının dünya ticaret değerindeki payı güçlü ve sürekli bir tempoyla artmaktadır.
- Tekstil ürünlerinin payı hızlı bir gerileme içindedir.
- Diğer ürünlerin payı aşağı - yukarı sabit kalmaktadır.

B) 1960 - 1978 Dönemi

1. Dünya ihracatının 1960 - 78 dönemindeki eğilimlerini belirlemek amacıyla yaptığımız hesaplamalar, bir istisna dışında, daha önceki araştırmacılar tarafından ortaya çıkarılan «ana» eğilimlerin varlığını sürdürmekte olduğunu göstermiştir. Gerçekten Tablo : 2 (Sütun 5)'in incelenmesinden anlaşılıyor ki 1960 - 78 döneminde,

- Global olarak, **mamul ürün** (SITC : 5 + 8) ticareti gelişme eğilimini sürdürürken, **primer ürün** (SITC : 0 + 4) ticareti gerilemeye devam etmiştir. Burada orijinal olan tek karakteristik, petrol ürünlerinin (SITC : 3) ihracatında başlayan ani gelişmedir.

Ürün grupları itibariyle beliren genel eğilimleri şöyle tesbit edebiliriz :

TABLO : 2
ÜRÜN GRUPLARI İTİBARIYLA DÜNYA TİCARET
EĞİLİMLERİ (1960 - 1978)

(Dünya İhracat Değerinin %'si Olarak)

SITC	Ürün Grubu	Nisbi Paylar		Fark
		1960	1978	
1. SINIF ÜRÜNLER				
7	Makina ve Ulaşım Araçları	20,6	29,3	+ 8,7
3	Mineral Yakıt, Makina Yağları	9,8	17,3	+ 7,5
2. SINIF ÜRÜNLER				
5	Kimyasal Ürünler	6,0	7,6	+ 1,6
6 + 8	Diğer Mamul Maddeler	26,9	26,2	- 0,7
3. SINIF ÜRÜNLER				
0 + 1	Gıda, İçki, Tütün	17,8	11,0	- 6,8
2 + 4	Hammaddeler	16,3	6,9	- 9,4

Kaynak : UNITED NATIONS, Yearbook of International Trade Statistics.

- Makina ve ulaşım araçları ile mineral yakıtlar ve makina yağları grubunun ihracatı genişlemektedir.
- Kimyasal ürünler ile diğer mamul maddeler grubu istikrarlı bir gelişme içindedir.
- Gıda, içki ve tütün ürün grubu ile hammaddeler ihracatı gerileme eğilimi göstermektedir.

Eğilimlerine göre, bu ürün gruplarını sırasıyla 1. sınıf, 2. sınıf ve 3. sınıf ürünler olarak adlandırıyoruz.

Tesbit ettiğimiz bu üç genel eğilimin, —petrol ürünlerindeki— ne benzer anı bir değişiklik dışında— gelecek yıllarda da devam edeceğini kuvvetli bir varsayım olarak ileri sürebiliriz.

2. Bir millî ekonominin dünya ekonomisine entegrasyonundan, o ekonominin önde gelen ve «ideal» karakterler bakımından dünya ekonomisi ile homojen bir yapıya kavuşmasını anladığımız göre, bir entegrasyon hareketi başlatan bir ülkenin dünya ticaretindeki bu genel eğilimlere uyması gerektiği tabiidir. Acaba Türkiye, son yirmi yılda dünya ticaret eğilimlerine nasıl bir tepki göstermiş veya ne derecede uymuştur? Bu yönde bir araştırma

Türkiye'nin dünya ekonomisine entegrasyonu konusunda bize önemli ip uçları verecektir.

III — EĞİLİMLERE İNTİBAK

İktisatçıların, bir ülkenin yaptığı ihracatın dünya ticaretine intibak (1) (adaptation) konusuna eğilmeleri oldukça eski bir tarihe dayanır. Bu olgu ilk defa AUSSCHUSS anketinde incelenmiş, bunu TYSZYNSKI ve SVENNILSON'ın etüdüleri ile bazı modern iktisatçıların araştırmaları takip etmiştir. Bir ülke ihracatının dünya ihracat eğilimleri ile uyumlu bir şekilde gelişip gelişmediği anlamında intibak, istatistik metotlarla ölçülebilmektedir.

Türkiye üzerinde yaptığımız istatistik araştırma, Türk ihracatının dünya ticaretindeki «ana» eğilimlere intibak etmediği gerçeğini doğrulamaktadır.

A) Literatür

1. İktisatçıları, bir ülkenin yaptığı ihracatın dünya ticaretine intibakı olgusu ile, dünya ticaret eğilimlerinin belirlenmesinden daha önce ilgilenmiştir. Bu ilgi, ilk önce İngiltere'de yayınlanan (1925) BALFOUR Raporunda belli - belirsiz görülür. Fakat milli ihracatın yönelmesi gereken en elverişli istikameti öğrenme kaygısı, kendini daha çok Almanya'da göstermiştir. Kiel Üniversitesi tarafından yürütülen AUSSCHUSS anketine (1932) göre, «Dünya ticaretinde Almanya'dan çok A.B.D., İngiltere'den çok da Almanya yeni mal ihraç ediyordu. Önce yeni ürün yaratılıyor (innovation), taklid (imitation) onu takip ediyor; böylece, yepyeni mallar uluslararası olarak mübadele ediliyordu.» Öyleyse, ülkeler elverişli bir ticarî konumu sürdürmek istiyorlarsa, uluslararası ticarete iştirakleri kendini yeni mal mübadelesi şeklinde göstermeliydi. Daha sonraları makina ve ulaştırma teçhizatının dünya ticaretinde tuttuğu nisbî paydaki güçlü artış karşısında TYSZYNSKI göstermiştir ki «süreç'e intibakta görülen çok farklı dereceler» değişik yöntemlerle analiz edilmeliydi. Bu araştırmacının çizdiği yolda SVENNILSON, analizi daha hassaslaştırmış ve AUSSCHUSS anketinin çözmüş görüldüğü probleme, daha ayrıntılı bir yanıt verilmesini mümkün kılmıştır.

