

BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ
STRATEJİK ARAŞTIRMALAR MERKEZİ

PANEL

**“Türkiye’nin Rekabet Gücü ve Dış Ticaret
Dengeleri”**

12 Mayıs 2004

AÇILIS

Prof. Dr. Enver HASANOĞLU
Başkent Üniversitesi
Stratejik Araştırmalar Merkezi Müdürü

Prof. Dr. Mehmet HABERAL
Başkent Üniversitesi Rektörü

KONUK KONUŞMACI

Oğuz SATICI
Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı

PANEL YÖNETİCİSİ

Prof. Dr. Orhan SEVİLENGÜL
Başkent Üniversitesi İ.İ.B.F. Dekanı

PANELİSTLER

Ertuğrul ÖNEN
Türk Dış Ticaret Vakfı Başkanı

Prof. Dr. Kerem ALKİN
İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Prof. Dr. Tamer MÜFTÜOĞLU
Başkent Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Tarih: 12 Mayıs 2004

Saat: 14:00

Yer: Başkent Üniversitesi Bağlıca Kampüsü
Avni Akyol Konferans Salonu Eskişehir Yolu 20. Km. ANKARA

Tel: (0312) 213 05 60- 212 90 74 –213 72 93

E-Posta: sam@baskent.edu.tr

[http:// sam.baskent.edu.tr](http://sam.baskent.edu.tr)

-PANEL-

SUNUCU- Sayın konuklar, bugün değerlendirilecek olan ‘‘Türkiye’nin Rekabet Gücü ve Dış Ticaret Dengeleri’’ konulu konferansımıza hoş geldiniz.

Açılış konuşmalarını yapmak üzere Stratejik Araştırmalar Merkezi Müdürümüz Sayın Prof. Dr. Enver Hasanoğlu’nu kürsüye davet ediyorum.

Buyurun hocam.

Prof. Dr. ENVER HASANOĞLU (Başkent Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezi Müdürü)- Sayın Rektörüm, değerli konuklar; Başkent Üniversitesi Stratejik Araştırmalar Merkezince düzenlediğimiz, bu eğitim-öğretim yılının son paneli olan ‘‘Türkiye’nin Rekabet Gücü ve Dış Ticaret Dengeleri’’ konulu panele hoş geldiniz.

Türkiye, dünya değişirken, gereken tempoda ve çapta değişmemenin sancılarını yaşıyor. Ülkemiz hâlâ ne istediğini bilemeyen, iç ve dış dünyayla ekonomik olarak istikrar yaratamamıştır ve yaşam kalitesi yükselen bir ülke görünümü vermemektedir. On yıllardır tünelin ucunda ışık beklerken gitgide yoksullaşan Türk insanının adil olmayan şekilde vizyonsuzluğun ve kötü ekonomik şartların bedelini ödemeye devam etmektedir. Yıllardır süren olumsuz şartlar bir çok nedene bağlanabilir. Ancak genel hatlarıyla bir çözümlemeye gidilirse, başlıca sorunlar şöyle özetlenebilir: Türkiye sahip olduğu kaynakları akıllıca yönetmemektedir. Çözüm üretme, öngörü ve uygulama kapasitesi yeterince gelişmemiştir. Toplumun her kesiminde değerler sisteminin aşılmasından kaynaklanan güvensizlik ortamı oluşmuştur. Bütün sorunları destekleyen, eğitimde kalitesizlik, amaçsızlık ve geleceğe yönelik bir vizyon oluşturulmamasıdır. Bu çerçevede bakıldığında sorunlar bunlardır.

Bugün burada tartışacağımız ve fikir alışverişinde bulunacağımız konu makro düzeyde belirttiğim bu temel sorunların ekonomik düzlemdeki yansımaları olacaktır. Bu açıdan bakıldığında, Türkiye’nin ekonomik olarak belli başlı sorunları vardır. Bu sorunların en kapsamlıları ve son dönemde oldukça etkisini hissettiren, bugünkü panelimizin de konusunu oluşturan Türkiye’nin son dönemde dünya ticaretinde rekabet gücünü kaybetmesi ve dış ticaret açığının artarak devam etmesi konularıdır.

Türkiye, son 20 yılda ekonomik olarak büyük sarsıntılar geçirmiştir. En son 2001 kriziyle büyük bir buhran yaşanmış ve uzun bir dönem krizin sıkıntıları atlatılamamıştır. Günümüzde ekonomik göstergelerin iyi bir seyir izlediği düşünülürken, son günlerde piyasalarda yeniden bir dalgalanma ortaya çıkmıştır. İhracattaki artışın yanı sıra ithâlâtın ihracat oranına daha fazla artış göstermesi cari açığının hızla artmasına neden olmuştur. Türkiye ekonomisinde yeniden oluşan bu dalgalanmalar nasıl bir seyir izleyecektir?

Dövizdeki artış iç ve dış piyasaları nasıl etkileyecektir? Önümüzdeki dönemde Türkiye'nin rekabet gücünü artıracak etkenler neler olacaktır? Dış ticaret dengeleri iç ve dış gelişmelerden nasıl etkilenecektir? Bu sorular akıllarımızı kurcalamaktadır. Bu soruların cevapları bugün düzenlediğimiz bu panelde konuk konuşmacımız ve panelistler tarafından verilecektir. Panelistlere, siz konuklara ve Sayın Rektörümüze her zaman desteğini bizlerden esirgemediği için teşekkür ediyorum. Panelin başarılı geçmesini diliyorum.

Sayın Rektörümüz sabah bir toplantıdaydı, bugün de bir toplantıda, bir ameliyatını da akşama erteledi. Onun için zannedersen bugün konuşmasını yaptıktan sonra saat:15:00 civarında burayı terk edecektir.

Teşekkür ediyorum.

SUNUCU- Açış konuşmalarını yapmak üzere Başkent Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Mehmet Haberal'ı kürsüye davet ediyorum.

Buyurun hocam.

Prof. Dr. MEHMET HABERAL (Başkent Üniversitesi Rektörü)- Değerli konuklar, böyle benim gibi başında çok değişik şapkalar taşırsanız, şartlara göre, şapkayı giyeceğiniz ortama göre de hareket etmek durumundasınız. Tabii başka arkadaşlarımızın bir yerde şanslılığı, bir yerde şanssızlığı da benim cerrah oluşum. Çünkü cerrahların -hele hele böyle benim gibi organ nakli cerrahı olursanız- 24 saatte nerede olacağınızı kestirmeniz çok zordur. Dolayısıyla hangi yerde, ne şekilde, kimleri bekleteceğimi doğrusu ben de bilemiyorum. Onun için peşinen "kusura bakmayınız" diyorum.

Stratejik Araştırmalar Merkezimize gerçekten çok teşekkür ediyorum. Özellikle bu sene, geçen seneden başlamak üzere çok önemli işler yaptı arkadaşlar. Tabii bu Merkezi kurarken ben arkadaşlarıma şunu söylemiştim: "Bakınız, stratejik araştırmalar sadece bir kurumun veya bir organizasyonun işlerini yönlendirecek merkezler değildir. Elbet ki Başkent Üniversitesinin stratejilerini saptaması ilk görevlerinden biri, ama esas önemli olan ülkemizdir. Çünkü Türkiye varsa hepimiz varız, dünyada başka Türkiye de yok. Dolayısıyla yapacağınız her şeyde ülkenin gerçek anlamıyla bize ihtiyaç duyulan konularında hassasiyet göstereceksiniz ve o konularda yoğun çalışmalar yapacaksınız." Gerçekten arkadaşlarımız bunu başarıyla gündeme getirdiler. Örneğin, bir Kıbrıs konusu burada tartışıldı, bir Irak konusu tartışıldı, bir Kafkasya konusu tartışıldı; yani bir çok konular tartışıldı. Bundan sonra da bu tartışmalar devam edecektir. Bugün de burada ülkemizin önemli sıkıntılarından birisi olan rekabet gücü tartışılacaktır.

Tabii, Sayın Hasanoğlu beni bağışlasın, ben hiçbir zaman kötümser olmadım. Önce ülkemizi çok iyi bilmek zorundayız. Şimdi ben buna dayanarak söylüyorum, bu Mehmet

Haberal, odun ateşinin ışığında ders çalıştı, bugün lazer kullanıyor. Lütfen, bunu iyi değerlendirin. Bakın, Türkiye’de okullar yoktu değerli arkadaşlar, bugün Türkiye’nin ulaştığı noktayı göz ardı edemeyiz. Türkiye çok önemli mesafeler kat etti. Hatta dahası, Atatürk’ün söylediği gibi, “Asrın medeniyet düzeyi ve onu da aşmak.” Evet, Türkiye bazı konularda özellikle asrın medeniyet düzeyine ulaştı, hatta onu da aştı. Dünyada birtakım ilklerin altına bu ülkeden imzalar atıldı değerli arkadaşlar, bunlar yadsınamaz, bunlar hiçbir zaman küçümsenemez.

Bir başka şey: Diyelim ki bu söylediklerimizin hepsi var. Var maalesef; bunların hepsi bugün var, “yahu, bunları görmek zorundayız.” Ama ben hep şunu söylüyorum -inanınız şimdi söyleyeceklerimi bu ülkenin en tepesinde kimler varsa, onlar dahil herkese söyledim-: İyisiyle, kötüsüyle bu ülke bizindir, Ay’dan insanlar gelip de bu problemleri çözmeyecek. Hele elin insanı gelip de bizim için burada bir şey yapmayacak. Lütfen bunları kabul edelim. Kim yapacak? Biz yapacağız. Hani söyledik ya, “Osmanlı İmparatorluğu bakın neler yaptı: Bu ülkeyi, bizleri Kapitülasyonlara mecbur etti” falan, bunların hepsi doğru. Bunların hepsi yanlış, yanlış; ama bir Atatürk geldi, bunların hepsini elinin tersiyle itti, dedi ki, “Yeni bir Türkiye, yeni bir ülke, yeni bir toplum ve siz yeniden bu ülkeyi yapacaksınız.” Bu bizim görevimiz ve çok şükür bugün Türkiye hakikaten çok önemli mesafeler kat etti. Hatalar yapılıyor mu? Çok yapılıyor. Dün yapıldı, belki bugün çok daha fazla yapılıyor, gereksiz yere problemler yaratılmaya çalışılıyor. Ama yine Atatürk’ün söylediği bir şey var, ne dedi; “Ben, miras olarak sadece bilim ve akıllı bırakıyorum” dedi. O halde yapacağımız nedir?

Eğer biz rekabet gücü diyorsak, rekabet gücü yaratmak istiyorsak, dayanağımız akıl ve ilimdir. Eğer biz gücümüzü akıldan ve ilimden alırsak, şüphesiz koltuğumuzdan değil, sırtımızda taşıdığımız cübbeden değil, gerçek anlamıyla ilimden alırsak o zaman yapamayacağımız çok az şey var. Rekabetin bana göre gerçek dayandığı yer de burasıdır değerli arkadaşlar. Eğer biz hakikaten dünya ülkeleriyle -bugün yapıyoruz aslında- rekabet etmek istiyorsak üretmek zorundayız. Ben zaman zaman yine şunları söyledim: Biz rekabet etmek istiyorsak, üretken Türkiye'yi yaratmak zorundayız. Üretimin temeli de bilgiye dayanır, eğitime dayanır. Eğer onu gerçekleştirirsek, üretimimizi geliştirirsek, hiç şüpheniz olmasın, biz herkesle rekabet edecek güçteyiz; çünkü ülkemiz öyle bir ülke ki, öyle bir şanslı ülkede bulunuyoruz ki, aynı anda dört mevsimi birden yaşayabilir bir ülkedeyiz. Değerli arkadaşlar, acaba dünyanın başka hangi ülkesi aynı anda dört mevsimi birden yaşayabiliyor. Neyimiz eksik değerli arkadaşlar?

Ben Finlandiya’ya gittim, havaalanında baktım, her yer parke döşenmiş; oradaki arkadaşlarıma sordum, “sizin yıllık milli geliriniz ne kadar?” diye. “Kişi başına 25 000 dolar”

dedi. “Peki, neyiniz var?” dedim. “Ağaçtan başka bir şeyimiz yok” dedi. Japonya’ya gittim, sordum onlara, dedim ki, “sizin neyiniz var kardeşim; demiriniz var mı, çeliğiniz var mı, o var mı, bu var mı?” “Bunların hiçbiri yok” dediler. Beni bir yere götürdüler Sayın Bilgin’le beraber; dağ gibi böyle, o müzik aletleri, aklınıza ne gelirse, her şey. Dediler ki, “işte bizim bunlarımız var, teknolojimiz var; işte biz bunlarla dünyada yerimizi bulduk.” Dolayısıyla, biz çok şanslı insanlarız. Gerçekten Atatürk’e, arkadaşlarına, aziz şehitlerimize ne kadar teşekkür etsek azdır ve inanıyorum ki bilgi gücümüzle, eğitimi gücümüzle biz üretebilirsek yahut da şöyle söyleyeyim, üretmeye devam edebilirsek, dünyada herkesle rekabet edebilecek düzeye geleceğiz. İnanıyorum ki bu panele katılan çok değerli panelistler bu konuyu çok daha detaylı bir şekilde anlatacaklar. Ben de bir yarım saat onları dinleyeceğim; 15.00’e kadar hiç olmazsa bir miktar daha onlardan bir şeyler öğrenebilirim.

Hepinize teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum.

SUNUCU- Şimdi konuşmalarını yapmak üzere Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı Sayın Oğuz Satıcı’yı kürsüye davet ediyorum.

Buyurun, efendim.

OĞUZ SATICI (Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı)- Sayın Rektör, saygı değer öğretim üyeleri, değerli öğrenci arkadaşlarım, öncelikle Başkent Üniversitesine ve Stratejik Araştırmalar Merkezine Türkiye'nin olaylarına karşı göstermiş olduğu tavır ve hazırlamış olduğu tartışma zemini için hem teşekkür ediyorum, hem de tebrik ediyorum.

Rekabet, dış ticaret, dış siyaset, marka, tasarım gibi konular birbirinden bağımsız gibi gözüktense de, aslında birbirine bağlı, hatta birbirilerine tamamlayan öğelerdir. Bu nedenle bu konuda bir konuşma yaparken ya da sizlere bu konudaki yaklaşımlarımızı anlatırken, konuyu sadece ekonomik değil, sosyal ve siyasi bileşenleri açısından da ele almamız gerektiğini düşünüyoruz. Dolayısıyla, “Türkiye'nin Rekabet Gücü ve Dış Ticaret Dengeleri” konusunda toplandığımız bu oturumda sizlere bir ihracatçının bakış açısı haricinde de bazı mesajlar vermeye çalışacağız.

Bize benzeyen ve bizimle yarışan gelişmekte olan ülkeler arasında, üzülererek söylemeliyiz ki, en fazla ihracatı ve en fazla dış ticaret hacmini gerçekleştiriyoruz, hatta dördüncü veya beşinci sıralardayız. Güncel bir inceleme yapıldığında da, Türkiye'nin gelişmekte olan ülkeler arasında mutlak rakam olarak en yüksek dış ticaret açığı veren ülke olduğu hemen göze çarpan bir gerçektir.

