

**T.C.**  
**NİĞDE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANA BİLİM DALI**

**OYUN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE STRATEJİK**  
**TİCARET POLİTİKASI**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Hazırlayan**  
**Ayşe ERGİN**

**2011 - NİĞDE**



**T.C.**  
**NIĞDE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANA BİLİM DALI**

**OYUN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE STRATEJİK**  
**TİCARET POLİTİKASI**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Hazırlayan**  
**Ayşe ERGİN**

**Danışman**  
**Doç. Dr. Fatih YÜCEL**

**2011 - NIĞDE**

## ONAY SAYFASI

Doç. Dr. FATİH YÜCEL danışmanlığında AYŞE ERGİN tarafından hazırlanan “Oyun Teorisi Çerçevesinde Stratejik Ticaret Politikalarının değerlendirilmesi” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İKTİSAT Anabilim Dalı İKTİSAT Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

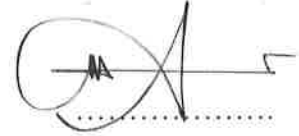
04.05.2011

### JÜRİ :

Danışman : Doç. Dr. Fatih YÜCEL

Üye : Doç. Dr. Recep ÇİÇEK

Üye : Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK



### ONAY :

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun ..... Tarih ve ..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

/ /

Prof. Dr. Selen DOĞAN  
Enstitü Müdürü

## ÖZET

Yapılan çalışmada temelini Yeni Ticaret Teorilerinden alan Stratejik Ticaret politikaları Oyun Teorisi çerçevesinde analiz edilmiştir. Uluslararası İktisat Teorisinde yer alan Geleneksel Teoriler, Tam Rekabet piyasasını baz alarak bir çok konuyu incelemiştir. Bu incelemeler yapılırken eksik rekabet piyasaları hiçbir şekilde dikkate alınmamıştır. Diğer yandan büyüme konusunda geleneksel yaklaşım, büyümenin sadece dış etkenlerle sağlanabileceğini savunmuştur.

Tam Rekabet ve Ölçeğe göre sabit getiri varsayımlarına dayanan geleneksel ticaret teorilerinden farklı olarak Stratejik Ticaret Politikası temelini, ölçeğe göre artan getiri, yaparak öğrenme, AR-GE faaliyetleri, firmalar arası stratejik etkileşim gibi varsayımlardan almaktadır. Diğer yandan politika yeni sanayileşmeye başlayan ülkelerde yaşanan piyasa aksaklıklarından faydalanmak için kamu müdahalesini önermektedir. Burada önemli olan ise, yapılacak müdahalenin, yani korunacak sektörün ne olacağının ve bu uygulamanın ne zaman yapılacağına doğru tespit edilmesidir.

Stratejik Dış Ticaret Politikaları korumacı-müdahaleci politikalar önerse de, serbest dış ticarete karşı geliştirilmiş bir politika değildir. Çünkü burada kast edilen müdahale ve korumacılık sadece belirli sektörleri içermektedir. Seçilen bu sektör kilit bir sektör olmalı ve ülkenin bu alanda rekabet edebilirliğini artırmalıdır. Burada bir ülke zenginleşirken diğeri fakirleşmektedir. Diğer yandan uygulamada birçok güçlük karşılaşılmaktadır. Yine politikanın oyun teorik yapısı gerçek dünyanın birçok ekonomik sorununu açıklamada yetersiz kalmıştır. Stratejik Ticaret Politikası modellerinin sanayileşmiş ülkelere uygunluğu ve diğer yandan gelişmekte olan ülkelerde uygulama risklerinin bulunması yapılan eleştirilerdendir. Yapılmış olan ampirik çalışmalarda, bu eleştirileri destekler niteliktedir. Açıklanan güçlükler nedeniyle yapılan çalışmalar politikanın uygulanabilirliğinden çok teorik yapısının anlaşılmasına yönelik olmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Serbest Ticaret, Yeni Ticaret Teorileri, Eksik Rekabet

## ABSTRACT

The work which is made, takes its fundamental from New Trade Theory of Strategic Trade Policies analyses in game theory. In international economic theory traditional theory examines lots of subjects based on perfect competition market. This examinations are being made imperfect competition market isn't attended. In another way, traditional approach defends that being huge is supported only with foreign factors.

According to perfect competition and scale, different from increasing gain in scale, know how, R&D activity, strategic interaction among companies. Otherwise politic proposes public attempt to profit market. Incomplete of the countries which are being industrialized. The important thing determine what the attempt is namely the sector which is protected and when the situation is made.

However Strategic Trade Policy proposes the politics which a being protected and attempted . It is not a politic against to progress free foreign Trade. Because mentioning attempt and protection concepts only some sector. The sector which is choosed must be main sector and increases the competition in this field. In there a country is being rich and the the other is being poor. The politic game theoretic structure isn't enough to explain economic problem of real world. The models of Strategic Trade Politic is criticized about suitable form of industrialized country and risks of application in progressive country. Empirical Works which are made support this critics. Because of explaining obstacles, the Works explains the theoretic structure not politic applicable.

**Key Words:** Free Trade, New Trade Theory, Imperfect Competition,

## ÖNSÖZ

Çalışmanın her aşamasında ve öğrenim hayatım boyunca benden destek, sevgi, sabır, bilgi ve deneyimlerini hiçbir zaman esirgemeyen, kendisiyle çalışmaktan her zaman onur duyduğum saygıdeğer hocam Doç. Dr. Fatih YÜCEL'e teşekkür ederim.

Çalışmanın araştırma kısmında benden yardımını ve desteğini esirgemeyen, yapıcı eleştirileriyle tezime önemli katkıları olan değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Ömür DEMİRER'e jürimde bulunan çalışmanın analiz kısmında bilgisinden yararlandığım Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK'a ve bu süreç içinde tüm sıkıntılarımı paylaşan, daima yanımda olduklarını hissettiğim ailem ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ayşe ERGİN  
NİĞDE, 2011

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖN SÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
GİRİŞ.....	1
ÇALIŞMANIN ÖNEMİ.....	1
ÇALIŞMANIN AMACI.....	2
ÇALIŞMANIN PLANI VE İZLENEN YÖNTEM.....	2

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### ULUSLARARASI TİCARET TEORİLERİ VE DÜNYA TİCARETİNİN GELİŞİMİ

1.1. DIŞ TİCARET POLİTİKALARI'NIN GELİŞİMİNE TARİHSEL BAKIŞ ....	4
1.2. DIŞ TİCARETTE KORUMACILIK ve SERBEST TİCARET AYRIMI.....	7
1.2.1. Dış Ticarete Korumacılık.....	7
1.2.1.1. Dış Ticarete Korumacılığın Nedenleri.....	8
1.2.1.2. Tarihte ve Günümüzde Korumacılık.....	11
1.2.1.3. Korumacılığın Metotları.....	14
1.2.2. Serbest Ticaret Görüşü.....	15
1.2.2.1. Serbest Ticaret Teorileri.....	18
1.2.2.2. Dış Ticarete Serbestleşme Eğilimleri.....	19
1.2.2.3. Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Çabası: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT).....	21
1.2.2.4. GATT Sonrası Dünyada Artan Korumacılık Eğilimleri.....	22
1.2.2.5. Serbest Ticaretin Eleştirisi.....	22
1.3. GELENEKSEL TİCARETTEN YENİ YAKLAŞIMLARA DOĞRU GEÇİŞLER.....	24

1.4. MODERN ULUSLARARASI İKTİSAT TEORİSİNİN KÖKENİNİ OLUŞTURAN TEORİLER .....	25
1.5. ENDÜSTRİ İKTİSADINI TEMEL ALAN YENİ DİŞ TİCARET TEORİLERİ: 1980'Lİ YILLAR .....	28
1.5.1. Yeni Dış Ticaret Teorileri Nedir? .....	29
1.5.1.1. Nitelikli İşgücü Teorisi .....	31
1.5.1.2. Teknoloji Açığı Teoremi .....	31
1.5.1.3. Ürün Dönemleri Teoremi .....	32
1.5.1.4. Tercihlerde Benzerlik Teoremi .....	33
1.5.1.5. Ölçek Ekonomileri Teoremi .....	33
1.5.1.6. Monopolcü Rekabet Teoremi .....	34
1.5.1.7. Varlık Teorisi .....	34
1.5.2. Yeni Dış Ticaret Teorisinin Öncüleri ve Yeni Dış Ticaret Teorisinin Modern Dış Ticaret Teorisinden Farkları .....	35
1.6. ENDÜSTRİ İKTİSADI VE DİŞ TİCARETTE ÖLÇEK EKONOMİLERİ... ..	37
1.6.1. Endüstri İktisadı .....	37
1.6.2. Endüstri İktisadı Konusu ve Gelişimi .....	38
1.6.3. Yeni Endüstri İktisadı .....	39
1.6.4. Ölçek Ekonomileri ve Dış Ticaret .....	41

## İKİNCİ BÖLÜM

### ENDÜSTRİYEL İKTİSAT KAPSAMINDA PİYASALARIN SINIFLANDIRILMASI VE BU AÇIDAN DİŞ TİCARET TEORİLERİNİN AYRINTILI ANALİZİ

2.1. MONOPOLCÜ REKABET PİYASASI VE NİTELİKLERİ .....	44
2.1.1. Monopolcü Rekabet Piyasasının Oluşumu .....	45
2.1.2. Monopolcü Rekebet Piyasasında Kısa ve Uzun Dönem Dengesi .....	46
2.1.3. Kapalı Bir Ekonomide Monopolcü Rekabet .....	48
2.1.4. Monopolcü Rekabet ve Dış Ticaret .....	50
2.1.5. Dixit- Stiglitz Tipi Tüketici Tercihlerini Temel Alan Tekelci Rekabetçi Dış Ticaret Teorileri .....	52
2.1.6. Monopolcü Rekabet Modelinin Eleştirisi .....	54

2.2. OLİGOPOLİSTİK PİYASA YAPISI VE NİTELİKLERİ .....	55
2.2.1. Oligopol Modelleri ve Dış Ticaret .....	57
2.2.1.1. Cournot Yaklaşımı .....	57
2.2.1.1.1. Cournot Yaklaşımına Göre İncelenen Dış Ticaret Modelleri ....	61
2.2.1.2. Bertrand Modeli .....	65
2.2.1.3. Stackelberg Modeli .....	66
2.2.1.4. Oligopol Ürün Piyasasında Talebin Dirsekli Olması: Sweezy Yaklaşımı .....	68
2.3. OLİGOPOLİSTİK PİYASA YAPILARININ OYUN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ .....	70
2.3.1. Oyun Teorisi Tanımı ve Kapsamı .....	70
2.3.2. Oyun Teorisi Tarihçesi.....	72
2.3.3. Oyun Teorisi Temel Kavramları, Özellikleri ve Teorinin Sınıflandırılması .....	75
2.3.4. Oyun Teorisine İlişkin Örnek Bir Uygulama.....	78
2.3.5. İktisat Teorisi- Oyun Teorisi Etkileşimi .....	80
2.3.5.1. Oyun Teorisi Çerçevesinde Dış Ticaret ve Oligopole İlişkin Yaklaşım .....	81
2.3.6. Nash Dengesi .....	84
2.3.6.1. Oligopolistik Piyasa Yapılarında Nash Dengesi.....	86
2.3.6.1.1. Geleneksel Oligopol Teorilerinden Cournot Modelinde Nash Dengesi.....	89
2.3.6.1.2. Bertrand Modelinde Nash Dengesi .....	93
2.3.7. Oyun Teorisinin Türkiye’deki Durumu .....	94

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### STRATEJİK TİCARET POLİTİKALARI

3.1. “STRATEJİK POLİTİKA” KAVRAMINA YÖNELİK FARKLI BAKIŞ AÇILARI.....	96
3.2. STRATEJİK DIŞ TİCARET POLİTİKASINA GENEL BİR BAKIŞ .....	98
3.3. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASININ DAYANDIĞI TEMEL VARSAYIMLAR VE POLİTİKADA TARTIŞILAN BAŞLICA KONULAR..	100

3.4. EKSİK REKABET ve STRATEJİK TİCARET POLİTİKASI.....	103
3.5. STRATEJİK DIŞ TİCARET POLİTİKALARINA AÇILIM SAĞLAYAN UNSURLAR .....	103
3.5.1. Dış Ticaretin ABD Ekonomisindeki Yeri ve ABD Ekonomisinin Dünya Ekonomisinde Değişen Rolü.....	104
3.5.2. Uluslararası Ticaretin Yeniden Düşünülmesi .....	106
3.5.3. Endüstriyel Organizasyon Temelli Yeni Dış Ticaret Teorileri.....	108
3.6. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASINI AÇIKLAYAN MODELLER .....	109
3.6.1. Kar Kaydırma Görüşü.....	110
3.6.2. Korunan Yerli Piyasa Yaklaşımı.....	115
3.6.3. İhracatı Geliştirme Aracı Olarak Koruma.....	115
3.6.4. Koruma ve Teknoloji Açığı .....	116
3.7. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASININ OYUN TEORİSİ İLE AÇIKLANMASI.....	117
3.7.1. Mahkumlar Açmazı (İkilemi) .....	117
3.7.2. Mahkumlar Açmazı ve Stratejik Ticaret Politikası.....	122
3.8. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASINA YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	125
3.8.1. Stratejik Ticaret Politikaları Üzerine Yapılmış Olan Ampirik Çalışmaların İncelenmesi .....	128
3.9. Stratejik Ticaret Politikası'na İlişkin Eleştiriler.....	132
3.9.1. Politikanın Oyun Teorik Yapısına Yönelik Eleştiriler.....	134

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **OTOMOTİV ÜRÜNLERİ İHRACATINDA STRATEJİK DIŞ TİCARET**

#### **YAKLAŞIMI: ABD VE JAPONYA ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

4.1. OTOMOTİV SEKTÖRÜNE GENEL BİR BAKIŞ .....	136
4.2. OTOMOTİV SANAYİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ .....	138
4.3. OTOMOTİV SANAYİNİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	141
4.3. DÜNYA OTOMOTİV SANAYİNİN YAPISI ve ÜRETİMİ .....	143
4.4. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE DIŞ TİCARET .....	148

4.5. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE STRATEJİK TİCARET POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ .....	150
4.5.1. Metodoloji ve Veri Seti.....	150
4.5.1.1. Balassa Endeksi.....	152
4.5.2. Ampirik Bulgular .....	155
<b>SONUÇ.....</b>	<b>159</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>162</b>

## TABLÖLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Modern Uluslararası İktisat Teorisinin Kökenlerini Oluşturan Teoriler....	26
<b>Tablo 2.</b> Birinci Grup ve İkinci Grup Oligopol Modelleri .....	57
<b>Tablo 3.</b> Oyun Teorisi Tarihçesi.....	74
<b>Tablo 4.</b> Oyun Teorisinin Metodolojik Unsurları .....	81
<b>Tablo 5:</b> Stratejik Ticaret Politikasına Yönelik Yapılan Çalışmalar.....	126
<b>Tablo 6:</b> Stratejik Ticaret Politikasının Yönelik Yapılan Ampirik Çalışmalar ve Sonuçları .....	130
<b>Tablo 7.</b> Dünya Otomotiv Endüstrisi Dış Ticareti (1996–2008).....	148
<b>Tablo 8.</b> Otomotiv Endüstrisinin Dünya Ticaretindeki Yeri.....	149
<b>Tablo 9.</b> 2000-2009 Yılları Arasındaki Türkiye Çin ve Dünya'ya Ait İhracat Değerleri (Değer 000 \$) .....	154
<b>Tablo 10.</b> 2000-2009 Yılları Arasındaki ABD ve Japonya'nın Otomotiv Ürünleri İhracat Performansları.....	155

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.</b> İhracat Sübvansiyonlarının Etkisi.....	10
<b>Şekil 2:</b> Mal İthalatına Getirilen Sınırlamaların Alternatif Metotları.....	15
<b>Şekil 3.</b> Ürün Dönemleri Hipotezi .....	32
<b>Şekil 4.</b> Ölçek Ekonomileri Teoremi .....	33
<b>Şekil 5.</b> İktisat Teorisi ve Endüstri İktisadı.....	39
<b>Şekil 6.</b> Kısa Dönemde Kar Eden Monopolcü Rekebetçi Bir Firma .....	47
<b>Şekil 7:</b> Monopolcü Rekebetçi Firmanın Uzun Dönem Dengesi.....	48
<b>Şekil 8.</b> Tekelci Rekebet Piyasasının Geçerli Olduğu Bir Durumda Dış Ticaretin Etkisi .....	51
<b>Şekil 9.</b> Cournot Modeli.....	59
<b>Şekil 10.</b> Karşılıklı Damping Modeli.....	62
<b>Şekil 11.</b> Taşıma Maliyetlerinin Farklı Düzeyleri İçin Ticaretin Refah Etkileri .....	63
<b>Şekil 12.</b> Stackelberg Modeli.....	67
<b>Şekil 13.</b> Dirsekli Talep Oligopol Modeli .....	69
<b>Şekil 14.</b> Oyun Teorisinin Sınıflandırılması .....	78
<b>Şekil 15.</b> Nash Dengesi .....	86
<b>Şekil 16.</b> Bertrand Dengesi .....	94
<b>Şekil 17.</b> Kar Kaydıran Teşvikler .....	114
<b>Şekil 18.</b> Otomotiv Sektörünün Diğer Sektörlerle İlişkisi.....	142
<b>Şekil 19.</b> Dünyadaki Motorlu Taşıt Üretimine Yıllara Göre Değişimi .....	146
<b>Şekil 20.</b> Dünya Taşıt Aracı Üretiminde Ülkelerin Paydaları .....	147

# GİRİŞ

## ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Stratejik Ticaret Politikası, 1980’li yılların başından günümüze kadar dış ticaret politikası tartışmalarında yer almaktadır. 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 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 çalışmasına dayanır. Bu çalışma sonrası Stratejik Ticaret Politikası gündeme gelmiş, politikanın varsayımları olan eksik rekabet, ölçüğe göre artan getiri, dışsallıklar ve en önemlisi korumacılığın dış ticarete etkisi araştırılmıştır.

1980’li yıllarda yapılan araştırmalar, devamında farklı çalışmalar getirirse de Stratejik Ticaret Politikası fazlaca çalışma yapılan bir konu olmamıştır. Bunun sebebi ise, başlangıçta Stratejik Ticaret Politikasının serbest ticarete karşı geliştirilmiş bir politika olarak görülmesidir. Oysaki konu üzerinde ilk çalışmayı yapan Brander ve Spencer bile, politikanın serbest ticaret karşıtı olmaktan çok, tarifeleri destekleyici olduğunu savunmaktadır.

Stratejik Ticaret Politikasını açıklamak için kullanılan en önemli argüman, Oyun Teorisi’dir. Teorinin kullanılmasıyla politikayı açıklamak daha kolay olmaktadır.

Endüstri iktisadının Oyun Teorik yapısı incelendiğinde, oyunu kuran tarafın piyasadaki firmalar olduğu varsayılır. Firmaların amacı ise, kazançlarını mümkün olduğu kadar yükseltmek olacaktır. Stratejik Ticaret Politikasını konu alan ve Oyun Teorisi ile politikayı açıklamaya çalışan P. Krugman çalışmasında hem Boeing hemde Airbus uçak firmalarını oyuna dahil etmiş ve dünya piyasasının sadece bir tanesine kar sağlama imkanı verdiğini varsaymıştır. Bu örnekte amaç ise, Stratejik

Ticaret Politikası Uygulaması sonucu ülkelerin karlılık durumlarını göstermek olmuştur.

Çalışmanın yapılması ile beklenen sonuç, Stratejik Ticaret Politikasının uygulanabilirliği ve Oyun Teorik yapısının teorik anlamda incelenmesiyle, konu hakkında daha çok bilgi edinilmesi yanında politikanın ana hatlarıyla anlaşılmasıdır. Yapılan literatür taraması sonucunda konu ile ilişkili araştırmalar incelenmiş ve sonuçları çalışmaya eklenmiştir.

## **ÇALIŞMANIN AMACI**

Günümüze kadar uygulanan dış ticaret politikaları incelendiğinde ortak noktanın serbest ticaret olduğu açıkça görülmektedir. Devlet müdahalesi ticarete çok fazla kabul görmemiş olup, dünya ticaret dengesinin piyasa güçlerinin karar ve davranışlarıyla olduğu gözlenmiştir. Nitekim bunun en açık örneği, yıllarca kabul görmüş olan Karşılaştırmalı Üstünlükler Teore' midir.

Yapılan çalışma, dış ticarete uygulanan politikalarda görülen serbest ticareti eleştirmekten çok, korumacılığı temel alan Stratejik Ticaret Politikasının varsayımlarını, eleştirilerini ve Oyun Teorik yapısını incelemeyi amaç edinmiştir.

## **ÇALIŞMANIN PLANI VE İZLENEN YÖNTEM**

“Oyun Teorisi Çerçevesinde Stratejik Ticaret Politikası” başlıklı çalışma geniş bir literatür taraması ile hazırlanmıştır. Çalışmada Türkiye'deki üniversitelerin kütüphanelerinden, internetten, yurt içi ve yurt dışı süreli yayınlardan elde edilmiş kitap, makale ve tezlerden yararlanılmıştır.

Dört bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde tarihi açıdan Dış Ticaret Politikaları incelenmekte, dış ticarete korumacılık ve serbest ticaret ayrımı üzerinde durulmaktadır. Yine bu bölümde, Geleneksel Ticaret Teorilerinden Modern Ticaret Teorilerine Geçiş ve Modern Uluslararası İktisat Teorisinin kökenini oluşturan teoriler incelenmektedir. 1980'li yıllarda Endüstri İktisadını Temel alarak oluşturulan

Yeni Dış Ticaret Teorileri tanımı, kapsamı, analizi ve Yeni Dış Ticaret Teorisinin Öncüleri ve Yeni Dış Ticaret Teorisinin Modern Dış Ticaret Teorisinden Farkları yine bu bölüm içerisinde anlatılmaktadır.

“Endüstriyel İktisat Kapsamında Piyasaların Sınıflandırılması ve Bu Açından Dış Ticaret Teorilerinin Ayrıntılı Analizi” başlıklı ikinci bölümde, Monopolcü Rekabet Piyasası ve Oligopolistik piyasa yapıları incelenmiştir. Stratejik Ticaret Politikasını açıklamada kullandığımız Oyun Teorisi tanımı kapsamı, teorinin tarihçesi, temel kavramları, özellikleri ve teorinin sınıflandırılması bu bölümde yer almaktadır.

Oyun Teorisi kullanım alanları ve iktisat bilimiyle ilişkisi anlatıldıktan sonra daha da özele gidilerek, Oyun Teorisi çerçevesinde dış ticaret ve oligopole ilişkin yaklaşımlardan oluşan modeller incelenmektedir. İkinci bölüm Oyun Teorisi'nin Türkiye' deki durumu incelenerek sonlandırılmaktadır.

Üçüncü bölüm, birinci ve ikinci bölümde yapılan açıklamalar ışığında Stratejik Ticaret Politikasını açıklamaya yönelik olarak hazırlanmıştır. Bölümde Stratejik Ticaret Politikası'nın dayandığı temel varsayımlar ve politikada tartışılan başlıca konulardan başlanarak, politikanın oyun teorik yapısı açıklanmaktadır. Devamında ise, politikaya ilişkin eleştiriler yer almaktadır. Çalışma sonlandırılmadan önce yine üçüncü bölümde, Stratejik Ticaret Politikasını açıklayan modeller ve politikaya yönelik yapılan çalışmalar incelenmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümü, ilk üç bölümden farklı olmakla birlikte teorik olmaktan çok uygulamaya dayalıdır. Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemi ile ABD ve Japonya için hesaplanacak ihracat performans değerlerine göre Stratejik Dış Ticaret yaklaşımıyla ilgili yorumlar yapılacaktır.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **ULUSLARARASI TİCARET TEORİLERİ VE DÜNYA TİCARETİNİN GELİŞİMİ**

Uluslararası ticaret, tarihin çok eski devirlerinden beri yapılmaktadır. Antik çağda Sofistler insanlar arasındaki ilişkileri geliştirdiği için uluslararası ticareti savunuyorlardı. Roma imparatorluğu döneminde Roma, büyük ticaret şirketlerinin kurulduğu, bütün Akdeniz ülkelerinin mallarını kapsayan bir piyasa durumunda idi (İyibozkurt, 1995: 13). Dönemin ticaret anlayışının farklı olması doğrultusunda, ticari alandaki aksaklıklarda farklı nedenlere bağlanmıştı. Günümüze gelene kadar ise genel anlamda uluslararası ticaret teorisinin temel sorunlarından biri, dış ticareti neyin belirlediği sorusunun cevabını bulmak olmuştur. Diğer bir deyişle, ülkeler ticaret yaparak nasıl kazanç sağlarlar? (Karluk, 2002: 9).

Bu sorunun yanıtı, Dış Ticaret Teorilerinin açıklanmasıyla verilmeye çalışılacaktır.

#### **1.1. DIŞ TİCARET POLİTİKALARI'NIN GELİŞİMİNE TARİHSEL BAKIŞ**

Ekonomi alanındaki ilk sistematik düşünceler Merkantilistlere aittir. Merkantilistler ekonomiyi incelerken daha önceki düşünürlerden farklı olarak dinsel ve ahlaki etkilerden büyük ölçüde uzak durmuşlardır (Özkan, 2004: 46).

16. asırdan 19. asra kadar geçerli olan Merkantilizm, ticaret ve imalata öncelik veren, kıymetli madeni sağlayan güçlü ve zengin devleti ön planda tutan, bu nedenle de devletin ekonomiye müdahalesini zorunlu gören uygulama ve doktriner

görüşleri ifade eder (Yiğitbaşı ve Atabey, 2001: 8). Merkantilizme tepkiler 17. asrın ortalarında başladı ve bu tarihten itibaren ekonomik düşünce bir geçiş dönemine girdi. Ekonomik konularla iş adamlarının yanında ve onlardan daha çok düşünürler ilgilenmeye başladı. ‘Klasik Teori’ adı verilen ve 18. asrın son çeyreğinde kendini gösterecek teorinin, teorik ve metodolojik ilk adımları bu dönemde atıldı (Savaş, 2000: 65).

Servetin kaynağını değerli madenler olarak tanımlayan, bu yüzden dünya servet stokunun sabit olduğunu ve uluslararası ticaretin, taraflardan sadece birinin (ihracat yapanın) yararına olacağını ileri süren Merkantilist doktrin, sanayi devrimiyle ortaya çıkan kitlesel üretim için serbest ticaret ihtiyacını karşılayamaz olmuş; 18. yüzyılın son çeyreğinden itibaren klasik iktisat, Newtongil paradigma ile gelişmeye başlamış; ekonominin kuruluş ve işleyişinin Newtongil perspektifle doğanın kuruluş ve işleyişine benzediği, bu yüzden ekonomi biliminin de doğayı kusursuz açıkladığı düşünülen Newtongil fizik bilimine benzemesi gerektiği algılayışı, bir gelenek niteliği kazanmıştır (Tezel, 1997: 63).

Merkantilist anlayışta, bir ülke kazanırken diğer ülkenin kaybetmesi görüşünden hareketle, dış ticarete korumacı politikaları savunmuştur. 18. yüzyıla gelindiğinde, Merkantilist anlayıştan kalan müdahaleci yumuşatılarak yerini klasik Liberalizm anlayışına sahip olan Fizyokratlara bıraktığı bilinmektedir. Klasik Liberalizmin öncüsü A. Smith’in (Mutlak Üstünlük Teorisi ile) bilimselleştirilen uluslararası ticaret teorisi, D. Ricardo’nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi ile geliştirilmiş ve serbest uluslararası ticaret sisteminde hakim teori haline gelmiştir. Klasik serbest dış ticaret teorisi, “bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” görüşüne, “görünmez el” mekanizmasına ve karşılaştırmalı üstünlüklere dayanmaktadır (Alagöz ve Yapar, 2006).

1930’lara gelindiğinde, dış ticaret teorileri alanında hakim yaklaşım, neoklasik revizyonla teyid edilen, ancak uluslararası emek verimliliğinde farklılık doğuran etkenler üzerinde durmayan ve ülkeler arasında yurt-içi fiyat farklılığının nedenlerini açıklamayan karşılaştırmalı üstünlükler kuramıdır. Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin, sözü edilen temel eksiği, iki İsveçli iktisatçı, Heckscher (1919)

ve Ohlin'in (1933) katkılarına konu olmuştur: Heckscher-Ohlin teorisine göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder. Dolayısıyla uzmanlaştığı bu malları ihraç ederken kıt sahip olduğu gerektiren malları ithal eder (Bayraktutan, 2003: 178).

Faktör donatımı, ülkenin sahip olduğu üretim faktörleri miktarını esas alırken emek ve sermayeyi dikkate alma geleneği sürdürülmektedir. Bu çerçevede, ülkeler emek-zengini ve sermaye-zengini, mallar ise emek-yoğun ve sermaye yoğun biçiminde ayrıştırılırken ülkelerin, faktör donatımları ve malların, faktör yoğunlukları bakımından farklılaştığı düşünülmektedir. Ayrıca, bir malın üretim fonksiyonunun, dolayısıyla üretim teknolojisinin bütün ülkelerde aynı olduğu ve teknolojik gelişmeyle mümkün olan artan verim ihtimalini dışlayacak şekilde üretimde sabit verim koşullarının geçerli bulunduğu varsayılmaktadır (Bayraktutan, 2003: 178).

Geleneksel yaklaşımdan kopmalar 1960'lı yıllarda başlamış, 1970'li yıllarda ise, tam rekabet varsayımlarından uzaklaşılması şeklinde gelişmiştir. Bu çabaların arkasında yatan neden, geleneksel uluslararası ticaret teorilerinin gerçek dünyayı açıklamakta yetersiz kalmasıdır. Gerçek dünyada ülkeler, karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadıkları malları üretmekte ve satmaktadırlar. Ülkeler arasındaki ticaret, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin öngörüsünden farklı olarak önemli ölçüde benzer faktör yoğunluğuna sahip malların iki yönlü ticareti şeklinde gerçekleşmektedir. Bu endüstri-içi ticaret olgusu, geleneksel uluslararası ticaret teorileri tarafından açıklanamamaktadır. 1970'lerin sonlarına doğru bir grup iktisatçı, ülkelerin neden ticaret yaptıkları, uluslararası ticarete uzmanlaşmayı belirleyen faktörler, korumacılığın etkileri, optimal ticaret politikasının ne olduğu gibi konuları yeniden uluslararası ticaret teorisinin gündemine getirmişlerdir (Özer, 2007: 70).

## **1.2. DIŞ TİCARETTE KORUMACILIK ve SERBEST TİCARET AYRIMI**

Serbest ticaret ile korumacılık arasındaki mücadelenin geçmiŐi modern iktisat tarihi kadar, hatta daha da gerilere götürülebilir. İktisadın felsefeden koparak bir sosyal bilim dalı hline geliŐ süreci genellikle Adam Smith'in "Milletlerin Zenginliği" adlı baŐyapıtının yayınlandığı 1776 tarihiyle baŐlatılır. Oysa serbest ticaret ve korumacılık tartışmaları daha eskilere, Merkantilist (16.-17. yüzyıl) ve Fizyokrat (18. yüzyıl) görüşlerin yaygın olduğu dönemlere kadar geriye gider. Zaman ilerlese, teknoloji geliŐse ve dünya küreselleşme sayesinde kk bir köye dönüŐse de bu tartışma bitmemiŐ; serbest ticaret-korumacılık atıŐması giderek klsikleŐen, her devirde yeniden alevlenip gündemdeki yerini koruyan, kısmen biçim deĐiŐtirse de özü itibariyle varlığını koruyan bir sorunsala dönüşmüştür. Gerek Avrupa ve Kuzey Amerika gibi gelişmiş dünya, gerekse Asya, Afrika ve Ltin Amerika gibi gelişmekte olan dünyada politikacılar, bürokratlar, akademisyenler ve başta iktisatçılar olmak üzere sosyal bilimciler bu konudaki tartıŐmalara katılmaktadırlar. Bir grup insan yerli endstirileri, i piyasayı ya da yerli iŐçileri kollamak amacıyla korumacılık politikasını savunurken, bir grup da tersine daha yüksek refah, daha kaliteli, daha çeşitli ve daha ucuza mal ve hizmet temini için serbest ticaret politikasını savunmaktadır. Her iki taraf da kendi tercihini meŐrulaŐtırmak üzere, çok sayıda argüman bulabilmektedir. Daha ilgini, bir grup politikacının, kendi sicilinde "serbest ticaretten yana" kaydı bulunmasını sağlamak üzere teorik düzeyinde serbest ticaretin erdemlerinden dem vururken, fiilen korumacı politikalar uygulayabilmesidir (Acar, 2004: 1).

AŞağıda bu açıklamalar doğrultusunda serbest ticaret varsayımları ve bunun yanında dış ticarete korumacılık incelenecektir.

### **1.2.1. Dış Ticarete Korumacılık**

Tarihsel açıdan uygulanan dış ticaret politikaları incelendiğinde geleneksel dış ticaretin serbestliğine karşılıklı, korumacı politikalarda oldukça önemli olmuştur.

Peki, dış ticarete korumacılık uygulanabilir mi? Tamamen koruyuculuğu savunanların kazanç ve kayıpları nelerdir? Bu başlıkta bu sorulara cevap aranacaktır.

#### **1.2.1.1. Dış Ticarete Korumacılığın Nedenleri**

Dış ticarete koruyuculuğu savunanlar çok çeşitli faktörler üzerinde dururlar. Bunların bir bölümü, ulusal güvenlik, iktisadi kalkınma, stratejik ticaret politikası ve dumpingin önlenmesi gibi haklı görülebilecek nedenlere dayanır. Diğer bir grup görüşler ise ancak belirli koşullar altında geçerlidir: ulusal çalışma düzeyinin yükselmesi, ticaret hadlerinin iyileştirilmesi ve dış pazarlık gücünün artırılması gibi (Seyidoğlu, 2009: 145).

Koruyucu dış ticaret politikası, dış ticarete devletin müdahale ederek, yerli üreticiyi dış rekabet karşısında korumasını savunan görüşlere dayanan bir dış ticaret politikasıdır. Koruyucu görüşlerin kökeni ekonomik konuların tartışıldığı en eski dönemlere kadar uzanır, ancak bu görüşler ve bu görüşlere dayanan uygulamalar, 17. yüzyılda Merkantilizm ile doruğa ulaşmıştır. Koruyucu dış ticaret politikasının temelindeki savlar, çeşitli biçimler alır. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (Ongun ve Alpar, 1993: 114);

- Yerli üretim, özellikle tarım bir savaş durumunda dış kaynakların kesilebileceği olasılığı karşısında ileri bir düzeyde tutulmalıdır.
- Ülke savunması açısından önem taşıyan sanayi dalları dış rekabetten korunmalıdır.
- Ülkede fazla üretim kapasitesinin bulunması durumunda, korumacılık, talebi ithal mallarından yurt içine kaydırarak ve dış ödemeler bilançosunun fazla vermesini sağlayarak milli gelirin çoğaltan etkisiyle artmasına yol açar, istihdam düzeyini de yükseltir.
- Korumacılık yeni gelişen sanayi dallarının zamanla optimum ölçeğe ulaşarak etkinlik kazanmasını sağlar.

- Korumacılık az gelişmiş ülkelerin bozulan dış ticaret hadlerinin düzelmesine, ithal mamullerinin talebinin azalmasını ve dolayısıyla fiyatların düşmesini sağlayarak yardımcı olabilir ve kıt döviz kaynaklarının etkin dağıtımını gerçekleştirebilir (Ardıç ve Yılmaz, 2002: 132-133).

Serbest ticaretin yararlarını açıklayan çeşitli tez ve teoriler olduğu gibi korumacılığı savunan bir kısım tez ve görüşlerde vardır. Hatta korumacılığı savunan görüşler daha gerçekçi olmalıdır ki, günümüzde birçok ülkede korumacılık uygulanmaktadır. Korumacılığı savunan önemli görüşler arasında genç endüstriler tezi, milli savunma, stratejik ticaret politikası, haksız rekabete karşı korunma, dış açıkları azaltma, istihdamı artırma, dış ticaret hadlerini iyileştirme ve refahı artırma tezleri sayılabilir (Çelik, 2004: 146).

**Genç Endüstriler Tezi;** Bu tez, oldukça sağlam bir mantığa sahip olmakla birlikte 18. yy. sonları ve 19. yy. başlarına kadar dayanan eski bir teoridir. Teorisyenleri Alman Friedrich List ve Amerikan Alexander Hamilton'dur. Teori o dönemin en güçlü ülkesi İngiltere'ye karşı korunma amacıyla ortaya atılmıştır.

Bir ülkede yeni kurulmuş olan genç endüstriler deneyimsizdirler. Bu deneyimsizlik sonucu, gelişmiş bir ülke ile girecekleri rekabette hiç şansları yoktur. Dolayısıyla, hiç gelişmeden yok olup gideceklerdir. İşte teori bu noktadan hareketle, genç endüstrilere de şans verilmesi amacıyla, dış ticarete korumacılığı öngörür. Genç endüstriler, belli bir seviyeye gelene kadar dış rekabete karşı korunmalı ve gelişimine fırsat tanınmalıdır. Bu koruma daimi değil geçicidir

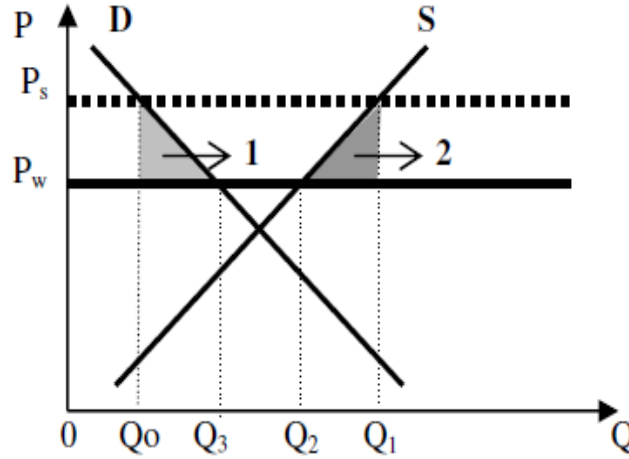
**Stratejik Ticaret Politikası;** Dış ticarete korumacılığın bir başka nedeni de stratejik ticaret politikasıdır. Bu politika genç endüstriler tezine benzese de, sanayileşmiş ülkeler için öngörülmüştür. Bir ülkenin gelişebilmesi için, kilit olarak görülen bazı faktörler kullanılarak, diğer sanayileşmiş ülkelere karşı karşılaştırmalı üstünlük elde edilebilir (İlerleyen bölümlerde bu konu ayrıntılı olarak anlatılacaktır).

**Ülke Savunması;** Bir ülkenin savunulması az gelişmiş veya gelişmiş ülke olduğuna bakılmaksızın, tüm ülkeler için zorunludur. Dolayısıyla her ülke ulusal

savunmasına güç katacak endüstriler kurmalı ve bu alandaki dış ticaretinde koruyucu tedbirler almalıdır.

**Damping;** Bir malın dış piyasalarda iç piyasalara oranla çok daha düşük fiyatlarla satılmasıdır.

**İhracat Sübvansiyonları;** Bazı ülkeler çeşitli şekillerde kendi ihracatçılarını finanse ederler. Bu durumda ihracatçı firma sübvansiyondan kaynaklanan bir maliyet avantajına sahip olacaktır. Sübvansiyon edilmiş ürünlerle yerli üreticilerin rekabetleri güçleşeceğinden yerli üreticiler tarafından ticaretin kısıtlanması istenir. Gerçekten de böyle bir durumda ihracatçı firma adil olmayan bir şekilde rekabet üstünlüğü elde etmiş olmaktadır. İhracat sübvansiyonlarının etkisi Şekil 1. yardımıyla incelenebilir.



**Şekil 1.** İhracat Sübvansiyonlarının Etkisi

**Kaynak:** Özkan, 2004: 259.

Görüldüğü gibi malın dünya fiyatından ( $P_w$ ) tüketiciler  $Q_3$  kadar mal almakta ve  $Q_3Q_2$  kadar dışsatım yapmaktadırlar. Şimdi hükümetin malın dışsatımını artırmak için sübvansiyon verdiğini kabul edelim. Böylece verilen sübvansiyon ile fiyat  $P_s$  olacaktır. Bu durumda  $P_s$  fiyatından mal dış satımı yapan ihracatçı yurtiçinde  $P_w$  fiyatından mal satmak istemeyecektir. Bu nedenle üreticiler üretmiş oldukları  $Q_1$  kadar mal miktarından ancak  $Q_0$  kadarını iç piyasada satarken kalan kısmı  $Q_0Q_1$  kadarını ihraç edeceklerdir. Çünkü tüketiciler sübvansiyonlu fiyattan ancak  $Q_0$  kadar mal alabilmektedirler. Görüldüğü gibi ihracat sübvansiyonu yurt içi üretimi ve

dışsatımı artırmaktadır. Bununla birlikte sübvansiyon uygulaması yurtiçi tüketimindeki daralma nedeni ile 1 no'lu alan kadar tüketici rantında bir azalma gerçekleşmektedir. Diğer yandan yine sübvansiyon nedeni ile yurtiçi üretimin  $Q_2$ 'den  $Q_1$ 'e genişlemesiyle artan üretim nedeniyle 2 no'lu alan kadar bir sosyal maliyet söz konusu olmaktadır. Sonuç olarak, ihracat sübvansiyonu yurtiçi üretimi ve dış satımı artırmakta ancak sübvansiyonun bir sosyal maliyeti (1 ve 2 no'lu alanların toplamı) olmaktadır (Özkan, 2004: 259).

### **1.2.1.2. Tarihte ve Günümüzde Korumacılık**

Korumacılık, ülkeler arasındaki ticareti kısıtlama, sınırlandırma politikasıdır. Hükümetler özellikle 'Kuzey Ülkeleri' olarak adlandırılan zengin ülkelerin hükümetleri, ithalatı caydırmak, yurtiçi piyasaları ve yerli şirketleri yabancı sermayeye kaptırmamak için durmadan serbest ticareti yücelten konuşmalar yaptıkları halde korumacı davranışlardan hiçbir zaman vazgeçmemişlerdir (Aruoba, 2009: 4).

Serbest dış ticaret teorisinin dünyadaki öncüsü konumuna gelen ABD, korumacılık konusundaki teorilerin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Genel anlamda korumacılığın asıl amaçları ise (Işın, 1998: 42);

- Küçük sanayilerin korunması
- İstihdam düzeyinin yükseltilmesi
- Reel ücretlerin yüksek düzeyde tutulmasıdır.

Günümüzde ise; ABD gelişmiş bir sanayi ülkesi haline gelince ilk amaç ortadan kalkmış diğer iki amaca yönelik olarak korumacılık gelişmiştir. Diğer yandan bu amaçlara bağlı olarak gelişen korumacılık diğer Batı Avrupa ülkelerinde de görülmektedir (Işın, 1998: 42).

Tarihsel açıdan yaklaşıldığında daha önce de belirtildiği gibi, ekonomide koruyuculuk kavramı Merkantilistler tarafından ortaya atılmıştır. Daha sonra ulusçu

Neo-Merkantilist akımın alman düşünürü Frederic List devlet korumacılığını savunarak sanayileşmenin gerçekleşmesinde korumacılığı zorunlu görmüştür (Işın, a.g.e). List, uluslar arası rekabette ülkelerin belli bir seviyeye gelinceye kadar sanayilerini korumaları gerektiğini belirtmiş ve sadece sanayi kesiminin himaye edilmesini öne sürmüştür. Çünkü sanayi, tarımsal maddeleri işleyen bir kesim olduğuna göre sanayinin korunması dolayısıyla tarım kesimi de yararlanacaktır. Ülke rekabet imkanını sağladıktan sonra koruma kaldırılmalıdır. Bu bakımdan List'in korumacılığı terbiyevi korumacılıktır. Böylece, herhangi bir doğal üstünlük olmadan daha önce kurulmuş olmanın verdiği avantaja dayanan yabancı rekabet, yeni kurulmakta olan genç sanayilerin gelişimini önleyecektir (Karluk, 2002: 181).

List'in bu fikirleri, serbest dış ticaret taraftarı olarak bilinen J.S. Mill'de etkilemiştir. Gerçekten Mill, yeni kurulan genç sanayilerin serbest dış ticaretten zarar görebileceğini sezinlemiş ve serbest dış ticaretten bir süre ayrılarak sanayi dallarının dış rekabete karşı korunmasını önermiştir. Mill, bu konudaki görüşlerini şu şekilde özetlemiştir (Karluk, 2002: 181):

*“Sadece politik iktisat ilkelerine dayanarak koruyucu gümrük tarifelerinin savunabileceği tek durum, geçici olarak (özellikle gelişen bir ülkede) o ülkenin şartlarına tamamen uygun yeni bir sanayin kurulmasında söz konusu olabilir. Bir ülkenin diğer bir ülkeye göre bir üretim dalındaki üstünlüğünü, o üretim dalına sözü edilen ülkenin daha önce girmiş olmasına bağlamak mümkündür. Ülkelerden biri için temel üstünlük, diğeri için üstünlük değil de o ana kadar elde edilmiş, tecrübe ve ustalıkların sağladığı bir üstünlük olabilir. Koruyucu bir gümrük tarifesi belirli bir süre devam ettirilirse, bu bir ülkenin böyle bir denemeyi gerçekleştirmesi için ödeyebileceği en az zararlı bir vergi olabilir”.*

Temele inmek gerekirse, ulusların asıl amaçları ise, kendi ekonomilerini korumaktır. Dolayısıyla serbest ticaret teorilerinde olduğu gibi korumacılıkta kendini haklı gösterecek nedenlere bağlı olarak savunucu bulmuştur. Korumacılık bir ölçüde de serbest dış ticaret teorisine tepki olarak da gelişme göstermiştir (Işın, 1998: 42).

Bir ulusun kendi üretimini korumak amacıyla ithalata getirdiği mali ve ticari kısıtlamalar ve önlemleri içeren korumacılık, bu bakımdan serbest ticaretin

karşıtıdır. Aslında korumacılık ulusal ekonominin belirli bir tipte biçimlenmesini amaçlayan politikalardan oluşur. Korumacılığı haklı kılan asıl neden ekonomiler arasındaki gelişmişlik farkıdır. Nitekim ekonomik bakımdan geri kalmış ülkeler kendilerini serbest ticaretin isleyişine terk ederlerse, daha sonraki gelişmelerini olumsuz yönde etkileyecek bir uzmanlaşmaya da razı oluyorlar demektir. Sonuçta maden ve tarım ürünlerinde eşit olmayan bir uzmanlaşmaya zorunlu olarak itileceklerdir. İşte ünlü Alman iktisatçısı F. List'in görüşlerinin gerisinde yatan temel neden budur. Elbette korumacılık ulusal ekonominin bütününe her zaman korumayı yeğleyebilir. Belli toplumsal grupların refahını ve geleceğini güvence altına almak amacıyla bazı kısıtlamalar getirebilir (Kocaman, 2007: 111).

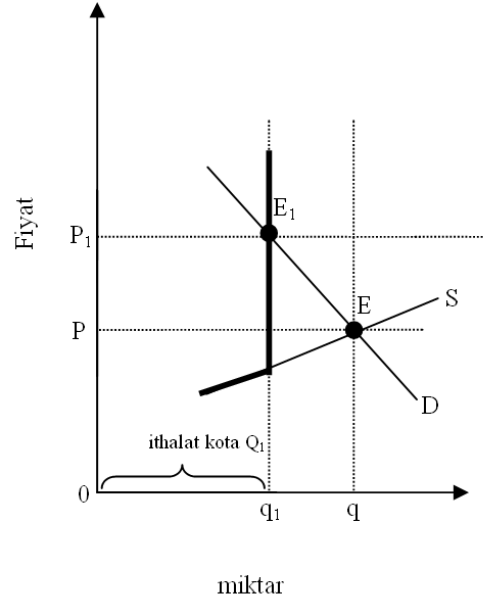
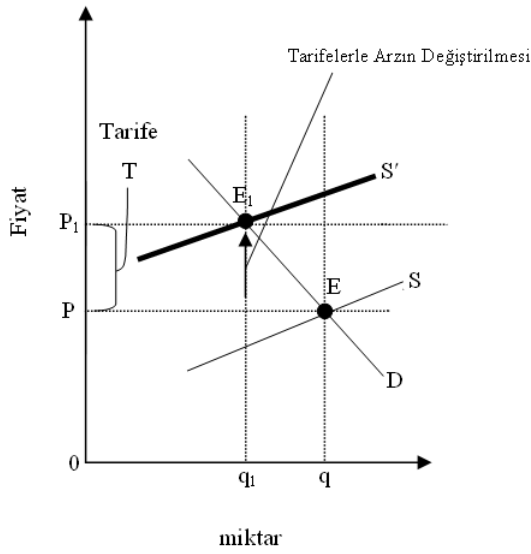
Korumacılık konjonktürel nedenlere dayalı olarak da gündeme gelebilir. Bu sonuncu durumda tam istihdam veya ödemeler dengesi kaygıları ağır basabilir. Zaten Ortaçağ'dan bu yana belirleyici olan serbest ticaret değil, korumacılık olmuştur. Ancak rakipsiz duruma gelen Büyük Britanya 1846'dan başlayarak serbest ticaretin öncülüğünü yapmıştır. Bununla birlikte 1929 büyük dünya ekonomik krizi "merkantilizmi" ve otarsi arayışlarını yeniden gündeme getirmiştir. İkinci Dünya Savaşı'nın en güçlü ekonomisi olan ABD serbest ticaretten yana, korumacılığa karşı bir tavır geliştirmişti. Fakat İkinci Dünya Savaşı sonrasında sermayenin uluslararasılaşması ve çokuluslu şirketlerin ortaya çıkmasıyla ulusal devletlerin denetimi önemini kaybetmeye başlamış, serbest ticaret düşüncesiyle korumacılık arasında yeni yaklaşımlar ve düzenlemeler gündeme gelmiştir. Artık uluslar çok taraflı anlaşmalarla uluslararası ticareti düzenlemeyi ve ticarete karşılıklılık ilkesini benimseme yolunu seçmişlerdir (Kocaman, 2007: 111).