2. Sonraki yıllarda esas itibariyle yine sanayileşmiş ülkelerin dünya ticaretine intibaklarını konu alan etüdülerin arttığı görülür. Bu meyanda başlıca yazarlar arasında E.H. VAN DER POLL,

W. TIMS ve F.M. MEYER ZU SCHLOCHTERN, J. WAELBROECK (10), A. LAMFALUSSY (11), A. MAIZELS, C.P. KINDLEBERGER (12), Fransız literatüründen ayrıca G. BREMAUD, G. SALETTE, P.A. AMELLER, G. LAFAY ve P. ROUMELIOTIS (13) zikredilebilir. Bu yazarlardan A. MAIZELS etüdüne yarı sanayileşmiş ülkeleri de dahil etmiş; C.P. KINLEBERGER AGÜ'lerin intibak sorunuyla ayrıca ilgilenmiştir. AGÜ'ler hakkında ilgi çekici etüdlardan biri de B.A. DE VRIES (14) tarafından yapılmıştır.

B) İntibakı Belirleme Yöntemleri

1. Bir ülkenin yaptığı ihracatın dünya ticaretine intibak derecesinin ölçülmesinde kullanılan yöntemlerden en basiti, dünya ihracatı artış oranı ile ülkenin ihracat artış oranını karşılaştırmaktan ibarettir. Bu karşılaştırma ürün kategorileri itibariyle de yapılmalıdır. Bu takdirde eğer dönem içinde, ülkenin ihracatı veya ihracat - ürün grubu dünya ihracatından veya ihracat - ürün grubundan daha süratli —veya ona eşit olarak— artmışsa, genel eğilime intibak'dan aksi halde intibaksızlıktan söz edilecektir.

Dünya ticaret eğilimlerine intibak durumunu gösteren ikinci bir yöntem, ülkenin ihracat ürün bileşiminde kaydedilen «başkalaşma» yı, dünya ihracat ürün bileşimindeki değişme ile topluca karşılaştırmaktır. Eğer kullanılan ürün sınıflaması üçlü bir sınıflama ise yöntemin, üçgen - grafik çizilmesine imkân verdiğinden, «göze hitap» üstünlüğü vardır.

Ülkelerin, dünya ticaretine intibak derecelerini ölçen üçüncü bir yöntem, UNCTAD yayınlarında «çeşitlenme» indeksi («diversification» index) adıyla anılan ve «ülke ihracat yapısında dünya ihracat yapısına kıyasla kaydedilen mutlak» sapma derecesini (Sj) gösteren bir yöntemdir ki formülü (15) aynen şöyledir :

$$S_j = \frac{\sum_i |h_{ij} - h_i|}{2}$$

Burada,

h_{ij} : j ülkesinin toplam ihracatında i ürününün payını

h_i : Dünya toplam ihracatında i ürününün payını göstermektedir.

Yukarda özetlediğimiz üç yöntem dışında, daha hassas dolayısıyla daha uzun hesaplar gerektiren başka yöntemler de mevcuttur.

2. Bu araştırmada daha önce dünya ticaret eğilimlerinin belirlenmesinde kullanılan yöntemle sâdik kalınarak, o formülle hesaplanan, ülkelerin ihracat bileşimindeki yüzde değişmeleri dünya ihracat bileşimindeki yüzde değişmelerle karşılaştırma yoluna gideceğiz. Buna göre, bir ülkenin dönem içinde (1960 - 78) belli bir ürün grubundan yaptığı ihracatın toplam ihracatındaki payında meydana gelen değişmeyi (dxi) veren formül,

$$dxi = x_1 - x_0 \text{ olacaktır.}$$

Burada x_1 ve x_0 , i ürün grubunun sırasıyla varış (1978) ve başlangıç yılında (1960) ülkenin toplam ihracat değerindeki yüzde payını, dxi ise, i'nin nisbi payında dönem içinde meydana gelen (pozitif veya negatif) yüzde değişmeyi göstermektedir.