20-25 milyar dolar arasında gidip gelen bu açık, dış ticaret hacmimiz göz önüne alındığında tehlikesiz gözükmeyle beraber, üretimde ve rekabette bazı sorunların olduğunu

ortaya koymaktadır. Özetle, Türkiye rekabet ettiği ülkeler arasında dış ticarete en fazla açık veren, ihracatın ithalatı karşılama oranı en düşük ülke konumundadır.

Dış ticaret dengelerini bir tarafa bırakırsak, komşular ile ticarete Türkiye'nin rekabette ne kadar geride kaldığının da mesajı verilmemektedir. Komşularla ticaret, Türkiye gibi jeopolitik konumu ekonomi diplomasisiyle birleştirilmesi gereken bir ülke için önde gelen avantajlardan birisi olması gerekirken, dış siyasetimizin son 30 yıldaki, çağın gereklerine ayak uyduramayan yapısı potansiyelimizi köreltmıştır. Bugün rekabet sıralamasında öne çıkan ülkelerin hem dış siyasette, hem de dış ticarete bulunduğu coğrafyayı mümkün olan en yüksek mertebede kendi avantajlarına kullandığı ortaya çıkmaktadır. Dünyanın en zor coğrafyalarında bulunan Rusya, İrlanda, İzlanda, Şili gibi ülkeler bile coğrafyalarının verdiği kıt avantajı kullanarak rekabet sıralamasında Türkiye'nin üzerinde, hatta çok üzerinde yer almayı başaramışlardır.

2000 yılından itibaren komşularla ticaretinde önemli bir atağa kalkan Türkiye, bu önemli çabasıyla sadece toplam ticaret içersinde yüzde11'lik bir sinerji yaratabilmiştir. Üstelik bu oran son 2 senede bazı komşularımızla ikiye katlanan bir ticaret hacmiyle beraber yaratılabildiği. Bu rakamın 2, 3 yıl önce yakalandığı düşünülürse, 10 yıl önce böyle bir programı başlatmadığımız için üzülmemek elde değildir.

Rekabetin sadece tek yönden değil, teknoloji sayesinde her yönden geldiği ve giderek arttığı bir dünyada yaşıyoruz. Bu nedenle artık herhangi bir teoriye dayanarak ya da piyasanın şartlarına boyun eğerek üretmemelü lüksümüz yoktur; ama üretimi en dinamik ve en az maliyetli şartlarda da yapmak zorundayız. İşte dış ticaret dengesi ve rekabetin paralelliği burada devreye giriyor ve size iki önemli seçenek sunuyor: Birinci seçenek, en kaliteli ve en fazla katma değeri olan mal veya hizmetleri üretin ve küreselleşmeden faydalanarak dünyanın her köşesinde satın. İkinci seçenek, en kaliteli ve en ekonomik mal veya hizmeti küreselleşmenin yardımıyla dünyanın neresinde olursa olsun, bulun, alın, kapınızın önüne kadar getirin. Tabii biz ihracatçı olarak birinci şıkkı tercih edeceğiz veya tercih etmemiz gerektiğini düşüneceğiz. Fakat biraz önce bahsettiğimiz iki tercihin de günümüz koşullarında rasyonel olduğunu da kabul etmek zorundayız. İşte burada dış ticaret dengesi-rekabet denklemi, küreselleşme gibi son yıllarda hızla artan bir gelişme de eklenince belirleyici rolü almaya başlıyor.

Peki, rekabete ayak uydurmak adına dış ticaret dengelerini korumacı bir anlayışla sağlamaya kalkışmak mümkün müdür? Bunun cevabını, çok düşünmeden, piyasalara bakıp verebiliriz. Eski dönemlerde, milli menfaatleri koruma parantezinde yapılan birçok korumacı uygulama 21. Yüzyılda teknoloji ve piyasaların zorlamasıyla silinmiştir. Çünkü direkt

tüketiciye odaklı üretim biçimleri devletleri aradan çıkarmakta ve rekabet kavramının tarifinin yeniden yapılmasını zorunlu bırakmaktadır. Tüm bunlar bir ülkenin kendi ayakları üzerinde durması için dış rekabete karşı korunmasını imkânsız kılan, hatta bunu talep etmeyi bile mantıksız kılan gelişmelerdir. Dolayısıyla günümüzde rekabet, bazen benzer koşullarda olmasa bile, benzer amaçları elde etmeye çalışanların bir uğraşı olarak tarif edilebilir.

Rekabetin tarifi ne olursa olsun, dünyaca kabul görmüş ölçüm parametrelerine göre Türkiye'nin durumu bu açıdan pek parlak gözükmemektedir. Dünya rekabet sıralamasına baktığımızda, Türkiye'nin 2000 yılından beri büyük bir hızla listenin aşağı sıralarına doğru kaydığı gözlenmektedir. 2000 yılında 44. sırada olan Türkiye, bu haliyle Rusya'dan daha iyi durumdayken, bugün Rusya'nın tam 5 sıra gerisinde yer almaktadır. 2001 yılında 4 sıra düşerek 48. olan Türkiye, 2002'de 49, 2003'te hızlı bir düşüşle 56. sıraya düşmüştür ve bu yıl küçük bir yükselişle 55. basamakta yer almaktadır. Net söylemek gerekirse, içinde, gelişmiş ve rekabet ettiğimiz gelişmekte olan ülkelerin bulunduğu listede potansiyelimizi yansıtmayacak bir biçimde Brezilya, Şili, Kolombiya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Ürdün, Filipinler, Romanya, Sloven ya ve bunlara benzer sayabileceğimiz, dünyada rüştünü tam ispatlayamamış ülkelerin gerisinde bulunmaktayız.

Hal böyleyken, bir başka gerçeği de göz ardı etmek istemiyoruz: Bu ülkelerin pek çoğu birçok iç karışıklık ve finansal kriz yaşasa da, 1990'lı yılların başında bir yeniden yapılanma sürecine girmişlerdir. Eski Doğu Bloğu ülkeleri bu işi daha sıkı tutup, 1987 yılından itibaren iç ve dış borçlarını bankacılık ve finans, kamu yönetimi, özelleştirme, verimlilik ve rekabet konularında hatırı sayılır bir gelişme göstermişlerdir. Üzülerek söylemeliyiz ki, Türkiye 1. Körfez Savaşının etkilerini üzerinden atmaya çalışıp 1994'teki krize doğru yol alırken, Doğu Bloğu ülkelerinin çoğu yeniden yapılanma projelerini ya tamamlamış ya da tamamlamaya yakın durumdaydılar. Sadece bu örnek bile mikro bir analize gerek duymadan genel yaklaşımlarımızı ve rekabet konusundaki ağır kanlılığımızı gözler önüne sermektedir.

Mikro bir tartışmaya geçerseniz: Herkesin merak ettiği konu, döviz kurları ve dış rekabet arasındaki ilişkidir. Türkiye İhracatçılar Meclisi ve İhracatçı Birlikleri olarak bu konudaki pek çok tartışma ve çalışmaya imza koymuş bulunmaktayız. Son çalışmamız olan "Döviz Kurlarının Üretim ve İhracat Üzerindeki Yansıma Derecesi" teknisyenler ve bilim adamları arasında oldukça kabul gören bir çalışma olmuştur. Merak edenlere burada çıkan sonucu kısaca özetlemek istiyoruz.

Her ne kadar "döviz kurları ve dış ticaret arasında bağlantı yoktur" şeklinde iddialarda bulunan teknisyenler mevcutsa da, ekonometrik modeller bu varsayımı yalanlamaktadır. Fakat

döviz kurlarının rekabet için tek koşul olmadığı da bu çalışmada ortaya çıkmıştır. Hatta döviz kurlarının yükselmesinin dış ticaret ve ihracat üzerindeki etkisi sınırlı olarak belirlenirken, döviz kurlarının düşük seyretmesi büyük olumsuzluklar yarattığı da ortaya çıkmıştır. Yani döviz kurlarının düşüşünden ortaya çıkan zararlar yüksek seyretmesinde ortaya çıkacak muhtemel kârdan kat be kat daha fazla olmaktadır. Bu nedenle “döviz kurları çıkınca ihracatçının yüzü güler” ifadesini “döviz kurları düşünce ihracatçı, üretici, Türkiye zarar eder” cümlesiyle değiştirmek gerekir.

Tüm bu bilgiler ışığında, rekabet edebilmek için döviz kurunun mümkün olabilecek en dar dalga aralığında bulunması gerekmektedir. İçinde bulunduğumuz kur sistemi mevcut kırılmalıklar açısından bu talebe cevap verememektedir. Dolayısıyla, rekabetin ön koşulunun da kırılma olmayan, istikrarlı bir ekonomi olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu arada önemli olan, ekonomide hâkim olan aktörlerin rekabet dendiği zaman aynı tarifi yapabilmeleridir. Eğer aynı tarif yapılamıyorsa ve rekabetçiliğe ulaşmak için farklı politikalara sapılıyorsa, bu durum Türkiye'nin istikrarı, dış ticaret dengeleri ve dolayısıyla rekabet sıralamasındaki yeri açısından olumlu sonuçlar ortaya çıkaramayacaktır. Döviz kurlarının bir sebep değil, sonuç olduğunun bilinciyle, rekabet edebileceğimiz sonuçları yaratmak için para, kur ve ekonomi politikalarının tasarımları gereği de net olarak ortaya çıkmaktadır.

Döviz kurları sebebiyle artan ithalatımızdan doğan dış ticaret dengesizliği cari işlemler açığını da tetiklemektedir. Bu durumu muhtemel bir döviz krizi açısından incelemek son derece taraflı ve eksik bir yaklaşımdır. İthalatın bu artışında, üreticinin rekabet edebilme amacıyla bir tercih değişikliğine gittiği net bir biçimde anlaşılmaktadır. Diğer yandan, ihracattaki miktar artışının değer artışıyla buluşmaması da rekabet açısından incelenmesi gereken ayrı bir sorundur. Eğer dış ticaret dengeleri ve rekabet arasında bir bağlantı varsa, ki mutlaka vardır, Türkiye'nin iktisat politikalarını üretenlerin bundan sonraki yıllarda benimseyecekleri yol mutlaka ihracat olmalıdır. İhracatta değer artırmadan miktarı artırmanın rekabete hiçbir faydası olmadığı gibi, firmaların zarar etme sürecini hızlandıran bir gelişme olarak da ortaya çıkmaktadır. Firma bazında rekabet edebilmenin ve kâr edebilmenin ön koşulu çok üretmekte değildir. Kaldı ki maliyet muhasebesini iyi yapmadan alınan üretim kararları hem şirketlere zarar vermekte, hem de sektörlerdeki toplam kârlılığı düşürmektedir. Yabancı rakiplerimizle yarışmak yerine, birbirimizle rekabet etmek sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Tüm bu bahsettiğimiz bilgiler ışığında, bir ülkenin rekabetinin dış ticaretiyle ilgili aldığı kararlardan geçtiğini söylemek mümkündür. Dünya ekonomisi içinde ikinci sırada yer

alan Japonya bile ie donk büyüme stratejisi ve dış dünyaya kapalı olması sebebiyle, dünya rekabet sıralamasında 2000 senesinden beri iki basamak geriye düşmüştür. Bize benzeyen bir ülke olan Meksika, yine gelenekselliği küreselliğe tercih etmesi sebebiyle 2000 yılından bugüne kadar tam 23 basamak geriye düşmüştür. Bugün İtalya bile küreselleşmenin rüzgarını arkasına alamadığı için 2000 yılından beri 19 sıra geri düşmüştür ve sadece 4 basamak üzerimizde, 51. sıraya kadar gerilemiştir. Bu rnekler rekabetin sadece bir iki kriterle değil, birçok kriterle lldğn göstermektedir. Hatta bu rakamın 323 değişik kriter olduğunu söylemek fazlaca şaşırtıcı olmamalıdır. Fakat hangi kriterler olursa olsun, Türkiye'nin durumu dış ticaret dengeleri ve rekabet açısından bugün itibarıyla olumlu değildir. Hangi hükümet de gelirse gelsin, üretim ve rekabetle ilgili bir strateji eksikliği varsa başarısızlık kaçınılmaz olacaktır. Türkiye önümüzdeki 20 yıl içinde büyüme stratejilerini belirleyemezse, rekabet sıralamasında çok daha aşağı sıralara gelecektir, bu kaçınılmaz bir sonuçtur. Bu nedenle dış ticaretteki dengesizlikleri ve cari işlemlerdeki sorunları sadece kur riski açısından değil, rekabette geri kalma riski açısından da değerlendirmek gerekmektedir.

Özellikle siz geen ğrenci arkadaşlarımızın Türkiye'nin rekabet edebilirliği açısından önemli teorik ve pratik ürünler çıkaracağı umuduyla sözlerimi tamamlamak istiyorum. Yalnız sözlerimi tamamlarken, özellikle bir iki konuya ben de saygıdeğer hocam gibi dikkat çekmek istiyorum. Burada anlatmış olduğum şeyler bizi asla bir karamsarlığın içerisine sokmamalıdır. Bizim için bilgi, akıl, zek ve gerçek referans olmalıdır. Türkiye henüz keşfedilmemiş bir ülkedir. Ben, sizler gibi geen bir insan olarak, Türkiye'nin henüz bakir, keşfedilmemiş bir ülke olduğunu düşünüyorum.

Bakın, bir taraftan, şili'den, Kolombiya'dan bahsedip kendimizi zerken, diğer taraftan da dünya ticaretinden çok büyük pay alan İtalya'nın da benzer bir durumda, bizim sadece bir sıra önümüzde yer aldığını görüyoruz ve dünyada rekabetiliğimiz açısından en çok ve hiçbir biçimde nakit sermaye demeyeceğimiz bir değere sahibiz ki, bu, akıl ve zekadır. Biz bilgiyi, akılı, zekayı yaratıcılıkla birleştirip farklı, 323 tane kriter var dedik, 324. kriteri bulabiliriz ve o kriter bizi dünyanın en rekabetçi ülkesi, en rekabetçi insanları yapabilir. Ben bu umudu taşıyorum ve sizlerin de hedefi mutlaka bu olmalı diye düşünüyorum. Hepinizi gelecekteki çalışmalarınız için şimdiden kutluyor, saygılar sunuyorum.

SUNUCU- Konuşmalarından dolayı konuk konuşmacımız Sayın Oğuz Satıcı'ya çok teşekkür ederiz.

Panelimize geçerken, Panel Yöneticimiz Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Dr Orhan Sevilengül'; panelistlerimiz, Türk Dış Ticaret Vakfı Başkanı Sayın Ertuğrul nen'i, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Müdürü Sayın Prof. Dr. Kerem Alkin'i, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Sayın Prof. Dr. Tamer Müftüoğlu'nu kürsüye davet ediyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Efendim, hepinizi saygıyla selamlayarak, “Türkiye'nin Rekabet Gücü ve Dış Ticaret Dengeleri” konulu paneli açıyorum. Konuşmacılara söz vermeden önce birkaç cümle de ben söyleyeceğim, ben hakkımı kullanacağım.

Sayın Satıcı konuşurken, daha çok dış ticaretle ilgili yönüne değindi, belki diğer konuşmacılar da öyle değinecek. Ben biraz işletme açısından konuyu ele alarak -genç arkadaşlarım, öğrencilerim de buradalar, onların da “bu noktaya nereden geldik?” konusunda bilgileri olsun diye 80’li yıllardan bu yana bir küçük özetleme yapacağım.