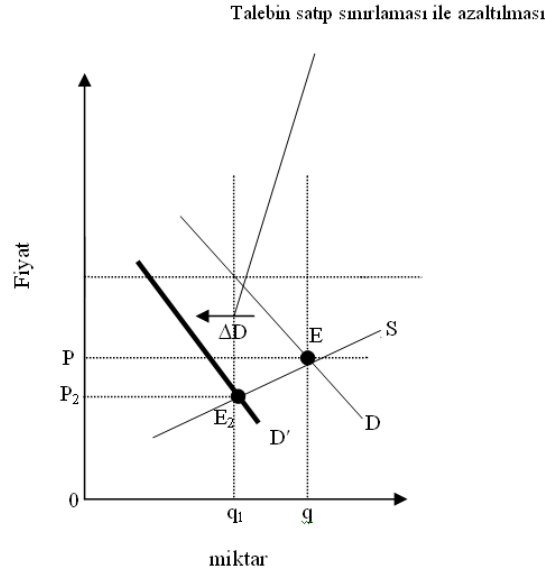
Bugün uluslararası ticaretin düzenlenmesi, günümüzde yerini WTO'ya bırakmış bulunan (Uruguay Round'dan sonra) GATT tarafından büyük ölçüde gerçekleştirilmiştir. GATT bir taraftan korumacılığı; öte yandan da gümrük vergilerini azaltarak, miktar kısıtlamalarını, kontenjanları ve farklı düzenlemeleri, ayırıcı uygulamaları ortadan kaldırmayı en azından hafifletmeyi amaçlamaktaydı. Korumacılık günümüzde yeni bir görüntü kazanmaktadır. Tek tek ülkeler kendi aralarındaki korumacılığı büyük ölçüde kaldırırken ülke gurubu olarak Avrupa

Birliği'nde olduğu gibi dışa karşı korumacı önlemler alabilmektedir (Kocaman, 2007: 111).

### 1.2.1.3. Korumacılığın Metotları

Korumacılık konusunda dış ticaret politikasının kullandığı araçlar çok çeşitlidir. Bunlardan en asli ve en eski olanı gümrük tarifeleridir. Diğerleri de ölkelere göre değişmekle birlikte uygulama alanı bulabilmektedir. Burada, araçların ayrıntılı açıklaması yapılmayacaktır (Çelik, 2004: 145). Gümrük tarifeleri dışında ihracatın teşvik edilmesi, tarife dışı araçlar ve karşılıklı ticaret sistemleri bilinen müdahale araçlarıdır.





**Şekil 2.** Mal İthalatına Getirilen Sınırlamaların Alternatif Metotları

**Kaynak:** Lipsey ve Steiner, 1981: 743.

Şekil 2’de de görüldüğü gibi devlet serbest piyasa düzeyinde ithalat miktarını, hem talep hem de arz eğrilerini sola kaydıran ya da ithalat miktarı üzerinde birtakım değişikliklere izin veren politikalarla azaltabilir (Lipsey ve Steiner, 1981: 743).

### 1.2.2. Serbest Ticaret Görüşü

18. yy’ın ikinci yarısı ile 19. yy’ın ilk yarısında eserlerini veren ve liberal görüşün temsilcileri olan Adam Smith, David Ricardo, J.S. Mill gibi Klasik İktisatçılar piyasaların dinamik etkilerinden bahsederler. Serbest dış ticaretten sadece bir ülke değil bütün ülkeler faydalanacak, uluslar arası ihtisaslaşma ve mübadele ile tüm dünyada refah artacaktır. 19. yy’ın ikinci yarısından itibaren ve 20. yy’ın başında Klasik Okul’un görüşlerine karşı şiddetli eleştiriler yapılmıştır. Özellikle az gelişmiş veya geri kalmış ülkelerin diğer gelişmiş ülkelerin rekabetinden korunmak için serbest dış ticaret teorisinin reddi ve korunma politikalarının savunulması söz konusu olmuştur (Bilgili, 1998: 39).

Devletin bazı durumlar dışında uluslararası ticarete müdahale etmemesi gerektiğini savunan geleneksel uluslar arası ticaret teorileri, genel olarak piyasalara devlet müdahalesinin olumsuz sonuçlar doğurarak etkinlik kaybına neden olacağını savunmaktadır. Adam Smith'e göre üreticiler arasındaki rekabet, kaynakların etkin kullanımını ve gelir dağılımındaki adaleti sağlayacaktır. Ancak bu durumun geçerli olması için bazı önemli koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu koşullar; (Özer, 2001: 9).

- Dışsallıkların ve kamu mallarının yokluğu
- Piyasaları ilgilendiren konulardaki bilginin herkese açık ve ulaşılabilir olduğu
- Tüm mal ve hizmetler için piyasaların var olması, olarak sıralanabilir.

Ancak temel koşul, piyasaların tam rekabetçi bir yapıya sahip olmasıdır.

Geleneksel uluslararası ticaret teorisi, karşılaştırmalı üstünlüklere dayalı olan dış ticaretin uzmanlaşmayı getirerek, hem ülkelerin hem de dünyanın refah seviyesini yükselteceği üzerinde durmaktadır. Bu görüş çerçevesinde, dünya ticaretinin liberalizasyonu ile ilgili çabalar devam etmektedir. Günümüzde bu çabaların en önemlisi, 1995 yılında Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'ndan (GATT) bir kurum niteliğine dönüşen Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'dür. DTÖ dünya ticaretinin kurallarını belirleyerek, uluslararası ticaretin serbestleştirilmesine önemli katkılar sağlamıştır. Bu bağlamda, uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi için; gümrük tarifelerinin tamamen kaldırılması prensibi değil, tarifelerin tedricen düşürülmesi ve korumanın sadece gümrük vergileri ile gerçekleştirilmesi prensibi benimsenmiştir. Bu sayede ülkeler sanayi ve (1996 yılından itibaren) tarım mallarında taahhüt ettikleri tarife indirimlerini gerçekleştirmişlerdir. Ancak özellikle gelişmiş ülkeler, tarım ve tarıma dayalı sektörlerde yaptıkları tarife indirimlerini telafi edecek güçte, yeni korumacılık önlemlerini uygulamaya başlamışlardır. Görünmez engeller olarak adlandırılan bu yeni önlemler; teknik standartlar çerçevesinde tüketicinin korunması, kamu sağlığı ve çevrenin korumacılığı gibi amaçları ön plana çıkaran uygulamaları kapsamaktadır. (Alagöz ve Yapar, 2006).

Neoliberal yaklaşıma göre ise, küresel ekonomik ilişkiler ‘artı toplamlı’ bir oyundur. Bu oyunda tüm devletler ve toplumlar kazanmaktadır. Bu oyundan piyasa mekanizmasını yönlendiren güçler daha karlı çıkmaktadır. Çünkü küresel ekonominin doğası uyumlaştırılmış ekonomik ilişkiler fikrinden hareket etmektedir. Ekonomik yaşamda bireyler kendi çıkarları peşinde koşarak faydalarını en çoklaştırırlar. Bu dürtü sayesinde serbest piyasa ekonomisine sahip devletlerde toplumun zenginliği artmaktadır (Selen, 2008: 101).

Bunun yanında geleneksel uluslararası ticaret teorilerinde de, aynı diğer ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi dış ticarete piyasa mekanizmasına bırakıldığında en etkin şekilde işleyecektir. Geleneksel ticaret teorilerinin temel yaklaşımı, demek ki, uluslar arası piyasaların iç piyasalardan farklı olmadığı ve dolayısıyla piyasaların kendi kendine işlemeye bırakılmasının her ikisine de uygulanması gerektiğidir. Krugman, eski bir iktisat söylemine atıfta bulunarak (Özer, 2001: 10);

*“Diğer devletler serbest ticaret yapmadıkları için bizim serbest ticaret yapmamamız gerektiğini savunmak, diğer ülkelerin kayalık sahilleri olduğu için limanlarımızı onlara kapatmamız gereklidir demekten farklı bir şey değildir”* ifadesiyle, geleneksel yaklaşımın, diğer ülkeler serbest ticaret yapmadığı durumlarda bile bir ülkenin serbest ticaret yapmasını savunduğunu vurgulamıştır (Özer, 2001: 10).

Yine Neoliberalizm yanlıları, zengin ülkelerin serbest piyasa koşullarında büyüyüp geliştiklerini ve geri kalmış ülkelerin uyguladıkları müdahaleci politikalar nedeniyle sıkıntıya düşüklerini öne sürmektedirler. Bu düşüncelerini, liberalizmin iyi uygulamalarından ziyade, korumacı politikaların olumsuz uygulama sonuçlarına dayandırarak aşağıdaki gibi açıklamıştır (Selen, 2008: 101).

19. yy’da dünyanın önde gelen ülkelerinden olan Fransa, aşırı devlet müdahalesi yüzünden, İngiltere’ye karşı üstünlüğünü yitirmiştir. Benzer biçimde, iki savaş arası dönemde de gerek savaşın gerekse 1930 krizinin etkileri nedeniyle dünya çapında ülkeler içe kapanmış ve korumacı politikalara yönelmişlerdir. Bu dönemde izlenen korumacı politikalar dünya ticaretini olumsuz etkilemiştir. Serbest piyasa

koşullarından uzaklaşılmasına bağlı olarak ekonomik, sosyal ve siyasal gerginlikler artmış dolayısıyla bu dönemde istenen ekonomik gelişme sağlanamamıştır (Selen, 2008: 101). Yine benzer bir örnek olan Hindistan mevcuttur. Korumacılık sanayileşmeyi gerçekleştirebilirdi (nitekim Türkiye de gerçekleştirmişti) ama kalkınma sağlayabilmiş mi idi, yoksa ülkeleri dünyadan koparmaya mı yaramış, içine gömmüş ve güdük gelirlili mi bırakmıştı? Hindistan 1950–1970 arasındaki planlı korumacılıktan sonra kişi başına gelirini bir iki puandan fazla arttıramamıştı (Gökçe, 2002).

Günümüzde ise; dünya ticaretinde liberalizasyonu savunan gelişmiş ülkelerin (AB, ABD, Japonya, vb.), özellikle ithalat esnasında görünmez engelleri ön plana çıkararak, hem dış ticaret hadlerini düzeltme hem de karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı sektörlerini koruyarak dış bağımlılığını azaltmaya çalışmaları, uluslararası ticaretin geleceği hakkında bir takım endişelerin oluşmasına neden olmaktadır (Alagöz ve Yapar, 2006).

### **1.2.2.1. Serbest Ticaret Teorileri**

Bu teori, 17. yüzyılda Fizyokratlarla başlamış ve 19. yüzyılda Klasik İngiliz İktisatçıları (özellikle Adam Smith, Ricardo, St. Mill) tarafından geliştirilmiştir. 19. yüzyıla kadar İngiltere'nin iki yüzyıllık hakim ekonomisinin oynadığı rolde serbest ticaret teorileri başlıca üç alanda etkili olmuştur (Özgüven, 1997: 503–512).

*İktisadi büyüme alanında;* Burada liberalizm doktrini karşımıza çıkar. Ticaretin serbestçe ve hürriyet içinde yapılabilmesi mübadelede bulunanlara satın alma gücünde ve ihtiyaçların tatmininde maksimuma varma imkanı vermiştir (Özgüven, 1997: 503–512).

Yine iktisadi açıdan incelendiğinde gümrük duvarlarının kaldırılması ile alıcılar daha ucuza mal sağlamıştır. Ayrıca serbest ticaret “strüktür rantlarını” yani maliyet farklarını kaldırarak rekabeti geliştirmiş ve milli üreticiler arasında hatta uluslar arası rekabette, teknik yenilikleri uyarmıştır (Özgüven, 1997: 503-512).

*Sosyal eşitlik alanında;* Liberallere göre, himayecilik gelir dağılımında dengesizlikleri artırır. Şöyle ki; Gümrük vergileri sadece ithal malları alanları etkilemeyecek (ithal malını kim alırsa sadece o vergi ödeyecektir) aynı zamanda, ülke içinde o malı satan firmalara da aşırı kar sağlamış olacaktır (Özgüven, 1997: 503-512).

*Siyasal alanda;* burada amaç dünya barışının sürdürülmesi ve devamıdır. Çünkü, uluslar arası iş bölümü dayanışmayı kuvvetlendirecek, üretimi arttıracak ve dünya ticaretinin gelişmesinde rol oynayacaktır. Başlıca serbest ticaret teorileri (Özgüven, a.g.e).

- Mutlak Üstünlük Teorisi
- Mukayeseli Üstünlük veya Maliyetler Teorisi
- Heckscher-Ohlin Teorisi
- Karşılıklı Talep Teorisi

Dış ticarete hiçbir hükümet engelinin olmaması şeklinde ifade edilebilen klasik dış ticaret teorisine dayalı serbest dış ticaret politikası, sanayi devrimini ilk gerçekleştiren İngiltere’de ve birçok Batı Avrupa ülkesinde 20. yüzyıl başına kadar uygulanmıştır (Dinler, 1998: 472).

#### **1.2.2.2. Dış Ticarete Serbestleşme Eğilimleri**

1929 yılında patlak veren büyük ekonomik krizden sonra birçok ülke; ticarete koruyucu yüksek tarife, ithalatta miktar kısıtlamaları, döviz kontrolü gibi çeşitli himaye edici tedbirlerin arkasına sığınmıştır (Güner, 1978: 79).

A. Smith ve D. Ricardo’dan kaynaklanan yaklaşık 220 yıllık kuramsal temele karşılık, dünya ölçüsünde serbest ticaret çabalarının yoğunluk ve etkinlik kazanması için İkinci Dünya Savaş’ının sonuna dek beklemek gerekmiştir. Bir yandan Smith ve Ricardo serbest ticaret savunucusunun etkisinde bulunan, öte yandan iki dünya savaşı

arasında kalan dönemde serbest ticaretten uzaklaşılmasının uluslar arası ilişkileri ne denli zedelediğini ve hatta İkinci Dünya Savaşına zemin oluşturduğunu iyi bilen ABD ve İngiltere, daha bu savaş sona ermeden savaş sonrası dönemde geçerli olacak uluslar arası ekonomik düzeni belirleme çabası içine girmişlerdir (Çolak vd., 1996: 639-640).

Bu doğrultuda 1944 yılında ABD’de toplanan Bretton Woods Konferansı’nda iki uluslararası kuruluşun kurulması kararlaştırılmıştır. Bunlardan adı sonradan Dünya Bankası’na dönüşen Uluslar arası İmar ve Kalkınma Bankası (IBRD), savaşın yıkıntılarını onarmak için gerekli finansman olanaklarını sağlayacak, Uluslararası Para Fonu (IMF) ise, düzenli bir uluslararası para sisteminin yaratılması için ülkelerin makroekonomik dengelerinin sağlanmasına yardımcı olacaktı (Çolak vd., 1996: 639-640).

Kurulması tasarlanan üçüncü uluslararası kuruluş ise, Uluslararası Ticaret Teşkilatı (ITO) idi. Bu kuruluşta uluslar arası ticareti düzenleme, engelleri kaldırma, ekonomik kalkınmayı hızlandırma gibi amaçlar güdülecekti. Ne var ki bu üçüncü kuruluş hiçbir zaman hayata geçememişti. Bu arada 1947 yılında Cenevre’de yürütülen müzakereler sonucunda bir de Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) imzalanmış ve ITO hayata geçene kadar bu anlaşmanın yürürlükte kalması kararlaştırılmıştı (Çolak vd., 1996: 639-640).

GATS (General agreement on trade in services), hızla gelişmekte olan hizmetler sektörü; bankacılık, sigorta, taşımacılık, turizm, danışmanlık, iletişim, muhasebe, film ve televizyon endüstrisi gibi daha önce GATT tarafından ele alınmayan konuları kapsamaktadır. Baştan beri GATT kapsamında yer almayan hizmetler ticaretinin zaman içerisinde büyük bir gelişme göstermesi, bazı ülkelere yapılan özel düzenlemeler dışında, genel bir düzenlemeye konu olmayan bu sektörü, başta ABD olmak üzere, gelişmiş ülkelerin zorlaması ile Uruguay Round gündemine sokmuştur (Büyüktaşkın, 1997: 128).

### **1.2.2.3. Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Çabası: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT)**

Son zamanların en popüler kavramlarından biri olan küreselleşmenin ekonomik anlamda en eski boyutunu ticaretin küreselleşmesi oluşturmaktadır. Bu gelişmenin temel aracı ise, 1947’de geçici bir anlaşma olarak ortaya çıkan, ancak zamanla daimi bir yapıya dönüşen GATT olmuştur. Yaklaşık yarım asır bu şekilde faaliyet gösteren GATT, 1994’de anlaşma niteliğinden çıkarak daha sağlam ve yaptırım gücü artırılmış bir kuruluş niteliğindeki Dünya Ticaret Örgütü’ne (WTO) dönüşmüştür (Çeştepe vd., 2007: 203).

Bir ticaret anlaşması olan GATT, uygulanabilirliği açısından ortak hareket gerektirdiğinden dolayı, “uluslar arası bir kuruluş” niteliği kazanmıştır. GATT’ın temel ilkeleri şu başlıklar altında özetlenebilir (Dinler, 1998: 482);

- Tercihli ticaret anlaşmalarını önlemek: buna göre bir ülke, bir başka ülkeye tarife indirim yapmışsa bu indirim tüm üye ülkeler için geçerli olacaktır.
- Koruma aracı olarak sadece gümrük tarifelerinin kullanılması ve gümrük tarifelerinin zamanla indirilmesi.
- Üyeler arasındaki itilaflarda arabuluculuk görevinin üstlenilmesi: Üyelerin ticari ilişkilerden zarar görmemeleri için, çıkarlarının zedelendiğini iddia eden üye, GATT’ın kararlarına uyulmasını sağlamak için, GATT’ın ilgili kurullarına başvurabilecektir.

GATT ile uluslararası ticaret sistemi ilk kez kurulmuştur. GATT’ın kuruluşundan günümüze kadar geçen süre içerisinde rekabeti bozucu, ticareti kısıtlayıcı engellerin kaldırılması nedeniyle dünya ticaretinde önemli artışlar kaydedilmiştir (Karaca, a.g.i.s).

GATT’ın yürürlükte olduğu sürece amaç edindiği konularda, özellikle de uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi konusunda ortaya çıkan gelişmelerin çoğu, “müzakere turları” (trade rounds) olarak bilinen çok taraflı ticaret müzakereleri

yoluyla gerekleŒmiŒtir (Özkan, 2006: 13). İlk round tarifler ve indirimlere yoęunlaŒmıŒ, daha sonra anti-damping ve tarife dıŒı önlemleri de kapsamıŒtır. Son round olan Uruguay Round (1986-94) Dünya Ticaret Örgütünü kurmuŒtur. Dünya Ticaret Örgütü, Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası ile birlikte Bretton Woods kurumlarının üçüncü ayağını oluŒturmaktadır (Karaca, a.g.i.s).

DTÖ ile GATT arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. GATT geçici nitelikte bir anlaşma olarak kabul edilmekte iken, DTÖ bağlayıcı bir niteliğe sahiptir. GATT'den farklı olarak, DTÖ üye ülkeler üzerinde yaptırım gücüne sahip olmakla birlikte, etkili bir uyuŒmazlık çözüme sistemine de sahiptir. DTÖ'nün, hükümetlerin iç ticari yasalarını ve tüzüklerini ne Œekilde sınırlayıp uygulayacaklarını belirleyen temel yükümlölükleri de bulunmaktadır. GATT tüm ülkelere açık bir yapı iken, DTÖ için üyelik sistemi mevcuttur (Özkan, 2006: 13).

#### **1.2.2.4. GATT Sonrası Dünyada Artan Korumacılık Eğilimleri**

İkinci Dünya SavaŒ'ından günümüze kadar dünya ticaretinde sağlanan liberalleŒmeye paralel olarak korumacılığın da arttığı bir gerçektir. Bunda özellikle dünyada önder ülke durumunda olan ABD'nin payı büyüktür. Böylece amacı dünya ticaretinin serbestleŒtirilmesi olarak saptanan GATT'ın ticarete çok yanlılık ilkesi uygulamada zaman içinde zayıflamıŒtır. Bu sırada iki yanlılık, bölgesel entegrasyonlar ve blok içi ticaretin güçlenmesi eğilimleri ağır basmaya başlamıŒtır. Böylece GATT çerçevesinde yeni himayecilik akımı özellikle tarife dıŒı engellerin yükseltilmesi Œeklinde kendini göstermiŒtir. Tarife dıŒı engeller arasında ulusal ithalat kotaları, iç piyasa payını koruma anlaşmaları, gönüllü ihracat kısıtlamaları, anti-damping vergileri ve telafi edici vergiler, sağlık ve güvenlik standartları gibi önlemler başta gelmektedir (Parasız, 2006: 534).

#### **1.2.2.5. Serbest Ticaretin EleŒtirisi**

Serbest ticaret sonucu toplumda önemli ölçüde zarar görenler (iŒsiz kalanlar) çeŒitli Œekillerde seslerini daha fazla duyurmaktadırlar. Bu nedendir ki politikacılar

serbest ticaretin faydasından çok zararlarını daha fazla gündeme getirirler. Gerçek yaşamda da çoğu ülke çeşitli ticaret engelleri uygular, bu durum kısmen de politik baskılar yüzündendir (Yıldırım, 2005: 270).

Daha önce de değinildiği gibi, serbest ticaret görüşü 18. yüzyılın ikinci yarısında büyük bir sanayileşme hareketini gerçekleştiren İngiltere’de doğmuş ve bu ülkenin ekonomik çıkarları doğrultusunda teorik açıdan da desteklenmiştir. Bu nedenle “karşılaştırmalı üstünlükler teorisi” her ülkenin hemen her koşulda dış ticaretten yarar sağlayacağı görüşü üzerinde ısrarla durmuştur. Sanayileşme çabalarında zamanın güçlü ekonomisi İngiltere’yi kısa sürede izleyebilen Fransa’da da doğal olarak aynı görüş hakim olmuştur. Buna karşın serbest ticarete karşı ilk tepkiler sanayileşme alanında nispeten geri kalmış durumda olan Almanya’da doğmuştur (Kumbaracıbaşı, 1976: 41-42).

Almanya’da temelde liberal düşünce sistemine inanmakla birlikte, klasik serbest ticaret görüşüne kesinlikle karşı çıkan ve milli sanayinin gelişebilmesi için koruyucu ve eğitici gümrüklerin uygulanmasını öngören F. List olmuştur. List özellikle klasiklerin uzmanlaşmanın gereğini ve yararlarını öne süren işbölümü ve serbest ticaret teorilerine karşı çıkmıştır. Serbest ticaret henüz sanayileşmekte olan bir ülkede bu dengenin kurulmasını önler. Bu nedenle devle müdahaleciği gereklidir. Aksi takdirde sanayileşmiş ülkeler serbest ticaret ilkesini kullanarak gerçekte başka ülkelerin sanayileşmelerini engelleyecektir. Nitekim klasik görüş serbest ticareti önerirken ekonomiler arasındaki yapısal farklılıkları tümüyle konu dışı tutmuştur (Kumbaracıbaşı, 1976: 41-42).

List’in 19. yüzyılın başlarında ortaya atmış olduğu bu görüşlerin geçerliliğini zaman doğrulamıştır. Bunun en belirgin kanıtı, günümüzde az gelişmiş ülkelerin kalkınma ve sanayileşme çabalarında, belli etkenliklere ulaşabilmek için, serbest ticaretin yıkıcı rekabetinden kaçarak koruyucu politikalar izleme zorunluluğunu duymalarında görülmektedir (a.g.e).

### 1.3. GELENEKSEL TİCARETTEN YENİ YAKLAŞIMLARA DOĞRU GEÇİŞLER

Paul Krugman (1999) uluslararası iktisat teorisindeki en önemli beş fikri şöyle sıralar:

- Karşılaştırmalı üstünlükler
- Ticaret hadlerinin karşılıklı talep ile belirlenmesi
- Faktör bolluğu ve yoğunluğu arasındaki ilişki
- Yurt içi aksaklıklar ve ticaret politikası arasındaki ilişki
- Artan getiriler ve uzmanlaşma

Bu fikirlerden ilk üçü modern uluslararası iktisat teorisinin temellerini oluşturur. Son ikisi ise, yeni dış ticaret teorileri diye bilinen teorilerde hayat bulur (Aydınoat, 2007: 1). Geleneksel uluslar arası ticarettten kopmalarda tam olarak bu teorilerle desteklenmiştir.

Geleneksel teoride dış ticaretin temel sebebi, ülkeler arasındaki faktör donanımları farklılığından kaynaklanan karşılaştırmalı üstünlüklerdir. Dış ticareti açıklamaya yönelik yeni teoriler, geleneksel teorisinin temel varsayımları olan ‘ölçeğe göre sabit getiri ve tam rekabet varsayımlarını bırakarak, ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasaları şartlarında dış ticareti ülkeler arasındaki teknoloji, ölçek ekonomileri ve ürün farklılaşması ile açıklamaktadır.

Literatürde 1970’li yıllardan sonra yapılan çalışmalarda, rekabetçi model bırakılarak dış ticaretin açıklanmasına çalışılmıştır. Bu amaçla, üç farklı yaklaşımın kullanılmasıyla da teorik ilerleme sağlanmıştır. Klasik dış ticaret teorisinden ilk ayrılış, Marshallcı yaklaşımdır. Bu yaklaşımda artan getiri, firmaya tamamen dışsal sayılmış ama tam rekabet varsayımı olduğu gibi korunmuştur. İkinci yaklaşım dış

ticareti bağımsız olarak uygulayan Chamberlin Yaklaşımı'dır. Üçüncü yaklaşım ise, oligopol de Cournot Yaklaşımı ile başlamış ve dış ticaret teorisinde yaygın olarak kullanılmıştır. Günümüz ekonomilerinde benzer faktör yoğunluğuna sahip ülkeler arasında yoğun bir şekilde yapılan ticaret ile (çok sayıda ülkenin aynı cins malları karşılıklı olarak alıp satmaları) dış ticaret yapan firmaların uluslar arası yatırım yaparak çokuluslu üretimi ne şekilde gerçekleştirdiklerini, Klasik teori tam olarak açıklayamamaktadır (Karluk, 2002: 91).

#### **1.4. MODERN ULUSLARARASI İKTİSAT TEORİSİNİN KÖKENİNİ OLUŞTURAN TEORİLER**

Bu ayırmda, günümüzün karmaşık dış ticaret ilişkilerini açıklamada önemli bir yeri olan modern dış ticaret teorileri ele alınacaktır (Karluk, 2002: 91). Sonrasında ise, 1980'lerde hayat bulan ve endüstri iktisadını temel alan yeni dış ticaret teorileri açıklanacaktır.

1930'lara gelindiğinde, dış ticaret teorileri alanında hakim yaklaşım, Neoklasik revizyonla teyid edilen, ancak uluslararası emek verimliliğinde farklılık doğuran etkenler üzerinde durmayan ve ülkeler arasında yurtiçi fiyat farklılığının nedenlerini açıklamayan Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramıdır. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teori'sinin sözü edilen temel eksiği, iki İsveçli İktisatçı Heckscher (1919) ve Ohlin'in (1933) katkılarına konu olmuştur. Heckscher-Ohlin Teorisine göre, bir ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahipse, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder. Dolayısıyla uzmanlaştığı bu malları ihraç ederken kıt olan malları ithal eder (Bayraktutan, 2003: 178-179). Modern dış ticaret Teorileri'nin kökenini oluşturan bu teori yine temelini geleneksel uluslararası iktisat teoremlerinden almıştır. Tablo 1'de bu teoriler ve özellikleri açıklanmıştır.

**Tablo 1.** Modern Uluslararası İktisat Teorisinin Kökenlerini Oluşturan Teoriler

<b>Merkantilizm</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Kendi Kendini Düzenleyen Bir Mekanizma Olarak Dış Ticaret</li><li>➤ Ödemeler Dengesi Analizi</li><li>➤ Serbest Ticaret Argümanları<ul style="list-style-type: none"><li>• 18. yy Kuralı</li><li>• Serbest Ticaretten Kazancın Nedenleri<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Emegın Uluslar Arası İşbölümü</li><li>▪ Teknik İlerleme</li></ul></li></ul></li></ul>
<b>Klasik Dış Ticaret Teorisinin Ortaya Çıkışı</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ölçek Ekonomileri</li><li>➤ Emek-Değer Teorisi<ul style="list-style-type: none"><li>• Emek Değer Teorisine Eleştiriler</li></ul></li><li>➤ Talebin <i>Ticaret Hadlerinin Belirlenmesindeki Rolü</i></li><li>➤ <i>Karşılaştırmalı Maliyetler</i></li><li>➤ Reel Maliyetlere Dayanan Değer Teorisi&amp;Eleştiriler<ul style="list-style-type: none"><li>• Farklı Malların Üretiminde Farklı <i>Faktör Nispetleri</i> Kullanılır.</li></ul></li><li>➤ Faktör Donanımlarındaki Farklılıklar<ul style="list-style-type: none"><li>• Niteliksel Farklılıklar (Üretkenlik Farklılıkları)</li><li>• Niceliksel Farklılıklar (Nisbi <i>Faktör Bollukları</i>)</li><li>• Kısmi Uzmanlaşma</li></ul></li></ul>
<b>Klasik Dış Ticaret Teorisindeki Gelişmeler</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Çok mallı analiz</li><li>➤ Dış ticaretin ücretler üstündeki etkisinin belirlenmesi</li><li>➤ Malların talep içindeki öneminin dış ticaretten kazançlara etkisi</li><li>➤ Ülkelerin nispi büyüklüklerinin dış ticaretten kazançlara etkisi</li><li>➤ Transfer maliyetleri</li><li>➤ Çok ülkeli analiz</li></ul>
<b>Neo-Klasik İktisat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Karşılıklı bağımlılık fiyat teorisi</li><li>➤ Karşılıklı bağımlılık fiyat teorisini dış ticaret analizinde kullanma girişimleri</li><li>➤ Dış ticarete genel denge analizi</li></ul>

**Kaynak:** AYDINONAT N, 2007: 2 NOT: Heckscher- Ohlin teoreminin gelişiminde rol oynayan önemli fikirler *italik* yazı tipi ile vurgulanmıştır.

Faktör donatımı, ülkenin sahip olduğu üretim faktörleri miktarını esas alırken emek ve sermayeyi dikkate alma geleneği sürdürülmektedir. Bu çerçevede, ülkeler emek-zengini ve sermaye- zengini, mallar ise emek-yoğun ve sermaye-yoğun biçiminde ayrıştırılırken ülkelerin, faktör donatımları ve malların, faktör yoğunlukları bakımından farklılaştığı düşünülmektedir. Ayrıca, bir malın üretim fonksiyonunun, dolayısıyla üretim teknolojisinin bütün ülkelerde aynı olduğu ve teknolojik gelişmeyle mümkün olan artan verim ihtimalini dışlayacak şekilde üretimde sabit verim koşullarının geçerli bulunduğu varsayılmaktadır (Bayraktutan, 2003: 178-179).

Analitik geçerliliğini göstermek üzere talep koşulları benzer ülkeler için neoklasik katkılar olan dönüşüm ve kayıtsızlık eğrilerine başvuru ve faktör donatımı teorisi olarak da nitelenen Heckscher-Ohlin modelinden faktör fiyatları eşitliği, gelir dağılımı ve Rybczynski teoremleri türetilmiştir. Faktör fiyatları eşitliği teoremine göre, uluslararası faktör hareketliliğinin tam olması durumunda faktör piyasalarının sağlayacağı faktör fiyatlarının eşitlenmesi sonucunu faktör mobilizasyonunun olmadığı koşullarda serbest ticaretin ortaya çıkaracağını ileri sürmektedir. İlk olarak Heckscher tarafından temas edilen faktör fiyatlarının serbest ticaretle eşitlenmesi hususunun Ohlin tarafından mutlak eşitlik yerine eşitlik yönünde bir eğilim şeklinde ifade edildiği ve nihayet Samuelson'ın serbest ticaretle faktör fiyatları eşitliğine erişildiğini analitik olarak gösterdiği görülmektedir (Bayraktutan, 2003: 178-179).

Stolper ve Samuelson, Ricardo'dan itibaren yüzyılı aşkın bir süre kabul gören, *'serbest ticaret, ülkedeki herkesin yararına, korumacılık yine herkesin zararınadır'* düşüncesine karşı çıkarak dış ticaret ilintili gelir dağılımı teorilerini geliştirmişlerdir. Buna göre, serbest ticaret, ihracatçı sektörün yoğun kullandığı (ülkede bol olan) faktörün yararına iken korumacılık, ithal ikameci sektörde yoğun kullanılan (ülkede kıt olan) faktörün lehinedir (Bayraktutan, 2003: 178-179).

Gümrük tarifeleri, ithalata rakip malların fiyatını, ihraç malları fiyatına göre yükselttiği sürece, Stolper-Samuelson teoreminin analitik geçerliliği devam edecektir. Aksine, gümrük tarifeleri, ithalatçının önemi yüzünden ithal malların

fiyatının düşmesine yol açarsa (Metzler paradoksu), bu teori de geçerliliğini kaybeder. Heckscher-Ohlin modelinden türev olan ve faktör arzındaki değişimlerin üretim sonuçlarını analiz eden Rybczynski teoremi yine iki-mallı, iki-faktörlü bir modelde ve tam istihdam koşullarında, faktörlerden birinin arzı artınca bu faktörü yoğun kullanan malda üretim artarken arzı sabit kalan faktörü kullanan malda üretimin, sektörler arası faktör transferi yüzünden azalacağını ortaya koymaktadır. Dış ticaret teorilerinin analitik niteliğini geliştirmesi ve mantıken tutarlılığı nedeniyle uluslararası iktisat literatüründe çok yaygın kabul gören Heckscher-Ohlin modeli ve türev teorilerin bilgi ve ilintili unsurları içermediği gözlenmektedir. Ancak 1950'lerin başından itibaren, bir yandan ampirik testlerin faktör donatımı teorisine duyulan güveni sarsması, öte yandan bilginin toplumsal dönüşümlere ve özellikle üretim sürecine belirgin yansımalarıyla dış ticaret teorileri, önemli açılımlara erişmiştir (Bayraktutan, 2003: 178-179).

1960'lı yıllarda uluslar arası ticareti açıklamaya yönelik yeni teoriler ileri sürüldü. Karşılaştırmalı üstünlüğün kaynakları üzerine alternatif görüşler geliştirildi. Amaç 'Leontief Paradoksu'nu açıklayabilmektir. Başka bir deyişle Leontief çelişkisinden yola çıkarak Heckscher-Ohlin teorisini genişletmek, alternatif açıklamalar getirmektir.

Ülkelerin belli sektörlerde neden dolayı karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları tartışması 1970'li yıllarda da sürdü. Uluslar arası ticaretin açıklanmasında, klasik teorinin değerini bütünüyle yitirmese de yeni değişkenlerle beslenmesinin gerekli olduğu görüşü benimsendi (Dura, 2000: 3).

## **1.5. ENDÜSTRİ İKTİSADINI TEMEL ALAN YENİ DİŞ TİCARET TEORİLERİ: 1980'Lİ YILLAR**

Geleneksel karşılaştırmalı üstünlük teorisinin, dünya ticaretini doğru bir şekilde açıkladığı konusunda öteden beri kuşku duyuluyordu. Bu yetersizlik, özellikle mamul ürünler ticareti için söz konusuydu (Dura, 2000: 3).

1980'lerde dünya ticaretinde meydana gelen kimi değişmeler, teorinin gözden geçirilmesini gerektirdi. Bu sırada ekonomistler, geleneksel ticaret teorisine alternatif modeller önerdiler. Yeni modellerde talep ile ürün farklılaştırılması kavramlarına ağırlık verildi. Ürün piyasalarında 'eksik rekabet' sorunu gündeme getirildi (Dura, 2000: 3).

Tarihsel açıdan bakıldığında ise, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra özellikle ticaretin serbestleştirilmesi ile benzer faktör donatımlarına sahip endüstri ülkeleri arasındaki endüstri-içi ticaretin artması ve Faktör Donatımı Teorisinin paradoks bir sonuç vermesi, Yeni Dış Ticaret Teorileri'nin ortaya çıkmasını motive etmiştir. Yeni Dış Ticaret Teorileri, uluslararası ticaretin tümünü açıklayamamasına karşın Geleneksel Dış Ticaret Teorisine tamamlayıcı bir nitelik taşımaktadır (Deviren, 2004).

### **1.5.1. Yeni Dış Ticaret Teorileri Nedir?**

Son dönemde uluslararası ticarete piyasa yapısı, eksik rekabet, artan getiri, endüstri-içi uzmanlaşma ve ticarettten kazanç, ölçek ve alan ekonomileri, mal farklılaştırması, ticaretin yapısındaki / bileşimindeki değişme, teknoloji faktörü ve yenilik alanlarında öylesine yapısal değişimler yaşandı ki ortaya çıkan yeni durumu klasik dış ticaretin mukayeseli üstünlükler yorumuyla açıklamak açıkça olanaksız hale geldi. Ricardo veya Heckscher-Ohlin modellerinin dış denge, tam rekabet, sabit verim, tam istihdam vb. varsayımları ile bu yeni durum tamamıyla açıklanamadı (Utkulu, 2005: 18).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünya ticaretinde gözlenen ampirik olgular; ticaretin serbestleştirilmesi, benzer ekonomiler arasındaki ticaretin artması ve sanayi malları endüstri-içi ticaretinin yanı sıra bilgi yoğun ticaret payının da artış göstermesi şeklinde karakterize edilmektedir. Geleneksel Faktör Donatımı Teorisi, uluslararası ticareti farklı faktör donatımlarına ilişkin karşılaştırmalı üstünlüklere dayandırması nedeniyle gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki endüstriler-arası ticareti açıklayabilmesine karşın dünya ticaretinde gözlenen olguları açıklamakta

yetersiz kalmaktadır. Gerek basit ve sınırlayıcı varsayımlara dayanması gerekse Leontief Paradoksu'nun ortaya çıkması gibi etmenler de, Faktör Donatımı Teorisi'nin küreselleşen günümüz uluslararası ticaretinin önemli bir bölümünü açıklamadaki yeterliliğini sınırlamaktadır. Bu bağlamda, uluslararası ticarete gözlenen ampirik olguları açıklamak için 1960'lı yılların başlarında Yeni Dış Ticaret Teorileri ortaya atılmış ve 1970'li yılların sonlarına doğru gelişme göstermiştir (Deviren, 2004).

Yukarıda da değinildiği gibi 1970'li yılların sonunda ortaya çıkan ve 'Yeni Dış Ticaret Teorileri' olarak adlandırılan bu teoriler, uluslararası ticaret alanında çok önemli bir gelişme sağlamışlardır. Yeni Dış Ticaret Teorileri'nin temel özelliği, geleneksel dış ticaretin temel varsayımları olan tam rekabet ve ölçeğe göre sabit getiri varsayımlarını terkederek, ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasalarını analizin temeline almasıdır. Şüphesiz teorinin yeni olarak adlandırılması ölçek ekonomileri ve eksik rekabet piyasa varsayımlarının dış ticaret teorisi içine ilk kez katılmasından dolayı değildir. Tarihsel olarak incelendiğinde ölçek ekonomilerin Dış Ticaret Teorisi ile ilişkilendirilmesinin kökeni klasik iktisatçılara kadar gitmektedir. Ancak Krugman (1990)'da belirtildiği gibi özellikle İngilizce konuşulan ülkelerde matematiksel olarak formüle edilemeyen teorilerin çok fazla ilgi çekmemesi, ölçek ekonomileri ve eksik rekabet piyasa yapısını içeren dış ticaret teorilerinin matematiksel olarak formüle edilebilmesinin ancak 1970'li yılların sonunda başarılması teorinin 'yeni' olarak nitelendirilmesine neden olmaktadır (Akkoyunlu, 1996: 71).

Yeni Dış Ticaret Teorileri; dış ticaretin nedenleri, uluslararası uzmanlaşma eğiliminin belirleyicileri, dış ticarettten elde edilen kazançlar, korumacılığın etkileri gibi birçok önemli sorunu yeniden tartışma gündemine getirmiştir. Ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasaları varsayımları altında yeni dış ticaret teorisinin yeni bir boyut kazanmasına neden olmuştur (Akkoyunlu, 1996: 71). Aşağıda bu teoriler ayrıntılı bir şekilde incelenmektedir.

### 1.5.1.1. Nitelikli İşgücü Teorisi

Keesing ve Kenen gibi yazarlar, sanayi ülkeleri arasındaki dış ticaretin büyük bir bölümünün nitelikli işgücü farklılıkları ile açıklanabileceğine işaret etmişlerdir (Seyidoğlu, 2005: 79). Yine bu teoriye göre (Seymen, a.g.i.s);

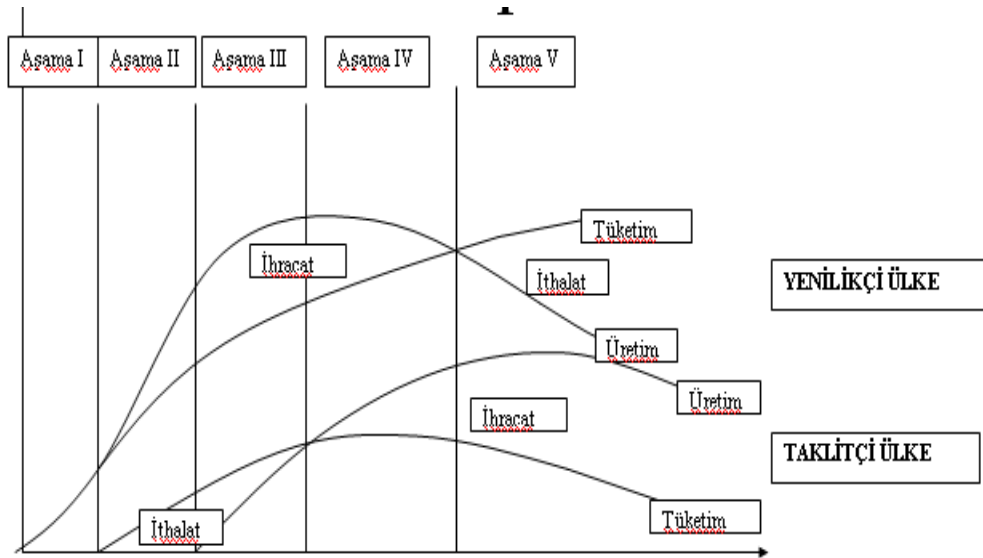
- Sanayi ülkeleri arasındaki ticaretin büyük bir bölümü nitelikli işgücü farklılıkları ile açıklanabilir.
- Belirli türlerdeki mesleki veya nitelikli işgücü bakımından zengin ülkeler, üretimi büyük ölçüde bu faktörlere bağlı olan mallarda uzmanlaşırlar.
- Niteliksiz emeğe bol olarak sahip ülkeler ise yoğun olarak niteliksiz emeği içeren malları üretirler.
- “Neo-faktör donatımı” teorisi; nitelikli emek-yoğun mallar ile sermaye-yoğun mallar genellikle birbirinin aynıdır.

### 1.5.1.2. Teknoloji Açığı Teoremi

M.U. Posner tarafından 1961 yılında ortaya atılmıştır. Bir malın üretiminde gelişmiş teknolojik bir yenilik bulan ülkeler, o malın üretimini kendi tekelinde tutarlar. O malın ihracatçısı durumundadırlar. Söz konusu teknolojiye sahip olmayan ülkeler ise bu malı ithal ederler. Ancak bu teknoloji bir süre sonra diğer ülkeler tarafından taklit edilmeye başlanır. Bundan sonra buluş sahibi ülkenin ihracatı azalmaya başlar. Hatta bir süre sonra buluş sahibi ülke aynı malı taklitçi ülkeden ithal etmeye de başlayabilir. Günümüzde gelişmiş ülkelerle, az gelişmiş ülkeler arasında dış ticaret bu şekilde cereyan etmektedir. Gelişmiş ülkenin ihracatını artırması için yeni teknolojileri bulması gerekmektedir (Çelik vd. 2009: 13).

### 1.5.1.3. Ürün Dönemleri Teoremi

R. Vernon, 1966 yılında Teknoloji Açığı Teorisi'nin bir uzantısı ve genelleştirilmiş şekli olarak görülen Ürün Dönemleri Teorisi'ni ileri sürmüştür. Bu teori, bilgi yoğun ürünler üzerindeki karşılaştırmalı üstünlüklerin dinamik teorisini sunmaktadır. Vernon, Ürün Dönemleri Teorisi uyarınca yeni ürünlerin gelişimi sırasında birçok aşamadan geçtiğini ve karşılaştırmalı üstünlüğün ürün dönemleri boyunca değiştiğini ortaya koymakta ve yeni ürünlerin icadının ABD gibi ülkelerde yoğunlaştığını öne sürmektedir. Teknoloji Açığı Teorisi, taklit etme sürecindeki gecikmeyi vurgularken Ürün Dönemleri Teorisi ise standardizasyon sürecini vurgulamaktadır. Bu teorilere göre, endüstri ülkelerinin yeni ve daha ileri teknolojileri temsil eden ürünleri ihraç etmeleri ve eski veya daha az ileri teknolojileri ifade eden ürünleri ithal etmeleri beklenir (Deviren, 2004). Aşağıdaki şekil Vernon'un ürün dönemleri hipotezini açıklamaktadır;



Şekil 3. Ürün Dönemleri Hipotezi

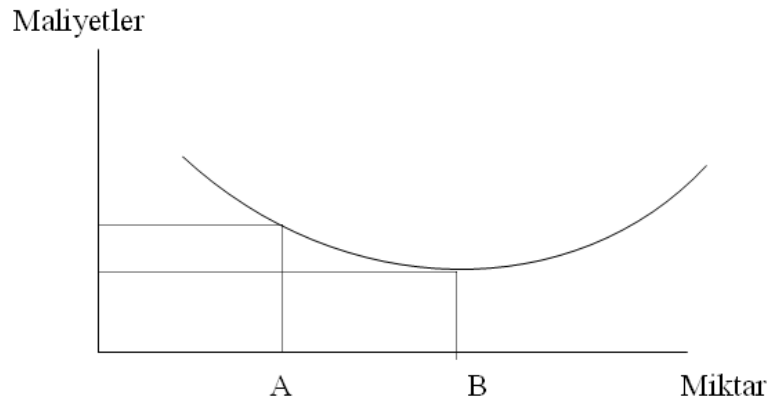
Kaynak: Özkale, a.g.i.s.

#### 1.5.1.4. Tercihlerde Benzerlik Teoremi

B. Linder tarafından ortaya atılmıştır. Linder'e göre dış ticaret zevk ve tercihleri birbirine benzeyen ülkeler arasında yapılmaktadır. Özellikle sanayi mallarının dış ticaretini açıklamaktadır. Gelir düzeyleri birbirine benzeyen ülkelerde tüketicilerin tercihleri de benzerdir. Kişi başına gelir yüksekse yüksek kaliteli, düşükse düşük kaliteli mallar tercih edilecektir (Çelik vd. 2009: 14).

#### 1.5.1.5. Ölçek Ekonomileri Teoremi

Faktör Donatımı Teorisi, her iki malın iki ülkede de ölçeğe göre sabit getiri koşulları altında üretildiğini varsaymaktadır. Dolayısıyla; söz konusu teori iki ülke her bir yönüyle birbirine benzer olduğunda ölçeğe göre artan getirilere dayalı ticaretin ortaya çıkmasını açıklayamamaktadır. Günümüz uygulamalarına bakıldığında, üretim daha etkin ve ölçek daha büyük olduğu için birçok endüstrinin ölçek ekonomilerine sahip olduğu göze çarpmaktadır (Deviren, 2004). Aşağıdaki grafikte teori açıkça görülmektedir.



Şekil 4. Ölçek Ekonomileri Teoremi

Kaynak: Özkale, a.g.i.s.

Ölçek Ekonomileri Teorisi'ne göre; geniş bir iç piyasaya sahip ülkeler, ölçek ekonomilerinden faydalanarak üretimde azalan maliyetler elde etmektedirler. Söz

konusu ülkeler, ölçek ekonomilerinin etkili olduğu malları ihraç etmekte ve diğer malları ithal etmektedir. Tersine, dar bir iç piyasaya sahip ülkeler ise ihracat piyasalarına üretimde bulunarak ölçek ekonomilerinden fayda sağlayabilmektedir. Böylece, ülkeler ölçek ekonomileri yoluyla malları daha etkin şekilde üretmeyi sağlayan sınırlı ürün yelpazesinde uzmanlaşmakta ve tüm mal çeşitlerini tüketmek için birbirleriyle ticaret yapmaktadır (Deviren, 2004).

#### **1.5.1.6. Monopolcü Rekabet Teoremi**

Günümüzde uluslararası ticaret teorisinin en aktif alanı, ölçeğe göre artan getiriler ile eksik rekabet piyasalarının ticaret modellerine girmesidir. Başlangıçta ölçeğe göre artan getirilere duyulan ilgi, temelde bu ögenin Faktör Donatımı Teorisi'nin çerçevesi için gerekli bir değişiklik olduğu inancından kaynaklanırken son yıllarda eksik rekabet piyasalarına yönelik ilgi, endüstri-içi ticarete gözlenen artışı açıklama isteğinden ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, iktisatçılar 1933 yılında Edward H. Chamberlin tarafından geliştirilen Monopolcü Rekabet Teorisi'ni dış ticarete uygulamışlardır (Deviren, 2004).

