

T.C
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANABİLİM DALI
BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN LOKASYON SEÇİMİ
ÜZERİNE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA

Doktora Tezi

Nuri Yavan

Ankara-2006

T.C
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANABİLİM DALI
BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN LOKASYON SEÇİMİ
ÜZERİNE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA

Doktora Tezi

Nuri Yavan

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Hamdi Kara

Ankara-2006

T.C
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANABİLİM DALI
BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN LOKASYON SEÇİMİ
ÜZERİNE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA

Doktora Tezi

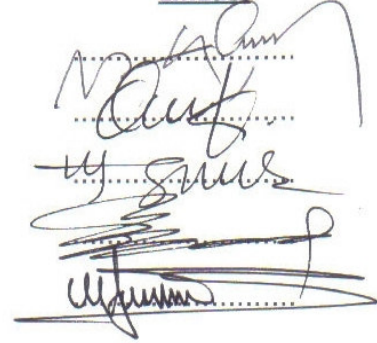
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hamdi Kara

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

Prof. Dr. Yalçın Karabulut
Prof. Dr. Hamdi Kara
Prof. Dr. Özgür Yüksel
Prof. Dr. Ali ÖZGAZİAR
Doç. Dr. Mehmet Somuncu

İmzası



Tez Sınavı Tarihi: 28. Haziran 2006

ÖNSÖZ

1980'lerden bu yana, özellikle de son yıllarda, gerek dünyada, gerekse Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımlara olan ilgi büyük bir artış göstermiştir. Bu durum çok uluslu şirketlerin lokasyon tercihlerini belirleyeme dönük araştırmaların artmasına yol açmıştır. Dünyada ve Türkiye'de yaşanan gelişmeler doğrultusunda, Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri ortaya koyan bu doktora tezi, ampirik kanıtlara dayalı şekilde, çağdaş ekonomik coğrafya perspektifi ile hazırlanmıştır.

Dört yıllık uzun ve yorucu, ancak zevkli bir çalışma sürecinin emeği olan bu araştırmacının hazırlanması sırasında bir çok insanın desteğini ve yardımı gördüm. En başta, öğrenciliğimden itibaren beni sürekli destekleyen ve cesaretlendiren, bu araştırmacının tüm aşaması boyunca bana rehberlik edip, yardımlarını esirgemeyen saygıdeğer danışman hocam Prof. Dr. Hamdi Kara'ya teşekkürlerimi sunuyorum. Kıymetli hocam, gerek tez konusunun seçiminde, gerekse doktora çalışmalarım esnasında değerli görüş ve önerileri ile bana ve çalışmaya büyük katkılarda bulundu.

Doktora çalışmalarımın bir bölümünü, verdiği araştırma bursu nedeniyle yurt dışında yürütmemi sağlayan Güney Kore Hükümeti ile beni bir yıl boyunca misafir eden Seul Devlet Üniversitesi (Seoul National University) Coğrafya Bölümü'ne teşekkürlerimi sunarım. Güney Kore Eğitim Bakanlığı'na bağlı Uluslararası Eğitimi Geliştirme Enstitüsü'nün (National Institute for International Education Development) sağladığı bu fırsat ve destek, hem tez çalışmasına hem de bana derin bir uluslararası perspektif kazandırarak katkı sağlamıştır. Güney Kore'de kaldığım süre boyunca bana her aşamada destek olan, tezime danışmanlık yapan Prof. Dr Sam Ock Park'a çok şey borçluyum. Kendisine yardımları ve katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Seul Devlet Üniversitesi (Seoul National University) Coğrafya Bölümü'nde misafir öğretim üyesi olarak çalışan Güneybatı Teksas Devlet Üniversitesi'nden (Southwest Texas State University) Prof. Dr. Fred. A. Day'e en içten teşekkürlerimi sunarım. Prof. Day, verdiği dersler ile sadece çağdaş coğrafyayı ve bilimsel yöntemi öğretmedi, aynı zamanda bu tezin teorik ve ampirik altyapısının oluşturulmasına çok önemli katkılar yaptı. Türkiye'den ulaşamadığım bazı kaynakları cömertce sağlayan, her başım sıkıştığında internet yoluyla da olsa benden yardımlarını esirgemeyen, Bentley Üniversitesi (Bentley College) öğretim üyesi Doç. Dr. Joel I. Deichmann'a şükranlarımı sunarım.

Tez çalışmalarımı değerlendirip, katkıda bulunan tez izleme komitesi üyelerine de teşekkür etmeyi bir borç bilirim. Çankaya Üniversitesi İşletme Bölümü'nde öğretim üyesi olan ve Türkiye'de çok uluslu şirketler üzerine en yetkin akademisyenlerden biri olan sayın hocam Prof. Dr. Öznur Yüksel'e değerli öneri ve katkılarından dolayı müteşekkirim.

Komite üyelerinden kıymetli hocam Doç. Dr. Mehmet Somuncu, her aşamada yardımını ve desteğini esirgemedi. Kendisine yol gösterici fikir ve önerilerinden dolayı teşekkür ederim.

Üniversitemizin Fen Fakültesi İstatistik bölümü öğretim üyelerinden Dr. Necla Özkaya Turhan, çalışmaya önemli düzeyde katkı sağladı. Dr. Turhan, iki yıl boyunca beni istatistik derslerine kabul etti ve hiç bıkmadan sorularıma büyük bir nezaket ve hoşgörü ile yanıtlar verdi. Kendisine, gerek verilerin istatistiksel analizi aşamasındaki destek ve yardımı, gerekse istatistiğin temel ilkelerini bana öğrettiği için teşekkürlerimi iletirim.

Lisans aşamasından bu yana her zaman desteğini gördüğüm, yetişmemde katkısı olan başta saygıdeğer hocam Prof. Dr. Yalçın Karabulut olmak üzere, tüm coğrafya bölümündeki kıymetli hocalarıma teşekkür ederim.

Kuşkusuz, bu araştırmanın hazırlanmasında en büyük katkılardan birini eşim Elif Yavan sağladı. Tez çalışmam boyunca eleştiri ve görüşleri ile beni sürekli teşvik ederek hep yanımda oldu. Onun karşılıksız desteği ve cesaretlendirmesi olmaksızın bu çalışma tamamlanamazdı. Kendisine sonsuz sevgi ve şükranlarımı sunuyorum.

Büyük bir emek ve özveri ile hazırlanan bu çalışmanın, olası eksikliklerine rağmen, önemli bir boşluğu dolduracağı kanaatindeyim. Çalışmanın ilgilenen herkese faydalı olmasını temenni ediyorum.

1 Haziran 2006

Nuri YAVAN

Aydınlıkevler/Ankara

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa no</u>
ÖNSÖZ	IV
İÇİNDEKİLER	VI
ÇİZELGELER LİSTESİ	XII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XIV
KISALTMALAR LİSTESİ	XVI

BÖLÜM I. GİRİŞ

1.1. Lokasyon ve Ekonomik Coğrafya	2
1.2. Ekonomik Coğrafya ve İktisat İlişkisi Üzerine	3
1.3. Araştırmanın Felsefi Dayanağı ve Yaklaşımı	5
1.4. Doğrudan Yabancı Yatırım Literatüründe Ekonomik Coğrafyanın Yeri, Önemi ve Diğer Bilimlerden Farklılığı	7
1.5. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları	11
1.6. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi	12

BÖLÜM II. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN TARİHİ GELİŞİMİ VE YAPISI

2.1. Dünyada Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihi Gelişimi	16
2.2. Dünyada Doğrudan Yabancı Yatırımların Sektörel Gelişimi	21
2.3. Kaynak Ülkelere Göre Dünyadaki Doğrudan Yabancı Yatırımlar	23
2.4. Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Gelişimi, Yapısı ve Mekansal Dağılımı	29
2.4.1. <i>Literatürün Değerlendirilmesi</i>	29
2.4.2. <i>Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi</i>	30
2.4.2.1. Osmanlı Dönemi	30
2.4.2.2. Cumhuriyet Dönemi	31
2.4.2.2.1. 1923-1949 Dönemi	31
2.4.2.2.2. 1950-1979 Dönemi	35
2.4.2.2.3. 1980-2005 Dönemi	37

2.4.3. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımların Coğrafi Dağılışı	42
--	----

BÖLÜM III. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

3.1. Temel Kavramlar	45
3.1.1. Portföy Yatırım	45
3.1.2. Doğrudan Yabancı Yatırım	45
3.1.3. Hissesz Doğrudan Yabancı Yatırım	47
3.1.4. Doğrudan Yabancı Yatırım İle ilgili Bazı Temel Kavramlar	48
3.1.5. Çok Uluslu Şirketlerin Tanımı	49
3.2. Firmalar Niçin Faaliyetlerini Uluslararasılaştırıyorlar?	51
3.3. Firmalar Niçin Dışarıya DYY Yapıyorlar?	52
3.3.1. Kaynak Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım	52
3.3.2. Piyasa Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım	52
3.3.3. Etkinlik Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım	53
3.3.4. Stratejik Varlık Veya Kapasite Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım	53
3.3.5. Diğer Motivasyonlar Yani Kaçış, Destek ve Pasif Amaç Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım	53
3.4. Firmaların Uluslararası Piyasalara Giriş Şekilleri	55
3.4.1. İhracat	55
3.4.2. Ortaklık Anlaşmaları	56
3.4.3. Doğrudan Yabancı Yatırım	57
3.4.3.1. Yavru Şirket	57
3.4.3.2. Ortak Girişim	57
3.5. Doğrudan Yabancı Yatırım Tipleri	58
3.5.1. Yeni Yatırım	58
3.5.2. Birleşme ve Satın Alma Yatırımı	58

BÖLÜM IV. TEORİK ÇERÇEVE:

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARA TEORİK YAKLAŞIMLAR

4.1. Klasik, Neoklasik ve Yeni Dış Ticaret Teorileri	62
4.2. Doğrudan Yabancı Yatırım Teorileri	69
4.2.1. Endüstriyel Organizasyon/Tekelci Avantajlar Teorisi	70
4.2.2. Ürünün Hayat Devreleri Teorisi	72
4.2.3. Oligopolistik Tepki/Lideri İzle Teorisi	74
4.2.4. Davranışsal Yaklaşım	75
4.2.5. Para bölgeleri ve Döviz Kuru Oranları Teorisi	76
4.2.6. Risk Çeşitlendirme Teorisi	76
4.2.7. İçselleştirme Teorisi	77
4.2.8. Makro Ekonomik Teori	78
4.2.9. Marksist Ekonomik Yaklaşım	79
4.2.10. Eklektik Paradigma	80
4.3. Lokasyon Teorisi	89
4.3.1. Neoklasik Lokasyon Teorisi	93
4.3.1.1. Weber'in En Az Maliyet Teorisi	94
4.3.1.2. Lösch'ün En Yüksek Kazanç Teorisi	102
4.3.1.3. Hotelling'in Mekansal Rekabet ve Lokasyonel Bağımlılık Modeli	104
4.3.1.4. Christaller'in Merkezi Yer Teorisi	106
4.3.1.5. Isard ve Greenhut'un Mekan Ekonomisi	108
4.3.1.6. Smith'in Karlılığın Mekansal Sınırları Yaklaşımı	109
4.3.2. Davranışsal Lokasyon Teorisi	111
4.3.3. Yapısalcı Lokasyon Teorisi	116

BÖLÜM V. AMPİRİK YAKLAŞIM ve HİPOTEZLER:

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARININ LOKASYONUNU BELİRLEYEN FAKTÖRLER

5.1. Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Tespiti	119
5.1.1. Endüstriyel Lokasyon Literatürünün Değerlendirilmesi	120

5.1.2. Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörler İle İlgili Yapılan Ampirik Çalışmalar ve Bulguları	121
5.1.3. Berköz'ün Türkiye'deki Yabancı Sermayeli Firmaların Lokasyon Seçimi İle İlgili Bulguları	129
5.2. Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörler ve Araştırma Hipotezleri	131
5.2.1. Yığılma Ekonomileri	132
5.2.2. Piyasa	141
5.2.3. Emek	145
5.2.4. Erişebilirlik ve Altyapı	152
5.2.5. Devlet Politikası ve Teşvikler	156
5.2.6. Coğrafi Değişkenler	167
5.2.7. Yaşam Kalitesi ve Diğer Faktörler	174
5.3. Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Sektörlere Göre Ayrımı	177

BÖLÜM VI. YÖNTEM ve ANALİZ

6.1. Metodolojinin Seçimi	182
6.2. Veri Kaynakları	185
6.3. Araştırmanın Dizaynı	187
6.3.1. Bağımlı Değişkenlerin Oluşturulması	187
6.3.2. Bağımsız Değişkenlerin Oluşturulması	189
6.3.2.1. Atlanan ve Dışlanan Bağımsız Değişkenler	193
6.4. Regresyon Analizi	194
6.4.1. Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli ve Temel Özellikleri	195
6.4.2. Çoklu Regresyon Modelinin Kurulması	198
6.4.3. Çoklu Doğrusal Regresyon Modellerinin Analiz/Test Edilmesi	200
6.4.4. Çoklu Regresyon Modelinin Varsayımları	202
6.4.5. Çoklu Regresyon Modelindeki Varsayımların Denetlenmesi	203
6.4.5.1 Normallik Varsayımının Kontrol Edilmesi	203
6.4.5.2 Artıkların Normalliği Varsayımının Kontrol Edilmesi	204

6.4.5.3. Doğrusallık ve Homojen Varyans Varsayımının Kontrol Edilmesi	206
6.4.5.4. Artıkların Bağımsızlığı Varsayımının Kontrol Edilmesi	208
6.4.5.5. Çoklu Doğrusallık Sorununun Kontrol Edilmesi	209
6.4.5.5.1. Korelasyon Analizi	210
6.4.5.5.2. Çoklu Doğrusallığı Teşhis Testleri	211
6.4.5.6. Uç Değer ve Etkili Örneklerin Değerlendirilmesi	214

BÖLÜM VII. AMPİRİK BULGULAR ve TARTIŞMA:

TÜRKİYE'DEKİ YABANCI SERMAYELİ FİRMALARIN LOKASYON SEÇİMİ

7.1. Betimsel İstatistiklerin sonuçları	219
7.2. Korelasyon Analizinin Sonuçları	220
7.3. Regresyon Analizinin Sonuçları	225
7.3.1. Model 1	225
7.3.2. Model 2	228
7.3.3. Model 3	228
7.3.4. Model 4	229
7.3.5. Model 5	229
7.3.6. Model 6	230
7.3.7. Model 7	230
7.4. Hipotezlerin Değerlendirilmesi ve Bulguların Tartışılması	235
7.4.1. <i>Yığılma Ekonomileri İle İlişkili Olan Hipotez 1, 2, 3 ve 4'ün Değerlendirilmesi</i>	235
7.4.2. <i>Piyasa İle ilişkili Olan Hipotez 5, 6 ve 7'nin Değerlendirilmesi</i>	238
7.4.3. <i>Emek İle İlişkili Olan Hipotez 8, 9, 10, 11 ve 12'nin Değerlendirilmesi</i>	240
7.4.4. <i>Altyapı ve Erişilebilirlik İle İlişkili Olan Hipotez 13, 14, 15, 16 ve 17'nin Değerlendirilmesi</i>	243
7.4.5. <i>Devlet Politikası ve Teşvikler İle İlişkili Olan Hipotez 18, 19 ve 20'nin Değerlendirilmesi</i>	245

7.4.6. Coğrafya İle İlişkili Olan Hipotez 21, 22, 23 ve 24'ün Değerlendirilmesi	247
7.4.7. Yaşam Kalitesi İle İlişkili Olan Hipotez 25'in Değerlendirilmesi	249
7.5. Sanayi ve Hizmet Sektörüne Yapılan DYY'nin Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörler ve Bununla İlişkili Olan Hipotezin Değerlendirilmesi	250

BÖLÜM VIII. SONUÇ ve ÖNERİLER

8.1. Araştırmanın Önemli Sonuçları	255
8.2. Araştırmanın Literatüre Katkısı	262
8.3. Araştırmanın Uygulamaya Yönelik Önerileri	263
8.4. Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler	264
REFERANSLAR	267
ÖZET	285
ABSTRACT	286

ÇİZELGELER LİSTESİ

	<u>Sayfa no</u>
Çizelge 2.1. Gelen/içe doğru yapılan DYY'nin ülkelere göre dağılımı (2004)	18
Çizelge 2.2. Osmanlı İmparatorluğu'nda doğrudan yabancı yatırımların sektörlere ve ülkelere göre dağılımı (1914)	31
Çizelge 2.3. Cumhuriyetin ilk yıllarında yabancı sermayeli firmaların sektörlere göre dağılımı (1923)	32
Çizelge 2.4. Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye'de doğrudan yabancı sermaye yatırımları (1926-1933)	33
Çizelge 2.5. Türkiye'de Cumhuriyetin ilk döneminde kurulan ayrıcalıklı ve ayrıcalıksız statüye sahip yabancı şirketler 1923-1929	34
Çizelge 2.6. Türkiye'de 1954-1979 döneminde izin verilen DYY'nin yıllara göre gelişimi (milyon \$)	35
Çizelge 2.7. Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların illere göre dağılımı (1965 sonu itibariyle)	36
Çizelge 2.8. Türkiye'de 1980-2004 döneminde doğrudan yabancı yatırımlar	38
Çizelge 2.9. Türkiye ile bazı ülkelerin UNCTAD'ın DYY'nin ulusötesileşme, performans ve potansiyel indeksleri bakımından sıralaması	40
Çizelge 2.10. Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımın diğer temel ekonomik göstergeler ile bölgesel düzeyde karşılaştırılması	43
Çizelge 4.1. DYY tiplerine göre OLI avantajları ve uluslararası üretimi belirleyen faktörler	86
Çizelge 5.1. Endüstriyel lokasyon literatüründe firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörler	120
Çizelge 5.2. ÇUŞ'ların lokasyon seçimini belirleyen faktörler ile ilgili yapılan ampirik çalışmalar ve bu çalışmaların bulguları	125
Çizelge 5.3. İstanbul'da faaliyet gösteren yabancı sermayeli endüstri firmalarının lokasyon seçimini etkileyen faktörlerin önemlilik sırası	130
Çizelge 5.4. İstanbul'da faaliyet gösteren yabancı sermayeli hizmet firmalarının lokasyon seçimini etkileyen faktörlerin önemlilik sırası	131
Çizelge 6.1. Regresyon analizinde kullanılan lokasyon faktörleri ile bağımlı ve bağımsız değişkenlerin tanımı, kapsadığı dönem, beklenen etkisi ve veri kaynakları	186
Çizelge 6.2 DYY, DYY _{SANAYİ} ve DYY _{HİZMET} , bağımlı değişkenlerinin normallik testi Sonuçları	204
Çizelge 6.3. DYY, DYY _{SANAYİ} , ve DYY _{HİZMET} modellerinde çoklu doğrusallığını teşhis testlerinin sonuçları	213

Çizelge 6.4. DYY, DYY _{SANAYİ} , ve DYY _{HİZMET} modellerinde çoklu doğrusallığı teşhis testlerinin sonuçları	214
Çizelge 6.5. DYY, DYY _{SANAYİ} , ve DYY _{HİZMET} modellerinde uç değerleri gösteren artık İstatistikleri	215
Çizelge 6.6. DYY, DYY _{SANAYİ} , ve DYY _{HİZMET} modellerinde Model 1, 2 ve 3'ün etkili birimlerini gösteren istatistikler	217
Çizelge 7.1. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin betimsel istatistik sonuçları	219
Çizelge 7.2. DYY ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris	222
Çizelge 7.3. DYY _{SANAYİ} ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris	223
Çizelge 7.4. DYY _{HİZMET} ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris	224
Çizelge 7.5. EKK yöntemli çoklu regresyon analizinin sonuçları (Bağımlı Değişken: LnDYY)	232
Çizelge 7.6. EKK yöntemli çoklu regresyon analizinin sonuçları (Bağımlı Değişken: LnDYY _{SANAYİ})	233
Çizelge 7.7. EKK yöntemli çoklu regresyon analizinin sonuçları (Bağımlı Değişken: LnDYY _{HİZMET})	234
Çizelge 7.8. Test edilen araştırma hipotezlerinin sonuçları	237

ŞEKİLLER LİSTESİ

	<u>Sayfa no</u>
Şekil 1.1 İktisat ile ekonomik coğrafya arasındaki ilişki	4
Şekil 2.1. Dünya DYY stoku, GSYİH ve ihracatının yıllık büyüme oranları (1981-2004)	18
Şekil 2.2. Dünyadaki ÇUŞ ve onunla ilişkili yavru şirketlerin sayısındaki gelişmeler (1914-2004)	19
Şekil 2.3 Dünyadaki iç ve dış doğrudan yatırımlar	20
Şekil 2.4 DYY stokunun GSYİH içindeki payı	20
Şekil 2.5. Dünyada DYY'nin sektöre dağılımındaki dönüşüm (1970-2002)	21
Şekil 2.6 Dünyada dışa doğru yapılan DYY'de ülkelerin tarihsel süreç içindeki payı	24
Şekil 2.7. Dışa giden/kaynak oluşturan DYY ile içe gelen DYY stokunun ülke gruplarına göre payı (1914-2004)	25
Şekil 2.8. 2001 yılında Triad içinde ve Triad'dan DYY akımları	28
Şekil 2.9. Osmanlı İmparatorluğu ile cumhuriyetin ilk yıllarında DYY'nin sektörlere göre dağılımı (1914-1923)	33
Şekil 2.10. Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımların yıllara göre gelişimi (1954-2003)	39
Şekil 2.11. Türkiye'de izin verilen DYY'nin sektörlere göre dağılımı (1975-2003)	41
Şekil 2.12. Türkiye'de izin verilen DYY'nin ülkelere göre dağılımı (1954-2003)	42
Şekil 2.13. Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı sermayeli firmaların mekansal dağılımı (2004)	43
Şekil 3.1. Firmaları DYY yapmaya yönelten başlıca motivasyonlar	52
Şekil 3.2. Piyasa büyüklüğü ile maliyet arasındaki ilişki açısından ÇUŞ'ların bir ülkeye en etkin giriş stratejisi	59
Şekil 4.1. Doğrudan yabancı yatırım teorileri	70
Şekil 4.2. Ana ülke ve yabancı ülkede ürünün gelişme dönemleri	73
Şekil 4.3. Weberyen ulaşım maliyetleri bakımından hammaddenin niteliğine göre optimal lokasyon	97
Şekil 4.4. Weber'in lokasyon üçgeni: Tek pazar ve iki hammadde kaynağı durumunda	98
Şekil 4.5. Weber'in eşmaliyetli ulaşım eğrileri analizi çerçevesinde taşıma ve emek faktörlerine göre optimum lokasyon	100
Şekil 4.6. Weber'e göre yığılma ekonomilerinin oluşumu	101
Şekil 4.7. Lösch'ün mekansal talep konisi ve pazar alanları	103
Şekil 4.8. Hotelling modelinde iki rakip firmanın lokasyon stratejisi ve rekabeti	105
Şekil 4.9. Christaller'in merkezi yer hiyerarşisi ve altıgen piyasa alanları	108

Şekil 4.10. Smith'in karlılığın mekansal sınırlarına göre optimum lokasyon	110
Şekil 4.11. Pred'in davranışsal matrisinde firmaların lokasyon seçimi	112
Şekil 4.12. Firmaların lokasyon kararı verme süreci ve aşamaları	115
Şekil 5.1. 63 araştırmanın bulgularına dayalı olarak bir ülke içinde yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin kavramsal olarak modellenmesi	124
Şekil 5.2. Bir firma için içsel ve dışsal yığılma ekonomilerinin oluşumu ve maliyetler üzerindeki etkisi	134
Şekil 6.1. Pozitivizmin metodolojisi: Bilimsel yöntem	181
Şekil 6.2. DYY lokasyonu üzerine yapılan 63 ampirik araştırmada kullanılan metodolojinin alt tiplere göre dağılımı	184
Şekil 6.3. Bir doğrusal regresyon modelinin temel özellikleri	196
Şekil 6.4. DYY, $DYY_{SANAYİ}$ ve $DYY_{HİZMET}$ bağımlı değişkenin Q-Q grafiklerine göre normallik dağılımları	204
Şekil 6.5. Artıkların normal dağılımını gösteren histogram ve P-P grafiği	205
Şekil 6.6. Artıkların doğrusallık ve homojen varyans durumlarını gösteren saçılma grafiği	207

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	Araştırma-Geliştirme
ÇSGB	Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı
ÇUŞ	Çok Uluslu Şirket
DHMİ	Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü
DİE	Devlet İstatistik Enstitüsü
DM	Denizcilik Müsteşarlığı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
DYY	Doğrudan Yabancı Yatırım
EKK	En Küçük Kareler Yöntemi
GOÜ	Gelişmekte Olan Ülkeler
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
HMYSGM	Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü
H-O	Heckscher-Ohlin Teorisi
IMF	Uluslararası Para Fonu
İSO	İstanbul Sanayi Odası
İTO	İstanbul Ticaret Odası
KÖY	Kalkınmada Öncelikli Yörelere
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OLI	Sahiplik, Lokasyon ve İçselleştirme
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
UNCTC	Birleşmiş Milletler Ulusötesi Şirketler Merkezi
UÖŞ	Ulus Ötesi Şirket
YASED	Yabancı Sermaye Derneği
YSF	Yabancı Sermayeli Firmalar

Dünyaca ünlü iktisatçı Paul Krugman'a göre, ekonomik coğrafya yapmaya çalışmak için en azından üç tane önemli neden vardır. Birincisi, ülkeler içerisindeki ekonomik etkinliklerin gerçekleştirildiği yerler başlı başına önemli bir konudur. İkinci olarak uluslararası iktisat ve bölgesel iktisat arasındaki ayırım çizgisi giderek bulanıklaşmaktadır. Sonuncusu ve belki de en önemlisi ise, entelektüel merakla birlikte bu alanın sağladığı geniş ampirik laboratuvar olanaklarıdır (Krugman, 1991b:8).

BÖLÜM I. GİRİŞ

Doğrudan yabancı yatırım (DYY) uluslararası ekonominin küreselleşmesini sağlayan en önemli faktördür. DYY girişi hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkeler arasındaki ekonomik bağın güçlenmesine katkı sağlamaktadır. DYY, girdiği ülkenin ekonomisi üzerinde çok sayıda etkiye sahiptir. Bu etki hem makro, hem de mikro düzeyde ülkenin ekonomisini etkiler. Makro ekonomik düzeydeki etkiler ekonomik büyüme, ihracat, ithalat, istihdam, ödemeler dengesi, vb. şeklinde iken, mikro ekonomik düzeyde firmalar arası rekabet, fiyat, lokasyon vb. şeklinde kendini gösterir.

Gelişmekte olan ülkelerde nüfusun artması, iç sabit sermaye yatırımlarının sınırlı kalması, toplumsal yaşam standartlarının yükseltilmesi açısından ekonomik büyümenin sürdürülebilir olmasını gerektirmektedir. Büyümenin sürdürülebilirliğinin sağlanması ise ancak yatırımları artırmak ve verimliliği yükseltmekle mümkündür. Bu bağlamda özellikle gelişmekte olan ülkelere, uluslararası doğrudan yabancı sermaye yatırımları giderek önem kazanmaktadır.

DYY giderek artan şekilde hem gelişmiş, hem de özellikle gelişmekte olan ülkeler için ekonomik büyüme ve kalkınmanın en önemli araçlarından birisi haline gelmektedir. Gerek Dünya Bankası, gerekse Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) ve çeşitli bilim insanları tarafından yapılan araştırmalar, DYY'deki %1'lik artışın ¹ kişi başına geliri %0,8 oranında artırdığını göstermektedir (Broadman ve Recanatini, 2001:3). DYY, teknolojik gelişmeyi tetikleyen, insan sermayesinin oluşumuna yardımcı olan, uluslararası ticaretin bütünleşmesine katkı sağlayan, girişimciliğin gelişmesini artıran, yoksulluğu azaltan ve daha rekabetçi bir yatırım ortamı yaratmaya yardımcı olan, küresel ekonominin en önemli mekanizmalarından birisidir (OECD, 2002:5).

2005 yılı dünya yatırım raporu (World Investment Report 2005) verilerine göre, uluslararası üretim, dünya çapında 70 bin Çok Uluslu Şirket (ÇUŞ) ve bununla ilişkili 690 bin bağlı şirket (affilites) tarafından yürütülmektedir. Bu şirketler dünya Gayri Safi Yurtiçi

¹ DYY, gayri safi yurt içi hasılanın (GSYİH) oranı olarak ölçülmüştür.

Hasılasının (GSYİH) 1/10'unu, dünya ihracatının ise 1/3'ünü oluşturmakta ve 57 milyon kişiyi istihdam etmektedirler (UNCTAD, 2005:14).

Türkiye Osmanlı'dan bu yana, özellikle de 1950'li yıllardan itibaren özkaynaklarının yetersizliği nedeniyle ekonomik kalkınma için yabancı sermayeden yararlanma yolunu seçmiştir. 24 Ocak 1980 kararları ve daha sonraki uygulamalar bu durumu daha da perçinleştirmiştir. Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu içerisinde yabancı sermayeli kuruluşların payı giderek artmaktadır. 1980 yılında Türk sanayisinin 500 büyük firması arasında 40 tane (%8) yabancı sermayeli firma vardı (Karluk, 1983:150-152). 1990 yılında bu sayı 88'e (%18), 2000 yılında 131'e (%26) ve 2003 yılında 147'ye (%29) ulaşmıştır. Diğer bir deyişle, 2003 yılı sonu itibariyle her 10 firmanın 3 tanesinde yabancı sermaye katkısı söz konusudur. 500 büyük sanayi kuruluşu içerisinde yabancı sermayeli firmalar (YSF) üretimin %26'sını, istihdamın %14'ünü ve ihracatın %26'sını gerçekleştirmektedir (İSO, 2004). Günümüzde Türkiye ithalatının %30'u, ihracatının ise %24'ü yani yaklaşık ¼'ü yabancı sermayeli firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir (Göver, 2005:29). 1980'den bu yana kat edilen yolu gösteren bu rakamlar, DYY'nin Türkiye endüstrisi içinde ne derecede önemli bir payı olduğunu göstermesi bakımından son derece ilginçtir. Sanayi sektörü için yapılan değerlendirmelerin hizmetler sektörü için de geçerli olduğu düşünülmektedir; çünkü, 1980-2003 döneminde Türkiye'ye gelen DYY'nin yaklaşık yarısı (%44) hizmetler sektörüne yöneliktir.

Yukarıda çok öz şekilde belirtilen gelişmeler, DYY'nin hem dünya hem de Türkiye ekonomisi açısından son derece önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum aynı zamanda DYY konusunun ne denli incelemeye değer bir mesele olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

1.1. Lokasyon ve Ekonomik Coğrafya

ÇUŞ'lar tarafından yapılan DYY'nin en dikkati çeken özelliklerinden biri, onların *lokasyon*larıdır. Ulus ötesi firmaların davranışları, yatırım kararları ve ekonomik etkileri konusunda yapılan hemen hemen tüm çalışmalarda DYY'nin lokasyon yönü üzerinden durulmaktadır. Bununla birlikte lokasyona atfedilen önem ve onu analiz etme şekli araştırmacılar ve akademik paradigmalarda arasında büyük ölçüde değişiklik göstermektedir. Bazı çalışmalarda lokasyon, bir firmayı bir kente veya bir yere çeken özelliklerin eşsiz bir kombinasyonu (bileşkesi) olarak temsil edilmektedir. Bazı çalışmalarda ise lokasyon işlem maliyetinin önemli bir belirleyicisi olarak bir yerin diğerinde olan uzaklığı şeklinde ele alınmaktadır. Başka bir çalışmada ise lokasyon, DYY'nin bölgelere olan ekonomik etkilerini değerlendirmede kullanılabilir. Hatta bazı çalışmalarda lokasyon, geleneksel fiziki mekan anlamının ötesinde bile tanımlanmayarak, iş dünyaları arasındaki göreceli kültürel yakınlık şeklinde tanımlanabilmektedir (Green ve McNaughton,1995:XIV).

Genel olarak coğrafya, insanı ve mekanı konu alan bilim dalıdır. Coğrafyacılar mekan üzerinde yaşayan insanın uğraştığı her türlü faaliyetin lokasyonu ile çok yakından ilgilenir. Beşeri coğrafyanın en büyük alt dallarından biri olan ekonomik coğrafya, mal ve hizmetlerin üretimini, tüketimini ve dağıtımını mekansal açıdan anlamak ve açıklamakla ilgilenir. Böylece ekonomik coğrafyanın odak noktası, mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı/değişimi ve tüketimin lokasyonudur ² (Wheeler vd., 1998:4). Başka bir ifade ile ekonomik coğrafya, yerel, ulusal ve uluslararası ölçekte ekonomik faaliyetlerin lokasyonunu ele alan bir alandır (Hartshorn ve Alexander, 1988:1). Bu yönüyle ekonomik coğrafya, mal ve hizmetlerin üretimi, tüketimi ve değişimiyle ilişkili aktivitelerin yer yüzündeki mekansal farklılaşmasını çalışır (Hartshorn ve Alexander, 1988:5).

Bir başka açıdan ekonomik coğrafya, bir taraftan bu temel ekonomik faaliyetlerin mekansal dağılımını göstermeyi, diğer taraftan da bu faaliyetlerin niçin orada/o lokasyon da yer aldıklarını anlamayı amaçlamaktadır. Kısaca ekonomik coğrafyacılar genellikle mekansal içerikli üç temel soru (nerede, niçin ve nasıl) sorar ve ona cevap ararlar (Dicken ve Lloyd, 1990:8; Tümertekin ve Özgüç, 1995:49). (1) Ekonomik faaliyet mekansal olarak *nerede* bulunmaktadır? (2) Ekonomik faaliyetler *niçin* orada yer almaktadırlar ya da nerede yer almalıdır? Ya da ekonomik aktivitelerin belirli lokasyonlarda yoğunlaşmasının altında yatan faktörler nelerdir? (3) Ekonomik faaliyetlerin mekansal organizasyonu iktisadi ve sosyal süreçlerle *nasıl* ilişkili ve/veya onları nasıl etkilemektedir? Görüldüğü gibi ekonomik coğrafyacılar, ekonomik sistemin çeşitli elementlerinin nerede yer aldığı, yani lokasyonu, onların mekanda niçin birbiriyle bağlantılı olduğu yani mekansal etkileşimi ve onların ekonomik, sosyal ve politik süreçlere nasıl etki yaptığını inceler. Kısaca ekonomik coğrafyacılar, ekonomik sistemin mekansal organizasyonu ile ilgilenirler.

1.2. Ekonomik Coğrafya ve İktisat İlişkisi Üzerine

Tüm ekonomik olgular coğrafi bir mekan içinde cereyan eder (McCann, 2001:1). Bir coğrafi mekanda meydana gelen ekonomik olayları çalışan ekonomik coğrafya ile iktisat arasında çok uzun ve derin bir ilişki söz konusudur.³ Ekonomik coğrafya adından da anlaşıldığı gibi, bir yandan ekonomi ile, diğer yandan coğrafya ile ilişkili bir bilim dalıdır (Bkz. Şekil 1.1; Tümertekin ve Özgüç, 1995:38).

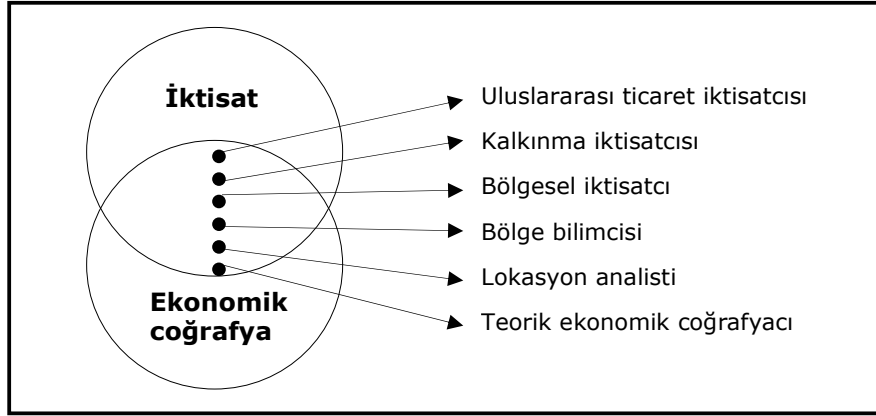
Ekonomik coğrafyacılar mekansal meselelerle birinci dereceden ilgili iken, buna karşılık çoğu iktisatçı, göreceli olarak mekansal meselelerle ilgilenmez ve adeta

² *Üretim*; tarım, sanayi ve hizmet faaliyetlerini kapsarken, *dağıtım* veya *mübadele*; ulaşım, iletişim ve ticareti (toptan ve perakende); *tüketim* ise mal ve hizmetlerin kullanımını kapsar. Daha fazla bilgi için bkz. Hartshorn ve Alexander (1988:1-3), Tümertekin ve Özgüç (1997:122-126), Wheeler vd. (1998:5-6).

³ Coğrafi araştırmalarda iktisat biliminin etkisi veya iki bilim dalının ilişkisi için bkz. Rüstow (1939:3-17), Chisholm (1966), Taaffe (1974), Erickson (1989), Tümertekin ve Özgüç (1995:38-51).

“mekansız harikalar diyarı” içerisinde yaşarlar. Yani tüm beşeri ve ekonomik faaliyetler sanki bir toplu iğnenin başında meydana geliyormuş gibi davranırlar (Dicken ve Lloyd, 1990:8-9). Böylece (ekonomik) coğrafyacının ayırt edici perspektifi olaylara “mekansal” yaklaşmasıdır. İşte mekansal yaklaşım, coğrafyayı diğer disiplinlerden ayırt ederek onu bir anlamda “eşsiz” kılan ve böylece bilim dalı haline getiren yegane unsurdur.

Şekil 1.1. İktisat ile ekonomik coğrafya arasındaki ilişki



Kaynak: Taafle (1974:9)

Hem ekonomik coğrafyacılar, hem de iktisatçılar belirli konular üzerinde ortak bir ilgiyi paylaşmaktadır. Her ikisi de üretim, tüketim ve dağıtım ile ilgilenirler. Ancak her iki disiplin bu süreçler konusunda ortak bir ilgiyi paylaşmasına rağmen, farklı perspektife sahip olmaları nedeniyle birbirlerinden ayrılmaktadırlar (Dicken ve Lloyd, 1990:1-2).

Ekonomik coğrafya lokasyona çok fazla vurgu yaparken, iktisat bilimi lokasyona neredeyse hiç vurgu yapmamaktadır.⁴ Buna en iyi ve en basit örnek, mikroekonomi veya makroekonomi üzerine yazılmış bir ders kitabında lokasyonun/mekanın hemen hemen hiç belirtilmemesidir. Bir ekonomik faaliyetin nerede yer aldığı ve niçin orada bulunduğu, ya

⁴ Hem coğrafyacılar (Chisholm, 1966; Erickson, 1989; Dicken ve Lloyd, 1990), hem de bizzat iktisatçılar (Samuelson, 1952; Isard, 1956; Krugman, 1991a, 1991b, 1995; Fujita vd., 1999; McCann, 2001) çeşitli yer ve zamanlarda iktisat disiplininin mekansız bir dünyada, ekonomik olay/olguları ele aldığını belirtmişlerdir. İşte bu nedenle coğrafyacılar perspektifinden ekonomik coğrafya iktisadi olaylara mekan boyutunu katarak iktisat içinde var olan boşluğu doldurmaktadır. Ekonomistler ise iktisat disiplininde var olan bu boşluğu kısmen bölgesel iktisat ve şehir ekonomisi alt dalları ile özellikle de 1950 sonrası bölge bilimi ve 1990 sonrası “yeni ekonomik coğrafya” akımı yoluyla gidermeye çalışmaktadır.

