

# ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNDEKİ GELİŞMELER VE TÜRKİYE'NİN POTANSİYEL HİZMET ENDÜSTRİLERİNE İLİŞKİN ANALİZLER

Mehmet Behzat EKİNCİ\*

## ÖZET

Uluslararası ticarete salt olarak malların önemi hiç azalmayacaktır, ancak görünen odur ki bu süreçte hizmetlerin önemi de giderek artacaktır. Fizikî olarak malların ülkeler arası dolaşımına ilaveten hizmetler de yoğun bir şekilde dolaşımda olup, mevcut eğilim bunun giderek artacağını işaret etmektedir.

Günümüzde hizmet sektörünün önemi artmış ve bu alanda meydana gelen değişimler, ekonomideki sektörlere ilişkin değerlendirmeleri neredeyse farklı bir çerçeveye oturtmuştur. Öyle ki uzun yıllar boyunca dikkate bile alınmayan hizmetler, kimi ekonomilerde adeta en önemli sektör hâline gelmiştir. Nitekim bu durum, hizmet sektörünün ülke ekonomilerindeki katma değer, istihdam vb. makro büyüklüklerdeki payı dikkate alınarak yapılacak değerlendirmeler sonrasında da rahatlıkla anlaşılabilir.

Çalışmada, hizmetlerin ekonomideki yerine ilişkin birtakım etütler yapılmakta ve ülkelerin hizmet ticaretindeki yeri analiz edilmektedir. Daha sonra, Türkiye'nin uluslararası hizmet ticaretindeki yeri ve gelişim süreci ele alınmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'nin mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu potansiyel hizmet endüstrileri tespit edilmekte, bunların trend analizinde bulunulmakta ve uluslararası hizmet ticaretindeki payını artırmaya ilişkin bâzı değerlendirmeler yapılmaktadır.

---

\* Dr., İktisat Akademisi, <http://www.akademiktisat.net>, Editör.

## ABSTRACT

The importance of the goods solely will never decrease in international trade, however, it seems that the significance of the services will increase too. Intensive circulation of the services, in addition to the physical circulation of the goods among the countries, is available at present and current tendency marks that it will increase gradually.

Recently, the importance of the sector has increased, and the developments has changed the evaluations for the sectors too. Moreover, service sector has become the most important one in some economies, though it has not been taken into account for a long period of time. It can be understood easily if one looks at the macro economic measures such as output, employment etc. by services sector.

In this academic research; first of all, the place of service sector in the economies and the share of the countries in international trade in services are studied. Later, the share and development of Turkey individually in international trade in services is examined. In this context, potential service industries in which Turkey has comparative advantages are determined, and some anlyses and evaluations related to them are made.

## GİRİŞ

Ekonomideki üç temel sektör olan tarım, sanayi ve hizmet içinde günümüz itibariyle en dikkat çekici gelişmeyi sergileyen, hizmettir. Bu sektörün, gerek ulusal gerekse uluslararası bazda önemi giderek artmaktadır. Ülkeler de bunun farkına varmış olup, sektöre yönelik özel bâzı stratejiler geliştirme yönünde çaba sarf etmektedirler.

Ticaretin ulusal ve uluslararası bir boyut kazanmasında, XVIII.yüzyılın ortaları itibariyle kaydedilen Sanayi Devrimi safhasının çok önemli bir payı olmuştur. XVII.yüzyılın ortalarından, XX.yüzyılın ilk yarısına kadarki devrede, ticarî hayatta yaşanan gelişmeler, liberal mantığa nispeten uygun bir çerçevede gerçekleşmiştir. Söz konusu süreç, 1945 yılı itibariyle yerini farklı tarzda bir liberalizasyon sürecine terk etmiştir. Kurumsal nitelikte olan ve GATT (General Agreement on

Tariffs on Trade: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması) ile başlayan bu süreç, halen WTO (World Trade Organization: DTÖ: Dünya Ticaret Örgütü) bünyesinde devam etmektedir. Örgüt önderliğinde, çeşitli zirvelerin düzenlenmesiyle çok taraflı müzakereler gerçekleştirilmekte ve uluslararası ticaret ortamındaki engeller ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır.

Hizmetlerin hem ulusal hem de uluslararası alanda önem kazanması sonrasında, ticarete ilişkin liberalizasyon müzakerelerine bu faaliyetlerin de dahil edildiği görülmektedir.

Hizmet sektörünün öneminin ülkelerce anlaşılması ve bâzı GOÜ(Gelişmekte Olan Ülke)'lerin dünya ticaretine dahil olması sonrasında, hizmetler alanında liberalizasyon büyük bir anlam kazanmıştır. Böylece ülkeler, liberalizasyonu mecburen uyulmak durumunda olunan bir süreç yerine, gerekli olduğu için gerçekleştirilen bir süreç olarak değerlendirmişler ve ilgili faaliyetlere katkı sağlamaya çalışmışlardır.

Ülkeler, uluslararası ticaretten pay elde edebilmek maksadıyla, kendi piyasa yapılarına uygun endüstrilere ağırlık vermektedirler. Bu çerçevede ülkeler, stratejik nitelik taşıyan endüstrilerine birtakım teşvikler ve destekler vermekte ve uluslararası alanda gerçekleştirilen faaliyetlerle gelir artışı sağlamaya çalışmaktadırlar.

Bu çalışmada, hizmetlerin ekonomideki yeri ele alınmakta ve ülkelerin hizmet ticaretindeki yeri analiz edilmektedir. Daha sonra, Türkiye'nin uluslararası hizmet ticaretindeki yerine ve gelişim sürecine değinilmektedir. Bu çerçevede, Türkiye'nin uluslararası hizmet ticaretindeki payını artırmasında stratejik öneme sahip endüstrilerine ilişkin bâzı değerlendirmeler yapılmaktadır.

## 1. HİZMETLERİN EKONOMİDEKİ YERİ

Uluslararası ticaret denince akla ilk gelen, ülkeler arasında gerçekleştirilen mal alış verişidir. Kısa sayılabilecek bir geçmiş hariç olmak üzere, ticaretin yapılmaya başlandığı tarihlerden beri "uluslararası ticaret" kapsamında dikkate alınan olgu, "mal ticareti"dir. Bu süreçte, "hizmet ticareti" ise göz ardı edilen bir husus olagelmıştır.

İktisat Teorisi'nde de durum farklı değildir. Benzer olumsuzluğu en başta kavram bazında tespit etmek mümkündür. Tarihî süreç dahilinde İktisat Teorisi incelendiğinde, uzun yıllar boyunca "mal"ın ve "hizmet" in ayrı kavramlar olarak sınıflandırılıp tanımlanmasından ziyade, her ikisinin de tek isim altında ele alındığı görülmektedir. Bu çerçevede kullanılan kavram "mal"dır ve bu kavram kullanıldığında, hem fizikî ürünler (mal) hem de metafizik ürünler (hizmet) kastedilmiştir. Ayrıca, ürün olarak "hizmetler", pek önem atfedilmeyen faaliyetler olarak değerlendirilmiş ve benzer anlayış, sektörel yaklaşımlarda da söz konusu olmuştur.

Hizmetler, İktisat Teorisi'nde ticarete konu olmayan mallar olarak da değerlendirilmişlerdir. Nitekim söz konusu faaliyetler, iktisadî modellerde de ancak 1950'li yılların sonu ve 1960'lı yılların başı itibariyle ele alınmaya başlanmışlardır. Hizmetlerin ticarî mallardan ayırt edilmesinin kolay olmayışı ve buna bağlı olarak tanımlanmalarındaki güçlük ve benzeri sebepler dolayısıyla bu faaliyetlerin Uluslararası Ticaret Teorisi'ne konu olmaları gecikmeli olmuştur. Bununla beraber, günümüzde teknolojiye meydana gelen ilerlemeler hizmetlerde de büyük değişimlere yol açmıştır. Buna bağlı olarak, hizmetler artık, ticareti yapılamayan ve düşük verimliliğe sahip olan mallar olarak değerlendirilmemektedir. Nitekim çoğu hizmetler, günümüzde uluslararası ticarete de konu olmaktadır (Yıldırım Mızrak, 2002: 7).

Ülkeler arasında ticaretin yapılmasının bâzı sebepleri vardır. Bu ticarî faaliyetler, "mal" ve "hizmet" olmak üzere ayrıntılı bir şekilde incelendiğinde, ortaya çıkan sebeplerin temelde benzerlik taşıdığı görülmektedir. Mal ticareti; yerli üretimin yetersizliğine, fiyatlar arasındaki farklılıklara ve mallarda gerçekleştirilen farklılaştırma faaliyetlerine bağlanmaktadır (Seyidoğlu, 1993: 25-27). Hizmet ticaretine ilişkin sebepler ise şu şekilde sıralanabilir: Hizmetlere konu olan kaynakların dağılımındaki farklılıklar; kültürel geçmişlerin farklılığı; sahip olunan teknik bilgi birikimindeki farklılıklar; kalifiye eleman yetersizliği; alt yapı yatırımlarındaki farklılıklar; fiyat farklılıkları ve mallarda olduğu gibi hizmetlerdeki farklılaştırma faaliyetleri.

Ülkeler arasında ticaretin yapılmasına ilişkin birtakım teoriler oluşturulmuştur. Bu teorik çerçeve, farklı bâzı yaklaşımları içermektedir.

Her bir yaklaşım kendi içinde tutarlılıklar arz eder. Çünkü dayandıkları düşünceler, sosyo-ekonomik nitelikte olup, içinde bulunulan toplumların gerçekleriyle uygun özellikler taşımaktadır. Bununla birlikte, söz konusu teoriler, temelde mal ticaretinin açıklanmasına yöneliktirler. Bu sebeple, bunların hizmet ticaretine uygulanıp uygulanamayacağı konusunda bir netlik olduğundan bahsedilemez. Ancak, uygulanmasının mümkün olmadığına ilişkin ortak kesin bir tavır da mevcut değildir.

Uluslararası Ticaret Teorileri temel olarak; Muhafazakâr, Liberal ve Stratejik Ticaret Teorileri olmak üzere üç ana başlık altında ele alınabilir. Bunlar arasında dış ticaretin yapılmasına asıl taraftar olan teori, Liberal Ticaret Teorisi'dir. Bu kapsamda; Mutlak Üstünlükler, Mukayeseli Üstünlükler ve Faktör Donatımı Teorileri önde gelen yaklaşımlardır. Bununla beraber, yukarıda da değinildiği gibi, Liberal Ticaret Teorisi dahil olmak üzere tüm teoriler, esasen mal ticaretini açıklamaya yöneliktirler. Fakat Liberal Ticaret Teorilerinin belli yönleri itibariyle hizmet ticaretini de açıklamakta kullanılabileceği belirtilebilir. Nitekim hizmetler, uluslararası nitelik kazanmaları sonrasında teorik çalışmalarda da dikkate alınmaya başlanmıştır.