1980 yılından önce, tüm işletmelerimiz için önemli olan üretmektir. Çünkü üretirsiniz, maliyetinizin üzerine belirli bir kâr marjı koyar, satardınız. Bizler o dönemde işletme bütçelerimizi hazırlarken de ilk önce üretim planlamasında başladık; çünkü önemli olan oydu, ondan sonrasını ona göre devam ettirdik. 80’de, bildiğiniz değişimlerden sonra, durum değişti. İşletmelerimiz ilk önce yurtiçinde, daha sonra da yurtdışında kendilerini dünya firmalarıyla rekabet ortamında buldular. Bu dönemde ben bir şirkette yönetici olarak çalışıyordum. Bağlı bulunduğumuz ana kuruluş değişmişti, yeni ana kuruluşun üst yöneticilerine şirketimiz hakkında bilgi sunduk, bir brifing verdik, brifingi de ben sunmuştum. Şirketimiz, ürettiğinin tamamını yurtdışına satan bir firmaydı. Diğer konuları da anlattıktan sonra, geliştirdiğimiz üretim sistemini anlattık ve maliyetlerimizin yoğunlaştığı aşamaları göz önünde tutarak, tabii ki paranın zaman değerinden yararlanalım diye üretimimizi belli aşamalarda frenlediğimiz ve satışa göre de üretimi gerçekleştirdiğimizi anlattım. Yani maliyet endişesini taşıyan ve aynı zamanda talebe de esnek olan, ona uyum gösterebilen bir sistem. KİT Genel Müdürü toplantıdan sonra dedi ki, “Anlattıklarınız çok ilgi çekti, belli ki bütün arkadaşlarımız da sorular sordular; ama ne yaparsanız yapın, sakın ola üretimi frenlemeyin, ful kapasite üretime devam.” Evet, aham nerede, ben nerede?!

Tabii bu aşamada bu yeni durumu kavrayamayan bazı firmalar da büyük zararlar ettiler, hatta bazıları battı. Bizim KİT Genel Müdürünün farkında olmadığı bir şey vardı; o güne kadar hep ne kadar çok üretirse ortalama maliyetler düştüğü için o kadar çok kâr ettiğini biliyor; çünkü o miktarda satıyor. Halbuki firmalar o tarihten sonra kurtlar sofrasına buyur edilmişlerdi, onun farkında değildiler. Onun için bu kurtlar sofrasında eğer rekabet gücünüz yoksa, yeriniz de yoktur. Bunun için de, sadece üretmek değil, rekabet edilebilir bir maliyetle üretmek söz konusudur. Sayın Satıcı ifade ettiler, tabii ki katma değerimizi de en yüksek oranda maliyetimize dahil ettiğimiz oranda başarılı olacağız.

Tabii bunların yansımaları, Sayın Rektörümüz, “umutsuz olmayın” dedi; ben şunları da umutsuz olmak için söylemiyorum. Sayın Satıcı da değindi, bir derece ilerlemiştir rekabet sıralamasında; iyi, iyi de, 56.lıktan 55.liğe gelmişiz. 80’li yıllarla mukayese edecek olursak, dış ticaretin değişkenlerinin boyutları da büyüdü. 2004 yılının ilk 3 aylık döneminde ihracatımız artmış, yüzde 24 oranında artmış, 13 milyar dolar olmuş; iyi de ithalatımız da 16 milyar dolar olmuş ve dış ticaret açığımız da yüzde 88 oranında büyümüş. O halde, Türkiye'nin rekabet gücü ve dış ticaret dengeleri arasında yakın bir ilişki var. Bu nedenle de panelimizin konusu bu şekilde belirlenmiş.

Ben daha fazla sözü uzatmayacağım; çünkü bu konunun erbabı karşınızda. İlk sözü Dış Ticaret Vakfı Genel Başkanı Sayın Ertuğrul Önen’e veriyorum.

Buyurun efendim.

ERTUĞRUL ÖNEN (Dış Ticaret Vakfı Genel Başkanı)- Teşekkür ederim hocam.

Türkiye İhracatçılar Meclisinin Sayın çok değerli Başkanı, Stratejik Araştırmalar Merkezinin değerli yöneticileri, saygı değer izleyenler, hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Bir kere, panel çok ilginç bir döneme rast geldi. “Türkiye’de dengeler tam kuruldu” denilirken, yeniden denge arayışlarının söz konusu olduğu bir dönemde bu paneli yapıyoruz. Şunu görüyoruz: Ülkemizde son bir buçuk yıldır gerçekten ilginç gelişmeler yaşıyoruz. Dış ticaretteki rekabet gücümüzü ve dış ticaret dengelerimizi tabiatıyla çok derinden etkileyen gelişmeler bunlar.

Takdir edersiniz ki, dış ticaret denilen olgu, sonuçta yatırım yapmayı, üretmeyi, tüketmeyi gerektiren ekonomik faaliyetlerin ya sonucudur ya da sebebidir. Dış ticaretimizde yaşanmakta olanları ve rekabet gücümüzü ekonominin bu genel yapısından soyutlayarak irdelememiz mümkün değildir. Onun için, müsaade ederseniz, sözlerime çok kısa ekonomik tespitler yaparak başlamak istiyorum.

İlk tespit: Bakıyoruz, 2003 yılında başlayan ve bu yılın da ilk aylarında devam ettiğini gördüğümüz çok canlı, performanslı bir ihracat ve ithalat gerçekleştirmeleriyle karşı karşıyayız. Rekor ihracat rakamları, rekor ithalat artışları bu dönemin belirleyici unsurları oluyorlar. İkinci tespitimiz: 2001 krizine kadar döviz sepetine dayalı, kur çıpası, sıkı para politikası ve denk bütçe esası üzerine oturtulan IMF programlarını görüyoruz; ancak bunun duvara toslamasından sonra, bu defa dalgalı kur rejimi, faiz dışı fazla elemanlarıyla sürdürülen bir ekonomik programla karşı karşıyayız ve 59. hükümet de, görünüyor ki, bu politikayı benimsemiş, uyguluyor. Üçüncü tespitimizse: Gelişmekte olan, hızlı nüfus artışına sahip olan ülkemizde yatırıma, üretime, istihdam alanları yaratmaya şiddetle gereksinim varken, Merkez

Bankamızın, kendisine sadece fiyat istikrarını ve enflasyonu tek hedef olarak aldığını, büyüme ve istihdam gibi konulara hiçbir şekilde ilgi duymadığını görüyoruz.

Bunun, bu ekonomik uygulamaların sonuçları ne oluyor? Bir, Türkiye'de yatırımın cazibesini kaybettiğini görüyoruz. Yabancı sermaye girişleri neredeyse sıfırlanmış. Üretim ancak zorunlu verimlilik artışlarıyla ve kapasite kullanım oranlarının sonuna kadar kullanılmasıyla yapılabiliyor. İstihdam sorununun boyutları giderek ürkütücü bir hale geliyor. İstikrar programı uygulamasında borçların yeniden yapılandırılmasına rağmen borç yükümüzün de artmaya devam ettiğini görüyoruz. Bütçe gelirleri artırılamıyor, bütçe denklığı ancak harcamalardan tasarruf yapılarak sağlanmaya çalışılıyor ki, bu da artık neredeyse imkânsız hale geldi. Sıcak paranın dolar bazında yüzde 30-40 reel kazançlar sağlayarak vurgununa devam ettiğini de gerçekten üzüntü ve endişeyle izliyoruz.

Çok kötü şeyler söyledim, diyeceksiniz ki, “hiç mi iyi bir şey yok bu ekonomide?” Evet, var. Enflasyon, 2003 yılından başlayarak, bana göre biraz da hızla, gereğinden fazla hızla tek haneli rakamlara çekildi. Faiz hadleri düştü, Hazinesin borçlanma maliyeti aşağı çekildi, görüldüğü kadarıyla Hazine borç servisini yapmakta zorlanmıyor. Yakın zamana kadar bir ödemeler dengesi problemiyle de karşı karşıya değildik. Tablo küçük nüans ve yorum farklarıyla bu. Medya ve malum çevrelere bakıyorsunuz, gerçekten bir “ekonomik bahar” yaşıyoruz, her şey güllük gülistanlık. 2001 krizinden önce de aynı şeyler vardı; yani “tünelin ucunu gördüğümüzü” söylüyorlardı, “6 ay sonrasını hesaplayabildiğimizi” söylüyorlardı, hatta yabancılar bugün de aynı şeyi söylüyorlar, “IMF programların fevkalâde başarılı uyguluyorsunuz, aferin size” diyorlar. Ancak gerçek kısa bir süre önce ülkemize gelen Nobel ödüllü iktisatçı Joseph Stiglitz tarafından bir kere daha altı çizilerek teyit edildi. Söylediği şu: “IMF’in kendi misyonu vardır, o kendi misyonunun gereklerini yapar. Ülkenin ekonomik büyümesi, istihdam sorunu IMF’i kesinlikle ilgilendirmez. Ta ki siz bunları da içeren bir istikrar programını IMF’e kabul ettirirseniz, re âlâ.” Söylediği bu.

Ülkemizin dış ticaret dengeleri ve rekabet gücü işte bu ekonomik faktörlerle sarmalanmış durumda ve dolayısıyla bunlardan etkileniyor. Diyeceksiniz ki, “bu yalnızca bu senenin sorunu mu?” Hayır, bakıyoruz, ülkemizin ekonomik koşulları yıllar itibarıyla hemen hemen hep benzer durumlarla karşı karşıya kalmış. Siyasi ve ekonomik istikrarsızlık yakın geçmişimizin adeta bir kaderi olmuştur. Bunun sonucu olarak, dış ticaretimize bakıyoruz, son 23 yılda müthiş zikzaklar çizmiş. Rekor artışlar var, rekor düşüşler var; üç sene peş peşe hiç aynı olmamış. Mesela 1981’de, bakıyoruz, yüzde 61.6 gibi muhteşem bir artışla karşı karşıyayız; aradan 5 sene geçmiş, tabii o arada yine zikzak çizmişiz, yüzde 6.3 azalmış. Benzer gelişmeleri ithalatımızda da görüyoruz; bakıyoruz, 95’te yüzde 53.5’lik bir artış var,

dönemin en yüksek ithalat artış hızı, 23 yıllık periyodun; keza 2000 yılında hepimizin bildiği malum sebeplerle yüzde 34'lük bir artış var. 2000 krizine geliyoruz; yani 2000 yılında yüzde 34 artıyor, 2001'e geliyoruz, yüzde 21 geriliyor. İhracatın ithalatı karşılama oranıysa tam bir bilmece; yani bazen yüzde 80'lerin üzerine çıkıyor, bazen yüzde 50'lere geriliyor. Kararsız, dengesiz, istikrarsız bir seyir ve bizi dünya ticaret liginde, keza rekabet liginde, Sayın Satıcı'nın da ifade ettiği gibi sürekli altlarda bırakan bir 23 yıllık dönem karnesine sahibiz.

Diyeceksiniz ki, "böyle bir ülkede insanlar, işletmeler, sanayiciler, ihracatçılar önlerini nasıl görsünler?" Bakın, bir tane örnek vereceğim; TÜSİAD'ın 2001 Raporunu okuyoruz, oturuyoruz, rekabet gücünden, dış ticaret dengelerinden bahsediyoruz. Geçen yıl 47 milyar dolara yakın bir büyüklük yakalamışız; gerçekten son derece önemli bir ihracat artışı, ancak Dünya Ticaret Örgütü'nün verilerine bakıyoruz, 15 milyonluk Hollanda 230 milyar dolar, 10 milyonluk Belçika 180 milyar dolar, küçük bir ada devleti olan, dünyanın tanımadığı Tayvan 122 milyar dolar, Güney Kore 150 milyar dolar, birer şehir devleti olan Hong Kong 191, Singapur 122 milyar dolar. Yani en kötüsü neredeyse bizi üçe katlamış. Dünya ticaretinden aldığımız pay nedir; hâlâ yüzde 1'in altında. Son 23 yılın karnesi bu. Durum bu

Peki, 2003'te ne yaşamışız? 2003'ü çok başarılı bir yıl kabul ediyoruz, 46.9 milyar dolarlık bir ihracat, 68.7 milyar dolarlık bir ithalat, neredeyse 22 milyar dolara varan bir dış ticaret açığı ve ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 70'lerin altına inmiş, yüzde 68 olarak gerçekleşmiş. İhracatımıza bakıyoruz, aşağı yukarı yüzde 90'ı aşkın bölümü sanayi ürünü ve seviniyoruz "aman ne güzel" diye. Ama bakıyoruz, bunların yüzde 91'i, yani yüzde 90'ın yüzde 91'i ara malı, ham madde, tüketim malı. Yüzde 9 sermaye malı ihraç ediyoruz; yani olmazsa olmaz diyebileceğimiz, teknoloji ürünü diyebileceğimiz fazla bir ihracat kaleminizin olmadığını görüyoruz. Buna mukabil, ithalatımızda ilginç gelişmeler var; yüzde 72.6'sı ara malı, yani bu da kurdan kaynaklanan, sanayiinin tercihlerini değiştiren bir gelişmeyi gösteriyor. Yine ilginç bir husus, en çok artış da tüketim mallarında görülmüş, yüzde 49 artmış tüketim malları ithalatımız.

Reel sektör açısından gerçekten çok olumsuz sayabileceğimiz bu koşullara rağmen, ihracat artışının nedenlerini irdelemek istiyorum. 2003 yılında yüzde 30'luk bir artış sağlamışız, ama ardından oyunbozanlık edenlerin sesleri yükselmiş, odalar, ihracatçı birliklerinin başkanları, temsilcileri bu artışın yanıltıcı olduğunu, gerçekleşen artışın daha küçük kaldığını söylemeye başlamışlar. Ekonomi yazarlarıysa, rakamları irdeleyerek, düzeltme katsayılarıyla düzeltme yoluna gitmişler. Bir şey var, gerçekten bu tezadı açıklamakta herkes güçlük çekiyordu, ben de şahsen güçlük çekiyordum. Bir ülkede milli para reel olarak hiçbir ekonomik gerekçeye dayanmadan yüksek oranda değer kazanırken ve

sanayicisinin, ihracatçısının eline geçen para azalırken, o ülkenin ihracatı sanki tersi oluyormuş gibi nasıl böylesine artış gösteriyordu? Türkiye'de ekonominin kuralları farklı mı çalışıyordu? Bu soruyu cevaplamak için, izninizle, Türk Lirasının gerçekten ihracatçımızı rahatsız edecek kadar değer kazanıp kazanmadığına bir bakalım.

