

**GÖRÜŞ****Prof. Dr. Murat YÜLEK**

OSTİM Teknik Üniversitesi Rektörü

Dünya Ekonomisi ve Şirket Stratejileri

110

Özelden genele gittiğimizde, gelişmekte olan ülke firmalarının bu stratejileri o ülkelerin kişi başına gelirlerinin gelişmekte olanlara göre kat kat daha fazla olmasının temel sebebidir.

Bir başka deyişle firma seviyesindeki doğru stratejiler, doğru sanayi politikaları ile birleşince ekonomik kalkınmayı mümkün kılmaktadır.

Şirket stratejileri dünya ekonomisindeki değişiklikler ışığında şekillenir. Nitekim, son dönemdeki teknolojik gelişmeler küresel ölçekteki şirketlerin stratejilerinde önemli değişiklikler ortaya çıkarmaktadır. Bunlardan en önemlisi değer zincirinin yüksek katma değerli unsurlarının batı ülkelerinde muhafaza edilirken "fason imalat" olarak da tabir edilen düşük katma değerli kısımlarının ücret seviyelerinin düşük olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydırılmasıdır.

Bu "offshoring" süreci bazı gelişmekte olan ülkelere gelişmelerinin ilk aşamalarında önemli ekonomik fırsatlar sunarken ileri aşamalara geçmelerine de engel olabilmektedir. Örneğin Bangladeş tekstil hazır sektöründeki küresel değer zincirlerinin içine girerek hızla sanayileşmektedir. Yani, Bangladeş bugün tanınmış batılı tekstil ve hazır giyim markaları ve perakende zincirlerinin üretim ucuz üssü haline gelmiştir. Bu sayede Bangladeş yüzde 8'lere varan GSYH büyüme hızlarına kavuşurken istihdamda hızla artmaktadır. Bununla birlikte Bangladeş uygun sanayi politikalarını uygulamazsa şu anda içinde olduğu "düşük gelir" tuzağında kalmaya devam

edecektir. Bir süre sonra istihdamın artmasıyla beceri seviyesi düşük işçi ücretlerinin yükselmesiyle fason üretim Vietnam, Kamboçya gibi ülkelere kayacak ve Bangladeş'te işsizlik artacaktır.

Türkiye'de Düşük Gelir Tuzağında olmasa da Orta Gelir tuzağında düşmüş bir ülkedir. Kişi başına GSYH seviyesi 10.000 dolar seviyesini bir türlü aşamamış ve maalesef şu anda da aşağılara doğru düşme eğilimindedir. Esas itibarıyla, dünya üzerindeki yaklaşık 200 ülkenin resmi olarak yüzde 90'ı Düşük veya Orta Gelir Tuzaklarında bulunmaktadır. Bunun sebebi ise, kamu sanayi politikalarındaki yanlış tasarım ve uygulamalar ve şirket stratejilerindeki yanlışlıklardır.

Bir başka deyişle Düşük ya da Orta Gelir Tuzağından çıkışta hem kamu kesimine hem de şirketlere iş düşmektedir. Şirketler tarafında adına Tebessüm Eğrisi adı verilen ürün değer zincirinin katma değeri yüksek unsurlarına odaklanması gerekmektedir. Bu, amiyane tabirle "para kazandıran işleri" yapmak manasına gelmektedir.



Tebessüm eğrisi ürün için son kullanıcının ödediği paranın hangi işlevlere ne ölçüde dağıldığını gösterir: Ar-Ge, Tasarım, Basit İmalat (montaj), Marka ve Dağıtım Hizmetleri (ürünü müşteriye toptan ve perakende iletimi). Halihazırda, bu değer aşamalarından "en çok para" kazandıranları teknolojik ürünlerde AR-GE ve Tasarım; genel pazar ürünlerinde ise Tasarım, Marka ve Dağıtım Hizmetleridir.

Apple firmasını ele alalım. Apple fabrikası olmadığı halde dünyanın Pazar değeri açısından en büyük

sanayi firmasıdır. Üretimini tamamen Çin'de yaptırmakta ve gelirlerini ise AR-GE, Tasarım, Marka ve Dağıtım'dan elde etmektedir.

Özelden genele gittiğimizde, gelişmekte olan ülke firmalarının bu stratejileri o ülkelerin kişi başına gelirlerinin gelişmekte olanlara göre kat kat daha fazla olmasının temel sebebidir. Bir başka deyişle firma seviyesindeki doğru stratejiler, doğru sanayi politikaları ile birleşince ekonomik kalkınmayı mümkün kılmaktadır.

111