Her sektör, ekonomik anlamda oluşup gelişirken, beraberinde toplumsal yapısını da oluşturmuştur. Nitekim, tarım sektörü oluşup gelişirken toplum da sektörle uyumlu bir değişim içinde idi. Sanayi sektörünün oluşumunda ve gelişiminde de benzer bir süreç yaşanmıştır. Bu çerçevede sanayi sektörü, bir sanayi toplumu oluşturmuştur. Aynı durum, hizmet sektörü için de geçerlidir. 1970'ler itibariyle sanayi toplumundan hizmet toplumuna doğru bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır ve bu dönüşüm halen devam etmektedir. Sektör, ekonomik anlamda gelişirken, sosyal alanda da kendisiyle uyumlu bir dünya görüşü ve hayat tarzı oluşturmakta ve bunu her geçen gün geliştirmeye devam etmektedir.

Hizmet sektöründe meydana gelen gelişmeler, beraberinde yeni hizmet alanlarını da oluşturmaktadır. Ağırlıklı olarak sosyal kaynaklı gelişmelerin, yeni birtakım hizmetlere ihtiyacı gündeme getirdiği ortaya çıkmaktadır. İlaveten, teknolojik gelişmeler ve bunlara bağlı olarak meydana gelen değişimler de yeni hizmetlerin oluşmasına imkân sağlamaktadır. Ayrıca, ülkelerde "sosyal devlet" anlayışına uygun bir

dönüşümün yaşanması da bu süreçte büyük bir önem taşımaktadır. Bu kapsamda, ülke vatandaşları için daha yüksek bir hayat standardının sağlanmasına yönelik çalışmalar, mevcut hizmetlerin kalitesinin artırılmasını gerektirmekte ve bu da beraberinde yeni birtakım hizmet alanlarının oluşmasını sağlamaktadır.

Teknolojik gelişmeler, hizmetlerin dayandığı temel unsurların başında gelmektedir. Söz konusu gelişmeler, mevcut hizmetleri ticarete konu olma açısından daha fonksiyonel hâle getirmekle beraber, yukarıda da kısmen değinildiği gibi, yeni birtakım hizmet alanlarının da ortaya çıkmasına imkân sağlamaktadır. Teknolojik gelişmeler kapsamında, 20.yüzyılın son çeyreği itibariyle ortaya çıkan en önemli gelişmelerden biri bilgisayar alanında olmuştur. Bilgisayar teknolojisindeki hızlı gelişim, beraberinde yeni bâzı imkânlara da yol açmıştır. İnternet de bunlardan biridir. Günümüzde ülkeler, internet alt yapısını kullanarak birtakım hizmetlerini uluslararası alanda arz etmeye ve bu şekilde ticarî paylarını artırmaya çalışmaktadırlar. Nitekim internet ortamında gerçekleştirilen ticarî faaliyetler [e-ticaret (elektronik ticaret)] yoğunluğunu giderek artırmaktadır. Bu kapsamda birçok hizmet ticarete konu edilmektedir. Mesela; haberleşme, turizm, malî hizmetler, dağıtım hizmetleri (özellikle perakende ticaret) buna ilişkin verilebilecek faaliyetlerin başında gelmektedir. Ayrıca, eğitim, sağlık ve kamu hizmetleri de benzer şekilde e-ticarete konu olmaktadır (Yıldırım Mızrak, 2004: 47).

Hizmet sektörü, ekonomide önemli bir rol üstlenmektedir. Yapılan bâzı çalışmalar, hizmetlerin tarım ve sanayi arasında kilit noktada bulunduğuna dikkat çekmektedir. Ayrıca kimi çalışmalar da hizmet sektörünün bir ekonomideki diğer sektörler ve tüketiciler arasında bir nevi aracılık rolü üstlendiğini ortaya koymaktadır. Bu açıyla bakılması hâlinde, sektörün ekonomideki yeri ve dolayısıyla büyümeye olan katkısı daha iyi anlaşılabilir.

Hizmet sektörünün ekonomik verimliliği artırmada önemli bir katkıya sahip olduğu da belirtilebilir. Bu çerçevede, hizmet sektörü açısından "verimlilik" olgusu, diğer sektörlerde olduğu gibi, özel bir öneme sahip bulunmaktadır. İlgili faaliyetlerin uygun zeminlerde gerçekleştirildiği bir hizmet sektörü, ekonomik büyümeyi de kolaylaştırıcı özelliğe sahip olmaktadır. Nitekim, eğitim seviyesi yüksek

olan ve araştırma-geliştirmeye önem veren bir toplumun daha verimli bir toplum olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Aynı şekilde tıbben sağlıklı olan bir toplumun, ekonomik açıdan da sağlıklı, yani üretken olacağı belirtilebilir. Ayrıca, yine hizmet kapsamında değerlendirilen ulaştırma, haberleşme alt yapısının da verimliliği artırmada ne derecede etkili olduğu açıktır.

## 2. ÜLKELERİN HİZMET TİCARETİNDEKİ YERİ

Uluslararası hizmet ticaretinin kısa bir sürede önemli bir ilgi odağı hâline gelmesi, öncelikle dünya hizmet üretiminde ve ticaretinde meydana gelen gelişmelerin bir sonucudur. 1980'li yıllarda, tüm ülkelerin GSMH'leri toplamı içinde hizmet sektörünün payı, dar ve geniş boyutta değerlendirildiğinde %46,5 ile %64 arasında değişirken; bu oran GÜ'lerde %48,6 ile %67; GOÜ'lerde ise %37,4 ile %51 arasında değişmektedir (Karauçak Oğuz, 1987: 40). Günümüzde hizmet sektörü, çoğu ülkenin GSYİH'sinin %50'sinden fazla paya sahiptir. Bu oran, gelişmiş ülkelerde %60'ın üzerindedir. Dahası hizmetler, birçok ülkede en fazla istihdam sağlayan sektör konumundadır. Mesela ABD'de bu sektör, iş gücünün yaklaşık %80'ini istihdam etmektedir. Hizmetler, genellikle ülke ekonomilerinin en hızlı büyüyen sektörü olup, 2000 yılı öncesinde dünya hizmet ticaretinin yıllık değeri bir buçuk trilyon dolar civarında idi ve bu hâliyle uluslararası ticaretin %20'sinden fazlasını teşkil etmekteydi (Ongun, 1997: 350). Bu tutar giderek artmıştır.

**Tablo 1:** Dünya Mal ve Hizmet İhracatındaki Gelişmeler (2000-2004) (Milyar \$, %)

ÜRÜN GRUBU	Değer	Yıllık Yüzde Değişme			
	2004	2000-04	2002	2003	2004
MAL	8.907	9	5	17	21
Ziraî Ürünler	783	9	6	16	15
Yakıtlar ve Madenler	1.281	10	0	23	32
Sınai Ürünler	6.570	9	5	16	20
HİZMET	2.125	9	7	14	18
Ulaştırma	500	10	4	14	23
Turizm	625	7	4	10	18
Diğer Ticari Hizmetler	1.000	11	10	16	16

**Kaynak:** WTO, Statistics, [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm), Erişim: 30.03.2006.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 2004 yılı toplam mal-hizmet ihracat tutarı 11 trilyon dolar civarındadır. Bunun 8.907 milyar doları mal, 2.125 milyar doları hizmet ihracatına aittir. Hizmet ihracatının toplam ihracata oranı %20; mal ihracatına oranı %24 civarındadır. Alt sektörler itibariyle mallar içinde asıl pay sanayiye ait iken; hizmetler içinde asıl pay turizme ait bulunmaktadır.

Özelde hizmet ihracat tutarları incelendiğinde, 2000 yılı sonrasında, dikkat çekici oranlarda artışların meydana geldiği görülmektedir. 2002 yılı hizmet ihracatı artışı %7 iken; 2003 yılı artış oranı %14’e yükselmiştir. 2003 yılına göre 2004 yılı artış oranı ise %18’e çıkmıştır.

**Tablo 2:** Bazı Bölgelerin ve Ülkelerin Mal ve Hizmet Ticaretindeki Payları (2004)  
(Milyar \$, %) (\*)

BÖLGELER - ÜLKELER	İHRACAT			İTHALÂT		
	Değer	Pay		Değer	Pay	
		Toplam	Mal		Hizmet	Toplam
DÜNYA	11.140	80,9	19,1	11.060	81,1	18,9
KUZEY AMERİKA	1.709	77,8	22,2	2.284	85,3	14,7
Kanada	378	87,6	12,4	335	83,3	16,7
Meksika	202	93,1	6,9	216	91,1	8,9
ABD	1.129	71,8	28,2	1.733	85,0	15,0
GÜNEY VE ORTA AMERİKA	347	83,9	16,1	293	80,3	19,7
Arjantin	39	87,7	12,3	28	76,7	23,3
Venezuela	40	97,5	2,5	22	80,2	19,8
Brezilya	108	89,4	10,6	79	79,6	20,4
Şili	38	84,5	15,5	29	78,2	21,8
Kolombiya	19	89,2	10,8	20	80,7	19,3
AVRUPA	5.032	77,6	22,4	4.864	78,9	21,1
AB (25 Ülke)	4.580	77,8	22,2	4.443	78,5	21,5
Avusturya	159	69,7	30,3	154	69,4	30,6
Belçika	294	83,2	16,8	284	83,0	17,0
Çek Cumhuriyeti	77	87,4	12,6	77	88,1	11,9
Danimarka	111	67,4	32,6	99	66,2	33,8
Finlandiya	70	87,3	12,7	60	80,4	19,6
Fransa	531	79,4	20,6	525	81,7	18,3
Almanya	1.044	87,2	12,8	911	78,8	21,2
İrlanda	146	67,8	32,2	118	50,3	49,7