C) Türk İhracatında Dünya Ticaretine İntibakın Analizi

1. Türkiye ve diğer üç ülkenin, SITC altılı ürün sınıflamasına göre ihracat ürünlerinin nisbi paylarında meydana gelen değişmeler (dxi) dünya ihracat bileşimindeki değişmelerle (dxi) karşılaştırmalı olarak Tablo : 3'de verilmiştir. Başta Türkiye olmak üzere ülkelerin dünya ticaretine intibak durumlarını değerlendirmek amacıyla yapılan bir incelemeden aşağıdaki sonuçlar çıkmaktadır :

TABLO : 3
DÜNYA'DA, TÜRKİYE'DE VE DİĞER ÜÇ ÜLKEDE İHRACAT
BİLEŞİMİNDEKİ DEĞİŞMELER (1960 - 1978)

SITC	Ürün Grupları	Dünya	Türk.	G. Kore	Meksi.	Hind.
1. SINIF ÜRÜNLER						
7	Mak. Ulaş. Araç	+8,7	+ 1,0	+21,0	+ 8,6	+ 6,9
3	Min. Yakıt	+7,5	+ 0,2	- 3,3	+25,9	- 0,8
2. SINIF ÜRÜNLER						
5	Kimyasal Ürün.	+1,6	+ 0,3	+ 1,3	+ 2,9	+ 1,5
6 + 8	Diğ. Mamul Mad.	-0,7	+14,9	+52,1	- 3,9	+ 8,6
3. SINIF ÜRÜNLER						
0 + 1	Gıda, İç. Tütün	-6,8	-10,3	-24,0	- 8,9	- 5,8
2 + 4	Hammeddeler	-9,4	- 5,9	-47,7	-24,6	-10,0

Kaynak : Tablo : 2 ve UN, Yearbook of International Trade Statistics.

— Türk ihracatında dönem içinde kaydedilen en çarpıcı değişiklik, dünya ticaretinde istikrarlı bir gelişme gösteren 2. sınıf ürünlerden «diğer mamul maddeler» (SITC : 6 + 8) lehindeki pozitif değişmedir (14,9). Bundan, ihracatımızın dünya talebi istikrarlı olan mallardan oluşmaya yöneldiği anlaşılmaktadır. Aynı özellik G. Kore'de daha belirgin olarak kendini gösteriyor (+ 52,1).

— Dünya ticaretindeki genel eğilime uygun olarak, Türkiye'nin ihracat bileşiminde 3. sınıf ürünlerin (SITC : 0 + 1 ve 2 + 4) payı azalmıştır. Ancak bu eğilime uyma gücünün yine G. Kore'de ve bir ölçüde Meksika'da daha fazla olduğu anlaşılmaktadır.

— Türk ekonomisi, dünya ticaretindeki esas eğilim olan 1. sınıf ürünler (makina ve ulaşım araçları) ticaretindeki gelişmeye karşı çok zayıf bir tepki göstermiştir (+ 1,0). İhracatımızın bu eğilime ne derecede duyarsız kaldığı başta G. Kore olmak üzere (+ 21,0) diğer ülkelerin ihracatında SITC : 7 lehine meydana gelen «başkalaşma» göz önünde tutulunca daha iyi anlaşılmaktadır.

SITC : 3 (mineral yakıtlar, makina yağları) hariç tutulursa üç ülkeden özellikle G. Kore'nin dünya ticaret eğilimlerine daha ziyade «intibak hâlinde» görünmesi tesadüfi değildir. Çünkü bu ülke diğerleri arasında dışa açık bir sanayileşmeyi en erken başlatan ülkedir. Meksika, Hindistan ve özellikle Türkiye içe dönük bir ithal ikamesi politikasını son yıllara kadar sürdürmüş olan ülkeler arasında yer alır.

2. Ülkelerin dünya ticaretine intibak dereceleri hakkında ulaştığımız sonuçları, UNCTAD'ın düzenli olarak yayınladığı «çesitlenme» endekslerini inceleyerek daha açık hâle getirebiliriz : Nitelik Tablo : 4'e göre, üç ülkeden G. Kore ve Meksika, Hindistan'a kıyasla 15 yıl içinde ihracat bileşimlerini dünya ihracat yapısına daha fazla yaklaştırırken, 1978 Türkiye'si ihracat yapısı itibariyle dünya ihracat bileşiminden, 1962'de olduğu kadar uzak bulunmaktaydı. Demek ki Türk ekonomisi 1980'lere girerken dünya ekonomisine intibak edememiş bir ülke durumundaydı. Oysa dünya ticaretindeki genel eğilimlere intibak, dünya ekonomisine entegrasyonun en temel şartıdır.

TABLO : 4
BAZI ÜLKELERİN İHRACAT ÜRÜN YAPILARININ
DÜNYA TİCARET YAPISINDAN SAPMA DERECESİNİ
GÖSTEREN «ÇEŞİTLENME ENDEKSLERİ» (1962 ve 1978)

Ülkeler	1962	1978	1978 indeksi (1962 = 100)
A.B.D.	0.345	0.359	
Japonya	0.544	0.464	
İspanya	0.661	0.417	
G. Kore	0.824	0.651	79.0
Meksika	0.693	0.549	79.2
Hindistan	0.738	0.647	87.7
Türkiye	0.813	0.832	102.3
Uganda	0.915	0.949	
Zambiya	0.959	0.968	

Notlar : Diğer ülkeler tabloya kıyaslama için dahil edilmiştir.

Kaynak : UNITED NATIONS, *Handbook of International Trade and development statistics*, 1972 ve 1981 (suppl.)

IV — DÜNYA TİCARET PAYI VE ENTEGRASYON

A) Dünya Ticaret Payının Önemi

Ülkelerin dünya ticaret eğilimlerine intibak derecesinden önemli ölçüde etkilenen dünya ticaret payı, bir ülkenin entegrasyon derecesinin bir göstergesidir.