Monopolcü Rekabet Teorisi, analizinde gerçekçi varsayımlar kullanmaktadır. Bu nedenle; ölçeğe göre artan getiriler, monopolcü rekabet piyasaları ve ürün farklılaştırması önem kazanmakta ve teknolojik değişmeler göz önüne alınmaktadır. Üretim faktörlerinin, ülkeler arasında mobil oldukları varsayılmakta ve taşıma giderleri, analize dahil edilmektedir. Uluslararası fiyatın belirleyicisi, monopolcü rekabet piyasalarında faaliyet gösteren firmalar olmaktadır. Ülkeler, endüstri-içi ticaret nedeniyle bir malın hem ihracatçısı hem ithalatçısı oldukları için karşılaştırmalı üstünlüklere göre uzmanlaşmaya gidememektedirler (a.g.e).

#### **1.5.1.7. Varlık Teorisi**

Irving Kravis tarafından 1956 yılında ortaya atılmıştır. Kravis'e göre dış ticaretin nedeni bir malın ve hizmetin bir ekonomide bulunmamasıdır. Ülkeler, kendileri üretmedikleri veya pahalıya ürettikleri malları veya hizmetleri diğer

ülkelerden ithal ederler. Malların ve hizmetlerin bazı ülkelerde olup, bazılarında olmamasının nedenleri şunlardır (Çelik vd. 2009: 12):

- Doğal kaynak zenginliklerinin farklı olması
- Teknolojik yeniliklerin olup olmaması
- Geçici monopol yaratan ürün farklılaştırması

### **1.5.2. Yeni Dış Ticaret Teorisinin Öncüleri ve Yeni Dış Ticaret Teorisinin Modern Dış Ticaret Teorisinden Farkları**

Modern ticaret teorilerinden sonra iki önemli konu üzerinde durulmuştur. Bunlar; piyasa aksaklıkları ile ticaret politikası arasındaki ilişkinin ve artan getiriler nedeniyle ortaya çıkan uzmanlaşmanın ticaret teorisi açısından öneminin fark edilmesidir. Bu fikirlerin uluslar arası iktisat teorisine girişi dış ticaret analizinde yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Yeni dış ticaret teorisinin ortaya çıkışı olarak anılan bu gelişme, Lancaster (1980), Helpman (1981-1987) ve Krugman gibi iktisatçıların katkısıyla başlamıştır.

Yeni ticaret teorileri, modern uluslar arası iktisat teorisinde yer bulamayan, ölçek ekonomileri, artan getiriler, piyasa aksaklıkları, endüstri içi ticaret gibi fikirleri dış ticaret analizine dahil eder. Yeni ticaret teorilerinin gelişmesinde, modern teorinin ampirik testlerdeki başarısızlığı kadar, dış ticaretin yapısı ve hacmi ile ilgili yeni olgularda rol oynamıştır. Özellikle, ticaretin GSYİH' ye oranının artması, ticaretin önemli bir kısmının endüstriler arasında değil, endüstri içinde yapıldığı gibi olguların fark edilmesi modern teorinin dünya ticaretinin önemli bir kısmını açıklamada yetersiz olduğunun fark edilmesine yol açmıştır (Aydınolat, 2007: 131).

1970'li yılların sonuna kadar ölçek ekonomileri ve eksik rekabet piyasalarına dayanan dış ticaret modelleri aşikar bir yapı içerisinde ifade edilememekle birlikte, bu tarihten önce de ölçek ekonomileri ve rekabetçi olmayan davranış biçimlerinin dış ticaret içerisindeki yerini inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Ölçek ekonomileri ve eksik rekabet teorilerinin dış ticaret teorisi bağlamında incelenmesinin tarihsel

kökünü klasik iktisatçılara kadar gitmektedir. Klasik iktisadın dış ticaret teorisi alanında temel konusu olan ticaretten elde edilen kazanç ve refah etkileri çerçevesinde, Marshall ölçek ekonomilerinin dış ticaret hadleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Marshall'a göre, ölçeğe göre artan getirinin olduğu durumda, bir ülkenin ithalat talebini artırması, ithalat yapılan ülkede üretimin artmasına ve ölçek ekonomileri nedeniyle maliyetin düşmesine neden olacağı için, ithalat yapan ülkenin dış ticaret hadlerinde iyileşme yaratarak refah artışına neden olabilir. Ölçek ekonomileri ve dış ticaretten elde edilen kazanç arasındaki ilişki konusunda ise Graham (1923) aksi görüşü savunmaktadır. Graham'a göre, ölçeğe göre artan getiri durumunda dış ticaret, kaynak dağılımını ölçeğe göre artan getirili endüstrilerden azalan getirili endüstrilere yönelttiği durumda, toplam üretimde düşmeye ve dolayısıyla ülke refahında azalmaya neden olacaktır (Seyidoğlu, 2005: 72).

Neo-Klasik Teorinin gelişmesi ile birlikte ise ilgi, ölçek ekonomileri ve eksik rekabet varsayımı altında dış ticaretin bileşimini nasıl etkileneceği konusunda yoğunlaşmıştır. Ohlin (1933), ölçek ekonomilerinin dış ticaretin belirleyicilerinden birisi olduğunu belirtmektedir (Akkoyunlu, 2007: 74). Burada belirtilmesi gereken bir noktada Ohlin modeline göre, serbest ticaret ve onu simgeleyen uluslar arası uzmanlaşmanın, ülkelerin bol olarak sahip buldukları faktörlerin fiyatlarını yükseltip kıt faktörlerin bedelini düşürerek ülkeler arasında fiyatların eşitlenmesine neden olduğudur (Seyidoğlu, 2005: 72).

Uluslararası ticaretin değişen yapısı, 1970'li yılların sonlarında, dış ticaret teorisyenlerini, iktisadın diğer bir disiplininde endüstriyel organizasyon olarak kaydedilen gelişmelere başvurmalarına neden olmuştur. Aslında 1960'lı yıllar ve 1970'li yılların ilk yarısında sanayileşmiş ülkeler arasında endüstri-içi ticaretin rolü pek çok akademisyen tarafından vurgulanmıştır (Çakmak, 2004: 53).

Balassa (1966) ve Grubel ile Lloyd (1975) gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin önemli ölçüde endüstri içi ticaret olduğunu saptamış, Balassa (1967) ise, savaş sonrası dünya ticaretinde meydana gelen değişmelerin ölçek ekonomileri ve eksik rekabet teorileri olmadan açıklanamayacağını belirtmiştir. Ölçek ekonomileri ve eksik rekabet piyasa yapısının dış ticaret modellerine açık olarak katılması ancak

endüstriyel organizasyon teorisinde gerçekleşen ilerlemeler sonucu alternatif piyasa biçimlerinin modellenmesi ile gerçekleşmektedir. Endüstriyel organizasyon teorisindeki gelişmelere bağlı olarak 1970'li yılların sonunda farklılaşmış ürünler arasında endüstri içi ticareti açıklamaya amaç edinen tekelci rekabet teorileri birbirinden bağımsız olarak Lancaster (1975), Spence (1976) , Dixit ve Stiglitz (1977) tarafından geliştirilmiştir. Yeni dış ticaret teorilerinin, tekelci rekabet ile birlikte aynı zamanda oligopolistik piyasa yapısı altında dış ticaret politikasının etkileri konusunda da yoğunlaştığı görülmektedir. Oyun teorisi ve oligopol modellerinin dış ticaret teorisine uygulanması sonucu, oligopolistik dış ticaret teorilerinin uluslar arası rekabetin dış ticaret politikaları ile ne yönde etkilenebileceği üzerinde yoğunlaştığı göze çarpmaktadır (Akkoyunlu, 2007: 74-75).

## **1.6. ENDÜSTRİ İKTİSADI VE DIŞ TİCARETTE ÖLÇEK EKONOMİLERİ**

Bu bölümde yeni dış ticaret teorilerinin temeli olan, endüstri iktisadı ve ölçek ekonomilerine değinilecektir.

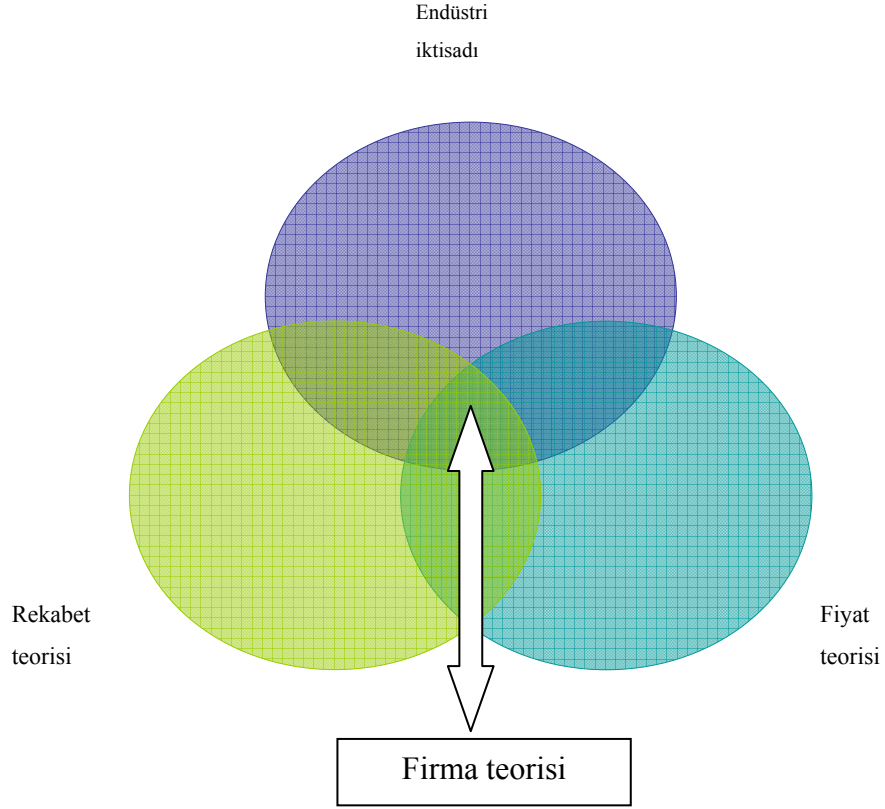
### **1.6.1. Endüstri İktisadı**

Endüstri iktisadı, gerçek hayatta endüstri sektöründe firma davranışlarını, firma stratejilerini, devletin rekabet politikalarını ve geniş anlamda rekabet olgusunu inceleyen bir bilim dalıdır. Endüstri iktisadının 1950'li yıllarda ayrı bir bilim olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Ancak endüstri sektöründe firma davranışlarının gerçek hayattaki boyutlarıyla incelenmesi konusundaki çabaların ve önerilerin 20. yüzyılın başlarında hatta 19. yüzyılın sonlarında ortaya çıkmaya başladığı söylenebilir. Endüstri iktisadı, başta iktisat biliminin babası sayılan A. Smith olmak üzere, endüstri iktisadının babası sayılan A. Marshall ve P. S. Florance, E. H. Chamberlin, A. A. Berle ve G. C. Means, J. S. Bain, P. WS. Andrews gibi birçok sayıda iktisatçının katkılarıyla gelişmiştir (Türkkan, 2001: 10).

### 1.6.2. Endüstri İktisadı Konusu ve Gelişimi

Endüstri ve endüstri iktisadı kapsamında değerlendirilen konular özellikle sanayi devrimi ile birlikte önem kazanmaya başlamıştır. Endüstri iktisadı terimi iktisat literatüründe 1940'lı yıllarda girerken, bu alandaki öncü çalışmalar J.M. Clark, E. Mason ve P. W. S. Andrews tarafından yapılmıştır. Ülkelerin gelişiminde önemli bir aşama olarak ortaya çıkan endüstri iktisadı üzerine çalışan iktisatçılar, 19. yüzyılda geliştirilen tekniklerle ortaya çıkarılan değişimlerdeki artışlara bağlı olarak marjinallik açısından birçok sorunun analitik yaklaşımlarla çözümlenebileceğine inanmışlardır. Endüstri iktisadı, piyasa ve firmalar arasındaki karşılıklı etkileşimle ilgilenmektedir. Mal ve hizmet üretenlerle, üretilen mal ve hizmetleri talep edenler bir piyasa yapısı içerisinde karşı karşıya gelmektedirler. Burada piyasa bağlamında üretim yapmak amacıyla üretim faktörlerini talep eden veya kullanan piyasa unsurları olarak firmalar, arz edicilerdir. Talep ediciler veya tüketiciler ise, arz edilen ürün fiyatlarının yanı sıra gelir ve tercihlerine bağlı olarak karar veren piyasa ajanlarıdır (Çoban, 2003: 4-5).

İlk etapta piyasanın tanımlanmasına ilişkin formel bir modelin geliştirilmesine aracılık eden endüstri iktisadı, etkileşime katılan firmaların rasyonel davranacağı ve bireysel anlamda firmaların rasyonel davranacağı ve bireysel anlamda firmaların temel amaçlarının karlarını maksimize etmek olacağı varsayımından hareket etmektedir. Piyasa oluşumuna katılan taraflar arasındaki etkileşimin analizinde endüstri iktisadı, piyasa başarısının tespitine ilişkin olarak denge konseptini kullanmaktadır. Endüstri iktisadı bağlamında daha ayrıntılı analizler, eksik rekabetin söz konusu olduğu piyasa yapılarında yapılmaktadır (Çoban, 2003: 4-5). Temelini endüstri iktisadından alan yeni dış ticaret modelleri bu analizlere verilebilecek en yerinde örnektir.



**Şekil 5.** İktisat Teorisi ve Endüstri İktisadı

**Kaynak:** Çoban, 2003: 4.

### 1.6.3. Yeni Endüstri İktisadı

Endüstri İktisadı teorisinin tarihsel gelişimi Cournot (1838) ve Bertrand'ın (1883) oligopol modeline ve fiyat oluşumunu belirleyen faktörler olarak arz ve talebe göre Marshall (1879, 1890) tarafından geliştirilen yaklaşımlara kadar uzanmaktadır. 1930'lu yıllarda Hotelling (1929) tarafından formüle edilen ürün farklılaştırması eksenli fiyat rekabeti modelinin yanı sıra Robinson (1933) ve Chamberlin (1958) tarafından yapılan monopolistik rekabet eksenli tartışmalar, daha ileri teorik yenilikleri ortaya çıkarmıştır. Özellikle son yıllarda yeni endüstri İktisadı alanında ilk ampirik yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu hızlı gelişim, çatışma yapısı içerisindeki

bireylerin stratejik etkileşimlerini analiz eden oyun teorisi alanındaki metodolojik gelişmelerinde yardımıyla kesin olarak teşvik edilmektedir. Özellikle Harsanyi (1967, 1968) ve Selten (1965) tarafından eksik bilginin de dikkate alınmasına olanak sağlayan dinamik oyun açısından denge kavramının geliştirilmesi, endüstri iktisadı teorisinde yeni yaklaşım ve soruların esasını oluşturmaktadır (Çoban, 2003: 5-8).

Açıklamalardan da anlaşılacağı üzere endüstri iktisadı, oyun teorisi temelli olup eksik rekabet piyasalarının sonuçlarını açıklamaktadır. Bunun yanında endüstri iktisadı sadece teorik olarak kalmamış, uygulamaya da geçmeye çalışmıştır. Yeni dış ticaret teorileri incelendiğinde bu açıkça görülecektir. Aşağıdaki şekil endüstri iktisadı ve diğer iktisat teorisi alanları arasındaki etkileşimi açıkça ortaya koymaktadır.

Sanayi iktisadı olarak da bilinen endüstri iktisadı 1970- 1990 tarihleri arasında incelendiğinde burada üç yeni ekolün önem kazandığı görülür. Bunlar (Davut, 2002: 13-14):

- I. *Yeni Endüstriyel Organizasyon Teorisi:* Bu teori, oligopol konusunda odaklanan çalışmaları kapsamaktadır. Oyun teorisi kullanılarak düopol konusunda analizler yapılmaktadır.
- II. *Yeni Chicago Ekolü:* Bu ekolün en belirgin özelliği, monopole olumlu yönden yaklaşmasıdır.

Bu ekole göre, sanayi iktisadındaki yapıdan performansa uzanan etki zinciri anlamlı kabul edilmemektedir. Esas olarak, performanstan yapıya uzanan etki zincirine önem verilmektedir. Bu görüşler ışığında monopol konusunda da şu sonuçlara ulaşılmaktadır:

- Monopol sadece etkinlikteki üstünlüğü yansıtır. Bir firmanın monopol konumunu kazanması iktisadi faaliyetinde etkinliği sağlamasına bağlıdır.
- Monopol etkinliği sağlamadaki başarıdan kaynaklandığı için monopolün yararlı olduğu savunulabilir.

- Monopol konumuna gelmenin maliyetleri vardır ve bu maliyetler monopol karını ortadan kaldırır.

III. *Yarışabilir Piyasalar Teorisi:* 1975-1982 yılları arasında William Baumol, John C. Panzar ve Robert D. Willing tarafından geliştirilen bu teoride giriş koşullarının önemi vurgulanmaktadır. Endüstriye yeni firma girişlerinin çarpıcı etkileri olabileceği ve bu etkiler nedeniyle piyasa yapısının giriş öncesi özelliklerinin önemini yitireceği savunulmaktadır.

1990'lara gelindiğinde Yeni Chicago Ekolü'nün etkilerinin zayıfladığı ve yarışabilir piyasalar teorisinin büyük ölçüde reddedildiği görülmektedir. Geleneksel Yapı-yönetim-performans üçlüsüne dayanan analizin sanayi iktisadı alanına büyük ölçüde hakim olduğu ve bu analizin oyun teorisine dayalı "Yeni Endüstriyel Organizasyon Teorisi" ile desteklendiği görülmektedir.

#### **1.6.4. Ölçek Ekonomileri ve Dış Ticaret**

Klasik iktisadın kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith'in ünlü "iş bölümü pazarın genişliği ile sınırlıdır" sözünden başlayarak, ölçek ve ölçek ekonomileri iktisadın önemli konularından biri olmuştur, Smith'e göre büyük pazarlar emeğin ve makinelerin uzmanlaşmasına yol açacak ve bu da birim maliyetlerde önemli düşüşler sağlayacaktır (Ansal ve Çetindamar, a.g.i.s).

Firma bazında ölçek ekonomileri ise, sermaye ve emek yoğunluğu, hedef piyasalar, endüstriye özel vergi ve vergi dışı engeller ve endüstriye özel avantajlarla birlikte endüstrideki firma sayısı ve büyüklüğünü etkilemektedir. Bir endüstrideki rakip firmaların hepsinin aynı büyüklükte olması bir zorunluluk değildir<sup>1</sup> Aksine, değişik büyüklükteki firmalar değişik uluslararası stratejileri başarıyla uygulayabilirler. Üretimden kaynaklanan ölçek ekonomisinin hakim olduğu fakat başka hiç bir içsel veya dışsal değişkenin karar almayı etkilemediği süreçte, iç piyasalarda ve dış piyasalarda rekabet eden firmaların büyüklükleri arasında fark olmaması gerekir. Zira büyüklükleri etkileyen sadece ölçek ekonomileridir ve her bir firma için bireysel optimum büyüklük aslında bütün endüstride tek bir büyüklük

miktardır. Eğer firmaların uluslararası piyasalarda rekabet etmesini etkileyen dışsal değişkenler var ise, o durumda i piyasalara çalışan firmalar ile dış piyasalara çalışan firmaların büyüklükleri arasında fark olmalıdır. Her bir dışsal değişken, optimal firma büyüklüğünü etkilemektedir. Eğer ihracat için minimum bir firma büyüklüğü zorunlu ise, diğer koşullar sabit iken ihracatçı firmalar ihracat yapmayan firmalardan mutlaka daha büyük olacaklardır (Kabasakal ve Görmüş, 2006: 2).

Firmalar ticaretin serbestleşmesini neden sadece birkaç ülkeyi kapsayan bölgesel çapta arzulamaktadırlar? Hangi durumlarda onu hem küresel serbest ticarete hem de korumacılığa tercih edeceklerdir? Bir diğer deyişle, yürüttükleri bölgesel ticaret stratejisinde ne zaman karlarını maksimize edeceklerdir? Yeni uluslar arası ticaret teorisini kullanarak diyebiliriz ki, ölçeğe göre artan getirili firmalar bölgesel serbest ticaret taraftarı olacaktır. Böyle firmalar için, kar maksimizasyonunu sağlayacak optimal üretim seviyesi ancak bölgesel bir pazarın varlığında gerçekleşebilir ([www.genbilim.com](http://www.genbilim.com)).

Yeni Uluslararası Ticaret Teorisinden yola çıkılarak, ölçeğe göre artan getirili firmaların bölgesel birlikleri savunması gerektiği ne sürülür. Bu tip firmalar için, kar maksimizasyonunu sağlayan optimal üretim seviyesine ancak, ülke sınırlarını açan bölgesel pazarlar içerisinde ulaşılabilir. Ticaret politikaları genelde eksik rekabet şartlarının varlığı kabul edilerek oluşturulur. Tam rekabet koşulları içinde bulunmayan endüstriler için tamamen serbest bir ticaret politikası optimal politika olmayabilir. Tam rekabetçi piyasalardaki firmalar için kar maksimizasyonu küresel düzeyde serbest ticaret ortamında sağlanabilir. Ancak, tam rekabet ortamı bulunmayan serbest piyasalarda da, himayeci ticaret politikaları en iyi zm değildir ([www.genbilim.com](http://www.genbilim.com)).

Ölçek ekonomisi, üretim düzeyleri arttıkça azalan marjinal maliyetle çalışan firmalar anlamına gelmektedir. Bu durumda, bir birim daha üretmenin maliyeti, üretim seviyesi arttıkça düşmektedir. Bu genelde, üretim düzeyi arttıkça verimliliğin de artmasının sonucudur. Ayrıca, üretime başlamadan önce çok büyük tutarlarda sabit maliyetin üstlenilmesi de ölçek ekonomilerine yol açabilir. Bu sabit maliyetler, üretilen her birimle beraber, ortalama üretim maliyetinin düşmesi sonucunu doğurur.

Ancak, ölçek ekonomisi, endüstrinin tam rekabet koşullarında çalışmasına da engel oluşturmaktadır. Zira ölçek ekonomileri, bir endüstri içindeki optimal firma sayısının çok az hatta sadece bir ya da birkaç olmasını gerektirebilmektedir. Bu endüstrilerde optimal üretim düzeyine ulaşmak kar maksimizasyonu için en önemli şartı oluşturmaktadır. Bu nedenle ancak, çok büyük üretim düzeylerine sahip yalnızca birkaç firma sektör verimliliğini sağlayabilecektir. Küçük miktarlarda üretim yapan çok sayıda firma verimli olmayacağı gibi kar maksimizasyonu da sağlanamayacaktır. Çünkü firmalar maliyet eğrilerini minimuma düşürecek üretim düzeylerine ulaşamayacaklardır. Bu yüzden bu tür endüstrilerdeki piyasa yapıları monopolcü ya da oligopolcü olmaya eğilimlidirler. Burada öne sürülen tez, ölçek ekonomili firmaların bölgesel ekonomik birlikleri, himayeciliğe ya da global düzeyde serbest ticarete tercih edecekleridir (www.genbilim.com).

Genel anlamda bakılacak olursa, ölçek ekonomileri uzun dönemle ilişkilidir. Bu dönem üretim faktörlerinin artırılabilirdiği yani kısa dönemde sabit olarak alınan faktörlerinde değişken hale geldiği durumu ifade eder. Bir başka deyişle ölçeğe göre getiri kavramı bütün üretim faktörlerinin aynı oranda değiştirilmesi sonucu gerçekleşen üretim değişimi ile ilişkili bir kavramdır (Koutsoyiannis, 1987: 88). Ölçek ekonomisi endüstrideki çıktının parasal değerinin toplam imalat çıktısına oranlanmasıyla ölçülür. Ölçek değişkeni, ithalat ve ihracat düzeyi ve uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin konumu arasındaki ilişkinin kurulmasından ziyade bir endüstride tüketim ve çıktının büyük payı olarak görülebilir. Buda yüksek ihracat performansı için gerekli ölçek ekonomisinin düzeyini vurgular (Yücel, 2006: 54).

## İKİNCİ BÖLÜM

### ENDÜSTRİYEL İKTİSAT KAPSAMINDA PİYASALARIN SINIFLANDIRILMASI VE BU AÇIDAN DIŞ TİCARET TEORİLERİNİN AYRINTILI ANALİZİ

Bu bölümde amaç, Monopolcü Rekabet ve Oligopolistik piyasa yapılarını incelemek ve bu doğrultuda oluşan ticaret teorilerinin ana temalarını açıklamaktır.

Ancak bu incelemeye geçmeden önce bu iki piyasa ve bu bağlamda oluşturulan teoriler arasındaki farklılıkların sunulması gerekmektedir.

#### 2.1. MONOPOLCÜ REKABET PİYASASI VE NİTELİKLERİ

Monopolcü Rekabet Teorisi, Bertrant fiyat rekabeti, yani her firmanın rakip firmanın fiyatlarını veri olarak kar maksimizasyonu yaptığı varsayımına dayanmaktadır. Bir diğer varsayımı da, firmaların ürün farklılaştırması yapabildiğidir. Ürün farklılaştırması varsayımı altında bir firma tarafından üretilen mal, var olan firmaların ürettiği veya piyasaya yeni girecek olan firmaların (potansiyel rakiplerin) üreteceği malların tam ikamesi olmamaktadır. Dolayısıyla bu, firmalara monopolcü bir güç sağlamakta ve her firma negatif eğimli talep eğrisine sahip tekelci firma gibi davranmaktadır. Ürün çeşidi sayısının ve dolayısıyla firma sayısının çok olması ise firmalar arasındaki oligopolistik etkileşimi engellemektedir.

Piyasaya giriş ve çıkış ile ilgili olarak ise, iki alternatif durum söz konusudur. Birincisinde, giriş ve çıkışın sınırlandırıldığı durumda firmaların karı sıfır olmamaktadır.

İkincisi ise, giriş ve çıkışın serbest ve iktisadi karın sıfır olduğu, Chamberlin büyük grup modeli olarak bilinen modeldir ( Akkoyunlu, 1996: 75).

### **2.1.1.Monopolcü Rekabet Piyasasının Oluşumu**

Monopolcü Rekabet Piyasası, Monopol ile Tam Rekabet Piyasası arasında yer almaktadır. Dolayısıyla bu piyasa, hem Monopol hem de Tam Rekabet Piyasasının özelliklerini yansıtır. Bununla birlikte Monopolcü Rekabet Piyasası, Tam Rekabet Piyasasına daha yakın bir piyasa türüdür. Monopolcü Rekabet Piyasası'nın genel özellikleri şöyle özetlenebilir (Özkan, 2004: 171).

- Monopolcü Rekabet Piyasası'nda çok sayıda firma bulunduğundan, firmaların fiyat üzerinde kontrol ve etkileme gücü sınırlıdır. Firma sayısının çok olması, firmaların fiyat ve üretim miktarları konusunda bir anlaşma yapmalarını önler. Ancak Monopolcü Rekabet Piyasasında satıcılar belirli aralıklarla da olsa piyasa fiyatını etkileyebilirler.
- Monopolcü Rekabet Piyasası'nda fiyat dışı rekabet çok yaygındır.
- Monopolcü Rekabet Piyasası'nda, piyasaya giriş tam rekabet piyasası kadar olmamakla birlikte yine de kolaydır. Bu durum Monopolcü Rekabet Piyasasında uzun dönemde ekonomik kârın olmamasına neden olur.
- Monopolcü Rekabet Piyasası'nda firmalar küçük ölçeklidir. Bu nedenle bu piyasalardaki firmaların ölçek ekonomisi ve sermaye yatırımları küçük boyuttadır.
- Monopolcü Rekabet Piyasası'nın en önemli özelliği ürün farklılaştırmasıdır. Ürünün farklılaştırılması, bu piyasaları tam rekabet piyasalarından ayıran en önemli faktördür. Monopolcü rekabet piyasasında her endüstri birbirinin yerine kullanılabilen ancak farklılaştırılmış ya da farklı olduğu tüketiciye inandırılmış ürün satar. Ürünler arasındaki farklılıklar, ürünün fiziksel

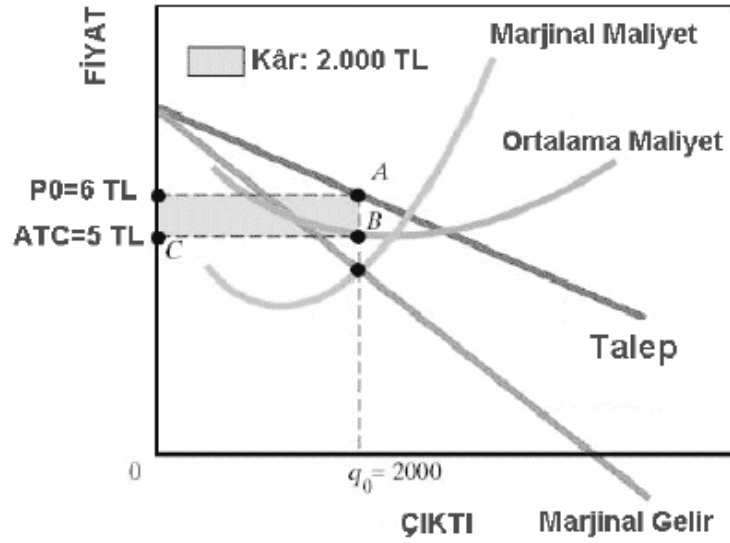
özelliklerinde olabileceği gibi paketleme, firmanın reklam kampanyası, satış koşulları ve servis gibi konularda da olabilir

Bir Tekelci Rekabet Piyasası'nın iki kilit özelliği vardır; ilki firmalar farklılaştırılmış ürün satışı konusunda rekabet içindedirler. Bu ürünler birbirinin tam ikamesi olmasa da birbirleriyle yüksek derecede ikame edilebilirler. Yani bu mallar arasında çapraz talep esnekliği pozitif ve yüksek değer alır. İkinci özellik piyasaya giriş ve çıkışlar serbesttir. Yani yeni firmalar kendi markaları ile bu piyasaya kolayca girebilirler, yine piyasadaki mevcut firmalar karlılık konusunda tatminkar değillerse kolayca piyasadan ayrılırlar (Yıldırım vd. 2005: 108).

Serbest girişlerin önemini kavramak için, dış macunu piyasası ile otomobil piyasasını karşılaştıralım. Dış macunu piyasası Monopolcü Rekabet Piyasasına örnek oluştururken, otomobil piyasası Oligopol Piyasası olarak karakterize edilmektedir. Diğer firmalar için dış macunu piyasasına yeni bir marka ile girmek nispeten daha kolaydır. Bu nedenle piyasadaki firmaların karlılığına sınırlama gelmektedir. Çünkü bu piyasada kar büyükse, diğer firmalar AR-GE, reklam ve üretim için gerekli harcamaları yaparak piyasaya yeni bir markayla girerler ve böylece piyasadaki firmaların payları ve karlılıkları azalmış olur. Tekelci rekabet piyasası için birçok örnek verilebilir; bunlar sabun, şampuan, deodorant, ilaçlar gibi, görüldüğü gibi tek elci rekabet genelde perakende ticareti kapsamakta, ürünler birbirleriyle sürekli rekabet halinde bulunmaktadır (Yıldırım vd. 2005: 108).

### **2.1.2. Monopolcü Rekebet Piyasasında Kısa ve Uzun Dönem Dengesi**

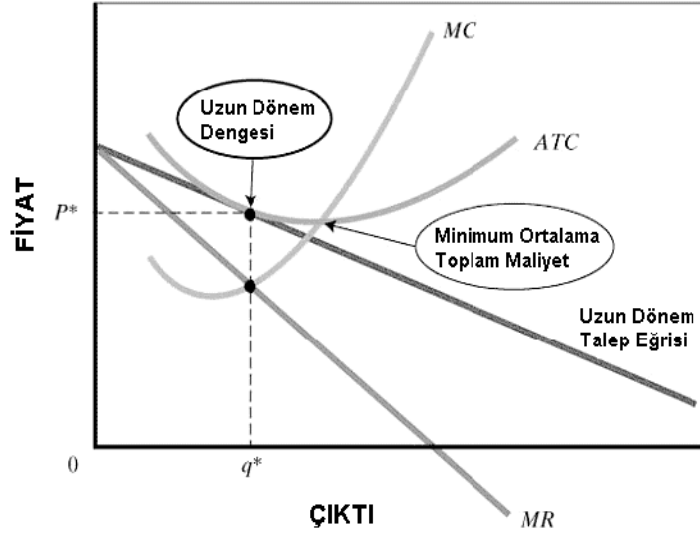
Tekelci rekabetçi firma, kârını maksimize etmek için,  $MC = MR$  noktasına kadar üretimini artırır. Bu yüzden, tek elci rekabetçi bir firma kısa dönemde kâr veya zarar edebilir (Eruygur, 2009: 4).



**Şekil 6.** Kısa Dönemde Kar Eden Monopolcü Rekebetçi Bir Firma

**Kaynak:** Eruygur, 2009: 4.

Kısa dönemde tekeli rekabet firması  $MR=MC$  noktasına kadar üretime devam eder. Çıktı düzeyi  $Q=2.000$  de firma 2.000 TL ekonomik kâr elde etmektedir, ( $\pi = TR - TC = 12.000 - 10.000 = 2.000$ ); şekilde gri dikdörtgenin alanı karı göstermektedir. Tekeli rekabetçi endüstriye giriş engelleri olmadığı için, pozitif kâr olan tekeli rekabetçi endüstriye yeni firmalar giriş yaparlar. Yeni firmalar tekeli rekabetçi endüstriye girdikçe pozitif kâr eden firmaların talep eğrileri sola kaymaya başlar, çünkü yeni firmalar eski firmaların mallarına olan talebin bir kısmını kendi mallarına çekerler. Bu süreç pozitif kâr tamamen yok olana kadar sürer, bu noktada talep eğrisi ortalama toplam maliyet eğrisine teğet olmuştur (Eruygur, 2009: 4).



**Şekil 7.** Monopolcü Rekabetçi Firmanın Uzun Dönem Dengesi

**Kaynak:** Eruygur, 2009: 4.

Tekelci rekabet piyasasına yeni firmalar girdikçe yukarıdaki firma bazı müşterilerini yeni firmalara kaptıracak dolayısıyla firmanın talep eğrisi sola doğru kayarken bu arada marjinal gelir eğrisini de sola kaydıracaktır. Bu süreç firmanın karşılaştığı talep eğrisinin ortalama toplam maliyet eğrisine teğet olduğu noktaya kadar devam eder. Bu noktada artık aşırı karlar ortadan kalkmıştır (Eruygur, 2009: 4).

### 2.1.3.Kapalı Bir Ekonomide Monopolcü Rekabet

Krugman (1979)'ın modelinde, çok sayıda mal, tek bir üretim (emek) kullanılarak üretilmektedir. Mallar 1'den  $n$ 'e kadar sıralanmıştır ve  $n$  büyük bir sayıdır. Malların simetrik olarak girdiği fayda fonksiyonunun her tüketici için aynı olduğu varsayılmıştır (Özer, 2001: 34):

$$U = \sum_{i=1}^n v(c_i), \quad v' > 0, v'' < 0, \quad (1)$$

Burada  $c_i$ ,  $i$ 'nci malın tüketimini göstermektedir ve talebin esnekliği  $\varepsilon_i$

$$\varepsilon_i = - \frac{v'}{v''c_i} \quad (2)$$

olarak tanımlanmıştır. Burada,  $\frac{\partial \varepsilon_i}{\partial c_i} < 0$  dır.

Tüm mallar aynı maliyet fonksiyonu ile üretilmektedir (üretimde simetri). Her bir malın üretiminde kullanılan bir faktör olan emek, üretim düzeyinin doğrusal bir fonksiyonudur:

$$l_i = \alpha + \beta x_i, \quad \alpha, \beta > 0 \quad (3)$$

burada  $l_i$ 'nci malın üretiminde kullanılan emek,  $x_i$   $i$ 'nci malın üretim düzeyi ve  $\alpha$  sabit maliyettir.  $\alpha > 0$  olduğundan, bir birimlik üretim için gereken ortalama emek miktarı  $l_i/x_i$ ,  $x_i$  arttıkça azalacağı için, bu durum üretimde ölçeğe göre artan getiri anlamına gelmektedir. Üretimdeki simetri gereği  $\alpha$  ve  $\beta$ ,  $i$ 'nci mallara göre değişmemektedir. Dolayısıyla bu mallar, üretimde tam ikame mallardır. Bunlara ek olarak, marjinal maliyetin sabit olduğu varsayılmaktadır.

Bir malın üretim miktarı, her bir tüketicinin bu maldan tüketiminin toplamına eşittir. Tüketiciler işçiler olarak tanımlandığında üretim, tüketicilerden her birinin tüketimiyle işgücünün çarpımına eşit olacaktır;

$$x_i = Lc_i \quad (4)$$

Bu ifade,

$$c_i = \frac{x_i}{L} \quad (5)$$

olarak yazılabilir.

Tam istihdam varsayımı altında toplam işgücü ( $L$ )

$$L = \sum_{i=1}^n l_i = \sum_{i=1}^n (\alpha + \beta x_i) \quad (6)$$

olur.

Bu noktadan sonra yapılması gereken; her bir malın ücret cinsinden fiyatının ( $p_i/w$ ), her bir maldan üretilen miktarın ( $x_i$ ) ve üretilen mal sayısının ( $n$ ), belirlenmesidir. Mallar fayda fonksiyonuna simetrik olarak girdiği için, diğer bir değişle talep özdeş olduğu için üretimdeki simetri nedeniyle tüm mallar aynı miktarda ve aynı fiyatla üretilir. Dolayısıyla, tüm  $i$ 'ler için:

$$p = p_i \quad (7)$$

$$x = x_i \quad (8)$$

olur. Her bir malın ücret cinsinden fiyatının, üretim düzeyinin ve üretilen mal sayısının belirlenmesi, firma talep eğrisinin ve karı maksimize eden fiyatın belirlenmesi ile mümkündür (Özer, 2001: 34).

#### 2.1.4. Monopolcü Rekabet ve Dış Ticaret

İktisatçılar, son yıllarda sanayilerarası ticareti açıklamak için, “tekelci (monopolcü) rekabet” teorisini dış ticarete uygulamışlardır. Sanayilerarası ticaretin ölçülmesinde kullanılan indeks aşağıda verilmiştir (Karluk, 2002: 99-102);

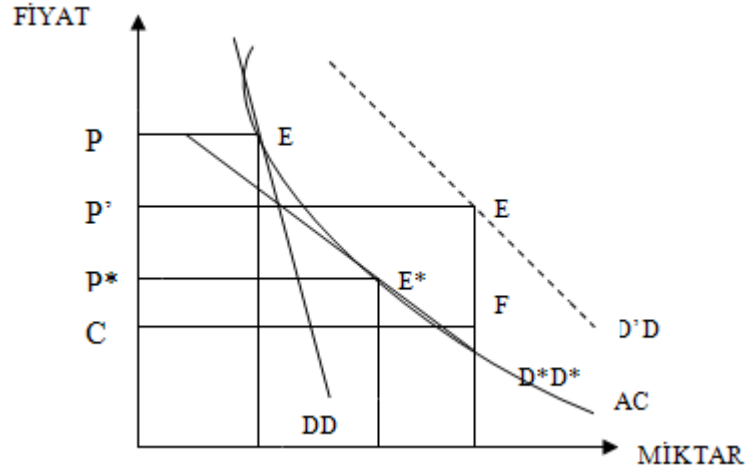
$$T=1- \frac{[X_{ijk} - X_{jik}]}{X_{ijk} + X_{jik}}$$

Burada  $x_{ijk}$ ,  $i$  ülkesinin  $k$  sanayi dalına (ürün grubu) değer veya hacim olarak ihracatı,  $x_{jik}$  ise aksi yöndeki ticaret akışıdır. İndeks, eğer ticaret tek yönlü olursa 0 ( $x_{ijk}=0$  veya  $x_{jik}=0$ ) ticaret dengeli olursa 1 olur ( $x_{ijk} = x_{jik}$ ). Dünyada birçok sanayileşmiş ülkede imalat sanayi ürünlerinde  $T$ , 0.55 ile 0.75 arasında değişmektedir.

Tekelci Rekabet, Ekonomi Teorisinde Edward H. Chamberlin tarafından geliştirilmiştir. 1930'lardan itibaren geçen zaman içinde, dünya ekonomisinde çok sayıda firma temelde aynı ihtiyaçları karşılayan, fakat birbirinden çok farklı malları üretmeye başlamışlardır. Bu değişik marka ve talepteki mallar, birbirine benzer olmasına rağmen, tam anlamıyla ikame malları da değildir (Karluk, 2002: 99-102).

Edward H. Chamberlin, piyasaya yeni girecek firmaların malların, sanayideki diğer firmaların mallarından farklılaştığını ileri sürmüştür. Böylece her firma tek el gücü kazanacak ve firmaların aşağı doğru eğilimli talep eğrisi olacaktır. Ölçek ekonomileri veri iken, piyasaya yeni girişlerin olması uzun dönemde karı sıfırlayacaktır. Bu sebeple Chamberlin, tek elci karını azaltan birçok tek elcinin olduğu bir sanayi düşünmüştür. Ancak 1970 öncesi ürün farklılaştırmasının ayrıntılı incelemesinin olmayışı, teorisinin dış ticaret teorisine uygulanmasını engellemiştir. Sonraki yıllarda Spencer (1976), Stiglitz (1977) ve Lancaster'ın (1979) çalışmalarıyla model gelişmiş ve her bir tüketicinin, ürünün birçok farklı çeşidinden zevk aldığı ortaya koyulmuştur. Burada önemli olan, farklılaşmış malların tek el gücüne sahip firmalarca üretiliyor olması, fakat tek el karının bilinmemesidir. Chamberlin'in dış ticaret teorisine sentez yaklaşımı, Helpman ve Krugman (1985) tarafından geliştirilmiştir.

Şimdi, aşağıdaki şekil yardımıyla tek elci rekabet piyasasının geçerli olduğu bir durumda dış ticaretin etkisini Şekil 7'da görelim;



**Şekil 8.** Tek elci Rekabet Piyasasının Geçerli Olduğu Bir Durumda Dış Ticaretin Etkisi

**Kaynak:** Karluk, 2002: 99

Ticaret yapılmadan önce DD, çok çeşitli tipteki para cüzdanının talep eğrisidir. AC ise, firmanın çeşitli tipte üretilmiş olduğu para çantalarının ortalama

maliyet eğrisidir. Bu durumda 0Q üretim miktarı, OP fiyatından satılmaktadır. Eğer bu piyasaya dış ticarete açıldıktan sonra diğer benzer ürünlerde girecek olur ise, talep eğrisi D'D' ne kayacaktır. Yeni talep eğrinin eğimi, eskisine göre daha yatıktır. Çünkü firma fiyatları düşürdüğü için daha fazla müşteri sağlamıştır. Firma bu durumda E noktasından yeni E' denge noktasına kayacaktır. Üretim QQ' kadar artacak, fiyat PP' kadar düşecektir. Bu durumda firmanın toplam gelirleri 0Q'E'P', toplam maliyetleri 0Q'FC ve karı CFE'P' olacaktır. Fakat tüm diğer rakip firmalar da aynı politikayı izleyeceklerinden dolayı talep eğrisi bu defa sola kayacaktır. Yeni denge noktası E\* olacak ve karlar azalacak, çıktı miktarı 0Q\*, fiyat ise OP\*de oluşacaktır. E' den E\*'ye hareket, çok sayıda para çantası üreten firmanın piyasadan çekilmesiyle mümkün olacaktır. Piyasada kalan her firma, başlangıçtaki üretiminden daha fazla üretim yapacak ve daha düşük bir fiyatla bunu satacaktır. Diğer bir değişle 0Q\*, 0Q'dan daha büyük, OP\* ise OP' den daha küçüktür (Karluk, 2002: 99-102).

Literatürde daha çok Dixit- Stiglitz modellemesinin kullanılması ve bu tip tüketici tercihleri ile elde edilen talep fonksiyonunun Lancaster tipi tüketici tercihleri ile elde edilene göre daha basit olması nedeniyle, Dixit- Stiglitz tipi tüketici tercih modellemesini temel alan tekelci rekabet dış ticaret teorisi incelenecektir (Akkoyunlu, 1996: 76).

### 2.1.5. Dixit- Stiglitz Tipi Tüketici Tercihlerini Temel Alan Tekelci Rekabetçi Dış Ticaret Teorileri

Dixit- Stiglitz modelinde, alt fayda fonksiyonu  $u_i(\cdot)$ ,  $\sigma$  ikame esnekliğini göstermekte iken sabit ikame esnekliği (CES) fonksiyonu olarak ifade edilmektedir.

$$u_i(x_{i1}, x_{i2}, \dots, x_{iN}) \equiv \left( \sum_{k=1}^N x_{ik}^{\beta_i} \right)^{1/\beta_i} \quad k=1, \dots, N \text{ ve } i=1, \dots, I \quad (1)$$

$\sigma > 0$  ve  $\beta_i = (1 - 1/\sigma_i)$ , bütçe kısıtlaması altında tüketicinin fayda maksimizasyonu iki aşamada çözülmektedir. Birinci aşamada toplam harcamaların tüm mallar için dağılımı ( $E_1, \dots, E_i$ ) veri iken, fayda fonksiyonu  $u_i(\cdot)$ 'nin i'inci mal için yapılan toplam harcama  $E_i$  kısıtlaması altında maksimize edilmesidir. İkinci

aşamada, tüm mallar için yapılan toplam harcama veri iken, toplam harcamanın tüm malları için faydayı maksimize edecek biçimde dağılımı yapılmaktadır. Birinci aşamada, (1) numaralı denklemde gösterilen alt fayda fonksiyonunun maksimizasyonu aşağıdaki talep fonksiyonunu vermektedir;

$$x_{ik} = \frac{P_{ik}^{-\sigma}}{\sum_{k=1}^N P_{ik}^{-\sigma}} E_i \quad k=1, \dots, N \quad (2)$$

$P_{ik}$ , malın  $k$ 'nci çeşidinin fiyatını,  $e_i$ ,  $i$ 'nci sektördeki toplam harcamaları göstermektedir. Endüstri  $i$ 'de değişik mal çeşitleri üreten çok sayıda üretici olduğu için, firma davranışlarının toplam harcamalar  $E_i$ 'den bağımsız olduğu varsayılmaktadır. Bu durumda firmanın karşılaştığı talep eğrisinin esnekliği;

$$e = \sigma + s_i(1 - \sigma), \quad (3)$$

$$S_i = (P_{ik} / \sum_{k=1}^N p_{ik})^{1-\sigma} \quad \text{ise, firmanın piyasa payını göstermektedir.}$$

Tekelci rekabet teorisinde üretilen mal çeşitlerinin ve dolayısıyla firma sayısının çok olması nedeniyle firmanın piyasa payı  $s_i$  sifıra eşit olmaktadır. Bu koşulda talep eğrisinin esnekliği, ikame esnekliği ( $\sigma$ )'ya eşit ve sabit olmaktadır.

### **Firma**

Tekelci rekabet dış ticaret modellerinde, tek üretim faktörüne bağlı üretim fonksiyonu, ölçek ekonomilerini yansıtacak biçimde  $1_k = \alpha + \beta x_k$  şeklinde ifade edilmektedir. Firmanın toplam maliyet fonksiyonu, işgücüne ödenen ücretler 1 kabul edildiğinde  $(\alpha + \beta x_k)$ 'ya eşit olmaktadır. Bu fonksiyonda 1 işgücü üretim faktörünü,  $\alpha$  sabit birim maliyeti,  $\beta$  ise sabit marjinal maliyeti göstermektedir. Maliyet fonksiyonu ölçek ekonomilerini yansıtacak biçimde, üretimin artması ile birlikte ortalama maliyetin azaldığını göstermektedir. Firmanın kar maksimizasyonu problemi;

$$\max \Pi = p_k \cdot x_k - (\alpha + \beta x_k) \quad k=1, \dots, N \quad (4)$$

olarak ifade edilmektedir. Temsili bir firmanın kar maksimizasyonu probleminin birinci sıra koşulu marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olmasını gerektirmektedir. Bu durumda;

$$p_k [1 - 1/\sigma] = \beta \quad (5)$$

olmaktadır  $\lambda = 1/\sigma - 1$  fiyat ile marjinal arasındaki mark-up 'ın göstermekte, (5) numaralı eşitlik aynı zamanda;

$$p_k [1 + \lambda] = \beta \quad (6)$$

biçimde ifade edilebilir. Son olarak Chamberlin büyük grup modeli olarak bilinen modelde, endüstriye giriş ve çıkışın serbest olması, karın sıfır olmasını ( $P=AC$ ) gerektirmektedir.

$$\lambda x_k = \alpha / \beta \quad (7)$$

$\lambda = 1/\sigma - 1$  iken, (7) numaralı eşitlikten firmanın ölçeği;

$$x_k = \alpha / \beta \lambda \quad \text{veya} \quad x_k = \alpha / \beta \cdot \sigma - 1 \quad (8)$$

olarak bulunmaktadır. Bu eşitlik firma ölçeğinin yalnızca teknoloji ve talep parametrelerine bağlı olduğunu göstermektedir (Akkoyunlu, 1996: 76).