Şunu açıkça vurgulamak gerekir ki, iktisat içinde mekan/coğrafyaya olan ilgi her zaman düşük düzeyde kalmıştır. Başka bir ifade ile mekansal ekonomi/bölgesel iktisat, iktisat disiplini içinde halen küçük bir yer işgal etmektedir. İşte 1990’larda ünlü ekonomist Paul Krugman ve arkadaşları (M. Fujita, A. J. Venables, D. Puga, J. F. Thisse ve G. Ottaviano gibi) tarafından başlatılan *yeni ekonomik coğrafya* (new economic geography) ya da coğrafi ekonomiler (geographical economics) akımı bu arayışın bir sonucu olarak görülmektedir. Ekonomik coğrafyanın önemi ve iktisatçılar tarafından yeniden keşfedilmesi ile ilgili olarak özellikle bkz. Krugman (1991b:1-11, 1995:31-65), Fujita vd. (1999:1-4).

da orayı seçtiği (yani lokasyon meselesi) iktisat içinde o denli ihmal edilmiştir ki, bunu fark eden 20. yüzyılın büyük iktisatçılarından biri olan Samuelson (1952:284), "mekansal meseleler iktisat teorisinde o kadar fazla ihmal edilmiştir ki, bu alana olan ilgi adeta hatır uğruna veya sadece bu meselelerle uğraşmayı seven, ya da bu meselelerin önemli olduğunu düşünenler tarafından incelenmiştir". Nitekim iktisadın bu yönünü ünlü Amerikalı iktisatçı Isard (1956:25) "iktisatçılar, ekonomik faaliyetlerin harikalar diyarında meydana geldiğini varsayarak mekansız ve lokasyona oturmayan iktisat yapıyorlar" şeklinde belirttikten sonra iktisadi mekana oturtmak için *Bölge Bilim* (Regional Science) adı verilen yeni bir disiplin yaratmıştır. Ekonomik olguların mekansal boyutunun dikkate alınması için Isard tarafından yapılan bu girişim ile "mekan ekonomisi" (space economy) resmen kurulmuş ve böylece ekonomik coğrafyacılar, şehir ve bölge bilimcileri ile iktisatçılar beraber çalışmaya başlamıştır (McCann, 2001:1).

Isard'ın 1950'lerde dile getirdiği ve kuruculuğunu yaptığı bölge bilimi 1960'larda önemli başarılar elde etmekle birlikte, 1970 sonrası düşüşe geçmiş, ancak 1990'larda yeniden coğrafyayı keşfeden ünlü iktisatçı Krugman ile tekrar canlanmıştır. Krugman "yeni ekonomik coğrafya" akımının baş yapıtı olan *Geography and Trade* (Coğrafya ve Ticaret) adlı kitabında ekonomik coğrafyanın önemini ve gerekliliğini şöyle belirtmektedir: "Ekonomik coğrafya yapmaya çalışmak için en azından üç tane önemli neden vardır. Öncelikle ülkeler içerisindeki ekonomik etkinliklerin gerçekleştirildiği yerler başlı başına önemli bir konudur. İkinci olarak uluslararası iktisat ve bölgesel iktisat arasındaki ayırım çizgisi giderek bulanıklaşmaktadır. Sonuncusu ve belki de en önemlisi ise entelektüel merakla birlikte bu alanın sağladığı geniş ampirik laboratuvar olanaklarıdır" (Krugman, 1991:8). İşte ekonomik coğrafya, ekonomideki lokasyonu çalışmakla bir taraftan iktisat biliminin yapamadığını yapmakta ya da en azından onun eksik bıraktığı boşluğu doldurmakta, diğer taraftan iktisadi olayların mekansal etkileşimini ve organizasyonunu aydınlatmaktadır.

1.3. Araştırmanın Felsefi Dayanağı ve Yaklaşımı

Ekonomik coğrafya literatüründe firmaların coğrafyasının incelenmesi McNee'nin 1950'li yılların sonlarına doğru yaptığı çalışmalara kadar geri gitmektedir (Mcnee, 1958). O zamandan bu yana ekonomik coğrafya içinde küçük, orta, büyük ve çok uluslu firmaların faaliyetlerinin mekansal açıdan incelenmesine çok büyük bir ilgi olmuştur (De Smidt ve Wever, 1990:XIII).

McNee 1958 yılında "Economic Geography" dergisinde yayımladığı ve petrol endüstrisinde faaliyet gösteren bir uluslararası firmanın (Socony Mobil Oil Company) faaliyetlerini esas alan mekansal içerikli araştırması ile ilk kez firma odaklı bir araştırma yapmıştır. Yazar 1960 yılında yayımladığı diğer çalışmasında ise ilk kez "firma coğrafyası" (geography of enterprise) kavramını ortaya atarak, ekonomik coğrafya içerisinde yeni bir

alt akım ve çalışma sahasının doğmasını sağlamıştır. Bu makalesinde McNee (1960:205), coğrafyacıları hem küçük hem de büyük *firmaların coğrafyasını* incelemeye davet etmekteydi. McNee'nin bu öncü çalışmasını Krumme (1969) daha da ileri taşıdı ve bu sahaya hem davranışsal (karar verme süreci vb.) ve kurumsal yaklaşıma (kültürel ve sosyal değerler vb.) ait unsurları kattı, hem de firma coğrafyasının odağına özellikle çok-fabrikalı, çok-şubeli, çok-uluslu büyük şirketleri koydu.

1958-1968 döneminde emekleme veya McNee'nin (1986:347) kendi ifadesi ile marjinal meşrulaşma aşamasında olan firma coğrafyası, bir yandan bizzat coğrafya içinde Krumme ve onu izleyen çok sayıda coğrafyacının (Townroe, Keeble, Dicken, Hamilton, Watts, Hayter, Stafford, Chapman, Rees, Le Heron, Steed, Erickson) çalışmalarının etkisiyle öte yandan 1960'larda iktisat ve işletme literatüründe ÇUŞ/DYY faaliyetlerine ilişkin araştırmaların çoğalması ve 1970'lerde ÇUŞ'lara olan medya ilgisinin de artması sonucu ekonomik coğrafya içerisinde iyice yerleşmiştir. Bu durum hem firma coğrafyası üzerine ekonomik coğrafyacıların daha fazla çalışma yapmasına yol açmış, hem de çok uluslu şirketler ve onların DYY faaliyetlerini ele alan çok sayıda araştırmanın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Nitekim ekonomik coğrafya literatüründe ÇUŞ'ların ve/veya DYY lokasyonunu ele alan ilk çalışmaların bu döneme rastlaması (De Smidt, 1966, 1968; Ray, 1971; Blackburn, 1972, 1974; Hoare, 1975; Hamilton, 1976; Dicken ve Lloyd, 1976, 1980; McDermot, 1977; Abumera, 1978; Rees, 1978; Watts, 1979, 1980a, 1980b; Kemper ve De Smidt, 1980; McConnel, 1980; Law, 1980; Bloomfield, 1981; Hayter, 1981; Taylor ve Thrift, 1981a, 1981b) bir tesadüf değildir.

1980'ler ve 1990'larda firma coğrafyası yaklaşımını benimseyen araştırmalar hemen tamamen çok uluslu, çok bölgeli, çok şubeli ve çok tesisli şirketler üzerine yoğunlaşmıştır (Hayter ve Watts, 1983; Thrift ve Taylor, 1986; De Smidt ve Wever, 1990; Laulajani ve Stafford, 1995). Bu dönemde firma coğrafyası Hayter'in (1997:79-80) ifadesi ile kurumsalcı bir yaklaşım benimsemiştir. Laulajani ve Stafford (1995:1) "Corporate Geography" (*işletme coğrafyası*) adlı eserinde, firma coğrafyasını, özellikle ÇUŞ'ların, çok-tesisli şirketlerin ve büyük işletmelerin mekansal organizasyonunu, yapısını ve davranışlarını ele alan; firmaların üretim, satış ve kontrol birimlerinin (fabrikalar, dükkanlar ve ofisler) nerede, niçin yer aldıklarını, bunların birbirleriyle, tedarikçilerle ve müşterilerle nasıl etkileşim içerisinde bulduklarını inceleyen bir alt dal olarak tanımlamaktadır. Firma coğrafyası sadece sanayi ve ticaret (perakende) tesislerini değil, aynı zamanda hizmet tesislerinin de mekansal boyutunu ele almaktadır.

Firma coğrafyası içerisinde yapılan araştırmaların çoğu ampirik içerikli, örnek olay şeklinde ve bu örnek olaylardan genelleştirmelere/yasalara ulaşmayı amaçlayan çalışmalardır. Firma coğrafyası bir tarım işletmesinden (çiftlik) sanayi firmalarına oradan hizmet firmalarına kadar geniş bir sahayı kapsayan tüm ekonomik sektörlerde ürün

vermiş olmakla birlikte esas ve en fazla araştırmanın yapıldığı konu büyük şirketler özellikle de ÇUŞ'lar ve onları DYY etkinlikleri üzerine olmuştur.

Firma coğrafyası, başlangıçta pozitivist felsefe içerisinde geliştirilen neoklasik lokasyon teorisi çerçevesinde araştırmalar yaparken, daha sonra 1960'ların ortalarından itibaren geliştirilen ve yine pozitivist paradigma geleneği içinde anılan ancak aynı zamanda ondan farklılıkları bulunan davranışsal lokasyon teorisi çerçevesinde araştırmalarını yürütmüştür. Davranışsal yaklaşımı benimseyen firma coğrafyası büyük firmaların özellikle de ÇUŞ'ların lokasyon seçme davranışları ve lokasyon kararı verme süreçlerini esas alan bir yaklaşım sergiledi. Ancak firma coğrafyası bunun daha da ötesine giderek firma faaliyetlerinin çevre (yerel, ulusal, uluslararası ortama) üzerine etkisi, mekansal olmayan firma kararlarının coğrafi sonuçları ile ilgilenerak geleneksel lokasyon teorisinin sınırlarını hem genişletti hem de aştı (Chapman ve Walker, 1991:25).

Ekonomik coğrafya içerisinde ÇUŞ'lar sadece neoklasik, davranışsal yani firma coğrafyası geleneği içerisinde ele alınmamıştır. Tüm bu yaklaşımlara tepki olarak 1970'lerde gelişen yapısalci felsefe ya da yapısalci coğrafya veya yapısalci lokasyon teorisi geleneği, sosyal meselelere, istihdam sorunlarına, emek piyasasındaki eşitsizliklere daha fazla vurgu yaparak ve diğer geleneklerden tümüyle farklılaşarak, üretim sürecinde emeğin rolünü Marksist analize tabi tutarak, firmaların ve tabi bu arada ÇUŞ'ların incelenmesini yapmışlardır. (Taylor ve Thrift, 1982, 1986; McNee, 1986:352-358). Yapısalci yaklaşım *şirketleri* sermayenin çıkarlarının temsilci olarak görmekte (Hayter ve Watts, 1983:160) ve DYY'yi de yeni dünyanın sömürü aracı olarak algılamaktadır. Neoklasik, davranışsal ve firma coğrafyası okulları tek tek firmalar üzerine yoğunlaşmakta ve lokasyon meselesine yönetsel perspektiften yaklaşmakta iken, yapısalci okul tüm olarak ekonomik sistem ve sermaye ile emek arasındaki çatışma üzerine odaklanmaktadır (Dicken, 1990:236; Chapman ve Walker, 1991:29).

Görülüyor ki, firma coğrafyası hem neoklasik ve yapısalci, hem de özellikle davranışsal lokasyon teorisine dayanan çok sayıda çalışma ve farklı yaklaşımları bağrında barındırmaktadır (Hayter ve Watts, 1983:161; Taylor ve Thrift, 1986:VII; Dicken, 1990:236,242; Chapman ve Walker, 1991:25). Felsefi ve yöntem bilimsel bakımdan firma coğrafyası geleneğini izleyen bu araştırma, ÇUŞ/DYY konusunu hem neoklasik hem de davranışsalci perspektifi benimseyerek ele almaktadır.

1.4. Doğrudan Yabancı Yatırım Literatüründe Ekonomik Coğrafyanın Yeri, Önemi ve Diğer Bilimlerden Farklılığı

DYY'nin en önemli değişkenlerinden biri olarak lokasyonun ele alınmasında en açık farklılıklardan biri (ekonomik) coğrafyacılar ile iktisatçılar ve işletmeciler arasında bulunmaktadır. Coğrafyacılar için lokasyon en önemli, başlıca unsurdur. Bir iktisatçı ise örneğin, firmaların yabancı piyasalara niçin DYY yoluyla girdiğini açıklamada işlem

maliyeti kavramını kullanabilir. Bir coğrafyacı ise firmanın yabancı piyasaya girerken hangi giriş şeklini seçeceği ile bizzat ilgilenmez. Daha ziyade, uzaklığın DYY'nin etkinliğini nasıl azatlığını ve böylece işlem maliyetini artırdığını veya DYY'nin yerel ekonomiyi nasıl etkilediği üzerinde durur (Green ve McNaughton,1995:XV).

Ekonomik coğrafya ile iktisat ve işletme arasındaki araştırma etkileşim ne yazık ki düşük düzeydedir.⁵ Bu disiplinler arasındaki atıf örüntüsü tek yönlü bir akış olduğunu ortaya koymaktadır (Erickson, 1989:240; Green ve McNaughton,1995:XV). Yani iktisat ve işletme disiplinlerindeki teorik gelişmelerin coğrafyacılar tarafından benimsendiği ve coğrafi araştırmaları etkilediği ortada iken, bunun tersi çok nadiren görülmektedir.⁶ Hakikaten işletmeci ve iktisatçılar ekonomik coğrafyacıların DYY konusunda yaptığı araştırmaların boyutu ve önemi konusunda sık sık hayretlerini ifade etmekten geri kalmamışlardır. Benzer şekilde bazen ekonomik coğrafyacılar da iktisat ve işletmeciler tarafından yapılan ampirik araştırmaların da "coğrafi" olabileceği kabul etmekte zorluk çekmektedirler (Green ve McNaughton, 1995:XV).

Çoğu zaman DYY ve ÇUŞ konusunun sadece iktisat ve işletme bilimlerinin ele aldığı bir konu olduğu düşünülür.⁷ Oysa ÇUŞ'lar yalnız iktisat ve işletme bilimlerinin ilgi ve araştırma sahası değil, sosyal, siyasal, hukuki ve hatta psikolojik yönlerinin bulunması nedeniyle coğrafyayı da içine alacak şekilde başka bilim dallarının da uğraşı alanlarına girmektedir (Şatıroğlu, 1984:6; Yüksel, 1999:17-18). Bu nedenle DYY ve ÇUŞ konusundan yapılmış bir çok çalışma, örtük şekilde coğrafi bir bakış açısı içermektedir. Coğrafya bilimi ve/veya coğrafyacılar ÇUŞ'ların karar verme sürecinde yere özgü özelliklerin önemini vurgulama, lokasyon seçiminin belirleyicilerini açıklama ve firmaların

⁵ Chisholm (1966:24-25) coğrafya ve iktisat adlı kitabında 1960'larda coğrafya ile iktisat arasındaki ilişkinin, pozitivist pradiğmanın etkisiyle 1950-65 döneminde önemli yakınlaşma göstermesine ve bazı iktisatçıların mekansal sorunlara bazı coğrafyacıların da iktisat biliminin ilkelerine yönelmesine rağmen, halen sınırlı olduğunu belirtmekteydi. Bu durumun büyük ölçüde bugün de geçerli olduğu hem iktisatçılar hem de coğrafyacılar tarafından dile getirilmektedir.

⁶ Erickson'un (1989:223) ifadesi ile "*başka hiç bir akademik disiplin beşeri coğrafya üzerinde iktisat biliminden daha fazla etkiye sahip olmamıştır.*" Gerçekten iktisat bilimi beşeri coğrafyayı en fazla etkileyen disiplindir. Coğrafyacıların kullandığı pek çok temel kavram, teori ve metot ya doğrudan ya da dolaylı olarak iktisat biliminden (ödünç) alınmıştır. Coğrafyacıların iktisatçıları etkilediği ya da bu bilim dalına katkı sağladığı tek alan bölgesel iktisat alt dalıdır (Erickson, 1989:240-241). Coğrafya ile iktisat arasındaki ilişkinin bu denli kuvvetli olmasının (büyük ölçüde tek yönlü ve coğrafya aleyhine de olsa) en önemli nedenlerinden biri, "bölge bilimi"nin varlığıdır. Bu bilim dalı, coğrafyacılar ile iktisatçılar arasında fikirlerin karşılıklı etkileşimi/değişimini sağlayan bir forum oluşturarak son derece hayati bir rol üstlenmiştir.

⁷ Ancak disiplinleri birbirinden ayırmada önemli olan konu değil, konuyu ele alış şekli yani yaklaşımdır (Tümertekin ve Özgüç, 1995:41). Hem iktisat hem de ekonomik coğrafya genel anlamda ekonomik faaliyetleri inceleyen bilim dalları olmakla birlikte, iki disiplinin kendi bilim dallarına özgü yaklaşımla araştırmasını sürdürmektedir. Iktisatçılar ekonomik coğrafyayı farklı şekillerde tanımlamakla birlikte onun varlığını ve iktisattan bağımsız bir disiplin olduğunu hiç şüphesiz götürmeyecek şekilde kabul ederler.

mekansal dağılımlarını ortaya koyma şeklinde yaptıkları ampirik çalışmalar ile DYY literatürüne çok büyük katkılar yapmışlardır.⁸

Coğrafyacıların DYY ve ÇUŞ literatürüne yaptığı katkının en güzel örneğini biri sosyolog diğeri iktisatçı olan Hirst ve Thompson'un (1998:106-107) birkaç dile çevrilen üç baskı yapmış *Globalization in Question* (Küreselleşme Sorgulanıyor) adlı ünlü eserinde bulmak mümkündür. Bu kitapta yazarlar DYY ve ÇUŞ'ların faaliyetlerine ilişkin yazılmış uçsuz bucaksız literatürü taramak yerine, bu literatürü en iyi temsil eden üç önemli eseri incelemeyi seçmişlerdir. ÇUŞ ve DYY konusunda farklı disiplinlerin farklı yaklaşım ve yöntemlerini yansıtan bu üç örnek eserden ilki, eski adıyla Birleşmiş Milletler Ulusötesi Şirketler Merkezinin (UNCTC) yeni adıyla UNCTAD'ın, ülke ülke DYY'yi ele alan *World Investment Directory 1992*'nin (Dünya Yatırım Rehberi 1992) üçüncü cildi olan *Developed Countries*'dir (Gelişmiş Ülkeler). İkincisi "coğrafi geleneği" temsil eden coğrafyacı Peter Dicken'in dört baskı yapmış ünlü ve popüler kitabı *Global Shift* (Küresel Değişim)'dir (Bkz. Dicken, 1986, 1992, 1998, 2003). Son olarak da, hiç kuşkusuz ÇUŞ ve DYY konusunun duayeni olarak kabul edilen işletmeci John Dunning'in (1993) *Multinational Enterprises and the Global Economy* (Çokuluslu Girişimler ve Küresel Ekonomi) adlı eseridir. Yukarıdaki ifadeler açıkça göstermektedir ki DYY ve ÇUŞ konusuna coğrafyacılar çok önemli katkılar yapmışlardır.

DYY lokasyonu ile ilgili çalışmalar iki şekilde yürütülmüştür (McCann ve Mudambi, 2004, 2005):

- (1) *Ülkeler arasındaki lokasyon seçimi* (inter-country level),
- (2) *Ülke içindeki lokasyon seçimi* (subnational geographical scale).

Çok uluslu şirketler bir yere veya lokasyona doğrudan yabancı yatırım kararı verirken genellikle üç aşamalı yol izlerler. İlk aşama dünya üzerinde yatırım yapılacak *bölgenin* tespitidir. Bölge belirlendikten sonra ikinci aşama bu bölgede yer alan ülkeler arasında yatırımın yapılacağı en uygun *ülkenin* tespitidir. Son aşama ise, ülke belirlendikten sonra yatırımın bu ülke içinde hangi *noktaya* ya da lokasyona yapılacağını tespitidir. Wu (1999:536) bu süreci önce ülke, daha sonra bölge, şehir ve yatırım yeri şeklinde belirtirken, Taylor (1993:1215) ÇUŞ'ların üç aşamalı bir karar süreci ile (dışarıya yatırım yapma kararı verme, konuk olunacak ülke seçme ve bu ülke içinde spesifik bir yer seçme) DYY'nin yerini belirlediğini belirtmektedir. Görüldüğü gibi firmalar lokasyon seçimini bir kaç farklı coğrafi ölçekte yapmaktadır. Tüm lokasyon kararları bir ülkenin, bölgenin, şehrin, şehir içinde spesifik yerin ve son olarak arazi parseli ve binanın seçimini

⁸ Coğrafyacıların ÇUŞ ve DYY literatürüne yaptığı katkılarının kitap düzeyinde yansımaları için bkz. Watts (1980a), Hamilton ve Linge (1981), Taylor ve Thrift (1982, 1986), Clarke, (1985), Dicken (1986, 1992, 1998, 2003), Dixon vd. (1986), Edgington (1990), De Smidt ve Wever (1990), Green (1990), Green ve McNaughton (1995), Laulajani ve Stafford (1995), Tao ve Green (1997), Phelps (1997), Yeung (1998, 2002).

içeren bir dizi ve birbirini takip eden süreçlerden geçer (Chapman ve Walker, 1991:50; Laulajanien ve Stafford, 1995:106; Hayter, 1997:151).

Lokasyon seçiminin birinci ve ikinci aşaması üzerine çok sayıda araştırma yapılmıştır. İktisat ve özellikle de işletme bilimi (business and management) literatürü incelendiğinde yabancı firmaların lokasyon seçiminin büyük ölçüde makro bakış açısı ile ulusal ölçekte ele alındığı görülmektedir. Nitekim DYY lokasyonu üzerine yapılan araştırmaların çoğunluğunun bu yolu izlediği ve genellikle de işletme ve iktisatçılar tarafından yapıldığı görülmektedir (Bkz. Vernon, 1966, 1974; Buckley ve Casson, 1976; Dunning, 1977, 1980, 1988; Braunerhjelm ve Ekholm, 1998; Mucchielli, 1998; Dunning ve Mucchielli 2001; Cantwell, 2004; Mucchielli ve Mayer, 2004). Yani hem akademisyenler (iktisat ve işletmeciler), hem de politika üretkenler (hükümet, bürokrasi ve siyasetçiler) için önemli olan bir ülkeye doğrudan yabancı sermayenin gelmesidir. Bu nedenle yapılan araştırmalar yabancı sermayeli firmaların yatırım kararlarını harekete geçiren unsurlar (motivasyonlar) ile yatırımın yapılacağı ülkenin lokasyonunu belirleyen faktörler üzerine odaklanmıştır. Bu bağlamda her iki kesim de bir ÇUŞ'un yatırım yapmaya karar verirken ne gibi faktörlere göre yatırım kararı aldığı, hangi ölçüt/kriterleri esas aldığı ile ilgilenmektedir. Başka bir deyişle, ÇUŞ'lar yatırım yapacağı ülkeyi, onun sunduğu avantaj/dezavantajlar ile kendi motivasyonlarına göre belirlediği için, çalışmalar daha çok yabancı sermayeyi ülkeye çekmeye ve çektikten sonra da bunun ülke ekonomisine etkileri üzerine yoğunlaşmıştır.

DYY konusuna makro düzeyde ve ulusal ölçekte yaklaşım kuşkusuz son derece önemli olmakla birlikte, işin sadece bir boyutunu oluşturmaktadır. Konunun ikinci ve çok daha az araştırılmış boyutu ise "*mikro düzeyde*" ve "*ulus altı ölçekte*" yaklaşımıdır. Bir ülke içinde yabancı yatırımların coğrafi dağılımı, bu dağılımı belirleyen koşulların neler olduğunu, yabancı firmaların hangi lokasyonu niçin seçtiğini inceleyen bu ikinci boyut, iktisat ve işletmeciler tarafından büyük ölçüde ihmal edilmiştir. İktisat ve işletmecilerin tersine coğrafyacılar DYY konusuna kent ve bölge ölçeğinde yani ülke altı ölçekte yaklaşmışlardır. Coğrafya bilimi diğer bilimlerden farklı olarak bir ülkeye gelen yabancı yatırımcıların ülke içindeki lokasyon seçimi ile yatırımların mekansal özellikleri ve bölgesel dağılımını konu almıştır. Diğer bir ifade ile coğrafyacılar bir ÇUŞ'un bir ülkeyi tercih ettikten sonra o ülke içinde nereyi, niçin yatırım yeri olarak seçtiği ile yani ÇUŞ'un lokasyon tercihi ve bu tercihin nedenleri ve bunun yerel ve bölgesel ekonomik kalkınma üzerine etkilerini incelemişlerdir. Hatta son dönemlerde bazı coğrafyacıların sadece bir ülke içindeki bölgeler, iller ve kentler arasında meydana gelen lokasyon seçimini değil bunun yanı sıra kentler (intraurban) ve/veya metropoller (intrametropolitan) içerisinde yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini inceleyerek, bu firmaların kentsel gelişme ve büyüme üzerine etkilerini ortaya koymaya çalışmıştır (Bkz. Sit ve Yang, 1997; Wu, 1999, 2000; Özdemir, 2002; Wu ve Radbone, 2005).

1.5. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Yukarıda belirtilen açıklamalar çerçevesinde bu araştırmanın *ana amacı*, Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların ülke içindeki lokasyon seçimini belirleyen faktörleri açıklamaktır. Bu ana amaçla ilişkili olarak bir de *tali amaç* söz konusudur. Bu çalışmanın *tali amacı* ise, Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların sektörlere göre lokasyon seçimini belirleyen faktörleri ortaya çıkarmaktır. Bu ana ve tali amacı gerçekleştirebilmek ve çalışmaya altyapı oluşturabilmek amacıyla DYY'nin dünyada ve Türkiye'de nasıl bir gelişme gösterdiği de ayrıca incelenmektedir. Bu amaçla hem dünyada hem de Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımların tarihsel gelişimi, sektörlere ve ülkelere göre yapısı ve mekansal/bölgesel dağılışı incelenmektedir. Tüm bu amaçlar doğrultusunda iki temel araştırma sorusu formüle edilebilir:

(1) Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörler nelerdir? Bir başka deyişle, Türkiye'de DYY'nin lokasyona özgü belirleyicileri hangileridir? Ya da Türkiye'de DYY'nin mekansal dağılışını belirleyen faktörler nasıl açıklanabilir?

(2) Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların lokasyonu, faaliyette bulunduğu sektöre (sanayi veya hizmet) göre farklılaşma göstermekte midir? Sektörlere göre lokasyon seçimini belirleyen faktörler değişmekte midir? Başka bir ifade ile DYY'nin sektöre özgü lokasyonla ilgili belirleyiciler nelerdir?

Bu iki araştırma sorusuna dayalı olarak, bu çalışmada biri ana, diğeri tali olmak üzere iki araştırma hipotezi ileri sürülmekte ve nihai olarak öne sürülen bu hipotezlerin geçerliliği test edilmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın ortaya koyduğu ana ve tali hipotez şöyledir:

(1) *Ana Hipotez*: Türkiye'nin her ilindeki doğrudan yabancı yatırım o ilin lokasyona özgü avantajları tarafından belirlenmektedir.

(2) *Tali Hipotez*: Lokasyon faktörlerinin önemi yabancı firmaların faaliyet gösterdiği sektörlere (sanayi veya hizmet) göre farklılık göstermektedir.

Türkiye'de 1960'lardan itibaren ÇUŞ'ların faaliyetleri ve ülkeye yapılan DYY'nin tarihsel gelişimi, sektörel yapısı ve ülkelere göre dağılımı konusunda çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bu araştırmaların bazıları DYY'nin siyasi niteliğini, ekonomiye katkısını, sanayi içindeki yerini incelerken, bazıları da yabancı sermayeli firmaların hukuki mevzuatı, partner seçimi ve ihracat davranışları gibi konular üzerinde yoğunlaşmıştır.

Bu çalışmaların bazıları iktisat tarihi açısından Osmanlı dönemindeki yabancı sermayeyi (Kurmuş, 1974; Kütükoğlu, 1992; Eldem, 1994; Pamuk, 1994; Ökçün, 1997a⁹,

⁹ Ökçün'ün ilk 1971'de basılan bu çalışmasının, ikinci baskısı 1997'de yapılmıştır. Bu çalışmada ikinci baskı kullanılmıştır.

1997b) ele alırken, bazıları cumhuriyet ilk dönemlerinden 1980'e kadar olan dönemde meydana gelen yabancı yatırım faaliyetlerini (Selik, 1961; Cillov, 1965; İTO, 1967; Tuncer, 1968; Bulutoğlu, 1970; Demircan, 1971; Şahin, 1975; Göymen ve Tüzün, 1976; Alpar, 1978; Uras, 1979) ele almaktadır.

1960 ve 1970'lerin zengin akademik çalışmaları 1980'li yıllarda Doğan (1981), Karakoyunlu (1981), Uras (1981), Erdilek (1982, 1986, 1988), Karluk (1983), Şatıroğlu (1984), Kırım (1986), YASED (1988, 1989, 1990) ve Baban (1987) tarafından yapılan çeşitli çalışmalar ile 1990'larda Balkır (1993), Bodur ve Madsen (1993), Öniş (1994), Demirbağ vd. (1995), Balasubramanyam (1996, 2001), Buckley ve Geyikdağı (1996), Erden (1996, 1997), Tatoğlu ve Glaister (1996, 1997, 1998a, 1998b, 1998c, 1998d, 2000) ve Yüksel (1999) tarafından yapılan araştırmalarla daha da zenginleştirilmiştir. 2000'li yılların başlarında ise Aslanoğlu (2000), Cömert (2000), Tatoğlu (2000), Coşkun (2001), Halicioğlu (2001), TCMB (2001), Loewendahl ve Ertugal-Loewendahl (2001), Ongun (2001), Erdal ve Tatoğlu (2002), Dumludağ (2003), Foster ve Alkan (2003), Ok (2004), Başar ve Tosunoğlu (2005), Dutz vd. (2005), Erdilek (2005), Hadjit ve Moxon-Browne (2005) ve Yılmaz ve Barbaros'un (2005) yaptığı çalışmalar Türkiye'de DYY literatürüne olan katkısı devam ettirmiştir.

1980 sonrası Türkiye'de DYY üzerine yapılan söz konusu çalışmaların bir kısmı, tıpkı 1980 öncesinde yapılan araştırmalar gibi Türkiye'ye gelen DYY'yi tarihsel bir perspektifle "betimleyici ve yorumlayıcı" şekilde incelerken, geri kalan çalışmalar Türkiye'ye gelen DYY'yi özellikle istatistiksel ve/veya ekonometrik yöntemler kullanarak, ampirik bulgulara dayalı "açıklama" (neden-sonuç) şeklinde ortaya koymuştur. Ayrıca çok sınırlı düzeyde de olsa iki çalışmanın (Kaynak ve Dalgıç, 1991; Erdilek, 2003) Türkiye'den dışarıya giden DYY'yi incelediği görülmektedir. Son olarak Yıldırım (1979), Kutal ve Büyüksulu (1996) ve Özalp (1998) tarafından yapılan çalışmalar, Türkiye'deki çokuluslu şirketlerin DYY faaliyetlerini ele almamakla birlikte, çokuluslu şirketler ve DYY konusunu teorik açıdan inceleyerek literatüre önemli katkı sağlamışlardır.

1.6. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi

Yukarıda anılan, benzer yaklaşım ve yöntemler içeren çok sayıda çalışmaya karşın, Türkiye'de DYY'nin mekansal/bölgesel özelliklerini inceleyen çok sınırlı sayıda araştırma yapılmıştır (Tokatlı ve Erkip, 1998; Berköz, 2001, 2005; Özdemir, 2002; Deichmann vd., 2003; Yavan ve Kara, 2003; Sat, 2005). Makale düzeyinde olan bu çalışmalar içerisinde Tokatlı ve Erkip (1998), Türkiye'de üretici hizmetlerinde (producer services) faaliyet gösteren YSF'lerin yatırım tarihi, ülke orijini, sektörü, mülkiyet yapısı ve lokasyon seçimi açısından değerlendirmeye tabi tutmuştur. Berköz (2001), Türkiye'de ve İstanbul'da faaliyette bulunan YSF'lerin yatırım tarihini, ülke orijinini ve sektörünü hiyerarşik küme analizini kullanarak bölgesel ve mekansal dağılımlarını ortaya koymuştur. Berköz'ün 2005

yılıının sonunda yayımlanan ikinci araştırması ise, İstanbul'da endüstri ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren YSF'lerin lokasyon seçimlerini belirleyen faktörleri incelemektedir. Bu makale, İstanbul'a yatırım yapmış olan yabancı firmaların hangi kriterlere göre lokasyon seçimi yaptığını anket yoluyla *bizzat firmalara sorarak* ortaya koyması bakımından önemli bir araştırmadır. Özdemir (2002) haritalama ve yorumlama yöntemini kullanarak İstanbul metropoliten alanı içerisinde hizmet sektörüne yatırım yapmış YSF'lerin kent içindeki coğrafi dağılımlarını ve lokasyon seçme davranışlarını incelemiştir. Yavan ve Kara'da (2003) benzer yöntemi kullanarak Türkiye'de 1954 yılından 2002 yılına kadar faaliyette bulunan YSF'lerin coğrafi bölgelere dağılımını ve bu dağılımı etkili olan faktörleri ele almıştır. Deichmann vd. (2003), conditional logit model kullanarak Türkiye'de faaliyette bulunan YSF'lerin lokasyon seçimini belirleyen faktörleri incelemiştir. Son olarak Sat (2005), Türkiye'de faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin yerel gömülülük (local embeddedness) süreçlerini, hem kalitatif hem de kantitatif teknikler kullanarak tarihsel bir perspektifle ele almıştır. Yazar, yerel gömülülük konsepti çerçevesinde bir yandan Türkiye'de faaliyet gösteren çok uluslu şirketlerin coğrafi dağılımını kent düzeyinde irdelerken, öte yandan firmaların yerel gömülülük kararlarını etkileyen çeşitli niteliksel özellikleri ve süreçleri İstanbul'da faaliyet gösteren yabancı firmalarla yaptığı derin görüşmelerden elde ettiği bilgi bağlamın da anlamlandırmaya çalışmaktadır.

Tümü *mekansal bakış açısına* sahip olan ve ya şehir ve bölge plancıları ya da coğrafyacılar tarafından yapılan bu yedi araştırmanın¹⁰ beşi, Türkiye'de ve İstanbul'da DYY'nin coğrafi dağılımını haritalama ve yorumlamaya dayalı olarak ele almıştır. Bu çalışmalar, YSF'lerin nerelerde yoğunlaştığını, bu firmaların hangi bölgelere, illere ve/veya kent içindeki ilçelere yatırım yaptığını ortaya koymuş önemli araştırmalardır. Ancak bu çalışmalar YSF'lerin bu lokasyonları neden tercih ettiği, hangi faktörlerin lokasyon seçiminde belirleyici olduğu ile ilgili elde ettikleri bulguları ampirik olarak test etmeden, sadece gözlem ve yoruma dayalı olarak ileri sürmüşlerdir. Berköz'ün (2005) çalışması ise İstanbul'da faaliyet gösteren 100 adet lider ÇUŞ'a anket yöntemi uygulanarak elde edilen verilere dayalı olarak yapılan değerli bir ampirik çalışma olmakla beraber, bu araştırmadan farklı bir amaç ve yöntemle sahiptir. Öte yandan, Deichmann vd. (2003) tarafından yapılan bir çalışma ise, Türkiye'ye yatırım yapmış olan yabancı firmaların hangi faktörleri dikkate alarak lokasyon seçimini yaptıklarını ampirik kanıtlar ile ortaya koyan ilk çalışma olması bakımından son derece önemli bir araştırmadır. Ancak makale, tek bir yılı kapsamı ve az sayıda değişkeni test etmesi açısından konuyu sınırlı düzeyde ele almıştır.

¹⁰ Bu yedi araştırmanın beşi şehir ve bölge plancıları tarafından (Tokatlı ve Erkip, 1998; Berköz, 2001, 2005; Özdemir, 2002; Sat, 2005) ikisi de coğrafyacılar (Deichmann vd., 2003; Yavan ve Kara, 2003) tarafından yayımlanmıştır. Ayrıca bu yedi çalışmanın biri dışında tümünün İngilizce yayımlandığına dikkati çekmek gerekir.

İşte bu araştırma bir yandan Deichmann vd. (2003) tarafından yapılan çalışmanın eksikliklerini gidermek, öbür yandan onu daha da derinleştirerek Türkiye’de YSF’lerin lokasyon seçimini belirleyen faktörleri kapsamlı bir şekilde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca bu araştırma, Deichmann vd. (2003) tarafından yapılan çalışma ile benzer bir yöntem izlemekle birlikte, farklı bir analiz çeşidi uygulayarak sonuca ulaşmayı hedeflemektedir.¹¹

Ulusal sınırlar içinde YSF’lerin lokasyon seçimi hem yerel ve bölgesel kalkınma açısından, hem de bölgesel eşitsizlikler azaltılması açısından önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye’de DYY ve ÇUŞ’ların faaliyetleri ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmacıların, ulusal sınırlar içinde YSF’lerin lokasyon seçimi ve DYY’nin ülke içerisindeki dağılışı ile ilgili meseleleri göz ardı ettikleri görülmektedir. Hem literatürdeki bu boşluğun veya eksikliğin giderilmesi, hem de Türkiye örneği kullanılarak DYY’nin lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin tespit edilmesi ve bunun da uluslararası literatüre olası katkısı bizi bu çalışmayı yapmaya sevk ve motive etmiştir.

Bunun yanı sıra ulusal sınırlar içerisinde DYY’nin lokasyonu anlamak iki ana nedenden dolayı önemlidir.¹² Birincisi, DYY, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bir taraftan yerli firmalara bir çok yarar sağlarken, diğer taraftan ev sahibi ülkenin ekonomik büyümesini hızlandırarak halkın refahını artırdığına dair önemli bulgular söz konusudur.¹³ Gerçekten bir ülkenin sınırları içerisinde DYY’nin coğrafi dağılımı, bölgesel eşitsizlikleri etkilemesi bakımından önemli rol oynamaktadır. Böylece DYY’nin mekansal dağılışı ve lokasyonu bölgesel eşitsizlik sorunsalının ele alınmasında etkin bir güç oluşturan bölgesel politikaların dizaynı için önemli bir adımı temsil etmektedir (Hilber ve Voicu, 2005:3).¹⁴ İkincisi, yabancı firmaların lokasyon kararı yerli partnerlerinden önemli ölçüde farklılaşabilmektedir. Bu durumda lokasyon belirleyicileri ya da onların etkileri yerli ve yabancı yatırımcılar arasında farklı olabilir ve bu yüzden yabancı sermayeli firmaların ülke içindeki lokasyon seçimi ayrı şekilde araştırılmaya ihtiyaç duymaktadır. Yapılan bazı araştırmalar yabancı firmaların çeşitli lokasyon faktörlerine yerli şirketlerden daha fazla önem verdiğini ortaya koymaktadır. Mesela yığılma ekonomileri yerli firmalara nazaran ÇUŞ’lar için çok daha önemli bir lokasyon faktörüdür.

¹¹ Hem bu araştırma, hem de Berköz (2005) ve Deichmann vd.’nin (2003) araştırması, ampirik olmakla birlikte farklı yöntem ve analizlere sahiptir. Ayrıntılı açıklama için bkz. Bölüm VI.

¹² Araştırmanın önemini literatüre yaptığı katkı açısından değerlendirmek için bkz. Bölüm VIII.

¹³ DYY ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye ilişkin kapsamlı bir inceleme için bkz. De Mello (1997, 1998), Aitken ve Harrison (1999). DYY’nin ekonomik büyümeye pozitif etki yaptığını dair ampirik araştırmalar için bkz. Borensztein vd. (1998), Balasubramanyam vd. (1999).

¹⁴ Şüphesiz bölgesel eşitsizlik sadece DYY çekmek yoluyla çözümlenemez. DYY, daha ziyade yerli yatırımları tamamlayıcı olarak düşünülmelidir.

Bu çalışma sekiz bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, DYY konusuna ekonomik coğrafyanın katkısı ile ekonomik coğrafya ve diğer bilim dallarının yaklaşım farklılığını belirttikten sonra, araştırmanın felsefi yaklaşımını, amacını, önemini, gerekçesini, ana hipotezlerini ve araştırma sorularını ortaya koymaktadır. İkinci bölüm, çalışmaya arka plan oluşturmak amacıyla öz şekilde dünyada ve Türkiye’de DYY’nin gelişimi ve yapısını incelemektedir. Üçüncü bölüm, DYY ve ÇUŞ literatürü ile ilişkili olarak çalışma boyunca kullanılan temel kavramları ve terimleri açıklamaktadır. Dördüncü bölüm, çalışmanın dayandığı teorik temeli ortaya koyarak, bu temelleri oluşturan dış ticaret, DYY ve lokasyon teorisi ile ilgili literatürü değerlendirmektedir. Beşinci bölüm, her bir lokasyon faktörü ile ilişkili olan ampirik literatürü değerlendirerek, test edilecek araştırma hipotezlerini sunmaktadır. Altıncı bölüm, araştırmanın yöntemi ile kullanılan veri kaynaklarını ve uygulanan analizi açıklamaktadır. Yedinci bölüm, test edilen hipotezlerin sonuçları ile bulgularının tartışılmasını içermektedir. Nihayet son yani sekizinci bölüm, araştırmanın sonuçlarını, literatüre katkısını ve önerileri kapsamaktadır.