1. Çeşitli ürün kategorilerinin dünya ticaret paylarındaki değişmeler hakkında yaptığımız analiz gösteriyor ki 1. sınıf ürünlerin yani «makina ve ulaşım araçları (SITC : 7)» ile «minerai yakıtlar, makina yağları (SITC : 3)» kategorilerinin dünya ihracatı, dünya toplam ürün ihracatından daha hızlı, buna karşılık 3. sınıf ürünlerin yani «gıda, içki ve tütün (SITC : 0 + 1)» ürün grubu ile «hammadeler (SITC : 2 + 4)» ihracatı, dünya toplam ihracatından daha düşük bir hızla gelişmektedir. Diğer 2. sınıf ürünler ise (kimyasal ürünler SITC : 5 ile diğer mamul maddeler SITC : 6 + 8) aşağı - yukarı dünya ihracatına eşit bir hızla artmaktadır. Bu eğilimlerin ülkeler bakımından ilk neticesi şüphesiz, 1. sınıf ürün ihracatçısı olan ülkelerin —ki bunlar genellikle sanayileşmiş ülkelerdir— dünya ticaretindeki payları artarken,

genellikle 3. sınıf ürün ihracatçısı olan az gelişmiş ülkelerin ticaret paylarının gittikçe azalması olmaktadır. Nitekim bir hesaplama göre 1973 - 78 dönem ortalaması olarak GÜ'lerin dünya ihracatında tuttuğu pay % 66,1 AGÜ'lerinki ise % 24,4'dür. Bu son grup ülkeden petrol (SITC : 3) ihracatçısı olanların payı % 13,1 iken geri kalanların payı sadece % 11,2'dir. Böylece petrol ihracatçısı olmayan AGÜ'lerin dünya ihracatındaki payı 1950 - 55'den 1973 - 78'e dönem ortalaması olarak % 20,5'den % 11,2'ye kadar düşmüştür (16).

2. Bazı yazarların «küçük» veya «büyük millet» olmanın karakteristiklerinden biri (17), bazılarının da «kuvvet ilişkileri» nin bir göstergesi olarak gördüğü (18) dünya ticaretindeki pay gezen çapında bir gelir bölüşümünün neticesidir ve kanımızca, milli ekonominin dünya ekonomisine entegrasyon derecesinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Türk ekonomisinin en az Cumhuriyet yıllarından bu yana dünya ticaretinde kaydettiği gerileme, fazla açıklama yapılmasını gerektirmeyecek derecede bilinen bir gerçektir. Burada asıl önemli olan husus, bu gerilemenin ifade ettiği anlamdır : Birinci mânâ şudur ki Türkiye dünya ölçüsünde derinleşen düalizm «uçurumu» nun AGÜ'ler tarafında yer almakta, gelişmiş ülkeler «kamp» ından gittikçe uzaklaşmaktadır. İkincisi, Türkiye'nin dünya ticaret payının küçüklüğü, dünyanın diğer ülkeleri ile başta ekonomik olmak üzere kurulu ilişkilerinin azlığını, bunların sıkı ve sürekli olmayışını, dünyanın «ideal» ekonomik yapılarına yakın yapılara kavuşmadığını, kısacası bu tür ekonomik yapılara sahip ülkelerle arasında bir «durum eşitliği» bulunmadığını ifade eder.

O halde, bir ülkenin dünya ticaretindeki payını belirleyen faktörlerin araştırılması, o ülkenin dünya ekonomisine entegrasyonu bakımından hayati bir önem arz etmektedir.

B) Dünya Ticaret Payını Belirleyen Faktörler

Bir ülkenin dünya ihracat payını belirleyen iki temel faktör, «yapısal etki» ile «rekabet etkisi» dir. Ülkeler dünya ihracat paylarını bunlardan her ikisini veya birini etkin kılarak arttırabilir.

1. Dünya ticaretine katılmada başarısızlık bir zamanlar bazı Avrupa ülkelerinin de önde gelen bir sorundu. Birinci Dünya F. : 5

Harbi ertesinde bu ülkelerin başta gelen kaygısı, dünya ticaretinde uğradıkları gerilemeye bir hal çaresi bulmaya çalışmaktı. Ausschuss Anketinin getirdiği çözüm, ülkelerin dünya ticaret eğilimlerine intibak etmesinden ibaretti. Bu gereği (veya şartı) doğrulamaya ve bir açıklama getirmeye çalışan yazar da TYSZYNSKI olmuştur.

TYSZYNSKI bir ülkenin dünya ticaret şebekesinde tuttuğu payda meydana gelen azalmayı iki temel sebebe bağlamaktaydı (19) :

— Ülkenin çeşitli ürün gruplarından dünya ihracat payı aynı kalabilir; ancak dünya ticaret bileşimi (veya çeşitli grupların nisbi önemi) değişmiş olabilir.

— Ülkenin, dünya ihracatında, çeşitli ürün gruplarından tuttuğu payda azalma meydana gelmiş olabilir.

TYSZYNSKI birinci faktöre «dünya ticaretindeki yapısal değişme» diğerine de «ülkenin rekabet gücünde meydana gelen değişme» adını vermektedir. C.F. KINDLEBERGER aynı faktörleri sırasıyla, «yapısal etki» ve «rekabet edebilirlik etkisi» (veya «rekabet etkisi») olarak adlandırıyor.