İtalya	428	80,8	19,2	417	80,7	19,3
Hollanda	374	80,5	19,5	344	79,0	21,0
Norveç	109	76,2	23,8	73	67,3	32,7
Polonya	95	86,0	14,0	99	87,6	12,4
İspanya	269	68,6	31,4	302	82,3	17,7
İsveç	161	76,5	23,5	132	75,0	25,0
İsviçre	175	79,0	21,0	144	85,3	14,7
TÜRKİYE	91	73,8	26,2	101	89,8	10,2
İngiltere	521	67,0	33,0	591	77,0	23,0
BDT	301	88,9	11,1	222	77,6	22,4
Beyaz Rusya	16	89,0	11,0	17	94,1	5,9
Kazakistan	22	91,9	8,1	19	73,7	26,3
Rusya Federasyonu	204	90,1	9,9	129	74,6	25,4
Ukrayna	39	84,7	15,3	34	86,3	13,7
Özbekistan	5	88,2	11,8	4	88,9	11,1
AFRİKA	275	82,7	17,3	258	78,9	21,1
Mısır	26	46,7	53,3	26	71,4	28,6
Fas	16	60,3	39,7	19	85,3	14,7
Nijerya	30	95,3	4,7	20	78,5	21,5
Güney Afrika	56	85,7	14,3	58	84,2	15,8
Tunus	13	73,3	26,7	14	86,6	13,4
ASYA	3.060	85,3	14,7	2.852	82,1	17,9
Avustralya	112	77,8	22,2	131	80,4	19,6
Çin	655	90,5	9,5	606	88,2	11,8
Hong Kong (Çin) (a)	314	82,9	17,1	299	90,0	10,0
Hindistan	117	66,3	33,7	138	70,3	29,7
Endonezya (b)	76	91,2	8,8	70	69,5	30,5
Japonya	634	85,0	15,0	541	75,2	24,8
Kore	298	86,6	13,4	269	81,6	18,4
Malezya	143	88,4	11,6	118	84,1	15,9
Yeni Zelanda	28	72,3	27,7	29	76,3	23,7
Filipinler	43	90,4	9,6	50	89,9	10,1
Singapur (a)	233	84,3	15,7	200	81,9	18,1
Tayvan, Çin	199	87,2	12,8	187	84,0	16,0
Tayland	115	83,5	16,5	108	78,7	21,3

(\*) Ödemeler dengesi verileri.

(a) Mal ticareti verileri, tekrar ihrac (re-export) tutarlarını da içermektedir.

(b) WTO Sekreteryası tarafından tahmin edilmiştir.

Kaynak: WTO, Statistics, [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm), Erişim: 30.03.2006.

Tablo 2’de bazı bölgelerin ve ülkelerin mal-hizmet ticaretindeki payları yer almaktadır. Dünya toplam mal-hizmet ihracat tutarı 11.140 milyar dolar; ithalât tutarı 11.060 milyar dolardır. Hacim itibariyle kıtalar arası ticarî pay sıralaması şöyledir: Avrupa, Asya, Amerika, Afrika. Avrupa’da en fazla ihracat payı Almanya’ya aittir. Sırasıyla diğer kıtalar ve ülkeler şöyledir: Asya-Çin, Amerika-ABD, Afrika-Güney Afrika Cumhuriyeti. Açıktır ki toplam ticarî paylar içerisinde ağırlık, mallara aittir. Bununla beraber, gerek bölgeler bazında, gerekse ülkeler bazında hizmet ticaret payları belirgin niteliklerde olup, giderek artış eğilimi göstermektedir. Bu çerçevede, GOÜ’lerin payları da dikkat çekmektedir.

Hizmetlerin önemi anlaşıldıktan sonra, ülkelerin çoğunluğu bu sektörde yoğunlaşmaya başlamışlardır. Bu çerçevede, özellikle GÜ’lerin hizmet sektörlerine yönelik ciddi bâzı politikalar tespit ettikleri ortaya çıkmaktadır. GÜ’lerin sektöre verdiği bu öneme karşılık, GOÜ’ler de kendi hizmet sektörlerine yönelik bâzı stratejik yaklaşımlar sergilemeye başlamışlardır. Sektöre yönelik destekleyici ve teşvik edici ekonomi politikaları, GOÜ’lerin de dünya piyasalarında rekabet edebilir hizmetler üretebilmesine imkân sağlamıştır. Böylece giderek artan sayıda GOÜ, uluslararası alanda faaliyette bulunmaya başlamıştır. Her ülke uluslararası piyasalarda, kendi yapısına uygun hizmet endüstrilerine ağırlık vermekte ve böylece ticarî payını artırmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda mesela GÜ’ler, sigortacılık ve finansal hizmetlere ağırlık verirken; GOÜ’ler ise taşımacılık ve mühendislik hizmetlerinde yoğunlaşmaktadırlar.

Uluslararası hizmet ticaretinde 2000’li yıllara doğru, ülke grupları arasında önemli ölçüde rekabet yaşanmıştır. Dünya hizmet ticaretindeki endüstriyel paylar açısından; ağırlık diğer ticarî hizmetler başlığı altında yer alan telekomünikasyon, inşaat, sigorta, bilgi-işlem ve diğer meslekî hizmetlere aittir (WTO, 2002: 7): Toplam hizmet ticaretinin yarısına yakın kısmını oluşturan bu hizmetlerin yanında, turizm endüstrisinin payı %31,8, ulaştırma endüstrisinin payı ise %23,3’tür. Ülke grupları açısından; GÜ’lerin payında GOÜ’ler lehine değişmeler meydana gelmiştir. GÜ’lerin en fazla paya sahip olduğu endüstriler; %47,8 ile diğer ticarî hizmetler, %29,3 ile turizm ve %22,9 ile ulaştırma hizmetleridir. GOÜ’lere gelince... 1990’lı yılların başlarına kadarki negatif performanslarıyla kıyaslandığında, önemli ölçüde ilerleme

kaydetmişlerdir. Diğer ticarî hizmetlerdeki payı %39,2 olan GOÜ'lerin, turizm ve ulaştırma endüstrilerindeki payı %37,8 ve %23'tür. GÜ'lerle kıyaslandığında, diğer ticarî hizmetlerde daha düşük paya sahip olan GOÜ'ler, turizm ve ulaştırma endüstrilerinde ise daha fazla paya sahiptirler.

2000'li yılların başı itibariyle, uluslararası hizmet ticaretindeki ağırlıklı pay, GÜ'lere ait olup bu, ihracata ve ithalâta ilişkin sıralamalarda da geçerliliğini korumaktadır. Hizmet ihracatında yer alan ilk on ülke içinde sadece bir GOÜ mevcut olup, bu da Hong Kong(Çin)'dir. Hizmet ithalâtında da ağırlık GÜ'lere ait olup, ilk on ülke arasında yer alan GOÜ sayısı birdir ve bu da yine Çin'dir. Hizmet ihracatında ilk üç ülke, tutarları itibariyle şöyledir: ABD 293 milyar dolar, İngiltere 108 milyar dolar, Almanya 80 milyar dolar. Hizmet ithalâtında da ABD yine ilk sırada yer almakta, bu ülkeyi Almanya ve Japonya takip etmektedir. Bu ülkelerin ithalât tutarları şöyledir: ABD 188 milyar dolar, Almanya 128 milyar dolar, Japonya 107 milyar dolar. (WTO, 2002: 10)

**Tablo 3:** Bölgeler İtibariyle Hizmet Ticareti Değerlerindeki Gelişmeler (2000-2004) (Milyar \$, %)

İHRACAT					İTHALÂT			
Değer	Yıllık Yüzde Değişme				Değer	Yıllık Yüzde Değişme		
2004	2000-04	2003	2004		2004	2000-04	2003	2004
2125	9	14	18	DÜNYA	2.095	9	14	17
379	3	5	11	Kuzey Amerika	335	6	9	13
56	4	9	14	Güney ve Orta Amerika	58	1	4	14
1126	12	19	17	AVRUPA	1.025	11	19	15
1016	12	19	17	AB (25 Ülke)	954	11	19	15
33	18	16	23	BDT	50	20	17	25
48	12	24	20	AFRİKA	55	10	16	16
36	5	13	16	ORTA DOĞU	61	7	12	20
450	10	9	27	ASYA	512	8	8	25
95	7	8	25	Japonya	134	4	3	22
62	20	18	34	Çin	72	19	19	31

**Kaynak:** WTO, Statistics, [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm), Erişim: 30.03.2006.

Bölgeler itibariyle hizmet ticaretine ilişkin bilgilerin yer aldığı Tablo 3'te, gelişmişlik ile pay artışının paralellik arz ettiği görülmektedir. Ülkelerin gelişmişlik seviyesi arttıkça hizmet ticaret

paylarının arttığı ortaya çıkmaktadır. Nitekim, Kuzey Amerika'nın 2004 itibariyle hizmet ihracat tutarı 379 milyar dolar iken; Güney ve Orta Amerika'nınki sadece 56 milyar dolardır. Benzer şekilde AB'nin hizmet ihracat tutarı 1.016 milyar dolar iken; BDT 33 milyar dolar; Afrika 48 milyar dolar ve Orta Doğu 36 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiştir. Japonya ve Çin arasındaki fark da bu durumu teyit etmektedir. Öte taraftan şunu belirtmekte fayda vardır: GÜ'lerin hizmet ihraç-ithal tutarlarındaki artış oranı, genel olarak GOÜ'lerinkinden düşük seviyede kalmaktadır. Böylece, GOÜ'lerin hizmet ticaretindeki paylarını giderek artırdıkları ortaya çıkmaktadır.

GOÜ'ler, hizmet ticaretindeki paylarını artırma konusunda olumlu bir gelişim sergilemekle beraber, karşılaşılan bazı sorunlar, bu süreç açısından engelleyici nitelikler taşımaktadır. Dolayısıyla kimi noktalarda hizmet ticaretindeki liberalizasyon göz ardı edilebilmektedir. Ülkelerin yatırıma ve ticarete ilişkin değer yargılarındaki farklılıklar, bunlar arasında tercihlerde bulunma noktasında da ayrılıklara yol açmaktadır. Nitekim ülkeler, iktisat politikalarını belirlerken bu bakış açılarını büyük ölçüde kullanmaktadırlar.

GOÜ'lerin uluslararası hizmet ticaretinde faal hâle gelebilmeleri için sahip oldukları mukayeseli üstünlüklerinin farkında olmaları ve bunlardan istifade etmeleri lazımdır. Aksi yönde görüş bildirenler olmakla beraber genel kanaat, GOÜ'lerin söz konusu üstünlüklerini dikkate almaları hâlinde ticarî paylarını artırayabilecekleri yönündedir. Bazı GOÜ'ler, hizmetlerden önemli ölçüde gelir elde etmektedirler. Nitekim, kaynakları itibariyle bunları mukayeseli üstünlüğe sahip oldukları endüstrilerden elde ettikleri ortaya çıkmaktadır.