### 2.1.6. Monopolcü Rekabet Modelinin Eleştirisi

Tam rekabet ve monopol modellerine kıyasla gerçek hayatı daha iyi açıklamak iddiası ile ortaya atılan Chamberlin modeli, ciddi eleştirilere maruz kalmıştır. Bu eleştirilerden birincisi modelin aynılık varsayımına yöneliktir. Ürün grubundaki firmaların talep ve maliyet eğrilerinin aynı olduğunu ifade eden aynılık varsayımı, mantıken firmaların ürettikleri malların da birbirinin aynı olduğunu ve dolayısıyla da firmaların tam rekabetteki gibi sonsuz esnek bir talep eğrisi ile karşı karşıya olduğunu içerir. Oysa Chamberlin modelinde firmalar, negatif eğimli talep

eğrisi ile karşı karşıyadırlar. Dolayısıyla da model içsel tutarlılıktan uzaktır. Monopolcü rekabet modeline yöneltilen bir başka eleştiriye göre, monopolcü rekabet modeli monopol modeline ürün grubu kavramını dahil eden bir modeldir. Buna karşılık ürün grubu tanımlanmasındaki güçlükler nedeniyle, modelin ürün grubuna ilişkin açıklamaları yetersizdir ve bu yüzden de model monopol modelinden aslında farklı değildir. Monopolcü rekabet modeline yöneltilen eleştirilerden belki de en önemlisi, modelin gerçek hayatla ilişkisinin kendi iddiasının tersine çok zayıf olmasıdır (Ünsal, 2007: 434-435).

## 2.2. OLİGOPOLİSTİK PİYASA YAPISI VE NİTELİKLERİ

Oligopol piyasası çok az sayıda satıcının çok sayıda alıcıya bir malın satışını yaptığı piyasa modelidir. Ayrıca oligopol piyasası birbirlerini etkileyebilecek kadar az sayıda satıcının, sonsuz denebilecek kadar çok sayıda alıcı ile karşı karşıya geldiği piyasa olarak tanımlanabilmektedir. Oligopol piyasasında satışa konu olan mallar birbirlerini mükemmel ikame edebilir veya sınırlı şekilde birbirlerinin yerini tutabilirler. Firmaların az sayıda olması oligopol piyasasının birinci özelliğini teşkil etmektedir. Her satıcı, sanayi dalı toplam çıktısının önemli bir kısmını ürettiğinden davranışlarının diğer firmaların satışlarını fiyatı etkileyebileceğinin bilincindedir. Oligopol firma aynı zamanda başka bir oligopolcü firmanın kendisinin piyasa pozisyonunu etkileyebileceğini bilmektedir (Bocutoğlu, vd., 2002: 229). Bu bakımdan her firma karar alışlarında, strateji seçimlerinde diğer firmaların davranışlarını ve tepkilerini göz önünde bulundurmak zorundadır. Oligopol piyasasında az sayıda olma satıcılar arasında bilinen bir karşılıklı bağımlılık yaratmaktadır. Bu durum oligopol piyasasının tahlilinin özünü oluşturmaktadır. Yani oligopol piyasasının en önemli unsuru, *firmaların birbirlerinin davranışlarını dikkate alma zorunluluğunda* olmalarıdır. Bu da ancak firma sayısının sınırlı oluşu veya her firmanın piyasa payının toplam içinde önemli bir yer tutması ile mümkündür. Firma sayısının azlığı belli bir rakamla ifade edilemez. Oligopolde azami firma sayısı belirsizdir ancak asgari sayı ikidir. Bu kapsamda oligopol de, firmalar arasında ortak bir fiyat belirlemek, üretimi sınırlandırmak veya piyasaları bölüştürmek yönünde güçlü bir eğilim olduğu söylenebilir (Kevük, 2006: 339).

Tam rekabet ve Tekel Piyasaları model piyasalar olup, gerçek iktisadi hayatta devamlı görülmeyen, bununla birlikte ara piyasaların incelenmesine kaynak (başvuru) modelleri oluşturan ve iktisat teorisine analiz araçları temin eden piyasalardır. Ancak böylece, gerçek iktisadi hayatta en çok karşılaşılan ara piyasaları incelemek ve anlamak mümkün olabilmektedir. Bu ara modellerin en önemlileri oligopol piyasalarıdır. Buna göre satıcılar, fiyatı ve miktarı kısmen veya tamamen etkileyebilecek ve belirleyebilecekler demektir. Az sayıda satıcının fiyat ve miktarı etkileyebilme veya belirleyebilmesi, bunların fiyat ve miktar konusundaki konumlarına bağlıdır. Oligopollerin en temel özelliği budur. Buna göre oligopol piyasasında her firma, fiyat veya miktar konusunda kendi tercih ve kararının diğer firmaların tercih ve kararlarını etkileyeceğini çok iyi bilir. Ancak bu etkileme veya belirleme, çok değişik ölçülerde ve yönde olacağı için, tek bir tür oligopol piyasasından söz etmek mümkün değildir (Yiğitbaşı ve Atabey, 2005: 388).

Satıcıların davranışlarına göre Oligopol Teorileri iki grup etrafında toplanabilir. İlk gruba geleneksel oligopol teorilerini, ikinci gruba ise modern oligopol teorilerini koyabiliriz. Birinci grup teoriler, oligopolcüler arasında rekabetçi davranışın varlığını esas alırlar. Klasik modeller denilen bu modellerde, her satıcının fiyat miktar ya da reklam politikasında öteki firmalardan bağımsız davrandıkları varsayımından hareket edilmektedir. Dolayısıyla aralarında hileli bir anlaşmanın olmadığını kabul eden bu tür oligopol teorilerinde her bir firmanın karını maksimize ettiği ve rakiplerin fiyatı ve miktarı belli bir oranda sabitleştirmek için anlaşmadıkları varsayılmıştır. Bu bağlamda firmalar karlarını maksimize edecek fiyat ve miktar bileşimlerini saptamak için rekabet etmektedirler, bir firmanın yaptığı değişiklik karşısında diğer firmalar üretimlerini değiştirmemektedirler (Yıldırım vd. 2005: 112).

Aşağıdaki tabloda birinci grup ve ikinci grup oligopol modelleri gösterilecektir;

**Tablo 2.** Birinci Grup ve İkinci Grup Oligopol Modelleri

<b>Geleneksel Oligopol Teorileri</b>	<b>Modern Oligopol Teorileri</b>
Cournot Modeli	E.H. Chamberlin
Bertrand Modeli	W. Fellner
Edgeworth Çözümü	George J. Stigler
Stackelberg Modeli	Heinrich von Stackelberg

### 2.2.1. Oligopol Modelleri ve Dış Ticaret

Bir oligopolcünün ürettiği malın fiyatındaki/ miktarındaki değişikliğe rakiplerinin çok farklı biçimlerde tepki göstermelerinin mümkün olması ile, tüm muhtemel tepkileri kapsayan genel bir oligopol teorisi geliştirmek mümkün olmadığından her muhtemel tepki için farklı bir oligopol modeli geliştirilmiştir. Bir başka deyişle, oligopolde karşılıklı bağımlılığın karmaşık olması ve dolayısıyla da tam rekabet, monopol ve monopolcü rekabet rekabettekinin tersine genel bir oligopol teorisi geliştirmenin mümkün olmaması, iktisatçıları farklı tepkisel varsayımlara dayalı farklı oligopol modelleri geliştirmeye yöneltmiştir (Ünsal, 2007: 442). Aşağıdaki açıklamalarda farklı oligopol modelleri analiz edilecektir.

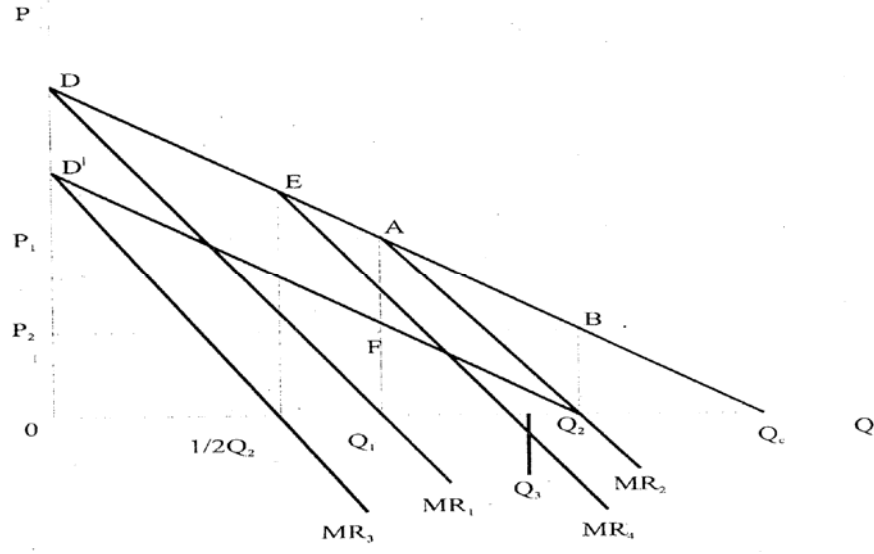
#### 2.2.1.1. Cournot Yaklaşımı

İlk sistematik oligopol modeli A.A. Cournot'a aittir. 1838 yılında geliştirilmiştir. Burada firma sayısındaki farklılığın piyasa performansını nasıl etkilediği çmk net bir şekilde ortaya konmuştur. Hala teorik ve ampirik olarak popüleritesini korumaktadır. Bu modelin en temel varsayımları (Yıldırım vd. 2005: 113-114);

- Teoride homojen bir malın üretildiği ve üretim maliyetlerinin sıfır olduğu varsayılmaktadır. Yine doğrusal bir talep fonksiyonundan hareket edilmektedir.

- Model kar maksimizasyonunu model dışında bırakır. Dolayısıyla tek firma monopolü ve iki ya da daha çok firmanın monopolleşme girişimlerini ayrı ele almaktadır.
- Modelde stratejik değişken olarak çıktı baz alınır. Fiyat tüm firmalar için sabit kabul edilir. Her bir satıcı karını maksimize edecek şekilde birbirinden bağımsız olarak piyasada faaliyetini sürdürür. Yine tüm firmalar kendi maliyet fonksiyonunu, endüstri talebini, piyasa fiyatını ve rakiplerin üretim düzeylerini bilmektedir.
- Cournot modelinde firmaların kararlarını aynı anda almaları dolayısıyla dinamik bir ayarlama veya ardışık bir süreci gerektirmeleri modelin eş zamanlı çözümünü gerektirmektedir.
- Cournot' un sisteminde bir firmanın kendi üretiminde yaptığı değişiklik karşısında rakiplerin üretimlerini değiştirmeyeceği varsayılmaktadır. Buna karşın Oligopolistik piyasada firmalar arasında stratejik bir etkileşim söz konusudur. Diğer bir deyişle, her bir firma kendi kararının diğer firmaların karını etkileyebilecek öneme sahip olduğunu bilmektedir.

Firmanın rakiplerinin kendi kararlarına verdiği tepki konusundaki görüşleri “sanılsal değişme” (conjectural variation) olarak tanımlanmaktadır. Alternatif oligopol modelleri arasındaki ayırım da firmanın kararlarını etkileyen sanısal değişimin biçimine göre değişmektedir. Rakip firmaların Cournot davranışı göstereceği varsayımına dayanan Cournot oligopol modellerinde, her firma karını maksimize eden üretim miktarına ilişkin karar verirken, diğer firmaların üretimini veri olarak kabul etmektedir. Bu modelde firmaların stratejik değişkeni output olmaktadır (Akkoyunlu, 1996: 84).



Şekil 9. Cournot Modeli

Kaynak: Ünsal, 2007: 443

Cournot modeli Şekil 9’ da gösterilmiştir. Düopolcülerin homojen ürünü sıfır maliyetle ürettikleri basitleştirici varsayımının yapıldığı Şekil 9’daki  $DQ_C$  ve  $MR_1$  sırasıyla piyasa talep eğrisi ve piyasa talep eğrilerine ilişkin marjinal hasılat eğrisidir. Sıfır maliyetle üretim basitleştirici varsayımı altında ( $MC=0$ ) tam rekabet durumundaki üretim düzeyi  $0Q_C$ ’dir:  $0Q_C$ ’de  $MR/P=MC=0$ . Buna karşılık monopol durumunda üretilecek mal miktarı  $0Q_1$ ’dir:  $0Q_1$ ’de  $MR=MC=0$ . Bu ön açıklamalardan sonra şimdi Cournot modelinin işleyişine geçebiliriz. Modelin ele alındığı Şekil 8’de A ve B gibi iki firmadan A firmasının başlangıçta tek satıcı olduğu kabul edilmiştir. Cournot modelinde her düopolcü karını maksimize eden üretim düzeyini diğer düopolcünün o andaki üretim düzeyini değiştirmeyeceği varsayımı altında belirlediğinden, A firması B firmasının başlangıçta 0 olan üretim düzeyini değiştirmeyeceğini ve dolayısıyla da  $DQ_1$  ve  $MR_1$  eğrilerinin kendi malına yönelik talep ve marjinal hasılat eğrileri olduğunu düşünür. Dolayısıyla da monopolcü gibi davranarak  $MR=MC=0$  koşuluna uyarınca  $0Q_1$  kadar mal üretir ve  $0Q_1=1/20Q_C$  kadar malı  $OP_1$  monopol fiyatından satarak  $0P_1 \cdot 0Q_1=0P_1AQ_1$  kadar toplam kar elde eder (Ünsal, 2007: 443).

Şimdi B firması piyasaya girsin. B firması yukarıda sözü edilen varsayım gereği, A firmasının  $0Q_1$  olan üretim düzeyini değiştirmeyeceğini ve dolayısıyla da

kendisinin  $OP_1$ ' den yüksek fiyat düzeylerinde mal satamayacağını düşünür. Bir başka deyişle B firması, piyasa talep eğrisinin **bakiye talep eğrisi** (residual demand curve ) diye nitelendirilen  $AQ_C$  bölümünün kendi malına yönelen talep eğrisi olduğunu düşünür:  $Q_1$  noktası başlangıçta B firması için orijini gösterir. Bu durumda B firmasının marjinal hasılatı eğrisi  $MR_2$ ' dir ve B firması, marjinal hasılat-marjinal maliyet denge koşulu uyarınca,  $Q_1Q_2$  kadar mal üretir;

$$Q_1Q_2 = Q_2Q_C = 1/4 Q_C. \text{ Böylece iki firmanın toplam üretimi;}$$

$Q_1$ 'den  $Q_1 + Q_2 = 1/2 (Q_C) + 1/4 (Q_C) = 3/4 (Q_C)$  düzeyine yükselir. Bu ise malın başlangıçta  $OP_1$  olan piyasa fiyatının  $OP_2$ 'ye düşmesine yol açar. Dolayısıyla da B firması piyasaya girince, A firmasının karı azalarak  $OP_1AQ_1$ 'den  $OP_2FQ_1$ 'e düşerken, B firması  $Q_1FBQ_2$  kadar kar elde eder. B firmasının piyasaya girerek  $Q_1Q_2 = Q_2Q_C = 1/4(Q_C)$  kadar ürettiğinin farkında olan A firması, B firmasının üretim düzeyini değiştirmeyeceğini ve dolayısıyla da kendisinin artık  $D'$   $Q_2$  yeni talep eğrisi ve  $MR_3$  yeni marjinal hasılat eğrisi ile karşı karşıya olduğunu düşünür. Dolayısıyla da A firması  $MR_3$  yeni marjinal eğrisinin yatay eksenini kestiği  $1/2(Q_2)$  düzeyinde üretim yapar;

$1/2(Q_2) = 1/2(Q_C - 1/4 Q_C) = 3/8 (Q_C)$ . Böylece iki firmanın toplam üretimi  $3/4(Q_C)$ 'den  $3/8(Q_C) + 1/4(Q_C) = 5/8(Q_C)$ ' ye düşer. Şimdi durumunu yeniden değerlendirmek sırası B firmasındadır. A firmasının durumunu yeniden değerlendirerek ürettiği mal miktarını  $Q_1$ 'den  $1/2(Q_2)$  düzeyine düşürdüğünün farkında olan B firması,  $DQ_C$  piyasa talep eğrisinin  $EQ_C$  bölümünün kendi malına yönelen talep eğrisi olduğunu düşünür:  $1/2(Q_2)$  noktası B firması için artık orijini gösterir. Bu durumda B firmasının marjinal hasılatı eğrisi  $MR_4$ ' tür ve B firması, Marjinal hasılat-marjinal maliyet denge koşulu uyarınca,  $1/2(Q_C - 1/2Q_2) = 1/2(Q_C - 3/8Q_C) = 5/16(Q_C)$  kadar mal üretir. Böylece iki firmanın toplam üretimi  $5/8(Q_C)$  ' den  $3/8(Q_C) + 5/16(Q_C) = 11/16(Q_C)$ ' ye yükselir. A firması tarafından üretilen mal miktarının azalmasına karşılık B firması tarafından üretilen mal miktarının artmasına yol açan bu süreç, her firma  $Q_C$  tam rekabet üretimin üçte biri kadar mal üretinceye ve dolayısıyla da düopol üretimi tam rekabet üretimin üçte ikisine eşit oluncaya kadar devam eder:  $Q_3 = 2/3(Q_C)$ . Dolayısıyla da Cournot

modelinde üretim hacmi tam rekabet durumundakinden küçük monopol durumundakinden büyüktür:  $2/3(0Q_C) < 0Q_C, 2/3(0Q_C) > 1/2(0Q_C)$ . BU farklılık Cournot modelinde malın piyasa fiyatının tam rekabettekinden büyük monopoldekenden küçük olmasına yol açar. Gerçekten de Cournot modelinde malın piyasa fiyatı, monopol fiyatının üçte ikisine eşittir:

$$2/3(0P_1) > P_C = 0, 2/3(0P_1) < P_m = 0P_1 \text{ (Ünsal, 2007: 444).}$$

### **2.2.1.1.1. Cournot Yaklaşımına Göre İncelenen Dış Ticaret Modelleri**

Aşağıda Cournot yaklaşımına bağlı olarak ortaya çıkan dış ticaret modelleri ayrıntılı biçimde incelenecektir.

#### **2.2.1.1.1.1. Karşılıklı Damping Modeli ve Refah Etkisi**

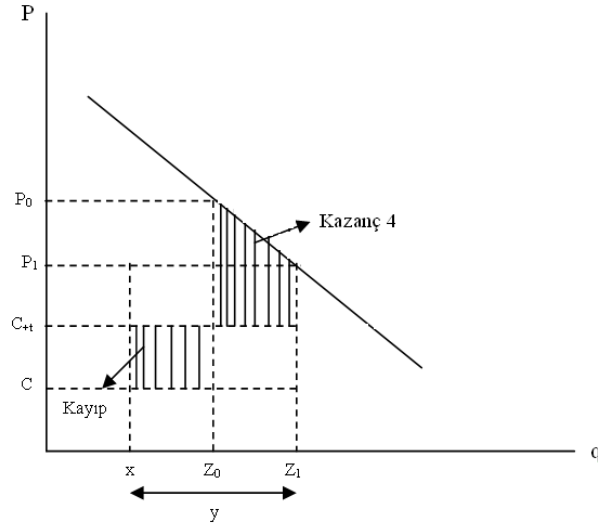
Damping, uluslar arası fiyat farklılaştırmasının bir şekli olarak anlaşılmaktadır. Damping aynı malın yurtiçine göre, yurtdışına daha düşük fiyatla satılmasıdır. Pratikte malların yabancı piyasalarda üretim maliyetlerinin altında satılması olarak nitelendirilir (İyibozkurt, 1995: 177).

Cournot Yaklaşımında Brander (1981) ve Krugman (1983), oligopol firmaların karşılıklı olarak birbirlerinin piyasalarına ihracat yaparken damping yaptıklarını gösteren (karşılıklı damping modeli: reciprocal dumping model) model çerçevesinde karşılaştırmalı üstünlük ve ölçeğe göre artan getiriden bağımsız olarak dış ticaretin sebebini şöyle açıklamışlardır; Brander (1981), homojen bir malın her iki ülkede de tüketildiği ve taleplerinin aynı olduğu bir model varsaymıştır. Ulaştırma maliyetleri sebebiyle iki piyasanın birbirinden ayrılmış olduğu ve firmaların Cournot yaklaşımı davranışlar gösterdiği varsayımları altında firmaların, dışa kapalı ekonomi altında belirlediği fiyatın marjinal maliyet ve ulaştırma maliyetinden büyük olması durumunda, firmaların piyasaya ihracat yapacakları varsayılmıştır. Kapalı ekonomi durumundaki tekeli fiyat ulaştırma maliyetleri arasındaki fark marjinal maliyetten büyük olduğu durumda, her iki ülkede ithalat

yapar. İhracat yapan firmanın rakip piyasadaki fiyatı yurt içi piyasadan büyük olduğu için, firma ihracat yaparak kar elde etmektedir. Bu durumda, oligopolistik firmalar arasındaki rekabet aynı malın iki yönlü ticaretine yol açarak, ölçeğe göre getiri ve ülkeler arasındaki farklılıklardan bağımsız olarak da dış ticaret yaratmaktadır (Karluk, 2002: 104).

Brander ve Krugman (1983) tarafından aynı malın iki yönlü ticaretinin yapılması karşılıklı damping modeli olarak adlandırılmaktadır. Bu modelin önemi ise ticareti engelleyici ulaştırma maliyeti bulunmaması ve uluslar arası ticaret yapılması için karşılaştırmalı üstünlük veya ölçeğe göre artan getiri gibi motiflerin olmamasına rağmen ülkelerin birbirleri ile ticaret yapabileceğini göstermesidir (Akkoyunlu, 1996:86).

Karşılıklı damping modeli Şekil 10 yardımıyla gösterilebilir.



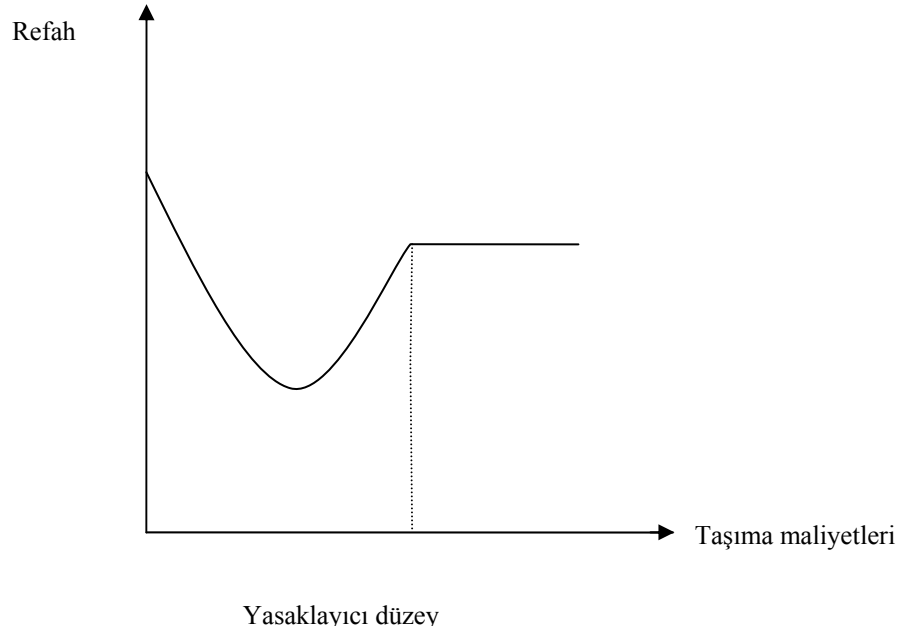
**Şekil 10.** Karşılıklı Damping Modeli

**Kaynak:** Brander ve Krugman, 1983:317.

Her iki ülkede de üretim ve tüketimdeki simetri nedeniyle, bir ülkenin analizi yeterli olacaktır. Şekil 10'da ticaret öncesi üretim düzeyi z<sub>0</sub>, fiyat P<sub>0</sub>, ve marjinal maliyet c'dir. Ticaret sonrasında, dış piyasada damping nedeniyle fiyat P<sub>1</sub>'e düşer, tüketim z<sub>1</sub>'e yükselir. Dolayısıyla z<sub>1</sub> - z<sub>0</sub>, dış piyasada tüketim yaratılmasına etkilidir. Ancak aynı zamanda, iç piyasada tüketimin bir miktarı artık ithalatla

karşılanmaktadır. Bu durumda, ticaret sonrasında iç piyasada tüketim için üretilen miktar,  $z_0$ 'dan  $x$ 'e düşmüştür. Bu ise, üretimin saptırılması etkisidir. Şekil 10'da  $y$ , analiz edilen ülke açısından hem ithal, hem de ihraç edilen miktarı göstermektedir. Şekil 10'da net etkinin ne olduğunu görmek mümkün değildir. Ancak taşıma maliyetlerinin farklı düzeyleri için bu ticaretin refah etkilerini incelemek mümkündür (Özer, 2001: 52).

Bu durum Şekil 11'de gösterilmiştir.



### Şekil 11. Taşıma Maliyetlerinin Farklı Düzeyleri İçin Ticaretin Refah Etkileri

Kaynak: Özer, 2001: 52.

Taşıma maliyetlerinin ihmal edilebilir derecede küçük olduğu bir durumda, aynı malın iki yönlü ticareti gerçekleşir ve her iki ülke de ticaretten kazanç sağlar. Taşıma maliyetleri ticareti yasaklayıcı düzeye yakın olduğunda, fiyatla marjinal maliyet ve taşıma maliyetlerinin toplamı arasındaki fark azalacağı için ticaretin hacmi küçük olur.

Sonuç olarak, taşıma maliyetleri ticareti yasaklayıcı düzeyin biraz altındaysa, dampinge dayanan ticaret zarara neden olurken, taşıma maliyetlerinin düşük olduğu durumda ticaretten kazanç sağlamakta, diğer bir deyişle refah artmaktadır (Özer,2001: 52).

#### **2.2.1.1.1.2. Kar Kaydırma Görüşü**

Eksik rekabet piyasasında acaba dış ticaret politikası rekabeti ne yönde etkileyecektir? Brander ve Spencer (1985) oligopolistik bir yapı altında müdahaleci dış ticaret politikalarının yabancı firmalar için caydırıcı rol oynayarak yararlı strateji etkileri olduğunu öne sürmüşler ve bunu *stratejik dış ticaret politikaları* olarak adlandırmışlardır. Bu görüşe göre devletin müdahaleci politikaları ile oligopol rantları, yabancı firmalardan yerli firmalara aktarılabilir (Karluk, 2002: 105). Bu görüş üçüncü bölüm olan “ Stratejik Ticaret Politikası” konusunda ayrıntılı olarak incelenecektir.

#### **2.2.1.1.1.3. Dışsalıklar Görüşü**

Dışsalıklar görüşü bazı sanayiler veya firmaların pozitif dışsalıklara sahip olduklarını öne sürmektedir. Genelde hükümet müdahaleleri ve korumacılık yanlıları tarafından savunulmaktadır. Dışsal ekonomiler, gelişme yolunda olan ülkelerde ticareti yapılan sektörlerde müdahale argümanı olarak kullanılmaktadır. Yavru sanayilerin korunmasını savunan bu görüşe göre, ilk hareket edenin dezavantajları sebebiyle ölçek ekonomilerden sağlanacak kazançlar elde edilmeyebilir. Potansiyel yatırımcılar ölçek ekonomi kazançları olsa bile yatırımın getirisi uygun olmadığında sektöre giremezler. Çünkü ilk giren alt yapı yatırımını yapacak ancak sonra gelenler bunları kullanarak dışsal fayda sağlayabilecektir. Böyle bir durumda da sektöre ilk giren yatırımcı için risk vardır. Bu durum, yavru sanayilerin ortaya çıkmasını ve gelişmesini engeller. Dolayısıyla hükümet müdahaleleri olmadan yavru sanayilerin gelişmesi mümkün değildir (Karluk, 2002: 107).

### 2.2.1.2. Bertrand Modeli

Anlaşmasız oligopol modellerinden bir diğeri, Fransız iktisatçı- matematikçi Joseph Bertrand' ın 1883 yılında yayımlanan kitabında geliştirdiği modeldir. Cournot' un 1838 yılında yayımlanan kitabının incelendiği bu kitapta Bertrand, homojen bir mal üreten iki düopolcünün üretim miktarı üzerinden değil de fiyat üzerinden rekabet ettiklerini varsaymıştır. Bir başka deyişle, Bertrand Modelinde her düopolcünün karını maksimize eden üretim düzeyini belirlerken, diğer düopolcünün o andaki üretim düzeyini değiştiremeyeceği değil, o andaki fiyat düzeyini değiştirmeyeceği varsayılır: ( $\Delta P_1 / \Delta P_2 = 0$ ) Bertrand modelinde Cournot modelinden ayıran bu varsayım yanında, her düopolcünün piyasaya talebinin tümünü karşılayabilecek bir kapasiteye sahip olduğu da (her düopolcünün piyasa talebinin tümünü karşılayabilecek kadar mal üretebileceği de) varsayılır (Ünsal, 2004: 448).

Bertrand özellikle Cournot'un fiyat tepki fonksiyonu kullanmayıp, çıktı tepki fonksiyonunu kullanmasını eleştirmiştir. Bertrand düopol modelinde, her bir düopolist, diğerinin fiyatını değiştirmeden sabit tutacağını varsaymaktadır. Her firma aynı piyasa talep eğrisi ile karşı karşıyadır ve rakip firmanın fiyatını sabit tutacağı varsayımı altında, kendi karını maksimize etmeyi amaçlamaktadır (Çağlar; Özer, 2004: 38).

Firmalar piyasada ilk defa faaliyette bulunuyorlar ve birbirinden bağımsız eşanlı olarak fiyat düzeyini seçiyorlar. Bertrand modelinde firma sayısı fiyat düzeyini belirlemede önemli yer tutmaz. Basitlik sağlamak amacıyla düopol yani iki firmanın bulunduğu bir endüstriyi alalım. Analiz çok sayıda firma için genelleştirilebilir. Şimdi iki firmanın her yönüyle aynı malı ürettiğini, yani bunların birbirinin tam ikamesi olduğunu varsayalım. Dolayısıyla tüketiciler daha düşük fiyat tespit eden firmanın malına yöneleceklerdir. Eğer her iki firma aynı fiyatı tespit etselerdi, bizim tüketicilerin bu iki firma arasında dağılımı ile ilgili varsayımı yapmamız gerekirdi. Örneğin her bir firmanın piyasa talebinin %50' sine hizmet verdiğini kabul edelim. Bu oran pek önemli değildir. Son olarak firma karşı karşıya kaldığı talep için yeterli düzeyde sunumda bulunmaktadır. Eğer piyasa talep eğrisi  $q = D(P)$  her bir firma için bir birimlik üretim maliyeti  $C$  ise firma için kar (Yıldırım vd, 2005:119):

$$\pi_i(P_i, P_j) = (P_i - C)D_i(P_i, P_j)$$

Burada  $i$  firmasının malına olan talep  $D_i$  ile gösterilmiştir.

$$D_i(P_i, P_j) \begin{cases} D(P_i) & \text{Eğer ; } P_i < P_j \\ \frac{1}{2} D(P_i) & \text{Eğer ; } P_i = P_j \\ 0 & \text{Eğer ; } P_i > P_j \end{cases}$$

Buna göre toplam kar monopol karını aşmamaktadır.

$$\text{Min } P_i (P_i - c)D(P_i)$$

Oysa monopolde

$$\pi_m = \max P (P - c) D(P)$$

*Firmalar zararlı çalışmak istemediklerinden marjinal maliyetin üzerinde bir fiyat uygulayacaklardır. Dolayısıyla mantıklı bir açıklama ile;*

$$0 \leq \pi^i + \pi^j \leq \pi^m$$

şeklinde gösterebileceğimiz kar düzeyleri olabilecektir.

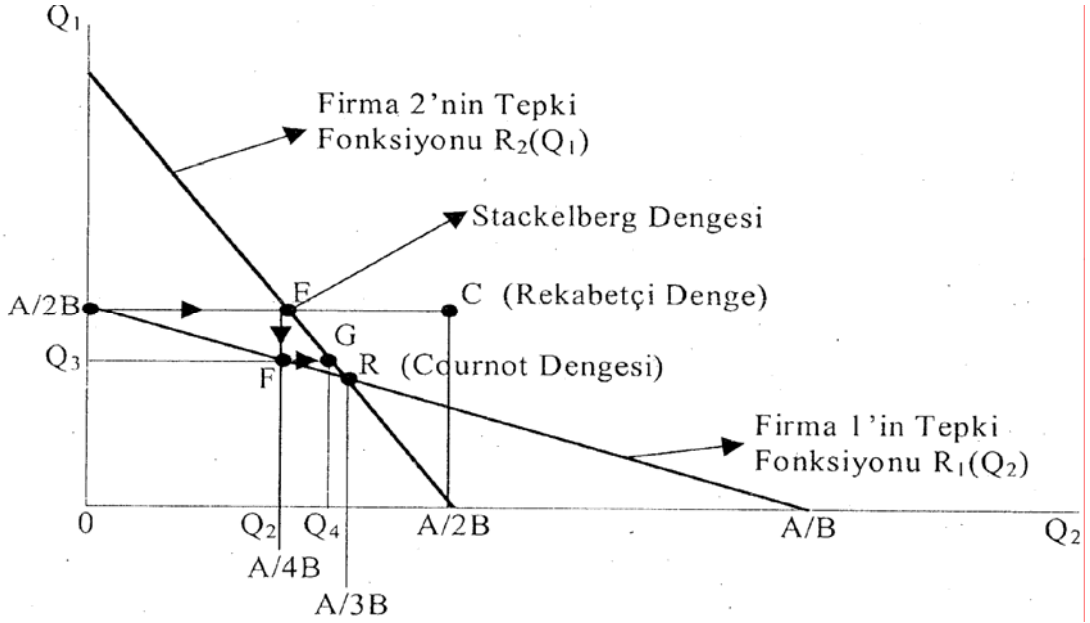
Her iki firma aynı anda ve birbirinden bağımsız olarak kendi fiyatlarını belirlerler. Yani firmaların her biri kendi fiyatını belirlediğinde diğerinin fiyatı hangi düzeyde tuttuğunu gözleyememektedir. Sadece tahmin edebilmektedir. Eğer doğru tahmin edebilirse Bertrand dengesine ulaşılabilir (Yıldırım vd. , 2005: 120).

### 2.2.1.3. Stackelberg Modeli

Alman iktisatçı Heinrich von Stackelberg, 1934 yılında yazdığı “Marktform und Gleichgewicht” (Pazar formu ve denge) adlı makalesinde piyasa yapılarını farklı şekilde sınıflandırdıktan sonra düopolist ve oligopolistik piyasa yapısının genel bir

analizini yapmıştır. Bu model Cournot modelinin bir uzantısıdır. Stackelberg'in modelinde firmalardan bir tanesinin rakiplerinin Cournot varsayımına göre hareket ettiğinin farkında olduğu varsayımı doğrultusunda gerçekleşmektedir (Özer, 2004: 40).

Stackelberg Modeli Şekil 12' de gösterilmiştir;



Şekil 12. Stackelberg Modeli

Kaynak: Ünsal, 2007: 454.

Şekil 12'de önder firma olan Firma 1 başlangıçta monopolcü gibi davranarak  $A/2B$  kadar mal üretir. Buna karşılık takipçi firma olan Firma 2, Firma 1' in  $A/2B$  kadar mal üretmesine tepki olarak başlangıçta  $Q_2 = A/4B$  kadar mal üretir. Birinci aşaması Cournot modelinden farklı olmayan Stackelberg modelinde önder firma takipçi firmanın  $A/4B$  kadar mal üretmesine tepki olarak ikinci aşamada artık  $Q_3 = 3A / 8B$  kadar mal üretmez. Zira karşılıklı bağımlılığın olduğunu düşünen önder firma birinci aşamada ürettiği mal miktarını ikinci aşamada  $Q_3 = 3A / 8B$  düzeyine indirmesi halinde takipçi firmanın bu duruma ikinci aşamada daha fazla mal üreterek tepki göstereceğini ve Cournot modelinde açıklanan bu süreç sonunda ürettiği mal miktarının ve dolayısıyla da karının düşeceğini görür. Bu yüzden de önder firma, takipçi firmanın  $Q_2 = A/4B$  kadar mal üretmesi karşısında ikinci aşamada ürettiği mal

miktarını değiştirmez: önder firma ikinci aşamada da monopolcö gibi davranarak  $A/2B$  kadar mal üretir. Bu durumda ikinci aşamada takipçi firmanın ürettiği mal miktarı da değişmez ve iki firma birlikte  $A/2B + A/4B = 3A / 4B$  kadar mal üretirler. Dolayısıyla Stackelberg Modelindeki toplam üretim, Cournot modelindekinden daha büyüktür:  $3A / 4B > 2A / 3B$ . Bir başka deyişle Stackelberg modelindeki fiyat düzeyi, Cournot modelindeki fiyat düzeyinden daha küçük olur ( Ünsal, 2007: 454).

#### **2.2.1.4. Oligopol Ürün Piyasasında Talebin Dirsekli Olması: Sweezy Yaklaşımı**

Chamberlin modelinin anlaşmasız oligopolde fiyatın istikrarlı olduğu yolundaki tezini paylaşan bir başka model, Amerikalı İktisatçı Paul Sweezy tarafından 1939 yılında geliştirilen ve dirsekli talep eğrisi modeli olarak da nitelendirilen modeldir (Ünsal, 2007: 454).

Sweezy modeli, firmaların birbirleri ile antlaşma yapmadıkları, buna karşılık firmalar arasında karşılıklı bağımlılık ve rakiplerin tepkisinin belirsizliği varsayımları üzerine oturmaktadır (Çolak vd. 1996: 259).

Bazı düopol ve oligopol piyasalarında fiyat değişiklikleri çok seyrek yapılır. Bu piyasalardaki firmalar, daha önce ele aldığımız piyasadakilerinin aksine, maliyet eğrilerinde küçük kaymalar ortaya çıktığında, fiyat-miktar bileşimlerini değiştirmezler. Dirsekli talep eğrisi çözümü, bu gözlenen davranış biçimiyle uyumlu bir çözümleme sunar (Henderson ve Quant, 1986: 196).

Oligopol piyasasındaki firmalar birbirlerini izlemek durumundadır. Bu modele göre bir firma fiyatlarını düşürürse diğer firmalar da fiyatlarını düşürür. Buna karşın firma fiyatlarını arttırdığı zaman, firmanın rakibi durumundaki diğer firmalar fiyatlarını arttırmazlar. Dirsekli talep eğrisi modelinde oligopolcö firmanın iki tane talep eğrisi ile karşı karşıya olduğu kabul edilir (Özkan, 2004: 178).

Oligopolistik karakterli bazı mal piyasalarında, üretim maliyetlerinde zaman zaman meydana gelen değişmelere rağmen, satış fiyatlarının değişmediği gözlenmektedir. Dirsekli talep eğrisi çözümü, bu tür durumlar için geliştirilmiştir. Bu



değişmeye tepileri asimetriktir / talep eğrisi dirseklidir yolundaki varsayımının ampirik olarak geçersiz olduğu yolundaki argümandır (Ünsal, 2007:457).

### **2.3. OLİGOPOLİSTİK PİYASA YAPILARININ OYUN TEORİSİ ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİ**

Bu bölümde oyun teorisi ayrıntılı bir şekilde açıklanacak ve endüstriyel piyasa yapıları bu teori çerçevesinde açıklanacaktır. Yapılacak ayrıntılı açıklamalar, teorinin matematiksel yapısından çok piyasa yapılarının açıklanmasına yönelik olan kısmıyla ilgili olacaktır.

#### **2.3.1. Oyun Teorisi Tanımı ve Kapsamı**

Genel anlamda “Strateji bilimi” olarak da adlandırabileceğimiz oyun teorisi, insanların kaderlerinin karşılıklı olarak bağımlılık taşıdığı durumları tahlil eder ve bir kişinin kaderinin diğerlerinin yaptıklarına bağlı olması halinde izleyebileceği stratejileri geliştirir. Teorinin akademisyenleri ile uygulayıcılarının iletişime geçerek teorinin gerçekten anlaşılabilmesi uzun zaman almıştır (Demirci, a.g.i.s).

Oyun teorisi, oyuncular ya da oyuncu grupları arasındaki karar verme aşamalarını analiz eden matematiksel bir modeldir (Von Neumann ve Morgenstern, 1944; Myerson, 1991).

Oyun teorisi, karmaşık etkileşimli karar alma sürecinde çözüm için bir başlangıç sağlaması açısından güçlü bir yönetsel araçtır. Oyun kuramı rekabet halindeki karar verici açısından, rakip hangi stratejiyi oynarsa oynasın, “kazanç söz konusu ise maksimizasyon, kayıp söz konusu ise minimizasyon amacına yönelik olarak optimal strateji ne olmalıdır? “sorusunun yanıtını vermektedir. Bu alanda oyun teorisi rekabetin yer aldığı ekonomik piyasalarda ekonomik kararların alınmasında önemli ipuçları sağlayabilmektedir. Oyun teoremi çatışma ortamında rakiplerin de karar süreçlerini dikkate alarak karar verme olayını inceleyen matematiksel bir yaklaşımdır. “Rakiplerin hangi davranışı seçeceği bilinmeden,

olumlu hareket kararları alabilmek için en rasyonel davranış ne olmalıdır?” sorusu teoremin ortaya çıkmasına neden olmuştur Bu nedenle Oyun Teoremi karmaşık çıkarların mücadelesini açıklayan matematiksel bir yaklaşımdır. (Özer, 2004:6). Daha açık bir ifade ile teoride, oyunun her bir olası sonucu her bir oyuncunun bir diğerine ödettiği sayısal bedellerin toplamıdır. Bu bedeller farklı oyuncular için sonucun değerini yansıtır (Straffin, 1993: 3).

Bu açıklamalara bağlı olarak İktisatçı ve matematikçiler açısından oyun teoremini yeniden tanımlarsak; ‘iki ya da daha fazla rakibi belirli kurallar altında birleştirerek karşılıklı olarak çelişen olasılıklar karşısında, birbirlerine karşı en doğru stratejiyi belirleme yöntemidir’ diyebiliriz. İşletme ve ekonomi kaynaklarında “oyun” zamanla ortaya çıkacak olan belli ödemeleri önceden kestirmek için karar verme zorunluluğunda kalan tarafların (veya oyuncuların) menfaat çatışmalarını veya rekabetini yansıtır. Oyun Teorisi karmaşık yararların mücadelesini açıklayan matematiksel bir yaklaşımdır. Yararların çatışması ekonomide olağan olduğundan, son yıllarda oyun kuramına ilgi oldukça artmıştır (Engüdar ve Cankurt, a.g.i.s).

Oyun, etkileşimli bir karar durumunun formel modelidir ve birden fazla oyuncu içerir. Yukarıda yapılan oyun tanımları; oyuncuları, oyuncuların tercihlerini, bilgilerini, seçebilecekleri stratejik alternatifleri ve bu seçimlerin kazanca olan etkisini içerir. Oyuncu, oyuna katılan bir karar vericidir ve amacı, sonuçlar arasından en tercih ettiği sonucu veren hareketi ya da stratejiyi seçmektir (Gümüšoğlu ve Özdemir, 2009:290).

Oyunun esas noktası oyuna başlamayan oyuncuların her birinde stratejik adımlardan oluşan kümeler seti bulunmasıdır. Rasyonel oyuncu adımlar kümesindeki stratejilere uygun olarak gelir fonksiyonu (fayda, kar, satış hacmi, maliyet minimizasyonu vs. olabilir.)oluşturmaktadır. Rasyonel oyuncu öyle bir oyuncudur ki, bütün rakiplerini ve onların stratejilerini bilmekte, ve bildiği verilerden yola çıkarak belirsiz durumu bir şekilde belirli hale getirerek bazı tahminlerde ve olasılık hesaplamalarında bulunmaktadır (Hacıyev, 2009:49).

Akademik araştırmalarda kullanım alanları yaygınlařtıķça önemi anlaşılan oyun teorisi, 1990'lardan itibaren Amerika'da yaygın olarak uygulanmaya başlandı. Özellikle ekonomi alanında ihale düzenlemelerinden rekabet analizlerine kadar geniş bir uygulama alanı ortaya çıktı. Türkiye'de oyun teorisi ancak son yıllarda akademik alanda olduğu kadar günlük hayatta da özellikle 'Akıl Oyunları' adlı filmin ülkemizde vizyona girmesinden sonra ilgi odağı oldu. Aslında modern oyun teorisi bugün karşımıza çıkan şekline uzun bir gelişme sürecinden sonra ulaştı. Bu süreçte kısaca göz atmak 'oyun teorisi' isminin nereden geldiğini anlamamıza yardımcı olur (Soytaş, a.g.i.s).

### 2.3.2. Oyun Teorisi Tarihçesi

Oyun teorisini 160 yıllık bir geçmişe sahip olmakla beraber, teorinin son 70 yılda gelişiminden söz etmek mümkündür (Özer, 2004: 7).

Oyun teorisi ilk olarak 1921 yılında Emile Borel tarafından ortaya atılmıştır. Daha sonra John Von Neumann 1928 yılında bu teorinin temel ilkelerini ayrıntılı biçimde belirlemiştir (Tekin,1999:159). Sonra 1944'te Oskar Morgenstern ile John von Neumann'ın birlikte yazdıkları 'Oyunlar Teorisi ve Ekonomik Davranış' kitabı çıktı. Kitapla birlikte konu çok kısa zamanda üniversitelere ders olarak da girdi. Artık özellikle matematik bölümlerinde 'Oyunlar Teorisi' dersleri açılmıştı Ancak von Neumann ile Morgenstern'in kitabının üçte biri toplamı sıfır olan iki kişilik oyunlarla ilgiliydi. İki'den fazla oyuncusu olan oyunlarla ilgili bölüm yine kitapta geniş yer tutuyordu ama tamamlanmamıştı ve bu çeşit oyunlar için bir çözüm olduğu kanıtlanmamıştı. Kitabın son 80 sayfası ise toplamı sıfır olmayan oyunlara ayrılmıştı ve Von Neumann bu çeşit oyunları da aslında bir anlamda toplamı sıfır oyunlara çevirmeyi deniyordu. Von Neumann'ın 1928'deki makalesi ve daha sonra Norveçli iktisatçı Morgenstern'le birlikte 1943'te yayımladıkları kitap, toplamı sıfır olan oyunlar meselesini büyük ölçüde çözüyor ama toplamı sıfır olmayan oyunları çözmüyordu. Bugün bildiğimiz anlamıyla oyun teorisi, aslında iki teoreme dayanır. Bunlar, Von Neumann'ın 1928 tarihli minimum-maximum teoremi ile Nash'e Nobel kazandıran 1950 tarihli denge teoremi... (Oyun teorisi, a.g.i.s).

1928 yılında John Von Neumann'ın Minimaks Teoremi' ni ileri sürüp ispatlamasıyla matematiksel temellerine oturmuştur. Günümüze kadar bu alanda birçok çalışma yapılmış ve bilim dünyasının hizmetine sunulmuştur. Oyun teorisi iki veya daha fazla karar vericinin çatışan ilgilerinin olması durumunda kullanılacak ideal bir karar verme aracıdır. Yöneylem araştırmasının önemli bir tekniği olan oyun teorisi,; işletme, ekonomi, politika, uluslararası ilişkiler, sosyoloji, askeri alanlar ve biyoloji gibi geniş bir yelpazede başarılı bir şekilde uygulanmaktadır (Esen, 2008:525).

**Tablo 3.** Oyun Teorisi Tarihçesi

<i>Tarih</i>	<i>Teori</i>
1838	Augustin Cournot
1913	Zermelo Teoremi
1921-27	Borel
1928	Von Neumann Minmaks Teoremi
1944	John Von Neumann ve Oskar Morgenstern “Oyunlar Kuramı ve İktisadi Davranış”
1950	Melvin Dresher Ve Merrill Flood, Rand Corporation Deneyleri: Mahkumlar Açmazı
1950-53	John Nash
1952	İlk Ders Kitabı, John Mckinsey
1961	Biyolojiye İlk Uygulama; R. C. Lewontin, Evrim ve Oyunlar Kuramı
<b><i>Nobel Ödülleri</i></b>	
1994	Harsanyi, Nash ve Selten
1996	Mirrlees ve Vickrey
1998	Sen
2002	Kahneman ve Smith

### 2.3.3. Oyun Teorisi Temel Kavramları, Özellikleri ve Teorinin Sınıflandırılması

Karar birimleri olarak tanımlanan firmaların stratejik durumlarda nasıl davranacaklarını inceleyen ve mikro iktisadın bir alanı haline gelen oyun teorisi, rekabette firma stratejilerinin ortaya konulması ve rekabet analizlerinin yapılması açısından önemli bir araçtır. Oyun teorisi çerçevesinde firmaların stratejik davranışlarının piyasa yapısı üzerindeki etkileri analitik olarak ortaya konulabilmektedir. Rakipleri veya oyuncuları karşı karşıya getiren ve belli kuralları olan düzenlemeler şeklinde tanımlanan oyun, bir takım oyunculardan, stratejilerden ve kazançlardan oluşmaktadır. (Çoban, 2003: 20–19).

Her aktör (oyuncu) kazancını maksimize edecek stratejiyi seçer, aynı zamanda diğer oyuncuların seçimleri de kendi seçimini etkiler. Oyun Teorisi çok genel olarak bu karar süreçlerini analiz etmektedir (Uysal ve Bölen, 2006: 188).

Aşağıda Oyun Teorisinde kullanılan bazı temel kavramlar ve varsayımlar açıklanmıştır (Yaralıoğlu, a.g.i.s).

**Oyuncular:** Bir oyunda amaçlarını optimize etmeye çalışan kişi ya da kurumlar. Oyunda en az iki oyuncu bulunur ve akılcı hareket ettikleri gibi, kazanmak için en iyisini yaptıkları varsayılır.

**Stratejiler:** Her oyuncunun sahip oldukları eylem seçenekleri. Bir oyuncu için herhangi bir strateji kural olup, seçenekler oyunun seçimini belirler. Herhangi bir oyuncunun seçenekleri belirsiz sayıdaysa oyun sonlu değil süreklidir. Seçenek sayısı belirli ise oyun sonludur.