BÖLÜM II. DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN TARİHİ GELİŞİMİ VE YAPISI

Bu bölüm, araştırmaya altyapı oluşturabilmek amacıyla DYY'nin dünyada ve Türkiye'de nasıl bir gelişme eğilimi gösterdiğini incelemektedir. Bu amaçla, hem dünyada, hem de Türkiye'de doğrudan yabancı yatırımların tarihsel gelişimi, sektörlere ve ülkelere göre yapısı ve mekansal/bölgesel dağılışı öz şekilde incelenmektedir.

2.1. Dünyada Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihi Gelişimi

Sermayenin kendi vatanını terk ederek yabancı bir ülkede yatırım haline gelmesinin tarihini 16. yüzyıla kadar uzatmak mümkün olmakla birlikte bu konudaki asıl gelişme, endüstri devriminin bir sonucu olarak 19. yüzyılın ikinci yarısında Batı Avrupa'nın sanayileşen ülkelerinin özellikle de İngiltere'nin, ihtiyacı olan madenlerin çıkartılması, tarımsal hammaddelerin sanayi üretimine hazır hale getirilmesi amacıyla merkezden çevreye yapılan yabancı yatırımlar yoluyla gerçekleşmiştir. İngiliz şirketleri tarafından yapılan bu yatırımların tamamına yakını tüketim malları sektöründe idi (Moosa, 2002:16). Ayrıca bu dönemde yabancı sermaye, ulaşım (özellikle demiryolu), haberleşme, elektrik, havagazı ve liman gibi şehir hizmetlerine ilişkin altyapı yatırımlarına da yönelmiştir (İTO, 1967:12-14; Tuncer, 1968:16; Alpar, 1978:3-4; Dunning, 1988:73-76; Tümertekin ve Özgüç, 1997:38; Ongun, 2001:324). Ancak altyapı yatırımlarına gelen bu sermaye, şekil itibariyle doğrudan yatırımlardan çok, hükümet garantili tahvillerin satışı, yani portföy yatırımları şeklinde olmuştur.

Uluslararası portföy yatırımları çok uzun bir tarihe sahip olmasına rağmen, DYY ancak 1920'lerde uluslararası ekonominin hayati bir parçası haline gelmiştir (Hanink, 1997:223). 19. yüzyıl boyunca ve 20. yüzyılın ilk yarısına kadar süren dönemde uluslararası sermaye ihracında ilk sırayı İngiltere almıştır. Gerçekten de İngiltere, İkinci Dünya Savaşına kadar uluslararası piyasalara özellikle de az gelişmiş ülkelere (sömürgeleri ve Latin Amerika'ya) en fazla yatırım yapan ülke konumundadır. İngiltere'yi bir hayli geriden ABD, Fransa, Almanya, İsviçre, Belçika ve Hollanda izlemekte idi (Dunning, 1988:73-76). ABD, 1920'li yıllardan itibaren sermaye ihracı bakımından İngiltere'nin hemen arkasında ikinci sırada, hatta net DYY yatırımları bakımından ilk sırada yer alıyordu (Hanink, 1997:223; Moosa, 2002:16).

Birinci Dünya Savaşı sırasında azalan yabancı sermaye yatırımları, 1920'li yıllarda yeniden canlanma dönemine girmiş, ancak 1929'da ortaya çıkan ve etkisini 1930'lu yıllarda da sürdüren Dünya Ekonomik Bunalımı'nın etkisiyle yatırımlar yeniden azalma eğilimi göstermiş, hatta yatırımcı ülkeler önemli miktarda sermayelerini kendi ülkelerine geri çekmişlerdir (Tuncer, 1968:17-18; Bulutoğlu, 1970:52; Alpar, 1978:4-7; Dunning,

1988:77-78). İki savaş arası dönemde yabancı sermaye¹⁵ yatırımları önemli miktarda düşerken, DYY Dünya Ekonomik Bunalımı'na rağmen artmaya devam etmiştir (Hanink, 1997:223; Moosa, 2002:16).

Genel olarak 1950'li yıllara kadar yapılan DYY'nin iki temel özelliği olduğu söylenebilir. Bunlardan birincisi, DYY'nin ana kaynağının Amerikan ve İngiliz yatırımlarından oluşmasıdır. İkincisi, yapılan DYY'nin, çevre ülkelerde birincil sektöre (özellikle tarım ve madencilik), merkez ülkelerde ise ihracat yapılan sektörlerle yoğunlaşmasıdır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında hızlı bir gelişme gösteren uluslararası sermaye hareketlerinin yapısında 1950'lerden sonra önemli değişimler ortaya çıkmıştır. Bunlardan ilki, uluslararası sermaye hareketlerine *doğrudan yatırımların* damgasını vurması; ikincisi ABD'nin yatırımlardaki tartışılmaz üstünlüğü ve belirleyiciliği (Dunning, 1988:78); üçüncüsü ÇUŞ'ların faaliyetlerinin genişlemesi ve uluslararası boyut kazanması ile DYY'nin büyük kısmının ÇUŞ'lar aracılığı ile yapılmaya başlanması; son olarak ise, yatırımların doğal kaynaklar ve altyapı yatırımlarının yanında özellikle *endüstri* sektörüne yönelmesidir (Alpar, 1978:7; Uras, 1981:407; Dunning, 1988:82-83; Ongun, 2001:325).

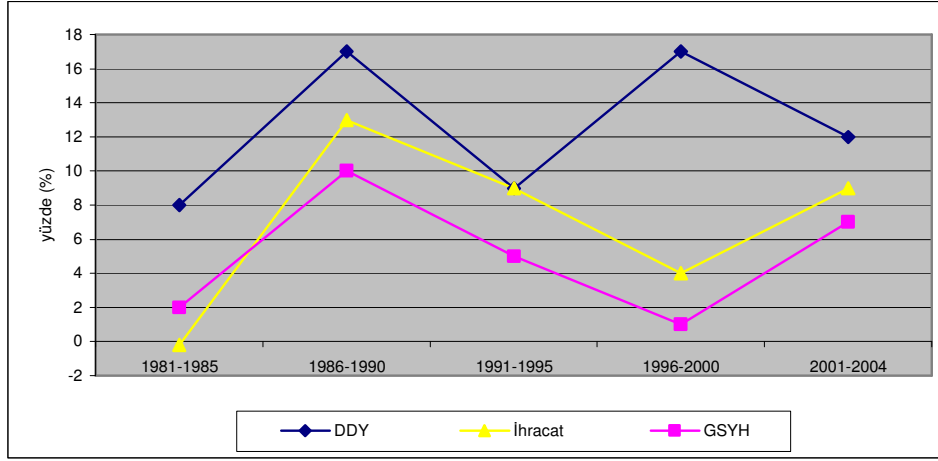
1960'lı yılların sonuna doğru ÇUŞ'ların sayısı hızla artmış ve uluslararası üretim giderek daha da büyümeye başlamıştır. 1970'lerden itibaren ABD ve İngiliz yatırımları göreceli olarak duraklarken, Alman, Japon, Hollandalı ve İsviçreli ÇUŞ'ların sayılarının arttığı ve doğrudan yabancı yatırımlarında ön plana geçtiği görülmektedir (Dunning, 1988:82). Yine bu dönemde birincil sektördeki DYY giderek azalmış ve böylece hakimiyetini kaybetmiş iken, imalat sanayindeki DYY'nin payı sürekli artarak hakim sektör haline gelmiştir. Keza aynı dönemde hizmetlerdeki DYY miktarı hızla artarak, imalat sanayini takiben ikinci sıraya yükselmiştir.

1980'lerin başından itibaren dünyada liberal ekonomik politikaların yeniden yükselişe geçmesi, piyasa ekonomisinin gelişmesi ve giderek uluslararası üretimin artması DYY'nin istikrarlı bir artış eğilimine girmesini sağlamıştır. Nitekim 1980'lerden günümüze kadar meydana gelen bazı gelişmeler, DYY'yi pozitif yönde tetikleyici etki yapmıştır. Bu gelişmeler, daha önce uluslararası işletmeciliğe kapalı olan Çin ile Orta ve Doğu Avrupa bölgesinin yabancı yatırımlara açılması; Japon şirketlerinin emek maliyetlerini azaltmak ve dış piyasaları ele geçirmek arzusuyla dışa dönük büyük ölçekli yatırımları; ÇUŞ'ların özellikle bankacılık, sigortacılık, reklamcılık ve turizm gibi hizmetler sektöründe büyümesi; sınır aşan birleşme ve satın alma anlaşmalarının artması; çok sayıda küçük şirketin ÇUŞ haline gelmesi; gelişmekte olan bazı ülkelerin sanayileşerek

¹⁵ 19. yüzyıl ve 20. yüzyılın ilk yarısında DYY ile portföy yatırımlarını istatistiksel veri bakımından ayırt etmek pek mümkün olmadığı için, bu döneme ilişkin yapılan çalışmalar genellikle DYY yerine, hem onu hem de portföy yatırımlarını kapsayan "yabancı sermaye" ifadesini kullanmaktadır.

(özellikle yeni sanayileşen Güney Kore, Tayvan, Hong Kong ve Singapur gibi Asya Kaplanları) artık yabancı sermaye ihraç eder duruma gelmesi; uluslararası düzeyde DYY'nin öneminin kabul edilmesi ile dünya yatırım ikliminde büyük ölçüde iyileşme sağlanması (ulusal hükümetlerin DYY'ye teşvik vermesi, DYY yasalarını liberalize etmesi, özelleştirme ve deregülasyon¹⁶ yoluyla engelleri kaldırılması; yatırımların karşılıklı korunması ve geliştirilmesi ile çifte vergilendirmeyi önlemeyle ilgili uluslararası anlaşmaların yaygınlaşması) ve son olarak bilgi ve iletişim teknolojilerin sayesinde *küreselleşmenin* hızlanması şeklinde sıralanabilir (Dunning, 1988:84; 1993; Berry vd., 1997:2-22; UNCTAD, 1998, 1999, 2003; Moosa, 2002:17-18;).

Şekil 2.1. Dünya DYY stoku, GSYİH ve ihracatının yıllık büyüme oranları (1981-2004)



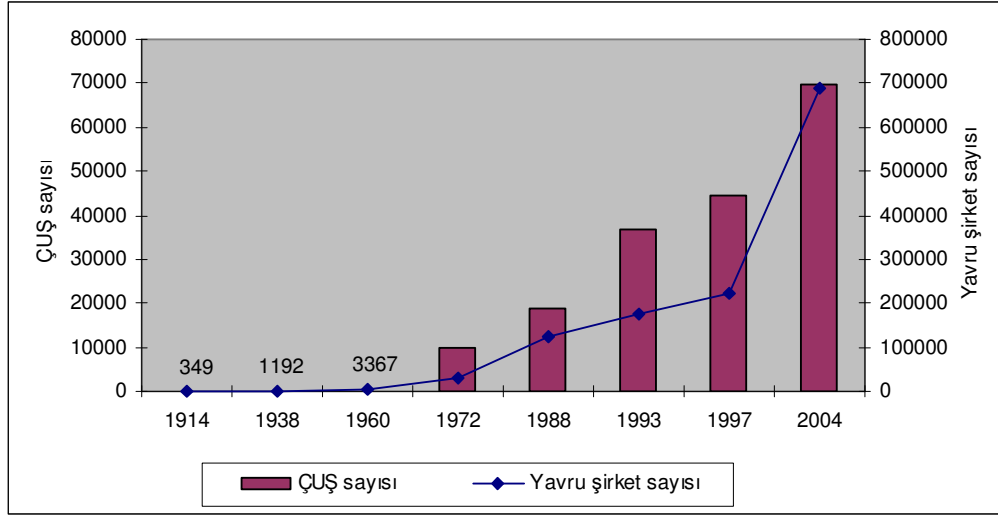
Kaynak:UNCTAD (1993b:10; 2005:14)

1980 sonrası yaşanan ve günümüze dek uzanan süreçte yukarıda söz edilen gelişmelerin bir sonucu olarak dünya DYY'sinde yaşanan büyüme hem dünya ihracatından hem de dünya GSYİH'sinde kat kat daha fazla olmuştur (Şekil 2.1). Şekilde görüldüğü üzere 1980 sonrası dünya DYY'si, dünya milli hasılasından ve dünya ticaretinden sürekli daha hızlı büyüme yakalamıştır. Örneğin 1981-1985 döneminde dünyadaki DYY miktarı, dünya (milli) gelirinden dört kat, dünya ihracatından ise 5 kat daha hızlı büyümüştür. Keza 1996-2000 arasındaki 5 yıllık dönemde DYY, ihracatta 4 kattan fazla, milli gelirde ise 17 kattan daha fazla büyüme yakalamıştır.

¹⁶ Deregülasyon (deregulation), 1980 sonrası dünyada ortaya çıkan en önemli gelişmelerden biridir (Dicken, 1998:115-116). Piyasaların daha iyi ve serbest çalışması için ekonomik faaliyetler üzerine hükümet/devlet tarafından konan düzenleme ve kısıtlamaların kaldırılmasını ifade eden kavram, piyasaların etkin çalışmasını bozan, maliyetleri artırıcı, sosyal, ekonomik ve siyasal faydaları azaltıcı etki yapan devlet kaynaklı kural ve düzenlemelerin kaldırılması/değiştirilmesi şeklinde bir çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke tarafından uygulanmış ve halen de uygulanmaktadır.

Şüphesiz dünyada DYY'nin, dış ticaretin ve üretimin büyümesinde yakalanan bu trend birbirinden bağımsız değildir. Bu büyümenin altında yatan ortak element ÇUŞ'ların dünya ekonomisindeki öneminin artmasıdır (Dicken, 1998:43). UNCTAD'ın hesaplamalarına göre 1972 yılında dünyada sadece 10 bin ÇUŞ ve ona bağlı 30 bin yavru şirket var iken, 2005 yılında uluslararası üretim 70 bin ÇUŞ ve bununla ilişkili 690 bin yavru şirket tarafından yürütülmektedir (Şekil 2.2).

Şekil 2.2. Dünyadaki ÇUŞ ve onunla ilişkili yavru şirketlerin sayısındaki gelişmeler (1914-2004)



Kaynak: Dunning (1988:77-81) ve UNCTAD (1993b:3-4, 1997:6, 2005:264-265)

Şirket sayısındaki bu olağanüstü artışın yanı sıra bu şirketler yarattıkları katma değer ve istihdam ile yaptığı ihracat bakımından da dünya ekonomisinin en büyük dinamiğini oluşturmuştur. Mesela 1982 yılında ÇUŞ'ların yarattığı katma değer dünya GSYİH'sinin %6'sını, ihracat dünya ihracatının 1/3'ünü (%32) oluşturmakta ve 20 milyon kişiyi istihdam etmekte iken, 2004 yılında bu şirketlerin katma değeri dünya GSYİH'sinin %10'unu, ihracatı dünya ihracatının 1/3'ünü¹⁷ (%33) oluşturmakta ve 57 milyon¹⁸ kişiyi

¹⁷ ÇUŞ'ların yaptığı bu ihracat sadece firmalar arası ticareti kapsamaktadır. Oysa günümüzde dünya ticaretinin 1/3'ü firma içi ticaret şeklinde cereyan etmektedir. Bu ticaret bir ÇUŞ'un faaliyette bulunduğu ulusal sınırlar ötesinde yer alan bağlı/yavru şirketleri ya da şubeleri arasında gerçekleştirdiği ticaret şeklidir. Başka bir ifade ile aynı firmanın farklı birimleri arasında yani firmanın içinde ancak ulusal sınırların ötesinde meydana gelen bir işlem ya da ticaret şeklidir. ÇUŞ'ların firmalar arası yaptığı ihracata firma içinde yapılan ihracat da eklendiğinde ÇUŞ'ların dünya ihracatının 2/3'ünü meydana getirdiği ortaya çıkmaktadır (Dicken, 1998:43).

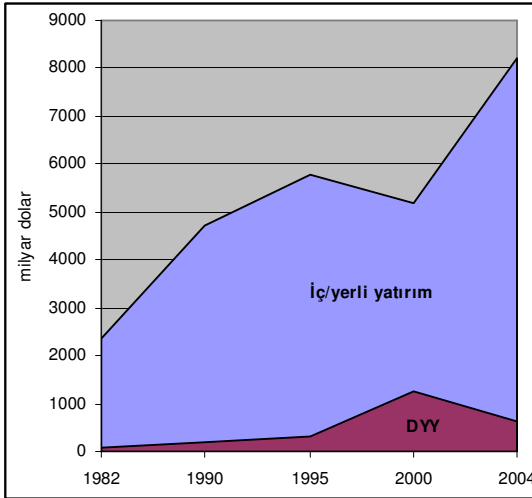
¹⁸UNCTAD 1994 yılında yayımladığı, ÇUŞ'lardaki istihdamı ayrıntılı olarak ele alan önemli çalışmasında, dünyada ÇUŞ'ların doğrudan yaklaşık 73 milyon kişiyi istihdam ettiğini hesaplamıştır. Bu istihdamın %60'ı (44 milyon) gelişmiş ülkelerdeki ana şirketlerde yer alırken, %40'ının (29 milyon) bağlı/yavru şirketlerde istihdam edilmektedir (UNCTAD, 1994:175). O dönemde ÇUŞ'ların bu doğrudan istihdamına dolaylı istihdam da katıldığında dünyada istihdama katkılarının 150 milyon civarında olduğu tahmin edilmekteydi (UNCTAD, 1994:163-164). Bu çalışma dışında ÇUŞ'ların istihdamı üzerine başka bir çalışma yapılmamış olmakla beraber,

istihdam etmektedir. Ayrıca bu şirketlerin yaptığı satışlar 1982 yılında dünya GSYİH'sinin %24'ünü oluştururken, 2004 yılında bu oran %46'ya yükselmiştir (UNCTAD, 2005:14).

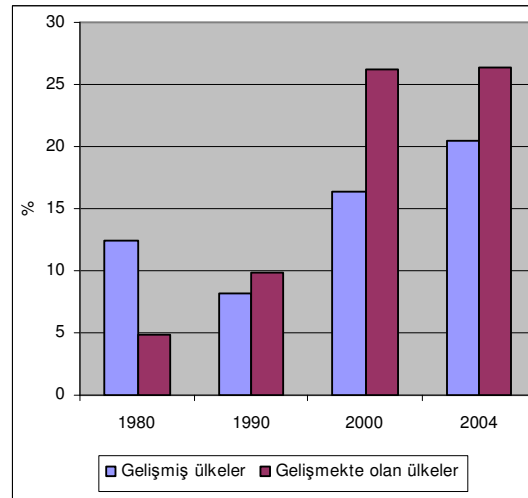
Dünyadaki ekonomik büyümenin ağırlığı iç yatırımlarda olmakla beraber, DYY giderek artan ölçüde hem gelişmiş, hem de özellikle gelişmekte olan dünyanın kalkınması için önemli hale gelmektedir (Şekil 2.3). Dünyada DYY'nin sabit sermaye yatırımları içindeki payı 1980'lerde sadece ortalama %3,6 iken, bu pay 1990'larda %5,2'ye yükselmiş ve 2000'li yılların ilk yarısında bu oran %13,6'ya fırlamıştır (UNCTAD, 1998:385-386, 2004:387-388). Bu rakamlar DYY'nin küresel ekonomide nasıl güçlü bir oyuncu haline geldiğini açıkça ortaya koymaktadır.

DYY'nin ülkelerin ekonomik büyümesine ne derecede katkı yaptığını resmeden bir diğer gösterge DYY stokunun GSYİH içindeki payıdır. Buna göre 1980'lerden günümüze kadar dünyada DYY'nin dünya GSYİH'si içindeki payı sürekli artış göstermiştir. DYY'nin GSYİH içindeki payı 1980 yılında gelişmiş ülkelerde %12,4 iken, gelişmekte olan ülkeler %4,9 civarında idi. Bu pay 2004 yılında gelişmiş ülkelerde %20,5'e erişirken, gelişmekte olan ülkeler %26,4'e yükselmiştir (Şekil 2.4). Böylece incelenen 25 yıllık dönemde DYY'nin gelişmekte olan ekonomilere endüstrileşmiş ekonomilerden göreceli olarak daha fazla katkı yaptığı söylenebilir.

Şekil 2.3. Dünyadaki iç ve dış doğrudan yatırımlar **Şekil 2.4** DYY stokunun GSYİH içindeki payı



Kaynak: UNCTAD (1997:4, 2001:10; 2005:14)



Kaynak: UNCTAD (2004:399-400, 2005:313-315)

UNCTAD her yıl sadece bağlı/yavru şirketlerde istihdam edilen kişi sayısını bildirmektedir. Buna göre, 2004 yılında bağlı/yavru şirketlerde istihdam edilen kişi sayısı 57 milyona erişmiştir (UNCTAD, 2005:14). Dolayısıyla ana şirketlerde istihdam edilen kişi sayısının aynı kaldığı düşünülürse bile ÇUŞ'ların ve onlara bağlı şirketlerin yaklaşık 102 milyon kişiye doğrudan iş sağladığı ileri sürülebilir.

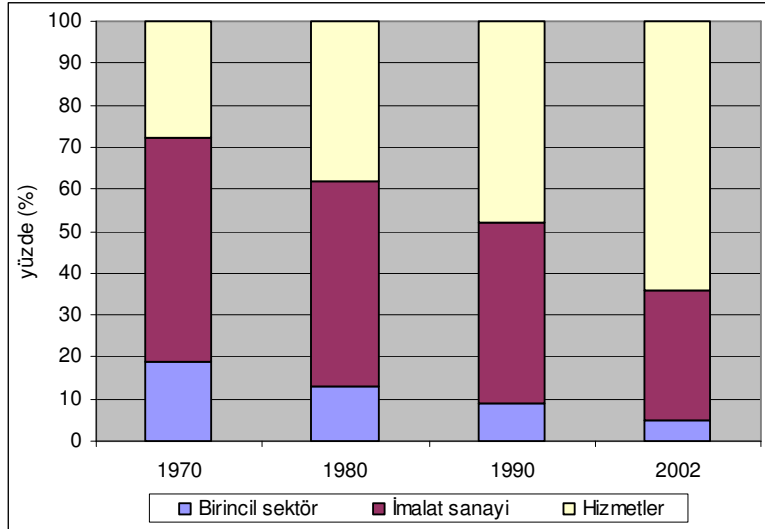
2.2. Dünyada Doğrudan Yabancı Yatırımların Sektörel Gelişimi

1980'den sonrası DYY, sektörel kompozisyon bakımından büyük bir dönüşüm geçirmiştir. DYY, İkinci Dünya Savaşı'na kadar en fazla birincil sektöre ilgi gösterirken, savaş sonrası dönemde ilgi imalat sanayi sektörüne yönelmiştir. Dolayısıyla 1980'lere kadar en fazla DYY'yi imalat sanayi çekmiştir. Ancak 1980'lerin başında hizmet sektörüne doğru dönüş başladı ve sonuçta hizmetler DYY'nin günümüzdeki hakim yatırım alanı haline geldi (Şekil 2.5). Ne var ki bu dönemde gerek birincil sektöre gerekse sanayi sektörüne yönelik yatırımlar oransal olarak azalmış olmakla birlikte miktar açısından artış göstermiştir.

Tarihsel olarak birincil sektördeki DYY, doğal kaynaklara dayalı faaliyetlerde (madencilik, enerji kaynakları çıkarımı ve ticari tarım ürünleri) yoğunlaşmıştır. Günümüzde bu sektörde yapılan yatırımlar azalmakla birlikte ÇUŞ'lar halen tarımsal ürün ve hammaddeler ile madencilik ve özellikle petrol çıkarımına dayalı alanlarda yatırımlarını hem korumakta hem de sürdürmektedir (Dunning, 1993:28; UNCTAD, 1993a, 2004; Dicken, 1998:49).

ÇUŞ'ların sanayi sektörüne yaptığı yatırımlar üç alanda yoğunlaşmaktadır (Dicken, 1998:49): (1) Teknolojik olarak ileri ve sermaye yoğun sektörler (ilaç, bilgisayar, bilimsel araçlar, elektronik ve sentetik lifler gibi); (2) büyük hacimli orta düzeyde teknoloji gerektiren tüketim malları sanayileri (otomotiv, lastik, televizyon ve buzdolabı gibi); (3) seri üretim yapılan markalı tüketim malları sanayileri (sigara, içecek, temizlik ve yiyecek ürünleri gibi).

Şekil 2.5. Dünyada DYY'nin sektöre dağılımındaki dönüşüm (1970-2002)



Kaynak: UNCTAD (1993b:10, 2004:30)

ÇUŞ'lar genellikle sahip olduğu avantajları en iyi şekilde kullanabilmek için yüksek teknoloji ve sermaye (beşeri ve mali sermaye) gerektiren, talebin gelir esnekliğinin¹⁹ yüksek ve ürün farklılaştırmasının mümkün olduğu, uzmanlaşmadan kazanılan ölçek ve kapsam ekonomilerinin²⁰ bulunduğu endüstrilerde yoğunlaşma eğilimi göstermektedir. Böylece ÇUŞ'lar tarafından sanayi sektörüne yapılan DYY yatırımlarının düşük maliyet, sermaye ve katma değer yaratan emek yoğun bir üretim biçiminden uzaklaşarak, sermaye, bilgi ve teknoloji yoğun yüksek katma değerli endüstrilere doğru yöneldiği saptanmaktadır (Dunning, 1993:28-29; UNCTAD, 1993a:71, 2004:31; Dicken, 1998:49-50).

DYY'nin sektörel kompozisyonunda yaşanan en önemli değişim hizmet sektöründe meydana gelmiştir. Hizmet sektörü 1970'lerde DYY'nin ancak 1/3'ünü oluştururken, 1990'larda bu pay %50 yaklaşmış, 2000'li yılların başında ise 2/3'e ulaşmıştır. Aynı dönemde birincil sektörün payı %19'dan %9'a ve oradan da %5'e inerken, imalat sanayi önce %53'den %43'e, sonra da %31'e düşmüştür (Şekil 2.5). DYY yoluyla hizmetlerin uluslararasılaşması neticesinde yaşanan bu olağanüstü gelişme, hem iç ve dış doğrudan yatırımları, hem de gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yatırımlarını bu sektöre yöneltmiş ve sonuçta bu sektör DYY'nin her yönüyle hakim sektörü haline gelmiştir (UNCTAD, 2004:29-31).

1980 sonrası hizmetlerde DYY'nin bu denli büyük bir artış yakalamasında en önemli etkenlerden biri, o zamana kadar DYY'ye kapalı olan bir çok hizmet faaliyetinin 1980'lerin ortalarında başlayan ve 1990'larda hız kazanan DYY'yi liberalleşme politikaları sayesinde yabancı firmalara açılması, yani giriş engellerinin kaldırılmasıdır. Bir başka neden; pek çok ülkede hizmetlere olan talebin artması ile telekomünikasyon, ulaşım ve enerji gibi alt ve üst yapı hizmetlerindeki özelleştirmelerin küresel düzeyde artması DYY'nin hizmetlere kaymasını kolaylaştırmıştır (Daniels, 1993:90-93; UNCTAD, 2004:97-99). Ayrıca hizmet sektörünü kapsayan ülkeler arasında yatırımların iki taraflı, bölgesel ve çok taraflı korunması ve geliştirilmesi ile ilgili *uluslararası anlaşmaların* hem sayı hem de coğrafi kapsam bakımından artması (UNCTAD, 2004:221) ile firmalar arasında lisans anlaşmaları, imtiyaz/yetki verme (franchising), taşeron verme (subcontracting), dış

¹⁹ *Talebin gelir esnekliği*, talebin tüketicinin gelirindeki bir değişmeye olan tepkisidir. Yani talep edilen miktardaki yüzde değişimin gelirden yarattığı yüzde değişmeye oranıdır. Talebin gelir esnekliği sıfırdan büyük yani pozitif ise bu tip mallara "normal mal", sıfırdan küçük yani negatifse "düşük/tutulmayan mal" denir (Parasız, 2000:40).

²⁰ Ölçek ekonomilerinin özel bir şekli olan *kapsam ekonomisi*, bir kaç benzer ürünün aynı fabrika içinde aynı esnek makine ve emek kullanılarak üretilmesi sonucu meydana gelen ortalama maliyetlerdeki azalmayı ifade eder. Aynı tesis içinde benzer malların üretim hacmi arttıkça ortalama maliyetler azalmaktadır. Kapsam ekonomilerinin olabilmesi için malların mutlaka benzer ya da aynı "kapsam" içinde olması gerekmektedir. Örneğin bir otomotiv imalatçısının aynı üretim hattında bir kaç farklı model otomobili veya onunla ilişkili parçaları üretmesi gibi (Hanink, 1997:241).

kaynak sağlama (outsourcing), yönetim sözleşmesi, konsorsiyum, anahtar teslim anlaşmaları (turnkey arrangement) ve yap-işlet-devret sözleşmeleri (YİD modeli) şeklinde yapılan *ortaklık anlaşmalarının* yaygınlaşması, hizmetlerdeki DYY miktarını büyük ölçüde artırmıştır (UNCTAD, 2004:104-105).

Hizmet sektörüne gelen yabancı sermaye, özellikle finansal hizmetler (bankacılık ve sigortacılık), ticaretle ilişkili hizmetler (toptancılık, pazarlama ve dağıtım), telekomünikasyon hizmetleri, iş hizmetleri (danışmanlık, reklamcılık, otelcilik, ulaşım ve inşaat) ve bazı tüketici hizmetleri (perakendecilik, hazır-hızlı yiyecek yani fast-food) gibi servislerde yoğunlaşmaktadır (Daniels, 1993:90-93; Dunning, 1993:29; Dicken, 1998:50; UNCTAD, 2004).

2.3. Kaynak Ülkelere Göre Dünyadaki Doğrudan Yabancı Yatırımlar

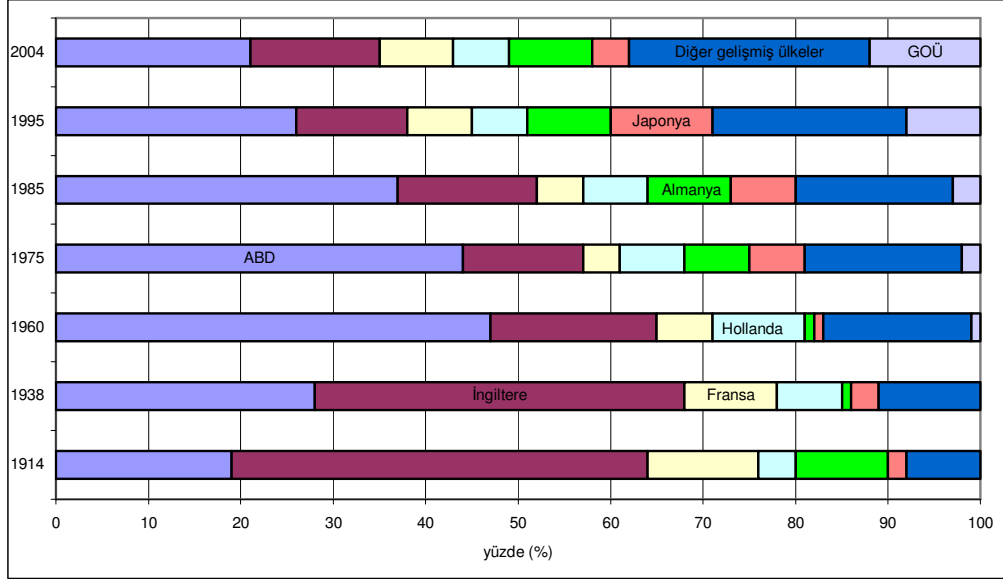
Geçmişten günümüze dünyada DYY'nin en önemli *kaynağını* geliştirmiş ülkeler özellikle de altı ülke (ABD, İngiltere, Fransa, Hollanda, Almanya ve Japonya) oluşturmuştur (Şekil 2.6). Bu altı ülke içinde de ABD ve İngiltere 1985 yılına kadar dünyadaki DYY'nin %50'sinden daha fazlasını yapmışlardır. Hatta ikinci dünya savaşına kadar İngiltere, savaş sonrasında 1970'lerin ortalarına kadar da ABD, dünyanın doğrudan yabancı sermaye yatırımların yaklaşık yarısını tek başlarına sağlamışlardır. Bu iki öncü ülkeden sonra DYY stokuna en fazla katkıyı yapan ülkeler sırasıyla Fransa, Hollanda, Almanya ve Japonya'dır. Japonya özellikle 1987-1995 döneminde ABD ve İngiltere'nin arkasından en fazla DYY yatırımı yapan ülke konumuna yükselmiştir. Bu dört ülke zaman zaman değişen oranlarda olmakla birlikte, dünya DYY stokuna %18-33 arasında bir katkı yapmışlardır. Diğer geliştirmiş ülkelerin payı da sürekli artış göstermiştir. Bu ülkeler içerisinde özellikle İsviçre, Kanada, İtalya ve İsveç sırasıyla en büyük paya sahip olup, %7-15 arasında değişen oranlarda DYY stokuna katkı yapmışlardır.

Gelişmekte olan ülkelere kaynaklanan DYY zaman içinde sürekli artış göstermiştir. 1960 yılında dünyadaki DYY yatırımlarının %99'u geliştirmiş ülkelere kaynaklanmakta iken, gelişmekte olan ülkelerin payı %1'i ancak bulmaktaydı (Şekil 2.7A; Dicken, 1998:44). 15 yıl sonra, 1985 yılında gelişmekte olan ülkelerin payı %3'ü geçmiyordu. Ancak 1990'larda Doğu Asya'da ortaya çıkan Yeni Sanayileşen Ülkeler (Güney Kore, Hong-Kong, Singapur ve Tayvan) bu gidişatı büyük ölçüde değiştirdi. Bunun sonucunda gelişmekte olan ülkelere kaynaklanan DYY, 2000'li yıllarda toplam dünya DYY'sinin 1/10'unu aştı (Şekil 2.7A).

Gelişmekte olan ülkelere yapılan DYY'nin %40'ı tek başına Hong-Kong'a, %44'ü ise sırasıyla Singapur (%10), Tayvan (%9), Rusya (%8) Brezilya (%6), Güney Kore (%4), Çin (4) ve Güney Afrika Cumhuriyeti'nden (%3) oluşan yedi ülkeye aittir. Bu ülkeleri daha geriden Arjantin (%2), Meksika (%2), Malezya (%1), Şili (1), Panama (%1),

Venezüella (%0,8), Türkiye (%0,7) ve Hindistan (%0,6) izlemektedir. Sonuç olarak 15 ülkenin payı gelişmekte olan ülkelerden yapılan toplam DYY'nin %90'ını aşmaktadır.

Şekil 2.6. Dünyada dışa doğru yapılan DYY'de ülkelerin tarihsel süreç içindeki payı



Kaynak: Dunning (1988:74, 1993:117), Dicken (1998:44) ve UNCTAD (2005:308)

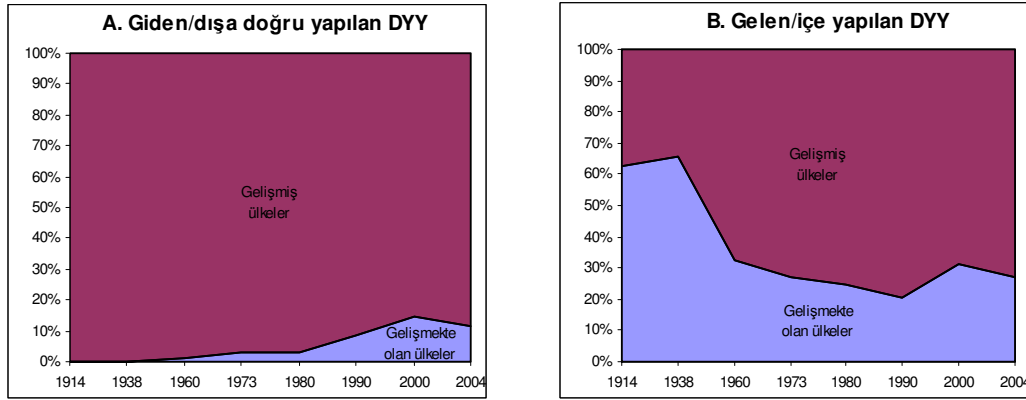
Dünya DYY'sinin %90'ı aşan kısmının coğrafi kaynağının gelişmiş ülkeler olduğunu yukarıda belirtmiştik. Gelişmiş ülkelere kaynaklanan bu DYY'nin coğrafi *varış noktası* ise konunun diğer boyutunu oluşturmaktadır. İkinci dünya savaşına kadar dünyadaki DYY akımlarının 2/3'ü gelişmekte olan ülkelere yer almakta iken, bu pay savaş sonrası giderek azalmış ve 1990'da %21 ile en dip noktayı bulmuş olsa da 1990'ların ikinci yarısında tekrar yükselişe geçmiştir (Şekil 2.7B). Ancak unutulmamalıdır ki, gelişmekte olan ülkelere olan DYY stoğu oransal olarak azalmakla birlikte miktar bakımından artış göstermiştir. Sonuç olarak 2004 yılı itibariyle gelen DYY stokunun %75'i gelişmiş ülkelere, %25'i ise gelişmekte olan ülkelere yapılmıştır. Böylece *gelişmiş ülkeler uluslararası DYY yatırımlarının sadece hakim kaynağı değil, aynı zaman hakim varış yeri konumundadır*.

DYY'nin nereye gittiğini gösteren çizelge 2.1 incelendiğinde, ABD'nin en büyük yatırım çeken ülke olduğu, onu İngiltere, Fransa, Hollanda ve Almanya'nın izlediği ve bu beş ülkenin dünyadaki toplam yatırımların %40'ını çektikleri görülmektedir. Böylece söz konusu beş gelişmiş ülke (G-5) yukarıda da belirtildiği gibi (Şekil 2.6) hem en büyük yatırım kaynağı (toplam yatırımların %58'inin kaynağı), hem de en büyük yatırım çekme yeri olarak küresel ekonomide en önemli rolü oynamaktadırlar.

Yatırım çekme açısından gelişmekte olan ülkeler içerisinde ilk sırayı Hong-Kong almaktadır. İkinci sırada yer alan Çin, gelişmekte olan ülkelere yapılan toplam yatırımların %10'unu kendisine çekmiştir (Çizelge 2.1). Halbuki Çin'in payı 1980 yılında

%2,5, 1990 yılında ise %5,6 idi. Bu durum Çin'in özellikle 1990'ların başından itibaren ne derece büyük DYY çektiğini işaret etmektedir. Benzer şekilde Çin, yıllık DYY girişi bakımından 1990-2004 dönemini kapsayan 15 yıllık periyotta ABD ve İngiltere'nin ardından en fazla yatırım çeken üçüncü ülke konumundadır. Öyle ki bu dönemde ABD yıllık ortalama 102 milyar dolar DYY çekerken, İngiltere 41 milyar dolar, Çin 36 milyar dolar, Almanya 31 milyar dolar, Fransa 29 milyar dolar ve Hollanda 20 milyar dolar yıllık ortalama DYY çekmiştir. Hakikaten Çin'in bu DYY çekme performansı hem uluslararası literatürün, hem de dünya ekonomisinin gündemine oturmuştur. Meksika, Singapur ve Brezilya, Çin'in hemen ardından gelen diğer en fazla DYY çeken ülkelerdir. Bu beş ülke gelişmekte olan ülkelere giden toplam yatırımların yarısını almaktadırlar.

