

# ULUSLARARASI ÜRETİM ZİNCİRLERİNDE DÖNÜŞÜM VE TÜRKİYE'NİN KONUMU

-Değerlendirme-

Şeref Saygılı-TCMB

2 Mart 2012

İstanbul

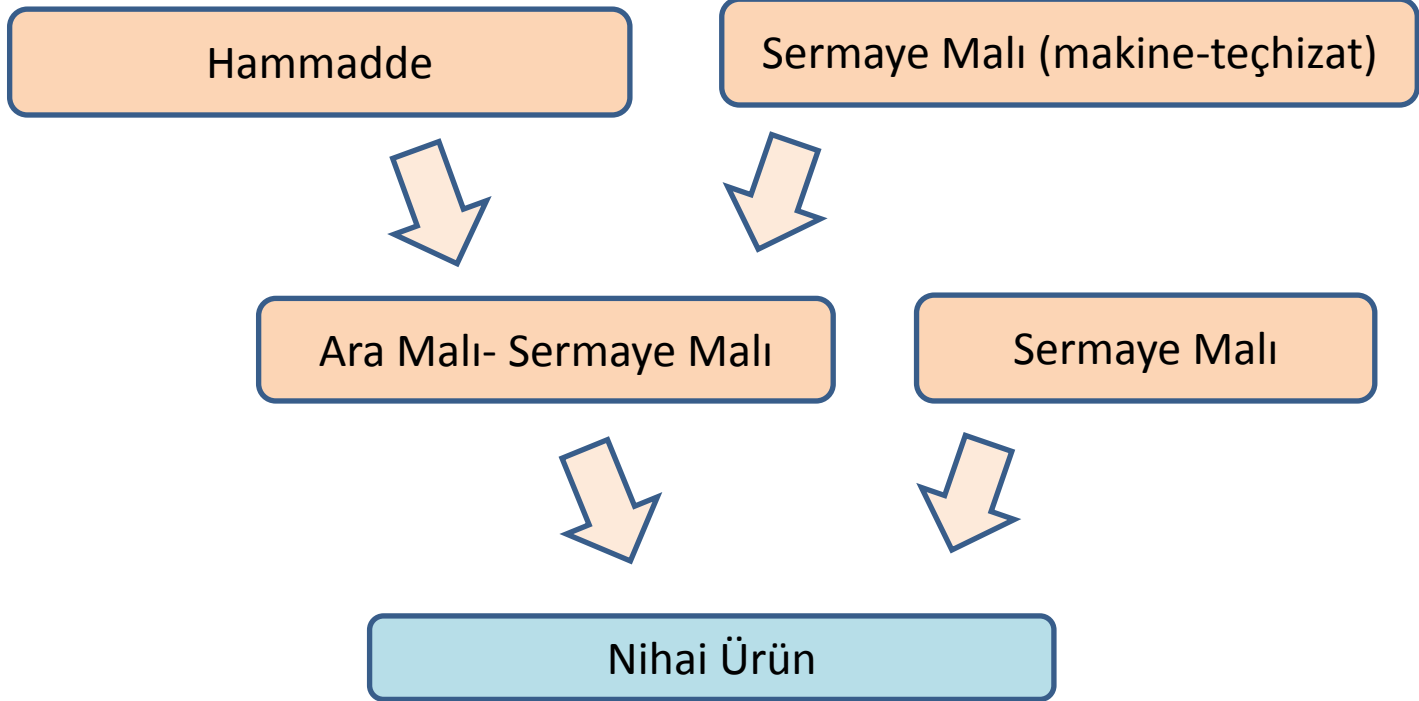
# Çalışmanın Amacı

- Türkiye'nin yakın dönem ekonomik performansını dış ticaretteki uzmanlaşma yapısı ve bu yapının değişimi çerçevesinde incelemek
- Beş önemli ürün grubunda (kara taşıtları, televizyon, tekstil ve giyim eşyası, gıda, makine) uluslararası üretim (değer) zincirinin son 15 yıldaki dönüşümü, Türkiye'nin buradaki konumu ve bunun ihracat ve büyüme performansına yansımaları nasıldır?

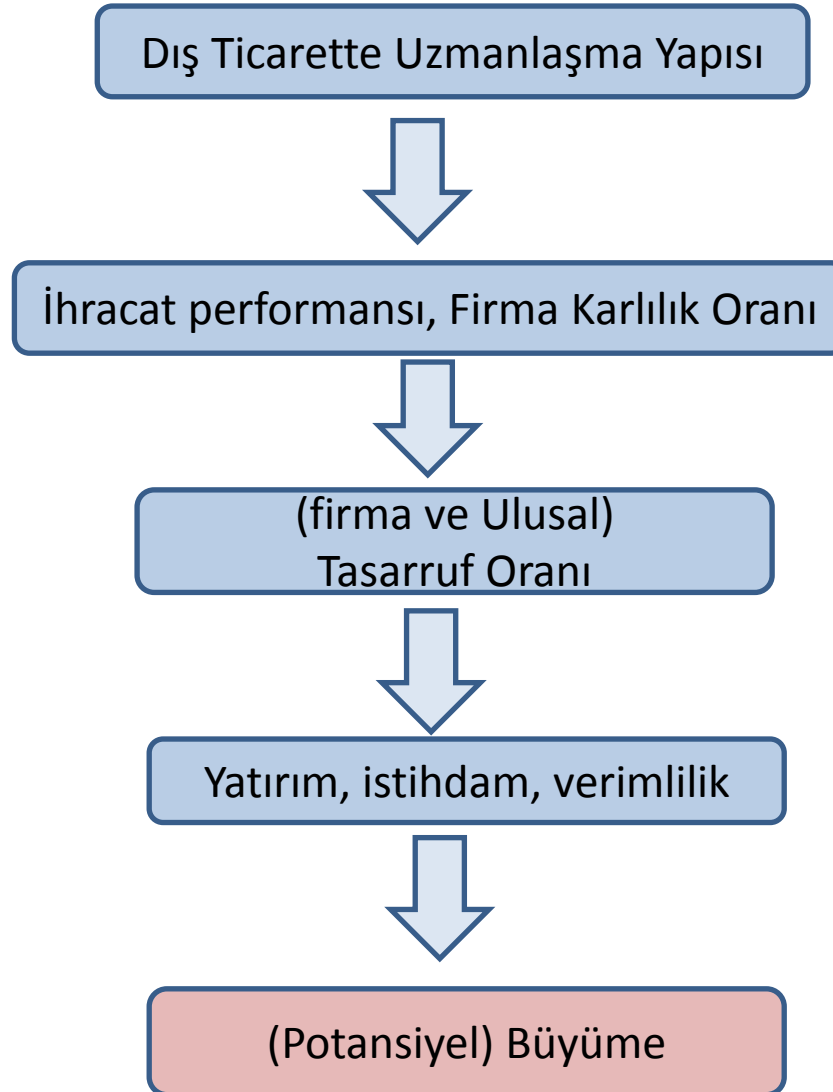
# Temel Bulgular

- *Türkiye ekonomisinin son 60 yıllık büyüme performansı ile karşılaştırıldığında, 2000'li yıllarda büyüme rejiminde köklü bir dönüşüm gözlenmemektedir.*
- *Dış ticarete uzmanlaşılın ürünlerin (veya üretim süreçlerin) katma değeri yüksek ürünler olmaması ekonominin görelî konumunun değışmemesine yol açmıştır.*
- *Türkiye rakiplerine göre daha standart ve/veya basit ürünler üreterek (fiyat rekabeti temelinde) piyasa payını artırabilmektedir.*
- *Türkiye büyüme hızı düşük olan ürünlerde daha yüksek rekabet gücüne sahiptir... Türkiye'nin uluslararası ekonomi ile bu şekilde eklemlenmiş olması, ihracatın hızlı bir şekilde artırılması önünde önemli bir engel oluşturmaktadır.*

# Üretim Süreci - Dikey Uzmanlaşma



# Dış Ticaret Yapısı-Büyüme İlişkisi



# Dış Ticaret Yapısı-Büyüme İlişkisi (Türkiye)

Düşük Maliyet Temelinde Uzmanlaşma – Büyüme Hızı Düşük Sektörde Üretim  
(Fiyat Rekabeti)