2. Yukarda yapageldiğimiz açıklamalar bizi önemli bir kavrama ulaştırıyor ki bu, «intibak - gücü» (adaptabilité) kavramıdır «intibak gücü» bir millî ekonominin, dünya talebi nisbeten daha sür'atli artan malların üretim ve ihracatını geliştirme yeteneğini ifade eder. Bunlar millî ölçekte olduğu gibi dünya ölçeğinde de yüksek gelir esnekliğine sahip olan mallardır. Sektörel seviyede intibak, piyasanın sektörel boyutundaki değişmeyi bağlı olarak oluşur. O halde burada söz konusu edilen, piyasanın yapısında meydana gelen değişikliklere intibaktır; böylece, piyasanın boyutları büyüdükçe ihracat da artacaktır.

A. LAMFALUSSY, bir ülkenin ihracat gelişmesini belirleyen üç faktör arasında saydığı «yapısal etki» ye şöyle açıklık getirmektedir (20) : Dünya ekonomisinin kaydettiği büyüme hızı, ülkenin yaptığı ihracata karşı bir talep belirlerse de bu talep bir üründen diğerine farklı olur. Uluslararası talep bazı ürünler için daha hızlı, diğer bazıları için de daha yavaş genişler. Eğer bir ülke, talebi, dünya ortalamasından daha sür'atli artan malların üretiminde ihtisaslaşmışsa, ihracatı, sahip olduğu maliyet avantajın-

dan bağımsız olarak, daha sür'atli artacaktır. Bu takdirde, üretimi (dolayısıyla ihracatı) uluslararası ticarete payını gittikçe arttıran mallar üzerinde yoğunlaştığı için, ülkenin «yapısal bir avantaj'a sahip olduğundan söz edilecektir. Tersine, eğer ülke esas itibariyle payı dünya ticaretinde gerilemekte olan malları üretip ihraç ediyorsa, bu takdirde «yapısal bir devavantaj'a sahip olduğu söylenecektir.

Oysa, bir ülkenin dünya ihracatındaki payı (veya ticaret kolumu), eğilim itibariyle «gerilemekte» olan yani 3. sınıf ürün grupları sayesinde de iyileşebilir. Bu, «yapısal etkinin» yanısıra sözünü ettiğimiz «rekabet etkisi» ya da A. LAMFALUSSY'nin deyişiyle «rekabet gücünden sağlanan avantaj» durumudur. Bu takdirde rekabet gücü sayesinde, piyasada bir genişleme olmadan fakat rakiplerin aleyhine olarak, mevcut bir pazar payının, dolayısıyla dünya ihracat konumunun güçlenmesi mümkün olmaktadır. Birinci durumda, ülkenin ihracatı zaten gelişmekte olan bir piyasada ilerleme katdetmekte olup, fiyat değişkeni tali rol, ikinci durumda ise aksine esas rolü oynamaktadır.

V — TÜRKİYE'NİN DÜNYA İHRACAT PAYININ ANALİZİ

A) Analiz Yöntemi

Bir ülkenin dünya ticaret payının analizi, son yıla ait hipotetik bir pay dönem başı ve sonundaki reel paylarla kıyaslanarak, yapılabilir. Bu yöntem «TYSZYNSKI yöntemi» adı verilir.

1. Bir ülkenin dünya ticaretinde tuttuğu payın analizinde kullanılacak metod, doğrudan - doğruya yukardaki açıklamalardan elde edilir. Buna göre önce, ülkenin dünya ticaretindeki dönem sonu **hipotetik payı hesaplanır**. Bu pay hesaplanırken dönem boyunca dünya ticaret yapısı ve değeri değişikliğe uğradığı halde, ülkenin tam ürün gruplarından başlangıç yılındaki rekabet konumunu (veya payını) aynen muhafaza ettiği varsayımı yapılır. Böylece son yıl için hesaplanan ihracat bileşimi gerçekte gözlemlenen bileşimden farklı olacaktır. Dönem başı ve dönem sonuna ait iki ticaret yapısı arasındaki farkın temsil ettiği «bakiye», ülkenin dünya ticaretine katılımında meydana gelen değişmeyi ifade eder. İşte, ülkenin rekabet gücü'nde kaydedilen değişmeyi (rekabet etkisini), dünya ticaret eğilimlerinden tamamiyle bağımsız olarak oluşan bu bakiye ölçer. Buna karşılık, hipotetik payla baş-

İangiç yılında sahip olunan pay arasındaki fark, dünya ticaret bi-
leşiminde meydana gelen değişmelerden, yani dünya ticaret eği-
limlerinden ielri gelen değişmenin (yapısal etkinin) büyüklüğünü
ölçecektir (21).

2. TYSZYNSKI'nin, bir ülkenin dünya ihracat payında mey-
dana gelen değişmeleri analiz ederken kullandığı bu yöntem şöyle
formüle edilebilir (22) :

$$\frac{\sum S_1 V_1}{\sum V_1} - \frac{\sum S_0 V_0}{\sum V_0} = \left(\frac{\sum S_0 V_1}{\sum V_1} - \frac{\sum S_0 V_0}{\sum V_0} \right) + \left(\frac{\sum S_1 V_1}{\sum V_1} - \frac{\sum S_0 V_1}{\sum V_1} \right)$$

Burada,

- S : Ülkenin herhangi bir ürün grubundan dünya toplam ih-
racatında sahip olduğu payı,
V : Bu ürün grubunun dünya toplam ihracat değerini gös-
termektedir.