**Kazanç veya Ödemeler:** Oyunun sonucu kazanma, yitirme veya oyundan çekilme olabilir. Her sonuç veya ödeme, negatif, pozitif veya sıfır olmak üzere her oyuncunun rakibine karşı kazancını veya kaybını belirler.

**Ödemeler Matrisi:** Bu matris, oyuncuların strateji seçimlerinin türlü bileşiminden sonuçlanan kazanç veya kayıpları gösterir. Ödeme matrisinin elemanları pozitif, negatif veya sıfıra eşit olabilir. Matrisin herhangi bir elemanı

pozitif ise sütunda yer alan oyuncu, satırda yer alan oyuncuya bu miktarda ödeme yapar. Matrisin herhangi bir elemanı negatif ise satırdaki oyuncu, sütundaki oyuncuya bu negatif elemanın mutlak değerine eşit ödemede bulunur. Matrisin elemanı sıfır ise oyunculardan hiçbiri birbirine ödemede bulunmaz. Ödemeler matrisi sadece bir oyuncunun değerlerini temsil eder.

**Oyunlar:** Oyunların sınıflandırılması genellikle oyuncuların sayılarına göre yapılır. İki kişilik, üç kişilik veya (n) kişilik oyunlar kurulabilir.  $n = 2$  ise oyun 2 kişilik,  $n \geq 2$  ise oyun n kişili oyundur. Ayrıca sıfır toplamlı, sabit toplamlı olmayan ve sıfır toplamlı olmayan oyunlar olarak da oyunlar sınıflandırılır.

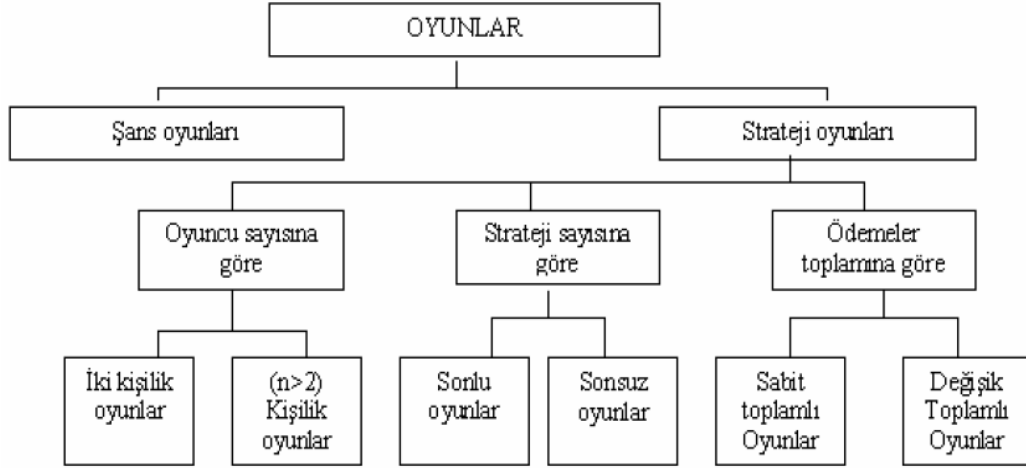
**Kazanç matrisi;** her bir strateji kombinasyonunun oyunculara sağladığı nihai sonucu ortaya koyar. Kazanç matrisinde taraflardan birisinin kazancı diğerinin kaybı olabilir. Bu tür oyunlara sıfır toplamlı oyunlar adı verilir. Sıfır toplamlı oyunun daha genel biçimi sabit toplamlı oyunlardır. Burada oyunun toplam kazancı sabittir. Sadece bu kazancın taraflar arasında dağılımı değişebilir. Örneğin piyasa paylaşımı ile ilgili oyunlarda piyasa payları toplamı daima 100'e eşit olacaktır. Kazanç matrisinde tarafların kazançları çeşitli strateji kombinasyonlarına göre değişken olabilir. Bu tür oyunlara da değişken "toplamlı oyunlar" adı verilir. İktisadi hayatta değişken toplamlı oyunlar daha geniş yer tutar (Türkkan, 2001: 46–47).

Oyun teorisine göre oyuncular faaliyetleri veya kendileri için elverişli olan stratejileri ve verilen herhangi bir alternatif faaliyetle ilgili olarak takip edilecek stratejinin sonuçlarını tam olarak bilmektedir. Oyun teorisinde bir oyuncunun elde ettiği kazanç, rakip oyuncunun kaybını ifade etmektedir. Bir oyunda iki veya daha fazla oyuncu(rakip) bulunur ve oyuncuların seçeceği alternatiflerden meydana gelen bir karar matrisi elde edilir. Genel olarak oyun teorisinde aşağıdaki özellikler bulunmaktadır (Tekin, 1999: 160);

- n oyuncu sayısını göstermek üzere  $n \geq 2$ 'dir.  $n=2$  için "iki kişili oyun" ,  $n>2$  için "n kişili oyun" söz konusu olmaktadır.
- Her bir oyuncu rasyonel davranacaktır ve kendi menfaatini dikkate alarak karar verecektir.

- Oyun sonucu; oyun kazanma, oyunu kaybetme ve oyundan çekilme olarak belirlenir. Bu duruma göre her bir sonuç (kazanç veya ödeme) pozitif, negatif ve sıfır olarak belirlenir.
- Tarafların stratejileri ve her bir oyuncunun takip edeceği stratejilerin sonuçları rakipler tarafından bilinmektedir.
- Oyuncuların takip edecekleri stratejilerin sayısı sonludur. Oyunlar başlıca iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar; sıfır toplamlı oyunlar ve sıfır toplamlı olmayan oyunlardır.

Oyunlar temelde iki farklı gruba ayrılırlar. Birincisi, şans oyunları olarak söz ettiğimiz oyunlar olup, oyunun sonucu ihtimal hesaplarına dayanan oyunlardır. Bu oyunların sonucu matematiksel olarak olasılık dağılımı ile ilgili hesaplamalarla çözülebilir. Örneğin, bir madeni paranın havaya atılması sonucunda yazı veya tura gelmesi sonucu elde edilecek olan kazanç veya kayıplar şansa bağlıdır. Bu tür şans oyunları oyun teorisi içinde kabul edilen oyun kategorisi içinde yer almaz. İkinci tür oyunlar, oyuncunun bilgi, beceri, zeka vb. düzeyleri ile doğrudan ilgili strateji oyunları olarak adlandırdığımız oyunlardır. Strateji oyunlarının yapısına baktığımızda oyuncular, stratejiler, kazanç veya kayıplar ile denge noktasını içinde barındıran oyunlardır. Bu nedenle oyun teorisi, bu tür stratejik oyunlarla ilgilenmektedir. Oyunların sınıflandırılmasını şematik olarak aşağıdaki gibi gösterebilir.

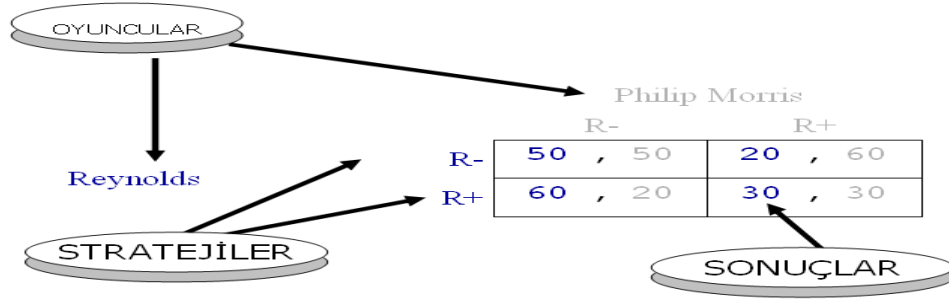


**Şekil 14.** Oyun Teorisinin Sınıflandırılması

**Kaynak:** Özer, 2004: 13.

#### 2.3.4.Oyun Teorisine İlişkin Örnek Bir Uygulama

- Oyuncular : Reynolds and Philip Morris
- Stratejiler : {Reklam ver, Reklam verme}
- Sonuçlar : Şirket karları
- Başlangıçta reklam iki şirket de reklam vermiyor. Her birinin kârı 50 milyon USD.
- Reklamın maliyeti 20 milyon USD.
- Reklam rakipten 30 milyon USD transfer ediyor.



### Oyunun Çözümü

		Philip Morris	
		R-	R+
Reynolds	R-	50 , 50	20 , 60
	R+	60 , 20	30 , 30

Reynolds için en iyi karar:

- Eğer Philip Morris reklam verirse : reklam ver
- Eğer Philip Morris reklam vermezse : reklam ver

Philip Morris ne yaparsa yap; Reklam ver

### Dominant Strateji

- Reynolds için reklâm vermek dominant strateji
- Eğer bir karar, diğer oyuncular ne yaparsa yapsın en iyi kararsa ona oyun teorisi lisanında **dominant strateji** denir.

### Dominant Strateji Çözümü

Philip Morris

		Philip Morris	
		R-	R+
Reynolds	R-	50 , 50	20 , 60
	R+	60 , 20	30 , 30

- Her iki şirket de reklâm verecek (Sanver, a.g.i.s).

#### 2.3.5. İktisat Teorisi- Oyun Teorisi Etkileşimi

Oyun eksenli yapı endüstri iktisadına taşındığında oyuna karar veren ve oyunları davranışlarına göre değiştiren iktisadi birimler firmalardır. Dolayısıyla firmalar geliştirecekleri stratejiler çerçevesinde oyun alanı olarak nitelendirilen piyasa yapısı içerisinde kazançlarını maksimize etmeye çalışmaktadırlar. Oyun teorisine ilişkin analizlerin başlangıç noktası monopolcü açısından da karakterize edildiği gibi tek ajanlı karar durumunun dikkate alınmasıdır. Çok ajanlı karar durumlarının da analiz edildiği oyun teorisinde çok ajanlı karar durumlarının en çok kullanılan gösterim şekli genel/ normal biçim ve stratejik biçimdir. İktisat biliminin hemen hemen bütün alanlarında iktisadi unsurların stratejik davranışlarının önemli rolü bulunmaktadır. İktisat teorisinin metodolojik bir alt bilim dalı olarak oyun teorisi, rasyonel ve stratejik açıdan bir toplumun bireyleri arasındaki karşılıklı ilişkileri analiz etmede kullanılan biçimsel araçları sağlayarak, iktisadi olayları açıklama ve ortak bir lisanı kullanma olanağı yaratmaktadır. Günümüzde, endüstri iktisadından iktisat politikası teorilerine kadar iktisat biliminin bütün alanlarında yapılan araştırmalarda oyun teorisinden yararlanılmaktadır (Çoban, 2003: 19).

Oyun teorisi ile ekonomi sentezi, ekonomi meselelerine bakışı ve bu meseleleri anlama kabiliyetini önemli ölçüde artırmıştır. Oyun teorisinin birçok uygulaması ekonomistlerin mikroekonomi ve makroekonomi problemlerine bakış açısını değiştirmiştir. Bu nedenle, oyun teorisinin uygulandığı ekonomi alanlarına ‘yeni’ sıfatı eklenmektedir. Ekonomistlerce yaygın şekilde kullanılan ‘Yeni Endüstriyel Ekonomi’ ve ‘Yeni Uluslararası Ekonomi’ kavramları oyun teorisinin ekonomideki geleneksel öğretilere uygulanması sonucu gelişmiştir. Ayrıca, ‘Yeni

Geleneksel Makroekonomi’ ve ‘Yeni Keynes Makroekonomisi’ alanlarında da ortak olarak oyun teorisine dayalı analizler kullanılmaktadır. Sonuç olarak, oyun teorisinin ekonomideki kullanım alanları oldukça yaygındır ve bu yaygınlık geleneksel teoriye yeni anlayışlar getirmektedir (Bekar, 2008: 3). Aşağıdaki tabloda oyun teorisinin metodolojik unsurları gösterilmiştir.

**Tablo 4.** Oyun Teorisinin Metodolojik Unsurları

MAKSİMİZASYON	DENGE
Bütün oyuncular kendi kazançlarını (fayda ve karlarını) maksimize ederler.	Strateji kombinasyonları açısından her strateji, diğer oyuncunun stratejisine karşılık verdiği sürece dengenin oluşumuna katkıda bulunur.

Kaynak: Çoban, 2003: 22

### 2.3.5.1. Oyun Teorisi Çerçevesinde Dış Ticaret ve Oligopole İlişkin Yaklaşım

Belirli bir piyasada birkaç şirketin baskın olması durumunu ifade etmek için *oligopol* kavramı kullanılır. Bu tarz bir piyasada temel unsur rekabet halindeki şirketlerin birbirine bağlı olmalarıdır. Bir şirketin davranışı diğer şirketlerin kazancını etkiliyorsa birbirlerine bağlı olma durumu gerçekleşir. Bu karakteristik, oligopolün oyun teorisinde incelenmesini uygun hale getirmektedir (Bekar, 2008: 49).

Burada oligopol piyasadaki ihracat desteğini, iki aşamalı bir oyun çerçevesinde ele almaktayız. Birinci aşamada hükümet dış ticaret politikasını oluşturmakta, ikinci aşamada firmalar yapacakları ihracata karar vermektedirler. Oyunu geriye dönük tümevarımla çözüyoruz. Bu model için aşağıdaki varsayımları yapıyoruz (Ateş, a.g.i.s.);

1. Üç ülke vardır:  $X$ ,  $Y$  ve  $Z$ .
2.  $X$  ve  $Y$  ülkelerin de, homojen mal üreten birer firma vardır ( $x$  ve  $y$  firmaları).  $Z$  ülkesinde üretim yoktur.

3. Her bir firmanın toplam maliyet fonksiyonu:

$$TC_i = c_i q_i, \quad i = x, y$$

4.  $X$  ve  $Y$  ülkelerinde mal tüketimi yoktur. Tüm üretim  $Z$  'ye ihraç edilmektedir.

5.  $Z$ 'deki talep fonksiyonu:

$$P = a - Q, \quad Q = q_x + q_y$$

6.  $X$  ve  $Y$  ülkeleri, birim ürün başına ihracat desteği ( $s_x$  ve  $s_y$ ) uygulamaktadır.  $Z$  ülkesi tamamen serbest dış ticaret uygulamaktadır. Yukarıdaki varsayımlara göre  $x$  ve  $y$  firmalarının kâr fonksiyonlarını şöyle yazabiliriz:

$$\Pi_x = Pq_x - c_x q_x + s_x q_x = (a - q_x - q_y) q_x - c_x q_x + s_x q_x$$

$$\Pi_y = Pq_y - c_y q_y + s_y q_y = (a - q_x - q_y) q_y - c_y q_y + s_y q_y$$

Birinci sıra koşullar:

$$\frac{\partial \Pi_x}{\partial q_x} = a - 2q_x - q_y - c_x + s_x = 0$$

$$\frac{\partial \Pi_y}{\partial q_y} = a - 2q_y - q_x - c_y + s_y = 0$$

Birinci sıra koşulları çözelim:

$$q_x^* = \frac{a - 2c_x + 2s_x + c_y - s_y}{3}$$

$$q_y^* = \frac{a - 2c_y + 2s_y + c_x - s_x}{3}$$

$$Q^* = q_x^* + q_y^* = \frac{2a - c_x - c_y + s_x + s_y}{3}$$

$$P^* = a - Q^* = \frac{a + c_x + c_y - s_x - s_y}{3}$$

Bu çözümler, firmalar için ikinci aşamadaki dengelerdir. Birinci aşamada ülke hükümetleri, iktisadi refah düzeyini maksimize edebilmek için dış ticaret politikasını belirlemektedirler. Her bir ülkenin mal ihracatından elde ettiği özel kazanç, firma kârlarıdır. Tüm ülkedeki net refah artışını ise, toplam kâr düzeyinden toplam ihracat desteğini düşerek buluruz.

$X$  ve  $Y$  ülkelerinin iktisadi refah fonksiyonları:

$$W_x = \Pi_x - s_x q_x = (P - c_x + s_x) q_x - s_x q_x = (P - c_x) q_x$$

$$W_y = \Pi_y - s_y q_y = (P - c_y + s_y) q_y - s_y q_y = (P - c_y) q_y$$

İkinci aşamada elde ettiğimiz optimal değerleri, bu refah fonksiyonlarındaki yerlerine yazarak, refah fonksiyonlarını tümüyle parametrelere ve dış ticaret politikalarına bağlayabiliriz:

$$W_x = \left( \frac{a - 2c_x + c_y - s_x - s_y}{3} \right) \left( \frac{a - 2c_x + 2s_x + c_y - s_y}{3} \right)$$

$$W_y = \left( \frac{a - 2c_y + c_x - s_y - s_x}{3} \right) \left( \frac{a - 2c_y + 2s_y + c_x - s_x}{3} \right)$$

Her bir ülke, refah düzeyini maksimize edecek olan dış ticaret politikasını seçecektir.

$$\frac{\partial W_x}{\partial s_x} = a - 2c_x + c_y - 4s_x - s_y = 0$$

$$\frac{\partial W_y}{\partial s_y} = a - 2c_y + c_x - 4s_y - s_x = 0$$

$$S_x^* = \frac{a - 3c_x + 2c_y}{5}, \quad S_y^* = \frac{a - 3c_y + 2c_x}{5},$$

Bu sonuçtan ilk olarak şunu çıkarabiliriz: Her iki ülke pozitif miktarda ihracat yaparsa, destekleme oranları da pozitif olacaktır. Bunu görebilmek için, yukarıdaki değerleri, ikinci aşamadaki üretim miktarlarının yerlerine yazmalıyız. Her iki ülkenin üretim maliyetleri aynıysa, pozitif denge destek değeri, dış ticaret politikası seçiminde tutsaklar açmazı durumunu yansıtır. İhracat desteği olmazsa, her bir firma toplam piyasayı eşit paylaşırlar ve pozitif bir kâr elde ederler. Ancak her iki ülke destek politikası uygularsa, firmalar yine piyasayı eşit paylaşırlar ve daha yüksek kârlar elde ederler. Ancak fiyatların düşmesi sonucu, sübvansiyon maliyeti kâr artışını aşacağından, ihracatçı ülke refah kaybına uğrar. Tek kazançlı, Z ülkesidir (Ateş, a.g.i.s.).

### 2.3.6. Nash Dengesi

1950-1953 Oyun Teorisi alanında dört makale yazan Nash, bu makalelerden ikisi, Oligopolistik piyasalar konusundaki Cournot'un çalışması üzerine Nash Dengesi oluşturmuş diğer ikisi pazarlık problemi üzerinedir. Bu dört makale, bilim dalının daha çok gelişmesinde büyük etkiye sahiptir. John Nash'ın yaklaşımı, oyun teorisinin, sıfır toplamlı oyunlardan sıfır toplamlı olmayan oyunlara doğru gelişmesini de sağladı. 1950 yılında, "N-kişili oyunlarda denge noktaları" ve 1951 yılındaki "Anlaşmasız oyunlar" hakkındaki iki tebliğ ile Nash, anlaşmasız oyunlarda Nash dengesini sağlayan bir stratejinin varlığını kanıtlamıştır. Bu denge stratejisini anlaşmasız oyunlara indirgeme yoluyla anlaşmalı oyunların çalışma prensibini ortaya koymuştur. 1950 yılında "Pazarlık Problemi" ve 1953 yılında "iki –kişilik anlaşmalı Oyunlar" adlı iki tebliğ ile aksiyomatik pazarlık teorisini ortaya koydu. Pazarlık çözümünün varlığını kanıtladı ve ilk olarak Nash Programının uygulamasını yaptı. John Nash Bunların hepsi ile 1994 de ekonomi alanındaki Nobel ödülü ile ödüllendirildi (Özer, 2004: 9).

Poker tarzı oyunlardaki kısır bir döngü gibi uzayıp giden fikir yürütme biçimini Nash, bir döngü olmaktan çıkartıp bir kare gibi düşünmeyi önerdi. Nash'ın önerisi tam olarak şuydu: Bütün oyuncuların kendine göre en yüksek kazancı getirecek bir stratejisi var ama bu 'dominant strateji' oyundaki yegane oyuncu olmadığı için uygulanamaz, o yüzden de bir 'denge' durumuna razı olunur

(Mandelbrod, a.g.i.s). Diğler bir grŖe göre Nash, herhangi bir stratejik etkileŖimde, bir oyuncunun en iyi seçiminin (hamlesinin), öteki oyuncuların ne yapacaklarına dair inancına sıkı sıkıya bağlı olduğunu fark etti. Nash, her oyuncunun, öteki oyuncuların yapabileceği hamle seçeneklerine bakarak en uygun hamleyi seçtiği duruma bakmamızı önerdi. Bu da Ŗimdiki adıyla Nash dengesidir (Varian, a.g.i.s).

John F. Nash, 1950-1953 yılları arasında yayınladığı dört alıŖması ile oyun teorisini geliŖtirdi ve hem rekabetçi hem de iŖbirliki oyunlar da kullanılabilen bir denge kavramını ortaya çıkardı. Halen oyun teorisinin ağır yükünü onun ortaya attığı “*NASH DENGESİ*” ekmektedir. Martin Shubik 1959 basımlı ‘Strateji ve Pazar Yapısı: Rekabet, Oligopol ve Oyun Teorisi’ kitabında rekabetçi oyun teorisini ilk defa oligopolle uyguladı. 1965’te Reinhard Selten, Nash dengesini yaygın biçimdeki oyunlarda kullanılabilen Ŗekilde geliŖtirdi.  seri makalesi ile John Harsanyi, 1967-1968 yıllarında teorisinin oyuncuların eksik bilgi sahibi oyunlara nasıl uygulandığını gösterdi (SoytaŖ, a.g.i.s).

Nash dengesinin sade mantığını bilinen bir örnek üstünde izleyelim. OPEC bir petrol fiyatı tesbit etmiŖ olsun. O fiyatı tutturmak için gerekli üretim kotalarını da ülkelere daėıtmıŖ olduğunu dŖnelim. Arz, talep ve fiyatın birbirleri ile tutarlı olduğunu da varsayalım. Ŗimdi petrol ihracatçısı ülkelerden birinin üretimini kota üstüne çıkartmaya karar verdiğini dŖnelim. Diğerleri kotaya sadık kalsın. Ne olur? Arz artacağından petrol fiyatı dŖer. retimini arttıran ülkenin petrol geliri, yeni fiyatla dŖyorsa, piyasa Nash dengesindedir. Çünkü bu durumda dengeyi bozma üreticilerin iŖine gelmemektedir. Üretim maliyeti fiyatın üstünde olmasına rağmen piyasada dengeyi bozucu davranıŖ olmamaktadır. Eğer üretimini arttıran ülke yeni fiyattan daha fazla petrol geliri elde ediyorsa piyasa Nash dengesinde değildir. Çünkü dengeden sapmadan kârlı çıkan üretici vardır. O fiyat ve üretim kotaları tutunamaz. Kavramın uygulamada bir iŖe yarayıp yaramadığı tartıŖmalıdır. Ama iktisat teorisini eksik rekabetle ilgili mahcubiyetten kurtardığı kesindir. Ekonominin iŖine yaramasa da iktisatçılara ilaç gibi gelmiŖtir (Oyun Teorisi, a.g.i.s).

İktisat bilimindeki çoğu oyunlarda peŖi sıra eleme yöntemiyle denge değerine ulaŖmak mümkün değildir. Bu tür durumlarda daha güçlü bir çözüm yöntemine gerek duyarız. Nash dengesi, bu aracı sağlar. Diğer oyuncuların strateji seçimleri

belirliyen, hiçbir oyuncu seçimini değiştirmek için bir neden görmüyorsa, strateji bileşimi bir Nash dengesidir (Ateş, a.g.i.s). Bu kuram Şekil 15 yardımıyla açıklanacaktır;

		Oyuncu 2	
		S <sub>1</sub>	S <sub>2</sub>
Oyuncu 1	S <sub>1</sub>	(5,5)	(1,10)
	S <sub>2</sub>	(10,1)	(3,3)

**Şekil 15.** Nash Dengesi

**Kaynak:** Türkkan, 2001: 51

Nash dengesi çözümüne S<sub>2</sub>, S<sub>2</sub> strateji çifti ile ulaşılmaktadır. Çünkü birinci oyuncu için S<sub>2</sub>, karşı tarafın stratejisi ne olursa olsun en iyi stratejidir. Gerçekten birinci oyuncu s<sub>1</sub> oynadığında ikinci oyuncu S<sub>2</sub> oynarsa birinci oyuncu ancak 1 birimlik kazanç sağlayabilmektedir. Buna karşılık birinci Oyuncu S<sub>2</sub>'yi uyguladığında ikinci oyuncunun stratejisi ne olursa olsun S<sub>1</sub>'deki sonuçlara nazaran daha karlı çıkmaktadır. Aynı karşılaştırmaları ikinci oyuncu için yaptığımızda da ikinci stratejinin karşı tarafın stratejisi ne olursa olsun en iyi strateji olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu Şekilde ulaşılan çözüm taraflara üçer birimlik bir kazanç sağlamaktadır. Ancak taraflar S<sub>1</sub>,S<sub>1</sub> strateji çiftini oynasalar, beşer birimlik bir kazanç sağlayacaklardır. Böylece Nash Dengesi her zaman en iyi çözüme ulaşma imkanını vermeyecektir (Türkkan, 2001: 52).

### **2.3.6.1. Oligopolistik Piyasa Yapılarında Nash Dengesi**

Oligopolcü firmaların çıktı ve fiyatlamaya ilişkin kararları için Nash dengesini kullanabiliriz. Aşağıdaki Şekil işbirliğine dayanmayan düopol oyunu için düzenlenmiştir (Yıldırım vd. 2005: 324- 327). Burada her bir firma stratejik değişken olarak çıktı düzeylerini seçmişlerdir. Basitlik sağlamak amacıyla üç strateji ile başlayalım. Firmalar bunlardan bir tanesini seçeceklerdir. Firmaların her yönüyle

özdeş olduğu varsayımı altında  $q_1$  birinci firmanın,  $q_2$  ise ikinci firmanın çıktı düzeyini göstermektedir. Firma 1' in çıktı stratejileri  $q_1 = 47.5$ ,  $q_1 = 60 \frac{1}{3}$ ,  $q_1 = 70$  şeklinde şeklin üst kısmında soldan sağa doğru gösterilmiştir. Firma 2' nin stratejileri ise tablonun solunda  $q_2 = 47.5$ ,  $q_2 = 60 \frac{1}{3}$ ,  $q_2 = 70$  olarak yukarıdan aşağı doğru sıralanmıştır.

### Düopol Oyunu İçin Kar Matrisi

Firma 1'in Stratejileri

	$q_1 = 47.5$	$q_1 = 60 \frac{1}{3}$	$q_1 = 70$	Firma 2 için en düşük kar	
Firma 2' nin stratejileri	$q_2 = 47.5$	4512 4512	5014 3760	5075 3444	3444
	$q_2 = 60 \frac{1}{3}$	3760 5014	3600 3600	3967 3589	3589
	$q_2 = 70$	3444 5075	3589 3967	3500 3500	3500
Firma 1 için en düşük kar	3444	3589	3500		

Firmaların oyunda ulaşacağı sonuç (elde edecekleri kar düzeyi) seçilen strateji yanında, var olan talep ve arz koşullarına bağlıdır. Şimdi her iki firma da stratejilerini belirledikten sonuçları Şekil de gösterildiği gibi elde edilmektedir. Sonuçları hesaplayabilmek için piyasa talebi ve her düopolistin maliyet fonksiyonları hakkında bilgi sahibi olmamız gerekir. Şekil deki sonuçlar aşağıdaki fonksiyonlara göre elde edilmiştir;

Talep fonksiyonu

$$P = 200 - q_1 - q_2$$

Maliyet fonksiyonları

$$C_1 = 10q_1$$

$$C_2 = 10q_2$$

$$MC_1 = MC_2 = 10$$

Bu verilerden hareketle izlenecek stratejilere göre dokuz olası sonuç vardır. Bu sonuçları oyun kuramı çerçevesinde 3x3' lük matris ile gösterebiliriz. Her hücrede firmaların seçtiği stratejilere göre ulaşacakları karlılık düzeyleri gösterilmektedir. Hücredeki ilk rakam (üstteki) Firma 1'in ikinci rakam (alttaki) ise Firma 2'nin karını göstermektedir. Örneğimizdeki iki firmanın her bir dönem için 47.5 birim üretmeyi benimsemeleri durumunda toplam üretim;

$$Q = q_1 + q_2 = 95$$

Birim olacak ve piyasa;  $P = 105$  TL fiyattan temizlenecektir (denge fiyatı 105 olacaktır). Bu durumda her bir firmanın karı;  $(\pi_i = (p - C_i) * q_i)$  formülünden hareketle 4512TL olacaktır (virgülden sonraki rakamlar dikkate alınmamıştır). Eğer Firma 1, 47.5 birim üretirken, firma 2 70 birim üretmiş olsaydı; piyasa denge fiyatı  $P = 200 - 47.5 - 70 = 82.5$  TL olarak belirlenecekti ve Firma 1 3444TL kar elde ederken Firma 2 5075TL kara ulaşacaktı. Matristeki diğer hücreler benzer yöntemle hesaplanmıştır.

Şimdi sorun bu firmaların hangi stratejileri seçeceklerinde ortaya çıkmaktadır. Bu tür oyunlarda firmalar alternatif stratejileri değerlendirmek için sıralama yaparlar. Bu sıralamada genelde izlenen yol; olası en kötü sonuç içerisinde en iyisini seçmektir (maksimin stratejileri). Bu bağlamda Firma 1  $q_1 = 47.5$  olan stratejiyi seçerse, en düşük karı 3444TL olurken, en yüksek karı ikinci strateji  $q_1 = 60 \frac{1}{3}$  olacaktır. Çünkü elde edeceği en düşük kar 3589' dur ve diğer stratejilerden daha yüksektir. Benzer şekilde Firma 2'de matrisin sıra elemanlarına bakarak ve rakibin seçtiği stratejiyi de dikkate alarak ikinci satırı yani  $q_2 = 60 \frac{1}{3}$ ' ü seçecektir. Her ikisi de  $q_1 = q_2 = 60 \frac{1}{3}$ ' ü seçmekle dengeye ulaşılmaktadır. Dikkat edilirse bu bizi daha önce açıkladığımız Cournot çözümlemesine götürmektedir. Bu aynı zamanda

Nash Dengesi'dir. Çünkü her firma rakiplerinin kararları veri olduğunda kendisi için en iyisini yapmaktadır. Nash Dengesi kavramını, hakim stratejiler içindeki denge kavramı ile karşılaştırsak; hakim stratejiler; siz ne yaparsanız yapın ben yapabileceğimin en iyisini yapıyorum ve ben ne yaparsam yapayım rakibim yapabileceğinin en iyisini yapıyor. Nash Dengesinde ise sizin ne yaptığınız veri olduğunda siz yapabileceğinizin en iyisini yapıyorsunuz. Dikkat edilirse hakim strateji denesi Nash Dengesinin özel bir durumudur (Yıldırım vd. 2005: 324- 327).

### 2.3.6.1.1. Geleneksel Oligopol Teorilerinden Cournot Modelinde Nash Dengesi

Bir önceki bölümde açıklandığı gibi Cournot, modelinde stratejik değişken olarak çıktıyı (üretimi) alır. Fiyatı tüm firmalar için sabit kabul eder. Her bir satıcı karını maksimize edecek şekilde birbirinden bağımsız olarak piyasada faaliyetini sürdürür. Yine tüm firmalar kendi maliyet fonksiyonunu, endüstri talebini piyasa fiyatını ve rakiplerin üretim düzeylerini bilmektedir (Yıldırım vd. 2005: 113).

Cournot'a Firmalara ait kar fonksiyonu göre aşağıdaki gibidir (Naeve; Özer, 2004:34–37);  $x_i$  aşağıdaki denklemde  $i$  firmasına ait üretim miktarını ( $q$ ) temsil etmektedir;

$$\begin{aligned}\Pi_i(x_i, x_{-i}) &= P(x_i + x_{-i})x_i - C(x_i) \\ &= (a - bx_i - bx_{-i})x_i - cx_i \\ &= (a - c - bx_{-i})x_i - bx_i^2\end{aligned}$$

Şeklinde işbirliksiz Cournot Düopol modeli yazılabilir. Bu modele göre elde maksimizasyon denkleminin birinci türevini alıp sıfıra eşitlediğimiz durumda  $i$  firmasına ait reaksiyon fonksiyonuna ulaşırız.

$$\begin{aligned}\text{Max}_{x_i \in s_i} &= (a - bx_i - bx_{-i})x_i - bx_i^2 \\ \frac{d\pi_i}{dx_i} &= -2bx_i + a - c - bx_{-i} = 0\end{aligned}$$

$$x_i = \frac{a-c}{2b} - \frac{x-i}{2} \text{ olarak hesaplanmıştır.}$$

Her iki firmaya ait reaksiyon fonksiyonu ya da en iyi karşılık fonksiyonu;

$$r_1(x_2) = \frac{a-c}{2b} - \frac{x_2}{2} \text{ ve}$$

$$r_2(x_1) = \frac{a-c}{2b} - \frac{x_1}{2} \text{ olacaktır.}$$

Nash dengesi bu denklere göre hesaplanırsa,

$$x_1^* = \frac{a-c}{2b} - \frac{\frac{a-c}{2} - \frac{x_1^*}{2}}{2}$$

$$x_1^* = \frac{a-c}{2b} - \frac{a-c}{4b} - \frac{x_1^*}{4}$$

$$\frac{3}{4} x_1^* = \frac{a-c}{4b}$$

$$x_1^* = \frac{a-c}{3b} \text{ olarak bulunacaktır.}$$

Nash Dengesi buna göre;

$$\pi_i(x_1, x_2) = \left( \frac{a-c}{3b}, \frac{a-c}{3b} \right)$$

$$= \left( a-c - b \frac{a-c}{3b} \right) \frac{a-c}{3b} - b \left( \frac{a-c}{3b} \right)^2$$

$$= \frac{(a-c)^2}{9b} \text{ olarak hesaplanır.}$$

Eğer iki firma da işbirliğine girerek karlarını maksimize etmeyi kabul ederlerse bu durumda maksimizasyon probleminin denklemleri aşağıdaki gibi gerçekleşecektir.

$$\pi_1(x_1, x_2) + \pi_2(x_1, x_2) = (a - c - bx^2)x_1 - bx_1^2 + (a - c - bx_1)x_2 - bx_2^2$$

$$\pi_1(x_1, x_2) + \pi_2(x_1, x_2) = (a - c)(x_1 + x_2) - b(x_1 + x_2)^2 \text{ olarak bulunan de\u011fer;}$$

\u015arirketlerin i\u015fbirli\u011fine girerek kartelle\u015fmesi nedeniyle \u00fcretim miktar\u0131  $X = x_1 + x_2$  toplam \u00fcretim olarak ifade edilebilir.

Buna g\u00f6re;

$$\text{Max}_x = (a - c)x - bx^2 \text{ maksimizasyon denklemi bulunur.}$$

Elde edilen bu de\u011ferin  $x$ 'e g\u00f6re birinci t\u00fcrevini alır ve s\u0131fıra e\u015fitlersek;

$$(a - c) - 2bx = 0$$

$$X = \frac{a - c}{2b} \text{ olarak reaksiyon fonksiyonu bulunur.}$$

Bu denklemle Nash dengesi arand\u0131\u011fında monopol kar'ı veren denge modeline ula\u015fılır.

$$\Pi(x^M) = (a - c) \frac{a - c}{2b} - b \left( \frac{a - c}{2b} \right)^2 = \left( \frac{a - c}{4b} \right)^2$$

Monopol kara sahip olan \u015farirketler kar\u0131 yarıya b\u00f6l\u00fc\u015feceklerinden dolayı, her bir \u015farikete d\u00fc\u015fen kar;

$$\pi_1(x_1^k) = \pi_2(x_1^k) = \frac{1}{2} \times \left( \frac{a - c}{4b} \right)^2 = \left( \frac{a - c}{8b} \right)^2 \text{ olacaktır. Elde edilen bu}$$

denge de\u011feri i\u015fbirliksiz oyuna g\u00f6re elde edilen Nash dengesinden b\u00fcy\u00fckt\u00fcr;

$$\left( \frac{a - c}{8b} \right)^2 > \left( \frac{a - c}{9b} \right)^2 \text{ bunun sonucu olarak i\u015fletmeler i\u015fbirli\u011fine girmeleri}$$

durumunda karlar\u0131 i\u015fbirli\u011fine girmemelerine kar\u015f\u0131n daha y\u00fcsek olacaktır.

Cournot modelini mahkumlar \u00e7ıkmaz\u0131 \u015feklinde rastlad\u0131\u011fımız durumun benzeri \u015feklindeki sim\u00fclasyonu g\u00f6rebiliriz. Bu problemin \u00e7\u00f6z\u00fcm\u00fcnde i\u015fletmeler yada \u015farirketler i\u015fbirli\u011fine girme yada girmeme \u015feklindeki stratejilerine g\u00f6re elde edecekleri

kar miktarları rekabet düzeylerine göre bir ödemeler matrisini oluşturursak (Naeve,Özer, 2004:37).

a) Şirket i işbiriksiz oynarken şirket -i işbirlikli şekilde oyunu oynarsa;

$$\begin{aligned}\pi(x_i, x_{-i}^k) &= (a - c - b \frac{a-c}{4b}) \frac{a-c}{3b} - b (\frac{a-c}{3b})^2 \\ &= \frac{20}{114} \frac{(a-c)}{b}\end{aligned}$$

b) Şirket -i işbiriksiz oynarken şirket i işbirlikli şekilde oyunu oynarsa;

$$\begin{aligned}\pi(x_i, x_{-i}^k) &= (a - c - b \frac{a-c}{3b}) \frac{a-c}{4b} - b (\frac{a-c}{3b})^2 \\ &= \frac{15}{114} \frac{(a-c)}{b}\end{aligned}$$

c) Her iki şirkette işbiriksiz oynarsa;

$$(\frac{a-c}{9b})^2 = \frac{16}{114} \frac{(a-c)}{b}$$

d) her ikisi işbirlikli ve monopol karı paylaştıklarında;

$$(\frac{a-c}{9b})^2 = \frac{18}{114} \frac{(a-c)}{b}$$

### Cournot Modeli Ödemeler Matrisi

	$x_2^k$	$x_2^*$
$x_1^k$	$\frac{18}{114} \frac{(a-c)}{b}, \frac{18}{114} \frac{(a-c)}{b}$	$\frac{15}{114} \frac{(a-c)}{b}, \frac{20}{114} \frac{(a-c)}{b}$
$x_1^*$	$\frac{20}{114} \frac{(a-c)}{b}, \frac{15}{114} \frac{(a-c)}{b}$	$\frac{16}{114} \frac{(a-c)}{b}, \frac{16}{114} \frac{(a-c)}{b}$

Bütün değerleri sadeleştirip tek bir değer altında toplarsak;

### Sadeleştirilmiş Cournot Modeli Ödemeler Matrisi

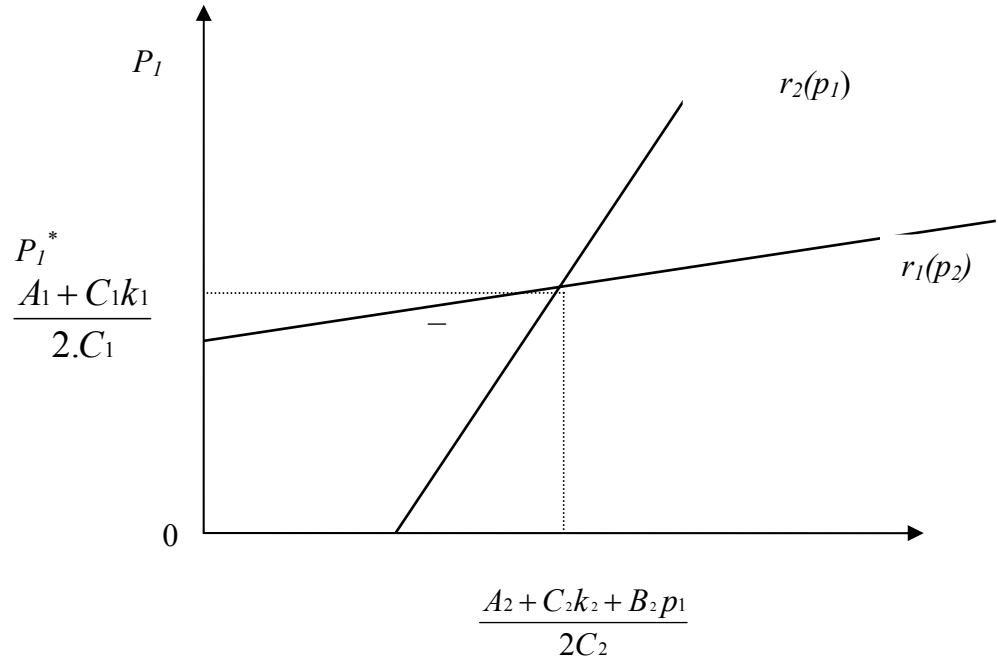
	$x_2^k$	$x_2^*$
$x_1^k$	18, 18	15, 20
$x_1^*$	20, 15	16, 16

şeklinde olacak ve Nash dengesi işbirliksiz ortam altında 16 ya 16 olacaktır (Naeve, Özer, 2004: 37).

#### 2.3.6.1.2. Bertrand Modelinde Nash Dengesi

Cournot ve Stackelberg rekabetlerinde şirketlerin stratejik değişkenleri piyasaya yapacakları arz miktarıdır. Bertrand rekabetinde ise stratejik değişken şirketlerin ürünleri için belirledikleri ücrettir. Bu modelde şirketler ürünleri için belirledikleri ücreti aynı anda duyurmaktadır. Tüketiciler ise bu aşamadan sonra alacakları ürün miktarını belirlemektedir. Bu tür bir oyun için açık form oyun (iki şirketin var olduğu durumda) Cournot duoplünde olduğu gibidir; ancak bu sefer oyuncular ürünlerini satacakları fiyatı belirlemektedir (Bekar, 2008: 65).

Her iki şirketin kazançlarını maksimum yapmayı düşündükleri fiyat rakip şirketin piyasaya verdiği fiyata bağlı olduğundan, reaksiyon fonksiyonlarının keşiştiği nokta Nash dengesini verir.



**Şekil 16.** Bertrand Dengesi

**Kaynak:** Özer, 2004: 39.

Şekilde anlaşıldığı gibi her iki firma fiyatlarını rekabete göre oluştururlarsa, bu durumda fiyatlar ürün maliyetine kadar indirilebilir ve denge satış fiyatının üretim maliyetine eşit olduğu noktada oluşur (Özer, 2004: 39).

### 2.3.7. Oyun Teorisinin Türkiye’deki Durumu

Türkiye’de Oyun Teorisi üzerine çalışan ve dünya bilimsel platformlarında göz ardı edilmeyen bir akademisyenler grubu bulunmaktadır. Bunlar ülkemizin çeşitli üniversitelerinde, genellikle İktisat ve Matematik bölümlerinde çalışmaktadırlar.

Bu kişiler uygulamalı projelere katkıda bulunabilecek birikime de sahiptirler. Ne var ki Türkiye’de bu birikime kayda değer bir talep bulunmamaktadır. Oysaki dünyada Oyun Teorisi üzerine çalışan bilim adamlarından açık arttırmaların tasarlanmasından kirliliğin önlenmesine kadar birçok konuda entelektüel destek istenmektedir. Türkiye’deki durumu, Oyun Teorisi’nin kamuoyunun gündemine

nispeten gecikerek girmesiyle açıklamak mümkün olabilir (Engüdar ve Cankurt, a.g.i.s.).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### STRATEJİK TİCARET POLİTİKALARI

Çalışmanın buraya kadar olan kısmında eksik rekabet piyasası altında pozitif dış ticaret teorisi üzerinde durulmuştur. Ancak, teorinin çok önemli ve üzerinde çok tartışılan politika açımları bulunmaktadır. Eksik rekabet piyasası altında dış ticaret politikasının rekabeti ne yönde etkileyeceği oldukça tartışmalı bir konudur. Tartışmaya ilk kez Brander ve Spencer (1983 ve 1985) tarafından ortaya atılan ve oligopolistik bir yapı altında müdahaleci dış ticaret politikalarının yabancı firmalar için caydırıcı rol oynayarak yararlı stratejik etkileri olduğunu öne süren ve “stratejik dış ticaret politikaları” olarak adlandırılan teori neden olmuştur (Akkoyunlu, 1996: 90).

Bu bölümde teorik olarak temelini yeni ticaret teorilerinden alan stratejik ticaret politikaları analiz edilecektir. Tam rekabet ve ölçeğe göre sabit getiri varsayımlarını baz alan geleneksel ticaret teorilerinden farklı olarak stratejik ticaret politikası modelleri, eksik rekabet, ölçeğe göre artan getiri ve firmalar arası stratejik etkileşim gibi gerçek dünyaya daha yakın varsayımlara dayanmaktadır.

#### 3.1. “STRATEJİK POLİTİKA” KAVRAMINA YÖNELİK FARKLI BAKIŞ AÇILARI

Analitik açıdan “stratejik” tanımı üç ayrı bağlamda ele alınabilir; teknoloji, ticaret ve sanayi... İlki, muhtemelen en dar anlamdaki strateji tanımıdır; terimin askeri kullanımı ile benzeşir: uzun dönemli amaçlar için fazladan bir destek maliyeti

ödemeye değen stratejik bir çıkar bulunmamaktadır. Bu açıdan, bazı stratejik ürün veya teknolojilere ulaşmak “stratejik” bir avantaj sağlayacaktır. Askeri anlamdaki bu strateji kavramı, muhtemelen uzun bir süre Doğu Avrupa ülkelerine “stratejik” ileri teknoloji ürünlerinin ihracının engellenmesinde açıkça görülmüştür (Soete, 1997: 391-392).

“Stratejik” kavramının giderek artan ikinci kullanım yeri, aynen Brander ve Spancer’in (1983) makalelerindeki gibi, yeni ticaret teorisiyle çok yakından ilgili politika alanıdır. Buradaki artan getiriler kavramına dayalı, doğrudan iktisatla ilgili bir argümandır. Böyle olunca, bunlar uluslar arası ticarete konu olan pek çok malın gerçek retimiyile ilgilidir. Sonucunda, belli bir malın uluslar arası üretiminin bazı bölgelerde/ülkelerde yoğunlaşması veya yoğunlaşmaması “stratejik” müdehale olanağını doğurmaktadır. Başka deyişle, başlangıçtaki uyarı, başkaları yapmadan bu bölgeler/ülkelerin, üretimde artan statik getirilere kavuşmasıdır. Buradaki sorun, herkesin bu yola başvurmasıdır: böyle olunca stratejik politikalar geliştiren hiç kimse, bunlardan yararlanmaya yol açacak ölçek ekonomileri ve toplulaştırmayı gerçekleştiremez. Dinamik açıdan tablo daha da karmaşıktır. Stratejik rn veya sektöre bağlı bölgesel veya ulusal dışsallıklar büyümeyi etkileyecek ve dolayısıyla bu stratejik sektörlerdeki destek politikalarını daha sistematik bir şekilde haklı çıkaracaktır (Soete, a.g.e.). Diğer yandan tanımda yer alan “stratejik” kelimesi, oligopol piyasasının en temel özelliği olan firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılığa işaret etmektedir (Başkol, 2009: 2).

nc ve muhtemelen en geniş “stratejik” kavramı, bazı sanayi politikalarının varlık nedeni olarak kullanılmasıyla doğrudan ilgilidir. Bu, en iyi şekilde Fransız “küçük ortak” kavramına atıfta bulunularak açıklanabilir. Ulusal bir perspektiften, bazı sektörlerin malzeme ve bilgi girdi çıktılarının temeldeki ileri ve geri beslenmeleri, bunları o ülke için stratejik kılmaktadır. Fransız otomobil piyasası buna en iyi örnektir. Her on Fransızdan birinin otomotiv sanayisinde çalıştığı tahmin edilmektedir. Bu çok geniş yorumla, bir sektörün stratejik olması, onun tüm ekonomiye nüfus etmiş büyük sayıda dikey bağlantılara sahip olmasıdır, denebilir. Ancak aşıkar ki, stratejik teriminin bu en geniş yorumu kolaylıkla bir savunma

tanımına dönüşebilir. Burada yine stratejik terimini, askeri bir kullanıma benzetmek uygun olacaktır; örneğin yeni bir hücumun beklendiği veya daha iyi savunma yapılacağına karar verildiği bir yerde, hatların gerisine stratejik bir çekilme icra edilir büyük bir ithalar baskısı altında, örneğin yerli bir sektörün geçici korunması, ulusal veya stratejik bir nedenlerle gerekebilir. Bunu yapmanın ek maliyeti yine dinamik terimlerle haklı gösterilebilir: eğer bu sektör kaybedilirse, yeni ortaklıklar geliştirmenin veya bu sektöre yeniden girmenin maliyeti çok daha yüksek olacaktır (Soete, a.g.e).

### **3.2. STRATEJİK DIŞ TİCARET POLİTİKASINA GENEL BİR BAKIŞ**

Stratejik dış ticaret yaklaşımı, temelde karşılaştırmalı üstünlüğe dayanmayan ticarettten hareket ederek 1940’larda Hirschman ve Rosenstein – Roden tarafından ortaya atılmıştır. Stratejik dış ticaret yaklaşımının oluşmasını sağlayan iktisatçılardan Dixit, Etheir, Helpman, Krugman ve Norman ülkelerin zengin olduğu kaynaklarda uzmanlaşmalarının önemli olmadığını, ticaretin sadece uzmanlaşmanın sağladığı artan getiriler nedeniyle yapıldığını ileri sürmüşlerdir (Aydoğuş ve Diler, 2009:3). Diğer yandan bu politikanın gelişmesinde James Brander ve Barbara Spencer gibi öncü isimler olarak ön plana çıkmaktadır. Ayrıca politikayı inceleyen çalışmalarda yine Brander ve Spencer’ın 1985 yılındaki makalesi ön plana çıkarılmaktadır (Corden, 1990: 4).