Sınırlı İhracat Artışı, Düşük Karlılık Oranı



(firma ve Ulusal)  
Düşük Tasarruf Oranı



Yatırım, istihdam, verimlilik

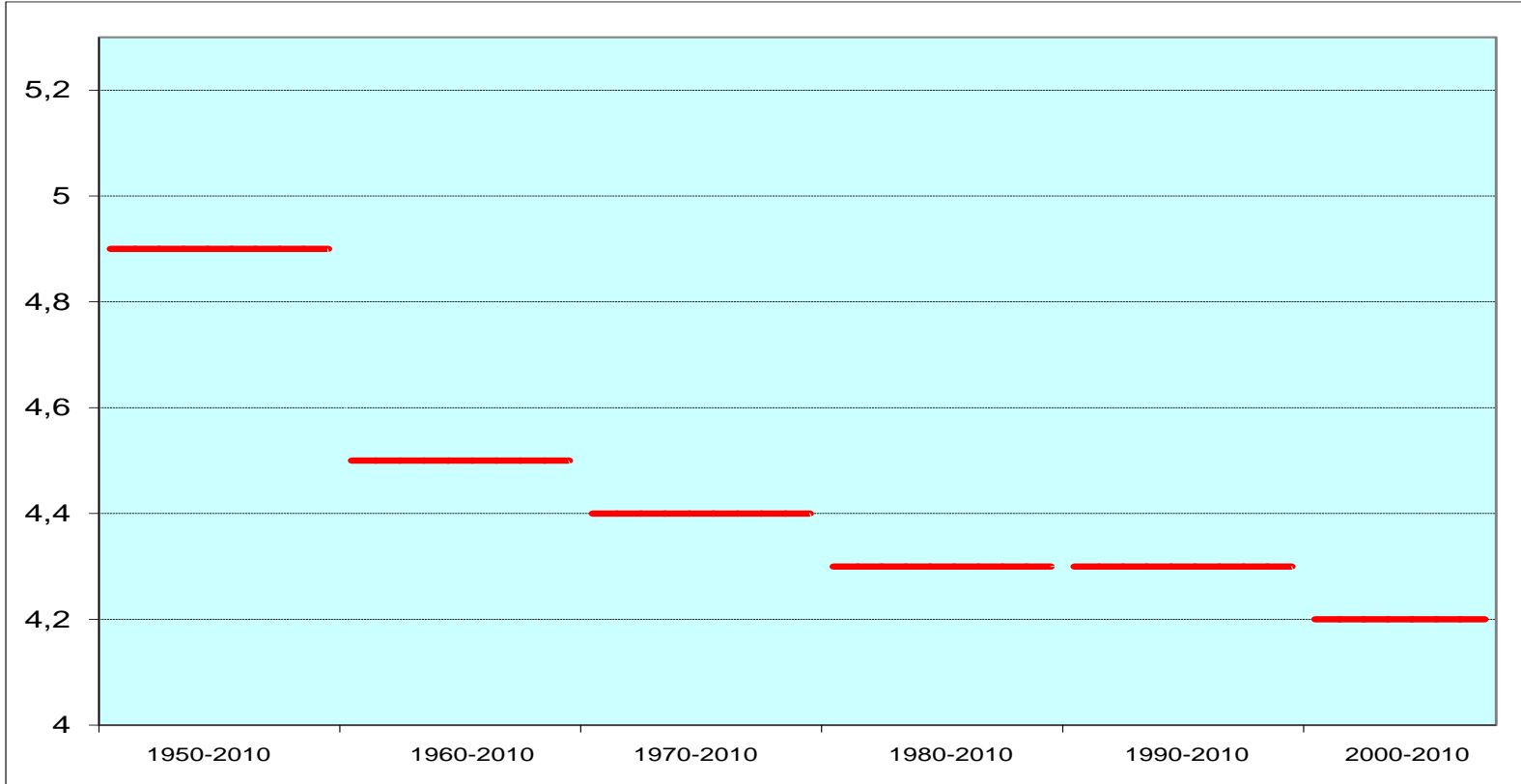


Düşük Oranlı ve İstikrarsız  
Büyüme

# Temel Bulgular-1

*Ekonomideki köklü değişime rağmen Türkiye ABD ve diğer gelişmiş ülkelere arasındaki refah farkını kapatamamıştır.*

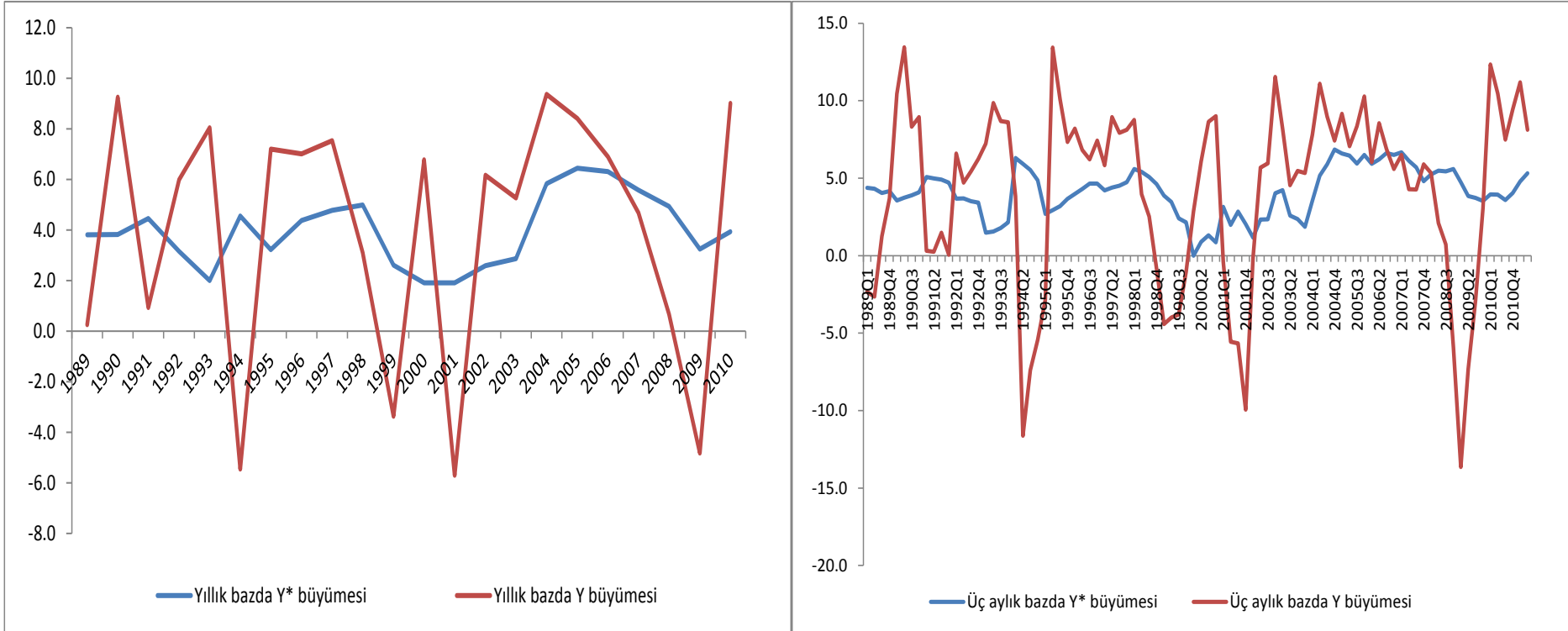
## Türkiye'nin Uzun Dönemli Büyüme Performansı (%)



# Temel Bulgular-1

*Türkiye ekonomisinin son 60 yıllık büyüme performansı ile karşılaştırıldığında, 2000'li yıllarda büyüme rejiminde köklü bir dönüşüm gözlenmemektedir.*

## Türkiye Ekonomisinde Gerçekleşen ve Potansiyel Büyüme (yıllık ve üç aylık bazda)





# Temel Bulgular-1

*Türkiye ekonomisinin son 60 yıllık büyüme performansı ile karşılaştırıldığında, 2000'li yıllarda büyüme rejiminde köklü bir dönüşüm gözlenmemektedir.*

## Türkiye Ekonomisinde Büyümenin Dinamikleri

### • Potansiyel Büyüme:

	Potansiyel Büyüme	Gerçekleşen Büyüme
1989-2010	4.0	4.0
1989-2000	3.6	3.9
2002-2010	4.6	5.1
2002-2008	4.9	5.9
2009-2010	3.6	2.1

Not: Üretim Fonksiyonu tahminlerinde  $\alpha(L)0,3447$  tahmin edilmiştir.

	Potansiyel Büyüme	Gerçekleşen Büyüme
1989Q1-2011Q2	4.1	4.2
1989Q1-2000Q4	3.7	4.1
2002Q1-2011Q2	4.7	5.4
2002Q1-2008Q4	4.9	6.0
2009Q1-2011Q2	4.1	3.8

Not: Üretim Fonksiyonu tahminlerinde  $\alpha(L)0,3454$  tahmin edilmiştir.

### • Büyümenin Kaynakları:

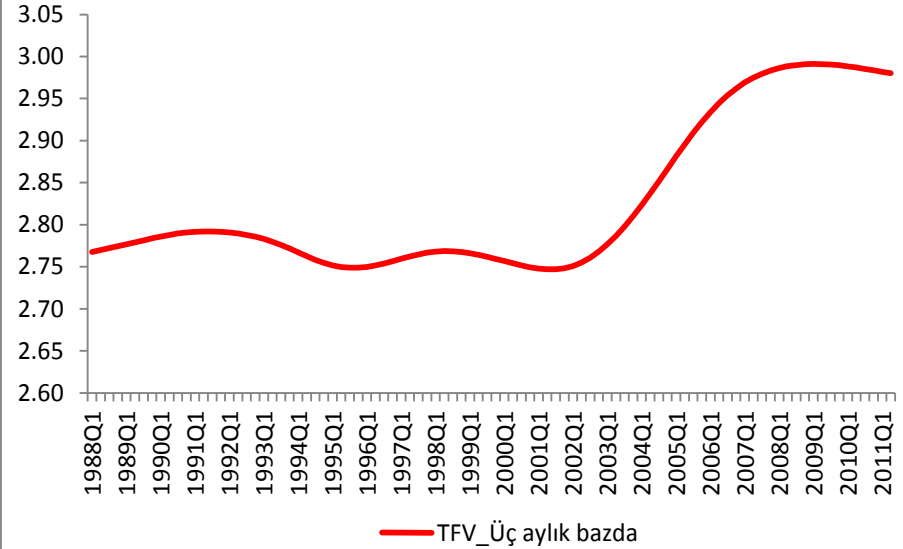
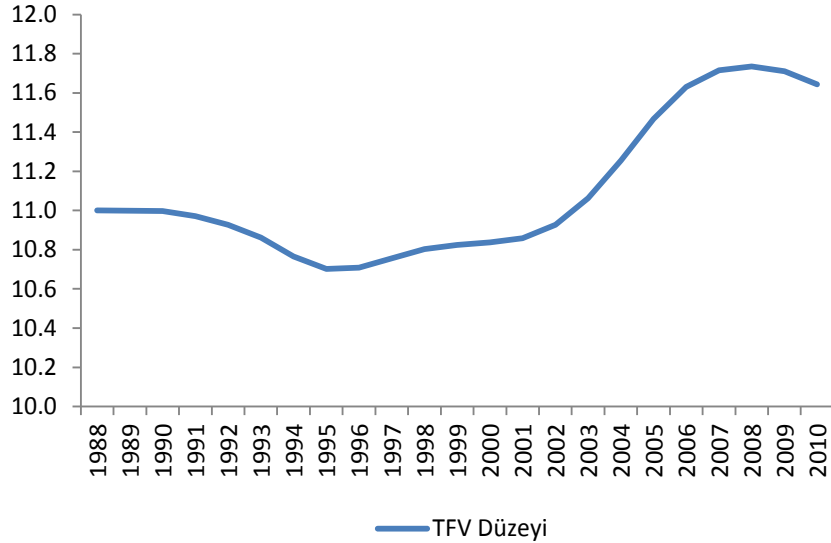
	Gerçekleşen Büyüme	Sermaye Stoku	İstihdam	TFV
1989-2010	3.84	3.18	0.49	0.17
		<b>82.7</b>	<b>12.8</b>	<b>4.5</b>
1989-2000	3.83	3.36	0.54	-0.07
		<b>87.6</b>	<b>14.1</b>	<b>-1.8</b>
2002-2010	4.97	3.70	0.58	0.70
		<b>74.3</b>	<b>11.6</b>	<b>14.1</b>

Not: Üretim Fonksiyonu tahminlerinde  $\alpha(L)0,345$  tahmin edilmiştir.