Şekil 2.7. Dışa giden/kaynak oluşturan DYY ile içe gelen DYY stokunun ülke gruplarına göre payı (1914-2004)



Kaynak: Dunning (1988:74-75), Moosa (2002:21) ve UNCTAD (2005:308)

Dünya çapında hemen hemen tüm ülkeler DYY akımları bakımında hem alıcı hem de verici durumunda olmakla birlikte, küresel ekonomide DYY'nin üç büyük gidiş-geliş noktası (kaynak ve varış yeri) bulunmaktadır. Triad (üçlü grup/saç ayağı) adı verilen ve ilk kez Japon bilim insanı Ohmae (1985) tarafından kullanılan, daha sonra hem uluslararası literatür hem de UNCTC (1991) ve UNCTAD (1992, 1993, 1995) tarafından kabul edilen bu kavram/bakış açısına göre, dünya ekonomisi üç kutuplu olarak örgütlenmiştir (Şekil 2.8). ABD, Avrupa Birliği ve Japonya'dan oluşan bu üç bölge uluslararası üretimi, ticareti ve yatırımı hem kontrol etmekte, hem de birbirine sıkı şekilde bağlamaktadır. Triad olarak adlandırılan bu üç makro bölge, dünyadaki toplam sanayi üretiminin %85'ini, dünya ticaretinin/ihracatının %81'ini ve dünya DYY'sinin %80'ini meydana getirmektedir (Dicken, 2003:73-74). Dolayısıyla dünyada DYY'nin çok büyük bir kısmının bu bölgelerden kaynaklanması ve yine bu bölgelere gitmesi bir tesadüf değil, tam aksine küresel ekonomik üretimin bu alanlarda kümelenmesi ile ilgilidir.

Çizelge 2.1. Gelen/içe doğru yapılan DYY'nin ülkelere göre dağılımı (2004)

Gelişmiş ülkeler	DYY stoku (milyar dolar)	Dünyadaki payı (%)	Gelişmekte olan ülkeler	DYY stoku (milyar dolar)	Dünyadaki payı (%)	GOÜ* içindeki pay (%)
ABD	1474	16,6	Hong-Kong	457	5,1	18,8
İngiltere	772	8,7	Çin	246	2,8	10,1
Fransa	535	6,0	Meksika	183	2,1	7,5
Hollanda	428	4,8	Singapur	160	1,8	6,6
Almanya	348	3,9	Brezilya	151	1,7	6,2
İspanya	347	3,9	Rusya	98	1,1	4,0
Kanada	304	3,4	Polonya	61	0,7	2,5
Belçika	259	2,9	Macaristan	60	0,7	2,5
Avustralya	254	2,9	Çek Cumhuriyeti	56	0,6	2,3
İrlanda	229	2,6	Güney Kore	55	0,6	2,3
İtalya	221	2,5	Şili	54	0,6	2,2
Lüksemburg	183	2,1	Arjantin	54	0,6	2,2
İsviçre	181	2,0	Tayland	49	0,6	2,0
İsveç	163	1,8	Malezya	46	0,5	1,9
Danimarka	98	1,1	Güney Afrika Cum.	46	0,5	1,9
Japonya	97	1,1	Venezüella	44	0,5	1,8
Portekiz	65	0,7	Tayvan	39	0,4	1,6
Avusturya	63	0,7	Hindistan	39	0,4	1,6
Finlandiya	56	0,6	Türkiye	35	0,4	1,4
Norveç	51	0,6	Nijerya	31	0,3	1,3
Yeni Zelanda	50	0,6	Vietnam	29	0,3	1,2
İsrail	33	0,4	Kazakistan	22	0,2	0,9
Yunanistan	27	0,3	Kolombiya	22	0,2	0,9
Diğer gelişmiş ülkeler	14	0,2	Diğer GOÜ	388	4,4	16,0
Toplam gelişmiş ülkeler	6252	70,3	Toplam GOÜ	2425	27,3	100,0
Dünya	8895	100,0	Dünya	8895	100,0	

Kaynak: UNCTAD (2005:308-312)

*GOÜ: Gelişmekte olan ülkeler

Şekil 2.8 dikkatlice incelendiğinde DYY akımları ile ilgili iki tespit yapmak mümkündür: Birincisi, Triad'dan diğer yer/bölgelere giden DYY'de *mesafenin bozucu etkisi*²¹ (distance decay effect) açıkça görülmektedir. Bunun anlamı ABD yatırımlarının

²¹ 1950'li yılların ortasında ünlü coğrafyacı Ullman tarafından ortaya atılan mekansal etkileşim (spatial interaction) modelinin en önemli parçalarından biri olan mesafenin bozucu etkisi (distance decay effect) kavramı (Wheeler vd., 1998:78-80) 1968 yılında Nystuen tarafından *temel mekansal kavramlardan* biri olarak tanımlanırken, aynı kavram 1970 yılında Tobler tarafından *coğrafyanın ilk yasası* olarak ilan edilmiştir. Tobler, her şeyin başka şeylerle ilişkili olduğunu ancak yakın şeylerin uzak şeylere göre birbiriyle daha ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Kavram öncelikle sosyal fizik alanında formüle edilmekle birlikte, esas etkisini 1970'lerde coğrafya içinde ortaya çıkan mekansal organizasyon paradigmasının araştırılmasında göstermiştir. Christaller ve Lösch'ün merkezi yer teorisi, Hagerstrand'ın yayınma modeli gibi bir çok klasik mekansal teorinin altında yatan bu kavram, mesafenin ters etkisi varsayımına dayalı *mekansal etkileşimin grativi modeline* dayalı bir gelişme göstermiştir (Gregory, 2000:182-183).

Mesafenin bozucu etkisi kavramı, iki yer arasındaki mesafe arttıkça onlar arasındaki etkileşimin azalmasını ifade eder. Bir başka deyimle kavram, lokasyonlar arasındaki mesafe/uzaklığın etkileşimde meydana getirdiği azalmayı belirtir. Bu prensibe göre mesafe arttıkça mekansal etkileşim azaldığı için mesafenin bozulma eğrisi, tıpkı talep eğrisi gibi aşağıya doğru eğimlidir. Böylece uzun mesafeler üzerinde mekansal etkileşimin maliyeti büyük, etkileşim düzeyi düşüktür. Kısa mesafelerde ise bunun tam tersi geçerlidir, yani lokasyonlar arasındaki maliyetler daha düşük, çünkü etkileşim daha yüksektir. İşte lokasyonlar arasındaki mekansal etkileşim maliyetli olduğu için, insanlar/firmalar/endüstriler bir araya *toplanma/yığılma* (agglomeration) yani coğrafi yoğunlaşma eğilimi göstermektedirler. Sonuç olarak mesafenin bozucu etkisi yasası iktisattaki talep yasası (bir malın fiyatı arttıkça talep edilen miktar azalır) ile aynı işlev ve öneme sahiptir (Hanink, 1997:7). Bu nedenle iktisat bilimi

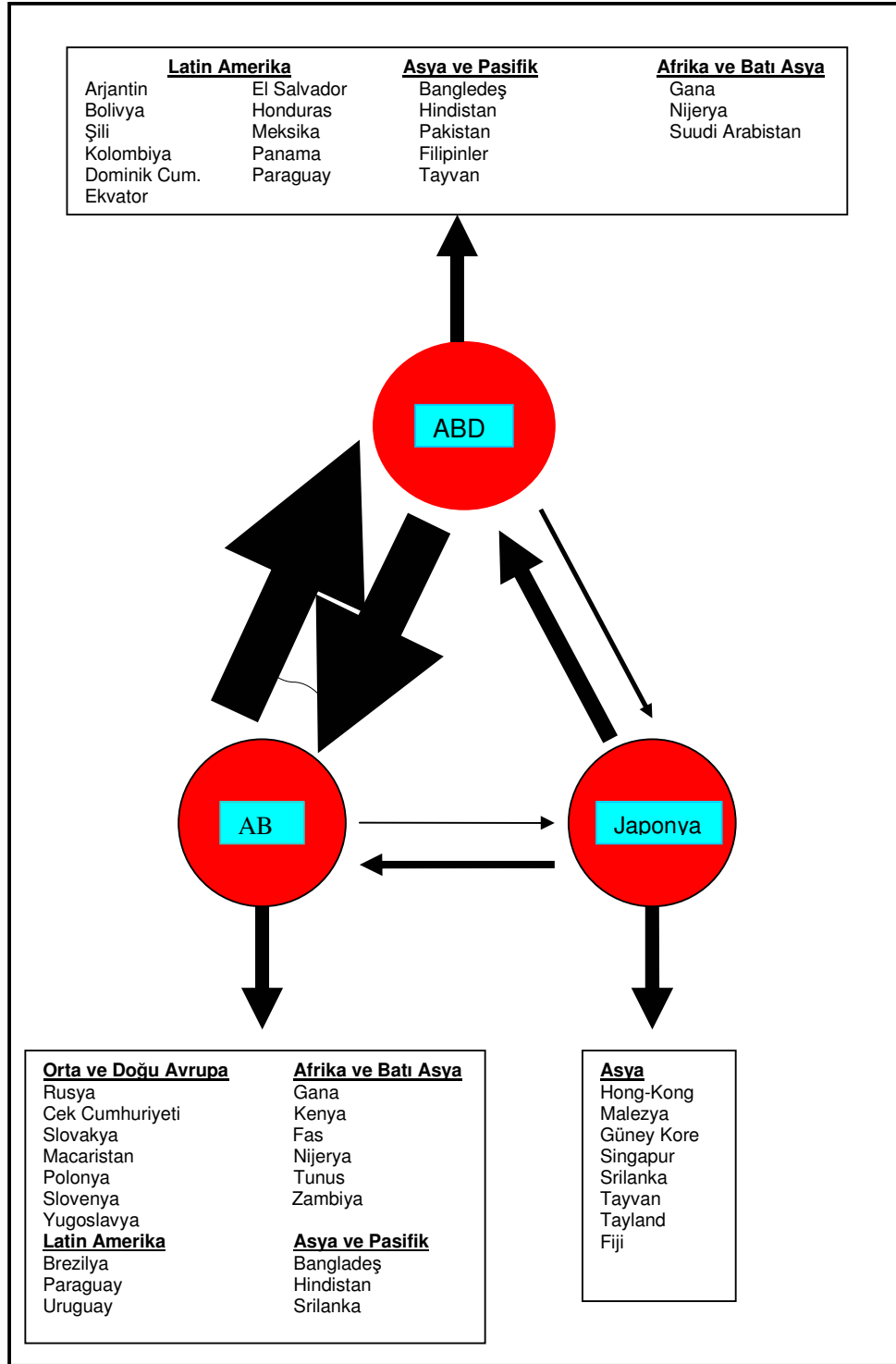
önemli miktardaki kısmı Latin Amerika'ya giderken, AB kaynaklı DYY'nin Doğu Avrupa yönelimli olması ve Japon DYY'si Doğu Asya'da yoğunlaşması şeklinde ortaya çıkan mekansal örüntüdür (Hanink, 1997:262). Bu durum Triad'ın üyelerinin diğer ülkelere yatırım yaparken mesafeyi dikkate aldığını ve lokasyonlar arasındaki mekansal etkileşimin, yatırımın lokasyonunda önemli bir belirleyici faktör olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Hatta Triad'ın kendi arasındaki DYY akışında bile mesafenin bozucu etkisini (mesela AB ile Japonya arasında DYY akışı, AB'nin ABD ile olan akışından daha azdır) izlemek mümkündür. Aynı şekilde Türkiye'ye yapılan DYY'nin, %70'inin AB kaynaklı olması, mekansal etkileşime dayalı mesafenin bozucu etkisini en iyi şekilde yansıtmaktadır. İkincisi, Triad üyeleri arasında büyük miktarda DYY akışı bulunmaktadır.

Sonuç olarak *merkez-çevre modeli*²² (core-periphery model) DYY'nin uluslararası düzeyde coğrafi dağılışını çok net şekilde yansıtmaktadır (Green, 1990:53). Bunun bir anlamı DYY hem kaynak hem de varış noktası olarak merkezde (gelişmiş ülkeler) toplanmaktadır. Diğer anlamı, DYY akımları merkezden çevreye doğru akmaktadır. Bir başka anlamı ÇUŞ'ların ana birimleri merkezde yer almakta, yavru/şubeleri şirketleri çevrede kümelenmektedir.

için temel talep eğrisi ilkesi ne kadar önemli ise, ekonomik coğrafya içinde mesafenin bozulma ilkesi o kadar önemlidir.

²²Coğrafyadaki kalkınma çalışmalarda çok sık kullanılan "merkez-çevre modeli", temelde Marksist/yapısalcı bakış açısından beslenen Wallerstein-Amin çizgisindeki "dünya sistemi yaklaşımı" ile "bağımlılık teorisine" (dependency theory) dayanmaktadır. Bu teoriye göre, *merkezde* yer alan gelişmiş ülkeler, *çevrede* yer alan az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeleri tarihsel süreç içinde (ve halen) kapitalist sistemin öngördüğü şekilde kendine bağımlı kılarak sömürmekte ve/veya geri kalmasına neden olmakta, ya da onlar üzerine hegemonya kurmaktadır (Bkz. Knox ve Agnew (1998:20-21), Fik (2000:29-30) ve Lee (2000:115-117). Bu modeli kullanan coğrafyacılar da ülkeler, bölgeler ve hatta yerler arasındaki mekansal eşitsizliği bu çerçevede açıklama eğilimindedirler. Ancak bu çalışmada kastedilen *merkez-çevre modeli*, yukarıdakinden farklı olarak konuyu anlamaya yardımcı olmak üzere sadece *kavramsal* bakımdan kullanılmıştır.

Şekil 2.8. 2001 yılında Triad içinde ve Triad'dan DYY akımları



Kaynak: UNCTAD (1992:33, 1993b:19) ve Dicken (2003:74)

2.4. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımların Gelişimi, Yapısı ve Mekansal Dağılımı

2.4.1. Literatürün Değerlendirilmesi

Türkiye’de DYY ile ilgili ilk çalışmaların, özellikle yabancı sermayeli firmaların faaliyetlerinin yoğunlaştığı, konuya ilginin arttığı, tartışmaların ve eleştirilerin hızla yükseldiği 1960’lardan itibaren gerçekleştirildiği görülmektedir. Türkiye’deki çok uluslu şirketlerin DYY faaliyetleri üzerine yoğunlaşan bu araştırmalar bir taraftan konunun tarihi gelişimini, siyasi niteliğini, ekonomik önemini, ekonomiye katkısını, imalat sanayindeki yerini, yabancı sermayeli firmaların partner seçimini ve ihracat davranışlarını ele alırken, diğer yandan yabancı sermaye yatırımlarının mevzuat, sektör ve ülke açısından yapısını incelenmeye tabi tutmuştur.

Bu çalışmaların bazıları iktisat tarihi açısından Osmanlı dönemindeki yabancı sermayeyi (Kurmuş, 1974; Kütükoğlu, 1992; Eldem, 1994; Pamuk, 1994; Ökçün, 1997a,²³ 1997b) ele alırken, bazıları cumhuriyet ilk dönemlerinden 1980’e kadar olan dönemde meydana gelen yabancı yatırım faaliyetlerini (Selik, 1961; Cillov, 1965; İTO, 1967; Tuncer, 1968; Bulutoğlu, 1970; Demircan, 1971; Şahin, 1975; Göymen ve Tüzün, 1976; Alpar, 1978; Uras, 1979) ele almaktadır.

1960 ve 1970’lerin zengin akademik çalışmaları 1980’li yıllarda Doğan (1981), Karakoyunlu (1981), Uras (1981), Erdilek (1982, 1986, 1988), Karluk (1983), Şatıroğlu (1984), Kırım (1986), YASED (1988, 1989, 1990) ve Baban (1987) tarafından yapılan çeşitli çalışmalar ile 1990’larda Balkır (1993), Bodur ve Madsen (1993), Öniş (1994), Demirbağ vd. (1995), Balasubramanyam (1996, 2001), Buckley ve Geyikdağı (1996), Erden (1996, 1997), Tatoğlu ve Glaister (1996, 1997, 1998a, 1998b, 1998c, 1998d, 2000) ve Yüksel (1999) tarafından yapılan araştırmalarla daha da zenginleştirilmiştir. 2000’li yılların başlarında ise Aslanoğlu (2000), Cömert (2000), Tatoğlu (2000), Coşkun (2001), Halicioğlu (2001), TCMB (2001), Loewendahl ve Ertugal-Loewendahl (2001), Ongun (2001), Erdal ve Tatoğlu (2002), Dumludağ (2003), Foster ve Alkan (2003), Ok (2004), Başar ve Tosunoğlu (2005), Dutz vd. (2005), Erdilek (2005), Hadjit ve Moxon-Browne (2005) ve Yılmaz ve Barbaros’un (2005) yaptığı çalışmalar Türkiye’de DYY literatürüne olan katkıyı devam ettirmiştir. Söz konusu çalışmaların bir kısmı 1980 öncesi yapılan araştırmalar gibi Türkiye’ye gelen DYY’yi tarihsel perspektifle betimleyici ve yorumlayıcı şekilde incelerken, diğer kısmı özellikle 1980 sonrası Türkiye’ye gelen DYY’yi istatistiksel ve/veya ekonometrik yöntemler kullanarak, ampirik bulgulara dayalı şekilde ortaya koyması bakımından farklılaşmaktadır.

²³ Ökçün’ün ilk 1971’de basılan bu çalışmasının, ikinci baskısı 1997’de yapılmıştır. Bu çalışmada ikinci baskı kullanılmıştır.

Yukarıda anılan çok sayıda çalışmanın yaklaşım ve yönteminden farklı olarak, Türkiye’de DYY’nin coğrafi, mekansal ve bölgesel özelliklerini inceleyen sınırlı sayıda da olsa çeşitli araştırmaların (Tokatlı ve Erkip, 1998; Berköz, 2001, 2005; Özdemir, 2002; Deichmann vd., 2003; Yavan ve Kara, 2003; Sat, 2005) yapılmış olduğunu belirtmek gerekir. Ayrıca çok sınırlı düzeyde de olsa iki çalışmanın (Kaynak ve Dalgıç, 1991; Erdilek, 2003) Türkiye’den dışarıya giden DYY’yi incelediği görülmektedir. Son olarak Yıldırım (1979), Kutal ve Büyüksulu (1996) ve Özalp (1998) tarafından yapılan üç çalışma Türkiye’deki çokuluslu şirketlerin DYY faaliyetlerini ele almamakla birlikte, çokuluslu şirketler ve DYY konusunu teorik açıdan inceleyerek literatüre önemli derecede katkı yapmışlardır.

2.4.2. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de yabancı sermaye yatırımlarının bugününü anlamak için tarihi geçmişini bilmek gerekir. Bu nedenle konu iki ana başlık halinde incelenecektir.

2.4.2.1. Osmanlı Dönemi

Osmanlı İmparatorluğu’nun 1838 yılında Balta Limanı Anlaşması ile başta İngiltere olmak üzere zamanla diğer Avrupa ülkelerine tanıdığı ticaret imtiyazları (kapitülasyonlar), bir taraftan Osmanlı dış ticaretinin hızla büyümesine ve liberalleşmesine yol açarken, diğer taraftan Batı Avrupa sermayesinin yaptığı doğrudan yatırımlarla yeni bir boyut kazandı. Ancak Osmanlı’da yabancıların yatırım yapmasının tarihi 18. yüzyılın ilk yarısına kadar inmektedir (Kütükoğlu, 1992:105). Fakat yabancı sermaye yatırımlarının asıl yoğunlaşması 1840’lardan itibaren giderek artan şekilde ulaşım, haberleşme, sanayi, madencilik ve finans gibi sektörlerde yaşandı (Kurmuş, 1974; Kütükoğlu, 1992). Batı Avrupa ülkeleri Osmanlı İmparatorluğu’nda başta ulaşım (demiryolu ve liman yapımı) olmak üzere bankacılık, sanayi, ticaret ve belediye ya da şehir hizmetleri gibi kârlı ve stratejik alanlara yatırım yapmışlardır. Nitekim I. Dünya Savaşı öncesinde, 1914 yılı başında, Osmanlı İmparatorluğu’nun Türkiye sınırları içerisinde yapılan DYY’nin %63,1’i sadece demiryollarına aittir. Bunu %12,7’lik pay ile bankacılık-sigortacılık sektörü yatırımları takip etmektedir. Daha sonra ortalama %5’lik paylar ile ticaret, sanayi ile su, havagazı, elektrik, tramvay, telefon ve şehir içi deniz taşımacılığı gibi belediye hizmetleri almaktaydı. Bunları da daha geriden liman yapımı ve maden çıkarımı izlemekteydi (Çizelge 2.2).

Osmanlı İmparatorluğu’na yatırım yapan ülkelerin başında İngiltere ve Fransa gelmekte idi. İngiltere 1850’li yılların sonlarından itibaren, dünyanın diğer bölgelerine olduğu gibi, giderek artan miktarda Osmanlı İmparatorluğu’na ilk yatırımı yapan ülke olmuştur. Ancak 1890’ların başından itibaren bu üstünlüğünü Fransa ve Almanya’ya kaptırmıştır. Halbuki Fransızların Osmanlılardaki yatırımları sürekli bir büyüme göstermiştir. Almanlar, Osmanlı İmparatorluğu’na İngiltere ve Fransa’dan sonra yatırım

yapan bir ülke olmakla birlikte, kısa sürede etkinliğini artırarak İngilizleri geride bırakmış ve 1914 yılı başında Osmanlı ülkesindeki yatırım payını %27,8'e çıkarmıştır. Aynı yıl İngilizlerin payı %15,2 iken, Fransızların ki %50,1 idi. Diğer ülkeler (Belçika, İsviçre, ABD ve Avusturya gibi) ise ancak %6,9'luk bir paya sahip idiler (Eldem, 1994:127-128; Pamuk, 1994:85-87).

Çizelge 2.2. Osmanlı İmparatorluğu'nda doğrudan yabancı yatırımların sektörlere ve ülkelere göre dağılımı (1914)

Sektörler	Fransa		İngiltere		Almanya		Diğer ülkeler		Toplam		Sektörlerin toplamdaki payı (%)
	Bin Sterlin*	%	Bin Sterlin	%	Bin Sterlin	%	Bin Sterlin	%	Bin Sterlin	%	
Demiryolları	23 247	49,6	4 588	9,8	17 248	36,8	1 785	3,8	46 869	100	63,1
Bankacılık-sigorta	3 850	40,7	3 050	32,3	1 750	18,5	800	8,5	9 450	100	12,7
Belediye hizmetleri	1 701	44,6	363	9,5	304	8,0	1 449	38,0	3 816	100	5,1
Ticaret	3 031	70,7	757	17,6	300	7,0	200	4,7	4 289	100	5,8
Sanayi	1 220	30,8	1 665	42,1	300	7,6	774	19,6	3 959	100	5,3
Limanlar	2 206	69,1	409	12,8	576	18,1			3 191		4,3
Madencilik	2 007	73,5	450	16,5	175	6,4	100	3,7	2 732	100	3,7
Toplam	37 262	50,1	11 281	15,2	20 653	27,8	5 108	6,9	74 305	100	100,0

* 1 Sterlin = 1,10 Osmanlı Lirası (OL)
Kaynak: Pamuk (1994:75)

Osmanlı İmparatorluğu'na yatırım yapan ülkeler, kesin istatistiksel verileri olmamakla birlikte en başta İstanbul'u tercih etmişlerdir. Yani, yabancı sermayeli firmalar yatırımlarının en büyük kısmını imparatorluğun başkenti olan İstanbul'a yöneltmişlerdi. İstanbul'un ardında Anadolu'da ikinci sırayı İzmir almakta idi. Ayrıca demiryolları ve maden çıkarımı (Zonguldak-Ereğli, Bandırma, Bursa, Ergani, Adana, Edremit, İzmit gibi) nedeniyle Anadolu'nun pek çok kentine yabancı sermayenin ulaştığı anlaşılmaktadır. Anadolu yarımadası dışında imparatorluğun özellikle Selanik, Beyrut, Şam ve Bağdat gibi önemli kentlerine de yatırım yapıldığı çeşitli kaynaklardan belirlenebilmektedir (Eldem, 1994; Pamuk, 1994; Ökçün, 1997b).

2.4.2.2. Cumhuriyet Dönemi

Türkiye'de cumhuriyet döneminde meydana gelen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını ülkenin ekonomik ve siyasal gelişmelerini göz önünde bulundurarak üç kısma ayırmak mümkündür.

2.4.2.2.1. 1923-1949 Dönemi

Türkiye'nin yabancı sermayeye yaklaşımı zaman içinde farklılıklar göstermekle beraber, cumhuriyeti kuran kadronun yabancı sermaye konusundaki yaklaşımının son derece net, açık ve olumlu olması, tarihe düşülmesi gereken çok önemli notlardan biridir. Nitekim daha Lozan Antlaşması imzalanmadan, cumhuriyet kurulmadan önce, 17 Şubat 1923'te İzmir'de toplanan I. Türkiye İktisat Kongresi'nde yabancı sermaye ile ilgili alınan ve Atatürk tarafından bütün dünyaya iletilen şu mesaj çok anlamlıdır:

"... efendiler, ekonomi alanında düşünür ve konuşurken zannolunmasın ki, yabancı sermayeye düşmanız. Hayır, bizim memleketimiz geniştir. Çok emek ve sermayeye ihtiyacımız vardır. Kanunlarımıza uymak koşuluyla yabancı sermayeye gerekli güvenceyi vermeye her zaman hazırız. Yabancı sermaye bizim emeğimize katkıda bulunsun ve bizimle onlar için yararlı sonuçlar versin..." (Ökçün, 1997c:211).

Şunu peşinen ifade etmek gerekir ki cumhuriyeti kuranların genel yaklaşımı bu olmakla beraber, ondan sonra gelenler, kuruculardan daha şüpheli çıkmış, yabancı sermaye konusunda dünya gerçeğini iyi kavrayamamış, bu tip yatırımlardan ürkmüş ve sürekli eleştiri konusu yaparak, bu kaynaktan yeterince yararlanma yoluna gitmemişlerdir (Karakoyunlu, 1981:423). Hatta bugün küreselleşme olgusunun hayatın her alanında hızla yaşandığı ve artık *sermayenin vatanının olmadığı* 21. yüzyıl Türkiye'sinde bile yabancı sermayenin *iyi mi? kötü mü?, faydalı mı? zararlı mı?* olduğu konusunda tartışmalar devam etmektedir.

Çizelge 2.3. Cumhuriyetin ilk yıllarında yabancı sermayeli firmaların sektörlere göre dağılımı (1923)

Sektörler	Firma Sayısı	Yatırılmış Sermaye (milyon sterlin)	%
Demiryolları	7	39,2	62
Bankalar	23	10,2	16
Liman İşleri ve Belediye Hizmetleri	11	5,0	8
Ticaret	35	3,6	6
Madencilik	6	3,0	5
İmalat	12	2,4	3
Toplam	94	63,4	100

Kaynak: Tezel (1994: 107)

Osmanlı İmparatorluğu'ndan cumhuriyete toplam sermayesi 63,4 milyon sterlini bulan 94 yabancı sermayeli firma intikal etmiştir. Bu firmaların %62'si demiryollarına, %16'sı bankacılığa, %8'i liman ve belediye hizmetlerine, %6'sı ticarete, %5'i madencilığe ve %3'ü de imalat sanayine yatırım yapmışlardı (Çizelge 2.3). Bu şirketlerin %45'i Almanlara, %26'sı Fransızlara, %17'si İngilizlere, %4'ü Belçikalılara, %2'si Amerikalılara ve %6'sı diğer ülkelere aitti (Tezel, 1994:107). Görülüyor ki Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemindeki yabancı yatırımların sektörel yapısı ve ülkelere göre dağılımı ile cumhuriyetin ilk yıllarındaki durum birbirine son derece benzemektedir (Çizelge 2.2 ve 2.3, Şekil 2.9). Bu durum, cumhuriyet yönetiminin tıpkı Osmanlı'nın siyasal, sosyal ve kültürel kurumlarını olduğu gibi, ekonomik kurumlarını ve yapısını da aynen devam ettirdiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye'nin 1923-1929 döneminde İzmir İktisat Kongresi kararlarının ışığında büyük ölçüde liberal bir iktisat politikası izlemesi, ülkeye bu dönemde önemli miktarda yabancı sermaye yatırımının yapılmasını sağlamıştır. Nitekim 1920 ile 1930 arasında Türkiye'de 66 adet yabancı sermayeli anonim şirket kurulmuş ve bunlar toplam 31,4 milyon TL tutarında ödenmiş sermayeli olarak yatırıma girmişlerdir. Kuruluş yerleri açısından 66 firmayı karşılaştırdığımızda, Türkiye'ye giren yabancı sermayenin yalnız

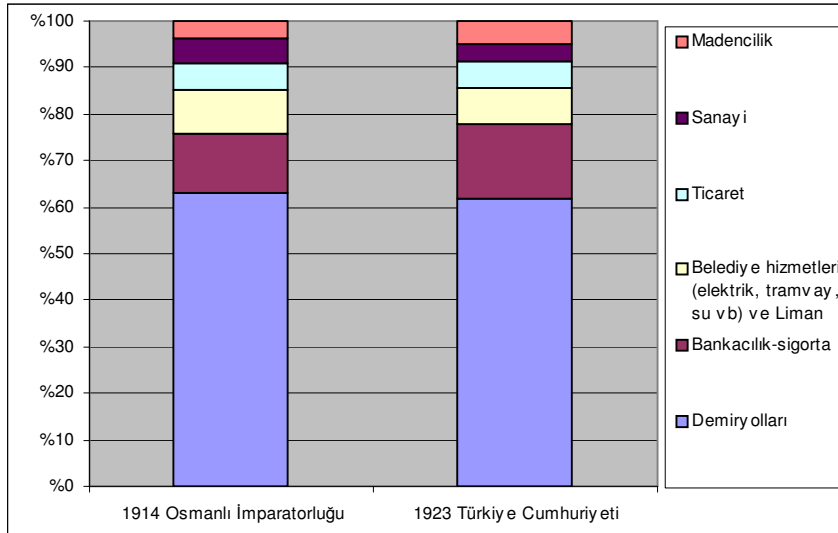
İstanbul (57 firma), Ankara (4 firma), İzmir (4 firma) ve Adana (1 firma) illerinde toplanmış olduğu görülmektedir (Ökçün, 1997a:107). Yabancı sermayenin yukarıda anılan illerde yoğunluk göstermesi son derece doğaldır. Çünkü Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne intikal eden bu şehirlerin, gerek nüfus büyüklüğü ve alt yapı olanakları gerekse, her türlü imalat, ticaret, ulaşım ve idari fonksiyon ile coğrafi bakımından en uygun lokasyonlarda bulunması, yabancıları buraya çeken en önemli etmenler olmuştur.

Çizelge 2.4. Cumhuriyetin ilk yıllarında Türkiye'de doğrudan yabancı sermaye yatırımları (1926-1933)

Yıllar	Milyon TL	Milyon sterlin
1926	6,5	0,7
1927	5,3	0,6
1928	8,0	0,8
1929	12,0	1,2
1930	1,2	0,1
1931	0,8	0,1
1932	4,2	0,6
1933	1,1	0,2
Toplam	39,1	4,3

Kaynak: Tezel (1994: 195)

Şekil 2.9. Osmanlı İmparatorluğu ile cumhuriyetin ilk yıllarında DYY'nin sektörlere göre dağılımı (1914-1923)



Türkiye'de yabancı sermaye ile ilgili düzenli istatistiklerin ancak 1980 yılından sonra tutulduğu görülmektedir. 1980 öncesindeki bütün veriler ise, son derece düzensiz, kimi zaman çelişkili ve bir çoğu da bilim insanlarının kişisel çalışma gayreti ile oluşturulmuştur. Tezel'in (1994:135) 1926-1933 dönemine ilişkin ortaya koyduğu

verilere göre (Çizelge 2.4), bu dönemde Türkiye'ye 39,1 milyon TL DYY yapılmıştır. 1932 yılını bir tarafa bırakırsak, yatırımların %80'inin 1926-1929 arasındaki liberal dönemde yapıldığı dikkat çekmektedir. Ayrıca 1920'li yıllarda Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan ayrıcalıklı şirketlerin çoğu varlığını korurken, Cumhuriyet Hükümeti özellikle belediye hizmetleri ile madencilik alanlarında yeni yabancı sermayeli şirketlere ayrıcalıklı ve ayrıcalıksız yatırım yapma olanağı tanımıştır (Çizelge 2.5).

Çizelge 2.5. Türkiye'de Cumhuriyetin ilk döneminde kurulan ayrıcalıklı ve ayrıcalıksız statüye sahip yabancı şirketler 1923-1929

Ayrıcalıklı Şirketler	Yıl	Ülke	Ayrıcalıksız Şirketler	Ülke
İstanbul Seydi Köy Gaz ve Elektrik Şirketi	1924	Belçika	Çimento Fabrikası	Belçika
İzmir Telefon Şirketi	1925	İsveç	Çimento Fabrikası	Fransa
İzmir Elektrik ve Tramvay Şirketi	1925	Belçika	Çırçır Fabrikası (Adana)	İngiltere
Zingal Ormanlık Şirketi	1927	Belçika	Çikolata Fabrikası (Nestle)	İsviçre
Güney Anadolu Manganez Mad. Şti.	1927	Almanya	Plak Fabrikası (HVM ve Colombia)	ABD
Kireçlik Krom Mad. Şirketi	1927	Fransa	İlaç Fabrikası	İsviçre
Adana Elektrik Şirketi	1928	Almanya	İpekli Dokuma Fabrikası	Japonya
Ankara Elektrik ve Gaz Şti.	1928	İngiltere		
Fethiye Simli-Kurşun Mad.	1928	Fransa		
Ford Şirketi	1929	ABD		
Kömür Madencilik Şti.	1929	Fransa		

Kaynak : Tezel (1994:195-196)

Eldeki veriler 1930'lu yılların sonundan, 1950'ye kadar Türkiye'ye önemli miktarda DYY'nin girmediğini göstermektedir. Bu durumu üç nedenle açıklamak mümkündür:

(1) 1929 Dünya Ekonomik Bunalımı'nın etkisiyle, 1930'lu yıllarda dünya ekonomisinde yaşanan durgunluk sonucu uluslararası yatırımların azalması (Tuncer, 1968:17; Bulutoğlu, 1970:52; Tezel, 1994:202).

(2) 1939-1945 arasında süren II. Dünya Savaşı'nın uluslararası yatırımları kesintiye uğratması.

(3) Etkisi konusunda bir fikir birliğinin olmadığı ve tartışmalara açık olsa da devletçilik uygulaması nedeniyle 1928-1945 yılları arasında 24 adet yabancı sermayeli firmanın (21 tanesi 1933-1945 arasında) millileştirilmesinin sermaye girişini engellediği (Tuncer, 1968:69-72; Bulutoğlu, 1970:108-110; Alpar, 1978:132; Karluk, 1983:46-47) düşüncesi yanında, sonraları Ökçün'ün (1997a:1-11,106) 1920'li yıllar için ve Tezel'in 1920-1930'lu yıllar için yaptığı araştırmalar yukarıdaki savın tamamen geçersiz olduğunu belgesel verilerle ortaya koymaktadır. Nitekim Tezel (1994:206):

"millileştirme işlemleri yabancı sermayeye karşı bir politikanın uygulandığına kanıt olarak gösterilemez. Unutulmamalıdır ki, millileştirmelerin en yoğun olduğu 1934-1938 aralığında Türkiye'de 32 yeni yabancı şirket faaliyete geçmiştir. Önceki dönemlerde çalışmaya başlamış olan, Osmanlı Bankası ve bir çok ayrıcalıklı madencilik şirketi gibi yabancı sermayeli kuruluşlarda etkinliklerini 1930'lar ve 1940'lar boyunca sürdürmüştür."

şeklinde ifade ettiği düşünce devletçiliğin ve millileştirmelerin en yoğun olduğu dönemde bile Cumhuriyet Hükümetinin yabancı sermayeye kapılarını kapamadığını ve

millileştirmelerin yabancı sermayeye karşı bir uygulama olarak gösterilemeyeceğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

2.4.2.2.2. 1950-1979 Dönemi

II. Dünya Savaşı'ndan sonra oluşan yeni dünya düzeni çerçevesinde Türkiye hızlı kalkınmak için yabancı sermaye yatırımlarına ihtiyaç duymuştur. Bu amaçla 1950 ve 1951 yıllarında yabancı yatırımı teşvik eden bir kaç maddelik kanunlar çıkarılmış ancak bunlar fazla bir semere vermeyince (Tuncer, 1968:73-74), 1954 yılında geniş kapsamlı bir *Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu* çıkarılmıştır. 6224 sayılı bu kanun dünyanın o zamanki en liberal yabancı sermaye kanunlarından biri olup, 2003 yılına kadar yürürlükte kalmıştır (Alpar, 1978:137; Karluk, 1983:50).

Türkiye 1950-1960 yılları arasında büyük ölçüde liberal bir politika izlemesine karşın, ülkeye önemli bir yabancı sermaye girişi olmamıştır. 1960 yıllarından sonra Türkiye'de plânlı bir kalkınma modeli izlenmiş, fakat bu dönemde de yabancı sermaye girişi göreceli olarak oldukça düşük olmuştur (Çizelge 2.6, Şekil 2.10). Ancak 1980 yılından sonra yabancı sermaye girişi hızlanmıştır.

Çizelge 2.6. Türkiye'de 1954-1979 döneminde izin verilen DYY'nin yıllara göre gelişimi (milyon \$)

Yıllar	Yıllık	Kümülatif	Yıllar	Yıllık	Kümülatif	Yıllar	Yıllık	Kümülatif
1954'e kadar	2,8	2,8	1962	4,2	22,7	1971	11,7	117,2
1954	2,2	5,0	1963	4,5	27,2	1972	12,8	130,0
1955	1,2	6,2	1964	11,9	39,1	1973	67,3	197,3
1956	3,4	9,6	1965	11,6	50,7	1974	- 7,7	189,6
1957	1,3	10,9	1966	9,7	60,4	1975	15,1	204,7
1958	1,1	12,0	1967	9,0	69,4	1976	8,9	213,6
1959	3,4	15,4	1968	13,9	83,3	1977	9,2	222,8
1960	1,9	17,3	1969	13,2	96,5	1978	11,7	234,5
1961	1,2	18,5	1970	9,0	105,5	1979	- 6,4	228,1

Kaynak: DPT (1983)

1950'lerde başlayan DYY akımı ile 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu çerçevesinde, 1954-1975 arasında kümülatif olarak ülkemize 109 yabancı sermayeli firma gelmiştir. 1975 yılı sonu itibarıyla Türkiye'de faaliyette bulunan yabancı sermayeli firmalarda hem firma sayısı bakımından (93 adet), hem de getirdiği yabancı sermaye miktarı bakımından en büyük pay (%86,29) imalat sanayine aittir (Şekil 2.11). İmalat sanayi içerisinde de yabancı sermayeli firmalar özellikle karayolu taşıtları, elektrik-elektronik, kimya ve lastik gibi yoğun sermaye ve yüksek teknoloji gerektiren alt sektörlerde yoğunlaşmıştır. Diğer sektörlerde ise gelen yatırımların payı oldukça düşüktür.

Gelen yabancı yatırımlarının 1975 yılı sonu itibarıyla ülkelere göre dağılımı incelediğinde, ilk sırayı firma sayısı bakımından Almanya (24 firma) sermaye miktarı bakımından ise Amerika Birleşik Devletleri (ABD) almaktadır. Bu dönemde gelen yabancı sermayenin %93'ünün OECD ülkelerinden, özellikle de günümüz Avrupa Birliği (AB)

ülkelerinden Türkiye'ye aktığı anlaşılmaktadır. Diğer ülkelerin ise önemli bir payı yoktur (DPT, 1983:13-23).

1950-1979 döneminde Türkiye'ye gelen yabancı sermayenin mekansal ve bölgesel dağılımı konusunda 1965 yılına ait veriler dışında maalesef herhangi bir veri bulunmamaktadır. Bu durumun en önemli nedeni, 1980 yılına kadar Türkiye'de yabancı sermaye ile ilgili tek ve tam yetkiye sahip bir kurumun oluşturulamamasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla sadece il bazında değil, giren sermayenin miktarı, sektörü ve ülkesi bazında da elimizde yeterli ve düzenli istatistikler bulunmamaktadır.