Sahip olunan mukayeseli üstünlükler açısından GÜ'ler ve GOÜ'ler arasında birtakım farklılıklar söz konusudur. Hizmet sektöründeki mukayeseli üstünlükler konusunda farklı yaklaşımlar sergilenmektedir. Mukayeseli üstünlükleri "faktörel" ve "kurumsal" olmak üzere iki kategoride ele alan bir sınıflandırmada şunlara yer verilmektedir (Gibbs, Hayashi, 1990:8):

#### *Faktörel Üstünlükler*

Know-how ve kabiliyet donanımı; yüksek teknoloji de dahil olmak üzere sabit sermaye vb. fizikî alt yapı hacmi; bilgi sermayesi, yani

işlenmiş ve işlenmemiş bilgi stoku ile teknolojik yenilikleri uygulayabilme kabiliyeti.

### *Kurumsal Üstünlükler*

Üretimde ölçek ekonomileri ve know-how oluşturulabilmesi için geniş bir iç piyasanın varlığı; ölçek ekonomilerine bağlı olarak ihtisas ekonomileri; özel know-how ve bilgi birikimi; bu tür ölçek ekonomilerini önleme veya daha da geliştirmeye yönelik kamu düzenlemeleri.

GOÜ'lerin, hizmet ticaretindeki rekabet edebilirliklerinin bu faktörlerle ilgili gelişmelerini sağladıkları dereceye kadar devam edeceği üzerinde durulmaktadır. Belirtilmelidir ki, aynı durum GÜ'ler için de geçerlidir.

GOÜ'ler, mukayeseli üstünlüklere sahip oldukları ve bunları kullanabildikleri ölçüde uluslararası alanda ticarî başarı elde edebileceklerdir. Aynı durumun GÜ'ler için de geçerli olduğu açıktır. Bununla beraber, sahip olunan üstünlükler açısından ülke grupları arasında farklılıklar mevcuttur. Bu çerçevede, GÜ'lerin ve GOÜ'lerin mukayeseli üstünlükleri arasında farklılıklar söz konusudur. Ülkeler, bunları kendi lehlerine dönüştürebildikleri ölçüde uluslararası ticaretteki paylarını artırbileceklerdir.

### **3. TÜRKİYE'DE HİZMET SEKTÖRÜNÜN YAPISI VE GELİŞİMİ**

Ekonomilerde meydana gelen sektörel değişimler, gelişme modelleri dikkate alınarak açıklanmaktadır. Söz konusu sektörel modeller, "genel" ve "alternatif" olmak üzere iki başlık altında toplanmaktadır. Genel gelişme modeline göre, ekonomik faaliyetlerdeki gelişmeye paralel olarak sektörlerdeki iş gücü hareketlenmesi "tarım-sanayi-hizmet" şeklinde gerçekleşmektedir (Clark, 1957: 490-492). Bu, "Clark-Fisher Hipotezi" olarak da adlandırılmaktadır. Alternatif gelişme modeli ise, temelde böylesi bir hareketliliği kabul etmekle beraber, farklı gelişmelerin olabileceğini ileri sürmektedir. Bu çerçevede, "tarım-sanayi-hizmet" sıralaması yerine iç içe ve birlikte değişime dikkat çekilmektedir. Nitekim, kimi yazarlarca da ifade edildiği gibi, mesela,

“hizmet-sanayi bütünü” (servo-industrial) şeklinde vasıflandırılabilir toplu bir gelişim de söz konusu olabilmektedir (Karauçak Oğuz, 1987: I). Günümüzde birçok ekonomide bu tür bir gelişim olduğu belirtilebilir.

Genel gelişme modeli dikkate alınarak yapılan bâzı gözlemler, istihdamın sektörel dağılımı açısından Türkiye'nin bir hizmet ekonomisi sayılamayacağını ortaya koymaktadır. Bunun için belirtilen en önemli sebep, Türkiye'de sanayileşme sürecinin tam anlamıyla yaşanmamış olmasıdır. Türkiye; sanayileşme sürecinde ilerlediği takdirde, aktif nüfusun önce tarım sektöründen sanayi sektörüne, ardından da hizmet sektörüne kayması gerekmektedir (Dura, Atik, 2002: 236).

Genel sektörel gelişme modeli dahilinde, iş gücü hareketliliğinde “tarım-sanayi-hizmet” sıralaması takip edilemediğinden, Türkiye'nin bir hizmet ekonomisi sayılamayacağı belirtilebilir. Ancak, alternatif gelişme modeline uygun bir değişim olduğu görülmektedir. Nitekim, tarımdan hem sanayiye hem de hizmetlere doğru bir hareketlilik olduğu gözlenmektedir. Dolayısıyla ülkemizde “hizmet-sanayi bütünü” şeklinde bir gelişim söz konusudur.

Ülkemizde hizmet sektörünün yerini tespit maksadıyla kullanılabilir diğer bir kriter de sektörün sağladığı katma değere ilişkindir. Bu çerçevede hizmet ticareti kapsamında hizmet alt endüstrilerine ilişkin uluslararası birtakım karşılaştırmalar yapılabilir. Hizmet ticareti ile ilgili GÜ'lere ait UNCTAD-Dünya Bankası kaynaklı bâzı oranların Türkiye oranları ile karşılaştırılması şu şekildedir:

- GÜ'lerde 1988-89 döneminde ulaştırma-haberleşmenin toplam katma değere katkısı, Türkiye'den küçük olup %7'dir. Aynı şekilde ticarî hizmetlerin (geniş tanımıyla) katkısı da Türkiye'den küçüktür ve %15 seviyesindedir.
- Finans, sigorta, emlak gibi faaliyetler toplamının katkısı %17'ye ulaşmakta olup, Türkiye'nin payından (%7,6) çok fazladır.

Ortaya çıkan sonuç, GÜ'lerdeki en dinamik yapıya sahip ve sanayi sektörüyle güçlü bir etkileşim içinde olan hizmet endüstrilerinin Türkiye'de yeterince gelişmemiş olduğudur. Ülkemiz, ileri seviyede katma değer sağlayan bâzı hizmet endüstrileri bulunmakla beraber, genel olarak düşük katma değer sağlayan endüstrilere sahiptir (DPT, 2000: 50).

**Tablo 4:** Türkiye Ekonomisinde Sektörlerin GSMH Paylarının Gelişimi (%)

YILLAR	Cari Fiyatlarla			Sabit Fiyatlarla (1987)		
	Tarım	Sanayi	Hizmet	Tarım	Sanayi	Hizmet
1970	36,7	16,6	46,7	30,7	17,5	51,7
1975	32,7	16,7	50,6	24,5	20,6	55,0
1980	25,5	18,3	56,2	24,2	20,5	55,4
1985	19,7	21,9	58,4	19,4	23,6	57,0
1990	16,8	24,8	58,4	16,3	25,9	57,9
1995	14,8	25,5	59,7	14,4	27,7	57,9
2000	13,5	22,3	64,1	13,1	27,8	59,0
2001	11,6	24,4	64,0	13,6	28,5	57,9
2002	11,5	24,5	64,1	13,6	28,8	57,6
2003	11,7	24,0	64,3	12,5	29,3	58,2
2004	11,1	23,9	65,0	11,6	29,2	59,2

**Kaynak:** TÜİK, İstatistikler, <http://www.tuik.gov.tr/Istatistikler>, Erişim: 01.04.2006.

Ülkemizde, sektörlerin yıllar itibariyle GSMH'ye katkılarının yer aldığı tabloda, kısmen genel sektörel gelişme modeline uygun bir değişim görülmekle beraber, esasında alternatif sektörel gelişim modeli öngörüsünün gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır. Gerek cari fiyatlarla ve gerekse 1987 yılı sabit fiyatlarıyla, ülkemizde yıllar itibariyle tarım sektörünün GSMH içindeki payında düşüşler yaşanmakta, buna karşılık hem sanayi hem de hizmet sektörü paylarında artışlar meydana gelmektedir. Her ne kadar oranlarda birtakım değişiklikler olmuşsa da genel trend bu yöndedir.

Cari fiyatlarla, sanayi sektörünün GSMH içindeki payı 1970 yılında %16,6 iken, bu oran 1980 yılında %18,3, 1990 yılında %24,8, 2000 yılında %22,3, 2004 yılında %23,9 olarak gerçekleşmiştir. Hizmet sektörünün payı ise 1970 yılında %46,7 iken, bu oran 1980 yılında %56,2, 1990 yılında %58,4, 2000 yılında %64,1, 2004 yılında %65 olarak gerçekleşmiştir.

1987 yılı sabit fiyatlarıyla ise, sanayi sektörünün GSMH içindeki payı 1970 yılında %17,5 iken, bu oran 1980 yılında %20,5, 1990 yılında %25,9, 2000 yılında %27,8, 2004 yılında %29,2 olarak gerçekleşmiştir. Hizmet sektörünün payı ise 1970 yılında %51,7 iken, bu oran 1980 yılında %55,4, 1990 yılında %57,9, 2000 yılında %59, 2004 yılında %59,2 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye ekonomisinde son dönemlerde, hizmet sektörü kapsamında özellikle ticarî bankacılık, ulaştırma ve haberleşme, inşaat ve turizm gibi alanlarda dikkat çekici gelişmeler meydana gelmektedir. Özellikle AB ile gümrük birliği seviyesindeki entegrasyon sonrasında dış ticaret alanında önemli açıklar oluşmuştur. Turizm, ulaştırma, dış müteahhitlik hizmetleri başta olmak üzere tüm hizmet sektöründeki faaliyetlerden elde edilen gelir, bu açıkların giderilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir (İncekara, Kılış, 1999: 82).

Ülkemizde sektörel açıdan meydana gelen birtakım değişimlerle beraber, yapısal bâzı sorunlar da varlığını sürdürmektedir. En başta gelen sorunlardan biri, sektörler arasında sağlam bağlantıların olmayışıdır. Bu temel nitelikteki sorunun giderilmesi sonrası, kurulacak sağlam bağlantılarla daha sağlıklı zeminlerde faaliyette bulunan sektörlerle ulaşılabilecektir. Bunun gerçekleşmesinin ardından, hizmet sektörü kapsamında, alt faaliyet dalları açısından atılacak önemli adımlar vardır. Bu çerçevede öncelikle mukayeseli üstünlüğümüzün olduğu hizmet endüstrileri tespit edilmeli ve bunlara yönelik stratejik birtakım yaklaşımlar izlenmelidir. Böylece uluslararası standartlarda bir hizmet sektörüne sahip olmak ve gerçekleştirilecek faaliyetlerle ticarî payımızı yüksek seviyelere çıkarabilmek mümkün hâle gelecektir.