Başlangıç yılı 0 ve varış yılı 1 arasında ülkenin dünya ihraca-
tında tuttuğu payda meydana gelen değişmeyi veren bu formül
iki terime ayrılmaktadır ki bunlardan birincisi, ülkenin her ürün-
den dünya ihracat payının sabit kaldığı varsayımı altında, çeşit-
li ürün gruplarından ihracat artışına atfedilebilir paydaki değiş-
meyi yani «yapısal etki» yi göstermektedir. Daha açık bir ifadeyle
yapısal etkinin (E_y) değeri,

$$E_y = \frac{\sum S_0 V_1}{\sum V_1} - \frac{\sum S_0 V_0}{\sum V_0}$$

Yapısal	Varış	Ülkenin
Etki	Yılındaki	Başlangıç
	= Hipotetik	— Yılındaki
	Fay	Reel Payı

olacaktır.

Formüldeki ikinci terime gelince, bu da «bakiye» yi yani ül-
kenin her grup ihracat payında meydana gelen ve en geniş anla-
mıyla rekabet gücünün neticesi olan değişmeyi ifade etmektedir.
Daha açık bir ifadeyle rekabet etkisinin (E_r) değeri,

$$E_r = \frac{\sum S_1 V_1}{\sum V_1} - \frac{\sum S_0 V_1}{\sum V_1}$$

Rekabet Etkisi = $\frac{\text{Ülkenin Varış Yılındaki Reel Payı}}{\text{Varış Yılındaki Hipotetik Pay}}$

olacaktır.

B) Analiz Sonuçları

TYSZYNSKI yöntemine göre Türkiye ve diğer üç ülke üzerinde yaptığımız hesaplama sonuçları Tablo : 5'de verilmiştir.

TABLO : 5
TÜRKİYE VE ÜÇ ÜLKENİN DÜNYA İHRACATINDAKİ
REEL VE HİPOTETİK PAYLARI (1960 ve 1978)
(Binde Olarak)

Ülkeler	Reel 1960	Paylar 1978	Hipo- tetik Pay	Paylardaki Değişmeler		
				Rekabet Etkisi (5)	Yapısal Etki (6)	Toplam (7)
(1)	(2)	(3)	(4)	=(3-4)	=(4-2)	=(5+6)
G. Kore	0,29	11,42	0,18	+ 11,24	-0,11	+ 11,13
Meksika	7,08	5,67	4,83	+ 0,83	-2,24	- 1,41
Türkiye	2,97	2,06	1,74	+ 0,32	-1,23	- 0,91
Hindistan	12,34	5,57	9,33	- 3,76	-3,01	- 6,77

Not : Kullanılan istatistik kaynakta dünya ihracat verileri sosyalist ülkelerin ihracatını kapsamadığından, oysa ülkelerin ihracatında sosyalist Blok'a yapıla ihracat dahil olduğundan, tüm ülkelerin payları gerçekte olduğundan daha yüksek hesaplanmıştır. Bu farklılığın istatistik açışmelerin yönünü, dolayısıyla de analiz sonuçlarını etkilemediği kanısındayız.

Kaynak : UN, Yearbook of International Trade Statistics ve Handbook of International Trade and Development Statistics, 1981 (Suppl.)

Ülkelerin rekabet güçlerinin büyüklüğüne göre (Sütun : 5) sıralandığı tablo'dan, G. Kore'nin dünya ihracat payını genişletme bakımından diğerleri ile kıyaslanamayacak derecede başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Bu ülke yapısal etkiden dolayı uğradığı kayba (binde -0,11) rağmen, 19 yıl içinde dünya pazarlarındaki payını, AGÜ'ler ölçeğinde önemli sayılacak miktarda (binde 11,13) arttırmış bulunmaktadır. Dünya ticaret payındaki bu büyüme, tamarer rekabet gücündeki artış (binde 11,24) sayesinde sağlanmıştır. Türkiye, Meksika ile birlikte, rekabet etkisinden dolayı bazı pazarlarda payını arttırmışsa da, yapısal kaybı daha fazla olduğundan (binde -1,23) dünya toplam ihracat payının azaldığı (binde -0,91) görülmektedir. Bu gözlemlerden şu sonuçlar çıkmaktadır :

— Türk ekonomisinin dünya ekonomisinde 19 yıl boyunca uğradığı gerilemeyi, başka bir deyişle ticaret payının küçülmesini her iki faktörle de izah etmek gerekir : Zira yapısal etki negatif, rekabet etkisi ise çok zayıftır.

— G. Kore dünya ticaretindeki payını, daha önceleri Japonya'nın yaptığı gibi, güçlü bir rekabet etkisi sayesinde arttırmıştır. Türkiye'nin bu yoldan kazandığı pazarın büyüklüğünü 1 kabul etsek, G. Kore'nin ele geçirdiği pazar büyüklüğü 35'i bulmaktadır. O halde, dünya ekonomisine açılmakta olan bir ülkenin, dünya ticaret payını büyütücü bir faktör olarak rekabet etkisi üzerinde önemle ve öncelikle durması gerekir.