Çizelge 2.7. Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların illere göre dağılımı (1965 sonu itibariyle)

İller	Firma sayısı	%	Yabancı sermaye miktarı (Bin \$)	%
İstanbul	98	80,33	55 253	80,50
Ankara	11	9,02	8 438	12,29
İzmir	10	8,20	1 664	2,42
Bursa	1	0,82	195	0,28
Kocaeli	1	0,82	3 073	4,48
Hatay	1	0,82	17	0,02
Türkiye toplamı	122	100	68 640	100

Kaynak: İTO (1967:89) ve Tuncer (1967:64)

1965 yılı sonu itibariyle elde edilen veriler ise, İTO (1967) ve Tuncer (1968) tarafından Türkiye'de yabancı sermaye ile ilgili ilk akademik çalışmalardan elde edilmiştir. Buna göre, 1965 yılı sonu itibariyle Türkiye'ye gelen 122 yabancı sermayeli firmanın %80'i İstanbul'da, dolayısıyla Marmara Bölgesi'nde bulunmaktadır. Bölgede yabancı sermayenin bulunduğu diğer iller birer adet ile Kocaeli ve Bursa'dır. Yabancı sermayenin tercih ettiği ikinci önemli il Ankara, dolayısıyla İç Anadolu Bölgesi'dir. Ege Bölgesi'ni İzmir ve son olarak Akdeniz Bölgesi'ni de Hatay iline bağlı İskenderun ilçesi temsil etmektedir (Çizelge 2.7). Görülüyor ki yabancı sermayeli firmalar bu dönemde ülkemize yatırım yaparken, her bakımdan gelişmiş, uygun coğrafi koşulların bulunduğu, yeterli alt yapıya sahip illeri tercih etmişlerdir.

1950'lerden itibaren Türkiye'ye doğrudan doğruya ve Türk sermayesi ile ortaklık şeklinde gelen yabancı firmaların büyük çoğunluğu, dünyanın belli başlı sermayeli firmaları ya da ulusötesi şirketleri olup, bazı sektörlerde başlarda montaj şeklinde de olsa ilk defa kuruculuk görevini üstlenerek ülke sanayisinin gelişmesine katkıda bulunmuşlardır. Örneğin otomotiv sektöründe Fiat (1954 yılında gelmiş), BMC (1964), MAN (1966), Mercedes (1966), Renault (1969); İlaç sektöründe, Sandoz (1956), Pfizer (1957), Roche (1958), Bayer (1962); metal eşyada AEG (1964), Siemens (1964), Bosch (1970); gıda da Pepsi (1964), Coca-Cola (1965) ve Tuborg (1967); son olarak lastik sanayinde Pirelli (1960) ve Goodyear (1961) gibi firmalar Türk sanayisinin ilgili sektörlerinde öncülük etmişlerdir.

2.4.2.2.3. 1980-2005 Dönemi

24 Ocak 1980'de alınan kararlar, Türkiye'nin ihracata dayalı, liberal bir piyasa sistemi ile ekonomik kalkınmasını sağlamayı amaçlıyordu. Bu durum, iki temel ekonomik araç yoluyla yapılmaya çalışılacaktı. Bunlardan ilki, dış ticaretin ve dövizin liberalizasyonu yoluyla önündeki engellerin kaldırılması; ikincisi ise, ülkeye yabancı sermaye ve teknoloji girişini sağlayacak düzenlemelerin yapılması idi. Nitekim 1980'den günümüze DYY'nin artırılması, yabancılara kolaylıklar sağlanması ve yabancı sermaye liberalleştirilmesi ile ilgili olarak çok önemli düzenlemeler yapılmıştır (Erdilek, 1988; Öniş, 1994; Balasubramanyam, 1996). İlk olarak 25 Ocak 1980 tarihinde Başbakanlık'a bağlı Yabancı Sermaye Dairesi kurulmuş, daha sonra bu kuruluş DPT bünyesine alınmış, 1991 yılında Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü şeklinde Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlanmış, 1994'ten itibaren ise HM bünyesinde faaliyet göstermektedir. 6224 sayılı yasa bağlamında 1980, 1984, 1986 ve 1995 yıllarında yapılan çeşitli değişikliklerle *Yabancı Sermaye Çerçeve Kararı* daha liberal hale getirilmiştir. Yabancı Sermaye Çerçeve Kararı, ülkenin ekonomik kalkınmasına yardımcı olması, Türk özel sektörüne açık faaliyet alanlarında çalışması, tekel oluşturmaması ve özel ayrıcalık sağlanmaması koşuluyla, her türlü mal ve hizmet üretimine yönelik faaliyetlere yabancı sermayenin önünün açılmasını sağlamıştır (DPT, 2000:8). Yabancı sermayeye ilişkin çıkarılan 1984 ve 1994 tarihli Yap-İşlet-Devret (YİD) Yasası da kamu tarafından sağlanacak olan alt yapı (içme suyu, baraj, ulaşım, kanalizasyon vb.) ve enerji ile ilgili alanları, yabancı ve yerli özel sermayeye açmıştır (Ongun, 2001:333).

1954 yılında yürürlüğe giren ve çok liberal hükümler taşıyan 6224 sayılı yasaya rağmen, Türkiye'ye 1980 yılına kadar istenilen düzeyde yabancı sermaye yatırımının gelmemiş olması, sadece yasal düzenlemeler ile ülkelerin yabancı sermayeyi çekemeyeceğini göstermesi bakımından ilginçtir. Oysa 24 Ocak 1980 tarihinde alınan Ekonomik İstikrar Kararları ile Türkiye'nin dışa açık bir politika izlemeye başlaması, istenilen güven ortamının oluşması ve bürokratik engellerin kaldırılması; kısacası ekonomik kalkınmasının sağlanmasında tüm karar ve süreçlerin serbest piyasaya bırakılması yabancı sermaye girişini hızlandırmıştır.

Nitekim 1980-1989 yılları arasında 4.561 milyon \$ yabancı sermaye yatırımına izin verilmiş ve bu yatırımın %40,2'si (1.835 milyon \$) fiilî yatırıma dönüşmüştür. Buna karşın, 1990-Haziran 2003 arasında 30.239 milyon \$ yabancı sermaye yatırımına izin verilmiş ve bunun %47,3'ü (14.323 milyon \$) yani aşağı-yukarı yarısı fiilî yatırıma dönüşmüştür. İzin verilen DYY ile fiilen giren sermaye arasındaki fark temelde iki nedene dayanmaktadır. Birincisi, yatırım iznini alan firmalar yatırımlarını iznin verildiği yılda tamamlayamamakta ve sonraki yıllarda da devam edebilmektedir. Bu da fiilî girişlerin zamana yayılarak gecikmeli gerçekleşmesine yol açmaktadır. İkinci olarak izin alan

firmaların çeşitli nedenlerle yatırım kararlarından tamamen vazgeçmeleri ile alâkalıdır (HMYSGM, 2002:6). İzin verilen yabancı yatırım ile gerçekleşen yatırım arasında yıllar itibariyle önemli farklılıkların olması, Türkiye’de hükümetlerin ya yatırımları yeterince motive edememesinden, ya da yatırım ortamı şartlarının yeterince uygun olmamasından kaynaklanmaktadır (Loewendahl ve Ertugal-Loewendahl, 2001:3) Türkiye’de yabancı sermaye yatırımlarının en büyük handikaplarından biri de kuşkusuz bu durumdur.

Çizelge 2.8. Türkiye’de 1980-2004 döneminde doğrudan yabancı yatırımlar

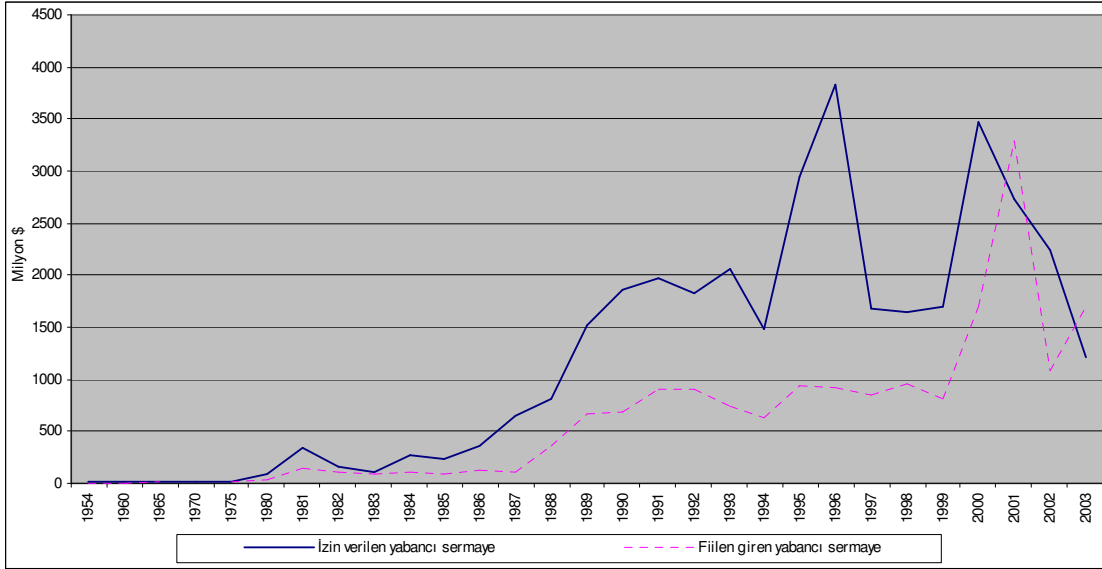
Yıllar	İzin verilen yabancı sermaye (milyon \$)	Fiili giren yabancı sermaye (milyon \$)	Gerçekleşme oranı (%)	Firma sayısı
1980	97,0	35	36	78
1981	337,5	141	42	109
1982	167,0	103	62	147
1983	102,7	87	85	166
1984	271,3	113	42	235
1985	234,4	99	42	408
1986	364,0	125	34	619
1987	655,0	115	18	836
1988	820,5	354	43	1 172
1989	1.511,9	663	44	1 525
1990	1.861,2	684	37	1 856
1991	1.967,2	907	46	2 123
1992	1.819,9	911	50	2 330
1993	2.063,3	746	36	2 554
1994	1.477,6	636	43	2 830
1995	2.938,3	934	32	3 161
1996	3.836,9	914	24	3 582
1997	1.678,2	852	51	4 068
1998	1.646,4	953	58	4 533
1999	1.699,5	813	48	4 950
2000	3.477,4	1 707	49	5 328
2001	2.725,2	3 288	121	5 841
2002	2.242,9	1 042	46	6 280
2003*	1 207,9	1 694	140	7 470
2004	-	2 568	-	9 616
Toplam	35.203,3	20 276	-	-

* 17.06.2003 tarihinden itibaren izine dayalı istatistikler yayımlanmamaktadır

Kaynak: HMYSGM (2002, 2003a, 2003b, 2005a)

1980 sonrası izlenen ve uluslararası kuruluşların da (IMF ve Dünya Bankası) geniş desteğini kazanan ekonomik politikalar ile bunların bir parçası olan yasal düzenlemeler, yabancı sermaye girişine hız kazandırmıştır. Özellikle 1983 yılından sonra Özal hükümetinin iş başı yapmasıyla 1986’da yabancı sermaye ile ilgili önemli kararlar alması, Türkiye’de hem izin verilen yabancı sermaye miktarını, hem de fiilî girişleri önemli düzeyde artırmıştır. Nitekim 1980’de 97 milyon \$ olan izin verilen yabancı sermaye, 1988’de yaklaşık 1 milyar \$’a, 1993’te ise 2 milyar \$’a yükselirken, fiilî girişlerin aynı yıllarda 35 milyon \$’dan, 354 milyon \$’a ve daha sonra da 746 milyon \$’a çıktığı görülmektedir (Çizelge 2.8).

Şekil 2.10. Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımların yıllara göre gelişimi (1954-2003)



Şekil 2.10’da açıkça görüldüğü gibi, özellikle izin verilen yabancı sermaye girişi, Türkiye ekonomisinin 1990’lı yıllarda yaşadığı krizlerden derin bir şekilde etkilenmiştir. Nitekim 5 Nisan 1994 krizi ile 1997-1999 arasında dünyada yaşanan küresel krizlerin (Güneydoğu Asya, Rusya ve Latin Amerika krizleri) yabancı sermayeli firmaların Türkiye’de yatırım izni alma kararlarını ertelemesine ya da yatırımdan tamamen vazgeçmesine yol açtığı görülmektedir. Buna karşın 1990 yıllarda fiilî girişlerin (yatırımların yıllara yayılması vb. sebeplerle) krizlerden daha az etkilenerek genelde istikrarlı bir trend izlediği görülmektedir. 2000 yılında ülke ekonomisinin yeniden büyümeye başlaması (%6,1) ve istikrara kavuşmasına bağlı olarak fiili girişler ilk defa 1 milyar \$’ı, izin verilen sermaye ise 3 milyar \$’ı aşmıştır. Cumhuriyet tarihinin en büyük krizi olarak anılan 2001 yılı krizi izin verilen yabancı yatırımı yeniden aşağı çekerken, fiilen giren miktarın artması (hatta 1980 yılından bu yana ilk kez izin verilen sermaye girişini geçmesi), 2001 yılından itibaren HMYSGM’nin yabancı yatırımcının şirkete sağladığı kısa, orta ve uzun vadeli kredileri OECD’nin yabancı sermaye tanımına uygun olarak artık ülkeye gelen yabancı sermaye sayması yoluyla olmuştur. Eğer eski uygulama devam ediyorsa, 2001 yılında fiilen giren DYY miktarı (1,4 milyar \$’lık İş-Tim yabancı ortağı Telecom Italia’dan sağladığı kredi düşülerek) 1866 milyon \$ olacaktı (HMYSGM, 2002:9-10).

Türkiye’nin DYY çekmede ne ölçüde başarılı ya da başarısız olduğunu görebilmek için, UNCTAD tarafından geliştirilmiş üç indeks/göstergeye başvurmak yeterlidir. Bu

göstergelerden ilki olan *Ulusötesileşme İndeksi*²⁴ (Transnationality Index) bakımından Türkiye 8 ortalama ile 73 ülke içerisinde 2001 yılında 62. sırada yer almakta idi. Halbuki bölgede DYY çekmede Türkiye'nin en önemli üç rakibinden²⁵ biri olan Macaristan 11. (30,5 ortalama), Çek Cumhuriyeti 13. (29 ortalama) ve Polonya 50. sırada (13 ortalama) yer almaktadır.

UNCTAD'ın ikinci göstergesi *DYY Performans İndeksi*²⁶ (FDI Performance Index) bir ülkenin ne ölçüde DYY aldığını göstermekte ve ülkeleri ekonomik büyüklüğüne göre aldığı DYY miktarını baz alarak sıralamaktadır. Bu açıdan Türkiye 1990'ların başında 70-80. sıralarda yer alırken, 1990'ların ikinci yarısından itibaren sürekli gerileme göstermiş ve nihayet 2001-2003 döneminde 140 ülke arasında 110. sırada yer alarak rakiplerine kıyasla çok kötü DYY çekme performansına sahip olmuştur (Çizelge 2.9).

Çizelge 2.9. Türkiye ile bazı ülkelerin UNCTAD'ın DYY'nin ulusötesileşme, performans ve potansiyel indeksleri bakımından sıralaması

Ülkeler	Ulusötesileşme indeksi	DYY performans indeksi			DYY potansiyel indeksi		
		1988-1990	2001-2003	1988-2002	1988-1990	2001-2003	1988-2002
Türkiye	62	70	110	102	64	72	74
Polonya	50	100	68	64	50	44	52
Çek Cumhuriyeti	13	41	33	21	61	42	52
Macaristan	11	63	13	22	46	41	46
İrlanda	2		4	27	24	7	18
Çin	40	46	37	29	45	39	48
Toplam ülke sayısı	73		140			140	

Kaynak: UNCTAD (2004:10, 281-290)

Oysa Türkiye UNCTAD'ın üçüncü göstergesi olan *DYY Potansiyel İndeksi*'nde²⁷ (FDI Potential Index) 140 ülke arasında 74. sırada yer almaktadır. Yani Türkiye DYY çekme potansiyeli bakımından söz konusu rakip ülkelerinden ortalama 24 sıra geride iken, DYY çekme performansı söz konusu olunca ortalama 66 sıra geriye düşmektedir. Bu durum açıkça gösteriyor ki Türkiye potansiyelinin çok altında DYY çekebilmiştir. Bu nedenle de Türkiye, UNCTAD'ın DYY performans ve potansiyel indekslerine göre oluşturduğu ve ülkeleri dört gruba böldüğü matrisin (az gelişmiş yoksul ülkelerin bulunduğu, en düşük indekse sahip) ancak dördüncü gözünde (Under-performs) yer bulabilmiştir (UNCTAD,

²⁴ Bu indeks dört oranın ortalamasından oluşmaktadır: DYY'nin sabit sermaye yatırımları içindeki payı, DYY stoğunun GSYİH'deki payı, yabancı sermayeli firmaların ürettiği katma değer GSYİH'deki payı ve yabancı sermayeli firmaların istihdamının toplam istihdam içindeki payı.

²⁵ Loewendahl ve Ertugal-Loewendahl (2001:8-9) tarafından yapılan bir araştırma, Türkiye'nin DYY çekmede en önemli rakiplerinin Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri olduğunu ortaya koymuştur. Bu ülkeler içerisinde de aynı coğrafi bölgeyi paylaşan, benzer gelişmişlik düzeylerine sahip Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan ilk üç sırayı almaktadır.

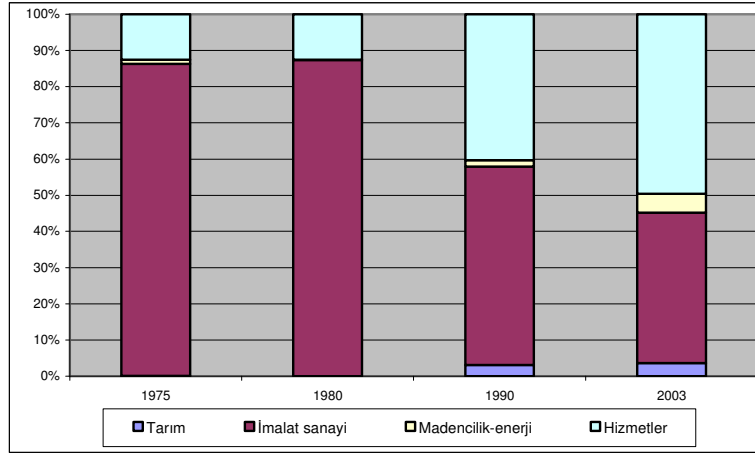
²⁶ Bu indeks bir ülkenin dünya GSYİH'si içindeki payını, ülkenin dünya DYY'sinden aldığı paya oranlaması ile hesaplanmaktadır.

²⁷ Bu indeks GSYİH'nin büyümesi, kişi başına GSYİH, enerji ve telefon kullanımı, ihracat, ithalat, ülke riski, Ar-Ge harcamaları vb. 12 yapısal değişkeninin kişi bir araya getirilmesi ile hesaplanmaktadır.

2004:10-17). Çizelge 2.9 açıkça göstermektedir ki, Türkiye sahip olduğu doğal ve beşeri potansiyele, ekonomik büyüklüğü ve son derece uygun coğrafi lokasyona rağmen, olması gereken düzeyin çok altında DYY çekebilmiştir.

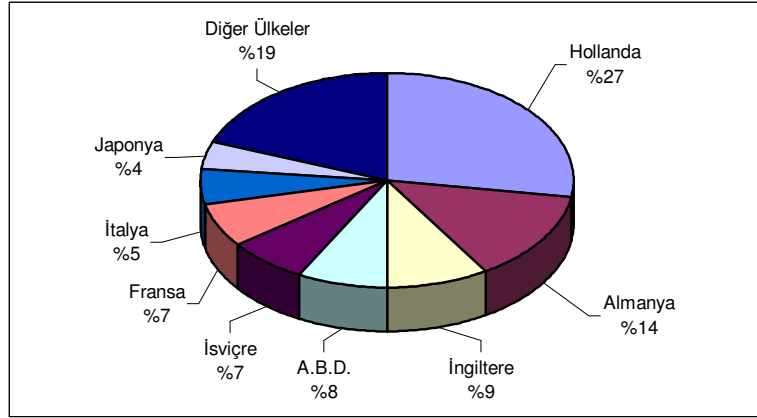
Türkiye’de yabancı sermaye yatırımlarının sektörlere göre dağılımı incelendiği zaman, 1980 yılında yapılan yatırımların %87’den fazlası imalat sanayine yapılırken, 2003 yılında imalat sanayinin payı %42’ye düşmüş, hizmet sektörünün payı %12’den %50’ye yükselmiştir (Şekil 2.11). Bu durum DYY’nin 1980 sonrası sektörel yapı bakımından önemli bir dönüşüm geçirdiğine işaret etmektedir. İlk bakışta Türkiye için son derece olumsuz bir gelişme gibi duran bu olgu, dünyadaki gelişmeler ve trendler iyi analiz edildiğinde durumun son derece normal olduğu görülmektedir. Nitekim, 1980’den sonra bütün dünyada DYY’nin sektörel yapısında aynı dönüşümün yaşandığı belirlenmektedir (Bkz. Şekil 2.5). Diğer bir ifadeyle hem dünya, hem de Türkiye’de yatırımlar imalat sanayinden hizmetlere (özellikle de bankacılık, sigortacılık, finans ve turizm gibi alanlara) kaymıştır (Dunning, 1988:84; Dicken, 1998:49-50; Özdemir, 2002:249; UNCTAD, 2004:29-31). Tarım ve madencilik-enerji sektörleri yabancı yatırımcılar için halen cazip sektörler değildir. Ancak 1980 öncesine nazaran önemli yol kat etmişlerdir. Tarım sektörünün bazı alanlarda dışa açılması ile özellikle enerji yatırımlarının YİD modeli çerçevesinde artması, iki sektörün yatırımlar içindeki payının yükselmesinde etkin olmuştur.

Şekil 2.11. Türkiye’de izin verilen DYY’nin sektörlere göre dağılımı (1975-2003)



Türkiye’de izin verilen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ülke gruplarına göre dağılımı incelendiği zaman, gelen sermayenin yaklaşık %90’ı geleneksel olarak OECD ülkelerine aittir. 1980 sonrası dünyada sermaye ihracında gelişmekte olan ülkelerin payının artması, Türkiye’ye de yansımış ve diğer ülkelerin payı ortalama %10’ları aşan seviyelere yükselmiştir. 2003 yılı sonunda toplam yabancı yatırımlarının %88,8’inin OECD kaynaklı olduğu, bunun da %69’unu sadece AB ülkelerinin yaptığı görülmektedir. İslâm ülkelerinin payı %2,7, diğer ülkelerin payı ise %8,5’dir.

Şekil 2.12. Türkiye’de izin verilen DYY’nin ülkelere göre dağılımı (1954-2003)



Türkiye’de 1954-2003 tarihleri arasında izin verilen doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının yaklaşık 1/3’ünü (%27’sini) tek başına Hollanda gerçekleştirmiştir. Güçlü ticari ve kültürel bağlarımızın olduğu Almanya onun hemen arkasın yer alırken, iki önemli Anglo-sakson ülkeden İngiltere üçüncü ve ABD dördüncü en fazla yatırım yapan ülke olmaktadır. Söz konusu sekiz ülke, yabancı sermaye yatırımlarının %80,9’unu gerçekleştirirken, diğer ülkeler ancak %19,1’lik payın sahibi olmuşlardır (Şekil 2.12).

2.4.3. Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımların Coğrafi Dağılışı

Türkiye’de DYY’nin %80’i, faaliyette bulunan yabancı sermayeli firmaların ise 2/3’ü Marmara Bölgesi’nde toplanmış bulunmaktadır. İstanbul %61’lik pay (5883 firma) ile sadece bölgede değil, Türkiye genelinde de yabancı sermayeli firmalar için tartışmasız çok önemli bir yere sahiptir.²⁸ Gerek İstanbul’un, gerekse Marmara Bölgesi’nin yabancı yatırımcılar tarafından bu denli yoğun şekilde tercih edilmesi bazı açılardan son derece doğal iken, bazı açılardan da son derece ilginçtir. Doğal, çünkü bölge, Türkiye’nin her bakımda en gelişmiş ve en uygun coğrafi şartlarını ve/veya yatırım iklimini sunmaktadır. İlginç, çünkü bölgenin Türkiye yabancı yatırıma yaptığı katkının düzeyi, Türkiye sanayisine ve GSYİH’sine yaptığı katkı düzeyinden daha fazladır (Çizelge 2.10). Bu durum, yabancı yatırımcıların lokasyon seçerken, yerli yatırımcılardan bir çok bakımdan daha hassas ve daha farklı davranış sergilediğini açıkça ortaya koymaktadır. Yabancı yatırım açısından İstanbul’dan sonra Bursa (224 firma), Kocaeli (133 firma) ve Tekirdağ (60 firma), hem bölge için, hem de Türkiye için önemli ikincil çekim merkezler konumundadır (Şekil 2.13).

²⁸ Türkiye’de DYY’nin mekansal ve bölgesel özellikleriyle ilgili daha fazla analiz için bkz. Tokatlı ve Erkip (1998), Berköz (2001, 2005), Özdemir (2001), Deichmann vd. (2003), Yavan ve Kara (2003) ve Sat (2005).

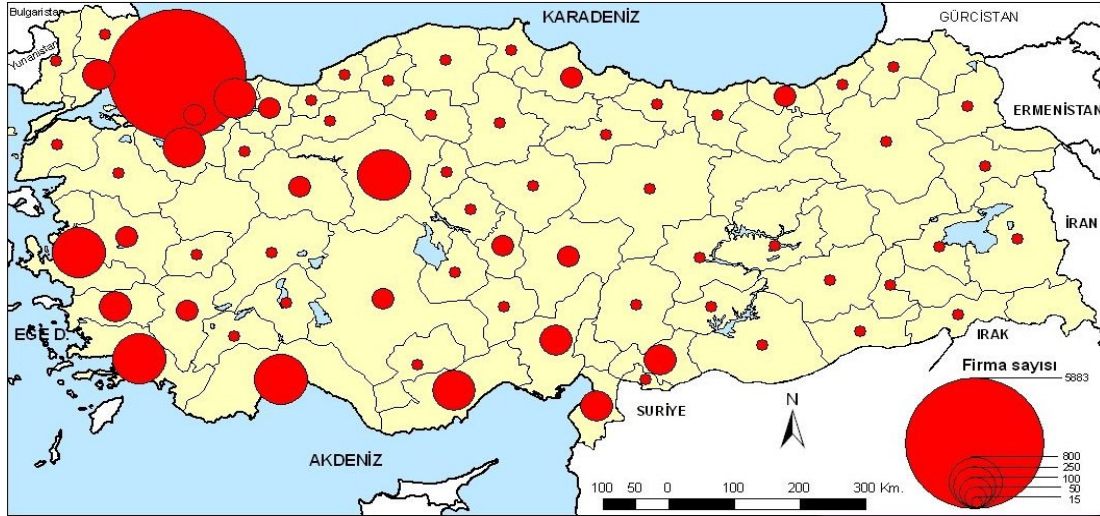
Çizelge 2.10. Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımın diğer temel ekonomik göstergeler ile bölgesel düzeyde karşılaştırılması

Bölgeler	Yabancı sermayeli firma sayısı (2004 yılı)	Payı (%)	Doğrudan yabancı yatırım miktarı (2001 yılı, %)	GSYİH'daki payı (2000 yılı, %)	Sanayi tesisi sayısı (2000 yılı)	Payı (%)	İhracat (2000 yılı, milyon dolar)	Payı (%)
Marmara Bölgesi	6406	66,6	81,3	38	5601	50,5	17376	62,6
Ege Bölgesi	1071	11,1	7,7	16,8	1968	17,7	5497	19,8
Akdeniz Bölgesi	1044	10,9	2,8	11,7	656	5,9	2596	9,3
İç Anadolu Bölgesi	879	9,2	6,2	16	1614	14,5	837	3,0
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	108	1,1	0,4	5,1	359	3,2	429	1,5
Karadeniz Bölgesi	90	0,9	1,5	9,1	760	6,8	906	3,3
Doğu Anadolu Bölgesi	18	0,2	0,1	3,3	141	1,3	133	0,5
Toplam	9616	100	100	100	11099	100	27774	100

Kaynak: DİE (2001:48-51; 2002c:138-217, 2002a:197) ve HMYSGM (2005b) veri tabanından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Ege Bölgesi’nde İzmir (623 firma ile Türkiye’de 4. sırada) ve Muğla (303 firma ile Türkiye’de 5. sırada), Akdeniz Bölgesi’nde Antalya (677 firma ile Türkiye’de 3. sırada) ve Mersin (216 firma), İç Anadolu Bölgesi’nde Ankara (785 firma ile 2. sırada), Karadeniz Bölgesi’nde Trabzon (24 firma) ve Samsun (18) ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde Gaziantep (89 firma) yabancı sermayenin İstanbul’dan sonra en fazla yoğunlaştığı mekanlarını oluşturmaktadır. Harita açıkça göstermektedir ki ülkenin önemli bir bölümü yabancı yatırımcılar için çok cazip şartlar sunmamaktadır. Dahası 14 ilde hiç bir yabancı sermayeli firma faaliyet göstermemektedir (Şekil 2.13).

Şekil 2.13. Türkiye’de faaliyette bulunan yabancı sermayeli firmaların mekansal dağılımı (2004)



Şekil 2.13 Türkiye’de faaliyette bulunan yabancı sermayeli firmaların illere göre coğrafi dağılımını göstermektedir. İşte bu araştırmanın en önemli amacı, giriş bölümünde

de belirtildiği gibi, bu haritada gösterilen coğrafi dağılışın altında yatan sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal ve mekansal nedenleri ampirik kanıtlar ile ortaya koymaktır. Spesifik olarak belirtirsek, rneğin Marmara Bölgesi, Türkiye’de ulusal gelirin %38’ini, ülke sanayisinin %51’ini ve ihracatın %63’n oluştururken, DYY’nin %80’den fazlasını toplamaktadır (izelge 2.10). Bu durum nasıl açıklanabilir? Bu araştırma sonucunda, yabancı firmaların ülke içindeki coğrafi dağılışını belirleyen koşulların neler olduğu ve YSF’leri bu lokasyonları seçmeye sevk eden esas faktörlerin hangileri olduğu açığa çıkacaktır. Böylece neden Marmara bölgesinin yabancı firmalar tarafından bu denli yoğun tercih edildiği sorusu da doğal olarak cevaplanmış olacaktır.

BÖLÜM III. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölüm, araştırma boyunca kullanılan terminoloji ve kavramları kuramsal tartışma içinde açıklamaktadır. Bu çerçevede, bir yandan doğrudan yabancı yatırımlarla ilgili temel kavramlar ve terimler tanımlanırken, öbür yandan DYY'nin şekli, tipi ve DYY yapan firmaların ve/veya çok uluslu şirketlerin özellikleri açıklanmaktadır.

3.1. Temel Kavramlar

Yabancı sermaye²⁹ bir ülkeye giriş biçimine göre iki şekilde tanımlanmaktadır: Portföy yatırımı ve doğrudan yabancı yatırım.

3.1.1. Portföy Yatırım

"Yabancı mali sermaye yatırımı" ya da "dolaylı yabancı yatırım" da (foreign portfolio/indirect investment) denilen bu sermaye şekli, bir yabancı firmanın veya yurtdışında yerleşik bir kişinin bir ülkenin borsasında işlem gören şirket hisse senetlerini, yatırım fonlarını, şirket tahvillerini ve devlet garantili bono/tahvilleri satın alması şeklinde ortaya çıkan mali işlemdir. Portföy yatırımının³⁰ üç tipik özelliği bulunmaktadır ki bunlar onu DYY'den ayırt etmektedir. Bunlardan biri, bu tip yatırımda yabancı firmalar/kişiler, hissesini satın aldığı şirketi kontrol etmeyi amaçlamamakta sadece finansal getiri peşinde koşmaktadır (Hanink, 1997:261; Dicken, 1998:69). Portföy yatırımında yabancından yerliye transfer edilen şey sadece parasal sermaye ya da bir başka deyişle mali fondur. İkincisi, bu yatırımlar piyasalar aracılığıyla bağımsız iki ayrı ekonomik ajan tarafından yapılır (Dunning, 1993:5). Üçüncüsü ise, portfolyo yatırımları genellikle doğası gereği kısa dönemlidir (Moosa, 2002:1). Halbuki DYY, bir firmayı etkin kontrol/mülk etmeye dayanan, piyasa işlemine ihtiyaç duymayan, amacı sadece kâr etmek olmayan, uzun dönemli olan bir yatırım şeklidir.

3.1.2. Doğrudan Yabancı Yatırım

Doğrudan yabancı yatırım (Foreign Direct Investment-FDI), Türkçe literatürde 1980 öncesi sadece "özel yabancı sermaye yatırımı" (Selik, 1961; İTO, 1967; Alpar, 1978) veya "yabancı sermaye yatırımı" (Baran, 1968; Bulutoğlu, 1970; Uras, 1979) şeklinde telaffuz edilirken, 1980 sonrası daha çok "doğrudan yabancı sermaye yatırımı" (DPT, 2000; Karluk, 2002;), "dolaysız yabancı sermaye yatırımı" (Seyidoğlu, 1999a), "direkt yatırım" (Mutlu, 1999; Yüksel, 1999) "doğrudan dış yatırım" veya "yabancı yatırım" (Balkır, 1993) biçiminde ifade edilebilmektedir. Bu durum sadece Türkçe'ye özgü olmayıp,

²⁹ Türkiye'de yabancı sermaye dendiği zaman genellikle DYY anlaşılmaktadır. Oysa DYY yabancı sermayenin sadece bir türüdür. Diğeri portföy yatırımıdır. Bu nedenle ikisini birbirinden ayırt etmek ve terimi doğru şekilde kullanmak gerekmektedir.

³⁰ Türkiye, 1986 yılında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın (İMKB) açılmasından bu yana portföy yatırımı şeklinde yabancı sermaye girişinden faydalanmaktadır.

Anglo-Sakson literatüründe de özellikle 1980 öncesi ve yer yer günümüzde "private investment", "foreign investment", "direct investment", "direct foreign investment", "Equity direct foreign investment", gibi farklı terminolojilerin kullanıldığına rastlamak mümkün olmakla beraber, en sık kullanılan ve hem literatürde hem de uluslararası kuruluşlar (IMF, UNCTAD, OECD vb.) tarafından de kabul edilen terim "Foreign Direct Investment-FDI" ifadesidir. Bu çalışma, hem Türkçe'deki terim karmaşasını ortadan kaldırmak hem de Batı literatürü ile aynı dili ve anlamı kullanmak açısından³¹ "Doğrudan Yabancı Yatırım-DYY" ifadesini kullanmayı tercih etmektedir.

DYY farklı kişi ve kurumlar tarafından farklı şekilde tanımlanabilmektedir. Gerek UNCTAD gerekse Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund-IMF) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (Organization for Economic Cooperation and Development-OECD) gibi konu üzerine uzman olan uluslararası kuruluşlar DYY'yi, doğrudan yabancı yatırımcının yerleşik olduğu bir ekonomiden farklı bir ekonomide bir girişimin kontrol edilmesini içeren uzun dönemli bir yatırım olarak tanımlamaktadır (OECD, 1996:7-8; UNCTAD, 2005:297).

DYY üç unsur içermektedir. Yani üç işlem istatistiklere DYY olarak geçmektedir (UNCTAD, 2005:297). (1) Doğrudan yatırımcının kendi ülkesi dışında bir ülkede yer alan bir firmanın hisselerini satın alması olarak adlandırılan *öz sermaye* veya *iştirak sermayesi* (equity capital). (2) Doğrudan yatırımcının elde ettiği kazancın bağlı şirketler tarafından *yeniden yatırıma dönüştürülmesi* (reinvested earnings) DYY olarak adlandırılmaktadır. (3) Ana şirket ile bağlı şirketler arasında uzun veya kısa dönemli borç veya alacak işlemleri yani şirket içi kredi/borçlar (intra-company loan/debt) DYY olarak kaydedilir.

Doğrudan yatırımcının amacı, diğer ülkedeki yerleşik girişimin yönetimi üzerinde önemli derecede etkiye sahip olmaktır. Bir firmanın yönetimde etkiye sahip olma ya da onu kontrol etme derecesi, şirketin mülkiyetinde sahip olunan hisse/pay tarafından belirlenmektedir. Uluslararası konsensüs olmamakla birlikte, minimum %10'luk pay şirket yönetiminde etkin bir kontrol ve yönetime katılma olarak addedilmektedir. Bu duruma bağlı olarak DYY şu şekilde de tanımlanabilmektedir: Eğer bir yabancı yatırımcı bir başka ülkede yer alan bir firmanın en az %10 veya daha fazla hissesine sahip olursa bu tip yatırım DYY olarak addedilmekte, aksi durumda yani %10'dan az ise portfolyö yatırımı kategorisine alınmaktadır (Meyer ve Qu, 1995:1; OECD, 1996:8; Bagchi-Sen, 2001:5371;

³¹ Benzer bir düşünce sonucu 1954 yılında çıkarılan 6224 sayılı "Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu", 2003 yılında çıkarılan 4875 sayılı "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu" adıyla değiştirilmiştir. Hazine Müsteşarlığı uluslararası tanımlamalara da uygun olarak yeni yasanın ismini "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu" olarak belirlenmiştir.

Moosa, 2002:1). Nitekim hem OECD hem de ABD, Kanada ve Avustralya gibi ülkeler bu tanıma göre şirketleri yabancı sermayeli olarak kaydetmektedirler (Dunning, 1993:12).³²

Başka bir tanıma göre DYY, ana ülkedeki bir firmanın başka bir ülkedeki bir firmanın üretimini, dağıtımını ve diğer faaliyetlerini kontrol etmek amacıyla onun mülkiyetine elde etmesi sürecidir (Moosa, 2002:1). Diğer bir tanımda DYY, bir firmanın ulusal sınırların ötesinde bir diğer firmanın operasyonları veya varlıkları üzerinde belli ölçüde denetim kazanmak niyetiyle yaptığı yatırım olarak belirtilmektedir (Dicken, 1998:69). Dunning ise (1993:5) DYY'yi, yatırım yapan şirketin ana ülkesinin dışında ancak yatırımı yapan şirketin kendi içinde meydana gelen, parasal sermaye, yönetim ve organizasyon uzmanlığı, teknoloji, girişimcilik ve piyasaya erişme gibi transfer edilen kaynakların kullanımıyla ilgili kontrolün yatırım yapan şirkette kaldığı yatırım olarak betimlemektedir.

DYY farklı kişi ve kurumlar tarafından farklı şekilde tanımlanmakla birlikte bu tanımların ortak özelliklerini ele alarak şu tanımlı yapmak mümkündür: *Doğrudan yabancı yatırım*, bir firmanın başka bir ülkede tamamen yeni bir firma/tesis kurması veya mevcut yerli firmayı satın alması ya da onunla birleşmesi veya o ülkedeki mevcut bir firmanın sermayesini artırmak yoluyla ortaklık kurması yoluyla yapılan; beraberinde parasal sermayenin yanı sıra yönetim ve organizasyon bilgisi, teknoloji, girişimcilik, kontrol ve karar alma yetkisi getiren; hem bireyler hem de çoğunlukla ÇUŞ'lar tarafından yapılabilen; konuk olduğu ülkede üretim, dağıtım, finans, ticaret, yönetim, teknoloji ve pazarlama faaliyetlerinde bulunan; yatırım yapan şirketin kendi içinde gerçekleşen ve uzun dönemi içeren yatırımlara denilmektedir.

DYY'nin diğer uluslararası yatırım şekillerine kıyasla en ayırt edici özelliği, firmanın yönetim, strateji ve karar alma politikası üzerinde kontrol edici unsura sahip olmasıdır. DYY, bir kişi, bir kamu veya özel firma ya da bir hükümet tarafından yapılabilir (OECD, 1996:8).

3.1.3. Hissesz Doğrudan Yabancı Yatırım

Bir yabancı yatırımcının hisse satın almadan bir başka firmanın yönetiminde etkili bir söz hakkı/ses elde etmesidir. Bu tip yani hissesiz DYY (non-equity forms of FDI), taşeron verme, yönetim anlaşması, anahtar teslim anlaşmaları (turnkey arrangements), yetki/imtiyaz verme (franchising) ve lisans verme şeklinde sıralanmaktadır (Dunning, 1993:246; UNCTAD, 2005:298).

³² Türkiye 2003 yılında çıkarılan 4875 sayılı "Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu" ile OECD'nin %10 kriterini kabul etmiştir. Oysa bu son yasaya kadar böyle bir uygulama söz konusu değildi.