Stratejik dış ticaret politikaları literatürde çok yaygın bir tartışmanın başlamasına neden olmuştur. Bunun nedeni ise, stratejik ticaret politikasının getirdiği korumacılık taraftarı açılımlar yalnızca geleneksel teorisinin korumacılık karşıtı önermeleri ile değil aynı zamanda daha önce bahsettiğimiz oligopolistik dış ticaret teorilerinin serbest ticaret yanlısı çıkarsamalarıyla çelişmektedir. Bu durum, teorisinin hem geleneksel ticaret yanlılarınca hem de yeni dış ticaret teorilerinin kurucuları tarafından eleştirilmesine neden olmuştur (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 yaratabilir. Bunun için koruyucu dış ticaret önlemlerinden, sübvansiyon vergi önlemleri vb. den geçici olarak yararlanabilir. 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).

Bu yaklaşımda önemli olan faktör, dışsallık olduğu için öncelikle dışsallığın olduğu sektörler belirlenir. Belirlenen sektörlerle devlet müdahalesiyle toplam faktör verimliliği artırılarak ekonomide refahın genişletilmesi sağlanır. Bu stratejik bir harekettir ve böylece ülkenin rakip ülke karşısında avantaj sağlaması amaçlanır. Ancak ülkedeki sektörlerin tümünde dışsallık varsa, dışsallığın yoğunluğuna göre devletin müdahalesini ayarlaması ekonomik refah için yararlı olacaktır. Yani doğru zamanda ve mekanda, doğru sektör seçilerek devlet müdahalesi yapılmalıdır. Mesela GATT ihracat sübvansiyonlarının uygulanmasını yasakladığı için daha çok GATT'a uygun projelere devlet desteği yapılması amaçlara ulaşılmada yararlı olacaktır. Bu tür bir anlayışın hakim olduğu piyasalar, daha çok biyoteknoloji, uçak imalatı ve yarıiletkenler gibi teknoloji yoğun sektörler olarak sayılabilir (Aydoğuş ve Diler, 2009: 4-5).

Bu tez gelişmiş ülkeler ileride gelişme potansiyeli olan, ekonomi için kilit öneme sahip üretim alanlarının dış rekabete karşı gümrük tarifeleri ve iç desteklerle korunması gerektiğini açıklar. Yarı geçişkenler, bilgisayar, iletişim araçları, uçak üretimi, telekomünikasyon araçları gibi mallar örnek olarak verilebilir. Bu endüstrilerin korunmasıyla, ekonomide dışsal faydaların ortaya çıkacağı ve bundan diğer sektörlerin ve kısaca tüm ekonominin faydalanacağı kabul edilir (Çelik, 2004:149).

Yukarıda da söylendiği gibi burada önemli olan nokta doğru endüstrileri öncü olarak seçmek, uygun zamanda ve yerinde politikalarla doğru firmalara destek vermektir. Zira Tayvan gibi hükümet yardımları olmadan başarılı olan ülkeler olduğu gibi, hükümet yardımı aldığı halde başarılı olamayanlar da vardır. (Avustralya

otomobil sanayi gibi). Ayrıca GATT kuralları ihracat sübvansiyonlarını yasakladığı için teorik olarak mümkün olan bu teşviklere uygulamada imkan tanınmamaktadır. Bunun yerine GATT'ın da tavsiye ettiği araştırma-geliştirme çalışmalarının sübvansiyonla edilmesi önerilmektedir (Çestepe, a.g.i.s).

### **3.3. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASININ DAYANDIĞI TEMEL VARSAYIMLAR VE POLİTİKADA TARTIŞILAN BAŞLICA KONULAR**

Stratejik Ticaret Politikası, Uluslararası Ticarete globalleşen endüstri ve şirketlerin temelde oligopol bir yapı meydana getirdikleri ve şirketlerin arasında kar maksimizasyonunu sağlamak için stratejik bir ilişkinin olduğu varsayımları altında, yabancı hükümetler misillemeye başvuramazlar ise, ihracat sübvansiyonları ve tarifeler gibi 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 teoridir (Aktan ve Vural, a.g.i.s).

Uluslararası İktisat literatüründe Geleneksel Teoriler olarak yer alan Mukayeseli Üstünlükler, faktör donanımı teorisi gibi teoriler oldukça basit ve tutarlı açıklamalar getirirken birçok konuya değinmemiştir. Bu konuların en önemlilerinden birisi Tam Rekabet Piyasası dışındaki piyasaların, yani eksik rekabet piyasalarının dikkate alınmamasıdır. Diğer bir konu ise, iki faktörlü ve iki mallı modellerin getirdiği sınırlamalardır. Ayrıca büyüme konusunda da geleneksel yaklaşım, büyümeyi sadece dışarıdan etkili olan güçlerin bir ürünü olarak almıştır. Özellikle 1970'lerden sonra Doğu Asya modeli gibi kalkınma ekonomisinde ortaya çıkan yeni gelişmeler, dış ticaret-kalkınma ilişkisinin açıklanmasında geleneksel teorilerin yetersizliklerini daha da belirgin hale getirmiş ve bunu sağlayacak yeni teorilere ihtiyaç duyulmasına yol açmıştır. Bu ihtiyaç ve geleneksel teorinin eksik bıraktığı yukarıdaki konular önceden bilinen fakat popülerliğini yitirmiş olan fikirlerin “yeni ticaret teorisi” adı altında tekrar ortaya çıkmasıyla giderilmiştir. Bazı uluslararası iktisatçılar tarafından stratejik ticaret teorisi olarak da kullanılan bu kavram, temel

politika argümanı olarak ise, uluslararası ticarete ortaya çıkan rantların kazanılması amacıyla devletin dış ticarete müdahalesine dayanmaktadır (Çeştepe, a.g.i.s).

James Brander ve Barbara Spencer tarafından geliştirilen Stratejik Ticaret Politikası; müdahaleciliği savunmakla birlikte hiçbir zaman tamamen serbest ticaret karşıtı da olmamıştır. Genellikle savunulan ise, sadece bir süre için koruyuculuk uygulamasıdır. Bu konuda ünlü iktisatçı Mill, yeni kurulan genç sanayilerin serbest dış ticaretten zarar görebileceğini sezinlemiş ve serbest dış ticaretten bir süre ayrılarak sanayi dallarının dış rekabete karşı korunmasını önermiştir. Mill, bu konudaki görüşlerini şu şekilde özetlemiştir (Karluk, 2002: 181);

*“Sadece politik iktisat ilkelerine dayanarak koruyucu gümrük tarifelerinin savunabileceği tek durum, geçici olarak (özellikle gelişen bir ülkede) o ülkenin şartlarına tamamen uygun yeni bir sanayin kurulmasında söz konusu olabilir. Bir ülkenin diğer bir ülkeye göre bir üretim dalındaki üstünlüğünü, o üretim dalına sözü edilen ülkenin daha önce girmiş olmasına bağlamak mümkündür. Ülkelerden biri için temel üstünlük, diğeri için üstünlük değil de o ana kadar elde edilmiş, tecrübe ve ustalıkların sağlamış olduğu bir üstünlük olabilir. Koruyucu bir gümrük tarifesi belirli bir süre devam ettirilirse, bu bir ülkenin böyle bir denemeyi gerçekleştirmesi için ödeyebileceği en az zararlı bir vergi olabilir.”*

Yeni Dış Ticaret Teorisinin eksik rekabet koşulları altında dış ticaret teorisine getirdiği katkılar çok ciddi bir muhalefet ile karşılaşmadan kabul görmüştür. Ancak dış ticaretin pozitif alanındaki bu kabulü normatif alana yansımamıştır. Yeni dış ticaret teorisinin müdahaleci / korumacı dış ticaret politikası önerileri literatürde önemli tartışmalar yaratmıştır. Bu tartışma ilk defa Brander ve Spencer (1981, 1985) tarafından sunulan oligopolistik dış ticaret modelinde müdahaleci dış ticaret politikalarının yabancı firmalar üzerindeki caydırıcı etkileri nedeniyle olumlu “stratejik” etkileri olduğunun iddia edilmesiyle başlamıştır. Bu politikanın bütününe “stratejik dış ticaret politikalar” ı adı verilmiştir (Utkulu, 2005: 19).

Yeni Uluslararası Ticaret Teorisi ulusların ticaretinin Mukayeseli Üstünlüklerden değil daha çok ölçek ekonomilerinden kaynaklandığını

göstermektedir ve bu teorilere göre uluslararası piyasalar aksak rekabet şartlarına göre çalışmaktadır. Bu görüş serbest ticarete karşı iki argüman sunmaktadır. Bunlardan ilki yenidir: stratejik ticaret politikası. Buna göre hükümet müdahalesi ticaretin ortaya çıkardığı getirinin yabancı firmadan yerli firmaya aktarılmasıdır. İkincisi ise, hükümet müdahalesi dışsallıklar yaratan sanayilere yönelik olmalıdır. Bu durumda refah artar (Gökal, a.g.i.s.).

Bu teoriye göre devletin müdahaleci politikaları ile oligopol rantlarının yabancı firmalardan yerli firmalara aktarılmasına neden olarak refahı arttıracakı öne sürülmektedir. Dolayısıyla stratejik ticaret politikaları ihracat sübvansiyonu gibi bir takım dış ticaret politikası araçlarının kullanılmasına gerekçe sağladığı için korumacılığın yeniden ortaya çıkışı olarak nitelendirilmektedir (Akkoyunlu, 1996:90). Buna bağlı olarak korumacılığın nedenlerinden biri olarak gösterilen Stratejik ticaret politikası genç endüstriler tezine benzese de, sanayileşmiş ülkeler için öngörülmüştür. 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.

Yine stratejik ticaret politikasında 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.

### **3.4. EKSİK REKABET ve STRATEJİK TİCARET POLİTİKASI**

1980'ler sırasında teorik olarak dikkatleri üstüne çeken yeni bir iddia ortaya atıldı. İlk kez British Columbia Üniversitesi'nden iktisatçı Barbara Spencer ve James Brander tarafından önerilmiş olan bu argüman, tam rekabetin eksiklikleri ve bu doğrultuda uygulanan devlet müdahalesi ve piyasa başarısızlıklarıyla ilgilidir. Bunlara göre, bazı endüstrilerde etkili bir şekilde rekabet yapan sadece birkaç küçük firma vardır. Firma sayısının azlığından ötürü, kusursuz rekabetin varsayımları geçerli değildir. Özellikle, genel olarak artan getiriler olacaktır; yani, firmalar, ekonominin geri kalan kısımlarında aynı ölçüde riskli yatırımların elde edebileceğinin üstünde kârlar elde edecektir. Karların kim tarafından elde edileceği konusunda ise, uluslararası bir rekabet ortamı ortaya çıkacaktır. Spencer ve Brander, bu durumda, bir hükümetin bu aşırı getirileri yabancı firmalardan yerli firmalara kaydırmak için oyunun kurallarını değiştirmesinin, ilke olarak mümkün olduğunu anladılar. En basit durumda, yerli firmalara sağlanan bir sübvansiyon, yabancı rakiplerin yatırımını ve üretimini engelleyerek, yerli firmaların kârlarını, sübvansiyon miktarından daha fazla arttırabilir. Tüketiciler üstündeki etkileri bir kenara koyduğumuzda ki örneğin firmalar sadece yabancı piyasalarda satış yapıyorsa, kârların yabancı rakiplerin elinden alınması sübvansiyonunun milli geliri başka ülkelerin aleyhine olarak yükselttiği anlamına gelir (Krugman ve Obstfeld 1997: 281-282).

### **3.5. STRATEJİK DIŞ TİCARET POLİTİKALARINA AÇILIM SAĞLAYAN UNSURLAR**

Dünya Ticaret Örgütü' nün (WTO) tarife ve sübvansiyonlarla mücadele etmesi tahmin edildiğinden daha güçtür. Sübvansiyonlar; dolaysız ödemeler, düşük faizli krediler, tercihli vergi uygulaması, devlet pazarlama politikaları ve hatta ticari amaçlı hükümet projeleri için araştırma sözleşmeleri gibi dolaylı sübvansiyonlar olmak üzere birçok şekil alabilmektedir. Amerikalı ve Avrupalı yetkililerin, jet

uçakları endüstrisini kimin daha fazla sübvansiyon ettiği yönündeki suçlama ve karşı suçlamaları buna bir örnek teşkil etmektedir. İngiltere, Fransa ve Almanya' dan oluşan bir konsorsiyuma ait Airbus Industrie'nin sübvansiyon edildiğini pek az kişi yalanlamaktadır. Avrupalılar uyguladıkları sübvansiyonun GATT/WTO tarafından belirlenen kuralları ihlal etmediğini savunmaktadır. ABD ' de askeri sözleşmeler ve uzay araştırmaları yoluyla kendi uçak imalat endüstrisini sübvansiyon etmektedir.

ABD ve Avrupa Birliği uçak imalat endüstrilerine yapılacak sübvansiyon seviyesi konusunda bir uzlaşma sağlamışlardır. Anlaşma şartlarına göre, AB üretim sübvansiyonlarını kaldırmayı ve uçak geliştirme fonlarını % 30 ile sınırlamayı kabul etmiştir. Ayrıca anlaşma, çeşitli hükümetler tarafından Airbus Industrie'ye yönelik geliştirme fonlarının geri ödenmesini katı kurallara ve şartlara bağlamıştır. Mesela Airbus Industrie'ye yönelik her türlü krediye, yapay bir şekilde düşük veya sübvansiyon edilmiş bir oran değil, gerçekçi veya piyasa faiz oranı uygulanacaktır. 1992 yılında Bush yönetimi tarafından müzakere edilen anlaşma, 1995 yılında, ABD' nin yeni uçak geliştirme projelerine yönelik hükümet sübvansiyon oranının %33'ten %20'ye düşürülmesi amacıyla iki taraflı anlaşmayı yeniden müzakere etmesiyle problemlili hale gelmiştir. Böylece, sübvansiyonlarla ilgili bir mesele daha ortaya çıkmıştır. James Brander ve Barbara Spencer'in çalışmalarına dayalı olarak, sübvansiyon kullanımını haklı çıkaracak teorik modeller geliştirmişler ve stratejik ticaret politikası teorisinin geliştirilmesine yol açmışlardır (Walther, 2002: 268-269).

Stratejik Dış Ticaret Politikası ayrıntılı biçimde incelenmeden önce, politikanın oluşmasına olanak sağlayan faktörler analiz edilmelidir.

### **3.5.1. Dış Ticaretin ABD Ekonomisindeki Yeri ve ABD Ekonomisinin Dünya Ekonomisinde Değişen Rolü**

Son on yılda Grossman, Helpman ve Krugman tarafından geliştirilen bu ikinci bir yeni analiz yönelimi, temelinde tamamen farklı bir varsayımdan hareket ediyor. İktisadi faaliyetlerin çoğu değilse de önemli bir kısmı azalan değil, artan getiriler altında çalışır. Bu perspektiften, ticaret kazançları ister Lüksemburg ister

ABD büyüklüğünde olsun, her ulusal ekonomide öncelikle serbest ticaret yoluyla ortaya çıkan ölçek ekonomilerinden doğar. Bu kazançlar, gerçekte geleneksel ticaret teorisinin ulaşacağı sonuçlardan fazladır. Yapılan çalışmaların çoğu, bu yeni ticaret teorisi geleneği içinde kalınarak önemli kazançlar elde edildiğine işaret etmektedir. Bu sonuçlar Smith ve Venables'in (1988) Avrupa Topluluğu iç pazarının daha ileri düzeyde uyumlaştırılmasına ilişkin çalışmalarıyla, Harris'in (1984) Kanada ABD Serbest Ticaret Anlaşması'na ilişkin çalışmasında çok açık görülebilir (Soete, 1997: 386).

Bu açıklamalara bağlı olarak ABD ekonomisi tarihi, yakın geçmiş dikkate alınarak incelenebilir.

1970'li yıllarda ABD, dünyanın en büyük ihracatçısı olarak kalmasına rağmen, yine de büyük ithalatçılardan biriydi. Bu yıllar boyunca ithalatın ihracatı aştığı görüldü. ABD ticaret açığı verirken, Batı Almanya ve Japonya büyük ticaret fazlaları verdiler. Bir ülkenin dünya pazarlarında rekabeti geleneksel olarak üretkenlik ve teknoloji ile olduğu kadar, işgücü ve sermaye maliyeti gibi iş faktörleri ile açıklanır. Batı Almanya ve Japonya bu bakımdan ABD' den daha avantajlıydılar (İyibozkurt, 1995: 192).

ABD ekonomisinde dış ticaretin payı 1980'li yıllarda giderek daha fazla artmaya başlamıştır. Yaşanan bu değişiklikler, ABD hükümetinin ticaret politikalarını da etkilemiştir. ABD hükümeti endüstri yoğunlaşması ya da teknolojik gelişme ve yeniliklerle ilgili endüstriyel politikalarını belirlerken ekonomilerindeki ticaretin payını göz ardı etmemiş, stratejik sektörlerde yoğunlaşmanın yüksek olduğu veya ileri teknoloji içeren endüstrilerde yer alan firmalarının çıkarları doğrultusunda ticaret politikalarını belirlemiştir. ABD ekonomisinde bu değişim rüzgârları eserken, dünya hegemonik güç dengelerinde de bir değişim süreci yaşanmıştır. II. Dünya savaşıdan sonra uluslar arası kapitalizm içerisinde, gerek iktisadi, gerek siyasi, gerekse askeri açıdan hâkimiyetini yansıtacak noktaya gelen ABD, 1970'li yıllarda, özellikle ekonomik üstünlüğünde yara alma sürecine girmiştir. ABD sermayesi, başlıca rakiplerinin gerçekleştirdikleri ilerlemelere ayak uyduracak biçimde kendini yeniden yapılandırmakta yetersiz kalmıştır. ABD sanayinin rekabet gücünde azalma

yaşanırken, ticaret partnerlerinde tam tersi gelişmeler gözlenmiştir. Uluslar arası kapitalizm içerisinde bir hegemonya krizi yaşanıyor olsa da, ABD'nin ticaret partnerleri Avrupa, Japonya, ve D. Asya ülkeleri aktif dış ticaret politikalar yoluyla ihracat fazlası elde ederek, iktisadi büyümelerini hızlandırmış ve ABD karşısında çok ciddi bir rakip olarak boy göstermişlerdir. Yaşanan bu süreç, ticarete serbestleşmenin erdemleri konusunda şüpheler uyandırmış ve ticaret politikalarında aktivizm için rasyonel bir teori arayışına neden olmuştur (Çakmak, 2004: 52).

### **3.5.2. Uluslararası Ticaretin Yeniden Düşünülmesi**

Birinci Dünya Savaş'ından beri birçok gelişmekte olan ülke dış ticarete kötü deneyimler yaşamıştır; ihracatlarında artış olmasına rağmen, gelişmiş ülkelerin ihracat artış değerleri yakalanamamıştır. Dış ticaret hadleri devamlı olarak düşüş eğilimi göstermiştir (Berber, 2006: 44).

Ondokuzuncu yüzyıldan 1970'lere kadar uluslararası ticaretin nedenini açıklayan tek teori vardır: mukayeseli üstünlükler teorisi. Bu teoriye göre ülkeler ticaret yapmaktadırlar, bunun nedeni ülkelerarası farklılıklardır. Bu teoride ekonomiler ölçeğe göre sabit getiri ve tam rekabet varsayımlarına uygun çalışmaktadırlar. Bu varsayımlar altında ülkeler teknoloji, faktör donanımları ve tercihler açısından birbirlerine göre farklılıklar göstermektedirler. Geleneksel Ricardo modeli uluslararasıdaki teknolojik farklılıkların ticarete neden olduğunu vurgulamaktadır. Heckscher-Ohlin-Samuelson modeline göre ise ticaretin nedeni ülkelerarası faktör donanımlarındaki farklılıklardır. Söz konusu modeller birbirlerine göre çeşitli açılardan farklılıklar göstermektedirler. Mukayeseli üstünlükler teorisinde ticaretin gelir dağılımına herhangi bir etkisi yoktur. Buna karşılık, Heckscher-Ohlin-Samuelson modelinde ticaretin gelir dağılımı etkisi son derece güçlüdür. Gelir etkisinin çeşitli modeller arasında yukarıda sözü edilen türden farklılıklar taşıması göstermektedir ki uluslararası ticaret teorisi bir iktisat teorisi olarak bütün bir teori değildir. En azından son dönemlere kadar... Son dönemlerde, uluslararası iktisatçılar ölçeğe göre artan getirinin uluslararası ticaret için bir neden olduğunu düşünmüşlerdir. Bu noktayı çalışmalarında vurgulayan iktisatçılardan ilki

Ohlin'dir. Steffan Burenstam-Linder (1961) ve Raymond Vernon (1966) gibi iktisatçılar içsel teknolojik değişimin ticaretin kaynağı olduğunu vurgulamışlardır. Adı geçen iktisatçıların modellerinde mukayeseli üstünlükler teorisi, böylece ticaretin tek nedeni değildir. Ancak, adı geçen iktisatçılar piyasa yapısını modellendirememişlerdir. 1970'lere kadar eksik rekabet modelleri yaratılamamıştır. Bu yıla kadar uluslararası iktisatta popüler modeller tam rekabet modelleri olarak kalmaya devam etmişlerdir (Gökal, a.g.i.s.).

Ölçeğe göre artan getirinin uluslararası ticarete neden olduğu düşüncesi ilk kez Michael Spence (1976), ve Avinash Dixit ve Joseph Stiglitz (1977) tarafından modellendirilmiştir. Victor Norman (1980), Kelvin Lancaster (1980) ve aynı yazar (1979) ölçeğe göre artan getirinin tekeli rekabet piyasası çerçevesinde ülkelerin değişik alanlarda uzmanlaşabileceklerini göstermişlerdir. Adı geçen yazarların kullandıkları modeller ülkelerin belirli alanlarda uzmanlaşmalarının ve ticaret yapmalarının nedenini ölçeğe göre artan getiri olduğunu göstermektedirler. Böylece, ölçeğe göre artan getirinin ticaretin bir nedeni olduğu biraz eski bir düşünce de olsa bunun modellendirilmesi 1970'lerin sonu ve 1980'lerin başıdır. Bu modellerde yeni olan ticaretin ölçek ekonomisinden ve aksak rekabetten ortaya çıktığıdır. Yeni teoriler, iktisat yazınında mukayeseli üstünlüklere bir meydan okuma (challenge) olarak değerlendirilmektedir. Ancak, meydan okuma yalnızca ticaretin nedeni konusundadır. Geleneksel teorilerin ortaya koyduğu ulusların ticaretinden ortaya çıkan karşılıklı refah artışına yönelik bir meydan okuma yeni teorilerde yoktur. Tam tersine, ulusların ticaret yapmaktan karşılıklı olarak refahlarının artması yeni teoriler tarafından da kabul edilmektedir. Soru: neden ölçeğe göre artan getiri ve aksak rekabet ticaretin açıklanmasında önemlidir? Bu soru ikinci en iyi kavramı ile açıklanabilir. Birinci en iyi piyasanın kaynak dağılımını etkin sağladığı durumdur. İkinci en iyi ise, piyasanın kaynak dağılımını etkin sağlayamadığı durumda hükümet müdahaleleri ile kaynak dağılımının etkinliğe ulaştırılması durumudur. Sorunun cevabı şu şekilde verilebilir: piyasanın kaynak dağılımını etkin sağlayamadığı durumda hükümetler piyasaya müdahale etmelidirler. Böylece, iktisatçılar yeni uluslararası ticaret teori ile birlikte hükümet müdahalelerini onaylamaya başladılar. Eğer uluslararası ticaretin nedeni ölçeğe göre artan getiri ve aksak rekabet piyasası

ise, o durumda ikinci en iyi dünyasında yaşıyoruz demektir. Acaba ticaretin nedeninin yeni açıklamaları (ölçeğe göre artan getiri ve aksak rekabet) serbest ticaret argümanına karşımıdır? (Gökal, a.g.i.s.).

### **3.5.3. Endüstriyel Organizasyon Temelli Yeni Dış Ticaret Teorileri**

Stratejik ticaret politikası koruyuculuk ve aktivist ticaret politikasının ilerlemiş bir destekçisi olan donanımlı bir tartışmadır. Bu tartışma üzerine bir ülke diğer ülkelere karşı vergi yoluyla, geçici ticaret koruyuculuğu ile, teşviklerle ve ortak hükümet endüstri programlarıyla karşılaştırılabilir bir üstünlük sağlar (Bilgisayari telekomonikasyon ve diğer hükümetlerin gelecekteki gelişimi için önem taşıyan endüstri alanlarında) ileri teknoloji kullanan endüstriler aynı zamanda yüksek risk altındadırlar ve büyük ölçekli üretim gerektirirler. Ancak başarılı oldukları takdirde ekonomide ilerleme sağlanır (Salvatore, 1993: 265).

Uluslararası ticaretin değişen yapısı, 1970'li yılların sonlarında, Dış Ticaret Teorisyenlerini, iktisadın diğer bir disiplininde -endüstriyel organizasyon-kaydedilen gelişmelere başvurmalarına neden olmuştur. Aslında 1960'lı yıllar ve 1970'li yılların ilk yarısında sanayileşmiş ülkeler arasında endüstri-içi ticaretin rolü pek çok akademisyen tarafından vurgulanmıştır. Örneğin, Balassa (1966, 1967) ve Grubel ve Lloyd (1975) sanayileşmiş ülkeler arasındaki ticaretin önemli ölçüde endüstri-içi ticarete dayandığını saptamıştır. Fakat piyasa yapısının matematiksel olarak ifade edilmesinde yaşanan nedeniyle, ölçeğe göre getiri ve eksik rekabet analizinin dış ticaret teorilerinde yerini alması, endüstriyel organizasyon alt disiplininde yaşanan gelişmeler sonucunda söz konusu olmuştur. Yeni dış ticaret teorileriyle birlikte ölçek ekonomilerine ve eksik rekabet piyasa yapısına dayanan analizler geliştirilmiş ve böylece, endüstri-içi ticaret, benzer yapıdaki ülkeler arasında gerçekleşen ticaret gibi geleneksel dış ticaret yaklaşımının açıklayamadığı olgular ele alınabilmiştir (Çakmak, 2004: 54).

### 3.6. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASINI AÇIKLAYAN MODELLER

Uluslararası piyasalarda, eksik rekabet koşulları altında etkinlik gösterme şansına sahip bazı firmalar, kullandıkları kaynakların fırsat maliyetinin üzerinde bir getiri, ekonomik bir rant elde edebiliyorlarsa, bu durumda bir ülke, eğer bu firmanın uluslar arası pazarlardaki payını artırabilirse bu piyasalarda oluşan rantlardan daha büyük bir bölümünü ülkeye transfer ederek bundan kazançlı çıkabilir. Uluslar arası ticarete oligopolcü piyasa yapısından kaynaklanan rantların ülkeye kaydırılmasına yönelik uygun politikaların araştırılması ve bu politikaların sonuçlarının değerlendirilmesi, stratejik ticaret politikasının özünü oluşturmaktadır. Bu doğrultuda yapılan öncü çalışmalarda, örneğin Brander ve Spencer (1981, 1985) ve Krugman (1984)'ın, devletin uygun koşullarda uygulanacak ihracat teşvikleri ve ithalat kısıtlamaları ile rakip firmaların üçüncü piyasalardaki Pazar paylarını azaltmayı ya da yerli piyasaya girmelerini engelleyebileceklerini göstermişlerdir. Böylece o piyasalarda oluşacak olan tüm rantların yerli firmada kalması sağlanabilir. Aşağıda hangi koşullarda bu türlü ihracat teşvikleri ve koruma politikaları ile refahın artırılabilceği incelenecektir. İlk olarak Brander ve Spencer' in "kar kaydıran teşvikler" modeli, daha sonra da "koruma ve yerli piyasa etkileri" başlığı altında Krugman'ın 'ihracat teşviki olarak ithalat koruması' modeli incelenecektir (Özer, 2001: 71).

1980'li yılların başından itibaren Stratejik Ticaret Politikası dış ticaret politikası tartışmalarında yer almaktadır. Stratejik ticaret politikası, oligopolcü piyasalarda firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılığın sonuçlarını etkileyen dış ticaret politikası olarak tanımlanabilir (Brander,1995:1). *Tanımda yer alan "stratejik" kelimesi, oligopol piyasasının en temel özelliği olan firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılığa işaret etmektedir.* Bilindiği üzere, oligopol piyasasında az sayıda firma vardır ve her bir firma kendi kararının diğer firmanın karını etkileyebileceğini bilmektedir. Oligopol piyasasında her bir firmanın rakiplerinin kendi kararlarına verdiği tepki konusundaki görüşleri "sanısal değişme" (conjectural variation) olarak

tanımlanmaktadır ve sanısal değişme oligopol piyasasını açıklayan alternatif oligopol modellerinin ortaya çıkmasının ana nedenidir. Şöyle ki, Cournot modeli söz konusuyken her firma karını maksimize edecek üretim miktarına ilişkin karar verirken diğer firmanın üretim miktarını değiştirmeyeceğini kabul etmektedir. Bertrand modeliyse firmalar arasındaki rekabetin, Cournot modelinden farklı olarak, fiyat alanında olacağını ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle Cournot modelinde üretim miktarı, Bertrand modelindeyse fiyat stratejik değişken olarak kabul edilmektedir. Genellikle stratejik ticaret politikasını inceleyen modellerde stratejik değişken olarak üretim miktarı yani Cournot modeli analiz edilmektedir. *Dış ticaret politikasının stratejik olmasından kastedilen ise, dış ticaret politikasının firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılığın sonuçlarını etkilemeye ya da firmalar arasında oynanan oyunun dengesinin değiştirilmesine yönelik olarak kullanılacağıdır* (Başkol, 2009:2).

### **3.6.1. Kar Kaydırma Görüşü**

Eksik rekabet piyasasında acaba dış ticaret politikası rekabeti ne yönde etkileyecektir? Brander ve Spencer (1985) oligopolistik bir yapı altında müdehaleci dış ticaret politikalarının yabancı firmalar için caydırıcı rol oynayarak yararlı strateji etkileri olduğunu öne sürmüşler ve bunu *stratejik dış ticaret politikaları* olarak adlandırmışlardır. Bu görüşe göre devletin müdehaleci politikaları ile oligopol rantları, yabancı firmalardan yerli firmalara aktarılabilir. Fakat bu politikalar, tarifeler, ihracat sübvansiyonlar, vergiler gibi araçların kullanılmasına yol açar ve korumacılığı yeniden gündeme getirir. Ekonomide düopol firmalardan birisi daha fazla üretim yapar ve rakip firmayı bu üretim artışını sağlayabileceğine ikna edebilirse, rakip firmanın üretimi azalır ve firmanın karı artar. Burada önemli olan, bu tür stratejik karar alan firmanın tehdidi veya hareketinin karşı firma tarafından ciddiye alınmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda firmaların kullanmayı düşünmedikleri atıl kapasite için yatırım yapma kararı almaları, potansiyel rakip firmaların piyasaya girmelerinde caydırıcı rol oynar ve dolayısıyla stratejik bir harekettir (Karluk, 2002: 105).

Bu yaklaşımda, hükümetlerin, oligopolistik yapı gösteren piyasalarda firmalar arasında oynanan oyunun dengelerini yerli firmalar lehine değiştirme ve yabancı firmalardan yerli firmalara doğru rant (ya da kar) transferini gerçekleştirme biçimleri ortaya konulmuştur. Bu yaklaşımın esas öncülünü Brander ve Spencer (1985) modeli oluşturmuştur. Daha sonra yapılan çalışmalarda bu model üzerine genişleme ve/veya geliştirme söz konusu olmuştur. Brander ve Spencer (1985), uluslar arası oligopolistik piyasada işbirliği içinde olmayan yerli firmanın daha çok pazar payı alabilmesi ve karlılığını arttırabilmesi adına en uygun ticaret politikasının ihracat sübvansiyonu olduğunu göstermişlerdir. Modelde, düopol bir dünya piyasasında Cournot tipi davranış gösteren yabancı ve yerli firmanın benzer mal ürettiği ve hükümetin endüstrinin yapısını bildiği ve oyunun dengelerini kendi firması lehine çevirebilmek için ihracat sübvansiyonu verebilme yetisine sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu durumda, ihracat sübvansiyonu politikası uygulayan hükümet, bu politikayla, birim başına koyduğu sabit ihracat sübvansiyonunu ve bu sübvansiyonun caydırıcı etkisinde kalan rakip firmanın üretim düzeyini veri alarak üretimini belirleyen yerli firmanın karlılığını arttırmış olacak ve dolayısıyla, yabancı firmadan yerli firmaya kar aktarımı meydana gelecektir. Bu modelde, yerli firma, hükümetten aldığı sübvansiyon ile hem maliyet düşüşünden kaynaklanan kazanç, hem de rakip firmanın -yerli firmanın üretim düzeyini veri almasından dolayı- üretim miktarındaki düşüşten doğan ek piyasa payı elde edecektir (Çakmak, 2004: 54).

Yukarıda da değinildiği gibi Brander ve Spencer (1985)'in modelinde üçüncü bir ülkenin piyasasına yönelik üretim yapan ve aynı malı üreten birisi yerli, birisi yabancı iki firma vardır. Firmalar, verilen teşviki ve rakiplerinin üretim düzeyini veri almaktadırlar. Her iki firma da tamamıyla üçüncü piyasaya yönelik üretim yapmaktadır yani bu ülkelerde içi tüketim yapılmamaktadır. Modelin temel varsayımı, devletin endüstri yapısını ve vereceği teşvikin üretim dengesini nasıl etkileyeceğini çok iyi bildiği ve kendi firmasının üretim düzeyini artırmasını sağlayabilecek bir ihracat teşviki verebileceğidir (Özer, 2001: 75).

Yerli firmanın kar fonksiyonu,  $\Pi$  , aşağıdaki gibidir

$$\Pi(x, y; s) = xp(x+y) - c(x) + sx \quad (1)$$

Burada  $x$  ve  $y$  sırası ile yerli firmanın ve yabancı firmanın üretim miktarı,  $p$  malın dünya fiyatı,  $c$  değişken maliyet,  $s$  birim başına teşvik,  $p(x + y)$  ise mala olan dünya talep fonksiyonunu ifade etmektedir.

Yerli firmanın kar maksimizasyonu için birinci sıra ve ikinci sıra koşulları aşağıdaki gibidir:

$$1. \text{ Sıra koşül: } \Pi_x xp' + p - c_x + s = 0 \quad (2)$$

$$2. \text{ Sıra koşül: } \Pi_{xx} = 2p' + xp'' - c_{xx} < 0 \quad (3)$$

Benzer şekilde, yabancı firmanın kar fonksiyonu,  $\Pi^*$ , kar maksimizasyon probleminin birinci ve ikinci sıra koşulları aşağıdaki gibidir:

$$\Pi^* = yp(x + y) - c^*(y) \quad (4)$$

$$1. \text{ sıra koşül : } \Pi_y^* = yp' + p - c_y^* = 0 \quad (5)$$

$$2. \text{ sıra koşül : } \Pi_{yy}^* = 2p' + yp'' - c_{yy}^* < 0 \quad (6)$$

Yerli firmaya teşvik verilmesi durumunda, teşvikin üretim miktarı üzerindeki etkisinin hesaplanması için birinci sıra koşullarının toplam türevleri alınarak aşağıdaki denklemlere ulaşılır:

$$\Pi_{xx} dx + \Pi_{xy} dy + \Pi_{xs} ds = 0 \quad (7)$$

$$\Pi_{yx}^* dx + \Pi_{yy}^* dy + \Pi_{ys}^* ds = 0 \quad (8)$$

Bu denklemleri Kramer Kuralı ile çözerek ve  $\Pi_{xx} = 1$  ve  $\Pi_{ys}^* = 0$  durumları da dikkate alınarak;

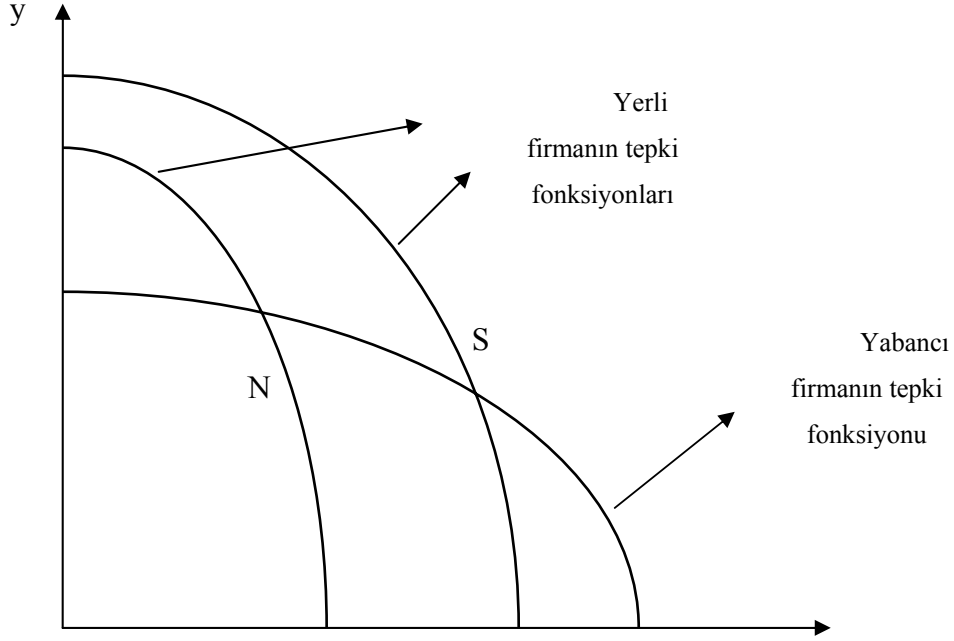
$$x_s = dx / ds = -\Pi_{yy}^* / D > 0 \quad (9)$$

$$y_s = dy / ds = \Pi_{yx}^* / D < 0 \quad (10)$$

sonuçları bulunur. Burada,

$$D = \Pi_{xx} \Pi_{yy}^* - \Pi_{xy} \Pi_{yx}^* > 0 \quad (11)$$

olarak tanımlanmıştır. 9. denklemde de görüleceği gibi ihracat teşvikindeki (s) artış yerli firmanın ihracatını artıracaktır. 10. denklemde ise verilen teşvikin yabancı firmanın üretim düzeyini azalttığı görülmektedir. Yabancı firmanın üretim düzeyi veri olduğunda, yerli firmaya bir teşvik verildiğinde, teşvikten yararlanan firmanın daha yüksek düzeyde üretim yapması firmanın çıkarları doğrultusundadır. Dolayısıyla teşvik alan yerli firmanın üretim miktarını artırması, rakibi açısından inandırıcıdır. Rakip firmanın bu durumda izleyeceği en iyi strateji üretim düzeyini azaltmak olacaktır. Böylelikle teşvikin etkisiyle yerli firmanın uluslararası piyasadan aldığı pay büyüyecektir. Bu teşvik politikası firmanın maliyetleri üzerinde düşürücü bir etki doğurduğu için firmanın karını artırarak firmaya yarar sağlamaktadır. Tepki fonksiyonu, maksimizasyon probleminin birinci sıra koşullarından, optimal üretim miktarını rakibin üretim düzeyinin bir fonksiyonu olarak belirler. Şekil 14’de 2. ve 5. denklemlerden yerli ve yabancı firmanın 1. sıra koşullarından elde edilen firmaların tepki fonksiyonları verilmiştir (Özer, 2001: 75-78).



**Şekil 17.** Kar Kaydırıcı Teşvikler

**Kaynak:** Brander ve Spancer, 1985: 88

Şekil 14’de de görüleceği gibi yerli firmanın tepki fonksiyonu, verilen teşvik sonrasında sağa kaymış ve denge N Cournot dengesinden S Cournot dengesine kaymıştır. S noktasında, yabancı firmanın üretimi azalmış, yerli firmanın üretimi artmıştır.

Brander ve Spancer’in çalışmaları, stratejik dış ticaret politikaları yardımı ile karın nasıl yabancı firmadan yerli firmaya aktarıldığını gösterdiği için, stratejik ticaret politikalarının “kar aktarımı” etkisini göstermektedir. Ancak literatürde stratejik politikaların yalnızca “kar transferi” amacı ile değil “rant aktarımı”, endüstriye girişin teşvik edilmesi, marjinal maliyetin azaltılması gibi amaçlarla kullanılabileceğini gösteren çok sayıda çalışma bulunmaktadır (Akkoyunlu, 1996: 91).

### **3.6.2. Korunan Yerli Piyasa Yaklaşımı**

Paul Krugman tarafından geliştirilen korunan yerli piyasa yaklaşımı da kar aktarma yaklaşımı çerçevesinde değerlendirilebilir. Paul Krugman'ın modeli ihracatın teşviki için ithalatın korunması (import protection as export promotion) olarak tanımlanabilir. Korunan yerli piyasa yaklaşımında, firmaya içsel ölçek ekonomilerin sözkonusu olduğu endüstrilerde yer alan firmaların tarife ya da kotalarla korunması halinde, ilgili firmaların yurtiçi ve korunmamış yabancı piyasalardaki paylarının genişlediği gösterilmektedir. Korunan yerli piyasa yaklaşımı bebek sanayii argümanının yeni bir uzantısı olarak değerlendirilebilir. Korunan yerli piyasa yaklaşımında içsel ölçek ekonomisine sahip ancak yabancı firmalarla rekabet edebilecek durumda olmayan bir endüstrinin, rekabet gücüne kavuşana kadar, tarife ya da kotalarla korunması ve nihai amaç olarak karların yabancı firmalardan yerli firmalara doğru aktarılması söz konusudur. Krugman modelinin ilk aşamasında statik ölçek ekonomilerini ikinci aşamasındaysa “yaparak öğrenmeye” vurgu yapan dinamik ölçek ekonomilerini ele almıştır. Statik analizde vurgu, hükümetin tarife yada kota uygulayarak yabancı firmaların yurtiçi piyasaya girişini engellemesi ve bu sayede korunan “stratejik” sektörlerde yer alan yerli firmaların piyasa paylarının büyütülmesinedir. Piyasa payını artıran yerli firma ölçek ekonomisinden yararlanacak ve böylece hem yurtiçi hem de korunmamış yabancı piyasalardaki karlılıklarını artıracaktır. Modelinin ikinci aşamasında ise dinamik ölçek ekonomilerinde öğrenme fonksiyonunu hem zamanın hem de piyasa payının bir fonksiyonu olarak kabul etmektedir. Krugman'a göre belli bir zaman süreci içerisinde, firmalar “yaparak öğrenme” de etkinleştikçe firmanın “öğrenme eğrisi” aşağıya doğru kayacaktır. Ayrıca, üretim artışı firmanın yabancı rakiplerine nazaran daha çabuk öğrenmesine de yol açacağından yerli firmaların piyasa payları artacaktır (Başkol, 2009: 5).

### **3.6.3. İhracatı Geliştirme Aracı Olarak Koruma**

Krugman (1984) üç ayrı modelle, yabancı firmaların iç piyasaya girişinin engellenmesi ile yerli firmaların dış piyasalardaki performansının da olumlu yönde

etkilenebileceğini göstermiştir. Krugman'ın azalan marjinal maliyetlere yol açan ölçek ekonomilerini ele alan birinci modelinde, her bir firmanın tek bir mal ürettiği ve diğer firmalarla rekabet halinde tüm piyasalarda faaliyet gösterdiği varsayılmaktadır. Yabancı firmanın iç piyasaya girişinin engellenmesiyle yerli firma, iç piyasada üretim miktarını artırır. Dolayısıyla, yerli firmanın marjinal maliyeti düşer, yabancı firmanınki yükselir. Böylelikle, yerli firmanın pazar payı artmış, yabancı firmanınki azalmış ve iç piyasanın korunmasıyla yerli firmanın yabancı firmanın zararına olacak şekilde ölçek ekonomilerinden yararlanması ve dış piyasalardaki üretim düzeyini artırması sağlanmıştır. Krugman bu politikaya, ihracatı geliştirme aracı olarak koruma politikası adını vermektedir. Krugman çalışmasında böyle bir politikanın refah üzerindeki etkilerine yer vermemiştir. Ancak, bu politikanın firmalar açısından olumlu, daha az rekabetçi bir piyasada tüketim yapan tüketiciler için refah azaltıcı olduğu öne sürülebilir. Toplam refah etkisi, firmaların sağladığı kazançla tüketicilere yansıyan maliyetin hangisinin daha büyük olduğuna bağlı olarak değişecektir. Tüketicilere yansıyan ek maliyet temelde yerli firmaya bir transfer niteliğindedir. Bunun yanında, bu politika üretimde bulunan diğer ülkeler için olumsuz bir etkiye sahipken net tüketici ülkeler için olumlu bir etkisi vardır. Dünya refahı üzerindeki net etkisi ise belirsizdir (Özer, 2007: 81).

#### **3.6.4. Koruma ve Teknoloji Açığı**

Stratejik ticaret politikasının en önemli ayaklarından biri teknoloji açığını kapatmaya yönelik politikalar olduğunu daha önce belirtmiştik. Koruma politikalarının bu açığın kapatılmasındaki rolü nedir? 1950'lerden sonraki yıllarda geçirilmiş tecrübelerin bu konuda bazı ipuçları sunabildiğini görüyoruz. Japonya'daki teknolojik yeniliklerin otomobil ve demir çelik alanında ortaya koyduğu verimlilik artışını Avrupa ve ABD hükümetleri koruma politikalarıyla karşıladılar. Bu alanda kantitatif sınırlamalar daha fazla olmuştur. ABD gönüllü ihracat kısıtlamalarını da bu alanda devreye sokmuştur. Ancak şu sorunda bunun arkasından sorulması ihtiyaç haline gelmiştir. Koruma politikaları teknolojik açığın kapatılmasını geciktiriyor mu? Bu soruya verilen cevap olumludur. Yani koruma ister tarife ile ister kota ile yapılsın teknolojik adaptasyonu geciktirmektedir. Sürekli

uygulanan yüksek tarife politikasının da alışkanlık yaratması yerli firmaların teknolojiye adaptasyonu hızlandırmamaktadır. Ancak bu konudaki çalışmalar, tarife politikasıyla birlikte, yerli firmaların teknolojik çabalarının hükümet tarafından küçük oranda da olsa bir sübvansiyonla desteklenmesinin bu mekanizmayı hızlandırdığını ve teknolojinin maliyetini firma açısından azalttığını ortaya koymuştur (Ertürk, 2001: 147).

### **3.7. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASININ OYUN TEORİSİ İLE AÇIKLANMASI**

Stratejik ticaret modelleri teorik anlamda incelendiğinde, politikanın oyun teorik yapısı da göz ardı edilmemelidir. Burada yapılması gereken ise, stratejik ticareti oyun teorisi yardımıyla açıklamak olacaktır. Kullanılacak olan argüman ise, “mahkumlar açmazı” olacaktır.

#### **3.7.1. Mahkumlar Açmazı (İkilemi)**

Bireysel menfaatlerle toplumsal menfaat ya da bireysel davranmakla işbirliği yapmak arasındaki muhtemel çelişkiyi ortaya koyan bu küçük oyunun oyun kuramı yazınındaki ismi “mahkumlar açmazı”dır (Aktan ve Sanver, a.g.i.s.).

İlk kez 1940’ da A. W. Tucker tarafından ortaya atılan ( Türkan, 2001:52) Mahkumlar Açmazı’na ilişkin sayısız örnek mevcuttur. Bu örneklerden bir kaç aşağıdaki gibidir;

#### ***Örnek 1: Normal Biçimde Oyun (Ateş, a.g.i.s);***

Firmaların reklam stratejisini seçtikleri bir düopol piyasa düşünelim. Modelin varsayımları şöyledir:

- Firmalar ürünlerini sabit (dışsal) bir fiyattan satıyorlar.
- Reklam, piyasa toplam talep düzeyini etkilememektedir.

- Firmalar iki reklam düzeyi seçip uygulayabilirler. Yüksek ( $Y$ ) ve düşük ( $D$ )
- Firmaların piyasa payları, seçecekleri reklam düzeyine bağlıdır.

Şimdi bu varsayımları, oyun teorisinin simgeleriyle yazalım. Her iki oyuncu, ikişer stratejiye sahiptir:

$$S_i = \{ R_Y, R_D \}, \quad i = 1, 2$$

Kazanç matrislerini yazabilmek için bazı ek değişkenlere gerek var.  $\Pi_0$  endüstrinin kâr düzeyini;  $m_{jk}$ , rakip firma  $k$  stratejisini ( $k=Y$ ,  $k=D$ ) seçtiğinde, firmanın  $j$  stratejisini ( $j=Y$ ,  $j=D$ ) seçmesi durumunda oluşacak piyasa payını gösterebilir. Değişik reklam düzeyi seçimlerinde piyasa payı toplamı bire eşittir:

$$m_{jk} + m_{kj} = 1$$

Dört olası reklam bileşimi vardır. Kazanç fonksiyonu, dört olası reklam bileşiminin sonuçlarını gösterir. Birinci ve ikinci firma için kazanç fonksiyonlarını yazalım:

$$\begin{array}{ll} \Pi_1(R_Y, R_Y) = m_{YY}\Pi_0 - R_Y & \Pi_2(R_Y, R_Y) = m_{YY}\Pi_0 - R_Y \\ \Pi_1(R_Y, R_D) = m_{YD}\Pi_0 - R_Y & \Pi_2(R_Y, R_D) = m_{YD}\Pi_0 - R_Y \\ \Pi_1(R_D, R_Y) = m_{DY}\Pi_0 - R_D & \Pi_2(R_D, R_Y) = m_{DY}\Pi_0 - R_D \\ \Pi_1(R_D, R_D) = m_{DD}\Pi_0 - R_D & \Pi_2(R_D, R_D) = m_{DD}\Pi_0 - R_D \end{array}$$

Şimdi sayısal bir örnek de kullanarak, kazançları matris biçiminde yazalım. Matrisin satır ve sütunları, strateji seçimlerini gösterecektir. Aşağıdaki değerlere sahip bir piyasa düşünelim.

$$\begin{array}{l} \Pi_0 = 1000 \quad , \quad R_Y = 400 \quad , \quad R_D = 200 \\ m_{YY} = \frac{1}{2} \quad , \quad m_{DD} = \frac{1}{2} \quad , \quad m_{YD} = \frac{4}{5} \quad , \quad m_{DY} = \frac{1}{5} \end{array}$$

Örneğin her iki firma yüksek reklam harcaması yaparsa, piyasayı yarı yarıya paylaşırlar. Her bir firma 1000 birimlik endüstri kârının 500'ünü elde eder, reklam harcaması(400) çıkarıldıktan sonraki net kâr 100'dür.