Merkez Bankasının hepinizin malumu olduğu bir reel kur endeksi vardır. 95 yılı baz alınarak yayınlanan bu reel kur endeksine göre, 2003 yılı sonu itibarıyla tüketici fiyat endekslerine göre yüzde 40, toptan eşya fiyat endeksine göre Türk Lirası yüzde 26 değer kazanmıştır. Bu, 2004'ün ilk 3 ayında da devam etmiştir ve bu oranlar sırasıyla yüzde 54 ve yüzde 43'e ulaşmıştır, yani neredeyse yüzde 50'ye varan oranda Türk Lirası reel olarak değer kazanmıştır. Bu arada her şeye rağmen çift haneli enflasyonu da yaşıyorduk, yani dolayısıyla Türkiye'de üretim girdilerinin fiyatlarının aşağı indiğini de söylemek mümkün değildi. Bazıları diyorlar ki, “yahu, dalgalı kur sistemidir, nasıl olsa kur kendi dengesini kendisi sağlayacaktır.” Ancak, insaf, Türkiye'de bu kadar sığ piyasalarda bu sistemlerin işlediğini söyleyebilir miyiz? Piyasanın aktörleri piyasayı hangi yöne götürmek istiyorlarsa o yönde etkiliyorlar; onun için ben bu sisteme dalgalı kur değil, “maniple edilen dalgalı kur sistemi” diyorum.

Halen geldiğimiz nokta, samimiyetle söylüyorum, 2001 krizi öncesi kadar kritik bir noktadır. Tabii son iki haftanın değişimleri bu tabloyu biraz değiştirmektedir, onu da ifade etmek isterim. Türkiye'de bu savı öne sürenlere karşılık ben bir şey söylemek istiyorum, hani “ihracatçı niye bu kadar bu kura takıyor?” diyorlar. Amerika Birleşik Devletleri ekonomi yönetimi, biliyorsunuz, bilinçli olarak dış ticaret açığını azaltmak ve rekabet gücü kazanmak için doları daha az değerli kılacak politikalar izledi ve bu Avrupa Birliğini ayağa kaldırdı. Niçin; yüzde 14'e varan bir değer değişimi olduğu için. Bizim ihracatçımız, biraz önce ifade ettim, yüzde 50'ye varan bir değer kaybına uğramış, bunu dile getirince, diyorlar ki, “ihracatçı, rekabet gücünü yalnızca kura dayandırmamalıdır.” Reel bir kur olsa, hakikaten itiraz etmemek lazım, ama biraz önce o kurun nasıl belirlendiğini ifade ettim.

Bir de şu var: Deniyor ki, “yahu, kur böyle, ama Türkiye buna rağmen bu ihracatı gerçekleştirdi, bu kura rağmen gerçekleştirdi.” İsterseniz, bir de bu rekor ihracatın gerisindekilere bir bakalım; yani bu kura rağmen bu ihracat nasıl gerçekleşmiş? Hepinizin bildiği gibi, Türkiye'nin ihracatının aşağı yukarı yüzde 65-70'i euro bölgesindedir; yani euronun 2003 yılında dolar karşısında yüzde 14 dolaylarında değer kazandığını tespit edersek, dolarla ifade edilen ihracat değerini bir katsayıyla yeniden hesaplamak gerekiyor. Ben bu hesabı yaptım. Benim hesabıma göre, ihracatımız, doların değişmediği varsayımına göre 43 küsur milyar dolar oluyor; dolayısıyla artış hızı da yüzde 30 değil, yüzde 19 oluyor. Yani

yüzde 11'lik ihracat artışı bizim ekonomimizin değil, euronun performansının sonucudur diyorum ben. Ancak kriz etkilerinin henüz silinmediği bu dönemde yüzde 19'luk artış da küçük bir artış değil; yani bunu da takdirle karşılamak lazım. Bu nasıl gerçekleşti; bir de ona bakalım isterseniz.

Birincisi, hepimiz bu ülkede yaşıyoruz, iç talep fevkalade daralmıştır ve daralan iç talep kısmen ucuz ithalatla karşılanmaktadır. Dolayısıyla girişimcilerimize ihracat yapmaktan başka bir seçenek kalmamıştır ayakta durabilmek için. Bugün bir ülkeye rekabet gücü ve direnci kazandıran birçok unsur vardır; coğrafi konumundan iklimine, hammadde imkanlarına, altyapısına, insan gücüne, rejimine, üretim girdilerine, izlenen ekonomik politikalarına, finans sektörüne, şirketlerinin dış şartlardaki bilgi ve becerilerine, bilimsel ve teknolojik düzeyine kadar. Ancak bunlardan daha önemli bir unursa, o ülkenin ve mallarının imajıyla, yarattığı markalardır.

Ülkemiz, maalesef, yarım asrı aşkın mutlak korumacılık yapmasına rağmen, şirketleri bu imkânı iç piyasada tekelleşmek için kullanmış, Avrupa veya dünyada tanınan bir marka yaratamamıştır. Oysa sanayileşme ve korumacılık serüveni bizden çok daha kısa olan Güney Kore, bizlerin de tanıdığı onlarca marka yaratmıştır. Bunun içindir ki ihraç mallarımızın piyasa emniyeti yoktur. Satış koşullarında yapacağımız değişiklikler yıllarca ilişkide olduğumuz piyasaları çok çabuk kaybetmemiz sonucunu doğurabilmektedir. Fasonculuğun kaderi budur; zira piyasa sizin değil, adına üretim yaptığınız marka sahibinindir. Bu sebeptendir ki, yakın çevremizden birçok girişimci uzun yılların çabasına dayalı piyasalarını kaybetmemek için ve olabilecek zararlarını geleceğin güzel günlerinde telafi edebilmek düşüncesiyle maliyetine ve zararına satışlarla ihracata devam etmişlerdir.

Bir diğer husus: İhracat kalemlerini incelediğimizde, ithal girdi oranı yüksek ve birçoğunda ithalatçısı olduğumuz kalemlerdeki ihracat artışının ortalama ihracat artışının üzerinde olduğunu görmekteyiz. Yani bizim ürettiğimiz değil, ithal ettiğimiz ve ufak katkılarda bulunduğumuz malların ithalatı ihracatımızı sürükleyen lokomotif kalemler haline gelmiştir. Türkiye yağ ithalatçısıdır, hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağları da yüzde 120'lik artış sağlamıştır. Mineral yakıt ve yağlar yüzde 33'lük, plastik mamullerinde yüzde 35'lik, kauçuk ve kauçuktan eşyada yüzde 33'lük, otomotivde yüzde 58'lik. Bunlar ithal girdisi yüksek olan mal kalemlerinin ihracatımızda öne çıktığını göstermektedir. Aynı şekilde, ithal girdiler yerli girdileri ikame ederek sanayiimizi için ciddi bir tehlike oluşturmaktadır. Bugün en güvendiğimiz, katma değeri en yüksek olan tekstilde bile, 1989'da tekstil ihracatımızın ancak yüzde 50'si kadar tekstil ithalatı yaparken, bu oranın 2003 yılında yüzde 78'lere çıktığını görüyoruz.

İhracat artışının ana nedenlerini yukarıda irdelemeye çalıştım. 2004 yılında kurların bu düzeyini koruması halinde aynı performansı gösterebilecek miyiz? Ben diyorum ki, gösteremeyeceğiz. Nitekim, 2004'ün ilk 3 ayının sonuçları gümrük gerçekleştirmelerine göre açıklandı. Burada da ihracatın artış hızının yavaşladığını, ithalatın artış hızının arttığını ve dış ticaret açığının geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 88 daha yukarıya çıktığını görüyoruz; bu da gösteriyor ki, biz bu işi böyle devam ettirdiğimiz takdirde yürümeyecek.

Ciddi kaygı taşıyorum. Bugün kapasite kullanım oranları sonuna varmıştır, yüzde 80'lerin üzeriyle ifade edilmektedir. Bu, pratik olarak baktığımızda, Türkiye'nin kapasite kullanımının sonuna geldiğini gösterir. Üretimimizi, ihracatımızı artırmamız için yeni yatırım yapmamız lazım. Daralmış bir iç piyasayı esas alarak yatırım yapılmaz. İhracat da yapamıyorsunuz; çünkü ihracat karlı değil. O zaman niye yatırım yapacaksınız?! Diğer taraftan, ülkemizde zaten yatırıma ayrılacak kaynak da çok düşük; bu nedenle yabancı sermayeye ihtiyacımız var. Ancak parası bu derece aşırı değerlenmiş bir ülkeye de yapacağınız yatırım, belli bir süre sonra mali paranın gerçek değerine oturmasıyla sizi kısa zamanda yatırım parası birimiyle önemli zararlara uğratabilir. Dolayısıyla doğrudan yabancı yatırımcılar bu riski almak istememektedirler; o nedenle de Türkiye'ye doğrudan yabancı sermaye gelmiyor.

2003 yılı sonu itibarıyla 22 milyar dolarlık bir dış ticaret açığı var elimizde. 2004 yılında bunun, bu koşullar devam ettiği takdirde daha da büyüyeceğini tahmin ediyorum. 2001 krizi öncesine bakıyoruz, 1999 ve 2000 yıllarında toplam 40.7 milyar dolar dış ticaret açığı vermişiz. 2003 yılında neredeyse 22 milyar dolar açık vermişiz, benim tahminim bu koşullar böyle devam ettiği takdirde, 2004 yılında 30 milyar dolara yakın dış ticaret açığı vereceğiz. Bu 2001 krizinin öncesinden de çok daha kritik bir durumla karşı karşıya olduğumuzu göstermektedir. Nitekim, zaten bakıyorum, 2004 için tahmin edilen dış ticaret açığı 23 buçuk milyar dolar; biz de biliyorsunuz, bu tahminler hiç tutmaz, en az yüzde 20-30 yanılır, dolayısıyla 30 milyar dolar dersek pek abartmış olmayız diye düşünüyorum.

Faizin ve enflasyonun düşürülmesi vazgeçilmez hedeflerdir, kabul ediyorum; ancak bunu, üreten sektörün istihdam ve büyüme politikalarının gereklerine dikkat etmeden yapmak mutluluk getirmez. Bunun böyle olduğunu da şu son gelişmelerle görmeye başladık.

Konuşmamın sonuna yaklaşıyorum, bir küçük şeyle tekrar şunu söyleyeceğim: “Daha çok üreten, daha çok ihracat yapan ve bu yolla istihdam, dış ticaret ve dış sermaye açığı problemlerini daha aza indiren, zamanla ortadan kaldıran politikalara gereksinim vardır. Aksi takdirde ekonomide yaşanan ihtiyatlı iyimserlik bir müddet sonra ekonominin acı gerçekleriyle yer değiştirecektir” demişim Dünya gazetesinde birkaç ay önce çıkan bir

yazımda. Bugün kurlar yükselmekte, faizler artmakta, üretmeyen ekonomi, tabir yerindeyse, sanal ekonomi yandaşlarından intikamını almaya başlamaktadır. Sonuç göstermektedir ki, 23 yıl içerisinde 4.7 milyar dolardan, 46.9 milyar dolarlık bir ihracat büyüklüğüne ulaştık; ancak dünya ticaret liginde hâlâ çok altlardayız. Siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklar ülkeyi istikrarlı büyüme ve ekonomisini dışa dönük olarak geliştirme imkânı vermiyor. Sürekli krizler yaşıyoruz, ekonominin dengeleri kısa aralıklarla değişiyor, fırsatları kaçırmıyoruz. Borçlu devlet, sanayiinin ihtiyaçlarına gitmesi gereken kaynakları bütçe açığını finanse etmekte kullanıyor. Rant ekonomisinin çarkları üretim çarklarından daha hızlı ve muntazam dönüyor. IMF'in dayattığı politikalar yaramıza merhem olmuyor, bizi bir krizden diğerine sürüklüyor. Türk özel sektörü uzun yılların korunma avantajını uluslararası düzeyde güçlenmek, imaj ve marka yaratmak için kullanamadığından fasonculuğumuz devam ediyor, piyasa emniyetimiz bulunmuyor. Ülkemizin rekabet gücünün ve dış ticaret dengelerinin işte böyle bir zeminde oluştuğunu üzümlere ifade etmek isterim. Söyleyeceklerim bu kadardır.

Teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Sayın Önen'e teşekkür ediyoruz ve sözü İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Sayın Prof. Dr. Kerem Alkin'e bırakıyorum.

Buyurun hocam.

Prof. Dr. KEREM ALKİN (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü)- Teşekkür ederim.

Öncelikle, bir kere mevkidaşız; çünkü kendisi de Başkent Üniversitesinin eski müdürü, hocam, fakat tabii daha kısa bir süre öncesine kadar rekabetin en başındaki insanlardan bir tanesiydi. Dolayısıyla öncelikle sözü bana verdiği için hem özür diliyorum, hem teşekkür ediyorum. Bir canlı yayına yetişme problemim olduğu için herkesten de özür diliyorum bu arada.

Demin, tünelin ucundaki ışıktan bir fıkra aklıma geldi, onunla başlayalım isterseniz. Dursun ile Temel mağaraya girmişler, koşarak mağaranın öbür tarafını bulmaya çalışıyorlar. O sırada karşıdaki ışığı görünce, Temel demiş ki, "Dursun, ışık; demek ki çıkışa yaklaşıyoruz." Ama o sırada da ışıktan şöyle bir ses gelmiş, "uuuuu!" diye. Dolayısıyla inşallah biz de benzer bir tren olayıyla karşı karşıya kalmayız. Yani tünelin ucundaki ışık bazen tehlikeli olabiliyor. 10-13 Hazirandan sonra, Avrupa Birliği Parlamentosu seçimlerinden sonra, zaten Avrupa Birliğine doğru gittiğimiz tünelde de tren mi bize karşı geliyor, biz mi trene doğru koşuyoruz, o da belli olacak.

Şu ana kadar rekabet konusunda pek çok şey söylendi, Türkiye'nin dış ticaret dengeleri noktasında; ama belki Türkiye'nin, aslında dünya ekonomisinin şu anda içinde bulunduğu süreç açısından bakıldığında, çok da zayıf bir nokta da olmadığını da göz ardı etmemek lazım. 1990'ların ikinci yarısında, biliyorsunuz, bir Asya krizi yaşandı 97'de bu yana. Bu Asya krizi, genel olarak belki 2000 yılında dünya ekonomisindeki bir miktar göreceli canlanmayla terk edilmiş veya büyük ölçüde üstesinden gelinmiş gibi gözüktü; ama aslında genel anlamda bakıldığında, dünyada ciddi bir global talep daralması sorununun devam ettiğinden söz edebiliriz. Yani dünya ekonomisi, özünde bakıldığında, 190 ülkenin yeterince büyümesini sağlayacak bir ölçüde büyümüyor.

Tabii, global talep daralmasının bir çok nedeni var. Her şeyden evvel, dünya ekonomisinde olağanüstü bir gelir dağılımı adaletsizliği var. Toplam hacim olarak 37 trilyon dolarlık bir dünya ekonomisinden söz ediyoruz; yani 190 ülkenin Gayri Safi Milli Hâsılasını topladığımızda, 37 trilyon dolar gibi bir dünya ekonomisi var ve bu 37 trilyon dolarlık dünya ekonomisinin yaklaşık yüzde 75'ini dünya nüfusunun sadece yüzde 15'ini temsil eden en büyük 7 veya 8 ekonomi ellerinde bulundurmakta. Yüzde 85'lik nüfus için yüzde 25'lik bir pay kalıyor. O yüzde 85'lik nüfus içerisinde de, aralarında Türkiye'nin de yer aldığı Çin, Hindistan gibi bazı ülkeler var ki, bunlar da elverdiğince dünyanın gelişmiş ekonomileri arasına, yani şampiyonlar ligine geçebilmek için olağanüstü bir mücadele içerisinde. Onlar da kalan yüzde 25'lik Gayri Safi Milli Hâsılasının hemen hemen yüzde 85'ini almaktalar. O zaman şöyle bir ürkütücü tablo ortaya çıkıyor ki; dünyanın yaklaşık 175 tane ülkesi dünya Gayri Safi Milli Hâsılasının yüzde 5'yle geçinmeye çalışıyor. Sonuç: Bugün itibarıyla, dünyada aşağı yukarı 1.1 milyar insan yaklaşık 1-1.5 dolar arasında ki, 1.5 dolarlık günlük satın alma gücü açlık sınırı anlamına gelir, bu seviyede bir yaşam mücadelesi vermektedir. 2010 yılında 2.3 milyar insan yaklaşık 1.5 dolar seviyesinde bir yaşam standardına sahip olacak, bu da açlık sınırıyla yoksulluk sınırı arasındaki bir seviyeyi temsil ediyor.