3.1.4. Doğrudan Yabancı Yatırım ile ilgili Bazı Temel Kavramlar

İçe gelen DYY (Inward/inflow FDI), bir ülkenin kendi sınırları içerisinde yapılan DYY'dir. *Dışa giden DYY* (outward/outflow FDI) ise, bir ülkenin kendi sınırları içerisinde faaliyet gösteren firmaların başka ülkelere yaptığı DYY'dir. Örneğin Türkiye'ye yapılan her türlü DYY, içeriye yapılan DYY faaliyeti iken, Türkiye'den dışarı giden DYY, dışa giden DYY olarak adlandırılmaktadır. *Ana ülke/ana vatan* (home county), ÇUŞ'un genel merkezinin içinde yer aldığı, menşenin bulunduğu ülkeye denilmektedir. Örneğin, Hyundai'nin ana ülkesi Güney Kore, Mercedes'in ki Almanya'dır. *Ev sahibi ülke/konuk ülke* (host country), ÇUŞ'un bizzat ve/veya ona bağlı şirketler yoluyla yatırım yaparak içinde faaliyet gösterdiği yabancı ülkeye verilen addır. Örneğin, Hyundai'nin 1995 yılında Kibar Holding ile ortaklığı sonucu İzmit'te kurmuş olduğu otomobil fabrikası durumunda, Türkiye ev sahibi ülke, Güney Kore ise ana ülke konumundadır.

Ana ülke perspektifinden DYY yatay, dikey ve kümelenmiş/yığılmış şeklinde sınıflandırılmaktadır. *Yatay DYY* (horizontal FDI), ÇUŞ'ların yatay büyümesi için anavatanında ürettiği ürünlerin aynısını veya benzerini ev sahibi ülkede de üretmek amacıyla DYY yapmasıdır. *Dikey DYY* (vertical FDI), bir ÇUŞ'un geriye dönük olarak hammaddeyi üreten yerli firmayı satın alarak veya ileriye dönük olarak tüketiciye daha yakın olan ve dağıtımını gerçekleştiren yerli firmayı satın alarak ev sahibi ülkeye yaptığı yatırım şeklidir. *Kümelenmiş/yığılmış DYY* (conglomerate FDI) ise hem dikey hem de yatay DYY'nin karışımıdır (Hayter, 1997:278-279; Moosa, 2002:4). Yatay DYY, aynı sektör içerisinde, dikey DYY farklı sektörler arasında, kümelenmiş DYY ise hem aynı hem de farklı sektörlerde gerçekleştirilmektedir.

Ev sahibi ülke perspektifinden ise DYY, *ithalatı ikame eden DYY*, *ihracat artıran DYY* ve *devlet inisiyatifli DYY* şeklinde gruplandırılmaktadır (Moosa, 2002:5). Bu tip DYY'ler adından da açıkça anlaşıldığı gibi, yatırımın yapıldığı ülkede ithalatı ikame eden malları üreten DYY, ihracata yönelik üretim yapan DYY ve devlet teşviklerinden yararlanmak için yatırım yapan DYY şeklinde belirtilmektedir.

Son olarak DYY, saldırgan (aggressive) ya da savunmacı (defensive) olabilir. Bazen *genişlemeci* (expansionary) DYY de denilen (Moosa, 2002:5) *saldırgan tip DYY*, yatırım yapan firmanın ev sahibi ülkede sahip olduğu avantajları kullanmak ve stratejik amaçlarını gerçekleştirmek için yatırım yapmaya çalıştığı durumda ortaya çıkarken, *savunmacı tipteki DYY* firmanın piyasa pozisyonunu korumak için rakiplerinin yaptığı eyleme tepki vermesi ile meydana gelir (Dunning, 1993:56-57).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşıldığı gibi, DYY ile ÇUŞ'lar arasında çok yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişkinin temeli, DYY'nin hemen hemen tamamının ÇUŞ'lar tarafından gerçekleştirilmesidir (Dunning, 1993:3; Seyidoğlu, 1999a:664; Moosa,

2002:6). Her ne kadar birey olarak kişilerin de yabancı bir ülkede yatırım yapması mümkün olsa da, esasında bu yatırımları gerçekleştiren ÇUŞ'lardır. Günümüzde DYY denildiğin akla ÇUŞ'lar, veya ÇUŞ denildiğinde akla DYY gelmektedir (Yüksel, 1999:123).

3.1.5. Çok Uluslu Şirketlerin Tanımı

Türkçe literatürde çok uluslu şirketlerle ilgili farklı terminolojinin kullanıldığı görülmektedir. Bu durum Türkçe'ye özgü olmayıp, Batı toplumlarında bile çok uluslu şirketleri tanımlamakta kullanılan tek bir terim bulunmamaktadır. Anglo-Amerikan literatüründe bazen Çok Uluslu Şirket³³ (Multinational Corporations-MNC), bazen Çokuluslu Girişim (Multinational Enterprises-MNE), bazen de Ulus Ötesi Şirket (Transnational Corporations-TNC) şeklinde ifade edilen terimler temelde aşağı-yukarı aynı şeyi ifade etmektedir. Seçilen terminolojiler tanım farklılıklarından ziyade, araştırmacıların ve kurumların konuya yaklaşım ve tercihlerini yansıtmaktadır. Bu bağlamda Türkçe literatürde en sık kullanılan terimin Çok Uluslu Şirket (ÇUŞ) olduğu görülürken (Alpar, 1978; Şatıroğlu, 1984; Kutal ve Büyüksulu, 1996; İnan, 1998; Yüksel, 1999), bunun yanı sıra Uluslararası Şirket (Yıldırım, 1979) ve Ulus Ötesi Şirket (UÖŞ) terimlerinin de kullanıldığına rastlanmaktadır.

Dicken (1998:15) kitabında ÇUŞ terimi yerine neden UÖŞ'yi tercih ettiğini çok basitçe UÖŞ'nin ÇUŞ'u da içine alan daha genel bir terim olduğu için seçtiğini ifade ederek açıklamaktadır. Dicken, ÇUŞ'un çok sayıda ülkede faaliyette bulunmayı ima ettiğini, halbuki UÖŞ'nin en az iki ülkedeki faaliyetleri ima ettiğini belirtmektedir. Tüm ÇUŞ'lar aynı zamanda UÖŞ'lerdir ancak tüm UÖŞ'ler ÇUŞ değildir. Keza aynı gerekçeden dolayı BM'nin DYY ve ÇUŞ'ların faaliyetleri ile ilgilenen örgütü olan UNCTAD tüm yayınlarında UÖŞ terimini tercih etmektedir. Ancak bu çalışmada Türkçe literatürde daha yaygın kullanıldığı ve hatta Türk Dil Kurumu'nun (TDK) Türkçe sözlüğüne (TDK, 1998:499) bile girdiği için ÇUŞ teriminin kullanılması tercih edilmiştir.

ÇUŞ, özel ve kamuya ait olabilir. Ancak dünyadaki ÇUŞ'ların çok az sayıda olanı kamuya aittir (Dunning, 1993:4; Dicken, 1998:178). DYY'nin çok büyük bir kısmı ÇUŞ'lar tarafından yapılmaktadır. Ancak DYY, ÇUŞ faaliyetlerinin en önemli göstergesi olmakla birlikte tümünü kapsamamaktadır (Dicken, 1998:42,237). ÇUŞ'lar DYY'nin yanı sıra giderek önemi artan çeşitli stratejik işbirliği (strategic alliance) ortaklıkları, uluslararası taşeron verme ve dış kaynak sağlama (international subcontracting and outsourcing)³⁴

³³ Çok Uluslu Şirket terimi ilk kez 1960 yılında Amerikalı yönetici David Lillienthal tarafından kullanılmış ve böylece literatüre girmiştir (Dixon vd., 1986:1; Karluk, 1986:177).

³⁴ Subcontracting ve outsourcing, bir firmanın başka bir firma için mal ve hizmet üretmesi demektir. *Subcontracting* (taşeron verme), bir firmanın normalde ekonomik olarak kendi yerinde üretebilme kapasitesine sahip bir malı veya hizmeti, istenilen özellikleri belirleyerek dışarıdan temin etmesidir. Yani bir firmanın işinin bir

ile üretim zinciri işlemlerinin kontrolü ve koordinasyonu ile ilgili faaliyetleri de yürütmektedir. Bu bağlamda ÇUŞ'lar sadece uluslararası doğrudan yatırım yapan şirketler değil aynı zamanda uluslararası üretim, ticaret, finans ve teknoloji üreten şirketler durumundadır (Berry vd., 1997:4; Moosa, 2002:11).

Küreselleşmenin temel aracı ÇUŞ'lar ve onların faaliyetleridir. 1980'lerden bu yana küresel ekonomiyi şekillendiren birinci ajan ÇUŞ'ların sayılarının ve etkinliklerinin sürekli artmasıdır. ÇUŞ'lar giderek artan oranda uluslararası üretimin, yatırımın, ticaretin ve istihdamın yegane temsilcisi durumuna gelmektedir.

ÇUŞ'larla ilgili literatürde çok sayıda tanım mevcut olmakla birlikte bu tanımların ortak noktaları birleştirildiğinde ÇUŞ'ları şu şekilde tanımlamak mümkündür: ÇUŞ, merkezi genellikle gelişmiş bir ülkede bulunan bir ana firma (parent firms) ile onun kontrolü altında diğer ülke(ler)de bağlı şirketlere (foreign affiliates) sahip olan; DYY'nin yanı sıra çeşitli uluslararası stratejik işbirliği ortaklıkları, taşeron verme, dışsal mal alma işleriyle de uğraşan; bir veya daha çok mal ve hizmetin uluslararası üretimi, dağıtım ve pazarlaması ile ilgili konularda ekonomik faaliyet gösteren; genellikle eksik rekabet şartlarının bulunduğu oligopol piyasalarında operasyonlarını yoğunlaştıran; güçlü sermaye, teknoloji, yönetim, organizasyon, ulaşım ve haberleşme ağına sahip ve bu nedenle bağlı şirketlerin faaliyet, yönetim ve karar alma sürecini merkezi olarak kontrol eden/etkileyen; sistem, ideoloji, rejim, milliyet, gelişmiş-azgelişmiş farkı gözetmeyen; temelde özel sermayeye, nadiren de kamu sermayesine dayanan; üretim hacmi, istihdam düzeyi ve satış hasılatı bakımından bir çok ülkenin milli gelirini aşan³⁵; bir taraftan kârını maksimize etmeye, diğer taraftan diğer piyasaları içselleştirmeye güdülenen; birden fazla ülkede faaliyet gösteren; kapitalizmin geldiği en son aşamayı temsil eden entegre firma veya firmalar topluluğudur (Buckley ve Casson, 1976:1; Yıldırım, 1979:9; Şatıroğlu, 1984:24; Dunning, 1993:3-4; Kutal ve Büyüksulu, 1996:34; Berry vd., 1997:4-7; Tümertekin ve

kısmını başka bir firmaya yaptırması veya firmanın üretim sürecinin parçası olan belirli malları üretmeyerek bunları anlaşma yoluyla dışarıdan sağlaması.

Outsourcing (dış kaynak kullanımı), bir firmanın üretiminde ana olmayan parçanın/işin (non-core operation/job) veya mal ve hizmetin bir kısmının, dışarıda o konuda uzmanlaşmış bir taşeron firmadan satın alınması olayıdır. Ancak bu işlem firmanın başka bir firmadan sadece basit bir şekilde mal veya hizmet satın alınması yanında, temelde iki firma arasındaki iki yönlü bilgi, koordinasyon ve güven esasına dayalı bir süreci ifade eder. Özellikle ileri teknoloji alanında faaliyet gösteren Amerikan ÇUŞ'ları bilgi ve iletişim teknolojisi alanındaki müşteri hizmetleri ve teknik destek birimleri ile ilgili işleri dış kaynak kullanımı yoluyla Doğu ve Güney Doğu Asya ülkelerine yaptırmaktadır.

³⁵ Örneğin 2000 yılında Exxon Mobil'in yarattığı katma değer (63 milyar \$) Pakistan'ın ekonomisinden (62 milyar \$); General Motors'un yarattığı katma değer, Peru (53 milyar \$), Cezayir (53 milyar \$), Çek Cumhuriyeti (51 milyar \$) ve Macaristan'dan (46 milyar \$); Ford Motors'un (44 milyar \$) yarattığı katma değer ise Nijerya (41 milyar \$) ve Romanya (37 milyar \$) ekonomisinden daha büyüktür (UNCTAD, 2002b).

Özgüç, 1997:38; Dicken, 1998:8; İnan, 1998:24; Yüksel, 1999:113; Ongun, 2001:324; UNCTAD, 2004:345).

ÇUŞ'un, bir ana firma ile ona bağlı şirketlerden oluştuğunu yukarıda belirtmiştik. *Ana firma*, genellikle belirli miktarda paya sahip olarak anavatan dışındaki ülkelerde yer alan bağlı şirketleri kontrol ederken, *bağlı firma*³⁶ veya *uzantı*, ÇUŞ'un yatırım yaptığı ülkenin yasalarına göre kurularak orada faaliyet gösteren, kısmen ÇUŞ'un mülkiyetinde/kontrolünde olan, fakat mutlaka onun denetimi altında bulunması gerekmeyen şirkettir. Bağlı şirket, üç tipe ayrılabilir³⁷: Yavru şirket, ortak girişim ve yabancı şube şirketi.

3.2. Firmalar Niçin Faaliyetlerini Uluslararasılaştırıyorlar?

"Uluslararasılaşma", uluslararası faaliyetlere katılmanın artması süreci olarak adlandırılmaktadır (Hayter, 1997:267) Çünkü bilindiği gibi firmalar kapitalist girişimlerdir ve bu yüzden de kapitalizmin kurallarına göre davranmak durumundadırlar. Kapitalist firmaların en temel amacı kâr etmektir. Kuşkusuz firmalar kârdan başka motivasyonlarla da hareket edebilirler. Mesela, piyasa paylarını artırmak, endüstride lider olmak vb. Ancak uzun dönemde bunların hiçbirisi kâr etmekten daha önemli olamaz. Firmanın kârlı olması o işletmenin sağlıklı yürüdüğüne işarettir, aksi taktirde uzun dönemde firmanın faaliyetlerine devam etmesi mümkün değildir. Bu nedenle firmalar kârlılıklarını artırmak zorundadırlar ya da en kötü şartlarda varlıklarını devam ettirecek kadar kâr yapmak durumundadırlar.

Kâr (P:profit), firmanın ürünlerinin satışından elde ettiği *gelir* (R:revenue) ile ürünlerin üretimi ve dağıtımını sırasından ortaya çıkan *maliyet* (C:cost) arasındaki farktır. Yani $P=R-C$. Kâr, ya gelirin yükseltmesi yoluyla ya da maliyetin azaltılması yoluyla veya ikisinin kombinasyonu ile artırılabilir. İşte firmaların faaliyetlerini uluslararasılaştırması bunların her biri tarafından da motive edilebilir. Uluslararasılaşma bir firmanın yerel iken önce bölgesel daha sonra ulusal ve en sonunda da uluslararası hale gelmesi sürecidir. Şüphesiz tüm firmalar uluslararasılaşmak zorunda değildir (Dicken, 1998:179).

³⁶ Örneğin UNCTAD'a (2005:264) göre, Türkiye'de 2004 yılı sonu itibariyle 1474 ulus ötesi şirket ve 9616 bağlı şirket (foreign affiliates) faaliyet göstermektedir.

³⁷ (1) *Yavru şirket* (subsidiary), sermayesinin yarısından bir fazlası bir başka şirkete ait olan şirkettir. (2) *Ortak şirket* (associate), sermayesinin yarısından azı ve ya da en az yüzde 10'u, başka bir şirkete ait olan şirket. (3) *Yabancı şube şirket*, sermayesinin tümünün ÇUŞ'a ait olduğu veya ev sahibi ülkede yer alan bir şirketle ortak olduğu şirket. Bu tip şirketler yabancı yatırımcının sürekli bir kuruluşu olabildiği gibi, yabancı-yerli ortak girişimide (joint venture) olabilir (OECD, 1996:9-11; UNCTAD, 2005:297).

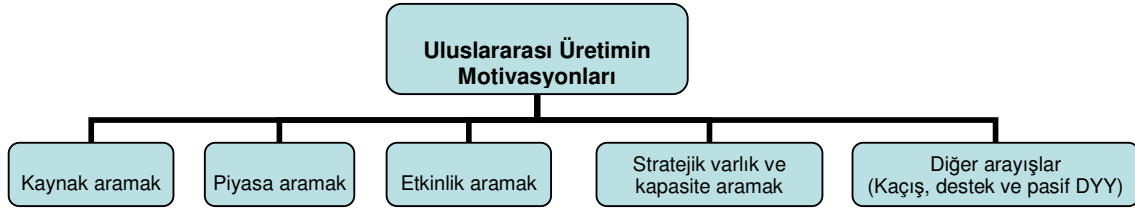
3.3. Firmalar Niçin Dışarıya Doğrudan Yabancı Yatırım Yapıyorlar?

Genel olarak kâr firmaları ve/veya ÇUŞ'ları harekete geçiren temel faktör olmakla birlikte, firmaları uluslararası üretim yapmaya iten başka önemli nedenler vardır. Gerçekten ÇUŞ'ları DYY yapmaya sevk eden beş temel motivasyon bulunmaktadır (Şekil 3.1). Uluslararası literatür tarafından kabul edilen bu beş temel motivasyonu Dunning (1993:56-63) şu şekilde açıklamaktadır:

3.3.1. Kaynak Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım

ÇUŞ'lar bazı kaynakları kendi anavatanlarından daha düşük maliyete elde edebilecekleri zaman bir yabancı ülkeye bu tip yatırımlar yapmaktadırlar. Bu tip DYY'de amaç, ÇUŞ'ların hizmet ettikleri piyasada daha kârlı ve rekabetçi olmasını temin etmektir. Kaynak arayışı ile yapılan DYY sonucu üretilen malların çoğu sanayileşmiş ülkelere ihraç edilir. ÇUŞ'lar üç tip kaynak aramaktadırlar. Birincisi, fiziki doğal kaynaklar (madenler, hammaddeler ve tarımsal ürünler). İkincisi, ucuz, bol, iyi motive olmuş, vasıfsız ve yarı vasıflı işgücü/emek. Üçüncüsü, teknolojik kapasite, yönetim/pazarlama uzmanlığı ve organizasyon yeteneği.

Şekil 3.1. Firmaları DYY yapmaya yönelten başlıca motivasyonlar



3.3.2. Piyasa Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım

Firmalar bir ülkenin veya bölgenin piyasasına mal ve hizmet sunmak amacıyla da DYY yaparlar. Çoğu zaman yatırım yapılan piyasaya DYY'yi yapan şirket daha önceden ihracat yapmıştır. Ancak ev sahibi ülkenin tarifelerini değiştirmesi veya maliyet artırıcı herhangi bir engel koyması ya da yerel piyasanın artık ihracatla hizmet edilemeyecek kadar büyümesi, o ülkeye piyasa arayan DYY'nin yapılmasını sağlamaktadır. Piyasa arayan yatırımlar, var olan pazar payını sürdürmek, korumak veya yeni piyasalar yaratmak gibi nedenlerle yapılmaktadır. Bunlardan farklı olarak dört ana neden daha belirtilmektedir. Birincisi, ana alıcıların veya müşterilerin yabancı bir ülkede üretim tesisi kurması sonucu, ona mal sağlayan firmaların ayakta kalabilmek için ana firmayı izlemek ve böylece aynı ülkeye yatırım yapmak zorunda kalmasıdır. İkincisi, piyasaya yönelik DYY yerel zevk ve ihtiyaçlara uygun olmak durumundadır. Üçüncüsü, ulaşım ve işlem maliyeti bakımından yerel bir piyasaya yakından hizmet etmek ona uzaktan mal/hizmet sağlamaktan daha düşük maliyete sahiptir. Dördüncüsü ve belki de en önemli neden, ÇUŞ'ların küresel üretim ve pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak rakiplerinin

bulunduğu/hizmet ettiği piyasalarda fiziksel varlığının bulunması gerektiğine inanması sonucu yapılan DYY'dir. Tüm bunların yanı sıra kuskusuz, piyasa arayan DYY bakımından ev sahibi ülkenin yabancı firmalara karşı izlediği politika da çok önemli bir yer tutmaktadır.

3.3.3. Etkinlik Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım

Bu tip yatırım daha önce kaynağa dayalı veya piyasaya yönelik olarak yapılmış yatırımların yapısını rasyonalize etmek (daha etkin hale getirmek) için yapılmaktadır. Bu yatırımlar bölgesel ve küresel olarak iyi bütünleşmiş, açık ve gelişmiş piyasalara sahip ülkelerde meydana gelmektedir. İki çeşit etkinlik arayan DYY bulunmaktadır. İlki, farklı ülkelerdeki faktör donanımlarının maliyetlerindeki farklılıklardan yararlanmak için tasarlanırken, ikincisi aynı ekonomik yapı ve gelir düzeyine sahip ülkelerin hem ölçek ve kapsam ekonomilerinden hem de tüketici zevklerindeki farklılıklardan faydalanmak amacıyla yapılan DYY'dir.

3.3.4. Stratejik Varlık Veya Kapasite Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım

ÇUŞ'ların yaptığı bu tip yatırımlar genellikle uzun dönemde stratejik amaçlarını gerçekleştirmek özellikle de uluslararası rekabeti sürdürmek ve artırmak için yabancı şirketleri ve/veya onların varlıklarını satın almak şeklinde ortaya çıkmaktadır. Stratejik DYY'de temel amaç, firmanın uzun dönemde rekabetçi pozisyonunu koruması, kuvvetlendirmesi veya rakiplerini zayıflatmasıdır. Bu nedenle stratejik varlık arayan DYY ile etkinlik arayan DYY ele ele gitmektedir.

3.3.5. Diğer Motivasyonlar Yani Kaçış, Destek ve Pasif Amaç Arayan Doğrudan Yabancı Yatırım

ÇUŞ'ları harekete geçiren dört temel motivasyon (kaynak, piyasa, etkinlik ve strateji) içine tam olarak uymayan diğer motivasyonlar üç tip yatırım şeklinde kendini göstermektedir. Bunlardan ilki *kaçış yatırımları*dır. Bu tip DYY, firmanın kendi ülkesinde bulunan kısıtlayıcı düzenlemeler (sektör sınırlaması, belirli yerli mal kullanma zorunluluğu, çevresel hareketler vb.) ve/veya ihracat boykotlarından kaçmak için yaptığı yatırımdır. Kaçış yatırımları özellikle güçlü müdahaleci politikalar izleyen, hizmet sektörünün sıkı kontrol altında tutulduğu ülkelerden kaynaklanmaktadır. İkincisi, *destek yatırımları*dır. Bu tip DYY'de amaç, yavru şirketlerin parçası olduğu ÇUŞ'un faaliyetlerini desteklemek için yatırım yapmasıdır. Genellikle kâr amacı taşımayan bu yatırımların en önde geleni dış ticaretle ilişkili mal ve hizmetlerin ihracat ve ithalatında ana firmaya yardımcı olmaktır. Destek yatırımlarının bir diğer şekli de yabancı ülkede bölge ve şube ofisleri açarak o ülkenin piyasası ile ilgili ana şirkete bilgi sağlamak şeklinde olmaktadır. Üçüncüsü pasif yatırımlardır. Esasında yönetime katılma bakımından portfölyo yatırımları pasif, DYY ise aktif yatırım olarak tanımlanmaktadır. Ancak pratikte çoğu DYY sahiplerinin yönetimdeki aktiflik derecesi hepten hiçe doğru değişiklik gösterir. İki çeşit pasif yatırımdan söz etmek

mümkündür. İlki, yabancı ülkede faaliyet gösteren bir şirketin alınması ve daha sonra satılması konusunda uzmanlaşmış büyük kurumsal holdinglerin yaptıkları yatırımlar. Diğeri, genellikle emlak ya da arsanın ileride değer kazanacağı beklentisi ile bireyler veya küçük firmalar tarafından emlak piyasasına yapılan yatırımlardır.

Günümüzde ÇUŞ'lar genellikle bu motivasyonların bir kombinasyonunu oluşturarak DYY faaliyetini yürütmektedirler. Firmalar ev sahibi ülkede zamanla deneyim kazandıkça üretim motivasyonlarını değiştirebilir. Örneğin başlangıçta kaynak veya piyasa aramak için yatırım yapan ÇUŞ, zamanla etkinlik ya da stratejik varlık aramaya yönelebilir.

Moosa (2002:267-269) ise ÇUŞ'ları DYY yapmaya motive eden faktörleri 13 ayrı başlık altında toplamaktadır. Bunlar;

- (1) Piyasayı genişletmek,
- (2) Üretim etkinliğini artırmak,
- (3) Hammadde ihtiyacını karşılamak
- (4) Bilgi ve teknolojiye ihtiyaç duyma,
- (5) Riskleri minimize etmek veya çeşitlendirmek,
- (6) Operasyonları entegre etme ihtiyacı,
- (7) Transfer edilemeyen bilgiye sahip olunması,
- (8) Bilgiyi Korumak,
- (9) Ün/unvanı korumak,
- (10) Ün/unvandan yararlanmak,
- (11) Tarife ve kotalardan kaçınmak,
- (12) Döviz kuru farklılıklarından faydalanmak,
- (13) Diğer ÇUŞ'ları izlemek,

Satiroğlu ise (1984:30-43) firmaları çokuluslaşmaya yönelten nedenleri dışsal ve içsel dinamikler olarak ikiye ayırmaktadır.

Dışsal dinamikler, firmanın üretim yaptığı ana ülke sınırları dışından yani ev sahibi ülkeden veya az da olsa uluslararası konjonktürden kaynaklanan ve çoğu zaman firmanın bizzat kendisinin belirleyemediği faktörleri kapsamaktadır. Bunlar,

- (1) Ev sahibi ülkelerin dış ticaret sınırlamaları uygulaması,
- (2) Uluslararası ekonomik bütünleşmelerin (ekonomik/siyasal birlikler, gümrük birlikleri, serbest ticaret bölgesi anlaşmaları gibi) getirdiği kolaylıklardan, avantajlardan ve koruyucu politikalardan yararlanmak,

- (3) Taşıma ve ulaşım masraflarından tasarruf etmek,
- (4) Politik düşüncedeki yumuşama ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik zorluklarının bulunması,
- (5) Firmaların Ar-Ge faaliyetlerinin artması, teknolojik yeniliklerin mal ve hizmet üretimine dönüşmesi,
- (6) Ev sahibi ülkelerdeki imkan ve fırsatlardan yararlanma (daha geniş piyasa yakalama, üretim faktörlerinin fiyat farklılıklarından faydalanma vb.)

İçsel Dinamikler ise firmanın bizzat kendi faaliyetlerinden veya içinde bulunduğu sektörden kaynaklanan faktörleri ifade etmektedir. Bunlar,

- (1) İç yasal engeller (anti-tröst yasaları vb.) ve iç ekonomik tikanlıklar (talep eksikliği, yüksek vergiler, yüksek üretim faktör fiyatları vb.),
- (2) Firmanın sahip olduğu üstünlüklerinin (üretim, deneyim, teknoloji, pazarlama, yönetim vb) değerlendirilmek istenmesi,
- (3) Firmanın ana ülkesinde var olan monopolistik ve/veya oligopolistik piyasa yapısında elde ettiği rekabet ve mal/hizmet üstünlüğünü dış piyasalarda da sürdürmek istemesi,
- (4) Firmaların örgütlenme yapısında ve organizasyonunda ortaya çıkan değişme ve gelişmeler (bölgesel merkezlerin kurulma ihtiyacı vb.).

3.4. Firmaların Uluslararası Piyasalara Giriş Şekilleri

Firmalar/ÇUŞ'lar yabancı ülkenin piyasaya erişmek için üç temel yola başvururlar. Bunlardan biri ihracat yapmak, diğeri ortaklık anlaşması yapmak ve sonuncusu da DYY yapmaktır (Bkz. Şekil 3.2). Firmaların faaliyetlerini uluslararasılaştırmasının bir şekli olarak ihracat, ortaklık anlaşmaları ve DYY, firmalar için hem birbirlerine alternatif/ikame imkanı sağlamakta hem de birbirlerini tamamlayıcı role sahip olmaktadır (Hayter, 1997:267).

3.4.1. İhracat

İhracat, firmanın uluslararasılaşmasının ya da ulus ötesi olmasının başlangıç aşamasıdır. Ana ülkede üretim yapan firmaların dış piyasalara girmesinin en basit ve en çok kullanılan yolu ihracattır. Riski en az olan bu faaliyet, aynı zamanda en az sermaye taahhüdü gerektirdiği için firmalar tarafından tercih edilmektedir. İhracat sabit maliyetlerin en düşük olduğu yol olmakla birlikte, uzak piyasalara hizmet maliyetlerinin en yüksek olduğu giriş stratejisidir (Hanink, 1997:264; Hayter, 1997:267-268). Ayrıca bazı durumlarda, ev sahibi ülke hükümetlerinin ithalat üzerine koyduğu kotalar, yüksek gümrük tarifesi, bojkotlar ve tarife dışı engeller ihracatı sınırlamakta, hatta bazı

durumlarda imkansız hale getirebilmektedir. Firmaların bu ihracat engel ve sınırlamalarına karşı cevabı ikinci yolu (ortaklık anlaşmaları) ve/veya üçüncü yolu (DYY) denemek şeklinde olmaktadır.

3.4.2. Ortaklık Anlaşmaları

Firmaların uluslararasılaşmasının ikinci yolu ana ülke sınırları dışında yapılan çeşitli ortaklık anlaşmalarıdır (Mutlu, 1999:101). Bu ortaklık anlaşmaları lisans anlaşmaları (licensing), imtiyaz/yetki verme (franchising), taşerone verme (subcontracting), dış kaynak sağlama (outsourcing), sözleşmeli üretim, yönetim sözleşmesi, konsorsiyum, anahtar teslim anlaşmaları (turnkey arrangement) ve yap-işlet-devret sözleşmeleri (YİD modeli) şeklinde bir çok alt gruba ayrılmaktadır.

Lisans anlaşmaları, dış piyasalara girmede en sık kullanılan yollardan biridir. Lisans anlaşmasında ana ülkedeki firma, bir üretim sürecini ve/veya teknolojisini ilgilendiren teknik bilgiyi (know-how), ticari patenti veya markayı, telif haklarını, belirli bir ücret karşılığında ev sahibi ülkenin firmasına vermesidir. Böylece lisansı veren ana ülke, riske girmeden, hızlıca, çok az sermaye harcayarak hem gelir elde etmekte hem de mallarını yabancı bir ülkede üretebilme olanağına kavuşmaktadır (Hayter, 1997:284; Moosa, 2002:13). Bununla birlikte lisans anlaşmalarında bir çok dezavantajlı durum da söz konusudur. Sınırlı piyasa payı, ölçek ekonomisinden yeterince faydalanamama, malın hatalı üretimi, zayıf pazarlanması, düşük standartlı olması gibi lisans verenin kontrolü dışında gerçekleştirilecek uygulamalar bunlardan sadece bir kaçıdır. Bu nedenle firmalar bazı şartlar altında DYY'yi lisans anlaşmasına tercih etmektedir. Örneğin, kompleks teknoloji durumunda, rakiplere teknolojik üstünlüğe sızdırma riski olduğu zaman. Keza firma daha büyük piyasaya erişmek ya da uzun dönemde maliyet avantajı sağlamak içinde DYY'yi tercih edebilir.

Firmalar lisans anlaşması dışında *franchising (imtiyaz/yetki verme)* tipi sözleşmeler yoluyla da yabancı piyasalara girebilirler. Kısaca, bir firmanın başka bir firmaya sözleşme ile verilen malları üretme ve satma yetkisi demek olan franchising, genellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalar tarafından uygulanmaktadır. Franchising'in lisans anlaşmasından farkı, bu stratejide yetkiyi veren firma alan firmaya, ürünün hazırlanmasından, dağıtılmasına; firmanın iç dizaynından, imajına; yönetilmesinde istihdam ilişkilerine kadar tüm süreci kapsayan standart bir paketin uygulanmasını zorunlu kılmaktadır (Mutlu, 1999:105-112; Moosa, 2002:13). Bu sistemin en güzel örneği McDonald restoranlarının işletilmesinde görülmektedir. Burada imtiyaz hakkını alan firma, McDonald'a lisans aldığı süre boyunca, aylık net satışları üzerinden belli bir yüzde geliştirme ücreti ve isim hakkı ücreti ödemektedir.

Sözleşmeli üretim (manufacturing contract), firmaların/ÇUŞ'ların ev sahibi ülkede üretim tesisi kurmadan yerli bir firmaya kendi markası altında, belirli bir bedel ile mal

ürettirmesi ancak ürünün pazarlamasını kendisinin yapmasıdır. *Yönetim sözleşmesi* (management contract), ÇUŞ'ların karşılıklı anlaşma yoluyla, belirli bir ücret karşılığında ev sahibi ülkedeki firmalara yönetim, bilgi ve tecrübesini transfer etmesi faaliyetidir. Ayrıca firmalar/ÇUŞ'lar, ev sahibi ülkede yatırım ve alt yapıya yönelik büyük projelerin bitirilmesi için geçici süreyle konsorsiyumlar kurarak, anahtar teslimi iş anlaşmaları (turnkey arrangement) yaparak ve yap-işlet-devret sözleşmeleri (Build Operate Transfer-BOT) imzalayarak uluslararası pazarlara girmeye çalışmaktadırlar (Dunning, 1993:256; Mutlu, 1999:105-112).

3.4.3. Doğrudan Yabancı Yatırım

DYY, uluslararasılaşmanın en üst düzeyini temsil eder. Firma bu durumda tam anlamıyla ÇUŞ niteliği kazanmıştır. Firmaların uluslararasılaşmasının ya da yabancı piyasalara girmesinin en maliyetli, en riskli, en belirsiz ve en karmaşık şekli DYY'dir (Hayter, 1997:268). Bir çok faktörün firmaları DYY yapmaya sevk ettiğini daha önce ayrıntılı olarak belirtmiştik. Burada DYY'yi motive eden faktörlere tekrar yer vermeden, konunun bir başka boyutu irdelenmektedir. Bu, firmaların bir ülkeye DYY kararı verdikten sonra, ev sahibi ülkede bu faaliyeti nasıl, hangi araçlarla yerine getirdiği ile ilgilidir. Yani ÇUŞ'ların ev sahibi ülke piyasasına bir yavru şirket kurarak mı yoksa bir ortak girişim yaparak mı girmeye çalışacağı ile ilişkilidir. Literatürde giriş modu (entry mode) şeklinde belirtilen bu duruma göre, ÇUŞ'lar bir yabancı piyasaya ya yavru şirket kurarak ya da ortak girişim yaparak girmektedir.

3.4.3.1. Yavru Şirket

Yavru şirket (subsidiary), ÇUŞ'ların ev sahibi ülkede tümüyle kendine bağlı (%100 yabancı sermayeli) yeni bir firma kurması veya yerli bir firmayı tümüyle satın alması ya da yerli bir firmanın %50'den fazla mülkiyetine sahip olacak şekilde ortaklık kurması ile oluşan firma tipidir (OECD, 1996:9-11; UNCTAD, 2005:297). ÇUŞ'lar genellikle tümüyle kendine bağlı yavru şirketleri yani tam sahipliği (fully-owned subsidiary) tercih etmekle birlikte, zaman zaman ev sahibi ülkenin kısıtlayıcı politikaları nedeniyle buna muvaffak olamamaktadır. Ancak sahiplik oranı ne olursa olsun yavru şirket şeklinde yapılan DYY yatırımı ile ana ülkedeki ÇUŞ, bir taraftan ev sahibi ülkedeki tüm üretim, yönetim ve pazarlama süreçlerini kontrol altında tutabilmekte, diğer taraftan sahip olduğu tüm üstünlüklerini (know-how, teknoloji vb.) yavru şirkete aktarabilmektedir. Bunun yanında yavru şirket yapısı ile bir kısım hisse ev sahibi ülkedeki hissedarlara ait olsa bile şirket kararları ÇUŞ'un direktifleri veya yavru şirketin yabancı yöneticileri yoluyla alınmaktadır.

3.4.3.2. Ortak Girişim

Ortak girişim (joint venture), ÇUŞ'un, ev sahibi ülkedeki faaliyet gösteren yerli bir firma veya devlet kurumları ile ortaklık kurularak ya yeni bir tesisin kurulması ya da

mevcut tesisin paylaşılması yoluyla gerçekleşir. Herhangi bir ortağın tam sahipliğinin olmadığı bu tip girişimler, ya ev sahibi ülkenin zorlaması (çünkü bazı ülkeler yavru şirket şeklinde yatırım girişine izin vermezler) ile ya da her iki tarafın karşılıklı çıkarı için yapılır. ÇUŞ'lar özellikle ev sahibi ülkede riskin yüksek, belirsizliğin fazla ve yasal engellerin çok olduğu durumlarda ortak yatırımı yeğlemektedir. Keza, yurt dışına ilk kez açılan deneyimsiz ÇUŞ'lar ile faaliyet alanını çeşitlendirmek isteyen şirketler veya yerli ortağın sahip olduğu avantajları kullanmak isteyen ÇUŞ'lar ortak girişim yolunu seçmektedirler (Yüksel, 1999:142). Bu tip yatırımda yabancı taraf genellikle sermaye, teknik bilgi ve yönetimle ilgili destek sağlarken, yerli taraf iç piyasa hakkında yasal, bürokratik, sosyo-ekonomik ve kültürel bir çok yerel bilgi sağlar (Moosa, 2002:16) Ortak girişimin bir çok avantaj sağlamasına rağmen, uygulamada tam mülkiyete dayalı yavru şirketler kadar yaygın olmadığı bilinmektedir. Çünkü ÇUŞ'ların güdüleri ile yerel işletmelerin güdüleri çoğu zaman farklı olabilmektedir. Keza, iki ortak arasında karar alma, yönetim ve diğer bir çok süreçle ilgili anlaşmazlık çıkabilmektedir.

3.5. Doğrudan Yabancı Yatırım Tipleri

ÇUŞ'lar ister %100 yavru şirket şeklinde isterse ortak girişim şeklinde piyasaya girsinler sonuçta iki tip yatırım yaparlar: Yeni yatırım ile birleşme ve satın alma şeklinde yatırım.³⁸

3.5.1. Yeni Yatırım

ÇUŞ'un ev sahibi ülkede tamamen yeni bir tesis kurması (greenfield investment) ile meydana gelir. Bu tip yatırım, yeni iş ve katma değer yaratma potansiyeli olduğu için ev sahibi ülke tarafından en çok istenen yatırım tipidir. Bu yatırım tipi genellikle yavru şirketler aracılığıyla yapılır. Yeni yatırım projeleri riski fazla, başlangıç maliyeti yüksek ve getirinin geri dönüş süresi uzun olan yatırımlardır (Hanink, 1997:265; Moosa, 2002:13).