# Temel Bulgular-1

*Türkiye ekonomisinin son 60 yıllık büyüme performansı ile karşılaştırıldığında, 2000'li yıllarda büyüme rejiminde köklü bir dönüşüm gözlenmemektedir.*

## Türkiye Ekonomisinde Toplam Faktör Verimliliğinin Gelişimi

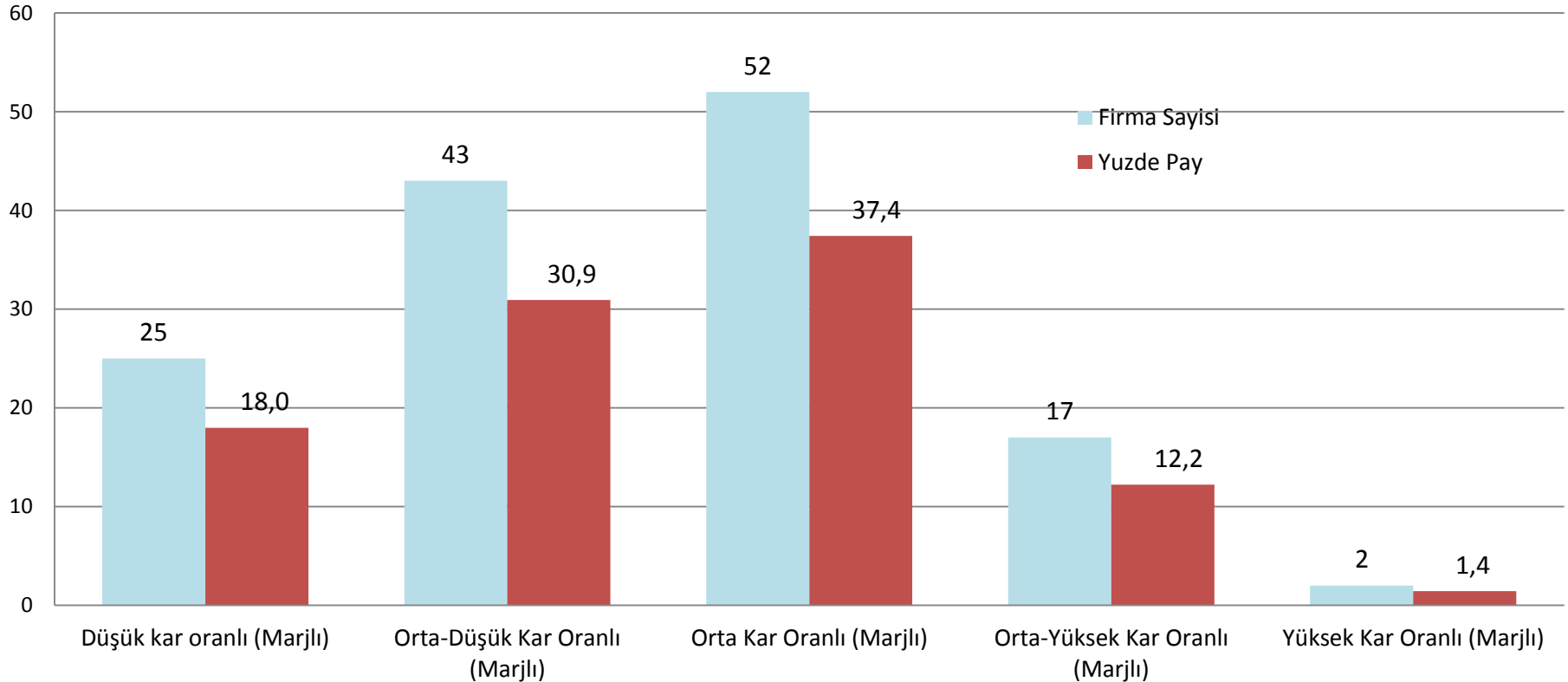


# Temel Bulgular-2

*Dış ticarete uzmanlaşılın ürünlerin (veya üretim sürecinin) katma değeri yüksek ürünler olmaması ekonominin görel konumunun değişmemesine yol açmıştır.*

## Türk Firmaları Değer Zincirinin Neresinde?

Üretim Sürecindeki (Zincirindeki) Tedarikçiler ve Uluslararası Alıcılarla Karşılaştığınızda Firmanız Bu Sürecin Daha Çok Hangi Aşamasında Faaliyet Göstermektedir (Toplam Firma Sayısı 139)



# Temel Bulgular-2

*Dış ticarete uzmanlaşıl原因 ürünlerin (veya üretim sürecinin) katma değeri yüksek ürünler olmaması ekonominin görel konumunun değişmemesine yol açmıştır.*

## Türk Firmaları Değer Zincirinin Neresinde?

**Üretim sürecindeki (zincirindeki) tedarikçiler ve uluslararası alıcılarda karşılaştırıldığında firmanız bu sürecin daha çok hangi aşamasında faaliyet göstermektedir?**

	Firma Sayisi	Düşük kar oranlı (Marjlı)	Orta-Düşük Kar Oranlı (Marjlı)	Orta Kar Oranlı (Marjlı)	Orta-Yüksek Kar Oranlı (Marjlı)	Yüksek Kar Oranlı (Marjlı)
Tekstil-Giyim-Deri	24	5	9	8	2	0
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	6	0	3	1	2	0
Petrol-Kimya	15	3	7	5	0	0
İlac	4	1	3	0	0	0
Kaucuk-Plastik	9	2	3	2	2	0
Metalik Olmayan Mineraller	8	2	1	4	1	0
Ana Metal	10	1	3	4	2	0
İşlenmiş Metal	6	3	1	1	1	0
Elektronik-Optik-Tıbbi Teçhizat	7	0	0	4	2	1
Elektrikli Makine	15	2	7	5	1	0
Makine İmalat	13	2	1	7	3	0
Motorlu Kara Taşıtları	12	4	2	5	0	1
Diğer Ulaşım Araçları	6	0	1	4	1	0
Mobilya	4	0	2	2	0	0
<b>Toplam</b>	<b>139</b>	<b>25</b>	<b>43</b>	<b>52</b>	<b>17</b>	<b>2</b>