Yukarıda hesapladığımız gibi, diğer kazançları da her bir firma için hesaplayalım ve kazanç matrisini oluşturalım.

$$\Pi_1(R_Y, R_Y) = m_{YY}\Pi_0 - R_Y = \frac{1}{2}1000 - 400 = 100$$

$$\Pi_1(R_Y, R_D) = m_{YD}\Pi_0 - R_Y = \frac{4}{5}1000 - 400 = 400$$

$$\Pi_1(R_D, R_Y) = m_{DY}\Pi_0 - R_D = \frac{1}{5}1000 - 200 = 0$$

$$\Pi_2(R_Y, R_Y) = m_{YY}\Pi_0 - R_Y = \frac{1}{2}1000 - 400 = 100$$

$$\Pi_2(R_Y, R_D) = m_{YD}\Pi_0 - R_Y = \frac{4}{5}1000 - 400 = 400$$

$$\Pi_2(R_D, R_Y) = m_{DY}\Pi_0 - R_D = \frac{1}{5}1000 - 200 = 0$$

$$\Pi_2(R_D, R_D) = m_{DD}\Pi_0 - R_D = \frac{1}{2}1000 - 200 = 300$$

		<b>Firma 2</b>	
		<i>D</i>	<i>Y</i>
<b>Firma 1</b>	<i>D</i>	$\left[ \Pi_1(R_{DD}), \Pi_2(R_{DD}) \right]$	$\left[ \Pi_1(R_{DY}), \Pi_2(R_{DY}) \right]$
	<i>Y</i>	$\left[ \Pi_1(R_{YD}), \Pi_2(R_{YD}) \right]$	$\left[ \Pi_1(R_{YY}), \Pi_2(R_{YY}) \right]$

		<b>Firma 2</b>	
		<i>D</i>	<i>Y</i>
<b>Firma 1</b>	<i>D</i>	$\left[ 300, 300 \right]$	$\left[ 0, 400 \right]$
	<i>Y</i>	$\left[ 400, 0 \right]$	$\left[ 100, 100 \right]$

Şimdi Firma 1'in kararını dikkate alalım. Firma 2 düşük reklam harcamasını seçtiğinde, Firma 1 düşük reklam harcaması kararında 300, yüksek harcamada 400 net kâr elde edecektir. Buna göre, Firma 2'nin düşük reklam harcaması stratejisi karşısında Firma 1'in en iyi seçimi yüksek harcamadır. Firma 2 yüksek reklam harcamasını seçtiğinde, Firma 1 düşük reklam harcaması kararında 0, yüksek

harcamada 100 net kâr elde edecektir. Bu durumda da Firma 1 için en iyi strateji yüksek reklam harcamasıdır. Benzer durum Firma 2 için de geçerlidir. Aynı anda her ki firma için de en iyi strateji yüksek reklam harcamasıdır. Yukarıdaki örnek oyunun genel biçimi, “Mahkumlar Açmazı”dır. Bu oyunda suç işlemiş olan iki bireyin suçun itiraf etmesi ile sessiz kalması arasındaki durumlar incelenmektedir. Mahkumiyet kararları, değişik stratejiler karşısındaki kazançları oluşturmaktadır. İktisatta oldukça yaygın olan mahkumlar açmazı biçimindeki oyunlar şu durumlarda oluşur:

- Ekonomik karar birimleri işbirliği ve işbirliğinden kaçınma arasında seçim yaparlarsa.
- İşbirliği ortak optimalken, işbirliğinden kaçınma bireysel rasyoneldir.

Düopolda reklam modeli, firmalar arası rekabete iyi bir mahkumlar açmazı örneğidir. Benzer biçimde kamu maliyesi teorisinden kamusal mallara katkı yapmak (işbirliği) ve bedava yararlanmak (işbirliğinden kaçınma) örneği verilebilir(Ateş, a.g.i.s.).

**Örnek 2: Yinelenen Oyunlar (Eruygur, 2009: 19- 20);**

**Havayolları Oyunu için Getiri Matrisi**

		Lufthansa Havayolları (Lufthansa Airways)	
		Fiyat= 600 YTL	Fiyat= 400 YTL
British Havayolları (British Airways)	Fiyat= 600 YTL	Kâr= 1,2 Milyon TL Kâr= 1,2 Milyon TL	Kâr= 1,6 Milyon TL Kâr = 0
	Fiyat= 400 YTL	Kâr = 0 Kâr= 1,6 Milyon TL	Kâr= 800.000 TL Kâr= 800.000 TL

- Varsayalım ki, havayollarında bilet fiyatları her hafta ilan edilmektedir.

- Bu tekrarlı (yinelenen) bir oyundur.
- Yukarıdaki getiri markisinden görüldüğü üzere, her iki firmanın da baskın stratejileri vardır:
- British Airways: 400 TL ve Lufthansa: 400 TL

Şimdi varsayalım ki, 800.000 TL kazandıkları birkaç hafta sonrasında British Airways fiyatını 600 TL'ye yükseltir. Lufthansa eğer fiyatını 400 TL olarak devam ettirirse, mevcut kârını 800.000 TL'den 1.600.000 TL'ye çıkarabilecektir. O zaman, British Airways neden bu şekilde davranmıştır? Lufthansa'nın fiyatını yükseltmemesi durumunda kendi kârının sıfıra düşeceğini gayet iyi bilmektedir! Bu fiyat artırımını iki firmanın da daha yüksek fiyatlarda daha kârlı olacaklarının bir sinyalidir. British Airways, bu hareketi ile Lufthansa'ya bu sinyali vermekte, ikimiz de fiyatlarımızı yükseltelim, 800.000 TL yerine ikimiz de 1.200.000 TL kâr edelim demektedir. Bu durum *kısasa kısas* stratejisinin bir örneğidir. Bir firmanın, rakibinin eylemini aynen takip edeceğini, rakibinin anlamasını sağladığı stratejiye *kısasa kısas* stratejisi denir.

### ***Örnek 3: Serbest Ticaret ve Korumacılık Kapsamında Mahkumlar Açmazı Örneği***

Bazı durumlarda kurallar oyuncuların kendililiklerinden yaptıkları işbirliğinin sürdürülmesini sağlarlar. Burada hemen hatırlatılması gereken konu bir mahkumlar açmazında oyuncuların kendi başlarına işbirliği yapmalarının, bu işbirliğinin sürdürebilir olduğu anlamına gelmediğidir. Bunu görmek için; Samuelson ve Nordhaus tarafından verilen bir örneğe bakabiliriz. Burada birbiriyle ticaret yapma olasılığına sahip iki ülke vardır. Bunlardan ikincisi ekonomik olarak daha güçlü ve ticaretten daha fazla çıkar sağlıyor. İki ülkenin her biri serbest ticareti desteklemekle korumacı politikalar gütmek arasında karar verme hakkına sahip. Bu kararların doğuracağı sonuçlar aşağıdaki matrisle ifadelendirilmiştir (Aktan ve Sanver, a.g.i.s.).

### Oyun Matrisi;

		II	
		Serbest Ticaret	Korumacılık
I	Serbest Ticaret	A 3000, 6000	B 1900, 6100
	Korumacılık	C 3200, 4800	D 2000, 5000

**Kaynak:** Aktan ve Sanver, a.g.i.s.).

Bu oyun tipik bir mahkumlar açmazıdır. Bu oyunun tek Nash dengesi, her iki oyuncunun da vergi kaçırdığı D bölgesindedir. Oysa oyuncuların vergilerini tam verdikleri A bölgesi, toplumsal açıdan Pareto anlamında daha iyidir. Ne var ki, doğal kurallar altında oyuncuların A bölgesindeki sonuca ulaşacak biçimde davranmalarını temin etmem mümkün değildir. Korumacılık her ülkenin bireysel menfaatinidir. Diğer yandan iki ülkenin de serbest ticarete izin verdiği durum ülkelerin refahlarını korumacı politikalara göre arttırmaktadır. Bu durumun farkında olan ülkeler bir araya gelip bir serbest ticaret anlaşması imzalayabilirler ve böylece işbirlikçi çözüme ulaşabilirler. Ne var ki işbirliğinin yapılması kadar sürdürülmesi de önemlidir. Anlaşmanın imzalanmasıyla birlikte, ülkelerin önünde anlaşmaya uymakla uymamak arasında bir seçim hakkı doğarsa, tarafların bireysel menfaatleri anlaşmaya uymamayı getirecek ve böylece başlangıçtaki verimsiz noktaya geri dönelecektir ( Aktan ve Sanver, a.g.i.s.).

#### 3.7.2. Mahkumlar Açmazı ve Stratejik Ticaret Politikası

Stratejik ticaret politikasını açıklamak için P.Krugman tarafından yapılmış klasik bir örnek vardır. Buna göre hem Boeing, hem de Airbus firmaları tek başına dünya talebini karşılayacak kadar uçak üretebilmektedir. Ancak dünya pazarı sadece bir tanesinin kar sağlamasına imkan vermektedir. Her iki firmanın üretime devam

ettiği, herhangi bir teşvik verilmediği bir durumda aşağıdaki kar matrisine ulaşılacaktır (Çelik, 2004: 149)

Bir Amerikan firması olan Boeing ve Avrupa firması olan Airbus'un 120 yolcu kapasiteli yeni bir yolcu uçağı üretmek istediklerini varsayalım. Tablo da iki firmanın üretip üretmeme kararlarına bağlı olarak ortaya çıkan seçimler ve kazanç matrisi görülmektedir. Tablo dan her firmanın karının diğer firmanın üretip üretmeme kararına bağlı olduğu açıkça görülmektedir ve bu yüzden de oyunun sonucu belirsizdir (Başkol, 2009: 6).

### **Kazanç Matrisi;**

		AIRBUS	
		ÜRETMEK	ÜRETMEMEK
BOEING	ÜRETMEK	-5	0
	ÜRETMEMEK	0	0

Boeing ve Airbus aynı anda yolcu uçağı üretmeye karar verirlerse her iki firmada 5 milyar \$ zarar edecektir. Ancak Boeing ya da Airbus firmasından herhangi biri yolcu uçağı üretirse, üretimi yapan firma 100 milyar \$ kar elde edecektir. Son olasılık her iki firmanın da bu yolcu uçağı üretmemesidir. O halde gerçekte karı hangi firmanın elde edeceği sorusunun cevabı kuşkusuz ilk üretime başlayan firma şeklinde olacaktır. Örneğimizde, Boeing firmasının Airbus'tan daha önce üretime başladığını düşünürsek, Boeing firması 100 milyar \$ kar elde ederken Airbus firmasıysa yolcu uçağı üretmeyecektir. Çözüm tablonun sağ üst köşesinde ortaya çıkmıştır. (Boeing üretir-Airbus üretmez) Avrupa'nın Airbus firmasına yönelik 25 milyar \$'lık bir ihracat sübvansiyonu sağlaması durumu tabloda görülmektedir;

### Airbus'a Sübvansiyon Verilmesi Durumunda Kazanç Matrisi;

		AIRBUS	
		ÜRETMEK	ÜRETMEYEMEK
BOEING	ÜRETMEK	20	0
	ÜRETMEYEMEK	125	0

Tablodaki durumu değerlendirecek olursak; her iki firmanın yolcu uçağını üretmeye karar vermesi durumunda Boeing firması 5 milyar \$ zarar ederken, Airbus firması 20 milyar \$ kar elde edecektir. Eğer sadece Boeing üretirse 100 milyar \$ kar, sadece Airbus üretirse 125 milyar \$ kar elde edecektir. Son olasılık her iki firmanın da bu yolcu uçağı üretimini gerçekleştirmemesi bir başka ifadeyle herhangi bir kar ya da zararın olmaması durumudur. Tablonun ima ettiği sonuç; sübvansiyon nedeniyle Boeing firmasının üstünlüğünü Airbus'a kaptırdığıdır. Nihai sonuç ilk tablodaki sağ üst köşeden ikinci tablodaki sol alt köşeye kaymıştır.(Airbus üretir-Boeing üretmez) Çünkü sol alt köşe, sübvansiyon nedeniyle Airbus'ın daha önce üretmediği bir durumdan 125 milyar \$ kara geçtiğine işaret etmektedir (Başkol, 2009: 7).

Her iki ülkenin teşvik vererek stratejik ticaret politikası uygulaması, bu ülkelerin ekonomilerinde pozitif dışsal ekonomiler yaratacaktır. Ülkelerin verdikleri teşvikler bütçelerine yük olacak, ama buna karşılık, uçak sanayileri muhafaza edilecek, oradaki istihdam korunacaktır. ancak bu politikayı eleştirenler, çok iyi planlanmış ve mantıklı bir stratejik ticaret politikasının uygulanmasından kuşku duymaktadırlar. Genellikle bu politikaların milli çıkarlara değil, belirli grupların çıkarlarına hizmet ettiği söylenmektedir (Çelik, 2004: 151).

Son yıllarda stratejik ticaret politikasına ilgi gittikçe artmaktadır. Geçmiş yıllarda da birçok ülke bu politikayı uygulayarak sanayileşmiştir. Örneğin, Japonya' da çelik ve yarı iletkenlerde; Avrupa' da Concorde ve Airbus uçaklarının

geliştirilmesinde, ABD’ de bilgisayar ve diğer birçok teknolojik ürünün geliştirilmesinde bu politika uygulanmıştır (Çelik, 2004: 151).

### **3.8. STRATEJİK TİCARET POLİTİKASINA YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALAR**

Stratejik ticaret politikası modelleri açıklandıktan sonra konuya ilişkin yapılan çalışmaların özetini içeren tablo aşağıdaki gibidir;

**Tablo 5:** Stratejik Ticaret Politikasına Yönelik Yapılan Çalışmalar

<i>Yazar</i>	<i>Yaklaşımlar</i>	<i>Yaklaşımları İçerik ve Sonuçları</i>
Krugman 1985	Korunan yerli piyasa yaklaşımı	Analizde ölçek ekonomileri baz alınarak korunan yerli firmaların iç ve dış piyasalarda karlılıklarını nasıl arttırdıklarını ve böylece yabancı ülke refahı pahasına yurtiçi refahın nasıl yükseltildiği ele alınmıştır.
Brender ve Spencer 1985	Kar aktarma yaklaşımı (Firmaların Cournot tipi davranış gösterdikleri varsayılıyor)	Uluslar arası oligopolistik piyasada işbirliği içinde olmayan yerli firmanın daha çok pazar payı alabilmesi ve karlılığını arttırabilmesi adına en uygun ticaret politikasının ihracat sübvansiyonu olduğunu göstermişlerdir.
Eaton ve Grossman 1986	Kar aktarma yaklaşımı (Firma davranışlarının değişken olduğu varsayılıyor)	Stratejik değişkenin 'miktar' olduğu bir çözümlemenin yanında stratejik değişkenin 'fiyat' olduğu çözümlerinde analiz edilmiş ve optimal ticaret politikasının piyasadaki firmaların davranışları üzerine yapılan varsayımlara göre değişebileceği savunulmuştur.
Grossman Hart 1985	1981 Stratejik değişken olarak fiyat ve miktar dışında firmaların arz fonksiyonlarının da dikkate alınması	Hükümetin müdahaleci politikalarla yerli firmanın arz fonksiyonu üzerinde etki yarattığı gösterilmiştir.
Klemperer ve Meyer 1989	Stratejik değişken olarak fiyat ve miktar dışında firmaların arz fonksiyonlarının da dikkate alınması	Arz fonksiyonu ile hangi koşullarda hangi modelin (Bertrand ya da Cournot tipi model) oligopol piyasa yapısı için daha açıklayıcı olduğunu gösteren kriterleri ortaya koymuşlardır.

**Tablo 5: devamı**

<i>Yazar</i>	<i>Yaklaşımlar</i>	<i>Yaklaşımları İçerik ve Sonuçları</i>
Meza 1986 Neary 1994 Banyopadhyay 1997 Meza ve Collie 2000	Brender ve Spencer modeli kullanılmıştır.	Brender ve Spencer modeli çerçevesinde hükümetin uygulayacağı ihracat sübvansiyonu /ihracat vergisinin mutlak değerinin firmaların maliyet yapılarına bağlı olduğunu öne sürmüşler ve çalışmalarında da Brender Spencer modelini bu temelde genişletmişlerdir.
Grossman ve Maggi 1997	Brender ve Spencer modeli kullanılmıştır.	Firmaların yatırım maliyetleri yapılarına göre değişen optimal ticaret politikalarını değerlendirmişler ve yatırım maliyetinin çok düşük ya da çok yüksek olduğu durumlarda serbest ticaret göre, stratejik ticaret politikalarının sosyal refahı daha da arttıracığını ortaya koymuşlardır.
Balbao 2001	Stackelberg tipi piyasa yapısı varsayılmış.	Hükümet müdahalelerinin piyasa yapısına göre farklılık gösterebildiğini ortaya koymuştur. Ayrıca Stackelberg tipi davranış gösteren piyasalar için serbest piyasa yapısını öngörmüştür.
Horstmann ve Markusen 1986 Verables 1985,1990	Stratejik değişken olarak ele alınan tek aşamalı oyunlar yerine, firmalar arasında oynanan iki aşamalı oyunlar modellenmiştir.	Firmalar, oyunun birinci aşamasında sermaye stoku, Ar-ge harcaması, ürün kalitesi ya da üretim kapasitesi gibi değişkenlerin düzeyini belirlemekte, ikinci aşamada ise bunları parametre olarak değerlendirerek, miktar ya da fiyat rekabetinde dengeye ulaşmaya çalışmaktadırlar.

Bu çalışmalarda, görüldüğü üzere, Brander & Spencer modelinin veri piyasa yapısı varsayımı değiştirilmiştir. Öyle ki, bu çalışmalarda, hükümetin uygulayacağı dış ticaret politikalarının denge piyasa yapısını değiştireceği; oyunun ilk aşamasında belirlenen alternatif hükümet politikalarının, oyunun son aşamasındaki firma seçim stratejilerini -miktar ya da fiyat rekabetine girme seçimlerini- etkileyebileceği ortaya çıkarılmıştır. Benzer şekilde, Harris (1985) ve Krishna (1989) yabancı firmaya gönüllü ihracat kısıtlaması koymanın yerli firmayı fiyat liderine dönüştürebileceğini göstermişlerdir. Sonuçta, tek aşamalı oyunlarda olduğu gibi, birden fazla aşamalı oyunlarda da hükümet, uygulayacağı stratejik ticaret politikaları ile birlikte yabancı firmalardan yerli firmalara doğru kar aktarımını gerçekleştirerek ülke refahını geliştireceği ortaya konulmuştur (Çakmak, 2004).

### **3.8.1. Stratejik Ticaret Politikaları Üzerine Yapılmış Olan Ampirik Çalışmaların İncelenmesi**

Stratejik ticaret politikasını araştırmak amacıyla yapılan ampirik çalışmaların inceleneyeceği bu bölümde ilk olarak yapılan ampirik testlerdeki sorunlardan bahsedilecektir. Eksik rekabet piyasalarına dayanan stratejik ticaret politikasında, en önemli kıstas firma davranışlarını dikkate almak zorunda olmasıdır. Diğer yandan tam rekabet piyasalarında böyle bir sorun oluşmamakta, firma davranışları göz ardı edilebilmektedir. Oluşan bu sorunlar sebebiyle yapılan ampirik testler farklı sonuçlar verebilmektedir.

Firma davranışlarının göz ardı edilememesi ve oluşturduğu pürüzler dışında diğer bir sorun ise, model kurmayla alakalıdır. Çalışılan birçok modelde karşılaşılan güçlük tahmin edilecek olan katsayı sayısının eldeki denklem sayısını aşmasıdır. Bu sorunu aşmak amacıyla Dixit (1988) kalibrasyon yönteminin uygulanması gerektiğini söylemiştir.

Stratejik ticaret politikasına yönelik yapılan ilk çalışma Dixit (1988) tarafından ele alınmıştır. İncelenen ikinci çalışma ise, Dixit'in çalışmasında elde edilen sonuçların modeldeki varsayımlara karşı çok duyarlı olduğunu ve bu nedenle

optimal olarak nitelendirilen stratejik ticaret politikalarının optimal olmayabileceğini gösteren Krishna, Hogan ve Swagel (1994)'ün çalışmasıdır. Venables (1994), firma davranışlarına ilişkin konjektür oluşturmada karşılaşılan güçlükler üzerinde yoğunlaşarak firma davranışlarını modele empoze etmek yerine ampirik olarak tahmin etmeyi amaçlamaktadır (Özer, a.g.e). Tablo 6'da yapılan çalışmalar ve sonuçları incelenmiştir.

**Tablo 6. Stratejik Ticaret Politikasının Yönelik Yapılan Ampirik Çalışmalar ve Sonuçları**

<b>Yazarlar</b>	<b>Yapılan Çalışmalar ve Sonuçları</b>
<b>Klepper 1994</b>	Klepper çalışmasında stratejik ticaret politikalarına dinamik bir model çerçevesinde yaklaşmış ve AR-GE harcamalarının yoğun olduğu havacılık sektöründe öğrenmenin neden olduğu karmaşık dinamik yapının bu ve benzeri sektörlerin modellenmesinde büyük güçlükler neden olduğunu göstermiştir.
<b>Smith 1994</b>	Çalışmasında stratejik ticaret politikalarından elde edilen kazançların model tanımlamasına karşı duyarlılığı sorununu ele almıştır. Smith çalışmasında Avrupa otomobil piyasasında stratejik ticaret politikasının etkilerini incelemiştir. Model bir piyasada eksik rekabet olgusu ile miktar kısıtlamaları arasındaki etkileşimi incelemektedir. Yaptığı çalışma sonucunda Smith stratejik ticaret politikalarıyla hedeflenen kazançlara ulaşamayacağı sonucuna ulaşmıştır.
<b>Ulph ve Winters 1994</b>	Çalışmalarında, işgücüne yönelik politikaların bir ülkedeki ileri teknoloji sektörlerinin desteklenmesi amacıyla kullanılacak ticaret ve endüstri politikalarının formüle edilmesinde oldukça önemli olduğunu göstermişlerdir. Winters ise, ülkelerin ithalatın gözetimi politikasına karşı stratejik tepkilerinin ticaret üzerindeki etkilerini parametrik olmayan yöntemlerle incelemiştir. Sonuç olarak; stratejik ticaret politikalarıyla ilgili ampirik çalışmalardan bir çoğunun ulaştığı stratejik politikalarıyla sağlanması amaçlanan kazançların sınırlı olduğu görüşünün tersine Ulph ve Winters, bu politikaların teknolojiye ve yüksek nitelikli işgücüne yönlendirilmesi durumunda, sağlanabilecek kazançların yüksek olduğudur.
<b>Eaton ve Grossman 1986</b>	Optimal ticaret politikalarının sadece firmaların talep ve maliyet fonksiyonlarına bağlı olmadığını, firmaların arasındaki rekabetin doğasının da ticaret politikaları üzerinde etkili olduğunu göstermiştir.

**Kaynak:** Özer, 2001'den derlenmiştir.

**Tablo 6 devamı**

<i>Yazarlar</i>	<i>Yapılan Çalışmalar ve Sonuçları</i>
<b>Dixit 1986</b>	Stratejik ticaret politikalarının ampirik testine yönelik yapılan ilk çalışmadır. Bu çalışmada Dixit, gerçekte uygulanan ABD ticaret politikalarının teorik modellerden elde edilen optimal politikalarla ne ölçüde farklılaştığının karşılaştırmasını yapmayı amaçlamış ve kalibrasyon yöntemini kullanarak stratejik ticaret politikalarının ABD otomobil endüstrisi üzerindeki etkileri incelemiştir. Dixit'in çalışması firma davranışlarının Cournot ve Bertrand davranışı arasında bir yerde olduğu sonucunu vermiştir.
<b>Krishna, Hogan Swagel 1994</b>	Çalışmalarında 1979-1985 yılları arasında otomobil endüstrisinde Amerikan ve Japon firmaları arasındaki rekabeti ve bu ortamdaki optimal ticaret politikalarıyla, bu politikaların etkilerini incelemiştir. Yine bu çalışma, Dixit (1988)'den farklı olarak Amerikan ve Japon otomobillerinin sadece birbirlerinden farklılaştırılmış oldukları değil, aynı zamanda her bir ülke içerisinde üretilen otomobillerinde farklılaştırılmış olduğunu varsaymıştır. Yine Dixit'te optimal politika, ithalata gümrük vergisi uygulaması ve yerli üretimin teşviki olurken, bu çalışmada optimal politika hem ithalata, hem de üretime teşvik verilmesi biçimindedir. Çalışmadan çıkarılabilecek en önemli sonuç; kalibrasyon modellerinin varsayılan model yapısına karşı çok duyarlı olduğu ve bu nedenle bu modellere dayanılarak politika kurmanın çok riskli olduğudur.
<b>Venables 1994</b>	Venables modele ilişkin varsayımlar değiştirildiğinde, kalibrasyon sonucu elde edilen model parametrelerin Krishna, Hogan, Swagel'in çalışmasında olduğu gibi değiştiğini ancak bu değişikliğe rağmen politikaların öngörülen sonuçlarının benzer kalabileceğini göstermektedir. Çalışmada altı ülkeli bir dünya ele alınmış ve bu çerçevede dokuz endüstrideki rekabet yapısı ile ticaret politikalarının bu endüstriler üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Sonuçta da firmalar arasındaki rekabetin biçimine karşı duyarlı değil sonucuna ulaşılmıştır. Venables daha sonra her bir endüstri için ticaret engellerinin derecesini her bir rekabet biçimi için kalibrasyon yöntemiyle hesaplamış ve hesaplanan değerlere dayanarak gümrük vergileri ile teşvik politikalarının bu endüstriler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bu çalışmadaki simülasyonlar, gümrük vergisi ve ihracat teşvikinden sağlanan kazançların sınırlı olduğu sonucunu vermiştir. Diğer bir sonuç ise; bir piyasada ne kadar az firma varsa stratejik ticaret politikalarından sağlanan refah artışının daha fazla olacağıdır.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde ulaşılan sonuç oldukça açıktır. Bu ampirik çalışmalara göre; teorik halde bulunan stratejik ticaret politikasının gerçekte uygulamasının oldukça güç olduğudur. Bunun dışında serbest ticaret ve dış ticarete müdahale konusu da açıklığa kavuşmuştur ki; müdahaleci politikalar uygulandığında kazançlarda bir artış olmamaktadır (Çeştepe, a.g.i.s).

Yine yapılan ampirik araştırmalar yurt içi piyasada güçlü bir yabancı firma rekabetiyle karşı karşıya kalan firmaların korumacılık talep ettiklerini ortaya koymaktadır. Daha büyük bir üretim ölçeğine ulaşamaması, hızlı bir yaparak öğrenme sürecinin olmaması ve misillemenin ortaya çıkması hallerinde ticaret engelleriyle karşılaşan uluslararası firmalar stratejik ticaret politikası yerine serbest ticareti tercih ederler ve artan uluslararası rekabete doğrudan yabancı yatırım stratejileriyle karşı koymaya çalışırlar (Aktan ve Vural, a.g.i.s).

### **3.9. Stratejik Ticaret Politikası'na İlişkin Eleştiriler**

Bu çalışmanın amaçlarından biri de, ekonomi politik bağlamında stratejik ticaret politikasını değerlendirmektir. Stratejik ticaret politikasına yöneltilen en önemli eleştiri, bu politikaların aslında komşuyu fakirleştirici (beggar-thy-neighbour) politikalar olduğudur. Çünkü stratejik ticaret politikası, yabancı firmalardan yerli firmalara doğru bir kar transferi yarattığından ülke refahını, diğer ülke refahının azalması pahasına, artırmaktadır. Brander-Spencer analizini değerlendirirken belirttiğimiz gibi oyunun dengesini değiştiren yerli hükümetin ihracat sübvansiyonu uygulaması ve diğer ülkenin misilleme yapmayacağı düşüncesidir. Ancak oligopolcü piyasa koşullarında diğer ülkenin de benzer aracı/araçları kullanacağı ve bunun da ülkeler arasında ticaret savaşlarını tetikleyeceği açıktır (Başkol, 2009: 7).

Stratejik Ticaret Politikası'na yapılan en önemli eleştirilerden biri de, politikanın varsayımlarından biri olan korumacılıkla alakalıdır.

Stratejik Ticaret Politikası doğrultusunda yapılacak kamusal müdahalelerde şirketlerin talepleri belirleyici bir role sahiptir. Uluslararası alanda faaliyet gösteren ve yoğun bir şirket içi ticarete sahip olan ihracatçı firmalar genellikle serbest ticareti

destekler. Korumacı politikalar düşük maliyetli ithal girdilerin yurt içine girişini engeller, şirket içi ticareti azaltır ve böylece ithal girdilerin maliyetini yükselterek bu tip firmaların yurt içi rakipleriyle rekabet imkanlarını azaltır. Öte yandan, korumacılık, yabancı ülkelerin misilleme yapmalarına yol açarak ihracatın azalmasına neden olabilir (Aktan ve Vural, a.g.i.s).

Stratejik Dış Ticaret Politikalarının yine en önemli eleştirilerinden biri, devletin yerli firmaları koruyucu şekilde oligopolistik dış ticaret oyununa müdahalesinin diğer ülkelerin de benzer nedenlerle müdahalelerine yol açarak küresel ticaretteki korumacılığı daha da artıracığı endişesidir. Bir diğer önemli eleştiri de, dış ticarete hükümetin *optimal bir dış ticaret politikası* izlemede karşılaşacağı güçlüklerdir. Gerçekten de dış ticaret gerek ulusal gerekse uluslararası siyasetin etkisi nedeniyle (örneğin çıkar gruplarının etkisi) ekonomi politiğin etki alanındadır. Diğer taraftan belirsizlikler ve yeterli bilgiye ulaşamaması nedeniyle yaşanabilecek *enformasyon sorunu* gerçekten optimal dış ticaret stratejisini belirlemede hükümetin zorluklarını artırmaktadır. Stratejik Dış Ticaret Politikalar'ının genel geçerliliğinin olmadığı ve aslında özel durumları yansıttığı tartışması teorik olarak incelenmektedir (Akkoyunlu, 1996: 93).

Korumacılığa yönelik eleştirilerden sonra karşılaşılan sorun, Stratejik ticaret politikasının oluşturulmasında ve uygulamaya konulmasında bazı önemli güçlüklerin olduğudur. Bunlar kısaca (Çeştepe, a.g.i.s);

- Stratejik Ticaret Politikası'ndan yararlanacak firmaların (Çok Uluslu Şirketler (ÇUŞ), Ortak Yatırımlar gibi) kimliğinin belirlenmesi,
- Uygulanacak Stratejik Ticaret Politikası aracının modelin varsayımlarına uygun olması,
- Güçlü giriş engellerinin bulunmadığı sanayilerde Stratejik Ticaret Politikası'nın etkisini kaybetmesi,
- Stratejik Ticaret Politikası'nın diğer ülkelerin misillemede bulunmayacakları varsayımının pratikte pek mümkün olmaması,

- Korumacı politikaların suistimallere yol açması endişesi, şeklinde sıralanabilir.

Seyidoğlu'na (2003) göre de, bu tezde zayıf noktalar mevcut. Önce başarılı olabilecek, yani gelecekte büyük dışsal ekonomi doğuracak olan endüstrilerin seçimi, sonrada bunları destekleyecek uygun politikalara karar verilmesiyle ilgili sorunlar vardır. Ayrıca bir ülke Stratejik Ticaret Politikası uygular ve bunda da başarılı olursa, bu başarı öteki ülkelerin pahasına sağlanmış olur. Dolayısıyla onlar da aynı yola başvurabilirler. Çok sayıdaki ülke, aynı zamanda bu tür politikalar uygularlarsa bu çabalar birbirini etkisizleştirir ve her birinin sağlayacağı yararlar çok sınırlı kalır (Seyidoğlu,2003:128).

Ağırlıklı olarak korumacılığa yönelik eleştiriler alan politikanın öncüleri olarak kabul edilen Brander & Spancer (1983) serbest ticarete alternatif bir araç geliştirmediklerini şu sözlerle ifade etmişlerdir (Corden, 1990:3);

*“Araçlarımız ekonomide tarifelerin uygulanmasına yönelik teorik bir destek olarak düşünülmemelidir. Analizimiz, tarife politikalarının uygulanabilirliğini destekleyen görüşlerin anlaşılmasına bir katkı niteliğindedir ve ticaretin serbestleşmesine yönelik bir yaklaşım oluşturmaktadır”*

### **3.9.1. Politikanın Oyun Teorik Yapısına Yönelik Eleştiriler**

Stratejik Ticaret Politikaları eksik rekabet piyasalarında firmalar arasında karşılıklı stratejik etkileşime neden olduğu gibi, piyasalara müdahale eden devletleri de stratejik bir karşılıklı bağımlılık içine sokmaktadır. Bu stratejik karşılıklı bağımlılık, sonuçları öngörülmesi güç olan karmaşık bir oyun yapısına yol açmaktadır. Böyle bir ortamda oynanan stratejik oyunların nasıl modelleneceği ve çözüleceği ciddi bir problem oluşturmaktadır. Mahkumların ikilemi, çıkarları çelişen oyuncular arasındaki etkileşimin doğasının anlaşılmasına yardımcı olmakla birlikte, bu türlü deneyleri, gerçek hayatta uygulanması hedeflenen politikalarla ilişkilendirmek hayli zordur. Problemlerden biri, gerçek hayatta birçok politika

seçeneğinin olmasıdır. Diğer bir problem ise, uluslararası ticarete GATT gibi çok taraflı anlaşmaların getirdiği kısıtlar altında, mahkumların ikileminin iki yönlü etkileşimi göz önüne alan yapısına saplanıp kalmanın, yanıltıcı sonuçlara neden olabileceğidir (Özer, 2007: 85).

Uluslararası ticaret politikaları etkileşimini oyun teorik çerçevede ele almak, sorunların daha değişik bir çerçevede değerlendirilmesine imkan vermekte ise de, oyun teorik modeller beraberlerinde başka sorunları da getirmektedir (Özer, 2001: 123).

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

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

Bu bölümün amacı, ABD ve Japonya için otomotiv ürünleri sektöründe Stratejik Ticaret Politikasının uygulanabilme durumunun saptanmasıdır. Çalışmada 2000-2009 yılları arasını kapsayan ABD ve Japonya'ya ait otomotiv ürünleri ihracat rakamları, bu ülkelerin toplam mal ihracatı rakamları ve dünyanın yapmış olduğu otomotiv ürünleri ihracat rakamları ile dünyanın toplam mal ihracatı rakamları kullanılmıştır. Bu verilerden hareketle ABD ve Japonya için otomotiv endüstrisindeki otomotiv ürünleri alt sektörüne ait, Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi hesaplanarak söz konusu sektörün ihracat performansı diğer bir deyişle rekabet gücü belirlenmeye çalışılmıştır.

Stratejik Ticaret Politikası analizlerinde en çok kullanılan sektörlerden biri otomotiv sektörüdür. İlk olarak sektörün özellikleri ve yapısı kısaca anlatılacaktır.

#### **4.1. 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,

midibüs, 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 sanayinin kapsamına ilişkin birçok sınıflandırma vardır. Ancak, bu sınıflandırma farkları genelde, traktör, motosiklet ve triportör ile karayolları taşıtları büyük onarımları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Zaten bu araçlar gerek imalat tekniği, gerekse yerine getirdiği hizmet bakımından, diğer araçlardan farklıdırlar. Bu araçlar, özellikle motosiklet ve triportör, otomotiv sanayine giren firmaların dışındaki firmalar tarafından üretilmektedir. Ayrıca, Uluslararası Standart imalat Sanayi Sınıflandırmalarında (ISIC) da bunlar otomotiv sanayi kapsamı dışında tutulmuştur. Genellikle gelişmiş ülkelerin kabul ettiği ISIC sınıflandırmalarına göre otomotiv sanayi; kamyon, kamyonet, otobüs, minibüs, binek ve arazi otomobili, benzeri yük ve yolcu taşıt araçları ve traktör gibi motorlu araçları kapsamaktadır (Çılbant, 2006: 149).

Otomotivin temel özelliklerine baktığımızda şu özelliklerin ön plana çıktığını görüyoruz (Dalyanoğulları, 2007: 76):

- Uzay-havacılık sanayinden sonra önemli mühendislik alanlarını içeren karmaşık bir teknoloji gerektirmektedir.
- Motorlu taşıt aracı; niteliği, malzeme yapısı, projesi, teknolojisi ve üretim yeri farklı olan 5 bin dolayında parçanın, ortak kalite yönetimi ve verimlilik anlayışı ile üretimi ve bir araya getirilmesi ile ortaya çıkmaktadır.
- Bir motorlu aracın üretimi ve trafiğe çıkabilmesi için güvenlik, trafik ve çevre ile ilgili 50 dolayında küresel teknik mevzuata uyumlu olması ve bunun belgelendirilmesi zorunludur. Bunun yanı sıra, isteğe bağlı olarak uygulanabilen 10 dolayında diğer uluslararası mevzuat bulunmaktadır. Ayrıca söz konusu kapsamlı mevzuat, teknolojiye bağlı gelişmelere bağlı olarak sürekli yenilenmektedir.

- Pazardaki yoğun rekabet nedeni ile müşteri tatmini ancak teknolojik gelişme ile sağlanmaktadır. Bu nedenle sektörde, yoğun Ar-Ge ve sürekli gelişme esastır.
- Otomotiv sektörü, kendi dışında, ham madde ve yan sanayi ile otomotiv ürünlerinin tüketiciye ulaşmasını sağlayan ve bunu destekleyen pazarlama, bayii, servis, akaryakıt, finans ve sigorta sektörlerinde de geniş iş hacmi ve istihdam yaratıyor.
- Sektör, savunma sanayinin gelişmesinde ve teknolojik düzeyin yükselmesinde temel oluşturuyor.

#### **4.2. OTOMOTİV SANAYİİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ**

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 gelişim ve değişim içerisinde olmuştur. Otomotiv sanayii öncülüğünde geliştirilen ve tüm sanayileri derinden etkileyen standart ölçülerde ve büyük miktarlarda üretime Henry Ford'un Model T otomobili üretimi ile başlanmıştır. Geniş pazar imkanlarının iyi analiz edilerek gerçekleştirilen büyük miktarlarda araç üretimiyle, düşük maliyette bir üretim sağlanmıştır. Seri üretim tekniğiyle üretilen bu otomobiller, 1920'de ABD'deki araçların yüzde 65-70'ini, Dünya'da ise yüzde 50'sini oluşturmuşlardır. Ticari araç üretimi ise, otomobil üretimine göre daha sonraki yıllarda gerçekleştirilmiştir. Örneğin, karavan ve otobüs üretimine 1912 yılında, kamyon üretimine ise Birinci Dünya Savaşı yıllarında başlanmıştır. Dolayısıyla, 20. yüzyılın ilk yıllarında dünya otomotiv sanayiinin çok hızlı bir büyüme gösterdiği söylenebilir (Bedir, 2002: 1-2).

1950 yılına kadar, özellikle Birinci ve İkinci Dünya Savaşı yılları ağırlıklı olmak üzere Dünya motorlu araç üretiminin yüzde 80'inden fazlası ABD

önderliğinde gerçekleştirilmiştir. 1950'li yıllara gelindiğinde Avrupa ülkeleri motorlu araç üretiminde kendilerini ciddi olarak hissettirmişlerdir. 1960 yılında, ABD'nin toplam üretimdeki payı yüzde 47,9'a düşmüş, Almanya'nın payı yüzde 12,5'e, İngiltere'nin yüzde 11'e, Fransa'nın ise yüzde 8,3'e ulaşmıştır. Japonya, 1960 yılından sonra otomotiv sanayinde çok hızlı bir gelişme göstermiş ve 1960 yılında yüzde 4,9 olan dünya üretimi içerisindeki payı 1980 yılında 11 milyon adetlik bir üretim miktarıyla yüzde 28,6'lık bir paya ulaşmış ve motorlu araç üreticisi ülkeler içerisinde birinci sıraya yükselmiştir (Ayaz, 2010: 34-35).

1980'li yıllar dünya otomotiv sektörünün yeniden yapılanma sürecine girdiği yıllar olmuştur. Bu yıllarda, dünya çapında otomotiv sektörünü biçimlendiren olaylardan ilki Japonya, Kuzey Amerika ve Avrupa'daki geniş piyasaların belli bir doyuma ulaşması, ikincisi ise Japonların dizayn ve üretim tekniklerinde gösterdikleri gelişme sonucu daha fazla üretim avantajını yakalaması ve yeni teknolojileri geliştirmesi olmuştur (Dalyanoğulları, 2007: 77).

Japonya'nın bu başarısında, daha sonra açıklanacağı üzere, 1970'li yıllardan sonra dünyanın en büyük motorlu araç ihracatçısı ülke olma konumu etkili olmuştur. Daha sonraki yıllarda Japon otomotiv firmalarının uluslararası yatırımları hız kazanmış, bu durum da ihracat pazarlarında daralmaya sebebiyet verdiği için, Japonya'da ki yerleşik işletmelerin üretimlerinde nispeten düşüşler olmuştur. 1980'li yılların ortalarından sonra ise, Japonya'ya benzer bir şekilde, ihracata dayalı bir büyüme başarısı Güney Kore'de gözlenmekte olup; Güney Kore, Dünya otomotiv sanayi içerisinde önemli bir konuma ulaşmıştır. 1980'den sonra ve özellikle 1990'lı yıllarda, ABD, Japonya ve Avrupa'nın otomotiv sanayinde gelişmiş ülkelerinin dışındaki diğer ülkelerde otomotiv sanayi üretiminin giderek arttığı ve üretimin yüzde 40'ının söz konusu ülkelerde üretilir konuma geldiği görülmektedir. Bu duruma, otomotiv sanayinde büyük üreticilerin üretimlerini kendi ülkelerinden ziyade, bazı rekabetçi üstünlüklere sahip diğer ülkelere kaydırmaları ve bu ülkeleri üretim merkezi olarak seçmeleri etkili olmaktadır (Ayaz, 2010: 34-35).

1986 yılında başlayan ve beş yıl süren, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü(MIT) tarafından Uluslararası Motor Araç Programı (**International Motor**

**Vehicle Program**) kapsamında yapılan araştırmada, 1990'lı yıllarda ABD otomobil endüstrisinde dikey dezentegrasyon, işgücünün yeni becerilerle donatılması ve özellikle, esnek üretim alanlarında büyük dönüşümün yaşandığı bulgulanmıştır. Teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı otomotiv sektöründe Ar-Ge harcamaları artış göstermektedir. 1995-2000 yılları arasında AB'de sektörün Ar-Ge harcamalarının toplam imalat sanayi içindeki payı %20 düzeyine ulaşmıştır. Otomotiv sektöründeki Ar-Ge harcamalarının toplam imalat sanayi harcamalarına oranının en fazla olduğu ülke %30 ile Almanya, %18 ile İsveç ve %16 ile Fransa ve İtalya'dır.40 1999 yılında Almanya otomotiv sanayinin Ar-Ge dışı yatırım tutarı 18 milyar Mark olurken, Ar-Ge harcamaları 22 milyar Mark olmuştur. Araç üreticileri satış gelirlerinin%5'ini Ar-Ge'ye ayırmaktadırlar. Bu kapsamda Ar-Ge harcamalarının önemli bir bölümü çevre normlarına uyum, alternatif yakıt kullanımı ve yakıt tasarrufu, güvenlik, hafiflik ve kompozit malzeme kullanımı alanlarına ayrılmaktadır. Diğer taraftan tüketici tercihlerine duyarlı, kısa sürede kaliteli ve uygun maliyette yeni model geliştirme performansı firmalar için önemli bir rekabetçi üstünlük olmaktadır. Yeni bir otomobil modelini geliştirme süreci Japonya'da, ABD ve Avrupa ülkelerine göre daha kısadır (Majidov, 2010: 122).

Tarihsel olarak dünya otomobil endüstrisinin gelişimi (Çengelci, 1998: 10);

1920: ABD'de FORD fabrikalarında kitlesel üretim

1950: Avrupa' da ürün farklılaştırılmasına yönelik üretim

1970: Japonya' da yalın üretim

1970: Gelişen pazarlarda ABD ve Avrupa firmalarının yatırımları (Güney Amerika, Meksika, Türkiye)

1980: Japonya'nın dünya pazarına girmesi ve ABD ile Avrupa'da yeni yatırımlara yönelmesi

1990: Güney Kore' de üretimin hızla gelişmesi ve Doğu Avrupa ile gelişen diğer pazarlarda yeni yatırımlar yapması

2000: Asya –Pasifik bölgesinde yeni yatırımlar

#### 4.3. OTOMOTİV SANAYİNİN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Otomotiv sektörü, dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden birisidir. 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 dünyanın ilk sıralarda yer alan sayılı büyüklükteki ülke ekonomisine karşılık gelmektedir. Diğer bir ifadeyle, eğer otomotiv sektörü bir ülke olsaydı, bu ülke dünyanın altıncı büyük ekonomisi olacaktı. Dünya ekonomi 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 (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010: 10).

Otomotiv Sanayii, tüm sanayileşmiş ülkelerde ekonominin lokomotifi olarak kabul edilmektedir. Bunun sebebi, diğer sanayi dalları ve ekonominin diğer sektörleri ile çok yakından ilişkili olmasıdır. Otomotiv sanayi; demir-çelik, petro-kimya ve lastik gibi temel sanayi dallarında başlıca alıcı konumundadır. Ayrıca, turizm, altyapı, inşaat, tarım ve ulaştırma gibi çeşitli sektörlerin ihtiyaç duydukları birçok motorlu araç otomotiv sektörü tarafından sağlanmaktadır. Bu sektörde meydana gelen değişimler ekonomiyi önemli derecede etkilemektedir. Birçok sektörün sürükleyicisi olan bu sektörde, son yıllarda artan rekabet, değişen pazar ve küreselleşme nedeniyle gerçekleşen şirketler arası birleşmeler ve satın almalar sonucunda üretici firmaların sayısının giderek azaldığı gözlemlenmektedir. Günümüzde 20 civarında firma, dünya otomotiv sanayinin ve pazarının %90'ından fazlasına hakim konumdadır (Görener ve Görener, 2008: 1214).

Diğer bir deyişle otomotiv sektörü birçok sanayiyle iç içedir. Demir-Çelik, Petro-Kimya vb. gibi sektörler bağlantılıdır. Bu yüzden ekonomide önemli bir yere

sahiptir ve bağlantılı olduğu sektörlerdeki teknolojik gelişmelerin sürükleyicisidir (Ayaz, 2010: 38).



**Şekil 18.** Otomotiv Sektörünün Diğer Sektörlerle İlişkisi

**Kaynak:** Oğuz, 2009: 40

Otomotiv sanayinin gelişmesi aynı zamanda ulaştırma sektörünün gelişmesiyle paralellik gösterdiği için, alt yapının gelişmesinde de etkili olmakta ve toplum refah seviyesinin ölçüsü olarak kabul edilmektedir. Bu durum geriye donuk etkisiyle diğer sanayi kollarına itici etki yapmakta, bu sanayi kollarının gelişmesini sağlamaktadır. Sanayinin diğer sektörlerle ilişkisi ve dolayısıyla geliştirici etkisi baksa pek çok sanayi koluna nazaran ölçülemez boyuttadır (Oğuz, 2009: 40).

Ülke ekonomilerinin tarihsel gelişimine bakıldığında genelde ülkelerin büyüme stratejisi açısından birbirine benzer aşamalardan geçtikleri görülmektedir. Ülkeler ekonomik açıdan büyümek için, ithal ikamesine dönük büyüme, ihracata dayalı büyüme gibi büyüme stratejileri uygulamışlardır. ithal ikameci yani korumacı bir anlayışa dayanan genç endüstriler tezine göre hükümetler, yeni endüstrileri,

büyük uluslararası rekabeti karşılayacak güçlü hale gelmelerine kadar desteklemelidir. Böylece, sanayileşmeyi başlatmak için tarifeleri ve kotaları geçici önlemler olarak kullanmak gerekmektedir. Dünyanın en büyük üç piyasa ekonomisinden, Japonya 1970'lere kadar geniş kapsamlı ithalat koruma önlemleri, ABD ve Almanya on dokuzuncu yüzyılda mamuller üstünde yüksek tarife kotaları ile korunarak, kalkınmada önemli mesafeler almışlardır. Bebek endüstri tezine göre, gelişmekte olan ülkelerin imalatta potansiyel karşılaştırmalı üstünlüğü vardır, ama gelişmekte olan ülkelerdeki yeni endüstriler, başlangıçta, gelişmiş ülkelerle rekabet edemez. Bu nedenle gelişmekte olan ülkeler bu tür sektörleri korumalıdır. Otomotiv sektörü kalkınmada öncü sektörlerden birisi olduğundan, korumacı politikalar ile bir süre korunarak gelişmesi gerekmektedir. Asya ülkelerinden Güney Kore ve Tayvan gibi ülkeler otomotiv sektörünü korumak suretiyle sanayileşme büyük atılımlar gerçekleştirmişlerdir. Sektörün itici gücü, diğer sektörlerinde gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Şah, 2007: 38).