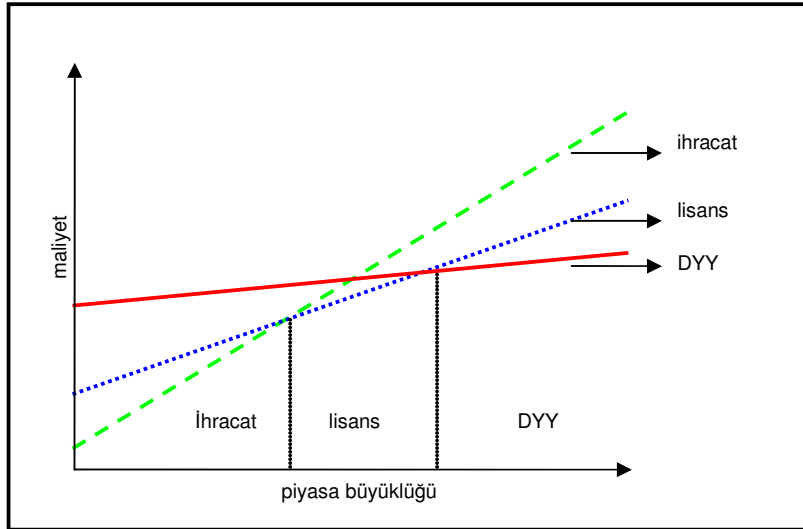
3.5.2. Birleşme ve Satın Alma Yatırımı

İkinci yatırım şekli olan sınır ötesi birleşme ve satın alma yatırımı (mergers and acquisitions-M&A), ÇUŞ'un ev sahibi ülkede faaliyette bulunan bir firma ile birleşmesi veya onu satın alınması ile ortaya çıkan yatırım tarzıdır. Bu tarz yatırımın yeni yatırıma göre iki tane avantajı vardır: Birincisi bu tip yatırımlar daha ucuzdur yani ÇUŞ'a daha az

³⁸ Örneğin Türkiye'de 1947-1995 döneminde yapılan yatırımları giriş şekli ve yatırım tipi bakımından aldığı durum şöyledir: Türkiye'ye ye yapılan DYY'nin %56,9'ü ortak girişim, %43,1'i yavru şirket şeklinde piyasaya giriş yapmıştır. Burada ortak girişim yabancı payı %1-%89 arasında olan şirket, tam sahipli yavru şirket ise yabancı sermaye payı %90'dan fazla olanlar şeklinde kabul edilmiştir (Tatoğlu ve Glaister, 1998:134-135). Bu dönemdeki yatırımların % 76,3'ü yeni yatırım iken, %23,7'si birleşme ve özellikle satın alma tipi DYY yatırımıdır (Tatoğlu ve Glaister, 1998:140). Buna karşın Erden (1996:44) farklı bir sınıflama kullanarak, Türkiye'deki DYY'lerin %48,4'ünün yeni yatırım, %33,2'sinin ortak girişim, %16,1'inin satın alma yatırımı ve %10,6'sının da diğer tip yatırım şeklinde kurulduğunu belirtmektedir.

maliyet getirir. İkincisi, ÇUŞ'un yeni yatırıma nazaran daha hızlı şekilde piyasaya girişini sağlar. Birleşme ve satın alma yatırımı, ÇUŞ'lar için avantaj sağlamakla birlikte, ev sahibi ülke açısından çoğu zaman dezavantajlı olarak algılanmaktadır. Ev sahibi ülke hükümetleri yabancı şirketlerin yerli şirketleri satın almasını ya da onunla birleşmesini ülke ekonomisinin kontrolünün yabancıya geçeceği düşüncesi ile bazen reddetmekte, bazen direnmekte ya da bir takım sınırlamalar getirmektedir. Bunun altında yatan neden ev sahibi ülke hükümetlerinin, birleşme ve satın alma tipi yatırımı ülkenin üretim kapasitesini artırmaktan çok mülkiyetin değişimi olarak düşünmesi ve bu nedenle az faydalı, hatta bazen zararlı bulmasıdır. Buna karşı bazıları sınır ötesi birleşme ve satın almaların kısa dönemde negatif bir etki yaratabilme olasılığı olmakla birlikte uzun dönemde bir çok yarar getireceğini (teknoloji transferi, know-how, mevcut tesisin tevsi hatta yeni yatırım gibi) belirtmektedirler (Moosa, 2002:14-15).

Şekil 3.2. Piyasa büyüklüğü ile maliyet arasındaki ilişki açısından ÇUŞ'ların bir ülkeye en etkin giriş stratejisi



Kaynak: Hanink (1997:265)

Her bir giriş stratejisinin birbirine karşı avantaj ve dezavantajları olmakla birlikte, piyasa büyüklüğü ile maliyet arasındaki ilişki açısından ÇUŞ'ların bir ülkeye en etkin giriş stratejisinin DYY olduğu Şekil 3.2'de de açıkça görülmektedir. Nitekim bir çok araştırmacı DYY'nin hem ihracata, hem de ortaklık anlaşmalarına karşı çok sayıda üstünlüğü bulunduğunu, bu nedenle firmaların DYY'yi tercih ettiklerini vurgulamaktadırlar (Şatıroğlu, 1984:27-29; Dunning, 1993:194-195; Hanink, 1997:264-265; Dicken, 1998:191; Mutlu, 1999:120; Moosa, 2002:12).

Şekil 3.2 iki şekilde yorumlanabilir: Birincisi, ihracat küçük dış piyasalara, ortaklık anlaşmaları orta büyüklükteki yabancı piyasalara ve DYY ise en büyük piyasalara erişmek için en iyi yoldur. İkincisi, yabancı bir piyasaya erişim ilk kez ihracat yoluyla olmakta,

bunu daha büyük piyasaya erişmek için ortaklıkların kurulması izlemekte ve nihayetinde ürüne olan talep yeterli büyüklüğü eriştiği zaman, ev sahibi ülkede DYY yatırımı gerçekleştirilmektedir (Hanink, 1997:265).

Sonuç olarak, firmalar veya ÇUŞ'lar farklı ev sahibi ülkelerin piyasalarına farklı strateji izleyerek girebilmektedirler. Giriş şekillerinin farklılığı, ev sahibi ülkelerin değişik imkan, fırsatlar ve uygulamalara sahip olmasından kaynaklanmaktadır. Yukarıda da zaman zaman belirtildiği gibi firmaların uluslararası piyasaları giriş şekilleri ile ÇUŞ haline gelmesi arasında sıkı bir ilişki vardır. Bir firmanın ÇUŞ haline gelebilmesi için dış ülkelerde üretim birimi kurması zorunludur. Bu nedenle ihracat yapmak, ortaklık anlaşmaları kurmak ve hatta ev sahibi ülkede yabancı şube açmak firmanın ÇUŞ sayılabilmesi için yeterli değildir. Firmalar ancak yavru şirket veya ortak girişim yoluyla DYY yaptığı zaman gerçek anlamda ÇUŞ sayılırlar (Yüksel, 1999:143; Karluk, 2002:482-483). Fakat bir firmanın ÇUŞ haline gelebilmesi için de yukarıda belirtilen tüm stratejileri sırasıyla izlemesi gerekmemektedir (Dunning, 1993:193; Moosa, 2002:12). Firmalar ihracattan direkt olarak DYY'ye geçebilir ve sadece ihracatla yetinerek yerel bir firma olarak kalabilir. Şüphesiz tüm firmalar uluslararasılaşmak zorunda değildir (Dicken, 1998:179).

BÖLÜM IV. TEORİK ÇERÇEVE:

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARA TEORİK YAKLAŞIMLAR

Bu bölüm DYY konusunda ortaya atılan teorileri inceleyerek çalışmanın teorik çerçevesini oluşturma amacı taşımaktadır. Araştırmanın amacı ve yaklaşımı göz önünde tutulduğunda, çalışmanın üç temel teoriye dayandığı görülmektedir. Bunlardan biri uluslararası (dış) ticaret teorileri, diğeri DYY teorileri ve sonuncusu da lokasyon teorisidir. Dış ticaret teorisi, ülkeler arasından mal akışlarını (ticareti) ele almakta ancak ÇUŞ'ların uzantıları arasındaki mal akışlarını kapsamamaktadır. Lokasyon teorisi, bir endüstrinin ya da bir firmanın niçin bir yeri seçtiğini açıklamakta fakat onun bir yerli firma tarafından mı yoksa yabancı bir firma tarafından mı işletileceği hakkında bir şey öngörmemektedir. İşte bir ÇUŞ'un veya yabancı sermayeli bir firmanın davranışlarını tam olarak anlayabilmek için bu iki teoriyi bir araya getirecek, ama aynı zamanda onların boş bıraktığı alanı da dolduracak eklektik bir yaklaşım gerekmektedir. Bu bağlamda Dunning'in (1977, 1979, 1980, 1988) doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını açıklamaya yönelik olarak ortaya koyduğu *eklektik paradigma*³⁹, hem dış ticaret teorisi, DYY teorisi ve lokasyon teorisinden görüşler içeren bir yaklaşım olması nedeniyle, hem de DYY'nin sektöre, ülke orijinine ve mekana dayalı analizini sağlayacak kavramsal çerçeve sunması nedeniyle (Dunning, 1988:9,268,317; 1993:1,68,76; Hanink, 1994:222-223; Berry vd., 1997:278; Dicken, 1998:184,188) bu araştırmanın temel *teorik çerçevesini* oluşturmaktadır.

Aşağıda öncelikle en eski yaklaşım olan klasik, neoklasik ve yeni dış ticaret teorileri kısaca açıklanmakta ve bu kuramların neden DYY'yi açıklamakta yetersiz kaldığı ortaya konulmaktadır. Daha sonra, DYY ile ilgili teoriler tarihi sıra içerisinde önem, araştırma amacı ve eklektik paradigma ile olan bağlantıları bakımından ele alınmaktadır. Kuskusuz DYY teorileri içerisinde yer alan eklektik teori diğer teorilere göre daha ayrıntılı şekilde değerlendirilmiştir. En sonunda ise lokasyon teorisi ve onun DYY teorisine yaptığı katkılar kapsamlı şekilde incelenmiştir. Böylece araştırma dış ticaret teorisi yönüyle iktisat biliminden, DYY teorileri yönüyle iktisat özellikle de işletme biliminden ve lokasyon teorisi yönüyle de (ekonomik) coğrafya ve bölge biliminden⁴⁰ elde edilen/çekilen literatürün sentezlenerek değerlendirilmesini içermektedir.

³⁹ Eklektik paradigmanın DYY'nin açıklanmasında ne denli bütüncül, genel ve bir çok yaklaşım ve disiplinin çalışmalarını bir araya getirdiğini görmek için bkz. Dunning (1988:306-326). Bu paradigmaya coğrafyacıların katkısı için bkz. Dunning (1988:311, 319, 321-322). Eklektik paradigmaya lokasyon teorisinin katkısı için bkz. Dunning (1988:121-122, 133-134).

⁴⁰ İktisat ve coğrafya disiplinlerindeki mekansal meseleleri pozitivist paradigma ve neoklasik iktisat teorisi çerçevesinde ele alan ve melez bir disiplin olan bölge bilimi (regional science) beşeri coğrafyanın bir mekansal bilim olarak inşa edilmesinde kuşkusuz çok önemli bir yere sahiptir (Johnston, 1997:84; Scott, 2000:486). Bu bilim dalı coğrafya, iktisat, planlama, sosyoloji, siyaset bilimi gibi bilim dalları arasında ve özellikle de coğrafyacılar ile iktisatçılar arasında fikirlerin karşılıklı etkileşimi/değişimini sağlayan bir forum oluşturarak, son derece hayati bir rol üstlenmiştir.

4.1. Klasik, Neoklasik ve Yeni Dış Ticaret Teorileri ⁴¹

Doğrudan yabancı yatırımı tam olarak anlayabilmek için klasik, neoklasik ve yeni uluslararası ticaret teorilerini kısaca incelemek gerekmektedir.⁴² Çok sayıda bilim insanı ve araştırmacı hem DYY'nin hem de dış ticaret teorisinin karşılaştırmalı üstünlüklere dayalı olduğunu ve bu nedenle birbirinden ayrılamayacağını ileri sürmüştür. Dış ticaret ve DYY, ülke dışındaki fırsatların kullanılması biçiminde, hem birbirine alternatif iki unsur şeklinde, hem de birbirine rakip olmaktan çok birbirini tamamlayıcı bir unsur olarak düşünülmektedir. Keza gerek Dicken (1998:78), Green ve McNoughton (1995:22) ve Hanink (1997:350), gerekse Isard (1956:207) dış ticaret teorisi ile lokasyon teorisi arasında çok sıkı bir bağlantı olduğunu işaret ettikten sonra, dış ticaret ve lokasyonun bir bozuk paranın iki yüzü gibi olduğunu belirterek, lokasyon anlaşılmadığı sürece ticaretin de anlaşılamayacağı veya ticaretin lokasyonsuz açıklanamayacağını vurgulamışlardır. Hatta dış ticaret teorisine en büyük katkıyı yapanların başında gelen Ohlin, dış ticaret teorisinin genel lokasyon teorisinin bir parçası olduğunu dile getirmiştir (Dicken,1998:78).

Klasik dış ticaret teorisi, bir ülkenin hangi şartlarda hangi malları ihraç ve ithal edebileceğini açıklamaya çalışmaktadır. Teori ilk haliyle bir çok eksikliğe sahip olmakla beraber, bunların büyük bir kısmı daha sonra çeşitli bilim insanlarının çalışmaları ile giderilmiş ve teori daha tutarlı bir hale getirilmiştir.

Uluslararası ticaret teorisi, dış ticareti ilk kez bilimsel olarak inceleyen Adam Smith'in 1776'da yayımlanan ve *Klasik İktisat Ekolünün* kurucusu olarak kabul edilen ünlü eseri *Ulusların Zenginliği* ile doğmuştur (Hanink, 1994:248; Berry vd., 1997:363; Dicken, 1998:73; Stutz ve de Souza, 1998:430; Seyidoğlu, 1999a:13). Klasik liberalizmin de babası sayılan Smith, uluslararası ticareti "mutlak üstünlük teorisi" ile açıklamaya çalışmıştır. Bu teoriye göre, "bir ülke karşı ülkeye göre hangi malları daha düşük maliyetle üretiyorsa o malların üretiminde uzmanlaşmalı ve bunları ihraç ederek pahalıya ürettiklerini dış ülkeden ithal etmelidir" (Seyidoğlu, 1999a:17). Bu teori dış ticaretin nedenlerini, sonuçlarını ve serbest ticaretin faydalarını ilk kez ortaya koymakla birlikte, bir çok eksikliğe sahip olduğu için terkedilmiştir.

Bugün uluslararası dış ticaret teorisinin temeli, Smith'den yaklaşık 40 yıl sonra onun mutlak üstünlük teorisini geliştiren klasik iktisatçı David Ricardo tarafından ortaya atılan *karşılaştırmalı üstünlük teorisine* dayanmaktadır (Hanink, 1994:248; Berry vd, 1997:363; Dicken, 1998:73; Stutz ve de Souza, 1998:431). Karşılaştırmalı üstünlükler prensibi, bir ülke veya bölgenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünlerde uzmanlaşması gerektiğini belirtmektedir. Bunun sonucunda da her bir ülke mukayeseli

⁴¹ Uluslararası ticaret teorilerini coğrafi perspektiften inceleyen, ayrıntılı analiz ve örnekler içeren üç önemli çalışma için bkz. Hanink (1994:247-262, 1997:350-363), Berry vd. (1997:362-380).

⁴² ÇUŞ, DYY ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi ampirik şekilde anlayabilmek için bkz. UNCTC (1991:67-74).

üstünlüğe sahip olmadığı ürünler için ticaret yapacaktır. Yani ülkeler göreceli olarak ucuza ürettikleri malları ihraç, göreceli olarak pahalıya ürettikleri malları da ithal etmelidirler. Üretimde meydana gelecek böyle bir uzmanlaşma ve iş bölümü, verimlik yoluyla toplam üretimin artmasını temin ederek dış ticaretin ilgili tüm ülke ya da taraflara yarar getirmesini sağlayacaktır. Ricardo, bir ülkenin bazı malları diğer ülkelere daha ucuza üretmiş olmasının yani bazı mallarda mutlak üstünlük sahibi olmasının önemli olmadığını, asıl önemli olanın bir ülkenin diğerlerine göre ürettiği mallarda elde ettiği üstünlüğün derecesi olduğunu belirtmiştir. Böylece Ricardo uluslararası ticaretin temelini Smith'in mutlak üstünlüğüne değil, karşılaştırmalı üstünlüğe dayandığını göstermiştir.

Karşılaştırmalı üstünlük ilkesinin mutlak üstünlükten farkını Ricardo'nun kendisi tarafından verilen klasikleşmiş bir örnek ile açıklayalım (Seyidoğlu, 1999a:19-20). Örneğin İngiltere ve Portekiz'in bir işgününde ürettikleri kumaş ve şarap miktarlarının aşağıdaki gibi olduğu varsayılmıştır:

	<u>Kumaş (metre)</u>	<u>Şarap (litre)</u>
İngiltere	80	40
Portekiz	10	20
Üstünlük derecesi (İngiltere açısından)	8	2

Buna göre İngiltere her iki malda da mutlak üstünlüğe sahiptir. Çünkü bu ülke hem kumaşı hem de şarabı Portekiz'den daha ucuza mal etmektedir. Dolayısıyla mutlak üstünlük prensibine göre bu durumda dış ticaret yapılmamalı, İngiltere daha ucuza ürettiği için her iki malı da kendisi üretmelidir. Oysa, karşılaştırmalı üstünlük prensibine göre bu durumda dış ticaret yapılabilir ve her iki ülke de bu ticaretten fayda sağlayabilir. Çünkü üretilen mallardaki üstünlük derecesi farklıdır. İngiltere kumaş üretiminde 8 kat, şarap üretiminde de 2 kat daha üstündür. Karşılaştırmalı üstünlük prensibine göre İngiltere kumaş üretmeli ve dolayısıyla ihraç etmeli, şarabı ise Portekiz'den ithal etmelidir. Çünkü kumaş üretiminde görece karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Portekiz ise, her iki malda da üstünlüğe sahip olmamakla beraber, göreceli maliyet yüksekliği şarapta daha az olduğu için şarap üretimine yönelmelidir. Böylece İngiltere kumaş üretiminde uzmanlaşır ve bunu ihraç ederek ihtiyacı olan şarabı Portekiz'den ithal eder. Portekiz için ise tersi durum geçerlidir. Yani şarapta uzmanlaşır ve onu ihraç ederken, kumaşı da İngiltere'den ithal eder. Sonuçta her iki ülke de böyle bir dış ticaretten kârlı çıkacaktır.

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük teorisinin eksikliklerini gidermek amacıyla ondan yaklaşık bir yüzyıl sonra ortaya atılan bir diğer teori *faktör donanım teorisi* ya da ortaya atanların adıyla *Heckscher-Ohlin (H-O) teorisi*'dir. Bu teori karşılaştırmalı üstünlükleri hem geliştirmiş hem de ona değişik bir yorum getirmiş olmakla beraber, onun ayrılmaz bir parçası, tamamlayıcısı olarak kabul edilmektedir (Hanink, 1994:251; Berry vd, 1997:369; Seyidoğlu, 1999a:64). Bu teoriye göre, her ülke hangi üretim

faktörüne daha fazla sahipse, üretimini en zengin olduğu üretim faktörünü⁴³ yoğun biçimde gerektiren malları üreterek karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olur. Böylece emek zengini ülkeler emek yoğun, sermaye zengini ülkelerde sermaye yoğun malları ucuza üreterek birbirine ihraç ederler.

Faktör donanım teorisi dış ticaretin nasıl meydana geldiğini iki temel varsayım ile açıklamaktadır. İlki, ülkelerin faktör donanımlarının bir birinden farklı olduğunu yani bir ülkenin emek bakımından zengin iken, diğerinin sermaye zengini, öbürünün arazi zengini olduğunu varsaymaktadır. Dolayısıyla üretim faktörleri coğrafi olarak ülkeler arasında dengesiz dağılmıştır. Böylece H-O teorisi uluslararası ticareti faktör donanımındaki farklılıklara bağlamaktadır. İkincisi, endüstrilerin faktör yoğunlukları bakımından birbirinden farklı olduğunu yani bazı endüstrilerin emeğe oranla daha fazla sermaye gerektirirken, bazılarının sermayeye oranla daha fazla emek gerektirmesi varsayımdır. Bu yönüyle H-O teorisi, gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki ticareti (endüstriler arası ticaret) açıklamakta son derece başarılı bir teoridir. Çünkü bu ülkeler arasında üretim faktörü bakımından önemli farklılıklar bulunmakta ve bu da alıp sattıkları malların farklılaşmasını sağlamaktadır.

Faktör donanım teorisi endüstriler arası ticareti açıklamakta son derece başarılı bir teori olmasına rağmen, gelişmiş ülkelerin birbiriyle olan ticaretini (endüstri içi ticareti)⁴⁴ açıklamakta yetersiz kalmaktadır (Dunning, 1988:41). Çünkü sanayileşmiş ülkeler benzer faktör donanımlarına sahip olduğu için aralarında dış ticarete konu olan mallar benzer endüstrilerin ürettikleri ürünlerdir. Nitekim günümüzde dış ticaret büyük ölçüde aynı faktör donanımına sahip ülkeler veya endüstriler arasında meydana gelmektedir (Dicken, 1998:74).

H-O teorisinin endüstri içi ticareti açıklamakta yetersiz kalması, üretim faktörlerini hareketsiz, ulaşım maliyetlerini sıfır, teknoloji ve ölçek ekonomilerini göz ardı etmesi ve II. Dünya savaşı sonrası uluslararası ekonomik koşulların değişmesi (dünya ticaretinin büyük kısmının ÇUŞ'ların yapması vb.) sonucu 1960'lardan sonra uluslararası ticareti açıklamaya yönelik yeni teorilerin gündeme gelmesini sağlamıştır.

Dış ticaretle ilgili ortaya atılan bu yeni teorilerden biri olan *nitelikli işgücü teorisi*, sanayileşmiş ülkeler arasındaki dış ticaretin büyük bölümünün nitelikli işgücü farklılıkları ile açıklanabileceğini belirtmiştir. Posner'in *teknoloji açığı teorisi* ile Vernon'un *ürünün hayat dönemleri teorisi* ise teknolojideki değişimin gelişmiş ülkeler arasındaki dış ticareti

⁴³ Üretim faktörleri, bir malın üretimi için gerekli ana girdiler olan *doğal kaynaklar* (arazi, toprak, madenler ve hammaddeler) *emek* (işgücü) ve *sermayeden* (para, makine, araç-gereç, teknoloji) oluşmaktadır. Bunlara bazen dördüncü faktör olarak *girişim* veya *girişimciyi* ekleyenlerde bulunmaktadır.

⁴⁴ Endüstri içi ticaret (intra-industry trade), öz olarak aynı ürünlerde meydana gelen iki yönlü ticareti ifade etmektedir.

açıklayabileceğini vurgulamıştır. Dış ticaretin nedenini açıklamak için geliştirilen en etkili yeni teorilerden biri, *ölçek ekonomileri teorisidir*. Sanayi malları ticaretinin bir bölümünü açıklamayı amaçlayan teoriye göre, geniş bir iç piyasaya sahip olan ülkeler, üretiminde ölçek ekonomilerinin etkili olduğu malları daha ucuza üreterek bunları ihraç ederler. Bunun tersine iç piyasası dar olan ülkeler, ölçek ekonomisinden faydalanamadığı için diğer malların üretiminde uzmanlaşırlar. Teoriye göre iç piyasa hacmi dış ticarete temel belirleyici olup, geniş piyasası büyük olan ülkeler sadece iç piyasa için üretim yapsalar bile, üretim hacminin büyümesi maliyetleri düşüreceği için, ülke sanayi mallarında diğerlerine göre karşılaştırmalı üstünlük elde edecektir. Chamberlin tarafından 1933 yılında ortaya atılan *monopolcü/tekelci rekabet*⁴⁵ teorisine göre aynı endüstride faaliyet göstermelerine rağmen, her firmanın ürettiği malın bileşimi, kalitesi, kullanılışı, dış görünüşü vb. diğerlerinden farklılık göstermektedir. Bu her firmanın ürününü farklılaştırmak yoluyla monopol gücüne sahip olması anlamına gelmektedir. Bu teori ülkeler arasındaki endüstri içi ticareti ölçek ekonomileri yoluyla açıklamaya çalışmaktadır. Buna göre, firmalar endüstride üretimlerini ölçeğe göre artan getiri koşulları altında yapmaktadır. Ölçek ekonomisinden faydalanmak isteyen firmalar çok sayıda farklı türde mal üretmek yerine yalnız birkaç tür mal üretmeyi yeğlerler. Üretim az sayıda mal türü üzerinde toplanınca uzmanlaşma olur, verim artar, maliyetler düşer ve böylece ölçek ekonomisinden faydalanma meydana gelir. Nihayetinde ülke/firma ürettiği malda uzmanlaştığı için bunu ihraç ederken, diğerlerini ithal eder. Sonuç olarak teori endüstri içi ticareti mal farklılaşması ve ölçek ekonomisi ile açıklamaktadır (Seyidoğlu, 1999a).

Linder'in 1961 yılında ortaya attığı *tercihlerde benzerlik veya taleplerin çakışması teorisi* sanayi mallarındaki ticaretin faktör donanımlarından ziyade tüketici talebi tarafından belirlendiğini ileri sürmektedir. Dış ticaretin üretim maliyetlerinden çok, ülkeler arasındaki zevk ve tercihlerin benzerliğine yani talebe bağlı olduğunu belirten teori, sanayi ürünlerinin dış ticaretinin benzer tercih ve gelir düzeyine bağlı ülkeler arasında geliştiğini ifade etmektedir. Teorinin ülkeler arasındaki ticaret ve endüstri içi ticaretin açıklanmasında talebin coğrafi örüntüsüne⁴⁶ özel bir önem vermesi, teorinin coğrafyacılar

⁴⁵ Monopol (tekel) veya monopolistic (tekelci) piyasa ile monopolcü rekabet piyasası kavramı birbirinden tamamen farklıdır. Birincisi bir endüstride sadece bir firmanın faaliyet göstermesidir. Bu nedenle monopol piyasada tek firma ile endüstri aynı anlama gelmektedir. Örneğin yakın zamanlara kadar Türkiye'de PTT tek telefon arz eden, Tekel ise tek sigara üreten firma konumunda olduğundan monopolcü bir piyasa söz konusu idi. Buna karşılık monopolcü rekabet, piyasada çok sayıda firmanın olduğu, firmaların ürettikleri mal/hizmetin birbirinden azıcık/hafifce farklı olduğu (ki buna mal farklılaştırması denir), rekabetin kuvvetli, piyasaya giriş-çıkışın büyük ölçüde serbest olduğu en çok görülen piyasa/endüstri yapısıdır. Örneğin Türkiye'deki hazır-giyim sanayi ve parakende ticaret (bakkal ve marketler) bu piyasa şartlarında faaliyet gösterirler.

⁴⁶ Örüntü, İngilizce "pattern" kelimesinin yerine kullanılmıştır. Pattern kelimesinin mekansal anlamda önemli bir kullanım yerinin olması ve sık sık kullanılması, bu kelimenin Türkiye'de şehir ve bölge planlamacıları tarafından örüntü şeklinde Türkçe'ye kazandırılmasını sağlamıştır.

tarafından diğerlerine nazaran daha çok incelenmesine neden olmuştur. Bu teori geleneksel, H-O ve ürün farklılaştırması teorilerinin arz yanlı ve daha çok ürünün yapısını dikkate alan yaklaşımı yerine ticaretin coğrafyası ile daha çok ilgilenmektedir. Linder, teorisini iki temel ilkeye dayandırmaktadır. İlki bir ülkenin kişi başına geliri yükseldikçe, tüketicilerin talep ettiği ürünlerin nitelik düzeyi yükselir. İkincisi, firmalar iç piyasaya daha aşına oldukları için öncelikle anavatanlarında piyasa paylarını ve kârlılıklarını kazanmaya çalışırlar. Daha sonra ise operasyonlarını talep yapısı bakımından benzer olan dış piyasalara genişletirler. Böylece ticaret benzer tat, benzer tercih, yaşam standartı ve gelir düzeyi olan ülkelerler arasında gerçekleşir. Teori benzer faktör donanımına sahip ülkeler arasındaki endüstri içi ticaret ve DYY'nin anlaşılmasında önemli rol oynamaktadır (Hanink, 1994:258-261; Berry, 1997:376-377).

Yukarıda belirtildiği gibi 1960 sonrası dış ticareti açıklamaya çalışan tek tek teoriler ortaya konulmakla birlikte, tüm bu teorileri sistemize ederek, tek bir çatı altında toplayan ve literatürde yeni dış ticaret teorisi olarak bilinen *yeni uluslararası ticaret teorisi* (new theory of international trade), geleneksel klasik ve neoklasik dış ticaret teorilerinden çok farklı varsayımlarla yola koyulmuştur. Yeni teori hem ÇUŞ'ların ülke dışına yaptığı doğrudan yabancı yatırımı hem de bunlar tarafından yapılan dış ticareti açıklamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda teori bir taraftan endüstrinin organizasyonu ve DYY arasındaki ilişkiyi kurmaya çalışmakta, diğer taraftan ÇUŞ'ların rolü ve faaliyetlerine özel bir önem vermektedir (Berry vd., 1997:378).

Yeni dış ticaret teorisi Helpman ve Krugman'ın 1985 yılında *Piyasa Yapısı ve Dış Ticaret: Artan Getiriler, Eksik Rekabet ve Uluslararası Ekonomi* adlı eserinde ortaya konuldu. Bu teori geleneksel uluslararası ticaret teorisi tarafından ihmal edilen çok sayıda meseleyi, artan getiriler ve eksik rekabet piyasasına vurgu yaparak ancak geleneksel teorinin özünden de sapmayarak ele aldı. Aslında bu teorinin 1960'lardan bu yana çok sayıda teorik çalışmayı, alternatif yaklaşımı bir araya getirdiğide söylenebilir. Bu teori eksik rekabet piyasası şartlarını kabul ederek, ticaret ve yatırımın bir taraftan yığılma ekonomilerinden kaynaklanan dışsal ölçek ekonomiler yoluyla, diğer taraftan iç kapasite kaynaklı içsel ölçek ekonomiler yoluyla harekete geçtiğini belirtmektedir.

Daha önceki teoriler üzerine inşa edilen yeni dış ticaret teorisine göre ülkeler arasındaki farklılıklar ticarete yol açmakla birlikte, ülkeler aynı zaman uzmanlaşmayı mümkün kılan *artan getiri*⁴⁷ (increasing returns) fırsatını yakalamak için de ticaret

⁴⁷ Genellikle *artan getiri* veya *artan verim* (increasing returns to scale) şeklinde ifade edilen bu terim üretimin teknik özelliğini ifade etmede kullanılan yani eğer üretimde kullanılan tüm girdilerin (output) miktarını biraz artırırsak hasıladaki (output) durumun ne olacaktır? Eğer hasıladaki artış girdideki artış ile eşitse, bu ölçeğe göre sabit getiri/verim olduğunu göstermektedir. Fakat hasıla o miktardan daha az artıyorsa, o zaman ölçeğe göre azalan verim bulunmaktadır (azalan verim yasası). Ancak hasıla o miktardan daha fazla artarsa, o zaman

yaparlar. Eğer endüstriler ölçek ekonomisine⁴⁸ sahip olmak için üretim düzeylerini yeterince artırırlarsa, bu üretimde uzmanlaşmaya yol açacak. Böylece aynı faktör donanımına sahip ülkeler arasında bile uzmanlaşma ve ticaret kârlı şekilde meydana gelebilecektir.

Firmaların artan getiriden yararlanmak için piyasa payını elde tutması ya da artırımının verdiği baskı, endüstri içi ticaretin açıklanmasını kolaylaştırmaktadır. Endüstri içi ticaretin çoğu birbirlerinin piyasalarına girmeye çalışan çok az sayıda mal da uzmanlaşmış oligopolistik firmalar tarafından yapılmaktadır (Berry vd., 1997:379). Bu durum ÇUŞ'ların neden Triad bölgesinin (Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Uzakdoğu Asya/Pasifik Kenarı) her birinde varlık elde etmek için bir tesis kurduğunu açıklamaktadır. Çünkü piyasa aksaklıkları ÇUŞ'ların başarılı olmasında çok önemli role sahiptir.

Eğer uluslararası ticaret ulaşım ve işlem maliyetlerinden bağımsız olsaydı, firmalar ya ölçek ekonomilerinden tam olarak faydalanabilecekleri bir lokasyon(lar)dan piyasaya hizmet ederdi ya da üretim lisansını firmalara kiralayarak ilgili firmaların yerel üretimlerinden ya da ihracatlarından yapacakları kârdan pay sağlardı. Fakat yapısal aksaklıklar (structural imperfections) ve piyasa yetersizlikleri bulunduğu zaman firmalar üretimlerini ve operasyonlarını uzun dönemde risklerini minimize edecek ve piyasa paylarını artıracak/koruyacak şekilde davranırlar (Berry vd., 1997:379).

Klasik ve neoklasik dış ticare teorisi üretimin uluslararası lokasyonunun karşılaştırmalı avantajlar tarafından belirlendiğini belirtmektedir. Yeni teori ise, lokasyon seçimiyle ilgili meseleleri tarihi süreç ve artan getiriler ilkesi bakımından açıklamaya çalışmaktadır. Artan getirilerin varlığı üretimin belirli yerlerde yoğunlaşmasını zorlayıcı etkiye sahiptir. Endüstrilerin tam olarak nereye kurulması gerektiğini belirlenmesi ise çoğu zaman endüstrinin ilk kuruluş tarihine ve yerine bağlanabilir. Üretim seçilmiş lokasyonlara sıkı sıkıya bağlı hale geldiğinde için firmalar o lokasyondan artan getirileri elde etmeye çalışmaya başladılar. Bu da onlara rekabet avantajı sağlamaktadır.

ölçeğe göre artan verim/getiri'den söz edilmektedir. Özetle artan getiri, kaynak kullanımındaki (diyelim) bir birimlik artış hasılda bir birimden daha fazla artışa neden olur (Bkz. Seyidoğlu, 1999b:454).

⁴⁸ *Ölçek ekonomileri* (economics of scale) veya *içsel ölçek ekonomileri* (internal return to scale). Üretimin ekonomik özelliğini ifade etmede kullanılır yani eğer tüm girdilerin miktarını biraz artırırsak, maliyetlerdeki durum ne olacaktır? Eğer maliyetler aynı oranda artarsa, ölçek ekonomisi oluşmaz. Eğer maliyetler daha fazla artarsa negatif ölçek ekonomisi, daha az artarsa pozitif ölçek ekonomisi meydana gelir. Ölçek ekonomileri özellikle sermaye maliyeti yüksek endüstrilerde (otomotiv, kimya, demir-çelik, petrol vb.) ortaya çıkmaktadır. Ölçek ekonomileri firmaların bazı endüstrilerde niçin çok büyüdüğünü açıklamaya yardımcı olur. Aynı zamanda ölçek ekonomileri bir ülkenin kendi piyasasından daha büyük piyasalar gerektirdiği için serbest ticaret politikası içinde bir gerekçe oluşturmaktadır. Üretimin sabit maliyetlerinden dolayı ölçek ekonomileri başlangıçta maliyetlerde artan, üretimin hacmi büyüdükçe ise azalan etki yapar. Kısaca ölçek ekonomisi, büyük ölçekli üretimin daha düşük maliyet sağlayacağı anlamına gelmektedir. Daha fazla ayrıntı için bkz. Harrington ve Warf (1995:33-36), Berry vd. (1997:242-262), Stutz ve de Souza (1998:279), Seyidoğlu (1999b:454).

Yeteneklerini geliştirerek kendini *öğrenen bir organizasyona* dönüştüren, rakipleri tarafından kolayca taklit edilemeyen *farklılaştırılmış* ürün üretme yeteneğine sahip firmalar artan getiriye elde etmede en başarılı olmuşlardır. Böylece yeni ticaret teorisi, geleneksel teorinin sağlayamadığı ilk başlangıç avantajları ile ilgili rasyonel bir temel sağlamıştır.

Helpman ve Krugman, firmaların daha büyük piyasaları kapmak için ürünleri farklılaştırmak zorunda olduğu ve bu nedenle de aynı faktör donanımlı ülkeler arasında endüstri içi ticaretin hakim olduğu belirtmiştir. Helpman ve Krugman modelinde, ürün farklılaştırmasına bir engel olmadığı piyasalarda faaliyet gösteren yerli monopolistlerin ölçeğe göre artan getirilerin varlığına bağlı olduğu belirtilmektedir. Bu modelde büyük ülkelerin küçüklerden daha fazla mal ihraç edeceklerini çünkü ülke büyüdükçe üreticilerin etkinliğinin/verimliliğinin arttığı belirtilmektedir. Dolayısıyla yeni teoride faktör bolluğundan ziyade ölçek ekonomileri karşılaştırmalı avantajların belirleyicisidir. Tıpkı H-O teorisinde olduğu gibi bu modelde de ülkeler iç piyasadaki üretimlerinde uzmanlaşırlar (Hanink, 1994:257).

Özetle ölçeğe göre artan getiri sağlayan ülkeler dış ticaretten yarar sağlayacaklardır. Çünkü artan getiriler hasılda artışa yol açacak bu da birim maliyetleri azaltarak fiyatları düşürecek ve böylece ticaret hacmi artacaktır. Sonuçta hem ülkeler ve/veya firmalar hem de dünya, rekabatin, verimliliğin ve etkinliğin artması, toplam hasılanın yükselmesi, fiyatların düşmesi ile ticaretten kazanç sağlayacaktır (Stutz ve de Souza, 1998:432).

Sonuç olarak H-O teorisi, gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki endüstriler arası ticareti faktör donanımına bağlı olarak açıklamaktadır. Yeni dış ticaret teorisi ise, sanayileşmiş ülkeler arasında, farklılaşan malların doğurduğu endüstri içi ticareti açıklamaktadır.

Başlangıçta karşılaştırmalı üstünlük prensibinin DYY'yi açıkladığı düşünülmekte idi. Yani sermaye üstünlüğüne sahip gelişmiş ülkeler ellerindeki tuttukları bu varlığı sermayenin kıt olduğu gelişmekte olan ülkelere DYY şeklinde transfer etmekteydiler. Ancak neoklasik teorinin bu ilkesinin ABD ve Batı Avrupa gibi sermaye zengini ülkeler arasında meydana gelen yatırım akışını açıklamakta yetersiz kalmıştır (Bagchi-Sen, 2001:5731). Klasik ve neoklasik dış ticaret teorileri, firmaların ihracat, lisans veya yönetim sözleşmesi yapmak yerine, neden doğrudan yabancı yatırım yapma yoluna başvurduğunu açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Çünkü DYY ve ÇUŞ'ların ortaya çıkışı göreceli olarak yeni bir olgu (1945 sonrası) olduğu için, bu iki değişken doğal olarak uluslararası ticaret teorisinde yer almamaktadır. Ancak yukarıda ülkeler arasındaki dış ticaretin nasıl ortaya çıktığını, neden yapıldığı ve nerede gerçekleştiğini açıklamaya çalışan tüm teoriler örtük şekilde de olsa firmaların neden ve nasıl DYY'ye başvurduğuna

ilişkin görüşler içermektedir. Örneğin, dünyada DYY akışlarının 2/3'ünün gelişmiş ülkeler arasında meydana gelmesi, ÇUŞ'ların yavru şirketleri arasındaki endüstri içi ticaretinin varlığını hemen akla getirmektedir. Keza geleneksel dış ticaret teorisi DYY akışlarının yatırım üstündeki farklı faktör donanım getirileri tarafından kontrol edildiğini ileri sürmektedir.

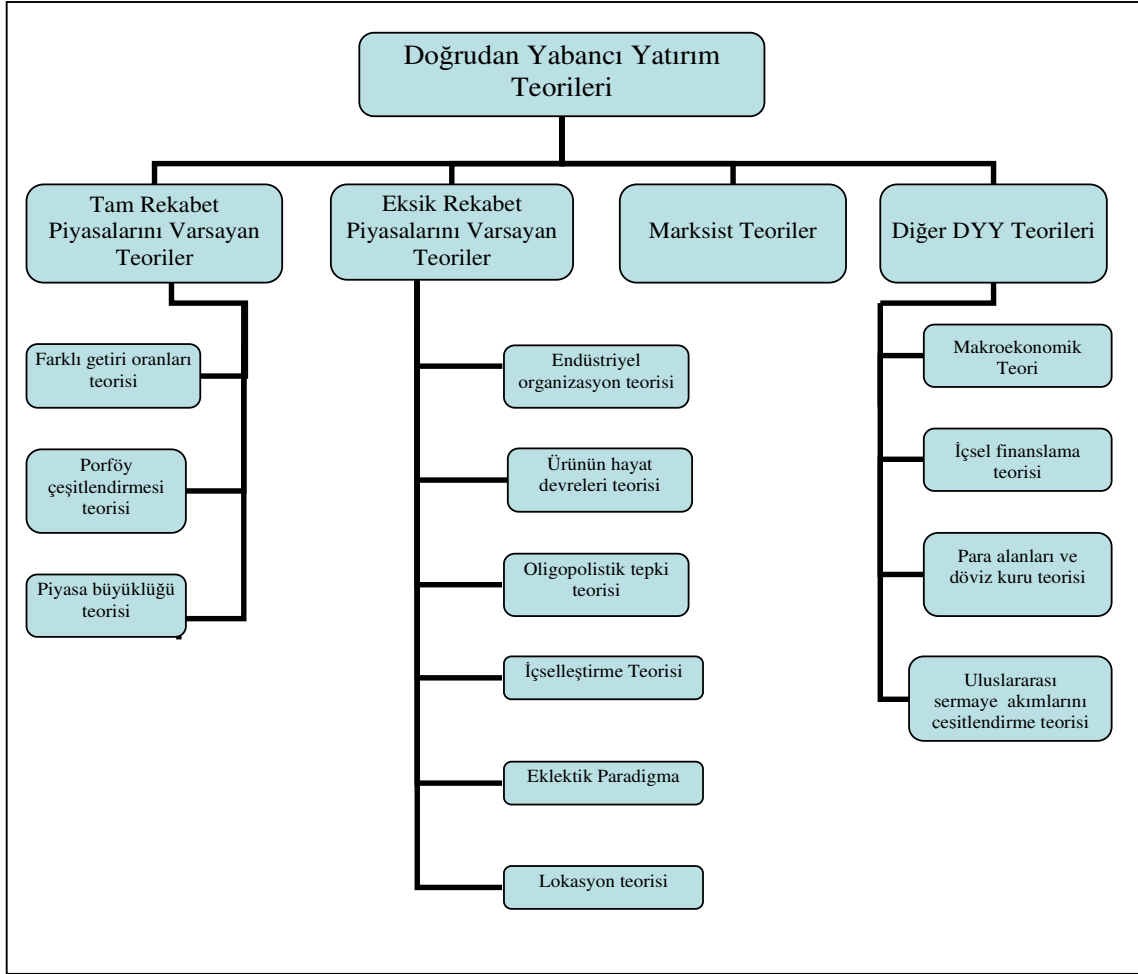
4.2. Doğrudan Yabancı Yatırım Teorileri

1960 öncesi direkt olarak DYY'yi açıklayan teoriler bulunmamaktaydı (Dunning, 1993:68; Dicken, 1998:77). Çok uzun bir zaman DYY, *uluslararası sermaye (portföy) teorisinin* değişik bir şekli olarak addedildi. En öz şekli ile bu teori, ülkeler arasındaki kâr ve faiz farklılıkları nedeniyle firmaların yatırımlarını mali getirinin en büyük olduğu lokasyona yapacağını belirtmekteydi. Bu açıklama portfölyo yatırımları için oldukça makul olmakla birlikte DYY için çoğu zaman geçersizdir. Çünkü DYY nakdi şeklindeki sermayeden ve kısa dönemli getiriden ziyade, uzun dönemli ve özellikle diğer faktör girdilerinin (girişim, teknoloji, yönetim vb.) götürülmesini içermektedir. Dolayısıyla ne uluslararası sermaye (portföy) teorisi ne de klasik ve neoklasik yatırım modeli ÇUŞ'ları ve DYY akışlarını açıklayamamaktadır (Satiroğlu, 1984:111-115).