### YUZDE DAGILIM

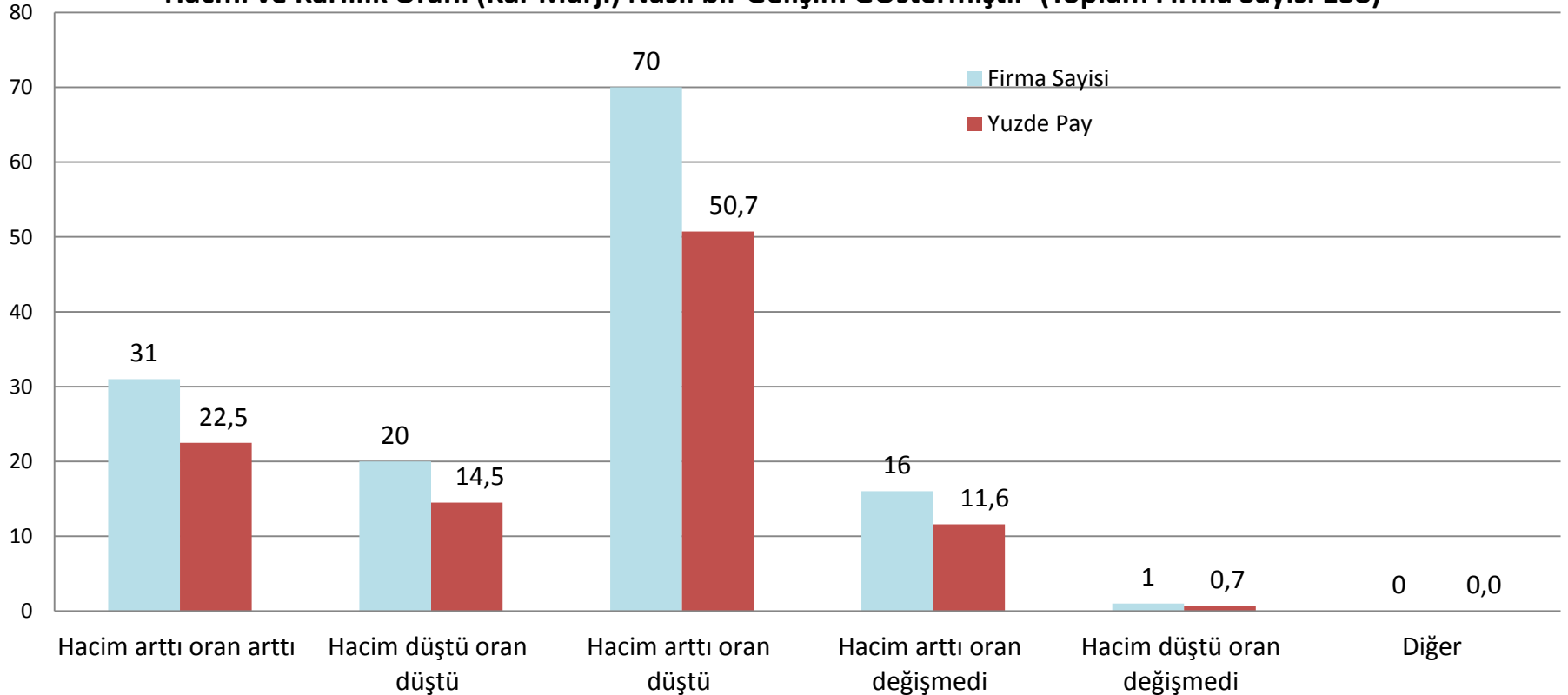
	Firma Sayisi	Düşük kar oranlı (Marjlı)	Orta-Düşük Kar Oranlı (Marjlı)	Orta Kar Oranlı (Marjlı)	Orta-Yüksek Kar Oranlı (Marjlı)	Yüksek Kar Oranlı (Marjlı)
Tekstil-Giyim-Deri	24	20,8	37,5	33,3	8,3	0,0
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	6	0,0	50,0	16,7	33,3	0,0
Petrol-Kimya	15	20,0	46,7	33,3	0,0	0,0
İlac	4	25,0	75,0	0,0	0,0	0,0
Kaucuk-Plastik	9	22,2	33,3	22,2	22,2	0,0
Metalik Olmayan Mineraller	8	25,0	12,5	50,0	12,5	0,0
Ana Metal	10	10,0	30,0	40,0	20,0	0,0
İşlenmiş Metal	6	50,0	16,7	16,7	16,7	0,0
Elektronik-Optik-Tıbbi Teçhizat	7	0,0	0,0	57,1	28,6	14,3
Elektrikli Makine	15	13,3	46,7	33,3	6,7	0,0
Makine İmalat	13	15,4	7,7	53,8	23,1	0,0
Motorlu Kara Taşıtları	12	33,3	16,7	41,7	0,0	8,3
Diğer Ulaşım Araçları	6	0,0	16,7	66,7	16,7	0,0
Mobilya	4	0,0	50,0	50,0	0,0	0,0
<b>Toplam</b>	<b>139</b>	<b>18,0</b>	<b>30,9</b>	<b>37,4</b>	<b>12,2</b>	<b>1,4</b>

# Temel Bulgular-2

*Türkiye rakiplerine göre daha standart ve/veya basit ürünler üreterek (fiyat rekabeti temelinde) piyasa payını artırabilmektedir. Taşıt araçları kısmen bunun dışında kalmıştır.*

## Türk Firmalarının Değer Zincirindeki Konumunun Değişimi

Önceki Döneme Kıyasla 2002-2007 Döneminde Firmanızın (esas faaliyetlerden doğan) Kar Hacmi ve Karlılık Oranı (Kar Marjı) Nasıl bir Gelişim Göstermiştir (Toplam Firma Sayısı 138)



# Temel Bulgular-2

*Türkiye rakiplerine göre daha standart ve/veya basit ürünler üreterek (fiyat rekabeti temelinde) piyasa payını artırabilmektedir. Taşıt araçları kısmen bunun dışında kalmıştır*

## Türk Firmaları Değer Zincirindeki Konumunun Değişimi

Önceki döneme kıyasla, 2002-2007 döneminde firmanızın (esas faaliyetlerinden doğan) kar hacmi ve karlılık oranı (kar marjı) nasıl bir gelişim göstermiştir?							
	Firma Sayısı	Hacim arttı oran arttı	Hacim düştü oran düştü	Hacim arttı oran düştü	Hacim arttı oran değişmedi	Hacim düştü oran değişmedi	Diğer
Tekstil-Giyim-Deri	23	0	7	14	1	1	0
Kagıt ve Kagıt Urunleri	6	1	1	3	1	0	0
Petrol-Kimya	15	5	3	4	3	0	0
İlac	4	1	1	1	1	0	0
Kaucuk-Plastik	9	1	0	8	0	0	0
Metalik Olmayan Mineraller	8	0	2	5	1	0	0
Ana Metal	10	6	0	4	0	0	0
İşlenmiş Metal	6	0	0	4	2	0	0
Elektronik-Optik-Tıbbi Teçhizat	7	3	0	4	0	0	0
Elektrikli Makine	15	3	2	7	3	0	0
Makine İmalat	13	4	2	6	1	0	0
Motorlu Kara Taşıtları	12	6	1	3	2	0	0
Diğer Ulaşım Araçları	6	1	1	3	1	0	0
Mobilya	4	0	0	4	0	0	0
<b>Toplam</b>	<b>138</b>	<b>31</b>	<b>20</b>	<b>70</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

### YÜZDE DAĞILIM

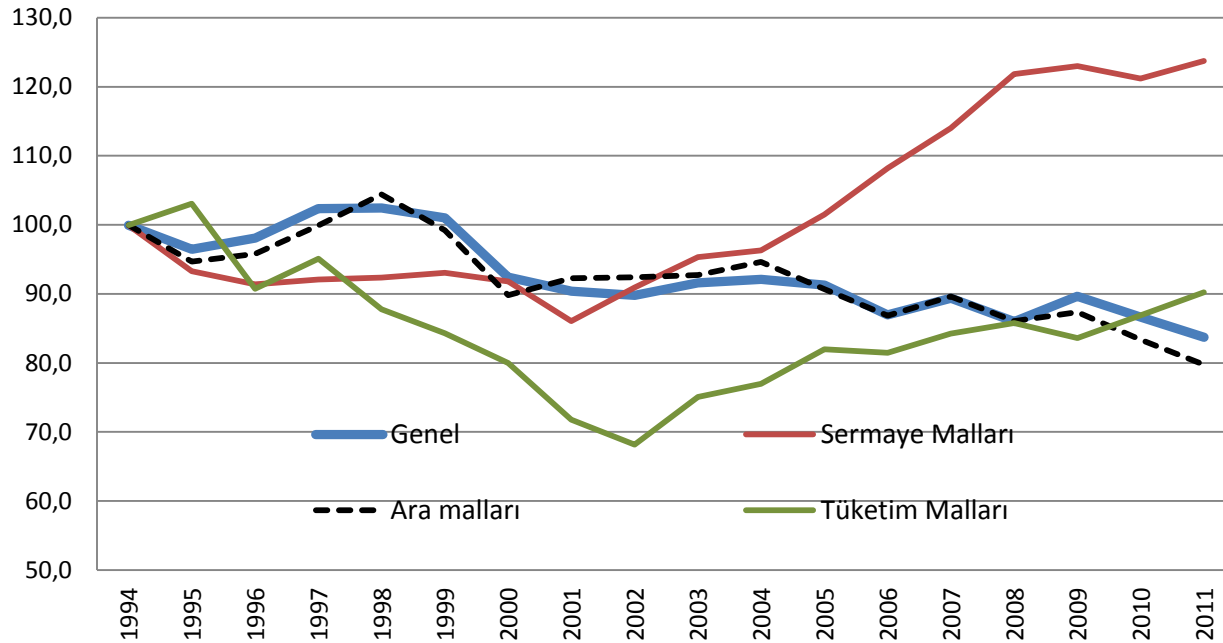
	Firma Sayısı	Hacim arttı oran arttı	Hacim düştü oran düştü	Hacim arttı oran düştü	Hacim arttı oran değişmedi	Hacim düştü oran değişmedi	Diğer
Tekstil-Giyim-Deri	23	0,0	30,4	60,9	4,3	4,3	0,0
Kagıt ve Kagıt Urunleri	6	16,7	16,7	50,0	16,7	0,0	0,0
Petrol-Kimya	15	33,3	20,0	26,7	20,0	0,0	0,0
İlac	4	25,0	25,0	25,0	25,0	0,0	0,0
Kaucuk-Plastik	9	11,1	0,0	88,9	0,0	0,0	0,0
Metalik Olmayan Mineraller	8	0,0	25,0	62,5	12,5	0,0	0,0
Ana Metal	10	60,0	0,0	40,0	0,0	0,0	0,0
İşlenmiş Metal	6	0,0	0,0	66,7	33,3	0,0	0,0
Elektronik-Optik-Tıbbi Teçhizat	7	42,9	0,0	57,1	0,0	0,0	0,0
Elektrikli Makine	15	20,0	13,3	46,7	20,0	0,0	0,0
Makine İmalat	13	30,8	15,4	46,2	7,7	0,0	0,0
Motorlu Kara Taşıtları	12	50,0	8,3	25,0	16,7	0,0	0,0
Diğer Ulaşım Araçları	6	16,7	16,7	50,0	16,7	0,0	0,0
Mobilya	4	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0
<b>Toplam</b>	<b>138</b>	<b>22,5</b>	<b>14,5</b>	<b>50,7</b>	<b>11,6</b>	<b>0,7</b>	<b>0,0</b>