C) Rekabet Gücünün Önemi

1. TYSZYNSKI'nin 1899 - 1950 dönemi için yaptığı analizlerin ortaya çıkardığı önemli bir gerçek de Japonya gibi sanayileşmiş ülkeler arasına sonradan katılan bir ülkenin, başlangıçta dünya ticaretindeki payını, yapısal etki değil, rekabet etkisi sayesinde arttırmış olmasıdır. Japonya'nın dünya ihracatındaki payı 1899 - 1937 döneminde (yani 38 yıl içinde) % 1,5'den % 7,2'ye yükselmiştir. Bu değişimde yapısal etkinin payı % -0,5 buna karşılık rekabet etkisinin payı % +6,2'dir. Japonya bu başarısını, büyük ölçüde dünya ekonomisinde genel eğilim olarak «gerilemekte» olan ürün ticareti yaparak gerçekleştirmiştir. Analizlerimiz, 1960 - 78 arasında G. Kore'nin dünya ticaret payını binde 11,3'lere kadar yükseltmesinde başlıca rolü 2. sınıf ürünlerden diğer mamul maddeler (SITC : 6+8) grubunun oynadığını göstermektedir (23).

Bu strateji —belki— önce rakiplerin nisbeten zayıf olduğu pazarlarda yarışıp onları geride bırakarak saha kazanmak anlamına gelmektedir. Böylece sağlanan iktisadi güçlenme, daha sonraki zor aşama için, yani eğilimlere intibak aşaması için gerekli zemini ve imkânları hazırlamaktadır. Demek ki tabiat kaynakları bakımından zengin sayılan bir Türkiye'nin öncelikle «primer ürün kompleksi» nden kurtularak, gelişmesi istikrarlı olan 2. sınıf ürünlerin yanısıra 3. sınıf ürün ticaretine de önem vermesi ve böylece, harekete geçireceği rekabet etkisi sayesinde dünya ticaret payını büyütme çalışması gerekir. Entegrasyon süreci ancak böyle başlar. Yukarda yaptığımız gerçek gösteriyor ki bir ülkenin ihracattaki başarısının gerçek sebeplerinden biri —gerçekleştirilmesi başlangıçta çok zor olan— dünya ticaret eğilimlerine intibak etmenin yanısıra, üretimin ve ihracatın uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü arttırmaktır. Demek ki dünya ekonomisi ile bütünleşme hedefine yönelen bir ekonominin dış ticaret politikası, önce bir ilk dönemde en uygun pazarlarda rekabet gücü etkisini işler hale getirip genişletmek, sonra belirli şartlar gerçekleşince ikinci bir aşamada yapısal etkinin işlemlerini sağlamak yönünde oluşturulmalıdır.

2 TYSZYNSKI'nin başlattığı geleneğe uygun olarak sonraki yıllarda yapılan etüdler, rekabet gücü kavramını daha yakından kuşatarak değişik yönlerini incelemeye ve bazı izah girişimlerine yönelmişlerdir.

TYSZYNSKI dünya ticaretini analiz ederken sadece değer verilerini kullanmıştır ki bunlar, fiyat hareketleri yüzünden, ticaret konusu miktarlarda meydana gelen değişimleri gizleyebilir. Bu bakımdan gerçeğe daha yakın bir analiz için hacim rakamlarının kullanılması gerekir. Bazı sanayileşmiş ülkelerin ihracat hacim rakamlarını, bu ülkelerin dünya ticaret paylarında meydana gelen değişimleri analiz amacıyla ilk kullanan SVENNILSON olmuştur. Bir ülkenin ihracat hacminde (miktarında) meydana gelen değişme üç yönden incelenmektedir (24) :

— Piyasa Boyutunda Değişme : Bu, ülkelerin gözönüne alınan piyasalar doğrultusunda yaptığı ihracat miktarında meydana gelen değişmeyi ifade eder. Bu takdirde global katılmanın aynı kaldığı yani her ülkenin global pazarda sahip olduğu payı muhafaza ettiği varsayılır.

— **Ürün Grupları İtibariyle Bileşimde Değişme** : Ülkelerin her ürün grubundan ihracat payını muhafaza ettiği varsayılarak, hipotetik ihracatları hesaplanır.

— Nihayet, **Rekabet Gücündeki Değişme** olarak adlandırılan bir bakıyedir ki bu, ilk iki eğilimle izah edilemeyen ve her bir ürün grubundan ticarete iştirakte meydana gelen değişmeyi gösterir.

Ülkelerin dünya ticaretindeki paylarının izahı konusunda önem ifade eden çalışmalardan birini yapmış olan A. MAIZELS'in ulaştığı bir sonuç, yarı sanayileşmiş bir ülkenin dünya ekonomisine entegrasyonu bakımından çok anlamlı bulunmaktadır : Ülkelerin dünya ticaret payını belirleme bakımından, ürün itibariyle meydana gelen değişmeler en az önem ifade eden unsurdur. Oysa, rekabet gücü faktörü esas izah edici faktör olarak bir süreklilik göstermektedir (25).

S O N U Ç

1. Bir ekonominin dünya ekonomisine entegrasyonu, onun dünya ekonomisindeki eğilimlere ve onda meydana gelen değişmelere intibak etmesini gerektirir. Dünya ticareti uzun dönemde belirli genel eğilimlere bağlı bir gelişme göstermektedir. Türk ekonomisi üzerinde yaptığımız araştırma, Türk ihracatının dünya ticaretindeki genel eğilimlere —etüd döneminde— intibak edemediği gerçeğini bir defa daha doğrulamaktadır.