#### **4. TÜRKİYE'NİN ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNDEKİ YERİNE VE GELİŞİMİNE İLİŞKİN ANALİZLER**

Bir ülkenin hizmet ticaretindeki payını artırabilmesinin, liberalizasyona olan katkısıyla paralellik gösterdiği ileri sürülebilir. Çünkü anlaşmaların karşılıklılık esası dahilinde ve iş birliği hâlinde yapılıyor olması, bunu gerekli kılmaktadır. Her ne kadar kimi ülkeler, liberalizasyonu sektöye uğraticı birtakım tavırlar sergilediği hâlde ticarî açıdan yüksek paylara sahip olsa da, bu durumun uzun vadeli bir nitelik taşımayacağı belirtilebilir. Çünkü ülkelerin tavrı ağırlıklı olarak liberalizasyon lehinde ise, o hâlde bu yönde hareket etme gereği ortaya çıkar. Dolayısıyla ülkelerin bu yönde katkı sağlamaları gerekmektedir. Türkiye olarak, hizmet ticareti liberalizasyonuna ilişkin lehte tavır takınan ve bu yönde belli ölçüde de olsa çaba sarf eden bir ülkeyiz. Çünkü orta ve uzun vadede, uluslararası hizmet ticaretindeki payımızı artırma amacındayız. Dolayısıyla bunun sağlanabilmesi için gerekli olan



hizmet ticaretindeki liberalizasyon, ülkemiz açısından önemini her zaman muhafaza eden bir husustur.

Türkiye'nin hizmet gelir ve gider tutarları, genel olarak olumlu bir gelişim göstermektedir. Mal ticaretine paralel olarak hizmet ticaretimiz de artmaktadır. Türkiye'nin hizmet ticaretine ilişkin inceleme yapıldığında, göze çarpan bâzı önemli hizmet ticareti işlemleri şöyledir: İnşaat, Ulaştırma, Turizm ve Diğer hizmetler. (1)

**Tablo 5:** Hizmet İhracatındaki ve İthalâtındaki Gelişmeler (1984-2005) (Milyon \$)

YILLAR	HİZMET GELİRİ	HİZMET GİDERİ
1984	2.475	1.489
1985	3.160	1.560
1986	3.123	1.533
1987	3.945	1.783
1988	5.919	2.086
1989	6.569	2.541
1990	8.083	3.117
1991	8.446	3.282
1992	9.564	3.757
1993	10.919	4.179
1994	11.076	4.024
1995	14.939	5.319
1996	13.430	6.773
1997	19.910	8.998
1998	23.686	10.180
1999	16.800	9.313
2000	20.364	8.996
2001	16.030	6.900
2002	14.785	6.905
2003	19.025	8.520
2004	24.028	11.242
2005	25.858	11.868

**Kaynak:** TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, Erişim: 03.04.2006.

Hizmet ihracat gelirinde, 1984-1998 döneminde -1986 ve 1996 yılları hariç- giderek artan bir seyir söz konusudur. Ancak 1999 yılında önemli ölçüde düşüş meydana gelmiştir. 1998'de 23,7 milyar dolar civarında olan ihracat geliri, 1999'da 16,8 milyar dolara gerilemiştir. Bunda, 1997 yılında başlayıp Türkiye'de kendini 1999 yılında hissettiren

global ekonomik krizin etkisinin olduğu ifade edilebilir. Nitekim krizin yoğun bir şekilde devam ettiği 1999-2002 döneminde, değişen tutarlarda hizmet ihracat geliri elde edilmiştir. 2002 yılı itibariyle ise tekrar artış sürecine girildiği görülmektedir.

Hizmet ithalât giderinde de 1984-1998 döneminde -1986 ve 1994 yılları hariç- giderek artan tutarlar söz konusudur. Ancak, 1988 yılı itibariyle düşüş eğilimine girilmiştir. İthalât giderindeki bu düşüşü, kriz dolayısıyla meydana gelen gelir azalışı ile açıklamak mümkündür. Hizmet ihracatında olduğu gibi, 2002 itibariyle ise tekrar artış eğilimine girilmiştir. Belirtilmelidir ki 1984-2005 döneminde hizmet ihracat geliri, ithalât giderinin daima üstünde olmuştur. Yani ödemeler dengesinde hizmet kalemi her zaman fazla vermiştir.

DTÖ verilerine göre, dünyanın önde gelen ülkelerinin toplam ihracatının %19,3'ü ticarî hizmetlerden oluşurken; Türkiye için bu oran %28,4'tür. Hizmet ithalâtı açısından bu oranlar sırasıyla %19,6 ve %12,3'tür. Bu durum, Türkiye'nin dünya ortalamasının üzerinde bir ihracatçı ve dünya ortalamasının altında bir ithalâtçı olduğunu ortaya koymaktadır (Kırval, 2001: 156).

Türkiye'nin mal ticaretinden elde ettiği gelir, hizmet ticaretine göre daha yüksektir. 1985 yılı itibariyle hizmet ticaretinden elde edilen gelirin mal ihracatından elde edilen gelire oranı, %39,7'dir. Bu oran, 1990 yılında %68,9'a yükselmiştir. 1997 yılında ise nispi bir düşüş yaşanmış olmakla beraber yine de çok yüksek bir oran söz konusudur. Nitekim 1997 yılı itibariyle hizmet ihracatı geliri/mal ihracatı geliri oranı %65,2'dir (Dura, Atik, 2002: 243).

1975 yılında hizmet ihracatında dünyada 36.sırada yer alan Türkiye, 1990'da 23., 1998'de ise 17.sırada yer almıştır. 1980'li yıllarda ve 1990'ların başında özellikle turizm endüstrisinin gelişmesinden kaynaklanan bu olgu, Türkiye'yi dünyanın başlıca hizmet ihracatçıları arasına sokmuştur. Türkiye'nin 1997 yılında dünya hizmet ihracatındaki ve ithalâtındaki payı, sırasıyla %1,5 ve %0,6'dır. Türkiye uzun süre hizmet ithalâtında ilk 40 ülke arasına girememiş, 1997 yılında ise 33.sırada yer almıştır. Türkiye, dünyanın hizmet ticareti bilançosu fazla veren ülkelerindedir. Türkiye'nin hizmet ihracatı içinde ilk sırayı alan turizm gelirinde 1980-95 döneminde yaklaşık dört kat, 1988-98 yılları arasında ise üç katın üzerinde bir artış sağlanmıştır. Aynı dönemde

turizm giderlerindeki artış ise %490'a yakındır. Turizmi izleyen gelir kalemi inşaattır. Bu alanda Türkiye firmaları uluslararası sözleşmelerin yaklaşık %9'una sahiptir. İnşaat endüstrisinin ardından taşımacılık endüstrisi, üçüncü gelir kaynağıdır. Deniz taşımacılığında Türkiye, sahip olduğu kapasite ile 17.sırayı almaktadır (DPT, 2000: 50-52).

#### **4.1. Türkiye'nin Mukayeseli Üstünlüğe Sahip Olduğu Potansiyel Hizmet Endüstrileri**

Mukayeseli Üstünlükler Teorisi'ne göre; bir ülke mal üretiminde, sahip olduğu nispi maliyet avantajına bağlı olarak uzmanlaşmaya gittiği takdirde, uluslararası ticaret yapabilecek ve söz konusu üstünlüklerine bağlı olarak, ticari pay elde edebilecektir. Mal üretimine yönelik bu Teori, hizmetlere de uyarlanabilir. Buradan hareketle, bir ülkenin, sahip olduğu üstünlükler sayesinde hizmet ticaretinde de pay elde edebileceği ve bunları kullanma derecesine bağlı olarak ticari payını artırabileceği belirtilebilir.

Ülkemiz, hizmet ticareti açısından; beşerî sermaye, bilgi birikimi, teknolojik alt yapı, kabiliyet donanımı vb. üstünlüklere sahip olup, bu çerçevede özellikle bazı endüstrilerde önemli bir potansiyel taşımaktadır. Burada ülke olarak uluslararası hizmet ticaretindeki payımızı artırmamıza imkân sağlayacak endüstriler üzerinde durulmaktadır. Bu çerçevede, belli bir sınıflama dahilinde, mukayeseli üstünlüğe sahip olduğumuz endüstriler tespit edilmektedir.

Ülkemizle ilgili potansiyel endüstrilerin tespiti amacıyla burada kullanılan sınıflandırmaya göre hizmetler; teknoloji içeriklerine göre iki grupta ele alınmaktadır. Görüleceği üzere, ilk grupta daha yüksek seviyede beşerî sermayeye ihtiyaç duyulurken, ikinci grupta ise daha basit metotların kullanımı söz konusu olmaktadır (Seyidoğlu, 2003: 790-791).

Bu sınıflar ve bunlarda yer alan hizmet endüstrileri şu şekildedir:

a) Bilgiye Dayalı Hizmet Endüstrileri:

Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri, Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler, Danışmanlık ve Meslekî Hizmetler, Finansal Hizmetler, Sigortacılık Hizmetleri, Telekomünikasyon Hizmetleri.

b) Geleneksel Hizmet Endüstrileri:

Ulaştırma Hizmetleri, Turizm Hizmetleri.

Bu sınıflandırma baz alınarak; “Bilgiye dayalı hizmetler” kapsamında şu endüstrilerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğumuz ifade edilebilir:

- Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri,
- Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler.

“Geleneksel hizmetler” kapsamında ise şu endüstrilerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğumuz ifade edilebilir:

- Ulaştırma Hizmetleri,
- Turizm Hizmetleri.

Takip eden başlık altında, uluslararası alanda hizmet ticaretindeki payımızı artırmada ülkemiz için potansiyel nitelik taşıyan endüstrilerin yıllar itibariyle sergilemiş olduğu ticarî paylarına ilişkin trend analizi yapılmaktadır.

#### **4.2. Türkiye'nin Potansiyel Hizmet Endüstrilerinin Ticarî Paylarındaki Gelişmeler**

Ülke olarak hizmet ticaretindeki payımızı artırmamızda önemli rol üstlenen endüstrilerden biri inşaatır. İnşaat endüstrisi kapsamında, mimarlık-mühendislik, teknik müşavirlik ve müteahhitlik hizmetleri bir bütün hâlinde dikkate alınmaktadır. İnşaat endüstrisindeki faaliyetler, bugünkü anlamda, 1970'lerin başında başlamıştır. 1973-74 petrol krizi ile petrol fiyatlarının hızlı yükselmesinin OPEC üyesi ülkelerde yol açtığı finansal kaynakların özellikle yatırımlara kanalize edilmesi ve ayrıca aynı dönemde gelişmekte olan kimi ülkelerde yatırım amaçlı verilen dış krediler, inşaat endüstrisine yönelik talebin oluşmasına imkân sağlamıştır. Bu iki gelişme dolayısıyla endüstrinin pazar alanları Kuzey Afrika, Orta Doğu, Körfez Bölgesi, Latin Amerika ve Güney Doğu Asya ülkeleri olmuştur. Nitekim, Türkiyeli müteahhit firmalarının uluslararası alandaki asıl etkinliği, 1972 yılı itibariyle özellikle Libya'da üstlenilen projelerle başlamıştır. Türkiye'nin klasik pazarları olarak nitelenebilecek olan Kuzey Afrika ve Orta Doğu, uzun süre bu özelliğini korumuştur. 1980'li yılların sonuna doğru ise eski Sovyet pazarlarına

girilmiştir. 1990'lı yıllar itibariyle bu pazarlara ilaveten yeni pazar arayışlarına da girilmiştir (DPT, 2001: 58-59).