# Temel Bulgular-3

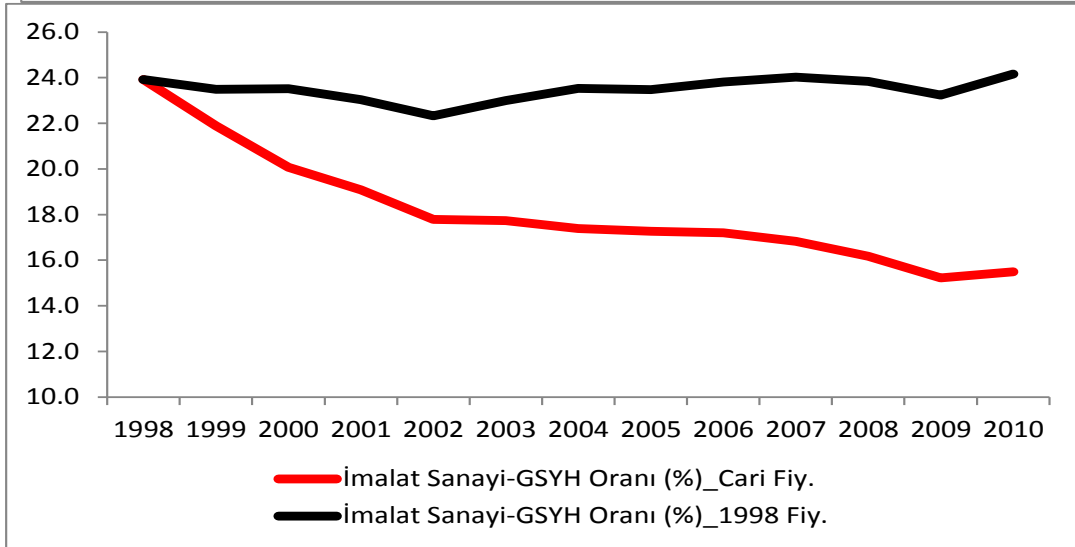
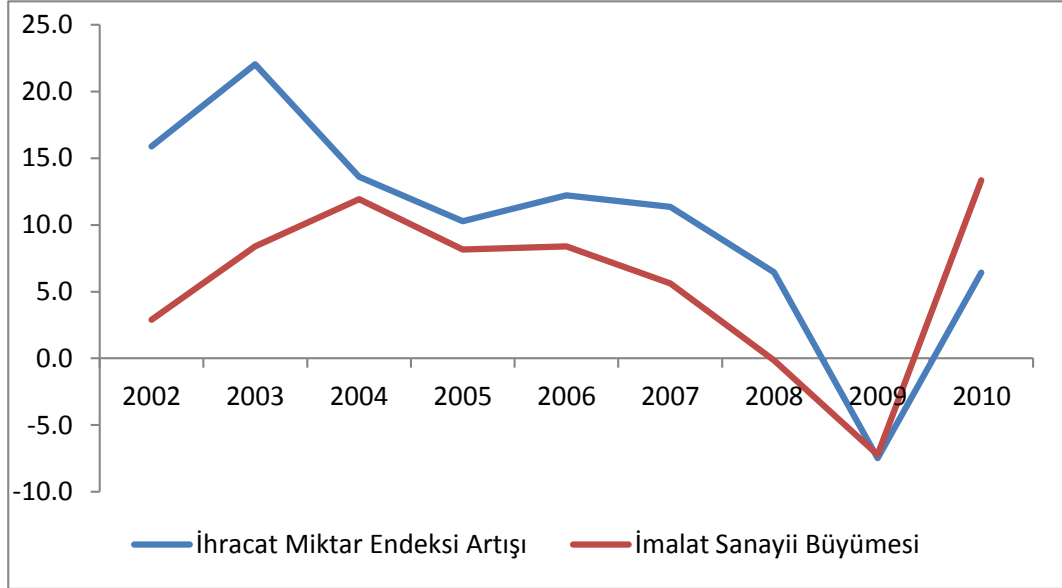
*Türkiye büyüme hızı düşük olan ürünlerde daha yüksek rekabet gücüne sahiptir.. Türkiye'nin uluslararası ekonomi ile bu şekilde eklemlenmiş olması, ihracatın hızlı bir şekilde artırılması önünde önemli bir engel oluşturmaktadır.*

## Dış Ticaret Hadleri Düşüş Eğilimindedir

Dış Ticaret Hadleri (1994:100)



# İhracat Artışı, İmalat Sanayii Büyümesi, Milli Gelir İlişkisi



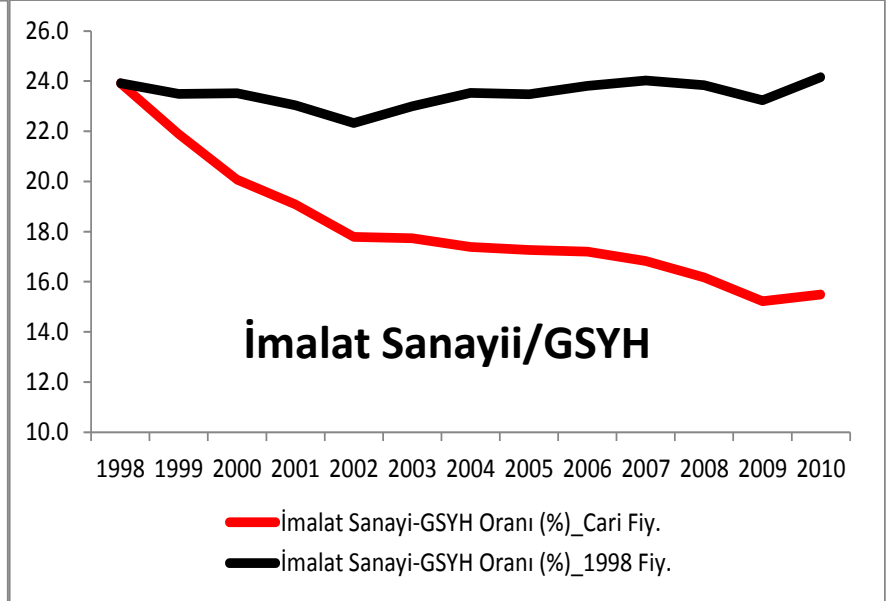
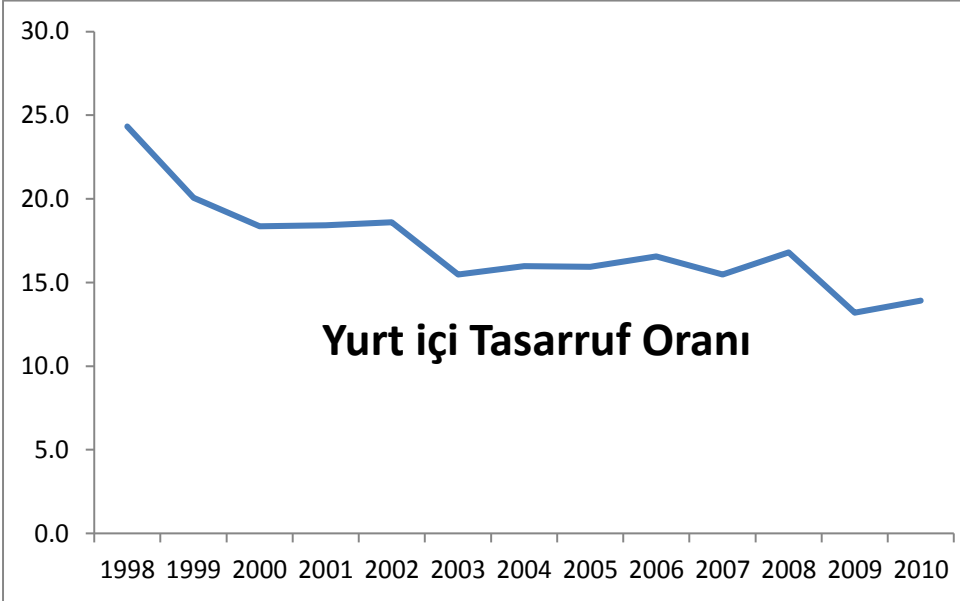