Otomotiv sanayii, yarattığı katma değer, doğrudan ve dolaylı olarak istihdama katkısı ve teknolojik gelişmeye öncülük etmesi dolayısıyla da ülkelerin kalkınmasında önemli bir rol oynamakta olup; demir ve çelik, lastik ve plastik, dokuma, cam, boya, elektrik ve elektronik gibi bir çok sektörden girdi alması ve pazarlama, tamir, bakım ve yedek parça satışları, finansman ve sigortacılık hizmetlerinde yarattığı geniş iş hacmi nedeniyle de ekonomilerde sürükleyici bir özelliğe sahiptir (Bedir, 2002: 11).

#### **4.3. DÜNYA OTOMOTİV SANAYİNİN YAPISI ve ÜRETİMİ**

Dünyada gelişen endüstri dalları, yeni yatırım imkanları ve çeşitli dallardaki cazbecilik otomotiv sektörünün de bu kategorilere girmesine sebep olmuştur. Gün geçtikçe artan teknolojik gelişme neticesinde otomotiv üretiminde büyük oranda yoğunlaşmalar meydana gelmiştir. Bazı şirket birleşmeleri veya ortaklık yolu ile şirket sayısının azalması sonucu bu otomotiv sektöründeki yoğunluk giderek artmış ve böylece sektörde aşırı bir kapasite oluşmuş ve bu kapasite içinde rekabet kızışmıştır.

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 rekabet açısından önemli unsurlar haline almıştır. Özellikle doymuş pazarlarda, satışları müşteri tercihleri belirlemekte ve dolayısıyla ürün geliştirme, marka ve model yaratabilme gibi unsurlar önem kazanmaktadır. Bu kapsamda AR-GE harcamaları önem kazanmakta ve bu harcamaların önemli bir kısmı çevre normlarına uyum, alternatif yakıt kullanımı, yakıt tasarrufu, güvenlik, hafiflik gibi alanlara ayrılmaktadır. Ana ürün geliştirmede yan sanayiinin katılımı da büyük önem kazanmıştır. Japon üreticilerin ürün geliştirmede yan sanayiinin katılımına büyük önem vermeleri, Japon araç üreticilerinin yeni model geliştirme üstünlüğünde önemli bir etken olmaktadır. Otomotiv sanayiinde yaşanan büyük rekabet sonucunda azalan kâr oranları, AR-GE harcamalarının artması ve yeni teknoloji kullanımına yönelik yüksek yatırım gerekliliği nedeniyle, şirketler arası birleşmelerde artış görülmektedir. Günümüzde otomotiv sektörü ürünlerindeki talep artışı devam etmektedir. Toplam pazar 2005 yılı itibariyle yaklaşık olarak 60,9 milyon adete yükselmiştir. ABD pazarı doyma noktasına ulaşmış, Asya pazarı ise Çin, Hindistan ve Güney Kore'de gelişen pazarlar sebebiyle gelişme göstermiştir. Toplam üretim artışı 2004 yılına göre 2005'te % 3 oranında gerçekleşmiştir (Görener ve Görener, 2008: 1214).

Dünya otomotiv sektöründe son yıllarda, yüksek teknolojik gelişmeye bağlı olarak birleşme, satın alma veya ortaklık yolu ile şirket sayısının azalması sonucu yoğunlaşma giderek artmış ve böylece sektörde aşırı bir kapasite ve rekabet ortaya çıkmıştır. Sanayileşmiş ülkelerde iç pazarların doyması, gelişen pazarlarda uygulanan cazip teşvik sistemleri, düşük maliyetler ve ucuz işçilik gibi yerel olanaklar, otomotiv sanayinin gelişmiş ülkeler tarafından diğer ülkelere transferi ve teknik mevzuatın uyumlaştırılması küresel yayılmaya neden olmuştur (Oğuz, 2009: 38).

Bugün gelinen noktada, üretim ve pazarlama alanlarında küresel entegrasyon büyük oranda tamamlanmıştır. Otomotiv sektörü, üretimde kalite yönetimi ve verimlilikteki yetkinliğini, küresel ve gelişmiş pazarlara yaptığı ihracat ile

kanıtlamıştır. Otomotiv sektöründe gerek ithalat anlamında gerekse ihracat anlamında bir çok ürün dış ticarete yer almaktadır. Bu sektörde ithalat ve ihracat dengesi oldukça önemlidir. İthal ve ihraç edilen mamullerin mali yükü oldukça fazladır. Bu yükün dengede tutulması ülke ekonomisi için oldukça önemlidir. Otomotiv sektörü piyasadaki değişimlerden çok hızlı etkilenmektedir. Bu nedenle yıldan yıla bu sektörde dalgalanmaların fazla oluşu son derece normal karşılanmaktadır (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010: 8).

Otomotiv sektörü, yılda 60 milyondan fazla araç üretimiyle dünyadaki en büyük boyutlu üretimi yapan sektördür. Rekabetin hızla büyümesiyle ana firma sayısı azalırken üretim artmaktadır. Üretim aşamasında, Dünya çelik üretiminin%15'ini, cam üretiminin dörtte birini, petrol üretiminin ve lastik üretiminin yarısını tüketir. Bu büyük ve hızla gelişen sektörde, 100.000 aracı üretmek için 8 ayrı sanayi, 250 farklı firma, 25.000 çalışan gerekir. Dünyanın en büyük otomotiv pazarı Kuzey Amerika iken, ikinci sırada Avrupa Birliği yer almaktadır; fakat bu pazarlar talep doygunluk seviyesindedir. Bunun yanı sıra Batı Avrupa, Amerika ve Japonya'da araç üretiminde durgunluk yaşanırken, Doğu Avrupa, Hindistan ve Çin'de araç üretimi hızla artmaktadır. Çin, günümüzden 2012 yılına kadar dünyadaki tüm otomotiv pazarının büyüme trendinin %30'unu karşılamayı hedeflemektedir (TEB Kobi Akademi, 2008: 8).

Dünya otomotiv sanayisinde küresel ölçekte 20 civarında ülkede faaliyet gösteren yaklaşık olarak 50 adet motorlu taşıt üreticisi firma bulunmaktadır. Üretim genel olarak otomobil ve ticari araç olarak sınıflandırılmaktadır. Sanayide yapılan üretimin yüzde 90 gibi büyük çoğunluğunu otomobil ve kamyonetlerden oluşan hafif araçlar sınıfı oluşturmaktadır. Üretim adetleri otomobil sınıfına göre nispeten az olan diğer araç sınıfları, (minibüs, midibüs, otobüs, kamyon, çekici vb.) ise istatistiklerde ticari araçlar olarak anılmaktadır (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010: 11).

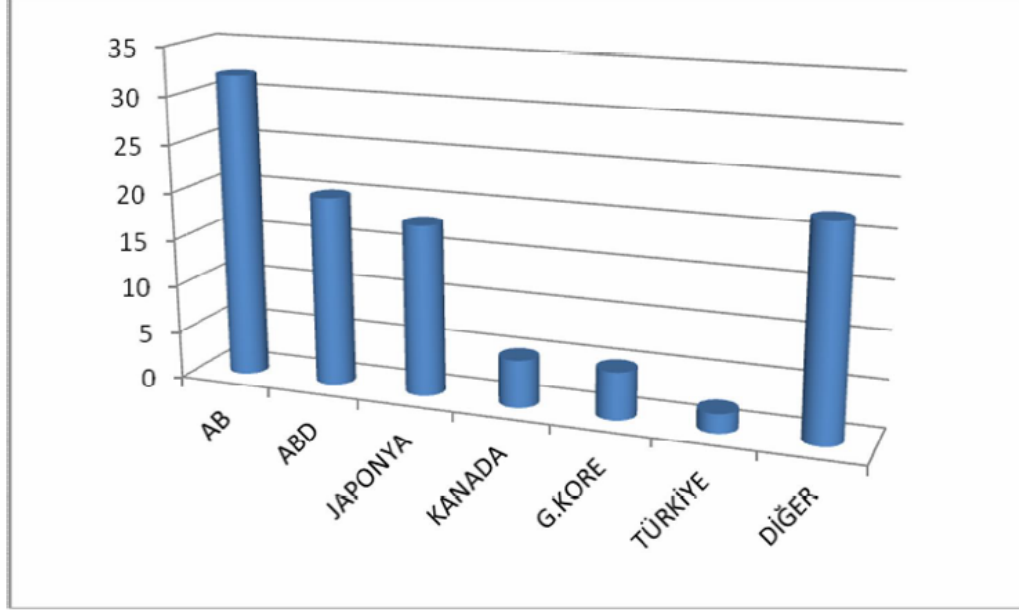


**Şekil 19.** Dünyadaki Motorlu Taşıt Üretiminin Yıllara Göre Değişimi

**Kaynak:** T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Otomotiv Sektörü Raporu, 2010.

Toplam üretim adetlerine bakıldığında üretimin sürekli olarak arttığı ancak son yıllarda yaşanan küresel ekonomik krizle birlikte üretimin düştüğü gözlemlenmektedir. 2008 yılında gerçekleşen 70,5 Milyon araç üretimi 2009 yılında %12 oranında azalarak 61,7 Milyon adede gerilemiştir (T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010: 11).

Dünyada globalleşmenin de etkisi ile ortaya çıkan sosyolojik ve teknolojik rekabet ülkeler arasında ekonomik dengeleri etkileyebilecek yeni kanallar açmıştır. 1980 ler de dünyada 85 bağımsız otomobil üreticisi üretim yapmakta iken, bu rakam 2000 yılında 18 e düşmüştür. Dünya otomotiv sektörünün %70 i ni Avrupa Birliği ülkeleri, A.B.D ve Japonya oluşturmaktadır. Avrupa'daki en büyük üretici ülkeler Almanya, İngiltere, Fransa ve İtalya'dır (Akgül, 2010: 9)



**Şekil 20.** Dünya Taşıt Aracı Üretiminde Ülkelerin Payları

**Kaynak:** Akgül, 2010: 9.

Ülkelere göre motorlu taşıt üretimi incelendiğinde ise; dünya genelinde ABD, AB ve Japonya'nın ağırlığının fazlaca olduğu görülür.

Rakamlarla ülkelerin üretim miktarı incelendiğinde; motorlu taşıt üretiminde önceki yıl ABD ve Japonya'yı geride bırakarak ilk kez birinci sıraya yerleşen Çin, 2010 yılında ise en yakın takipçisinden 2 kat fazla araç üretti. Çin'de geçen yıl 18 milyon 264 bin araç üretilirken, bu ülkeyi 9 milyon 625 bin araçla Japonya, 7 milyon 761 bin araçla ABD izledi. 2009 yılında küresel ekonomik kriz nedeniyle zor günler geçiren otomotiv sektörü, 2010 yılında toparlanmaya başladı. Motorlu taşıt üretimi 2010 yılında dünya genelinde yüzde 25,8 artarak 77 milyon 609 bine ulaştı. En yüksek artış yüzde 93,5 ile Rusya'da, en fazla düşüş ise yüzde 40,8 ile Finlandiya'da oldu. Geçen yıl dünyada motorlu taşıt üreten 39 ülkeden sadece 6'sında otomotiv sektöründe daralma meydana geldi. En büyük daralma yüzde 41 ile Finlandiya'da gerçekleşirken, bu ülkede üretilen araç sayısı 6 bin 500 adette kaldı. Önceki yıl motorlu taşıt üretiminde liderliğe yerleşen Çin, bu yıl rakipleriyle arasındaki farkı

daha da açtı. Önceki yıla göre üretimini yüzde 32,4 artıran Çin, dünya üzerindeki her 4 araçtan 1'ini üretir hale geldi. Çin, 2010 yılında 13 milyon 897 bin adedi otomobil, 4 milyon 367 bin adedi ticari araç olmak üzere toplam 18 milyon 264 bin 667 adet taşıt üretti. Bu ülkeyi 9 milyon 626 bin adet araç üretimiyle Japonya, 7 milyon 761 bin araç üretimiyle ABD, 5 milyon 906 bin araç üretimiyle Almanya, 4 milyon 272 bin araç üretimiyle de Güney Kore izledi. İkinci sırada bulunan Japonya'da sektör geçen yıl, önceki yıla göre yüzde 21,3, üçüncü sıradaki ABD'de ise yüzde 35,4 arttı. (www.cnnturk.com).

#### 4.4. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE DIŞ TİCARET

Otomotiv endüstrisinde farklı ülkelerde üretilen parçaların farklı ülkelerde birleştirilmesi şeklindeki montaj üretimin hakim olması, endüstri üretiminin artmasına bağlı olarak dış ticaretinin de önemli ölçülerde artış göstermesini beraberinde getirmiştir (Altuntaş, 2010: 14).

**Tablo 7.** Dünya Otomotiv Endüstrisi Dış Ticareti (1996–2008)

Yıllar	İhracat (Milyon \$)	Değişim (%)	İthalat (Milyon \$)	Değişim (%)	Dış Ticaret Hacmi (Milyon \$)	Değişim (%)
1996	475.360		696.591		1.171.951	
1997	497.910	4,74	711.375	2,12	1.209.285	3,19
1998	521.870	4,81	773.015	8,66	1.294.885	7,08
1999	556.460	6,63	594.184	-23,13	1.150.644	-11,14
2000	576.670	3,63	620.122	4,37	1.196.792	4,01
2001	569.440	-1,25	612.606	-1,21	1.182.046	-1,23
2002	627.900	10,27	657.843	7,38	1.285.743	8,77
2003	730.213	16,29	768.865	16,88	1.499.078	16,59
2004	860.287	17,81	893.966	16,27	1.754.253	17,02
2005	919.566	6,89	950.665	6,34	1.870.231	6,61
2006	1.022.506	11,19	1.057.311	11,22	2.079.817	11,21
2007	1.202.669	17,62	1.230.582	16,39	2.433.251	16,99
2008	1.233.545	2,57	1.254.503	1,94	2.488.048	2,25

Kaynak: WTO

Tablo 7’te Dünya Otomotiv Endüstrisi’nde gerçekleşen ihracat ve ithalat değerleri, dış ticaret hacmi ve dönemler arasındaki değişim yüzdeleri yer almaktadır. Tablodan otomotiv endüstrisi dış ticaretinde iki dönem dışında sürekli artış yaşandığı görülmektedir. Bu da dünyada ticari anlamda küreselleşmenin hızlandığını ortaya koyabilmektedir. Bununla birlikte son dönemlerde dış ticaret hacminde artan oranda bir artış yaşanırken 2008 yılında yaşanan artış düşük seviyelerde kalmıştır. Dünya’da yaşanan finansal krizin önemli derecede kredili ticaret sisteminin söz konusu olduğu otomotiv endüstrisini olumsuz etkilemesi, bu yavaşlamanın temel nedeni olarak belirtilebilir (Altuntaş, 2010: 16).

**Tablo 8.** Otomotiv Endüstrisinin Dünya Ticaretindeki Yeri

Dönemler	Değişim (%)	Dönemler	Değişim (%)
1980–1985	5,0	2000–2005	10,0
1985–1990	14,0	2006	9,8
1990–1995	8,0	2007	9,9
1995–2000	5,0	2008	11,2

**Kaynak:** WTO

Tablo 8’te Dünya Otomotiv Endüstrisi ihracatının toplam dünya ihracatı içerisindeki payı yer almaktadır. 1980’li yıllardan 2000’li yıllara kadar genellikle otomotiv endüstrisi ihracatının dünya ihracatı içerisindeki payı yüzde 10 seviyelerinin altında kalırken, 2000 yılından itibaren bu oran yüzde 10 seviyelerine ulaşmıştır. Bu da dünyada yapılan ihracatın yaklaşık onda birinin otomotiv endüstrisine karşılandığını ortaya koymaktadır (Altuntaş, 2010: 17).

Diğer yandan kriz öncesindeki istatistiklere göre, dünya otomotiv ana ve yan sanayi ihracatının yüzde 83’ünü Almanya, Japonya, ABD, Kanada, Fransa, Belçika, İspanya, Güney Kore, İngiltere, Meksika, İtalya, İsveç ve Çin gerçekleştiriyor. Avrupa piyasasındaki en büyük üretici 4 ülke Almanya, Fransa, İngiltere, İspanya ve İtalya. Toplam Avrupa otomotiv sanayi üretiminin yüzde 69’unu da bu 4 ülke gerçekleştiriyor. 3 büyük ABD’li otomotiv üreticisi iç piyasanın yüzde 74’ünü ellerinde tutuyor. ABD, otomotiv ihracatının yüzde 0,5’ini AB’ye gerçekleştiriyor (www.kobifinans.com).

Bu noktada, Japonya otomotiv sektörünün AB'ye olan ihracatına da dikkat çekmekte fayda var. Ülkenin 1960'lı yıllarda başlayan ve 1970'li yıllarda artan ihracat ivmesi, karşısında, bazı Avrupa ülkeleri 1975'den sonra Japonya'dan otomotiv ihracına kısıtlama getirdiler. Bunu izleyen yıllarda diğer Avrupa ülkeleri de kısıtlamaya katıldı. Dünya üzerinde çeşitli marka ve modelde yapılan üretime paralel olarak, tüketici tercihlerindeki farklılık, ülkeler arasında ticaretteki engellerin kaldırılma çabası ve motorlu araç üreticilerinin, yalnızca kendi ülke pazarını değil, tüm dünyayı bir pazar olarak kabul etmeleri ülkelerin otomotiv sektörü dış ticaretinde önemli rol oynuyor. Bugün Avrupa ülkelerinin otomotiv ürünleri ticareti ağırlıklı olarak kendi aralarında yapılıyor. Örneğin Almanya'nın toplam ithalatının yüzde 72'si AB ülkelerinden yapılıyor. Dünya binek otomobil ithalatı 2005'de 479 milyar dolar olarak gerçekleşti. Binek oto ithalatının en fazla gerçekleştiği ülkeler ABD, Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa, İspanya, Kanada ve Belçika olarak sıralanıyor (www.kobifinans.com).

#### **4.5. OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE STRATEJİK TİCARET POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Stratejik Ticaret Politikasına göre ileri teknoloji içeren ve üreten imalat sanayileri öncü olarak belirlenir ve onların büyümesi hedeflenir. Bu sektör belirlenirken de ölçeğe göre artan getiri ve dışsallık gibi unsurlar kullanılır.

##### **4.5.1. Metodoloji ve Veri Seti**

Stratejik Ticaret Politikası konusunda ampirik çalışmalar daha çok Japonya, ABD gibi gelişmiş ülkeler ve ölçek ekonomilerine sahip sanayiler (çelik, otomobil, elektronik gibi) üzerine yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalara rağmen Stratejik Ticaret Politikası'nın geleneksel teori gibi herkes tarafından kabul görmüş bütün ülkelere kullanılacak bir modeli yoktur (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. Bu sonuçta devletin yarıiletkenler sektörüne sağladığı teşvik ve korumalarla, yabancı yatırımcılara karşı esnek tutumu önemli rol oynamaktadır. Öte yandan Güney Kore'nin yerli firmalarının güçlenmesi, rakip firmalarla rekabeti arttırabilmesi için yabancı yatırımlara karşı katı bir tutum izlemekten ve bazı teşvikleri azaltıp bazılarını da kaldırdığından dolayı rekabet gücünde azalmalar kaydedilmiştir. Çeşitli ölkelerde 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. Bu çalışmalar; Hillman (1980), Bowen (1983), Ballance (1985), Yeats(1985), Kojima (1970), Kunimoto (1977), Vollrath (1991) sayılabilir. Yapılan bu çalışmalar neticesinde her öлке için kullanılabilir genel geçerliliği olan bir model ortaya çıkarılmamıştır (Aydoğuş ve Diler, 2009).

Aydoğuş ve Diler (2009), Türkiye ve Çin için, tekstil ürünleri sektöründe Stratejik Dış Ticaret yaklaşımının uygulanabilme durumunu incelemiştir. Çalışmada 1996-2007 yılları arasını kapsayan Türkiye ve Çin'e ait tekstil ürünleri ihracat rakamları, bu ölkelerin toplam mal ihracatı rakamları ve dünyanın yapmış olduğu tekstil ürünleri ihracat rakamları ile dünyanın toplam mal ihracatı rakamları kullanılmıştır. Türkiye tekstil endüstrilerinin karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücünün, Balassa'nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler indeksi analiz sonuçları göstermektedir ki, Türkiye tekstil ürünleri endüstrileri Dünya piyasalarında karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücüne sahiptir.

Bu sebeplerden bu analizde de belli bir modelden faydalanılmamış, otomotiv sektöründe ABD'ni ve önemli rakipleri arasında yer alan Japonya' nın 2000-2009 yılları arasındaki rekabet gücü, Balassa' nın açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (revealed comparative advantages) formülüyle hesaplanarak elde edilen oranlara göre uyguladıkları stratejik ticaret politikalarının yorumları yapılmıştır.

#### 4.5.1.1. Balassa Endeksi

Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlükler endeksi ticaret verileri üzerinde uygulanan genel kabul görmüş bir endekstir ve 1965 yılında Balassa tarafından ortaya konduğu şekliinden sonra çok değişikliğe uğramıştır. Küresel ve bölgesel çapta veya karşılıklı ticarete uygulanabilmektedir. Ballasa'nın karşılaştırmalı üstünlüklerin açıklanabileceğini ileri sürmesinden sonra ihracat oranlarına dayalı olarak geliştirdiği ölçüt (Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlükler) ticarete ve ticaret politikaları çalışmalarında kullanılır olmuştur. Daha sonraları Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlükler ölçütünün farklı türleri geliştirilmiştir. Çağdaş araştırmalar yalnızca farklı Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlükler ölçütleri geliştirmek ile değil fakat aynı zamanda Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlüklerin ölçülebilirliği üzerinde uğraşmışlardır. Aynı olguyu ölçmeye yönelik bu versiyon denemeleri kendi aralarında tutarlı sonuçlar elde edememektedirler. Tek ülkede çoklu sektör analizleri için tutarlı olan sonuçlar tek üründe çoklu ülke analizlerinde hayal kırıklığı yaratmışlardır. Açıklamalı Karşılaştırmalı Üstünlükler, Karşılaştırmalı Üstünlükler ile ifade edilene çok zayıf bir karşılık gelmektedir (Sarıboğa, 2008: 37-38).

Balassa ölçütü aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır:

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

Burada i: ülke, j:mal

$EP_{ij}$ ; 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. Endeksi kullanmanın hizmet edebildiği birçok araştırma amacı olabileceği gerçeğine dayanarak literatürde endeksi farklı ölçüt yorumları altında kullanan araştırmacılara rastlanmaktadır. Endeks kardinal(sıralanmamış fakat miktar gösteren sayılar) ve ordinal ölçüt olarak kullanılır (Sarıboğa, 2008: 37-38).

Aşağıdaki tabloda analizde kullanılan veriler yer almaktadır.

**Tablo 9.** 2000-2009 Yılları Arasındaki Türkiye Çin ve Dünya'ya Ait İhracat Değerleri (Değer 000 \$)

<b>Yıllar</b>	<b>ABD'nin Otomotiv İhracatı</b>	<b>ABD'nin Toplam İhracatı</b>	<b>Japonya'nın Otomotiv İhracatı</b>	<b>Japonya'nın Toplam İhracatı</b>	<b>Dünyadaki Toplam Otomotiv İhracatı</b>	<b>Dünyadaki Toplam Ticaret</b>
<b>2000</b>	67195	781918	88082	479249	576750	6445000
<b>2001</b>	63421	729100	80169	403496	564560	6191000
<b>2002</b>	67089	693103	92514	416726	620920	6455000
<b>2003</b>	69245	724771	102734	471817	723570	7503000
<b>2004</b>	76417	814875	115733	565675	857880	9203000
<b>2005</b>	85993	901082	122903	594905	913606	10431000
<b>2006</b>	95264	1025967	139161	646725	1022506	12112000
<b>2007</b>	109050	1148199	158762	714327	1202669	13987000
<b>2008</b>	111529	1287442	171012	782047	1233545	16070000
<b>2009</b>	72645	1056043	103711	580719	846681	12490000

**Kaynak:** UN International Trade Statistics Yearbook, [www.wto.org](http://www.wto.org)

Analizde dış ticaret ihracat performansı, Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler yöntemiyle hesaplanacaktır. Bu yöntem, bir ülkenin belli bir mal ihracatının toplam ihracat içindeki payını, ele alınan diğer ülkenin söz konusu payı ile karşılaştırma imkanı vererek ülkelerin göreceli piyasa paylarının gösteren bir indekstir.

#### 4.5.2. Ampirik Bulgular

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 tekstil ürünleri sektöründe ihracat performansı görülmektedir.

**Tablo 10.** 2000-2009 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

Tablodaki sonuçlar da açıkça göstermektedir ki, Japonya otomotiv ihracatında ABD için önemli ağırlığa sahip en büyük rakip konumundadır. Çünkü sonuçlar

karşılaştırıldığında Japonya'nın genel itibariyle ihracat performansı ABD' ye göre yaklaşık iki kat daha fazladır.

Ülkelerin ihracatlarıyla beraber ithalatları da değerlendirildiğinde Japonya'nın otomotiv sanayii ürünleri ticaretinde büyük miktarda dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir. ABD ise, yaptığı ihracattan çok fazla ithalat yaparak yüksek oranda bir dış ticaret açığı vermektedir (Görener ve Görener, 2008: 1217).

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 sızmıştır. 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).

ABD'de 2007 yılında başlayan ve zamanla etkisini tüm dünyaya hissettiren finansal kriz dünya otomotiv sektörünü de etkisi altına almıştır. Yaşanan kriz sektörde önemli firmaların iflasına neden olurken, aynı zamanda küresel düzeyde işsizliğin artmasına, pek çok fabrikanın kapanmasına yol açtığı gibi küresel ticaretin olumsuz yönde etkilenmesine neden olmuştur (Engin ve Polat, 2010: 40-42).

ABD'li üreticiler, Kuzey ve Güney Amerika'da toplam üretimin %80'ni, Avrupa bölgesinde ise toplam üretimin %22'lik bir kısmını karşılamaktadırlar. Özellikle ABD'li firmalardan, GM ve Ford firmalarının tüm bölgelerde etkin olduğu

görülmektedir. Ayrıca, Japon ve Kore firmaları kendi ülkelerindeki araç üretiminin tamamını yakınına karşılamaktadır. Bölgesel dağılımda, yatırım yapılacak ülkelerin büyük bir iç pazara sahip olması, otomotiv talep potansiyeli yüksek pazarlara yakın olması, düşük maliyetler, yatırım yapmaya elverişli alt yapı, gelişen pazarlarda uygulanan cazip teşvik sistemleri gibi faktörler etkili olmaktadır (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).

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).

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 incelenmiştir. 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 (Özer, 2001: 151).

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. Krishna, Hogan ve Swagel (1994), Dixit' ten farklı olarak Amerikan ve Japon otomobillerinin sadece birbirinden farklılaştırılmış olduklarını değil, aynı zamanda her bir ülke içerisinde üretilen otomobillerin de farklılaştırılmış olduğunu varsaymıştır. Yine Dixit (1988)' in modelinde firma davranışları Cournot rekabeti ile Bertrand rekabeti arasında bir piyasa yapısına işaret ederken, Krishna, Hogan ve Swagel (1994), daha çok Bertrand ve hatta Bertrand türü rekabetten daha rekabetçi piyasa yapısını yansıtmaktadır. Dixit' te optimal politika, ithalata gümrük vergisi uygulaması ve yerli üretimin teşviki olurken, Krishna, Hogan ve Swagel (1994)'in modelinde optimal politika hem ithalata, hem de üretime teşvik verilmesi biçimindedir (Özer, 2001: 145- 146).

## SONUÇ

19. yüzyıl'dan 1970'lere gelinceye kadar uygulanan Mukayeseli Üstünlükler Teorisinde ülkeler tam rekabet varsayımlarına uygun olarak ölçüğe göre sabit getiri ile çalışmaktaydılar. İlerleyen zamanlarda ise, bu teorideki aksaklıklar göze çarpmış ve mikro iktisattaki gelişmelerle eksiklikler giderilmeye çalışılmıştır. Bunun yanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak, iktisadın matematiksel yönü ağır basmış, oyun teorisi, dinamik programlama ve yeni denge kavramları gibi farklı argümanlar uluslararası ticaret teorisinde kullanılmaya başlanmıştır. Kullanılan bu farklı argümanlarla uluslar arası ticarete “*Yeni Ticaret Teorisi*” olarak adlandırılan bir teori geliştirilmiştir.

Yeni Ticaret Teorisi, Modern Uluslararası Ticaret Teorisinde yer bulamayan ölçek ekonomileri, artan getiriler, piyasa aksaklıkları ve endüstri içi ticaret gibi fikirleri analize dahil etmiştir. Tarihsel açıdan bakıldığında ise, İkinci Dünya Savaş'ından sonra ticaretin serbestleşmesi ile birbirine benzer faktör donatımlarına sahip endüstri ülkelerinin arasındaki endüstri içi ticaretin artması Yeni Dış Ticaret teorilerinin geliştirilmesine olanak sağlamıştır. Bu yeni görüş serbest ticarete karşı yeni bir argüman geliştirmiştir ki bu, Stratejik Ticaret Politikası'dır.

Yeni dış ticaret teorisinin korumacılık ağırlıklı uyguladığı dış ticaret politikası önerileri büyük tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Bu tartışma ilk olarak Brander ve Spencer'in (1981,1985) dış ticaret modelinde müdahaleciliği savunmasıyla başlar. Bu iktisatçılara göre oligopolistik dış ticaret politikalarında yer alan devlet müdahalesi, yabancı firmalar üzerinde caydırıcı bir etki yapmakta ve bu etki de olumlu bir strateji olarak düşünülmektedir. Bu düşüncenin temelinde ise, bertaraf edilen yabancı firmaların karlarının yeni firmalara aktarılacağı yatmaktadır ki bu da literatürde “kar aktarma yaklaşımı” olarak yerini almaktadır. Oluşturulan politikanın tamamı ise, Stratejik Ticaret Politikasıdır.

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 kilit kabul edilen sektörlerin dış rekabete karşı gümrük tarifeleri ve sübvansiyonlarla korunması gerektiğini savunur. Uygulanan bu politikayla bir yandan da gelecekteki büyüme süreçlerine de zemin hazırlanmış olur.

James Brander ve Barbara Spencer tarafından geliştirilen Stratejik Ticaret Politikası, her ne kadar korumacılık yanlısı olup, dış ticarete müdahaleciliği savunmaktaysa da serbest ticaret görüşünü de tamamıyla da reddetmiş değildir. Politikanın savunucuları korumacılığın bir müddet uygulanmasında yarar görmektedir. Bu yönüyle teori ‘‘Genç Endüstriler Tez’’ ine ‘‘ benzetilmektedir. Stratejik ticaret politikasının sadece sanayileşmiş ülkelere uygulanması ise, iki teori arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır.

Buraya kadar yapılan açıklamalar doğrultusunda genel anlamda Stratejik Ticaret Politikalarının varsayımları;

- Ölçeğe göre artan getiri
- Yaparak ğrenme
- AR-GE faaliyetlerine verilen önem
- Firmalar arası stratejik etkileşim
- Devlet müdahalesi.

Yine Stratejik Ticaret Politikasında 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.

Stratejik Ticaret Politika’sına yönelik eleştiriler oldukça fazladır. Bunların başında ise, korumacı politikalar gelir. Korumacı politikaların tüm ülkeler tarafından

uygulanmasının sonucu olarak gelişen globalleşen korumacılık, dünya ticaretini zayıflatmaktadır. Diğer bir eleştiri ise; politikayı uygulayan ülke lehine ticaret gelişirken, diğer ülkenin fakirleşmesidir. Yapılan bütün bu eleştirilere bağlı olarak Stratejik Ticaret Politikası hiçbir zaman serbest ticarete rakip olarak gösterilememiştir. Bunun en önemli sebeplerinden biri ise; politikanın sadece sanayileşmiş ülkeler dahilinde uygulanılabilmektedir. Teorik olarak yapılan açıklamalar dışında çalışmada yapılan analiz göstermektedir ki; Japonya otomotiv ihracatında ABD için önemli ağırlığa sahip en büyük rakip konumundadır. Çünkü sonuçlar karşılaştırıldığında Japonya'nın genel itibariyle ihracat performansı ABD'ye göre yaklaşık iki kat daha fazladır.

Stratejik Ticaret Politikasına göre, devlet stratejik sektörleri teşviklerle desteklerken aynı zamanda gümrük tarifeleri gibi tedbirlerle de ithalatın sınırlandırmasını sağlar. Böylece yurt içi firmalar rekabet güçlerini artırıp ihracat piyasasındaki paylarını genişletirler. Burada da Japonya'nın üstünlüğünü koruyabilmesi otomotiv sektörüne yapılan devlet teşvikleriyle sağlanabilecektir ki bu Stratejik Ticaret Politikasının ana varsayımlarından biridir.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

- ARDIÇ O. ve YILMAZ P. (2002), *Para-Banka Uluslar Arası İktisat, Türkiye Ekonomisi*, Ankara: Seçkin Kitabevi.
- AYDINONAT N. Emrah (2007), *Modern Uluslar Arası İktisat Teorisinin Kökenleri*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- BERBER M. (2006), *İktisadi Büyüme ve Kalkınma (2. Basım)*, Trabzon: Derya Kitabevi.
- ÇELİK K. (2004), *Uluslararası İktisat*, Trabzon: Derya Kitabevi.
- ÇELİK K., KALAYCI C. ve SANDALCILAR A. (2009), *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*, Trabzon: Murathan Yayınevi.
- ÇEŞTEPE H., KÜÇÜKAHMETOĞLU O. ve TÜYLÜOĞLU Ş. (2007), *Ekonomik Entegrasyon*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- ÇOBAN A. (2003), *Endüstri İktisadı ve Oyun Teorisi*, Bursa: Ekin Kitabevi
- ÇOLAK F. vd. (1996), *İktisadın İlkeleri*, Ankara: Alkım Yayınları.
- DAVUT L. (2002), *Sanayi İktisadı, Piyasa Yapısı ve Unsurları*, Ankara: İmaj Yayıncılık.
- DİNLER Z. (1998), *İktisada Giriş*, Bursa: Ekin Kitabevi
- ERTÜRK E. (2001), *Uluslararası İktisat*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- GÜNER Agah O. (1978), *Verim Ekonomisi*, İstanbul: Damla Yayınevi.

- HENDERSON J.M. ve QUANT (1986), *Mikro İktisat: Matematiksel Bir Yaklaşım*, (Çev. E. Ada, O. Aydoğuş, M. Sarımeşeli, N. Süzal), Ankara: Teori Yayınları.
- İYİBOZKURT, E. (1995), *Uluslararası İktisat Teori ve Politika* Bursa: Ezgi Kitabevi.
- KARLUK, R. (2002), *Uluslararası Ekonomi Teori ve Politika (6. Basım)*, İstanbul: Beta Yayınları.
- KOUTSOYİANNİS A. (1987), *Modern Mikro İktisat* (Çev. M. Sarımeşeli), Ankara: Verso Yayıncılık.
- KRUGMAN P. OBSTFELD M. (1997), "International Economics, Theory And Policy" Addison-Wesley, 4. Edition.
- KUMBARACIBAŞI O. (1976), *Dış Ticaret Teorisi ve Uluslararası Ekonomi*, Ankara: Kalite Matbaası.
- LIPSEY R.G. ve STEINER P.O. (1981), "Economics" Sixth Edition.
- ONGUN T. ve ALPAR C. (1993), *Koruyucu Dış Ticaret Politikası*, Dış Ticaret Ansiklopedik Sözlük Ankara, Ankara: Turhan Kitabevi.
- ÖZGÜVEN A. (1997), *İktisat Bilimine Giriş*, İstanbul: Filiz Kitabevi.
- ÖZKAN B. (2004), *Ekonomiye Giriş*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Basımevi.
- PARASIZ İ. (2006), *İktisada Giriş*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- SALVATORE D. (1993), "International Economics" Fourth Edition.
- SAVAŞ V. (2000), *İktisadın Tarihi*, Ankara: Siyasal Kitabevi
- SEYİDOĞLU H. (2005), *Uluslararası İktisat* Eskişehir: Açıköğretim Yayınları.

- SOETE CHRIS F. (1997), *Yenilik İktisadı* (Çev. E. Türkcan), Ankara: Tubitak Akademik Dizi.
- TEZEL Y.S. (1997), *İktisadi Büyüme*, Ankara: Ankara Yayıncılık.
- TÜRKAN E. (2001), *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- UTKULU U. (2005), *Türkiye'nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- ÜNSAL E. (2007), *Mikro İktisat*, Ankara: İmaj Yayıncılık.
- VON NEUMANN, J., VE MORGENSTERN, O. (1944), "Theory Of Games and Economic Behavior," Princeton University Pres.
- WALTHER T. (2002), *Dünya Ekonomisi* (Çev. Ü. Çağlar), İstanbul: Alfa Basım.
- YILDIRIM K. EŞKİNAT R. KABASAKAL A. (2005), *Endüstriyel Ekonomi* Bursa: Ekin Kitabevi.
- YILDIRIM K., BAKIRTAŞ İ. ve YILMAZ R., (2005), *İktisada Giriş*, Bursa: Ekin Kitabevi.
- YİĞİTBAŞI Ş. ve ATABEY N. (2005), *İktisada Giriş*, Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.

### **Makaleler ve Tezler**

- ACAR M. (2004), "İktisadın Ezeli Sorunsalı: Serbest Ticaret mi? Korumacılık mı?" *Piyasa Dergisi*, c.3.
- AKGÜN B. (2010), "Türkiye' deki Otomotiv Sektörü ve Örnek Bir Talep Tahmin Çalışması" *Yüksek Lisans Tezi*, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- AKKOYUNLU A. S. (1996), “Yeni Dış Ticaret Teorileri” Ekonomik Yaklaşım Dergisi, c.7.
- AKKOYUNLU A.S. (1996), “Yeni Dış Ticaret Teorileri”, *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, c.7: 71-95.
- ALAGÖZ M. ve YAPAR S. (2006), “Görünmez Engeller: Serbest Ticarete Bir Engel Mi?” Akademik Bakış Dergisi, c.11.
- ALKAN S. (1996), “*Otomotiv Sektörü, Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. Sektör İncelemesi: 9*”, Ankara.
- ALTUNTAŞ M. (2010), “Türkiye’ de Otomotiv Ana Sanayii ve Uluslararası Rekabet Gücü” *Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- ARUOBA Ç. (2009), “Tarım Ürünleri Ticareti, Korumacılık, Kriz” *Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c.2.
- AYAZ T. (2010), “Otomotiv Endüstrisinde Stratejik Yönetim” Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- AYDOĞUŞ İ., DİLER G. (2009), “Tekstil Ürünleri İhracatında Stratejik Dış Ticaret Yaklaşımı: Türkiye ve Çin Üzerine Bir Uygulama”, Afyon Kocatepe Üniversitesi, *İ.İ.B.F. Dergisi*, c.11.
- BAŞKOL O. (2009), “Stratejik Ticaret Politikası”, *Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi*, Eskişehir.
- BAYRAKTUTAN Y. (2003), “Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri” *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, c.4.
- BEDİR A. (2002), “Türkiye’de Otomotiv Sanayii Gelişme Perspektifi” *İktisadi Sektörler Ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü*, Yayın No DPT: 2660.

- BEKAR M (2008), “Oyun Teorisi ve Ekonomik Modelleme”, *Yüksek Lisans Tezi*, Dumlupınar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- BİLGİLİ E. (1998), “Dış Ticaret, Ekonomik Kalkınma ve Sanayi Devrimi” *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı: 3.
- BRANDER J.A. ve P.R. KRUGMAN (1983). “A ‘Reciprocal Dumping’ Model Of International Trade.” *Journal of International Economics*, c.15.
- BÜYÜKTAŞKIN Ş. (1997), “Dünya Ticaret Sistemi (GATT, Dünya Ticaret Örgütü ve Türkiye)”, Esbank, Ankara.
- CORDEN M.W. (1990), “Strategic Trade Policy How New? How Sensible?”, *World Bank Policy Research and External Affairs Working Paper No:396*.
- ÇAKMAK KARAÇAY, H. (2004), “Stratejik Dış Ticaret Politikaları”, *Akdeniz İİBF Dergisi*, Sayı: 7.
- ÇENGELCİ A. (1998), “Türkiye’de Otomobil Endüstrisinin Sektörel Analizi” *Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ÇEŞTEPE H. (1999), “Stratejik Ticaret Politikası: Yarıiletkenlerde Malezya ve Güney Kore Arasında Bir Karşılaştırma”, *DTM, Dış Ticaret Dergisi*, Sayı: 14.
- ÇILBANT C. (2006), “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri ve Sektör Analizi (Otomotiv)” *Doktora Tezi*, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- DALYANOĞULLARI M. (2007), “Küreselleşme, Küreselleşmenin Otomotiv Ana ve Yan Sanayi Sektörüne Etkileri” *Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- DEVİREN V. NURSEN (2004), “Yeni Dış Ticaret Teorileri” *Mevzuat Dergisi*, Sayı: 81.

- DUMANLI S. (1987), “Türkiye’de Otomotiv Sanayinin Durumu, Yapısal Özellikleri ve Sorunları” Ankara: DPT Yay.
- DURA C. (2000), “Yeni Dış Ticaret Teorileri: Genel Bir Bakış” *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı: 16.
- ENGİN C. ve POLAT E. (2010), “Türk Otomotiv Sektörü ve Küresel Finansal Krizin Sektöre Etkileri (1996 – 2009)”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, c.2.
- ERUYGUR O. (2009), “Tekelci Rekabet, Oligopol ve Oyun Teorisi”, Gazi Üniversitesi, İktisat Bölümü Ders Notu.
- GÖKÇE D. (2002), “Stratejik Dış Ticaret Politikası?” *Akşam Gazetesi*, 18 Şubat.
- GÖRENER A. GÖRENER Ö. (2008), “Türk Otomotiv Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkıları ve Geleceğe Yönelik Sektörel Beklentiler” *Journal of Yasar University*, 3(10)
- GÜMÜŞOĞLU Ş. ve ÖZDEMİR A. (2010), “Rekabet Ortamında Karar Verme Süreçlerinde Oyun ve Fayda Kuramı İlişkileri ve Etkileşimi”, *Review of Social, Economic & Business Studies*, Vol.9/10: 287-308.
- HACIYEV P. (2009), “Politik Ekonomik Açıdan Türkiye Fındık Piyasası: Optimizasyon ve Oyun Teorisi Uygulaması” *Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- IŞIN F. (1998), “Uluslararası Ticaretin Serbestleştirilmesi Korumacılık Kavramı ve Tarım” *Tarım Ekonomisi Derneği Sayı: 3*.
- KABASAKAL A.ve GÖRMÜŞ Ş. (2006), “Ölçek Ekonomileri ve Sanayi Sektöründe İhracat Başarısı”, *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 9.
- KEVÜK S. (2006), “Bilgi Ekonomisi”, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, c.1(4): 319-350.

- KOCAMAN Ç. (2007), “Serbest Bölgelerin Makroekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği” *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, c.56.
- MAJİDOV N. (2010), “1980 Sonrası Türkiye’de Otomotiv ve Tekstil Sanayinde Risk Yapısı ve Rekabet Gücü” *Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- OĞUZ N. (2009), “Bilgi Toplumuna Geçiş Sürecinde Türk Otomotiv Sanayinin Rekabet Gücünün Teknolojik Gelişim Hızı Açısından Analizi (Güney Kore ve Türkiye Karşılaştırması)” *Yüksek Lisans Tezi*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- ÖZER I. (2001), “Stratejik Ticaret Politikaları” Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- ÖZER I. (2007), “Stratejik Ticaret Politikaları”, *Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları* 2(3).
- ÖZER OSMAN ORKAN (2004), “Oyun Teorisi ve Tarımda Uygulanması”, *Doktora Semineri*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- ÖZKAN Ş. (2006), “Dünya Ticaret Örgütü Tarım Müzakerelerinin Türkiye Tarım ve Hayvancılığına Etkileri” *Veteriner Hekimler Dergisi*, c.77.
- SELEN U. (2008), “1980 Sonrası Neoliberal Politika Uygulamalarının Eleştirisi” *İktisat Dergisi*, Sayı: 498.
- STRAFFIN P.D. (1993), “Game Theory and Strategy” New Mathematical Library Published By The Mathematical Association Of America.
- ŞAH Ö.F. (2007), “Türkiye Otomotiv Sektörünün İhracat Performans Analizi” Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI (2010/3), Otomotiv Sektörü Raporu Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi.

TEB KOBİ AKADEMİ (2008), Otomotiv Sektörü Gelecek Stratejisi Konferansı Sonuç Raporu, Baskı: Graphis, İstanbul.

UYSAL A. BÖLEN F. (2006), “Su Havzasında Planlama ve Oyun Teorisi”, *İTÜ Dergisi/A* c.5.

YÜCEL F. (2006), “Dış Ticaretin Belirleyicileri Üzerine Teorik Bir Yaklaşım” *Sosyo-Ekonomi Dergisi*, Temmuz -Aralık.

### **İnternet Kaynakları**

AKTAN C ve VURAL İ. “*Korumacı Politikalar ve Rekabet Politikası*” (Çevrimiçi) [www.canaktan.org/hukuk/rekabet-hukuk/korumaci-pol.htm](http://www.canaktan.org/hukuk/rekabet-hukuk/korumaci-pol.htm), [12.10.2010]

AKTAN C, SANVER İ, SANVER M. “*Oyunlar Kurallar ve Düzen*” (Çevrimiçi) <http://www.canaktan.org/ekonomi/oyun-teorisi/makaleler/aktan-sanver.pdf>, [12.10.2010]

AKTAN C. ve BAHÇE B.A. “*Kamu Tercih Perspektifinden Oyun Teorisi*”, (Çevrimiçi) [www.canaktan.org/ekonomi/oyun-teorisi/.../\\_abdbahce.pdf](http://www.canaktan.org/ekonomi/oyun-teorisi/.../_abdbahce.pdf), [12.11.2010]

ANSAL H. ve ÇETİNDAMAR D. “*Teknolojik Gelişmelerin Ölçek Ekonomisine Etkileri*”, (Çevrimiçi) [www.arsiv.nmo.org.tr/pdf/10113.pdf](http://www.arsiv.nmo.org.tr/pdf/10113.pdf), [17.02.2010]

ATEŞ S., “*Oyun Teorisi ve Uygulamaları*”, (Çevrimiçi) [www.idari.cu.edu.tr](http://www.idari.cu.edu.tr), [25.03.2009]

CNNTURK, (Çevrimiçi) <http://www.cnnturk.com/2011/ekonomi/genel/03/21/dunya.otomotiv.uretimi.yuzde.25.artti/610614.0/index.html> [31.03.2011]

ÇEŞTEPE H. “*Stratejik Ticaret Politikası: Yarıiletkenlerde Malezya ve Güney Kore Arasında Bir Karşılaştırma*’ (Çevrimiçi) [www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk...623...](http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk...623...)[16.03.2010].

- DEMİRCİ G., “*Ortaklaşa Rekabet*” (Çevrimiçi) <http://www.pyd.org.tr/004.pdf>  
[24.11.2010]
- ENGÜDAR T. VE CANKURT Ö. (Çevrimiçi)  
<http://kisi.deu.edu.tr/s.gumusoglu/dosyalar/OYUN%20KURAMI2.ppt>  
[22.03.2009]
- GÖKAL İ. “*Global Değişim, Stratejik Ticaret Politikası ve Türkiye İçin Bir Ticaret Senaryosu*”, Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, (Çevrimiçi) [www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/.../4sayi5.doc](http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/.../4sayi5.doc)  
[17.07.2010]
- KARACA, Nil “*Gatt'tan Dünya Ticaret Örgütü'ne*” (Çevrimiçi)  
<http://www.kktcsanayiodasi.org/site/den20.pdf> [08.04.2009]
- KOBİFİNANS: (Çevrimiçi) <http://www.kobifinans.com.tr/tr/sector/011001/12455>  
[1.04.2011]
- MANDELBRÖD J. (Çevrimiçi)  
[http://juliamandelbrot.bravepages.com/oyun\\_geneltanim.htm](http://juliamandelbrot.bravepages.com/oyun_geneltanim.htm) [22.03.2009]
- OYUN TEORİSİ, (Çevrimiçi) <http://www.oyunteorisi.com/article.php?aID=9>  
[12.04.2009]
- ÖZKALE L. “*Yeni Dış Ticaret Teorileri*” (Çevrimiçi)  
[http://www.slidefinder.net/Y/YENI\\_TICARET...Lerzan\\_Özkale/21938769](http://www.slidefinder.net/Y/YENI_TICARET...Lerzan_Özkale/21938769)  
[16.18.2010]
- SEYMEN D., (Çevrimiçi) “*Yeni Dış Ticaret Teorileri*”  
[www.deu.edu.tr/.../dilek.seymen](http://www.deu.edu.tr/.../dilek.seymen) [04.01.2010]
- SOYTAŞ U., (Çevrimiçi) “*Oyun mu Teori mi?*” <http://www.ba.metu.edu.tr>  
[21.03.2009]
- VARIAN HAL R. (Çev. Aslı Nesin), Akıl Oyunları ve John Nash, (Çevrimiçi)  
<http://www.matematikdunyasi.org/arsiv> [21.04.2009]

YARALIOĞLU K. (Çevrimiçi)

<http://www.deu.edu.tr/userweb/k.yaralioglu/.../Oyun%20Teorisi.doc>

[25.03.2009]

YAŞAR M., “*Ölçek Ekonomileri*” (Çevrimiçi)

<http://www.genbilim.com/content/view/3943/89/> [10.01.2010]