İnşaat, gelir açısından fazla veren en önemli hizmet endüstrilerindedir. Bu hizmetlerdeki gider tutarı da düşük seviyededir. Bu durum, inşaat hizmetlerindeki mukayeseli üstünlüğümüzü ifade eden önemli göstergelerdendir. Ülke olarak, bu endüstri açısından avantaj olarak nitelenebilecek çok sayıda faktörümüz mevcuttur. En başta sahip olduğumuz beşerî sermaye, know-how, ilgili teknolojiyi oluşturma ve uygulayabilme kabiliyeti ve benzeri mukayeseli üstünlüklerimiz, inşaat endüstrisindeki gelirimizin giderimizden fazla olmasına imkân sağlamaktadır. Bu durum, stratejik nitelik arz eden diğer hizmet endüstrilerimiz için de geçerlidir.

**Tablo 6:** İnşaat Hizmeti İhracatındaki ve İthalatındaki Gelişmeler (1984-2005) (Milyon \$)

YILLAR	GELİR	GİDER
1984	63	0
1985	246	0
1986	301	0
1987	293	0
1988	476	0
1989	582	0
1990	741	0
1991	713	0
1992	936	0
1993	1.142	0
1994	1.254	0
1995	1.857	0
1996	1.967	26
1997	2.455	150
1998	2.311	0
1999	1.095	0
2000	968	0
2001	654	0
2002	832	0
2003	682	0
2004	724	0
2005	904	0

**Kaynak:** TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, Erişim: 03.04.2006.

1984-1997 döneminde, inşaat hizmeti ihracat gelirinde genel olarak artan bir gelişme meydana gelmiştir. Ancak, global finansal krizin

başladığı 1997 yılı itibariyle bu hizmetlere olan talebin nispeten olumsuz etkilenmesi dolayısıyla gelirlerde azalma yaşanmıştır.

İnşaat hizmeti ithalâtı ise, 1984-2005 döneminde sadece iki yılda gerçekleşmiştir. 1996 yılında 26 milyon dolarlık, 1997’de ise 150 milyon dolarlık ithalât söz konusudur. Bu yıllar dışında endüstri, her zaman net ihracatçı konumunda bulunmaktadır.

Teknoloji içeriğine göre bilgiye dayalı endüstriler arasında, sahip olduğumuz mukayeseli üstünlükler açısından ülkemiz için potansiyel taşıyan endüstrilerden diğeri “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler” dir. Ancak, belirtilmelidir ki bu hizmetler ülkemiz açısından henüz yenidir. Özellikle “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler” başlığı altında değerlendirildiğinde, bu hizmetlerin ülkemizde çok yaygın olmadığını belirtmek mümkündür. Bu durum, ilgili istatistikî verilerin yeterli ölçüde mevcut olmayışı ile de anlaşılabilir. Ancak, bu olumsuzluk, ülkemizin “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler”de uluslararası alanda rekabet edebilme potansiyeline sahip olduğu gerçeğini değiştirmemektedir.

**Tablo 7:** Türkiye’de Bilgisayar ve İlgili Hizmetlerin İhracat ve İthalât Tutarı (2001) (YTL)  
(\*)

FAALİYETLER	GELİR	GİDER
Bilgisayar Donanım Danışmanlığı	-	-
Bilgisayar Yazılım Danışmanlığı, Program Üretimi ve Temini	11.217.671	23.983
Veri İşleme	-	-
Veri Tabanı Faaliyetleri	-	-
Büro, Muhasebe ve Bilgi İşleme Makinelerinin Bakımı ve Tamirati	8.802	-
Bilgisayarla İlgili Diğer Faaliyetler	-	-
TOPLAM	11.618.231	23.983

(\*) KDV Hariç (-) Veri mevcut değil.

**Kaynak:** TÜİK, **Hizmet İstatistikleri 2001**, ISIC Rev.3 (International Standard Industrial Classification Revision 3: Uluslararası Standart Endüstri Sınıflaması Üçüncü Revizyonu’na göre), Ankara, Ekim 2003, s.114-117.

Ülkemizde, “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler” kapsamında, “Bilgisayar ve İlgili Faaliyetler” başlığı altında TÜİK tarafından yayımlanan istatistikler mevcuttur. 2001 itibariyle toplamda yapılan ihracatla elde edilen gelir, ithalât giderinin çok üstündedir. Bu belirgin fark, söz konusu hizmetlerdeki rekabet potansiyelimizin varlığı açısından önemli bir ipucu olarak değerlendirilebilir.

Ülke olarak; gerekli beşerî sermaye, alt yapı, donanım vb. faktörlerden hareketle mukayeseli üstünlüğe sahip olduğumuz endüstrilerden bir diğeri de ulaştırma dır. Ulaştırma hizmetleri, taşıdığı potansiyel ile ülkemiz açısından stratejik önem taşıyan endüstrilerdendir.

**Tablo 8:** Ulaştırma Hizmeti İhracatındaki ve İthalâtındaki Gelişmeler (1984-2005) (Milyon \$)

YILLAR	GELİR	GİDER
1984	678	458
1985	670	494
1986	557	545
1987	716	618
1988	837	573
1989	967	668
1990	920	900
1991	1.098	863
1992	1.136	966
1993	1.241	1.194
1994	1.221	951
1995	1.712	1.410
1996	1.756	1.741
1997	2.193	1.870
1998	3.120	2.365
1999	2.900	2.101
2000	2.955	2.463
2001	2.854	2.021
2002	2.795	1.934
2003	2.184	2.707
2004	3.267	4.231
2005	4.016	5.313

**Kaynak:** TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, Erişim: 03.04.2006.

1984-2005 dönemi ulaştırma hizmeti ihracat gelirinde ve ithalât giderinde genel itibariyle sürekli artışlar meydana gelmiştir. Bâzı yıllar hariç olmak üzere, 1984-2000 döneminde ulaştırma hizmeti ihracat geliri artan oranda gerçekleşmiştir. 2000 yılı sonrasında ise değişen tutarlarda gelir elde edilmiştir. İthalât giderinde de benzer bir süreç meydana gelmiştir.

1984-2002 döneminde elde edilen ihracat geliri, ithalât giderinden fazla olmuştur. 2003 yılı itibariyle, ulaştırma hizmeti ihracat geliri, ithalât giderinden düşük seviyede gerçekleşmiştir. Bunun temel sebepleri arasında; ithalâttaki yükselişe paralel olarak ulaştırma hizmetinin bir alt kalemi olan navlun giderlerinde ortaya çıkan artışlar ve son dönemde coğrafyamızda meydana gelen konjonktürel gelişmeler belirtilebilir. Ancak, bu durumun geçici olduğu ifade edilebilir.

Mukayeseli üstünlüğe sahip olduğumuz bir diğer hizmet endüstrisi ise turizmdir. Özellikle 1980 sonrasında endüstriye verilen destekler, önemli ölçüde yatırımlarda bulunulmasına imkân sağlamıştır. Bu yatırımların geri dönüşü ise kısa sürede gerçekleşmiş ve endüstrinin ülke ekonomisine katkısı belirgin oranlarda artmıştır. Turizm, sağladığı katkı dolayısıyla hizmet endüstrileri arasında ilk sırada yer almaktadır.

**Tablo 9:** Türkiye’de Turizm Hizmeti İhracatındaki ve İthalâtındaki Gelişmeler (1984-2005) (Milyon \$)

YILLAR	GELİR	GİDER
1984	548	277
1985	1.094	324
1986	950	313
1987	1.476	448
1988	2.355	358
1989	2.557	565
1990	3.225	520
1991	2.654	592
1992	3.639	776
1993	3.959	934
1994	4.321	866
1995	4.957	911
1996	5.650	1.265
1997	7.002	1.716
1998	7.177	1.754
1999	5.203	1.471
2000	7.636	1.713
2001	8.090	1.738
2002	8.481	1.881
2003	13.203	2.113
2004	15.888	2.524
2005	18.152	2.872

**Kaynak:** TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, Erişim: 03.04.2006.



Turizm hizmeti ihracat geliri, giderek artan bir nitelik sergilemiştir. Özellikle 2000 yılı itibariyle belirgin artışlar söz konusu olmuştur. Hatta 2001 yılında yaşanan “11 Eylül Saldırıları”nın olumsuz etkilerine rağmen gelir artışı sürmüştür. Turizm hizmeti ithalât gideri de artmış olmakla beraber, ihracat geliri yanında daima düşük seviyede kalmıştır.

## 5. TÜRKİYE’NİN ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNDEKİ PAYININ ARTIRILMASINA İLİŞKİN DEĞERLENDİRMELER

Türkiye, hizmet ticaretindeki payını her geçen yıl biraz daha artırmaktadır. DTÖ tarafından ortaya konan 2001 yılı verilerine göre ülkemizin ihracat değeri 14,8 milyar dolara (TCMB istatistiklerine göre bu tutar 16,03 milyar dolardır.) yükselmiştir. Bu hâliyle dünya hizmet ihracatındaki payı da %1’e çıkmıştır. Ancak, uluslararası sıralamada 25.ülke konumunda bulunmaktadır. Ülkemiz, ayrıca “1990-2000 Döneminde Ticarî Hizmetlerde Faal Olan İhracatçı Ülkeler” sınıflamasında da %9’luk payı ile “İhracat Gelişimi %10’un Altında Olan, Fakat Global Ortalamanın Üstünde Olan Ülkeler” kategorisinin üst sıralarında yer almaktadır (WTO, 2002: 10-12). 2004 yılına bakıldığında, Türkiye’nin hizmet ihracat tutarının 23,8 milyar dolar olduğu (TCMB istatistiklerine göre 24,03 milyar dolardır.) ve bu hâliyle dünya hizmet ihracatındaki payımızın da %1,1’e yükseldiği görülmektedir. Ancak, buna rağmen sıralamada 26.ülke konumuna düşmüş bulunmaktayız. Hizmet ticaretindeki payımızı daha üst seviyelere çıkarmamız gerektiği açıktır.