# Türkiye’de İmalat Sanayii Katma Değerinin Milli Gelir İçerisindeki Payı Neden Geriliyor?

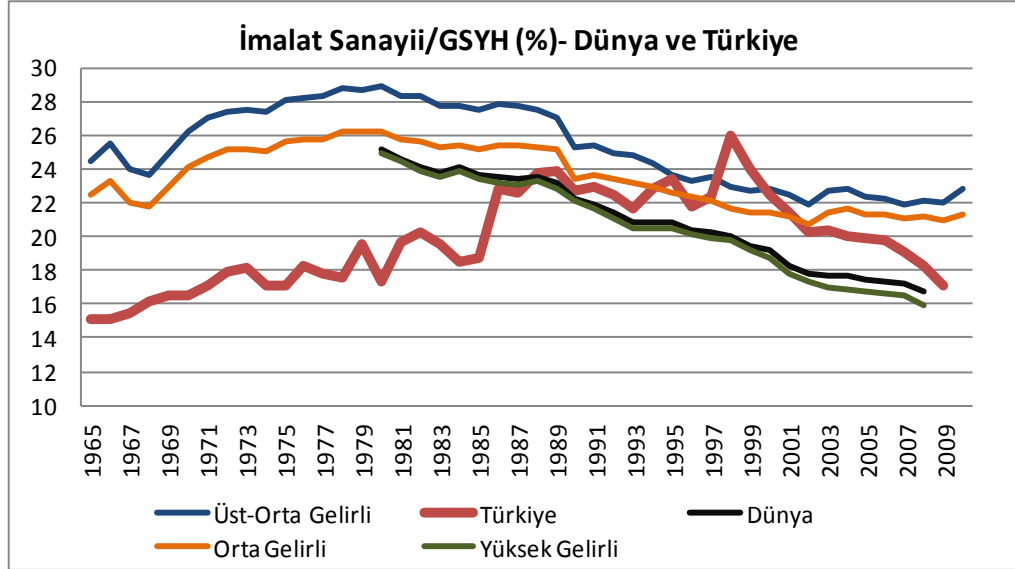
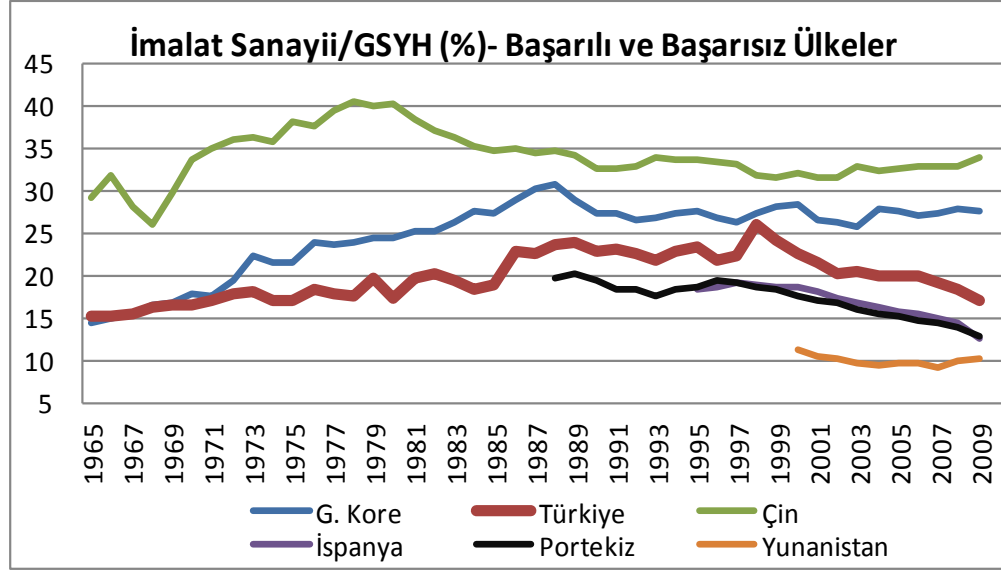
- Üretimin ithalat girdi gereksinin artması
  - Ara ve yatırım mallarında yurtiçi arz yetersizliği
  - Ana – yan sanayi arasındaki bağın zayıflaması
  - Küresel firma yapıları (dikey entegrasyon)
  - Sektörel üretim yapısının değişmesi
- Kar marjlarının daralması
  - Göreceli fiyatların gerilemesi
  - Üretim maliyetlerinin (işgücü, enerji, vb.) artması
  - Döviz kuru gelişimi

# İmalat Sanayii Payı- Tasarruf Oranı İlişkisi

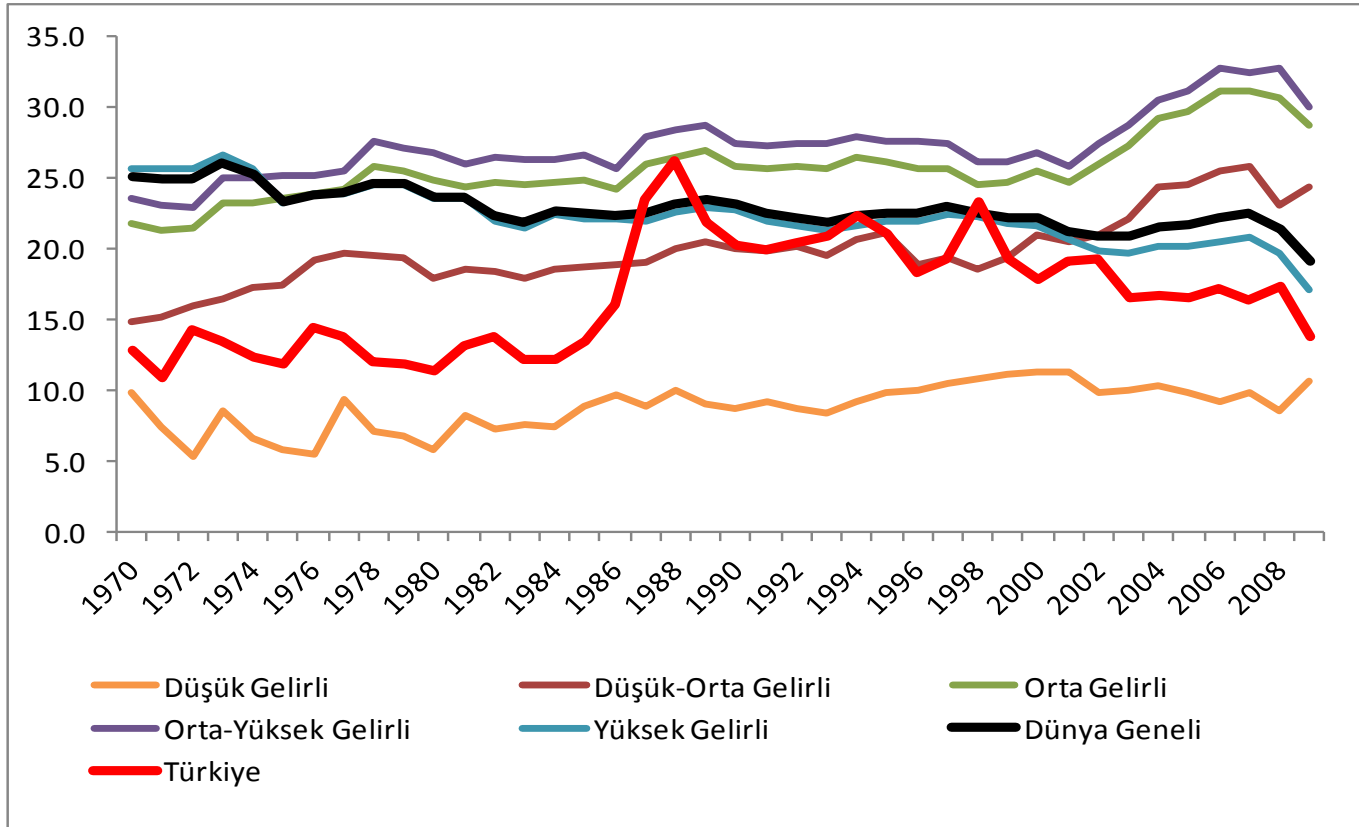
*İmalat sanayi karlılık oranının gerilemesi, tasarruf oranındaki gerilemeyle paralel seyrediyor...*