Dolayısıyla dünyanın 7 büyük ekonomisi 90'lı yılların sonlarında şu temel gerçeği gördüler ki; 21. Yüzyılın dünyasında global talep daralmasına, dünyadaki bu küresel yoksulluğa, derinleşen yoksulluğa seyirci kalma ihtimalleri yok. Çünkü 90'lı yılların sonlarında şu temel gerçeği gördüler ki; bu yoksulluğa ve bu dünya ekonomisindeki bu gelir dağılımı dengesizliğine seyirci kalmaları halinde, buradan çıkacak net sonuç küresel terördür. Nitekim, bu konuda haklı olduklarını da pek çok olayla yaşadılar. Amerika Birleşik Devletleri, tarihindeki en ürkütücü saldırıya 11 Eylül'de maruz kaldı, ondan sonra jetonlar biraz daha sert ve kuvvetli düştü. Dolayısıyla bir şeylerin acilen yapılması konusundaki çabanın arttığını görmekteyiz.

99'dan itibaren şöyle bir kurgulamaya gittiler: “Ne yapmak lazım?” Dünya ekonomisindeki bu trendi ve özellikle G-7 ekonomileri için tehlikeli olabilecek olan bu trendi, dünya ekonomisinde küresel yoksullaşmayı daha da derinleştirecek olan bu trendi değiştirmek için mutlaka belli bir coğrafyada olağanüstü bir hareketlilik başlatmak gerekiyor ve gözlerine Avrasya bölgesini kestirdiler. Son derece basit bir nedenle; çünkü Avrasya bölgesinde, neticede bir yer altı zenginliği var, dolayısıyla bu yer altı zenginliğinin dünya ekonomisine kazandırılması halinde, muhakkak ki bu ekonomiler bu yer altı zenginliklerinin dünya ekonomisine kazandırılmasına bağlı olarak bir satın alma gücü sıçraması yaşayabilirler.

Dolayısıyla 2010-2015 periyodunda, öncelikli hedeflerden bir tanesi, aralarında Türkiye'nin de bulunduğu Avrasya bölgesindeki ülkelerin önemli bir kısmını, 300 milyonluk bir vatandaş grubunu dünya ekonomisi için global tüketici olarak dünya ekonomisine kazandırmak. Tabii, hal böyle olunca, Saddam Hüseyin benzeri rejimlerin çok hayırlı rejimler olmadığı da ortaya çıktı; yani 1980'lerin soğuk savaş döneminde, Saddam Hüseyin tipi rejimler Batılı ekonomiler için hiç rahatsız edici olmayabilirdi. Fakat 21. Yüzyılın dünyasında dikta rejimlerinin yarattığı şöyle bir problem var: Diktatör, ailesi ve etrafındaki bir grup arkadaş çevresi bu ülkede üretilen ham petrol, doğal gaz veya buna benzer gelirin önemli bir kısmını cebe indiriyorlar; yani rüşvet vesaire ve dolayısıyla kalan nüfus son derece berbat bir yaşam standardında hayatını sürdürüyor. Dolayısıyla bu global taleple ilgili süreci değiştirebilmek için Saddam Hüseyin rejimi tipindeki rejimleri ortadan kaldırıp ve enteresan bir metotla, Avrasya coğrafyasına sopayla demokrasi öğretme gibi bir metoda girmek gerekiyordu; bunu başka türlü açıklamak imkânı yok. Yani, “siz demokrasiye çabuk geçmezseniz, biz adamı döve döve demokrasiye geçiririz” şeklindeki bir metot.

Tabii bu metodun özünde amaç, aslında göreceli olarak Avrasya coğrafyasında ilk etapta demokrasi tiyatrosu oynattırıp, bu demokrasi tiyatrosu içerisinde bu coğrafyadaki dikta rejimlerini daha demokratik rejimlere dönüştürüp, burada elde edilen yeraltı zenginliklerini dünya ekonomisine kazandırıp, bir ölçüde bu ülkedeki insanları, şu anda varsayalım ki 150-300 dolar arasında bir satın alma gücüne sahiplerse, ilk etapta hiç olmazsa 600-1 500 dolar arasında bir satın alma gücüne getirmektir. Dolayısıyla bu insanlar 600-1 500 dolar arasında bir alım gücüne geldiklerinde Batı dünyasının ürettiği yüksek teknolojili malları alabilecek hale gelecekler.

Doğrusunu söylemek gerekirse, gerek Avrupa Birliği, gerek Amerika Birleşik Devletleri, tarihlerinde ilk defa Atlantik'in iki yakası olarak, Türkiye konusunda bir noktada müşteriye gittiler, daha önce böyle bir şey görülmemiştir. Amerika Birleşik Devletleri Türkiye için belli bir mesaj verdiğinde Avrupa Birliğinin buna tamamıyla ters yaklaştığını

veya tam tersi olduğunu biliyoruz. Fakat ilk defa, yaklaşmakta olan tehlikeyi gördüklerinde; küresel ısınma, küresel yoksullaşma, küresel terör, işin ciddiyetine varmış durumdalar. Dolayısıyla dediler ki, “Türkiye konusunda gelin birlikte çalışalım, bu işin şakası yok.” Şunu çok net görüyorlar: Avrasya coğrafyasında böyle bir süreci işletebilecek olan tek ülke; yani ekonomi ve ticaret diplomasisini yürütebilecek güce tek ekonomi hiç tartışmasız Türkiye ekonomisidir. Piyasa ekonomisi tecrübesi, dış dünyaya odaklanmış olmak vesaire vesaire.

Şu an için belki rekabet ve diğer konu başlıkları açısından zayıf olduğumuz yönler olabilir, ama Rusya Federasyonu başta olmak üzere, bu coğrafyada elimize su dökebilecek herhangi bir ülkenin olmadığına da farkındayız. Dolayısıyla şu anda Avrupa Birliği, bazı iç siyasi dengelere bağlı olarak ve Türkiye konusunu da Avrupa Parlamentosu seçimlerine yönelik olarak biraz polemik meselesi yapması nedeniyle çok net mesajlar vermese de, şunu kabul etmek lazım: Avrupa Birliğinin Amerika Birleşik Devletlerine karşı dünya coğrafyasında küresel bir güç olabilmesi de ancak ve ancak Türkiye'yi içeriye kabul etmesiyle olur. Şunu bilmenizi isterim ki; Avrupa Birliği, Türkiye'yi tam üye olarak almaktan vazgeçmişse, küresel güç olmaktan da vazgeçmiş demektir. Avrupa Birliğinin entelektüel kesimi, başta Avrupa Birliğinin Güvenlik ve Dış Politika Baş komiseri Xavier Solana olmak üzere -ki daha önce NATO Genel Sekreteriydi- çok açık ve net söylüyor ki, “biz eğer Avrupa Birliği olarak Amerika Birleşik Devletlerine karşı yeni bir ekonomik ve siyasi küresel güç olacaksak, Türkiye'yi içimize almadan bunu hayal etmek saçma sapan bir hikâyeye olur.” Çünkü şu anda aldıkları 10 ülke de yakın bir zaman içerisinde ciddi bir nüfus yavaşlaması yaşayacak ve 2050 yılına baktığımızda, 2050 yılında Romanya ve Bulgaristan'ı da içine almış olan, yani 27 ülkeden oluşan Avrupa Birliği 34 milyon insan kaybediyor yaşlanma ve doğum oranının düşmesi nedeniyle. Türkiye 2050 yılına kadar nüfusunu yavaşlasa bile 86 milyona kadar getiren önemli bir güç. Dolayısıyla şimdi ne yapmak lazım; böyle bir gücün markalaştırılması gerekiyor ve dünya ekonomisine satılması gerekiyor.

Şu anda en iyi sattığımız marka ne? Türk Silahlı Kuvvetleri. Başka bir markamız yok şu anda. Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliğine küresel terör tehdidinde bağlı olarak sattığımız tek markamız-ki zaten çok da onur duyduğumuz bir marka- bir tek Türk Silahlı Kuvvetleri, başka bir markamız yok. Çünkü 96'dan bu yana Türk Silahlı Kuvvetleri, Genel Kurmay, dünya siyasetindeki güvenlik sürecindeki gidişatın nereye doğru gittiğini gördüğü için olağanüstü bir açılım sergiledi. Şu anda belki çoğunuz bilmiyor olabilirsiniz, Türk Silahlı Kuvvetleri 25 ülkede direkt veya dolaylı olarak dünyanın farklı ülkelerinin askeri güçlerinin eğitimini üstlenmiş durumda. Bu bir global marka olmanın önemli özelliklerinden bir tanesidir. Demek ki biz bunu bir de ekonomik alanda başarmak zorundayız. Yani sadece Türk

Silahlı Kuvvetlerine güvenerek bazı şeyler çözülmez. Küresel terör bu böyle esiyor, haydi şansımız yaver gitti, yarın sadece bu markayla mı gideceksin; mutlaka yeni bir şey üretmek gerekiyor. Dolayısıyla bu da tabii ekonomik alanda rekabet stratejisi ve yol haritasını doğru dürüst oluşturmaktan geçiyor. Burada ne yapılabilir?

Bir kere, her şeyden evvel, Türkiye'yi verimlilik ve maliyet açısından cazip bir ülke haline getirmek lazım. Biz, Batılı ekonomilerin önemli bir kısmıyla enerji maliyetleri, işçilik maliyetleri ve buna benzer maliyetler konusunda yarışan bir ülke haline geldik. Türkiye'nin böyle bir yarışta, böyle bir maliyet yapısıyla bir kere yabancı sermaye için rekabet açısından cazip bir ülke olma şansı yok. Dolayısıyla mutlaka işçilik verimliliği, enerji maliyeti konusunda daha cazip bir ülke haline gelmemiz gerekmekte; yani Türkiye'yi muhakkak ki bir yatırım ve üretim üssü gibi bir algılama içerisinde yerleştirmemiz lazım, böyle bir marka olarak Türkiye'yi satmamız gerekiyor.

Sektörlerin rekabet konumuyla ilgili ciddi analizler yapmamız lazım. Önümüzdeki 10 yıllık dönemde, Türkiye ihracat alanında, dış rekabette hangi sektörlerden vazgeçmek zorunda, hangi sektörlere daha fazla ağırlık vermek zorunda; size bunu katma değer olarak ifade edebilirim. Yani Türkiye ihracatta iyi bir performans istiyorsa, katma değeri daha yüksek olan ürünlere yönelmek zorunda. Örnek vermek gerekirse, uydu üretebilme potansiyeli olan bir ülke, bugün ihraç ettiği, başka bir ülkeye sattığı uydudan dolayı kilogram başına 64 000 dolar kazanıyor. Eğer söz konusu olan ülke savaş uçağı üretip ihraç ediyorsa, kilogram başına yaklaşık 16 000 dolar; eğer yolcu uçağıysa, 8 900 dolar; nitelikli bilgisayar üreticisiyse, kilogram başına 3 500 dolar; çipse, kilogram başına 3 000 dolar; niteliksiz bilgisayarsa, kilogram başına 2 000 dolar; otomobilse, kilogram başına 800 dolar ve tekstilse, kilogram başına 8 dolar. Demek ki tekstil Türkiye için stratejik öneme sahip, lokomotif sektör olmakla birlikte, muhakkak ki bunun yanına -Türkiye'ye tekstil alanında bu kadar ciddi yatırım yapılmış, geri bırakmadan- bir şeyler eklemek lazım. Bu da mesela nitelikli sanayi bölgesinden geçiyor.

Amerika Birleşik Devletleri ısrarla nitelikli sanayi bölgeleri konusundaki antlaşmanın içine bizi de almaya çalışıyor, ama bir özel ricası var, diyor ki “burada uçak teknolojisi, uzay teknolojisi ve yazılım alanındaki faaliyetlere biraz daha ağırlık verelim. Zaten tekstilde yeterince başarılısınız; bunlara ağırlık verelim.” Çünkü Amerika Birleşik Devletlerinin, uzun ufuklu olarak baktığında, Türkiye için gözünde canlandırdığı nokta, bu coğrafyada muhakkak ki katma değeri yüksek ürünler de ihraç eden bir Türkiye'nin var olması gerektiğidir. Çünkü herkes şunu çok iyi anladı: Ekonomisi zayıflamış ve bu coğrafyada çok önemli sıkıntıları olan bir Türkiye dünya güvenliği için de büyük tehlike. Şu anda bizim arkamızdaki en büyük

güvence o; yani dünyanın önde gelen ekonomileri şunu çok net görüyorlar ki; bir ekonomik krizden çıkıp öbür ekonomik krize giren bir Türkiye kadar dünya güvenliği için tehdit olabilecek başka bir problem yok. Dolayısıyla bunları iyi analiz etmemiz gerekiyor.

Sonra, Ertuğrul üstadım çok güzel noktalara değindi, ihracat, ithalat: Yaptığımız ihracattan daha fazla, o ihracat için gerekli olan ara mamul, yatırım malı ithalatı yapıyorsak, nerede bu ihracattan elde ettiğimiz değer!? Dolayısıyla burada birtakım hatalar ve problemler var. Türkiye 80’li ve 90’lı yıllarda iddialı olmak arzusunda olduğu sektörlerde ihracatın katma değerini artırmak için ara mamul, hammadde ve yedek parça yan sanayi noktasında bu tür bir teşvike gitmeyi tamamiyle unutmuş. Vestel, tüpü Endonezya’dan getiriyor, içindeki bilmem ne çipini Singapur’dan getiriyor, sonra Vestel dünyanın en büyük televizyon satıcısı; ama ihraç ettiği televizyonun yüzde 95’i bu ülkelere para olarak gidiyor. Yani Vestel sayesinde Türkiye’ye kalan net ihracat geliri sadece satılan malın yüzde 5’i. Burada bir stratejik hata var; yani biz tüpü teşvik etmeyi unutmuşuz, çipini, transistörünü teşvik etmeyi unutmuşuz, sadece Vestel’in nihai mamul ihracatını alkışlıyoruz, bu ayarı biraz kaçırmışız. Demek ki yerli hammadde ve ara mamul teşvikiyle ilgili bazı stratejik hatalarımız olmuş.