Türkiye’nin, önceki konuda değinildiği üzere, “Bilgiye dayalı hizmetler” kapsamında “Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetlerinde” ve “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetlerde”; “Geleneksel hizmetler” kapsamında ise “Ulaştırma Hizmetlerinde” ve “Turizm Hizmetlerinde” mukayeseli üstünlüklere sahip olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla Türkiye’nin uluslararası hizmet ticaretindeki payını artırmada stratejik nitelik taşıyan bu dört endüstrisine gerekli önem verilmelidir. Bu çerçevede endüstrilerin gerek ulusal gerekse uluslararası alanda faaliyetlerini kolaylaştıracak alt ve üst

yapı yatırımları gerçekleştirilmelidir. Sağlanacak uygun ortamla daha yüksek ticarî paylara ulaşmak mümkün hâle gelecektir.

Türkiye açısından stratejik nitelik taşıyan bu dört hizmet endüstrisinin önemini istatistikî verilerle de ifade etmek mümkündür. Ülkemizin “Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri”, “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler”, “Ulaştırma Hizmetleri” ve “Turizm Hizmetleri” ile ilgili avantajını rakamlar bazında da ortaya koymak için, bu dört endüstrinin ihracat tutarlarının, toplam hizmet ihracat tutarındaki payı incelendiğinde, sahip olunan avantajla ilgili önemli bir ipucu elde edilmektedir. Bu amaçla, 2001 tutarlarına bakılabilir. Merkez Bankası ödemeler dengesi ve TÜİK hizmet istatistiklerine göre, Türkiye’nin 2001 yılı toplam hizmet ihracat tutarı 16.030 milyon dolardır. Söz konusu endüstrilerin ihracat tutarları şöyledir: İnşaat 654 milyon dolar; bilgisayar ve ilgili hizmetler 9,4 milyon dolar; ulaştırma 2.854 milyon dolar; turizm 8.090 milyon dolar (2). Bunların toplam hizmet ihracat tutarındaki payı %72’ye tekabül etmektedir. Bu tutarlar, yıllar itibariyle artış göstermiştir. Dolayısıyla, gerekli önemin verilmesi hâlinde uluslararası hizmet ticaretindeki payımız açısından, bu endüstrilerin katkısının giderek artacağını ifade etmek mümkündür.

Ülkemiz için potansiyel nitelik taşıyan dört hizmet endüstrisine ilişkin oluşturulması gerekli uygun ortamlara ilaveten, hizmetlere ilişkin liberalizasyon faaliyetleri çerçevesinde atılması gereken birtakım adımlar da mevcuttur. Bu çerçevede, Türkiye olarak, uluslararası hizmet ticaretindeki payımızın artırılması maksadıyla birtakım yükümlülüklerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bunlar, “Konuya ilişkin hukukî alt yapıyı oluşturan kurum ve kuruluşlar” ve “Hizmet arzını gerçekleştiren gerçek ve tüzel kişiler” açısından olmak üzere iki kısımda ele alınabilir (HM, 2004: 5-6):

*a) Konuya ilişkin hukukî alt yapıyı oluşturan kurum ve kuruluşlar açısından yapılması gerekenler:*

- Ülkemizin taahhüt listesinde yer alan endüstriler itibariyle, taahhütte bulunulmuş hususlardan prensip olarak geri dönülmemesi (standstill) gerekmektedir. (Tabii belirtilmelidir ki GATS, ülke ekonomilerinde beklenmeyen birtakım olumsuz gelişmelerin olması hâlinde, listelerde liberalizasyonu

daraltmaya yönelik gerekli bâzı düzenlemelerin yapılmasına müsaade etmektedir.)

- Ülkemizin taahhüt listesinde kapsanan endüstrilerde sağlanmış olan liberalizasyon seviyesi en azından bu hâliyle korunmaya çalışılmalı ve daha kısıtlayıcı unsurlar içerebilecek yeni mevzuat geliştirilmesi yoluna gidilmemelidir.
- “Müsaadeye En Fazla Mazhar Ülke” prensibi dahilinde, geniş alanlı bölgesel ticaret anlaşmaları dışında, ikili veya çok taraflı anlaşmalar yapılırken, anlaşmanın tarafı ülkeye tanınacak ayrıcalıklı bir muamelenin diğer ülkeler için de geçerli olacağı göz önünde bulundurulmak durumundadır.
- GATS’ın III.maddesinin 3.paragrafı, her üye ülkenin, hizmetler ticareti alanında verdiği özel taahhüt listelerinin içerdiği bütün endüstrilerdeki mevzuat değişikliklerini veya o yıl içerisinde getirilen yeni mevzuatı bildirme mecburiyeti getirmektedir. Taahhüt listemizdeki endüstrilerle ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının; bu hususlardaki bilgileri, hizmet ticareti ile ilgili konularda koordinatör birim görevini üstlenmiş bulunan Hazine Müsteşarlığı’na, Türkçe ve İngilizce metinler hâlinde bildirmeleri gerekmektedir.

*b) Hizmet arzını gerçekleştiren gerçek ve tüzel kişiler açısından yapılması gerekenler:*

- GATS, sadece hükûmetler arasında yapılmış bir anlaşma olarak değil, öncelikli olarak iş dünyası için; hizmet ihraç etmek, dışarıda yatırım yapmak ve faaliyet göstermek isteyen özel şirketler menfaatine olan bir araç şeklinde değerlendirilmelidir. Dolayısıyla iş dünyası, hizmetlerle ilgili ulusal veya uluslararası müzakerelerde her zaman aktif bir tavır içinde olmalı ve her safhada Hazine Müsteşarlığı’ndan bilgilendirilme taleplerini sürekli ve güncel tutma çabası içinde olmalıdır.
- Türkiyeli hizmet sunucuları, hizmet ihraç ettikleri ülkelerde piyasaya girerken veya piyasadaki faaliyetleri esnasında karşılaştıkları sorunları (mevzuat, muamele vb.) Hazine Müsteşarlığı’na ayrıntılı bir şekilde bildirmelidirler.

Ülkemiz hizmet ticaretinin uluslararası payının artırılması amacıyla hem ticareti bizzat gerçekleştiren kesimin (özel-tüzel kişiler, kurumlar), hem de hizmet ticaretinin uygun şartlarda ve daha verimli yapılmasını sağlayan kesimin (özel-tüzel-kamu kurumları) ortak hareketlerine ihtiyaç vardır. Karşılıklı irtibatın uygun zeminlerde sağlanması ve koordineli hareket sonrasında ülkemizin uluslararası ticaretteki payının artırılması kolaylaşmış olacaktır.

Ülkemizin hizmet ticaretindeki payını artırmada önem taşıyan konulardan biri de sektör ve işletmeler arasındaki ilişkilerle ilgilidir. Bu kapsamda KOBİ'lerin durumu özel bir öneme sahip bulunmaktadır. Hizmet sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin çoğu, diğer sektörlerde de olduğu gibi, KOBİ statüsündedir. Türkiye ekonomisi açısından dikkate alındığında, işletmelerin %100'üne yakını oluşturulan KOBİ'ler, hayati derecede önemi haiz kuruluşlar niteliğindedir. Genel olarak ülke ekonomisi açısından taşıdıkları önemin, aynen hizmet sektöründe de mevcut olduğu ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber, bu işletmelerin normal şartlarda faaliyetleri önünde engel niteliğinde olan birtakım sorunları vardır. Bunlar ana başlıklar hâlinde şöyle sıralanabilir: Tanımlanma, örgütlenme, hukuk, bürokrasi, alt yapı, beşerî kaynak, teknoloji, ticaret ve finans. Bu sebeple, söz konusu KOBİ'lerle ilgili sorunların en az seviyeye indirilmesi, sektörün daha sağlam bir zeminde faaliyette bulunmasına imkân tanıyacaktır. Bu çerçevede; işletmelerin uygun bir şekilde tanımlanması, örgütlenmelerine müsait bir zeminin oluşturulması, hukukî, bürokratik, alt yapıya ilişkin, beşerî kaynakla ilgili, teknolojik ve ticarî nitelikli sorunlarının giderilmesi gerekmektedir. Ayrıca, bu işletmelere uygun şartlarda finansal destekler de sağlanmalıdır. Sorunlarını minimize etmiş işletmelerin faaliyette bulunduğu bir hizmet sektörü, ülkemizin uluslararası hizmet ticaretindeki payını artırmada önemli ölçüde rol üstlenecektir.

## DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Uluslararası seviyede gerçekleştirilen kurumsal liberalizasyon sürecinin, gerek mal ve gerekse hizmet ticaretinde meydana gelen artışta önemli ölçüde katkı sahibi olduğu açıktır. Nitekim, ülkeler ticaret

paylarını arttırdıkça ve liberalizasyon derecelerini yükselttikçe, beklenen tahminî gelir seviyelerinin de yükseldiği ifade edilmektedir.

Kurumsal anlamda liberalizasyon süreci, II.Dünya Savaşı'ndan sonra GATT ile başlamıştır. GATT turlarında katılımcı sayısı; 1947'de 23 olup, Kennedy Turu'na kadarki müzakerelerde dalgalı bir seyir izlemekle beraber, bu Tur itibariyle istikrarlı bir gelişim meydana gelmiştir. Nitekim, Tokyo Turu'nda katılımcı sayısı 102'ye, sonuncu Tur olan Uruguay'da ise 125'e yükselmiştir. Gerçekleştirilen her bir tur, dünya ticaretine ilişkin düzenlemelerle, uluslararası ticaret hacminin artmasına imkân sağlamıştır.

Liberalizasyon süreci, sadece Uruguay Turu hedefleriyle sınırlı kalmamış, sonraki turlarda da devam ettirilmiştir. Nitekim, DTÖ yönetiminde 2001 yılında başlatılmasına karar verilen yeni tur ile (Doha Kalkınma Gündemi: Doha Development Agenda) de liberalizasyon faaliyetlerine devam edilmektedir. "Doha Kalkınma Gündemi" müzakerelerinin Ocak 2005'te sona ermesi kararlaştırılmıştır. Önceki turlarda olduğu gibi, yeni turda da her ne kadar ülke grupları (GOÜ ve GÜ) arasında menfaat mücadeleleri yaşanmaktaysa da liberalizasyona ilişkin sahip olunan olumlu niyet nedeniyle orta ve uzun vadede başarı elde edileceğini belirtmek mümkündür.