# İmalat Sanayii - GSYH İlişkisi-Ülke Karşılaştırması

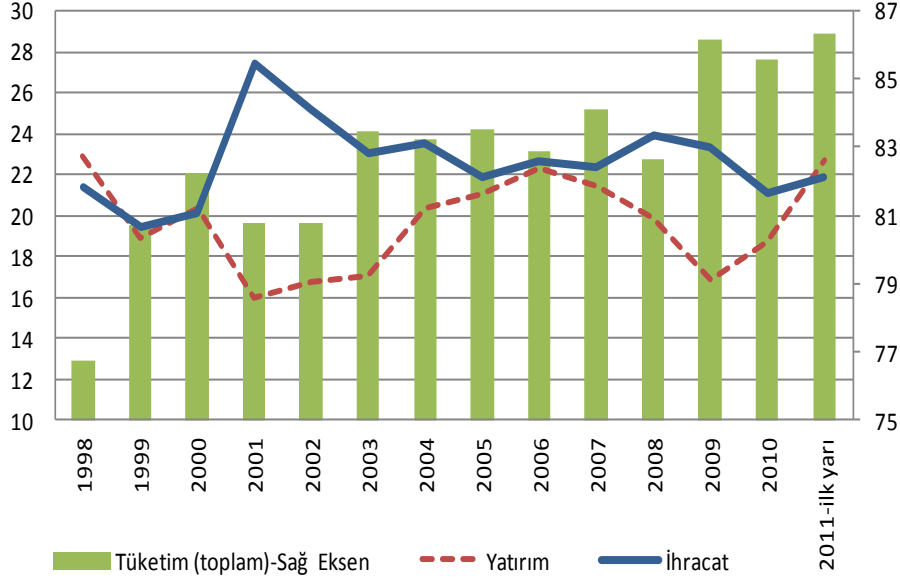


# Tasarruf Oranının Gelişimi-Ülke Karşılaştırması (GSYH'ya oranı; %)

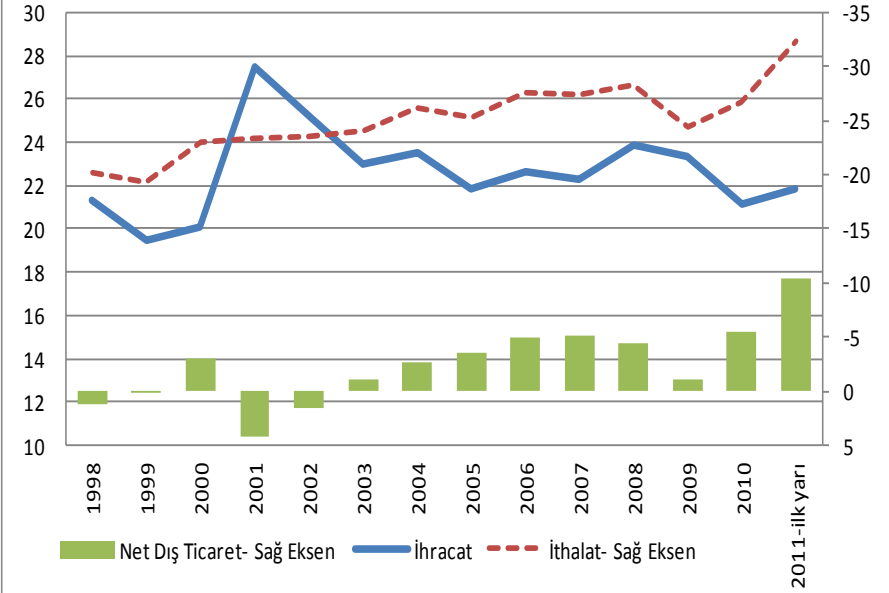


# Büyümenin Kaynakları: Harcamalar yönünden GSYH

## Milli Gelirin Başlıca Talep Unsurları (GSYH'ya Oran, %)

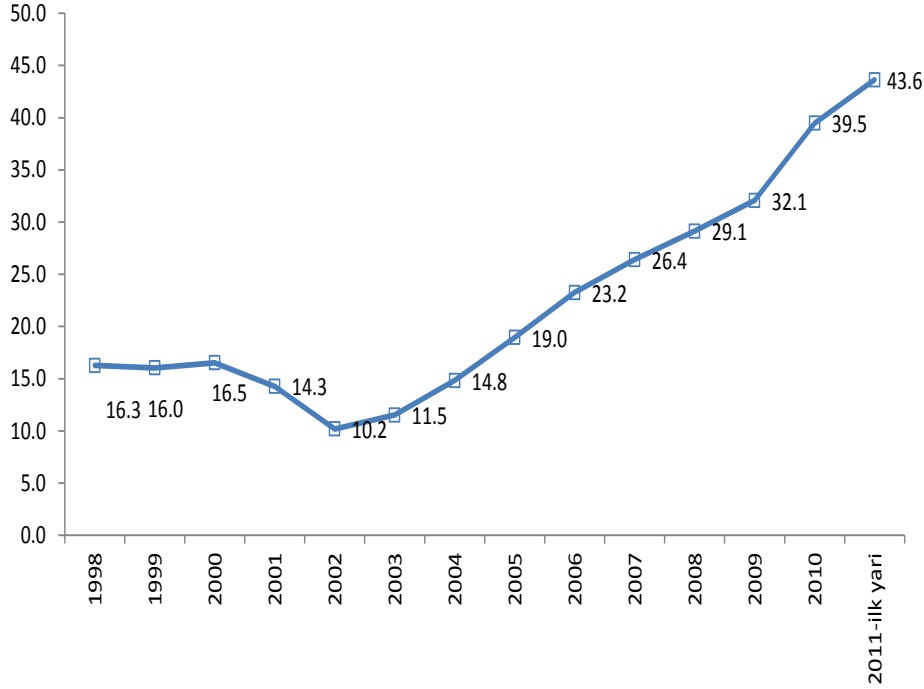


## Milli Gelir ve Dış Ticaret (GSYH'ya Oran, %)

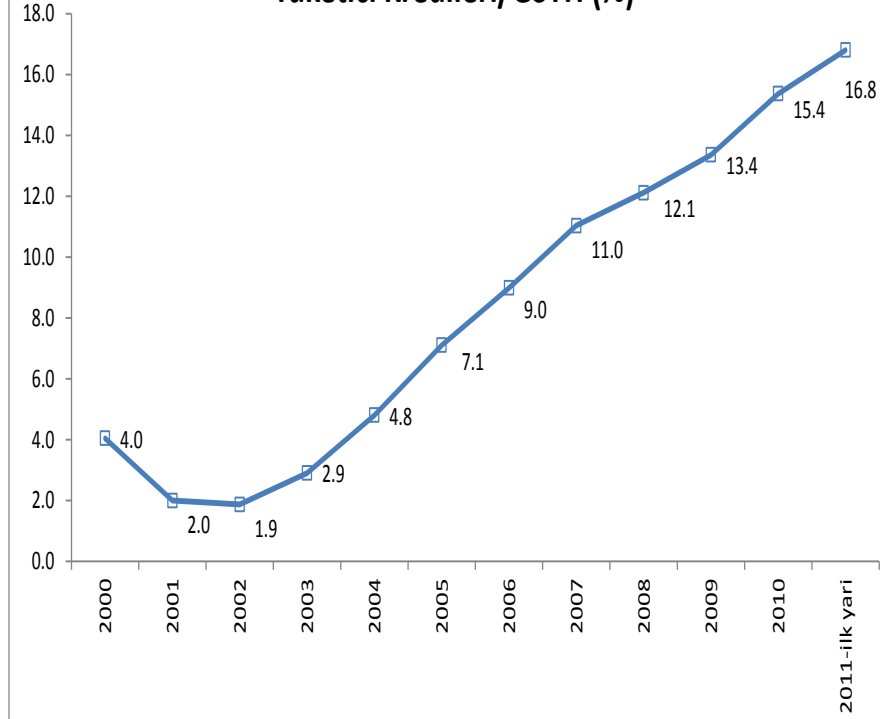


# Kredilerdeki gelişmeler

## Bankacılık Sektörü Toplam Kredi Hacmi/GSYH (%)



## Tüketici Kredileri/GSYH (%)



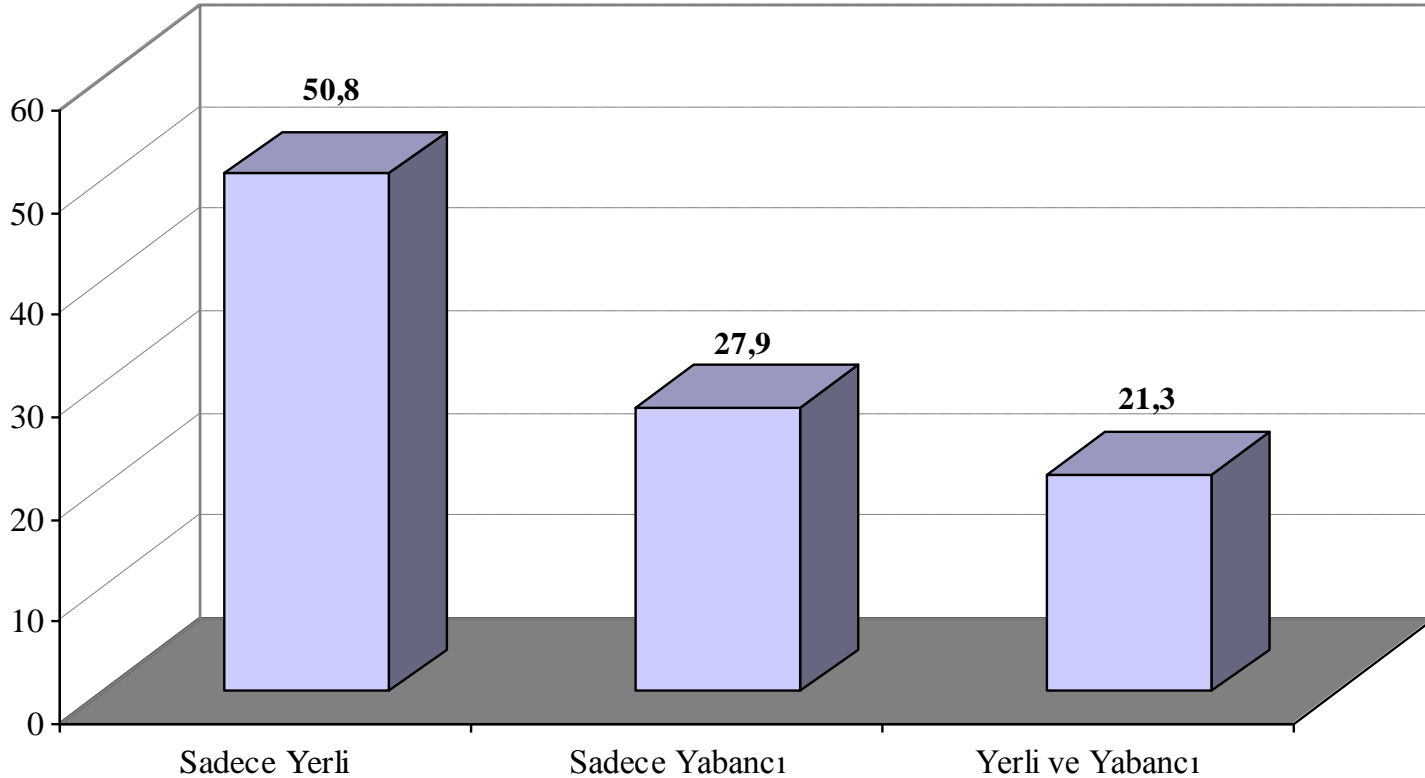
# Öneri ve Değerlendirmeler

- Dünya ve Türkiye ekonomisinde ortaya çıkan son gelişmeleri de dikkate alarak benzer çalışmalar önümüzdeki dönemde de yapılmalı.
- Dış ticaretin değişen coğrafi yapısı: Sadece yerli firmaların stratejileri ve pazarların büyüme dinamikleri değil küresel/çokuluşlu şirketlerin stratejileri de önemli.
- Küresel Üretim Zincirlerinin Etkisi:
  - Olumlu: - Pazar ve finansmana kolay erişim
    - Bilgi/teknoloji transferi
    - İşbölümü (verimlilik artışı)
  - Olumsuz: - Ortak (merkezi) satın alma politikası (?)
    - İşbölümünde uzmanlaşılacak alanın niteliği (?)