Dolayısıyla bu çerçevede baktığımızda, aslında önemli bir potansiyel var ve bundan sonrası için, muhtemelen biraz daha dış şoklara karşı Türk ihracatını korumak için kaliteli yerli hammadde, ara mamul, yedek parça yan sanayi teşviklerine daha fazla yöneldiğimiz, Nitelikli Sanayi Bölgesi Projesini mutlaka hayata geçirmemiz gereken bir sürece girmemiz gerekiyor.

Amerika Birleşik Devletleri, bugün askeri alanda en yakın rakibine 25 yıl fark atmış bir ülke. Peki, acaba Pentagon, kendisi için en önemli hassasiyete sahip, en ciddi donanımlı, dünyadaki en tehlikeli hacker’lara karşı en fazla korumalı olan bilgisayarları nereden alıyor, biliyor musunuz; Türkiye’den alıyor, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsünden. Yani dolayısıyla Türkiye küçümsenecek bir ülke değil. Biz, Gebze İleri teknoloji Enstitüsünde Pentagon’un sipariş ettiği, son derece komplike ve her türlü saldırıya karşı kendini koruyabilecek özelliklere sahip, çok nitelikli bilgisayarlar üretebilen bir ekonomiyiz; ancak bunu bir katma değer anlamında ticarete dönüştüremeyen bir ülkeyiz. Dolayısıyla bunları çok net görüp, bunlardan yararlanmak gerekiyor. Nitelikli Sanayi Bölgesi Projesini mutlaka hayata geçirmek gerekiyor. Bir bakıma da tabii buna bir yol haritası içerisinde bakmak gerekiyor.

Bir sürü şey konuşuyoruz, “Avrupa Birliğinden tam üyelik tarihi alalım, müzakere tarihi alırsak yabancı sermaye gelir” vesaire. Onların hepsini geçin. Türkiye şu anda ekonomik alandaki reformlarını tamamlayarak ve makroekonomik dengelerini yerine getirerek eğer Temmuz, Ağustosla doğru dünyaca meşhur uluslar arası kredi şirketlerinden

“3B” dediğimiz, “yatırım yapılabilir ülke” notunu alsın, siz hiç merak etmeyin, “yatırım yapılabilir ülke” notunu aldığımız andan itibaren zaten yabancı sermaye doğrudan yatırım amaçlı veya portföy yatırım amaçlı olarak Türkiye’ye gelecektir.

Şu anda kimler geliyor bize; avcı yabancı sermaye geliyor. Adam, Bengal ormanı gibi buraya dalıyor, kendine göre öyle bir kurgusu var; yani Türkiye olarak, bize böyle davranmaları bize koyuyor, hiç hoşumuza gitmiyor, ama adamlar açısından baktığımızda, siz “3B” notunu almadığınız müddetçe, burası Afrika’nın karma karışık bir ormanı. Herif, aslanı avlıyor, Hazine kağıdından reel faizi vuruyor ve gidiyor; yani postunu alıyor ve gidiyor, adamın hayat kurgusu bu. Dolayısıyla buranın bir Afrika olmadığını, buranın son derece nezih bir ülke olduğunu, yatırım için son derece cazip bir ülke olduğunu göstermek lazım. Bunun için de, adamın baktığı bir kriter var dünyada, ilgili ülke üç be notunu almış mı, almamış mı, “BBB” veya “3B”; çünkü bu not veren şirketlerin sistemleri biraz değişik oluyor.

Bunları çözersek, bence, size çok net şunu söyleyebilirim: Biz bu “yatırım yapılabilir ülke” notunu alalım, o notu aldığımız andan itibaren Avrupa Birliği bize tam üyelik için müzakere tarihi vermek konusunda hiç sıkıntı çekmeyecektir. Çünkü şu anda hâlâ belirsizlikleri olan bir ülke olduğumuz için şöyle muhabbetler gündeme geliyor: “Acaba müzakere tarihinin de tarihi mi?” Dolayısıyla böyle tarihinin tarihi hikâyeleri başladı mı, o iş tarih olmaya başlar. Türkiye'nin, ufkunu da sadece Avrupa Birliği tam üyelik sürecine monte etmiş olmasını da çok tehlikeli bir bakış açısı olarak görüyorum. Yani Türkiye böyle bir dünya coğrafyasında, böyle niteliklere sahipken ve gerçekten dünyanın şu andaki dengeleri açısından rekabet potansiyeli varken, Avrupa Birliğinden müzakere tarihi almadığında, “bittik, mahvolduk da” herhalde olabilecek en yanlış strateji olsa gerek. Yani bu defter kapanır, 1 Ocak sabahı Türkiye yenisiyle hayatına devam eder. Dolayısıyla burada da sadece Avrupa Birliği odaklı bir bakış açısından da biraz tehlike görüyorum.

Çok teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Evet, teşekkür ediyoruz hocam.

Şimdi sözü Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Sayın Prof.Dr. Tamer Müftüoğlu hocamıza bırakıyorum.

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü)- Teşekkürler Sayın Başkan.

Değerli konuklar, sevgili öğrenciler, konumuz “Türkiye'nin Rekabet Gücü ve Dış Ticaret Dengeleri.” Ben hazırlığımı işletme odaklı yaptım, ama konuşmalardan sonra önce bir

makro seviyede girmek istiyorum ve cehaletin verdiği cesaretle girmek istiyorum. Onu için yapacağım yanlışlar mazur görülsün.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Estağfurullah.

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü)- Tabii, dış ticaret dengesi derken, bu dengenin bir de ithalat tarafı olduğunu unutmamalıyım, sadece ihracat tarafı yok. Sayın Başkanımız Oğuz bey, “kurlar yükseldikçe ihracatçının yüzü güler, üreticinin yüzü güler” dedi. Ama azaldıkça da ithalatçının yüzü güler, tüketicinin yüzü güler, bunu hiçbir zaman unutmamalıyım. Türkiye'nin, yürüyen çamaşır makineleriyle annelerimizin çamaşır yıkadığı, kornasından başka her tarafından ses çıkan arabaları Mercedes fiyatına satın aldığı dönemleri de unutmamalıyım. Dolayısıyla ithalat kötü bir şey demeyelim; ithalat, tam tersine çok iyi bir şeydir. Hatta keşke açıkla ithalatı sürdürebilsek.

Sayın Başkanımız Ertuğrul bey, “Amerika, artık doların değerini düşürerek ihracatını artırmak, açığını kapatmak istiyor” dedi. Sayın Başkan, Amerika'nın açığı 400 milyar dolar; bu demektir ki, Amerika 400 milyar dolar dışından yaşıyor. Çünkü bir ülkenin refah seviyesi ürettiğiyle değil, tükettiğiyle ölçülür ve tükettiği miktar neye eşittir; ürettiği miktar + ithal ettiği miktar- ihraç ettiği miktara. Keşke biz de açığımızı Amerika gibi sürdürebilsek. Yani açığımız kadar dışardan sermaye Türkiye'ye girebilse; çünkü bazı ülkeler açık verirken, bazı ülkeler de fazla veriyor. Çünkü dünya seviyesinde toplam ihracat daima eşittir toplam ithalattır, bu bilançonun aktif-pasif tarafı gibidir. Dolayısıyla birden bire kendimizi ihracat tarafına yönlendirmeyelim, ithalat da o kadar önemlidir.

Sayın Satıcı yine şunu ifade etti: “Bazı teorisyenler, bilim adamları, kurun döviz kuru üzerinde fazla etkisi olmadığını söylüyorlar, ama ekonomik araştırmalar bunu teyit ediyorlar” dedi. Pek tabii ki etkisi vardır, fakat bu etki kısa dönemli etkidir. Döviz kurundan başka hangi faktörler dış ticaret dengesinde önemlidir; ücret seviyesi önemlidir; iki, verimlilik önemlidir.

Ücret seviyesini düşürme şansına sahip değiliz; çünkü ücret seviyesini düşürmek demek, toplumun çok büyük bir kesiminin hayat seviyesini aşağıya doğru çekmek demektir. Düşük ücretle rekabet yapmak kadar anlamsız bir olay yoktur. Bugün biz karşımızda bir Çin'i rakip olarak göremeyiz. Çin'le rekabet etmek demek, işçiye günde 1 dolar vermeyi göze almak demektir. Eğer biz bunu kabul ediyorsak, biz kendimizle tenakuza düşüyoruz; “bizim rekabet gücümüz yok” anlamına geliyor bu. “Biz ancak üçüncü, dördüncü ligde oynamayı hak ediyoruz”u kendimiz kabul etmiş oluyoruz.

OĞUZ SATICI(İhracatçılar Meclisi Başkanı)- İşgücünün maaşını indirmeyeceğiz, verimliliğini artıracacağız.

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü) - Çünkü rekabet gücü, bir, içinde bulunduğunuz sahada maçı kazanmaktır; ikincisi de, birinci lige çıkmaktır. Olay gittikçe zorlaşacaktır, bunu hiçbir zaman göz ardı etmememiz gerekir diye düşünüyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Rekabet Kurulu gözünden bakınca böyle oluyor ister istemez. Doğru.

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü)- İkinci olarak, kur dışında, dış ticaret dengesini etkileyen diğer faktör nedir; verimlilik. Bütün dikkatimizi buraya vermek zorundayız, verimliliği artırmak zorundayız. Maalesef, Türkiye'de çok uzun yıllar işletmelerimizin dünya piyasalarındaki rekabet gücü hep kur politikalarıyla artırılmaya çalışılmıştır. Halbuki burada olay verimliliği artırmakla rekabet gücünün artırılmasında odaklanmaktadır. Burada da mesele işletmelerimizde düğümlenmektedir; işletmelerimiz verimliliklerini artıracaklardır. Ücret seviyesini, biraz önce ifade ettim, düşürme gibi bir şansa zaten sahip değiliz.

Uzun yıllar Türkiye'de maalesef, ihracat artışı verimlilik artışıyla olmadı; fakat son krizden sonra, Morgan Stanley firmasının yaptığı bir araştırmaya göre, Türkiye'de verimliliğin yüzde 30 arttığı tespit edilmiş, bu çok güzel bir gelişme. Belki burada birçok işletmemizin sahayı terk etmesi, yani bir yerde rekabetin bir ayıklama fonksiyonu var. Rekabet, başarısız piyasadan çıkaracak. Başarısızlarını koruyan bir ülke, sonunda kendisini batırmak tehlikesiyle karşı karşıyadır.

Türkiye'de maalesef, firmaların batması çok zordur. Bundan bir sene önce bir Brüksel bürokratu, ülkelerin iflas oranlarına ilişkin istatistikler verdi. Fransa yüzde 1, Almanya yüzde 0.8, Türkiye binde yarım falan gibi çok düşük bir seviye. Yanımda Sanayi Bakanımız Ali Coşkun oturuyordu, “hocam, yanlış herhalde” dedi. “Yok, yanlış değil, Türkiye'de iflas etmez işletmeler; çünkü öz sermayeyle çalışmaktadırlar büyük miktarda. Çok kötü olsalar bile dayanırlar. Mesela ihracatçılarımız zararına bile satış yapmaya devam ederler” dedim. Ama bu başarılı bir işletmecinin yapacağı iş değil; zararına iş yapmak, toplumdaki bir şeyler almak demektir. Çünkü ekonominin, hepimizin bildiği bir doğrusu vardır, her nimet bir külfet karşılığıdır, her kazanç bir maliyet karşılığıdır. Fakat biz başkalarını külfetlendirerek nimet elde edebiliriz. Bu enflasyon, bu borçlanma niçin yapılmaktadır; külfete katlanmadan nimet elde edenler için yapılmamaktadır, bunu hiçbir zaman göz ardı etmememiz gerekir diye düşünüyorum.

Makro seviyedeki bu cahil cesaretimin hataları varsa, bağışlanmasını dilerim.

Rekabete geçmek istiyorum. Rekabet konusu, bizim 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunda, 3. maddede şöyle tanımlanıyor, çok güzel bir tanım: “Mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verebilmesini sağlayan yarış.” Evet, bir yarış ve bu yarış sürekli olarak katma değeri artırma, kârla birlikte katma değerin artırılması şeklinde olursa toplum için faydalı oluyor. Katma değer artmadan kârı artırabilir miyiz; artırabiliriz. Son yıllarda işletmelerimiz, bilançolarına bakıldığı zaman, yüzde 50’lerin, 60’ların üzerinde faaliyet dışı gelirleri gösterdiler; yani hep başka yerlerden kazandılar, katma değer artırmadan kazandılar ve bunun tabii külfetini tüm toplum ödüyor, hatta gelecek nesiller ödemek zorunda kalıyor.

Rekabet yarışı derken, burada rekabet gücü önem kazanıyor; çünkü bu yarışı en önde bitirmek rekabet gücüne bağlı. Sayın Demirel’in 12-19 Şubat 1990 tarihinde yaptığı bir konuşmada çok güzel bir ifadesi vardı. Şöyle demişti Sayın Demirel: “Rekabet gücü olmayan üretim, toplum için bir yükür.” Bunu hiçbir zaman unutmamamız gerekir diye düşünüyorum; çünkü bunun külfetini muhakkak toplum ödemektedir ve bu konuda Türkiye’de verebileceğimiz çok sayıda örnekler vardır.

Değerli konuklar; rekabete ilişkin dört senaryo vermek istiyorum, dört rekabet örneği vermek istiyorum ve konuşmama oradan devam edeceğim. Birinci örnek, “kalite kontrol ve kedi metodu” adı verilen bir örnek. Bir uluslararası otomotiv sanayicileri toplantısında, firmalar tecrübelerini birbirlerine aktarıyorlarmış, bir firma temsilcisi söz istemiş, demiş ki, “biz kalite kontrolde yeni bir metot geliştirdik, adına da “kedi metodu” diyoruz. Arabayı banttın alıyoruz, içine bir kedi koyuyoruz, arabanın camlarını, kapılarını iyice kapatıyoruz; eğer kedi ertesi gün ölmüşse, arabayı piyasaya veriyoruz; çünkü hiçbir yerden hava almıyor demektir; eğer kedi hâlâ canlıysa, tekrar banda geri veriyoruz, nereden hava kaçırdığımızı tespit edip, ondan sonra piyasaya veriyoruz.” Dinleyicilerden biri demiş ki, “biz de aynı metodu kullanıyoruz, ama kriterimiz farklı.” Kürsüye gelmiş temsilci, kendi kriterini anlatmış: “Biz de arabayı banttın alıyoruz, içine bir kedi koyuyoruz, kapıları, camları iyice kapatıyoruz; kedi kaçmışsa, banda geri veriyoruz; yok, kedi hâlâ içerideyse, piyasaya veriyoruz.”

Türkiye maalesef, çok uzun yıllar “ithal ikâmesi” dediğimiz, ithalatın çok zorlaştırıldığı dönemlerde bu ikinci kriteri kullandı. Ama sanayicilerimiz bir rekabet gücüyle buraya kadar gelmişlerdir, bunu da hiçbir zaman gözden uzak tutmamamız gerekir.

İkinci örnek, Amerikalı ve Japon avcılarını. Muhakkak ki birçok konuşumuz da bunu biliyordur; bir Amerikalı ve Japon, tavşan avına çıkmışlar, fakat karşılıklarına birkaç tane aslan çıkmış, korkmuşlar tabii. Japon, hemen çantasından spor ayakkabısını çıkarmış ve giymeye başlamış. Amerikalı demiş ki, “sen aslandan daha mı hızlı koşacağını zannediyorsun?” Japon,

“yok, senden daha hızlı koşmaya çalışacağım, kendimi kurtaracağım” demiş. Bu da tabii yıkıcı bir rekabet. Ben şahsen bunun da doğru olmadığını dűřünüyorum.