2001 yılı itibariyle; uluslararası hizmet ihracatı hacmi 1.440 milyar dolar, ithalât hacmi ise 1.430 milyar dolar civarındadır. Ülke grupları açısından; GÜ'lerin ticaret hacmi, GOÜ'lerinkinden fazladır. Bununla beraber, GOÜ'lerin hizmet ticaretindeki paylarını giderek artırdıkları ifade edilebilir.

2002 yılı hizmet ihracatı artışı %7 iken; 2003 yılı artış oranı %14'e yükselmiştir. 2003 yılına göre 2004 yılı artış oranı ise %18'e çıkmıştır. 2004 yılı toplam hizmet ihracat tutarı 2.125 milyar dolardır. Hizmet ihracatının toplam ihracata (mal-hizmet) oranı %20; mal ihracatına oranı %24 civarındadır. Alt sektörler itibariyle asıl pay turizme ait bulunmaktadır.

Ülkelerin uluslararası hizmet ticaretinde faal hâle gelebilmeleri için sahip oldukları mukayeseli üstünlüklerinin farkında olmaları ve bunlardan istifade etmeleri lazımdır. Sahip olunan mukayeseli üstünlükler açısından GÜ'ler ve GOÜ'ler arasında birtakım farklılıklar

söz konusudur. Önemli olan, bu farklılıkların birer avantaja dönüştürülerek hizmet ticaretindeki payın artırılmasına çalışılmasıdır.

Hizmet sektörüne ilişkin yapılan bir sınıflandırmaya göre hizmetler, “teknoloji içeriklerine” göre alt başlıklara ayrılmaktadırlar. Buna göre hizmetler; “bilgiye dayalı” ve “geleneksel” hizmet endüstrileri olmak üzere ikili bir kategoride değerlendirilmektedirler. Bilgiye dayalı hizmet endüstrileri arasında; Bankacılık, Sigortacılık, Bilgi Teknolojisi, Danışmanlık, Müteahhitlik ve Teknik Hizmetler, Reklamcılık ve Dağıtım, Sağlık, Eğitim, Kamu Hizmetleri vb. yer almaktadır. Geleneksel hizmet endüstrileri arasında yer alanlar ise Ticaret, Turizm, Taşımacılık, Sosyal Hizmetler vb.’dir.

Ülkeler, sahip oldukları mukayeseli üstünlüklerden hareketle, kendileri açısından stratejik nitelikteki hizmet endüstrilerinde uzmanlaşmakta ve uluslararası hizmet ticaretindeki paylarını artırmaya çalışmaktadırlar. Bu çerçevede, özellikle GOÜ’lerin atması gereken çok sayıda adım mevcuttur.

Hizmet sektörü, Türkiye açısından da önem taşımaktadır. Bunu sektörün GSMH ve istihdam payına bakarak anlamak da mümkündür. Sektörün taşıdığı önem dolayısıyla Türkiye, hizmet ticaretindeki liberalizasyon sürecinde hep lehte bir tavır sergilemiştir. Nitekim Türkiye’nin, taahhüt listesi açısından GÜ’ler seviyesinde bulunduğu belirtilebilir.

Türkiye’nin hizmet gelir ve gider tutarları, genel olarak olumlu bir gelişim göstermektedir. Mal ticaretine paralel olarak hizmet ticaretimiz de artmaktadır. Türkiye’nin hizmet ticaretine ilişkin inceleme yapıldığında, göze çarpan bâzı önemli hizmetler şöyledir: İnşaat, Ulaştırma, Turizm ve Diğer hizmetler.

Hizmet ticaretindeki payını her geçen yıl biraz daha artıran Türkiye’nin, DTÖ tarafından ortaya konan 2004 yılı verilerine göre hizmet ihracat tutarı 23,8 milyar dolara (TCMB istatistiklerine göre bu tutar 24,03 milyar dolardır) yükselmiştir. Bu hâliyle dünya hizmet ihracatındaki payı da %1,1’e çıkmıştır. Ancak uluslararası sıralamada, 26.ülke konumunda bulunmaktadır. Hizmet ticaretindeki payımızı daha üst seviyelere çıkarmamız gerektiği açıktır.

Ülkemizin, uluslararası hizmet ticaretindeki payının daha üst seviyelere çıkarılabilmesi için bâzı adımlar atılması gerekmektedir. Bu çerçevede, mukayeseli üstünlüklerimizden hareketle, ülkemizin uluslararası alanda ticarî payını artırma potansiyeline sahip olduğu endüstriler tespit edilmeli ve faaliyetler bunlarda yoğunlaştırılmalıdır.

GOÜ'ler açısından mukayeseli üstünlüğe sahip olunan endüstrilerin tespitinde faydalanılan sınıflandırma çerçevesinde ülkemizle ilgili endüstriyel tespitlerde bulunmak da mümkündür. "Teknoloji" içeriklerine göre yapılan sınıflandırma çerçevesinde ülkemizle ilgili şu tespitlerde bulunulabilir:

- a) "Bilgiye dayalı hizmetler" kapsamında şu endüstrilerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğumuz belirtilebilir: "Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri", "Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetleri."
- b) "Geleneksel hizmetler" kapsamında ise şu endüstrilerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğumuz belirtilebilir: "Ulaştırma Hizmetleri", "Turizm Hizmetleri."

Ülkemiz, hizmet ticaretindeki payını artırmada önemli bâzı avantajlara sahiptir. Bu çerçevede; beşerî sermaye, bilgi birikimi, teknolojik alt yapı, kabiliyet donanımı vb. faktörler, mukayeseli üstünlük kaynakları arasında yer almaktadır. Önemli olan, bu üstünlükleri kullanarak hizmet ticaretindeki payımızı artırabilmektir. Gerek özel kesimce, gerekse kamu kesimince tespit edilecek uygun stratejilerle, potansiyel nitelikteki endüstrilere yönelik uygun ortam hazırlanarak, ticarî payımızın artırılmasına imkân sağlanmalıdır.

## NOTLAR

- 1) Hizmet Ticareti ile ilgili istatistikler için temel alınan kaynak, Merkez Bankası Ödemeler Dengesi istatistikleridir. Belirtilmelidir ki bu kapsamda yer verilen istatistikler sınırlı sayıda olup şu ana kalemlerden oluşmaktadır: İnşaat Hizmetleri, Taşımacılık Hizmetleri, Turizm Hizmetleri, Finans Hizmetleri, Diğer Ticarî Hizmetler, Resmî Hizmetler, Diğer Hizmetler.

- 2) Bilgisayar ve İlgili Hizmetler ihracat verilerinin 2001 yılıyla sınırlı olması dolayısıyla hesaplamada 2001 yılı tercih edilmiştir. Bilgisayar ve İlgili Hizmetlerin 2001 yılı ihracat tutarı, TÜİK istatistiklerinden alınmış olup YTL bazındadır. Bu hizmetlerin 2001 yılı ihracat tutarı, 11.618.231 YTL'dir. Bu ise 9,4 milyon dolara tekabül etmektedir. Hesaplamada, 2001 yılı ortalama dolar kuru dikkate alınmış olup, kur 1,239 YTL'dir.

### KAYNAKÇA

- Clark, Colin (1957), **The Conditions of Economic Progress**, 3rd ed., London, Macmillan&Co. Ltd.
- TÜİK (2006), İstatistikler, <http://www.tuik.gov.tr/Istatistikler>, Erişim: 1 Nisan.
- (2003), **Hizmet İstatistikleri 2001**, Ankara, Ekim.
- DPT (2000), **Hizmet Ticaretinin Serbestleştirilmesi**, 8.BYKP, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT:2543-ÖİK:559.
- (2001), **İnşaat, Müteahhitlik, Mühendislik ve Müşavirlik Hizmetleri**, 8.BYKP, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT:2566-ÖİK:582.
- Dura, Cihan., Atik, Hayriye (2002), **Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye**, İstanbul, Literatür Kitabevi.
- Ekinci, Mehmet Behzat (2004), "Uluslararası Hizmet Ticaretindeki Kurumsal Liberalizasyon Süreci ve Türkiye", **Basılmamış Doktora Tezi**, İstanbul, İstanbul Üniv., Sosyal Bilimler Enst., İktisat ABD.
- Gibbs, Murray, Hayashi, Michiko (1990), "Sectoral Issues and the Multilateral Framework for Trade in Services:An Overview", **Trade in Services:Sectoral Issues**, Geneva, UNCTAD/ITP/26.
- HM (2004), "Türkiye ve GATS", Hazine Müsteşarlığı, <http://www.hazine.gov.tr>, Erişim: 3 Ocak.
- İncekara, Ahmet., Kılıkış, Yıldırım (1999), **Karadeniz Limanlarının Bölgesel Ticaretin Gelişimindeki Önemi ve İşlevi**, İstanbul, İTO Yayını, No:1999-50.
- Karauçak Oğuz, Şebnem (1987), **Uluslararası Alanda Hizmet Sektörünün Gelişimi:Avrupa Topluluğu Örneği**, İstanbul, İKV Yayını.



- Ongun, M. Tuba (1997), "Hizmet Ticareti Genel Anlaşması ve Olası Sonuçları" **Türk-İş Yıllığı**, 1990'ların Bilançosu-Değerlendirme Yazıları, 2. cilt, TİSK-Türk-İş Araştırma Merkezi.
- Seyidoğlu, Halil (1993), **Uluslararası İktisat-Teori, Politika ve Uygulama**, 9.baskı, İstanbul, Güzem Yayınları.
- (2003), **Uluslararası İktisat-Teori, Politika ve Uygulama**, 15.baskı, İstanbul, Güzem Yayınları.
- TCMB (2006), Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, Erişim: 3 Nisan.
- WTO (2002), "Doha Development Agenda: Services Negotiations", **Press Release**, Press/300, <http://www.wto.org>, Erişim: 28 June, (02-3693).
- WTO (2006), Statistics, [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm), Erişim: 30 Mart.
- Yıldırım Mızrak, Nihal (2002), "Uluslararası Hizmet Ticaretinin Kavramsal, Ampirik ve Analitik Boyutları: İktisat Politikası Sorunları ve Türkiye Bulguları", **Basılmamış Doktora Tezi**, Ankara, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD.
- (2004), "Uluslararası Hizmet Ticaretinin Gelişmesinde İnternet ile Elektronik Ticaretin Rolü ve Türkiye", **Dünya Ekonomisinde Bütünleşme Hareketleri ve Türkiye**, Editör: Nihal Yıldırım Mızrak, Ankara, Siyasal Yayınevi.