# Öneri ve Değerlendirmeler

## Küresel Rekabet ve Yapısal Değişim Ortamının Getirdiği Risk: Ana-Yan Sanayi bağının Zayıflaması

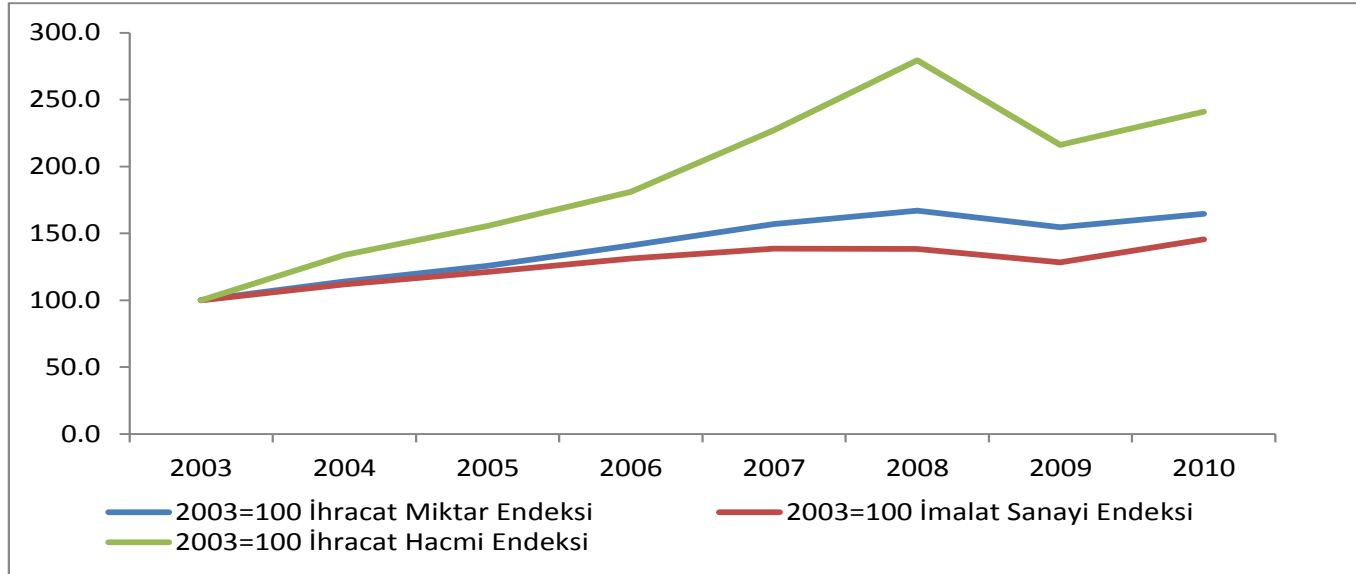
Faaliyetin Bir Bölümünün Devredildiği Yan Sanayi (%)





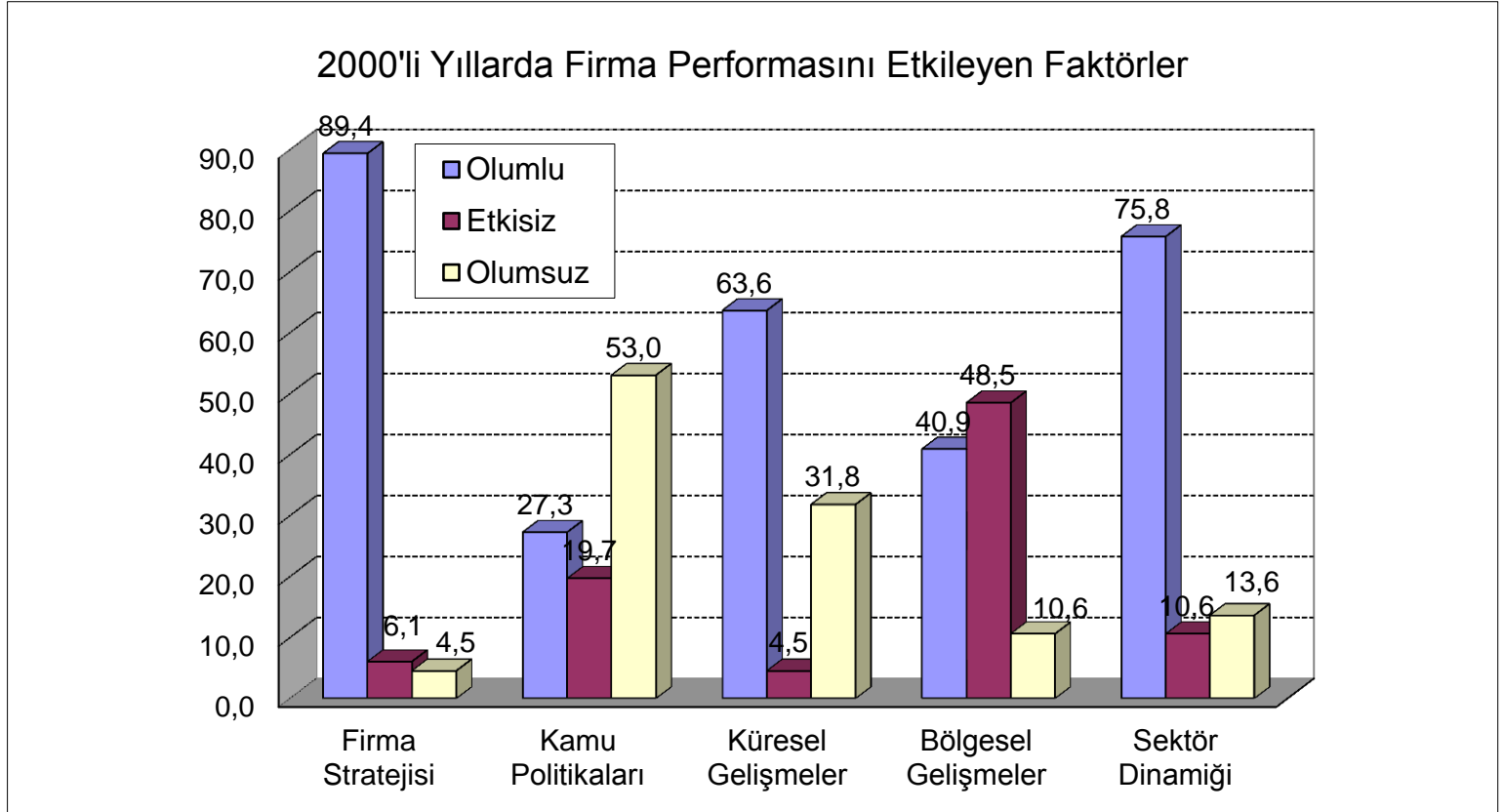
# Öneri ve Değerlendirmeler

- Dış ticarete dikey uzmanlaşma, küresel şirketlerin davranışı, azalan kar marjları, ithal girdiye artan bağımlılık özellikle ihracatın yarattığı katma değerin doğru bir şekilde ölçümünü güçleştiriyor. Uluslararası kuruluşlarda daha hassas ölçüm yöntemleri üzerinde çalışılıyor. Türkiye’de de bu yönde çalışmalar yapılmalı.
- Analizlerde dış ticaret ve rekabet gücü ihracat veya ithalat değeri üzerinden yapılıyor. Buna ek olarak, fiyat ve miktar etkileri ayrıştırılarak yapılacak analizler değerli bilgiler sunabilir.



# Öneri ve Değerlendirmeler

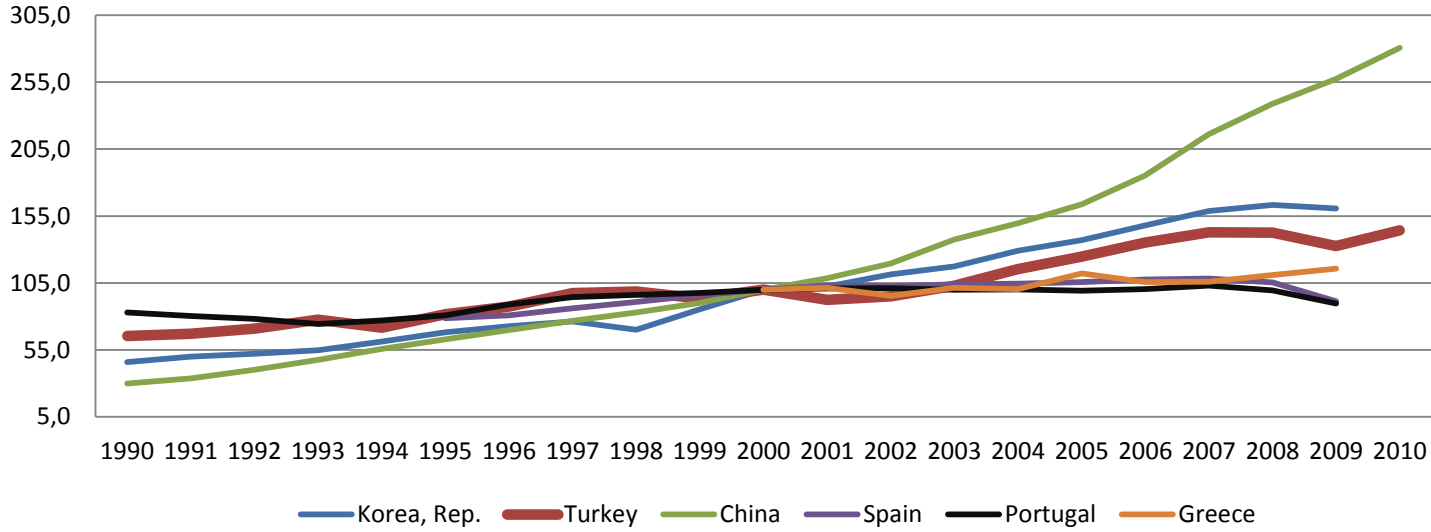
- «Türkiye'nin uzun dönemde hızlı bir şekilde büyüebilmesi için uluslararası ekonomi içindeki konumunu değiştirmesi gerekir... fakat bu yönde bir dönüşüm, şimdiye kadar olduğu gibi pasif politikalar temelinde değil, ancak ...sistemli ve sürekli aktif politikalar temelinde gerçekleştirilebilir.» Sistemli ve sürekli aktif politikaların başka çalışmalarda somutlaştırılması önem taşımaktadır.



**Teşekkürler**

# İmalat Sanayii & GSYH İlişkisi-Ülke Kıyaslamaları -2

Manufacturing Ind. Value Added(Constant US \$, 2000:100) Başarılı ve Başarısız Ülkeler



Manufacturing Ind. Value Added (Contant US \$, 2000:100)- Dünya ve Türkiye