Üçüncü örnek, Amerikan tipi bir rekabet ortamı; aslanla ceylan hikâyesi. şöyle bir rekabet senaryosu: “Yařam koşusu” hikâyesinin adı. Her sabah bir ceylan uyanır Afrika’da. Kafasında bir tek dűřünce vardır; en hızlı koşan aslandan daha hızlı koşabilmek. Yoksa aslana yem olacaktır. Her sabah bir aslan uyanır Afrika’da. Kafasında bir tek dűřünce vardır; en hızlı yavaş koşan ceylandan daha hızlı koşabilmek. Yoksa açlıktan ölecektir. İster aslan olun, ister ceylan olun, hiç önemi yok; yeter ki güneş doğduğunda koşuyor olmanız gerektiğini bilin. Çünkü eđer aslansanız ve en yavaş koşan ceylanı bir önceki gün yakalamışsanız ve bugün bir ceylan daha yakalamak niyetindeyseniz, artık bilmelisiniz ki, en yavaş ceylan dünkünden daha hızlıdır. O halde düne göre hızınızı artırmanız gerekmektedir.

Bu kadar stresli bir ortamda da rekabet etmek hoş bir şey değil herhalde. Bu özellikle, kanaatime göre, düşük ücrete dayanan rekabet gücünde geçerli olacaktır. Bu stres altında rekabet gücüne sahip olmak, belki milli geliri artırır, ama o ülkenin insanlarını mutlu etmez.

En son örneğim bilgi toplumuna ilişkin bir rekabet örneği; kedi-fare hikâyesine ilişkin bir kedi rekabeti. Bunu da Brüksel’de bir bürokrat anlatmıştı. İki kedi fare avına çıkmışlar, epey de acıkmışlar; önlerinden bir fare geçmiş, hemen koşmuşlar arkasından. Fare bir deliğe girmiş, bunlar deliğin içine girememişler. Bekliyorlar deliğin başında, birisi demiş ki, “yahu, bu fare ikimize yetmez, ancak birimizi doyurur.” “Ne yapalım?” “Sırayla bekleyelim deliğin önünde, kim fareyi çıkarabilirse, fareyi o yesin.” Birinci kedi yarım saat beklemiş, “miyav, miyav!” falan, ses çıkmamış fareden. İkinci kedi deliğin başına geçmiş yarım saat sonra, “hav, hav!” demiş, fare çıkmış ve fareyi yemiş. Birinci kedi demiş ki, “yahu, sen köpek değilsin ki, niye hav hav diyorsun?” “Lisan bilmenin avantajları” demiş. Bu da bilgi toplumuna özgü bir rekabet modeli herhalde. Katma değer ancak burada artırılabilir. Biraz sonra katma değere ilişkin bu konuda örnekler vermeye çalışacağım.

Değerli konuklar; rekabetin tabii, olmazsa olmaz şartı serbest piyasa ekonomisidir, rekabetçi bir düzendir. Burada zor bir politikayla karşı karşıya toplumlar. Bunu sürdürmek hakikaten zor. “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler”; fakat kimse bırakmak istemiyor. Çünkü işin içinde çıkar var. Herkes kendisine doğru çekmek istiyor; fakat çok fazla çektiğiniz zaman da, bundan yine 10-15 sene önce bu dışarıya kaçan yöneticilerimizin döneminde bir köşe yazarı şöyle ifade ediyordu: Türkiye’de ‘Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler’ sloganını ‘Bırakınız yapmasınlar, yakalayın kamasınlar’ şeklinde çevirmemiz lazım. O zaman da tabii serbest piyasa ekonomisinin sunduğu verimlilik artışı ortadan tamamen kalkıyor ve hakikatten bu zor bir düzen. Serbest piyasa ekonomisinde, 1950’li yılların

Almanya'daki meşhur İktisat Bakanı Ruthfigh Erhart'ın şöyle bir değerlendirmesi vardır: “Serbest piyasa ekonomisin başarılı olması için iki olmazsa olmaz şart gereklidir: Bağımsız Merkez Bankası ve bağımsız bir rekabet otoritesi.” Bağımsız bir Merkez Bankasının tek fonksiyonu vardır: Sayın Başkanım Ertuğrul bey: “Merkez Bankası büyümeyi falan düşünmüyor” dedi. Bırakın düşünmesin büyümeyi, fakat tek bir fonksiyonu var: Sağlıklı bir para birimini oluşturmak. Merkez Bankasının görevi budur. Enflasyonsuz bir ekonomiyi yürütmek; bunu başardığı takdirde Merkez Bankası vazifesini yerine getirecektir.

İkinci olarak da bağımsız, etkin bir rekabet otoritesi. Çünkü sahada oynayan oyuncular kendi menfaatleri gereği rekabeti bozacak birtakım girişimlerde bulunacaklardır; anlaşmalar, karteller yapacaklardır; hakim durumlarını kötüye kullanacaklardır. Buna izin vermemesi gereken bir otorite lazım. Bu ikisi vazifesini tam olarak yaptığı zaman serbest piyasa ekonomisi hakikatten kendisinden beklenen başarıyı ortaya koyabilmektedir.

Değerli konuklar “Rekabet gücü” derken, ben olayı kademeli olarak görmekte yarar görüyorum. Birinci olarak, bir ülkenin rekabet gücünü gündeme getirmeliyiz. İkinci olarak, günümüzde çok önemli olan şehirlerin yerleşim merkezlerinin rekabet gücünü gündeme getirmeliyiz. Artık günümüzde şehirler birbirleriyle rekabet etmeye başladı. Farklı ülkelerin farklı şehirleri işbirliğine gitmeye başladılar rekabet konusunda.

Üçüncü olarak, işletmelerin rekabet gücü ve dördüncü olarak, kanaatimce bilgi toplumunda en önemli konu olan bireyin rekabet gücü; nitelikli, ekonomik değerler yaratabilen, dünyayla barışık; gerek mesleki açıdan, gerek etik açıdan fevkalade yetişmiş bir insan tipi. Sayın Rektörümüz Haberal'ın sık sık vurguladığı şöyle bir değerlendirme vardır etiğe ve mesleğe ilişkin: “Biz koltuk ve para peşinde koşan insanlar değil, koltukları ve parayı kendi arkasından koşuran, peşinden koşuran insanlar yetiştirmek istiyoruz. Bunu yapabildiğimiz takdirde, bu bireyleri yetiştirdiğimiz takdirde-aramızda genç arkadaşlar var ve bütün umudumuz onlar- her işletme seviyesinde, her ülke seviyesinde rekabet gücümüz en üst seviyelere çıkacaktır.

Ülke seviyesindeki rekabet konusunda biraz önce ifade ettiğim gibi istikrar olayı; burada tabii Merkez Bankası çok önemli, etkin bir piyasa ekonomisi, rekabet otoritesi çok önemli, sübvansiyon fevkalade önemli. Yani artık buğday fiyatını arttırıp ekmek fiyatını indirerek bir ekonomi yürütürseniz bu iş olmaz. Yani bu tür popülist politikalarla bir yere varamazsınız. Aradaki açık, külfet bir taraflara muhakkak yüklenmek durumundadır. Almanların güzel bir özdeyişi vardır: “Sübvansiyon, 3 mark atılıp 1 mark alınan bir kumar makinesidir” diye. Fakat herkes 1 mark alma kuyruğundadır, çünkü 3 markı kimin attığı belli değildir. Fakat her alınan 1 mark için 3 mark makineye muhakkak atılmaktadır.

Bunun dışında ülke seviyesinde etkin, adil bir hukuk düzeni; etkin, adil bir vergi sistemi; yine etkin ve adil fırsat eşitliğini ön plana çıkararak bir eğitim sistemi ve güven sağlamak fevkalade önemli diye düşünüyorum. Yine ülkenin vizyon ve misyon ortaya koyması, bir strateji ve plan sahibi olması çok önemli diye düşünüyorum. Bu konuda Turhom'un bundan 4 sene önce Türkiye'ye geldiği zaman yaptığı konuşmada verdiği Singapur örneğini burada örnek olarak göstermek istiyorum.

Singapur, kaplan olmaya karar verdiğinde kişi başına düşen geliri 500 dolar civarındaydı. Yabancı sermayenin Asya'da kuracağı şirketler için en cazip yerleşim yeri olmayı hedef aldı. Bunun için dünyanın en iyi havaalanı, en iyi limanı, en iyi haberleşme sistemi hangi ülkede var ve nasıl olurmuş öğrendi, benzerini yaptı. Dünyanın en iyi eğitimi nasıl olurmuş, araştırdı. İlkokulda Fransız modelini, lisede Alman modelini, üniversitede İngiliz modelini, lisansüstü eğitimde Amerika Birleşik Devletleri modelini kopya etti. İngilizce eğitim veren okullar açtı. Bu parasız okullara çocuklarını göndermeleri için ebeveynleri teşvik etti. "İleriki yıllarda İngilizce bilmeyene ekmek yok; karar sizin" dedi. Ebeveynler çocuklarını gönüllü olarak bu okullara yolladı. Herkes İngilizce öğrendi, iyi eğitim yaptı. Bugün Singapur'da her genç İngilizce konuşuyor ve iyi bir eğitimi var, altyapısı çağdaş. Singapur, ileri teknolojiye dayalı yabancı sermayesini en üst seviyelere çıkarmayı başardı. Herhalde bizim için de ülke seviyesinde en büyük eksikimiz böyle bir vizyona, böyle bir stratejiye sahip olmamız.

Burada fiili rekabet gücü yanında potansiyel rekabet gücü kavramını da dile getirmek istiyorum. Atilla Karaosmanoğlu'nun beni böyle çok etkileyen bir sözü olmuştu Amerika'dan döndüğü ilk yıllarda: "Türkiye, potansiyelinin altında, imkanlarının üstünde yaşayan bir ülkedir" demişti. İmkanlarının üstünde yaşamak ancak enflasyonla veya borçlanmayla mümkün olur; yani külfeti gelecek nesillere bırakmakla mümkün olur. Fakat potansiyelimizin altında yaşamayıp da, potansiyelimizi tam olarak kullanmanın tek yolu da, kanaatimce, gençlerimizi en iyi şekilde mesleklendirebilmek, en iyi şekilde niteliklendirebilmekten geçiyor. Bu konuda şu anda çok büyük bir şansımız var. Şu anda nüfusumuzun yüzde 50'si hepimizin bildiği gibi, 25 yaşın altında; yüzde 70'i 35 yaşın altında. Bu, Avrupa'nın bize kıskançlıkla baktığı tek özelliğimiz ve biz AB'ye gireceksek, ancak bu niteliğimizle gireceğiz. Fakat bu potansiyelimizi en iyi şekilde değerlendirebilmek de ancak gençlerimizi, insanlarımızı çok iyi şekilde niteliklendirebilmekten, yani eğitmekten geçmektedir.

Konuşmamı bitirmeden önce, bir altın top hikâyesini sizlere sunmak istiyorum gençlerle ilgili olarak; çünkü eğer biz bu gençlerimizi iyi niteliklendiremezsek, bu potansiyel bir şans değil, en büyük handikabımız olacaktır. Çünkü onları işe yaramayan makineler gibi

bir köşeye koyamayız. Altın top hikâyemiz şöyle: Rivayet edilir ki, İkinci Mahmut zamanında Nasipsiz Mehmet Efendi diye bir adam varmış; hangi işe girerse girsin başarısız oluyormuş. Bu, İkinci Mahmut'un kulağına kadar gitmiş ve İkinci Mahmut demiş ki, "Şu Nasipsiz Mehmet Efendiyi getirin de bir nasiplendireyim. Cihan padişahıyım, her şeyi yapabilirim." Nasipsiz Mehmet Efendi, huzura gelmiş, sormuş İkinci Mahmut, "Böyle, böyle diyorlar, doğru mu?" "Evet, padişahım, hangi işe girsem olmuyor." "Gel, ben seni nasiplendireyim" demiş İkinci Mahmut; Nasipsiz Mehmet Efendiyi hafif meyilli, sulak, çok iyi bir araziye götürmüş ve eline de kocaman bir altın top vermiş. Altın top, Nasipsiz Mehmet Efendinin torunlarını bile çok iyi geçindirecek bir değere sahip. "Bu top senin" demiş İkinci Mahmut, "ayrıca, bu topu al, şöyle bir fırlat, nereye kadar giderse top, bütün o araziyi sana vereceğim" demiş. Mehmet Efendi, "bu fırsat ancak bir defa gelir, bana Allah'ın bir lütfü" demiş. Dönmüş, dönmüş, dönmüş, bütün gücüyle altın topu fırlatmış; altın top Mehmet Efendinin başına düşmüş ve Mehmet Efendi ölmüş

Bizim de altın topumuz, gençliğimiz. Potansiyelimizi en iyi şekilde değerlendirmek de bizim elimizde, bu altın topumuzu başımızın üzerine düşürmek de bizim elimizde. inşallah, birincisi olur.

Hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Teşekkür ederim hocam.

Bir 15 dakika soru ve cevaba ayırıyorum. Sorusu olan varsa alacağım.

TİMUÇİN SANALAN (Devlet Planlama Teşkilatı)- - Sayın Başkan, müsaade ederseniz, soru değil de bir tespit olacak.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Tabii efendim. Buyurun.

TİMUÇİN SANALAN (Devlet Planlama Teşkilatı)- Söyleyeceğim tamamen benim kendi görüşüm.

Değerli dinleyiciler; hepinize saygılar sunuyorum.

Buraya gelince tabii bir fıkra anlatmadan olmaz. (Gülüşmeler)

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Bu saatte de iyi gidiyor, değil mi?

TİMUÇİN SANALAN (Devlet Planlama Teşkilatı)- - Çünkü şöyle bir durum var: Konuşma niyetiyle buraya gelmedim. Sevgili, sayın eski devlet bakanımın çağrısı güzel bir çağrı oldu benim için; çünkü hakikaten çok yararlandım, çok verimli konuşmalar oldu. Benim söyleyeceklerim çok önemli değil, ama şu fıkra önemli olabilir benim için: Bir tarihte yüksek lisans öğrencisiyken, Charles Knouberger, dış ticaret hocası -geçenlerde vefat etti galiba- böyle konferansçı olarak gelmişti. Bazılarımızın uyukladığını görünce, fıkra anlatma

ihtiyacını hissetti, “Öğrencilerimden biri bana çok ilginç bir sınav kağıdı verdi” dedi. Olay hakikaten cereyan etmiş. Ciddi bir soru, dış ticaret sorusu; “Atlantik’teki balıkları İngiltere tutup Amerika’ya satıp, karşılığında hamburger mi alsın herkes daha iyi durumda olur; yoksa Amerika mı balıkları tutup İngiltere’ye satsa, çay alsın, herkes daha iyi durumda olur?” Benim gibi uyuklayan bir öğrenci demiş ki, “Ne yazayım buna, yani dersimi çalışmadım, halsizim de. Bari-şimdi ben fıkra anlatıyorum, ama o daha zekice hareket etmiş- meseleyi balığın bakış açısından irdeleneceğim.” Müsaade ederseniz, ben de balığın bakış açısını yakalayabileyim diye bir şeyler söyleyeceğim; ama sürçülisan olursa, beni affedin, yani tamamen iyi niyetle bir tespiti dile getirmek istiyorum. O da şu: Dış ticaretteki rekabet konusu tabii önemli konu. Yıllardır Türkiye'nin rekabetçi pozisyonunu ne olması gerektiği konusunda çok çalışıldı, çok tartışma yapıldı. Belki sonuç olarak ortaya çıkan, bütün bu söylenenlere ilave edecek fazla bir şey olmadığı. Yani genel olarak istikrarlı bir ekonomi elde edilebilirse, yani ekonomik temeller doğru ve tutarlı bir şekilde uzun süre kalıcılığını muhafaza ederse, ekonomideki ajanlar da önünü görmeye başlıyor, belki daha verimli oluyor, toptan faktör verimliliği artıyor, bu arada ihracat da belki artıyor.