2. Dünya ticaret payı, bir ülkenin dünya ticaretine intibakının dolayısıyla da dünya ekonomisine entegrasyon derecesinin bir göstergesidir. Bu sebeple entegrasyon sırasında, ülkenin ihracat artışları, dünya ticaret payını büyütücü bir tesir yapmalıdır. Bu payı belirleyen iki esas faktör «yapısal etki» ile «rekabet etkisi» dir. Ülkeler dünya ihracat paylarını bunlardan birini veya her ikisini etkili kılarak arttırabilir. Türk ekonomisinin dünya ticaretinde uğradığı gerileme (ihracat payının küçülmesi) bu faktörlerle izah edilebilir : Zira yapısal etki negatif, rekabet etkisi ise zayıftır.

3. Japonya, G. Kore ve diğer bazı ülkelerin ihracat deneyimleri göstermiştir ki dünya ekonomisine açılmak isteyen bir ekonominin, dünya ticaret payını büyütücü bir faktör olarak **rekabet etkisi** üzerinde öncelikle durması gerekir. O halde Türkiye'nin uygulayacağı dış ticaret politikası, önce en uygun pazarlarda reka-

bet etkisini işler hale getirip genişletmek, sonra belirli şartlar gerçekleştiğinde, yapısal etkinin işlenmesini sağlama yönünde oluşturulmalıdır.

NOTLAR

- (1) UNITED NATIONS, **Yearbook of International Trade Statistics**.
- (2) H. TYSZYNSKI, «World Trade in Manufactured Commodities, 1899 - 1950», **Manchester School**, Vol. 19, no. 3, Sept. 1951.
- (3) A. MAIZELS, **Industrial Trade and World Trade - World Trends in Production, Consumption and Trade in Manufactures from 1899 - 1959**, Cambridge Univ. Press, 1963.
- (4) G. SALETTE, **La Flexibilité de l'économie**, Ed. Cujas, Paris, 1968.
- (5) G. LAFAY, «La Dynamique de Spécialisation des pays européens», **Revue Economique**, no. 4, Juillet 1981.
- (6) Formüle T genel eğilimi (ürün grubunun payındaki yüzde olarak yıllık artışı), p_i ve p_o varış ve başlangıç yıllarındaki payları, t_i ve t_o varış ve başlangıç yıllarını göstermektedir. Bkz. : G. SALETTE, op. cit., s. 87.
- (7) M. SAINT - MARC, **Commerce extérieur du développement. Le cas de la Zone Franc**, Paris, 1968, (önsöz).
- (8) B.A. DE VRIES, **Résultats obtenus en matières d'exportation par les pays en voie de développement**, Dunod, Paris, 1969.
- (9) G. SALETTE, op. cit., s. 88. «İlerlemekte, gerilemekte ve istikrarlı» ürünler sınıflaması, ürünlerin dünya ihracatındaki payının artış hızına göre yapılmaktadır. Kriter için Bkz. : A. MÖİZELS, **Growth and Trade. An Abridged Version of Industrial Growth and World Trade**, London, 1970, s. 167.
- (10) J. WAELBROECK, «La demande extérievre et l'évolution des exportations belges», **Cahiers économiques de Bruxelles**, no. 15, Juillet 1962.
- (11) A. LAMFALUSSY, «Essai sur la croissance économique et la balance des paiements de la Belgique : 1948 - 1957», **Bulletin de l'Institut de Recherches économiques et Sociales (Louvaine)**, mars 1959.
- (12) C.P. KINDLEBERGER, **The Terms of Trade. A European Case Study**, Wiley, 1959 ve **Foreign Trade and National Economy**, New Haven and London, 1967.
- (13) P. ROUMELIOTIS, **Conjoncture et commerce international**, Paris, 1972.
- (14) B.A. DE VRIES, op. cit.
- (15) UNITED NATIONS, **Handbook of International Trade and Development Statistics**, 1981, s. 215.
- (16) T. BERKSOY, **Az Gelişmiş Ülkelerde İhracata Yönelik Sanayileşme**, Belge Yn., İst., 1982, s. 33.
- (17) M. SAINT - MARC. op. cit., s. 257.
- (18) G. LAFAY, loc. cit., s. 643.
- (19) Bkz. : G. SALETTE, op. cit., s. 99 ve dev. C.P. KINDLEBERGER, **Foreign Trade**, op. cit., s. 53.
- (20) Yazar bu etkiye «yapısal konum» adını veriyor. Diğerleri «dış dünyanın büyüme hızı» ile «nisbi maliyetler seviyesi» dir. Bkz. : A. LAMFALUSSY, loc. cit.
- (21) G. SALETTE, op. cit. s. 99.
- (22) Ibid., s. 250.

- (23) 1960-78 döneminde diğer mamul maddeler (SİTC : 6 + 8) grubunun toplam ihracattaki payı Türkiye'de % 5,4'den % 20,3'e; buna karşılık G. Kore'de % 12,6'dan % 64,7'ye yükselmiştir. Bkz. UN., **Yearbook of International Trade Statistics**.
- (24) G. SALETTE, op. cit., s. 102.
- (25) A. MAIZELS, **Industrial Growth**. op. cit., s. 200-201. Bu etüd 1899-1959 dünya ticaretini kapsamaktadır. Aynı konuda 1970-77 dönemini ve başlıca sanayileşmiş ülkeleri kapsayan bir analiz için Bkz. : G. LAFAY, loc. cit.