Ama benim değinmek istediğim husus bunların hiçbirisiyle ilgili değil, çünkü değerli konuşmacılar bunlara yeteri kadar değindiler. Ben hep petrol krizlerinden korkarım, çünkü ilk ikisinde borca girdim; yani ikincisinde sadece borca girmedim, çalıştığım dairede paltıyla oturmak zorunda kaldım. Herkes o şekilde oturuyordu ve koridorda renkli paltolar giymiş insanlar dolaşıyorlardı. Dediler ki, “Üzülme, aşağıda Başbakan Yardımcısı da paltıyla oturuyor.” Ama bireysel olarak çok etkilendiğim bir krizdi. Birinci krizde de öğrenci bursum yetmedi, borç alarak döndüm Amerika’dan. Şimdi üçüncü bir krizin yaklaştığını hissediyorum. Geçen iki krizde birçok ülke ham petrol kullanımını azalttı, ham petrol dışındaki kaynaklara doğru enerji ikamesi yaptı; fakat bazıları bunu yapamadılar. Bu ülkeler eğer bugünkü petrol fiyatları krize dönüştüğü takdirde büyük ölçüde mağdur olacaklar. Bunlar da özellikle Japonya gibi, Türkiye gibi, Çin gibi kalabalık nüfuslu ülkeler.

Meseleye bugün bu noktadan baktığımızda görüyoruz ki, geçen seneki petrol fiyatlarına göre ham petrol fiyatlarında yaklaşık yüzde 40 artış var. Hatta daha spesifik olarak konuşalım; 2004 yılı program başlangıç rakamlarıyla şimdiki rakamları mukayese ettiğimizde, yaklaşık 26 dolar varil olarak düşünülen petrol fiyatları çok yükseklerde seyrediyor. Beşinci aydayız. Yılın ikinci döneminde de yüksek seyretme ihtimali olduğu konusunda analizler var. Böyle olunca, bu konunun sadece ihracat için değil, cari açık için değil; ekonominin tümü için maliyetler açısından bir zorlama ve kâr marjlarını, dolayısıyla satış imkânlarını daraltıcı bir etki yaratması beklenebilir. Basit bir örnek vermek gerekirse eğer,

Türkiye'nin ekonomik konjonktüre bağlı olarak 25-30 milyon ton civarında ham petrol ithal ettiğini düşünelim, bunun 1 dolarlık artışı 160-170 milyon nakit olarak ödemeler dengesinin finansman tarafına yük getirir. Yani yaklaşık 5 milyar dolarlık bir ithalat potasında bu gidiş devam ederse, yüzde 40'ı, hatta daha da üstünde bir yük gelme ihtimali var. Bu, makroekonomik genel dengeleri, kamu finansmanını etkileyecek bir rakamdır. Bu tabii benim tahminim, yani herhangi bir kuruluşun ya da bir başka analistin sonuçları değil; ama uluslararası etütlere baktığımızda da benzeri analizleri görüyoruz. Örneğin, Uluslararası Enerji Ajansı yapmış olduğu enerji tahmin modelini çalıştırdığında, bu fiyatların dünya ekonomisinde yaklaşık 255 milyar dolarlık kayba neden olacağını söylüyor. Yani 37 trilyon liralık büyüklük içerisinde bu rakam küçük gibi gözükebilir, ama Türkiye'nin Gayri Safi Milli Hâsılasına yaklaşık bir rakamdır. Aynı şekilde, Enerji Ajansının tahminlerine göre bu fiyat artışları -özellikle dünya büyüme hızında bazı danışman firmalar tahminlerini aşağı çekmiş vaziyetler- yine kalabalık nüfuslu ülkeler için büyüme hızında düşmeye neden olacak.

Hal böyle olunca, sorun geliyor cari açığındaki mevcut açığın ne durum alacağını irdelenmesine. Evet, ithalat açısından belki bir miktar büyüme azalırsa ithalat baskı altına girer; ama ihracatımız ne olur? Çünkü Türkiye'de endüstriler arasındaki ilişkiler itibarıyla meseleye baktığımızda, tarım ve inşaatın yanı sıra, ondan daha hakim olarak petrol ve petrokimya endüstrilerinin ilişkilerini görüyoruz. Dolayısıyla ben bu kısa konuşmamda ihracat konusuyla yahut Türkiye'nin genel faktör verimliliğiyle ilgili çalışan analistlere, akademisyenlere ve öğrenci arkadaşlarıma bu konunun önemini işaret etmek için söz aldım.

Hepinize dinlediğiniz için çok çok teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Biz teşekkür ediyoruz. Başka söz almak isteyen var mı?

Buyurun efendim.

Dr. AHMET HATİPOĞLU (Başkent Üniversitesi Öğretim Üyesi)- Sualim şu: Global olarak rekabet konuşuldu. Türkiye'nin ticaretinde hedeflediği ürün veya sektörler var mı, yoksa böyle bir çalışma var mı? Onu merak ediyorum. Yani her şeyimizle mi rakip olacağız, yoksa belirli şeylerimiz olmayacak mı?

Teşekkür ediyorum.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Evet, Sayın Müftüoğlu cevaplayacaklar.

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)- Tabii sektörel seviyede bir tevdi yok Türkiye'nin süspansiyonlarda; olması gerekir mi, gerekmez mi, o da ayrı bir tartışma konusu olabilir burada. Benim şahsi kanaatim,

olmaması lazım; çünkü bu işi en iyi becerecek olan sahadaki oyunculardır, yani işletmelerdir. Değer yaratacak, rekabet edecek olanlar işletmelerin kendileridir. Katma değeri yüksek alanlara giren işletmelerimiz de var Türkiye'de, yani globalleşen, dünya seviyesinde başarılı olan hem işletmelerimiz var, hem insanlarımız var. Sayın hocamızın ifade ettiği örnek mesela, Gebze örneğinin birçoklarını burada verebiliriz. Fakat katma değeri yüksek alanlara geçmek hakikaten olmazsa olmaz bir özellik taşıyor. Sayın hocamız da örnek verdi; 1 kilo demirin fiyatı 50 sent, ama bundan araba yaparsanız, 800 dolar dedi fiyatı, ama o yanlış, 10 dolar falan; çünkü 1 000 kiloluk bir araba 800.000 dolara falan geliyor o zaman; uçak yaparsanız 10.000 doları falan buluyor, uydu yaparsanız 100.000 doları falan buluyor. Mesela 1 kilo kumun ekonomik değerli fiyatı 0.007 sentmiş. Bu kumdan cam yaparsanız, yine hammaddesi yüzde100 kum, 1 dolara satıyorsunuz. Fakat Pentium 3 çipi yaparsanız, yine hammaddesi yüzde 100 kum, kilosunu 17.000 dolara satıyorsunuz. Yani burada ürüne alın teri yanında, akıl teri koyabilmek fevkalâde önemli. Artık ürünlerin maddi değeri giderek hep azalıyor; mesela şu cep telefonunuzun maddi değeri belki 1-2 dolar falan, ama bunu 500 dolara satıyorsunuz. Çünkü bunun içinde hammadde yok, akıl var, bilgi var. İşte burada insanlarımızı niteliklendirebilmek, çok iyi niteliklendirebilmek için olmazsa olmaz şartı. Onlar sektörü tercih edecekler.

Yine bir örnek verildi Vestel'e ilişkin, "katma değeri oldukça az Türkiye'de" diye; doğrudur, ama biz bunu yasaklamayalım. "Her şeyi biz yapalım" dersek yine kapalı ekonomiye düşeriz. Biz de Seattle'deki uçak fabrikasının parçasını yapalım, Japonya'daki bilmem ne malının parçasını yapalım, biz de aynı yola girelim.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- En iyisini nasıl yapıyorsak ve rekabet koşullarında yapıyorsak, onu yapacağız, değil mi hocam?

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU(Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü) Fakat burada önemli olan, kişiyi mesleklendirebilmek, ekonomik değerler yaratabilecek şekilde mesleklendirebilmek, niteliklendirebilmek; onu artık sahaya çıkarmak ülkeyi de başarıya götürecektir. Tabii "burada en büyük potansiyelimiz gençler" derken, maalesef, çok iyi yetişmiş gençleri ithal etmeye başlıyor. Biz, "sermaye, sermaye" diyoruz, ama Amerika, Avrupa, "iyi yetişmiş insan, iyi yetişmiş insan" diyor. Bize sermayeyi yolluyor, araba fabrikası kuruyor, kendisi en iyi yetişmiş insanlarımızı alıyor ve onlarla belki araba fabrikasının yarattığı katma değer onlarca, yüzlerce mislini elde ediyor ve bunu da 20-25 yaşına kadar o gencin maliyetini bize yükleyerek yapıyor ve sonra da sınavla alıyor, en iyilerini sınavla alıyor. Keşke bunu biz de yapabilesek!

Mesela Çin, özellikle tekstilde bu rekabet gücünü artırırken -Avrupalıların rekabet gücü de düştüğü için firmalar piyasadan çekiliyorlar- Avrupa'daki çok iyi tasarımcı gençleri Çin'e çok iyi ücretler vererek getirdi. Türkiye de bunu yapabilir. Biz de tekstili, penyeyi, kilosu 1 dolardan satacağımıza, 100 dolardan, 200 dolardan satabiliriz; ama bunun için de, o ürüne akıl teri dökebilecek olan çok iyi yetişmiş insanlara ihtiyacımız var. Bunun Türk olması da şart değil, dışardan da getirebiliriz. Nitekim, futbolda, dışarıdan futbolcu getirdik, antrenör getirdik, dünyanın ilk üçüne girmeyi başardık. Herhalde yapacağımız iş bu.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Öbür taraftan da Beşiktaş ikinci yarıda dünya kadar puan kaybetti. Başka? Buyurun.

HAMİT SUIÇMEZ- Teşekkür ediyorum.

Özellikle emek verimliliği ve toplam faktör verimliliği hakkında bazı tespitler yapıldı; o konularda belki bir katkı, ama öncelikle bir iki soru sormak istiyorum, özellikle Tamer beye.

98 yılında yaptığımız bir çalışmada 15 Avrupa Birliği ülkesinin imalat sanayii ile Türkiye'nin imalat sanayiinin emek verimliliğini karşılaştırdığımız zaman, birkaç sektörde şöyle ilginç sonuçlar çıktı: Örneğin, giyim eşyası-ki özellikle bizim ihracatta ağırlığı oluşturan bir sektör- sektöründe Avrupa Birliği ortalaması, modern sanayide emek verimliliği açısından Türkiye'deki giyim eşyası sektörünün emek verimliliğinden 15 kat daha yüksek. Bunun yanı sıra, kimya sektöründe, kimya sanayiindeyse, Türkiye Avrupa Birliği ortalamasından daha yüksek bir emek verimliliğine sahip; yani Avrupa Birliği Türkiye'nin yüzde 80'i oranında bir üretkenliğine sahip. Bu tür çalışmalar var Türkiye'de, başka çalışmalar da var; bunlar yapılırken acaba bu verimlilik ve ücret karşılaştırmalarına dayanılarak, Türkiye, önümüzdeki 5-10 yıl içerisinde madem ki “yüksek verimliliğe, yüksek katma değere dayalı bir rekabet stratejisi izlemese gerekir” deniliyor, acaba hangi sektörler ağırlık vermesi gerekir? Yani “katma değeri yüksek” diye geçiştirmek değil de, böyle tek tek tespitler var mı? Özellikle Rekabet Kurulu uzmanlarının bu yönde yaptığı çalışmalar var mı ve varsa, bunlar bir şekilde bu sonuçlardan yararlanıyor mu?

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)- Çok teşekkür ederiz.

Buyurun hocam.

Prof. Dr. TAMER MÜFTÜOĞLU (Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü)- Ben Sayın Suiçmez'i tanıyorum, bu arkadaşımız da Milli Prodüktivite Merkezinde bu konularda çok değerli çalışmaları olan bir arkadaşımız. Bu konuda size bir örnek olarak, mesela Bilkent Üniversitesinden Doçent Doktor Fatma Taşkın'ın -belki biliyorsunuzdur- bir araştırmasından söz edeceğim.

Burada otomotiv sanayiine ilişkin olarak emek maliyeti açısından rekabet gücü hesaplanıyor 81-92 arasında. Japonya'da otomotiv sanayiinde bir işçinin ücreti Türk işçisinin tam 5.8 katı; buna karşılık Japon işçisinin de verimliliği Türkiye'nin 7.3 katı. Yani bu durumda, Japon otomotiv sanayii, Türkiye'ye göre 5.8 katı ücret vermesine rağmen, Türkiye'den yüzde 13 daha düşük işçilik maliyetiyle çalışıyor. Almanya'da işçi ücreti Türkiye'nin 5.3 katı, ama Alman işçinin verimliliği Türk işçisinin sadece 2.1 katı; yani burada Almanya'ya göre biz daha avantajlıyız. Burada demek ki bir sıçrama yapmışız. Bundan 15-20 yıl önce bu rakamlar Almanya için de bizim aleyhimizeydi; bugün Almanya'yla mukayese edildiği zaman, lehimize dönmüş durumda otomotiv sanayiinde. Fakat biraz önce verdiğim örnekte olduğu gibi, otomotiv sanayii de çok fazla katma değeri olan bir alan değil şu anda. Artık gelişmiş ülkelerin kaçmak istedikleri bir alan, ama bizim için önemli bir alan. Bizim milli gelirimiz henüz kişi başına 3.000 dolar seviyesinde. Mesela, yapılan hesaplamalara göre, kişi başına milli gelir 6.000-7.000 dolar oluncaya kadar otomotiv sanayii o ülke için anlamlı bir alan; fakat 7.000-8.000 doların üstüne çıkmak isterseniz, artık katma değeri daha yüksek olan alanlara geçmek veya alanı üretmek isterseniz, bizim TOFAŞ gibi, Renault gibi arabalar değil de, Mercedes'ler, BMW'ler üretmek durumundasınız.

Prof. Dr. ORHAN SEVİLENGÜL (Panel Yöneticisi)-Teşekkür ederiz hocam.

Efendim, çok özür dileyerek, hepimize teşekkürlerimi, katılanlara şükranlarımı arz ederek toplantıyı kapatıyorum.

İyi akşamlar diliyorum.

-----&-----