Bir sermaye kaynağı olarak DYY'nin ülkeler için önemli hale gelmesi bu konuya ilginin artmasına ve çok sayıda teorinin ortaya atılmasına neden olmuştur. DYY'yi açıklamaya çalışan bu teorilerin bazıları ÇUŞ'ların niçin dışarıya yatırım yapmayı (outward FDI) tercih ettiği üzerinde yoğunlaşırken, bazıları da bir ülkenin kendine DYY'yi nasıl çektiğini (inward FDI) açıklamaya çalışmışlardır. Başka teoriler ise bazı ülkelerin DYY çekmede diğerlerinden neden daha başarılı ya da başarısız olduğu üzerinde yoğunlaşmışlardır (Moosa, 2002:23).

DYY teorileri amaç ve yaklaşım bakımından farklı sınıflamalara ayrılabilir. Nitekim Agarval (1980), Calvet (1981), Dunning (1993), Buckley ve Casson (1985) ve Moosa (2002) DYY teorilerini sınıflandırmaya tabi tutmuşlardır. Bu çalışmanın amacı göz önünde tutularak biz esas olarak Moosa'nın (2002) yaptığı tasniflemenin bir sentezi denilebilecek gruplamayı bu çalışmada kullanmaktayız (Şekil 4.1). DYY teorilerinin tamamını incelemek yerine, firmaya özgü perspektif sunan kuramları daha detaylı incelemek, çalışmanın amacı ve yaklaşımı açısından daha anlamlıdır. Çünkü, DYY'yi firma teorisi ya da mikro ekonomik açıdan inceleyen yaklaşımlar, ÇUŞ'ların üretim tesislerinin ve bölgesel merkezlerinin lokasyonunu seçerken kullandığı strateji ve onları harekete geçiren motivasyonları ele almaktadır. Buna karşın gerek makroekonomik, gerekse parasalcı/finansçı ve Marksist yaklaşımlar DYY akımlarını makro-ekonomik siyasal/sosyal faktör ve süreçlere bağlama eğilimindedir. Bu bağlamda firma teorisi ve mikro yaklaşım içeren DYY teorileri daha ayrıntılı şekilde incelenmiştir.

Şekil 4.1. Doğrudan yabancı yatırım teorileri



Kaynak: Moosa (2002)'den değiştirilerek hazırlanmıştır.

4.2.1. Endüstriyel Organizasyon/Tekelci Avantajlar Teorisi

DYY'yi teorik olarak açıklayan ilk çalışma 1960 yılında Hymer tarafından yazılan ancak 1976 yılında basılan doktora tezidir (Dunning, 1993:69; Dicken, 1998:182; Moosa, 2002:29). Hymer gerek dış ticaret teorisinin gerekse sermaye ya da portföy teorisinin DYY'yi açıklayamadığını ortaya koyduktan sonra, firma ve endüstriyel organizasyon yaklaşımı bağlamında firmaların neden DYY ya da uluslararası üretim ile uğraştıklarını iki nedene bağlayarak açıklamıştır (Hymer, 1976:24-27). Birincisi, firmalar yatırımları üzerindeki riskleri minimize etmek, getirileri ise maksimize etmek istemektedirler. Bu nedenle risk ve belirsizlik, bilgi edinme ve işlem maliyetleri, döviz kurundaki istikrarsızlık ve yabancılara olan güvensizlik durumlarında firmalar portföy yatırımı yerine DYY'yi tercih etmektedirler. İkincisi, firmalar rakipleri üzerinde sahip oldukları tekolci/monopolistik avantajları kullanmak için yabancı ülkedeki firmaları kontrol ederler. Firmaların bu şekilde davranmasının temel nedenlerinden biri, firmaları kontrol ederek bunlar arasındaki

rekabeti kaldırmak istemesi; diğeri, firmanın kendine özgü üstünlükleri (ölçek ekonomileri, pazar payı, mal ve fiyat farklılaştırması, yönetim ve pazarlama yeteneği, teknolojik üstünlük, sermayeye erişim vb.) yabancı ülkede kullanmak istemesi; son olarak, firma faaliyetlerinin çeşitlendirilmesidir. Böylece Hymer'in çalışması bir taraftan firmaların DYY vasıtasıyla uluslararasılaşması sürecini açıklamada başlangıç noktasına uluslararası ticaret teorisinden firma ve endüstriyel organizasyon teorisine yöneltirken, diğer taraftan o zamana kadar yanıtlanmamış çok sayıda konuya (ÇUŞ'ların niçin DYY yaptıkları, neden birbirlerini kontrol etmeye çalıştıkları vb.) ilk kez açıklık getirmiştir.

Her ne kadar endüstriyel organizasyon teorisinin öncüsü Hymer olmakla birlikte, daha sonra teori Kindleberger (1969) ve Caves (1971) tarafından aynı çizgide daha da geliştirilerek DYY faaliyetlerini açıklamakta kullanılmıştır. Kindleberger (1969:12-27), yerli firmaların ÇUŞ'lara göre kendi piyasalarında daha avantajlı olduğunu, bu nedenle ÇUŞ'ların bir ülkenin iç piyasasında yerli firmalara karşı tutunabilmesi için firmaya özgü monopolistik avantajlara sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır. Eğer ÇUŞ, yerli firma karşısında sahip olduğu bu dezavantajlara (dil ve kültür farklılığı, yasal zorluklar vb.) rağmen halen DYY ile uğraşıyorsa, o zaman ÇUŞ'ları DYY yapmaya sevk eden sermaye, yönetim, teknoloji, pazarlama, hammaddelere erişim, ölçek ekonomileri, pazarlık yapabilme gücü ve siyasi güç gibi tekelci/monopolistik avantajlara sahip olmak durumundadır. İşte firmaya özgü bu avantajlar bir ÇUŞ'un yabancı bir piyasada yerli firmalara karşı veya onlarla birlikte niçin başarılı olduğunu açıklamaktadır (Moosa, 2002:30-31). Ayrıca Kindleberger ÇUŞ'ların sahip olduğu bu tekelci avantajların eksik rekabet piyasaları ve oligopolistik⁴⁹ endüstriyel yapıdan kaynaklandığını belirtmektedir.

Caves (1971:1) ise ÇUŞ'ların yerli firmalarla rekabet edebilmek için, kendi ülkesinde ürettiği aynı malları yatay yatırımlar yoluyla dışarıda üretmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu şekilde sahip olduğu tekelci avantajı ürün farklılaştırması yoluyla kullanan firma yatay bütünleşme yoluyla dışarıya yatırım yapmaktadır.

Özellikle Hymer ve onun açtığı yolda yüreyen Kindleberger ve kısmen Caves tarafından ortaya konulan endüstriyel organizasyon teorisi, firmaların niçin dışarıya yatırım yaptıklarını açıklaması bakımından DYY teorisine çok büyük bir katkı sağlamakla birlikte (Dicken, 1998:182) teori, firmaların neden A ülkesine yerine B ülkesine yatırım yapmayı tercih ettiklerini açıklayamamaktadır (Moosa, 2002:32). Yine teori, firmaya özgü

⁴⁹ Ekonomik yaşamda görülen dört piyasa yapısından (tam rekabet, monopol/tekel, oligopol ve monopolcü/tekelci rekabet) biri olan oligopolistik piyasa/endüstriyel yapı, az sayıda üretici firmanın bulunduğu, firmaların birbirinin davranışlarını yakından izlediği, bir firmanın üretim miktarı veya fiyatında yapacağı bir değişikliğin endüstrideki diğer firmaların kararlarını ve böylece tüm piyasayı/endüstriyi etkilediği bir piyasa yapısıdır. Günümüzde örneğin petrol endüstrisi sadece bir kaç büyük ÇUŞ tarafından (BP, Shell, Exxon-Mobil, Total vb.) kontrol edilen oligopolcü bir yapıya sahiptir. Keza otomobil, demir-çelik ve beyaz eşya sektörleri bu piyasa yapısına en güzel örnekleri oluştururlar.

üstünlükleri belirtmekle birlikte, bunlardan hangisinin daha önemli ya da öncelikli olduğunu vermemekte (Yıldırım, 1979:29; Şatıroğlu, 1984:119-120; Yüksel, 1999:127), üstelik bu avantajların firma tarafından nasıl kazanıldığı da belirtilmemektedir (Buckley ve Casson, 1976:69).

4.2.2. Ürünün Hayat Devreleri Teorisi

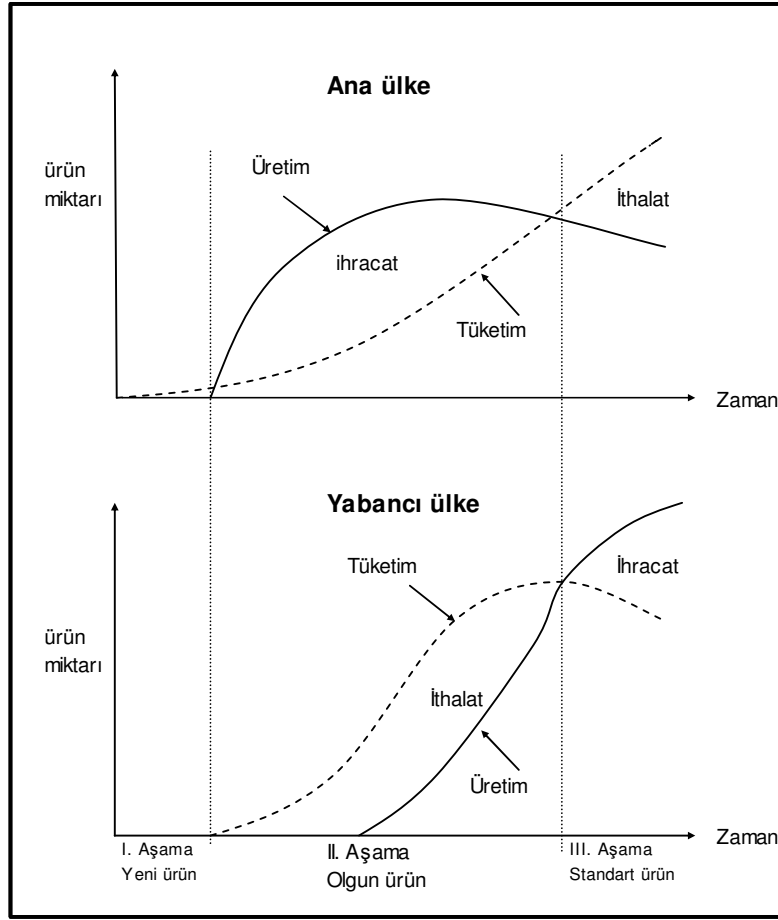
Vernon (1966) tarafından ortaya atılan bu teori, dış ticaret ile dış yatırım arasındaki ilişkiyi, karşılaştırmalı üstünlüklerden ziyade yeniliklerin zamanlamasına, ölçek ekonomilerinin etkilerine ve dış ticaretin belirsizliklerine bağlı olarak açıklamaya çalışmaktadır. Ürünün hayat devreleri teorisi bir yandan DYY'nin lokasyon boyutunun⁵⁰ açıklamaya yardımcı olurken (Hanink, 1997:263; Dicken, 1998:183), öbür yandan yeni bir mal üreten bir firmanın nasıl ihracattan doğrudan yatırıma kaydığını analiz etmektedir.

Teoriye göre, bir sanayi ürününün ortaya çıkmasından sonra meydana gelen teknolojik yenilikler sonucu ürün farklı aşamalardan geçerek önce iç piyasada yaygınlık kazanır daha sonra ihracat yoluyla dış piyasalara yayılır ve en sonunda da ürün icat edilen firma tarafından yabancı bir ülkede üretilmeye başlar. Buna göre her ürünün hayat devresinde üç aşama vardır. Bunlar yeni ürün, olgun ürün ve standartlaşmış ürün dönemleridir (Şekil 4.2).

Üretimin *ilk aşaması* olan yeni ürün safhasında, ileri teknoloji ve yüksek gelir düzeyine sahip bir ülkede (Vernon'un teorisinde ABD'de) yer alan firma, yerel piyasa için müsterilerine yakın bir yerde ürünü üretir. Bu aşamada üretim maliyeti yüksek, ürünü imal eden firma ürün üzerinde tekelci güce sahiptir. Ancak zamanla ürün tüketiciden gelen tepki ve isteklerle geliştirilir.

⁵⁰ Bu teori ekonomik coğrafya literatüründe geniş bir kabul görmüş ve iktisadi faaliyetlerin mekansal değişikliklerini açıklamak üzere bir çok coğrafi araştırmada kullanılmıştır (Dicken ve Lloyd, 1990:285; Hayter, 1997:101). Teori özellikle endüstriyel yeniden yapılanma (industrial restructuring), istihdam değişimleri ve metropolitan alanlar dışındaki endüstrileşme süreçlerinden kaynaklanan endüstriyel lokasyon değişikliklerini *filter/trickle down theory* [bir şeyin/ürünün/yeniliğin/faydanın vb. etkisinin metropolden kente oradan kıra veya merkezden çevreye ya da büyükten küçüğe, zenginden yoksula belli bir zamandan sonra azar azar/süzülerek aşağıya geçmesi (Daha geniş açıklaması bkz. Watts, 1987:79-85; Healey ve Ilbery, 1990:114,304; Chapman ve Walker, 1991:250-251)] çerçevesinde ele alan çalışmalara uygunlandı (Erickson, 1976; Rees, 1979; Cromley ve Leinbach, 1981; Park ve Wheeler, 1983). Ancak aynı zamanda genel olarak teoriyi ve onun ekonomik coğrafyadaki uygulamalarını felsefi, teorik ve metodolojik bağlamda kritik eden çalışmalarda yapısalci coğrafyacılar tarafından ortaya konulmuştur (Bkz. Storper ve Walker, 1983; Storper, 1985; Taylor, 1986). Vernon'un ürünün hayat devreleri modeline alternatif olarak geliştirilen, coğrafya ve bölgesel iktisat içinde tıpkı Vernon modeli gibi önemli bir tartışma yaratan Markusen'in (1985) "kâr devresi/döngüsü" (profit cycle) modeli, bölgesel ekonomilerin geçirdiği endüstriyel ve lokasyonel değişimi anlamak için en uygun çerçevenin Vernon'un belirttiği gibi "bir ürünün niteliği ve onun zaman içinde geçirdiği üretim sürecine" bakmakla değil, bunun yerine beş aşamadan oluşan oligopollerin rolü ve endüstrinin kâr oranlarına bakmak gerektiğini vurgulamaktadır (Healey ve Ilbery, 1990:306; Gertler, 2000a:649). Ayrıntılı açıklama için bkz. Markusen (1985).

Şekil 4.2. Ana ülke ve yabancı ülkede ürünün gelişme dönemleri



Kaynak: Moosa (2002:40)'dan değiştirilerek hazırlanmıştır.

İkinci aşamada ürüne olan talep arttığından ve teknolojisi geliştiğinden üretim maliyetleri düşer. Diğer firmalarda benzer ürünler üretmeye başlar ve böylece rekabet hızla artar. Bu, ürünü ilk üreten firmanın malını önce gelişmiş daha sonrada gelişmekte olan ülkelere ihraç etmesine yol açar. Fakat ürüne olan talep artmaya ve rekabet kızışmaya devam ettiği için buluşu yapan firma yabancı ülkede ürünü üretmeye karar verir ve böylece DYY'ye başvurarak dış ülkede üretim tesisi kurar. Böylece yeni ürün olgun ürün aşamasını yaşarken, ürünü ilk üreten firmada ister istemez ÇUŞ haline gelir.

Üçüncü ve son aşama ürünün ve üretim sürecinin tamamen *standart* haline gelmesidir. Bu devrede diğer firmaların fiyat rekabeti öncü firmanın üretim lokasyonunu düşük maliyetli az gelişmiş ülkelere kaydırmasına yol açar. Bu aşamada öncü firmanın ülkesi artık ürünü gelişmekte olan/az gelişmiş ülkeden ithal etmeye başlar.

Sonuç olarak teori yeni bir ürünün önce gelişmiş bir ülkede piyasaya çıkacağı, sonra ihraç edileceğini, ürün olgunlaştığı zaman başka bir ülkede üretime geçileceğini ve nihayet son aşamada ürünün imalatının az gelişmiş ülkelere kayarak ilk üreten ülkenin

ithalatçı konuma yükseleceğini savunmaktadır. Bu açıdan teori bir ürünün zaman boyunca geçirdiği evreleri hem ana ülkedeki hem de yabancı ülkedeki üretim, tüketim, ihracat ve ithalat bakımından ele almaktadır (Şekil 4.2). Teoriye göre ürün olgunlaştığı ve standart hale geldiği zaman üretim maliyetleri önemli hale gelmekte, bu da firmanın DYY yapmasına yol açmaktadır. Bu şekilde yapılan DYY firmanın yerli ve yabancı rakiplerine karşı rekabetçi pozisyonunu koruma amacı taşıdığı için savunmacı tipdedir (Moosa, 2002:39).

Vernon, 1966 yılında yayımlanan makalesinde ortaya koyduğu *ürünün hayat devreleri hipotezini*, 1974 ve 1979 yılında yayımladığı çalışmalarla değişen uluslararası şartlara göre yeniden formüle etmiştir (Vernon, 1974, 1979). Vernon (1979:255) ÇUŞ'ların coğrafi olarak faaliyet alanlarının genişlediğini, ABD ile diğer gelişmiş ülkeler arasında gelir ve teknoloji düzeyi arasındaki farkın kapandığını, böylece de ürün devreleri hipotezinin geçerliliğini yitirmeye başladığını kabul ederek, hipotezini ÇUŞ'ların oligopolistik davranışları ele alacak çerçevede geliştirmiştir. Geliştirme iki yönlü olmuştur. Birincisi, hipotez emek maliyetleri yanında diğer maliyetleri de göz önüne almıştır. İkincisi, sadece ABD'nin yaptığı DYY değil, tüm gelişmiş ülkeler özellikle Triad'dan yapılan DYY'ye hipotezin uygulanabilmesi sağlanmıştır.

Şüphesiz tüm teoriler gibi ürünün hayat devreleri hipotezide sınırlılıklara sahiptir. Teori yüksek yenilik ve teknolojiye dayalı endüstrilerde faaliyet gösteren ÇUŞ'ların yaptığı DYY'yi artık açıklayamamaktadır (Dicken, 1998:184). Keza teori standartlaşmamış ürünlerin DYY'ye konu olmasını es geçtiği gibi firmaların karar verme sürecini de aşırı basite indirgemektedir (Buckley ve Casson, 1976:76-77). Yine teori kaynak, etkinlik ve stratejik varlık aramaya dayalı DYY'yi tamamen göz ardı etmektedir (Dunning, 1993:71). Tüm bu eksikliklerine rağmen teori DYY ve dış ticaret arasındaki dinamik ilişkiyi açıklaması ve üretimin küresel anlamda da olsa coğrafi lokasyonu belirlemesi bakımından halen güçlü olup, literatüre büyük bir katkı sağladığı belirtilmektedir. Ayrıca model, halen küçük yenilikçi firmalar ile gelişmekte olan ülkelere uluslararası piyasalara girmeye başlayan yeni ÇUŞ'ların davranışlarını açıklama gücüne sahiptir (Taylor ve Thrift, 1982:23). Bu tür firmalar başlangıçta kendi iç piyasalarına yönelik üretim yaparlar. Zamanla ürünlerini ihraç ederler ve en sonunda da DYY yoluyla üretimlerini diğer ülkelere kaydırırlar.

4.2.3. Oligopolistik Tepki/Lideri İzle Teorisi

Vernon gibi ABD'li ÇUŞ'ların davranış biçimleri üzerine yaptığı analizler sonucunda yayımladığı çalışmasında Knickerbocker (1973), oligopolistik bir piyasada faaliyette bulunan şirketlerden birinin dışarıya DYY yapması durumunda, aynı endüstride faaliyet gösteren rakip firmalar bir tepki olarak hemen onu izlemekte ve böylece DYY yapmaktadır. *Lideri izle* (follow the leader) stratejisi olarak da anılan bu yaklaşıma göre,

rakip firmalar dış ÷lkeleye yapılan yatırımları varlıklarına karşı bir tehdit olarak algılamakta ve buna reaksiyon olarak DYY yapmaktadır. İlk yatırımı yapan oligopolistik firma genellikle endüstride lider konumundadır ve ötekiler strateji gereği onu izleyerek yatırım yaparlar. Knickerbocker lider firma tarafından yapılan yatırımları saldırgan, onu takip eden diğer yatırımları ise savunmacı DYY olarak tanımlamaktadır. Bu modele göre, rakip firmalar iki nedenden dolayı lideri izlemektedir. İlki, eğer izlemezse yabancı ÷lkelerdeki ihracat piyasasını kaybedebilir. İkincisi, dışa DYY yapan lider firma yabancı ÷lkede gösterdiği faaliyetler sonucu zamanla bir çok deneyim ve avantaj elde edererek hem iç hem dış piyasalarda rekabet üstünlüğü yakalar. Bu, dışarı yatırım yapmayan firmaları her anlamda zor durama sokabilir. İşte bu tür risk ve belirsizlikleri yaşamamak için oligopolistik endüstrideki firmalar lideri izleyerek dışarı DYY yaparlar.

Bu model çerçevesinde yapılan ampirik çalışmalar⁵¹ büyük oligopolistik firmaların olduğu spesifik endüstriyel sektörlerde teorinin sadece geçerli olduğunu, bunun dışındaki piyasalarda (yani monopolcü rekabet, tam rekabet ve monopol piyasası) teorinin açıklama gücünün zayıf olduğunu vurgulamaktadır. Buckley ve Casson (1976:78-79) tarafından yapılan eleştiri ise teorinin ortaya koyduğu yaklaşımın diğer modeller tarafından da öngörüldüğü, ayrıca teorinin çok karmaşık ve mantıksal temellerinin zayıf olduğu şeklindedir.

4.2.4. Davranışsal Yaklaşım

Aharoni'nin 1966 yılında ortaya koyduğu bu yaklaşıma göre, firmaların dışarıya yatırım yapmaya karar verme sürecini etkileyen bir takım örgütsel ve motivasyonel faktörler bulunmaktadır. Firmalar bu faktörlere göre aşamalı şekilde karar verirler. Birincisi, firmanın DYY yapmayı düşünmesi; ikincisi, DYY yatırımları için fizibilite raporunun hazırlanması; üçüncüsü, DYY için gerekli kaynakların ayrılması; dördüncüsü, yatırımın yapılacağı ev sahibi ÷lke ile şartların görüşülmesi; ve son olarak firmanın stratejisi ve küresel organizasyonu bakımından yapılacak DYY'nin etkilerinin ortaya konması (Dunning, 1993:73).

Bu karar sürecinin ilk ve en önemli adımı olan dışarıya yatırım yapma kararının verilmesi için firmayı harekete geçirecek bir güdünün olması gerekir. Mesala yabancı ÷lkenin ithalat tarifeleri yükseltmesi, firma yöneticilerinin isteği gibi. Firma dışarıya bir kez açıldıktan sonra, yönetim hem giderek deneyim kazanacak hem de yöneticilerin dışarıya genişlemeden elde ettikleri fayda artacak ve böylece firmanın dışarıya yatırım yapma kararı kolayca alınacaktır (Buckley ve Casson, 1976:80).

⁵¹ Oligopolistik tepki veya lideri izle teorisi ekonomik coğrafyacılar tarafından da araştırmalara konu olmuştur. Bu çalışmalar ÇUŞ'ların üretim tesislerinin yaygınlaşmasında oligopolistik davranışın etkilerini mekansal bağlamda incelemektedirler (Bkz. Rees, 1978; Gwynne, 1979; McConnel, 1980; Laulajainen, 1981, 1982).

Sonuç olarak Aharoni'ye göre DYY davranışsal bir süreçtir ve onu harekete geçiren esas etken firma yöneticilerinin/örgütünün kârı maksimize etmek yerine, hem firma hem de kendi çıkarlarını tatmin edecek şekilde davranmaları ve bu sürecin bir parçası olarak da DYY'ye başvurmalarıdır.

4.2.5. Para bölgeleri ve Döviz Kuru Oranları Teorisi

Aliber'in 1970 yılında ortaya koyduğu teori, esasında firmaların niçin dışarıya yatırım yaptıkları sorusuna yanıt aramıyordu. Onun cevaplamaya çalıştığı şey, firmaların neden dışarıdaki yatırımlarını kendi para birimleri ile finansa etmekte olduklarıdır (Dunning, 1993:74). Modele göre DYY, farklı para birimleri ve bölgelerinin bulunması sonucunda ülkeler arasında ortaya çıkan döviz kuru değişimleri ve para birimlerinin güçlülük derecesindeki farklılıklardan kaynaklanmaktadır (Aliber, 1993:138). Teoriye göre, zayıf paralı ülkenin firması DYY yapmaya meyilli değilken, güçlü bir para birimine sahip olan ülkenin firması dışarıya yatırım yapma eğilimindedir. Daha somut bir ifade ile, döviz kuru riski daha düşük olan ülkenin firması ünününden dolayı zayıf paralı ülkenin sermaye piyasalarından yerli firmalara göre daha düşük faiz oranı ile borçlanabilmektedir (Buckley ve Casson, 1976:70; Dunning, 1993:74; Moosa, 2002:44). Böylece yabancı firmalar yerli firmalara göre daha avantajlı konumda olduğu için DYY meydana gelmektedir.

Teori, döviz kuru değişiklikleri ile DYY akımları arasındaki ilişki ve etkileşimi açıklamaları bakımından literatüre önemli bir katkı sağlamakta birlikte (Moosa, 2002:44-48), aynı para bölgeleri (dolar bölgesi, euro bölgesi vb.) içinde meydana gelen doğrudan yatırımları açıklayamamaktadır (Buckley ve Casson, 1976:71).

4.2.6. Risk Çeşitlendirme Teorisi

İlk kez 1974 yılında Lessard tarafından ortaya konulan ve daha sonra Rugman ve Agmon tarafından geliştirilen bu teoriye göre, firmalar stratejik olarak DYY yoluyla faaliyetlerini çeşitlendirdiği ve böylece aldığı riskleri geniş sahalara dağıttığı için dışarıya yatırım yapmaktadır. ÇUŞ'lar faaliyetlerini geniş bir coğrafi alana yaydıkları için yatırımcılara, piyasadaki diğer hisse senedi piyasalarının sunduğundan daha fazla avantaj sunmaktadır (Dunning, 1993:73). Çünkü bireyler genellikle finansal varlıklara (tahvil, hisse senedi vb.) yatırım yaparken, ÇUŞ'lar farklı lokasyonlarda gerçek varlıklara (ekipman, tesis vb.) yatırım yaptıklarından dolayı, yatırımcılar için daha az risk ve daha güvenli kazanç sunarlar (Buckley ve Casson, 1976:81). Firmaların bu yolla elde ettiği finansal motivasyon, onların uluslararası faaliyetler aracılığıyla risklerini azaltma aracı olarak DYY'ye başvurmasına neden olmaktadır.

Lessard (1993:120) risklerin çeşitlendirilmesinin ÇUŞ'ların dışarıya genişlemesi için tek motivasyon olmadığını ancak önemli bir motivasyon olduğunu belirtmektedir.

Buna karşın Buckley ve Casson (1976:82) teorisinin bireysel yatırımcılara uygulanabileceğini ancak ÇUŞ'lara uygulanamayacağını ileri sürmektedir.

4.2.7. İçselleştirme Teorisi

Dunning'e (1993:75) göre, ÇUŞ'ların DYY faaliyetlerini açıklamaya yönelik olarak ortaya atılan ilk *genel* teori/paradigma Buckley ve Casson (1976) tarafından geliştirilen içselleştirme teorisidir. Teoriye göre DYY, firmanın içsel işlemleri ile piyasa işlemlerini yer değiştirmesi suretiyle meydana gelir (Moosa, 2002:32). Bu yaklaşıma göre, firmalar faaliyette buldukları tüm sahalarda kendi kendilerine yeterli olma ve diğer firmalara bağımlılıktan kurtulma çabası içindedirler. Firmalar bu tip yapıya kavuşabilmek için, faaliyette buldukları sektörlerin tüm piyasalarını firma sistemi içinde toplamak yani *içselleştirmek* zorundadır. İşte firmanın içerisinde meydana gelen bu durum, ülke sınırlarını aştığı zaman firma ÇUŞ haline gelirken aynı zamanda DYY faaliyetinde bulunmuş olmaktadır. Yani piyasaların içselleştirilmesi hem firmayı ÇUŞ yapmakta hem de DYY'nin meydana gelmesine yol açmaktadır (Buckley ve Casson, 1976:33).

Modele göre, eksik rekabet piyasalarının varlığı firmaları piyasaları içselleştirmeye sevk eden temel faktördür. Firmalar uluslararası piyasalardan ara malı alış-satışında bir çok aksaklık ve geçikme ile karşı karşıya kalmaktadır. Hem yabancı piyasalarda meydana gelen bu ve benzeri belirsizlikler, hem de firmanın sahip olduğu kendine özgü avantajları firma içinde kullanmak istemesi firmaların üretimiyle ilgili mal/hizmet piyasalarını içselleştirmesine neden olur. Kuskusuz içselleştirmeyi gerekli kılan firmalar arası anlaşmazlık, devlet müdahalesinden doğan kayıplar gibi başka sebeplerde bulunmaktadır (Buckley ve Casson, 1976:37-38). Piyasaların içselleştirilmesi sürecine basit bir misal verirsek, örneğin bir çelik firması dünyanın farklı yerlerindeki piyasalardan üretimi için gerekli demir cevherini temin etmek zorundadır. Firma bu durumda büyük ölçüde ulaşım maliyetleri ve arz belirsizlikleri ile karşı karşıya kalabilir. Halbuki firma eğer yabancı maden şirketini satın alırsa, taşıma işlemini ve demir cevherini sağlama ile ilgili belirsizlikleri piyasayı içselleştirmek yoluyla ortadan kaldırmış olur (Moosa, 2002:32-33).

Ekonomik perspektiften konuya yaklaşıldığında, kuskusuz firma için fayda maliyetten daha ağır basıyor ise ara malı piyasaları içselleştirilir (Buckley ve Casson, 1976:44). Bir başka ifade ile firma için marjinal faydalar marjinal maliyetlere eşit olana kadar içselleştirme ve böylece DYY süreci devam eder (Moosa, 2002:33).

Piyasaları içselleştirme süreci iki şekilde meydana gelmektedir. Biri, çok aşamalı üretim sürecinin dikey olarak bütünleştirilmesi; diğeri, üretim, pazarlama ve Ar-Ge süreçlerinin bütünleştirilmesidir (Buckley ve Casson, 1976:45-55). Dikey bütünleştirme de ürünün her aşamasında üretiminin nerede yapılacağı yani en uygun lokasyon seçimi, üretim ve ulaşım maliyetleri göz önüne alınarak yapılır. Bu durumda birim başına üretim ve ulaşım maliyetinin en az olduğu lokasyon, üretim yeri olarak tesbit edilir. Üretim,

pazarlama ve Ar-Ge'nin bütünleştirilmesinde ise, lokasyon seçimi daha komplekstir. Üretim maliyetlerinin (sermaye, emek, arazi, ulaşım, vergi vb.) en düşük olduğu herhangi bir lokasyondan yer alabilirken, pazarlama faaliyetlerine göre bir lokasyon seçimi yapılacaksa bu tip faaliyetler için yer kaçınılmaz olarak piyasa olmalıdır. Çünkü dağıtım, reklam ve stoklamayı içine alan pazarlama faaliyetinde tüketici ile doğrudan iletişim ve hemen teslim söz konusudur. Ar-Ge faaliyetleri ise iletişim maliyetlerinin düşük, kalifiye işgücünün bol, eğitim ve teknik araştırma kurumlarının yoğun bulunduğu piyasada veya onun yakınında yer alabilir. Sonuç olarak teori, içselleştirme sürecini ortaya koyarken aynı zamanda DYY'nin lokasyon seçimi ile ilgili çok genelde olsa bir takım saptamalarda bulunmaktadır.

Bu kuram ÇUŞ ve DYY teorisine en önemli katkılardan biri olarak anılmakla birlikte teoriye yönelik iki önemli eleştiri vardır. Bunlardan biri, teorinin ampirik içeriği olmayacak kadar genel olduğu, diğeri teoriyi doğrudan test etmenin mümkün olmadığı şeklindedir (Moosa, 2002:33).

4.2.8. Makro Ekonomik Teori

Yukarıda bahsedilen tüm DYY teorileri uluslararası işletmeciler tarafından ortaya konulan, mikro ekonomik (firma teorisi), davranışsal veya sektörel analize dayalı yaklaşımlardır. Oysa Japon bilim insanı Kojima tarafından ortaya atılan makro ekonomik teori, yazarın kendi ifadesiyle uluslararası ticaretin karşılaştırmalı üstünlükleri ile DYY'yi bütünleştirmeyi amaçlayan, bu nedenle konuya iktisatçı olarak makro ekonomik perspektiften yaklaşan bir teoridir (Kojima, 1982:1). Bu açıdan teori esasında neoklasik dış ticaret teorisinin DYY'yi açıklamaya yönelik olarak geliştirilmiş ve genişletilmiş bir versiyonu olarak addedilebilir (Dunning, 1993:89).

İlk kez 1973 yılında ortaya konulan bu teori, daha sonra yazarın 1978, 1982 ve en son 1990 yıllarında yaptığı bazı modifikasyonlarla geliştirilmiştir. Teoriye göre DYY, yatırım yapan ülkenin görece dezavantajlı, ev sahibi ülkenin ise görece avantajlı olduğu endüstrilerinden meydana gelmektedir. Kojima bir endüstride karşılaştırmalı üstünlüğü kaybeden firmaların DYY yaptığını ileri sürmektedir. Çünkü firmalar yabancı ülkeye DYY yapmayı, diğer alternatiflerden daha az maliyetli bulmaktadır (Kojima, 1982:2).

Kojima teorisini iki tip DYY ayırt ederek açıklamaktadır. İlk tip, Japon firmaları tarafından yapılan, karşılaştırmalı avantajlar ilkesine göre hareket eden, ticarete dönük DYY'dir. Bu yatırım kaynak ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı basit teknoloji emek yoğun endüstriden meydana gelir. Bu Japon tipi DYY, hem kaynak hem de ev sahibi ülke açısından refah yaratıcıdır. Çünkü DYY gittiği ülkede bir yandan ticaret yaratıcı öbür yandan onu tamamlayıcı etki yapar. İkinci tip DYY ise oligopolistik piyasa yapısından kaynaklanan, anti-ticaret yanlısı ve uzun dönemde her iki taraf içinde dezavantajlı olan Amerikan tipi DYY'dir. Bu tip DYY çoğunlukla karşılaştırmalı üstünlüğün

olduğu, yüksek teknolojili, ürün farklılaştırmasının bulunduğu endüstrilerden dışarıya yapılır (Kojima, 1982:4-16).

Makro ekonomik teori, DYY ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi incelemesi ve ara malı piyasalarındaki sınır aşan yatırımları açıklaması bakımından son derece faydalı bir analiz çerçevesi sunmakla birlikte, uluslararası kaynak tahsisinde işlem maliyetlerinin etkisini ihmal etmektedir (Dunning, 1993:90). Ayrıca teorinin neoklasik tam rekabet piyasası varsayımına kilitlenmesi ve ara malı piyasalarının içselleştirilmesini göz ardı etmesi kuramın DYY'yi genel yerine kısmı olarak açıklamasına yol açmaktadır (Dunning, 1988:50-51). Bunun yanında Kojima modeline ait bazı unsurların Vernon'un ürünün hayat devreleri teorisinde bulunabileceği de belirtilmektedir (Moosa, 2002:49).

4.2.9. Marksist Ekonomik Yaklaşım

ÇUŞ ve onların DYY faaliyetlerine makro seviyede, alternatif bir bakış açısı getiren bu yaklaşımın kökeni Marks'ın Kapital'de ortaya koyduğu görüşlere kadar geri gitmektedir. Genel olarak ekonomik faaliyetlerin uluslararasılaşmasını açıklamada kullanılan ve Marks tarafından ortaya konulan *sermayenin dolaşımı* (circuits of capital) kavramı, aynı zamanda ÇUŞ'ların faaliyetlerini açıklamada da kullanılmaktadır. Klasik Marksist gelenek, kapitalizmin üretim sürecinden elde edilen artık değeri firmaların kârlarını artırmak ve böylece sermaye birikimini sağlamak için kullanacağını belirtmektedir. Üretim aracının sahibi olan kapitalist firmalar insan emeğini sömürerek artık değeri/kârı elde eder. Bu açıdan firmaların uluslararası faaliyetlerle ilgilenmesi, küresel ölçekte sınıf mücadelesi ve emeğin sömürülmesi sisteminin bir uzantısıdır (Dicken, 1998:179). Geleneksel Marksist model, kapitalistlerin ve/veya kapitalist firmaların tek amacının emeği sömürerek sermaye birikimini (servetini) artırmak olduğunu ileri sürmektedir. Böylece sermayesine sermaye katmak isteyen firmalar, ülkeler arasında sürekli sermaye dolaşımı yaratarak ve dolayısıyla başka yerlere yatırım yaparak firmaya artı değer katarlar. İşte bu süreç ÇUŞ'ların sermaye birikimi sağlayarak hem nasıl uluslararasılaştığını hem de bu sayede DYY ile meşgul olduğunu ortaya koymaktadır.

Gerek klasik ve neoklasik iktisatçılar gerekse Marksistler sermayenin kâr oranlarının düşük olduğu yerden yüksek olduğu yere doğru gitme eğiliminde olduğunu ifade etmektedirler. Ne var ki Marksistler bu tür yatırımları emperyalist ilişkiler ve/veya kolonizasyon ile açıklamaktadırlar. Bunun anlamı, endüstrileşmiş kapitalist ülkelerde kâr oranları düşük olduğunda, sermaye ucuz emeği sömürerek daha fazla kâr edebileceği ülkelere doğru kayar. Böylece sermayenin kıt, emek ve doğal kaynakların bol ve ucuz ancak kârın yüksek bulunduğu bölgeler dış yatırıma konu olurlar. Başka bir Marksist analize göre, ülke içinde faaliyet gösteren kapitalist firmalar tekelci bir piyasa yarattıkları için, bu zamanla piyasada kârlılığın azalmasına yol açar ve bu durumdan kurtulmak isteyen firmalar yurt dışında yeni kaynaklar bulmak için DYY yapar. Çok genel anlamda

ilk analiz gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere yapılan DYY'yi, ikinci analiz ise gelişmiş ülkerin kendi aralarında yaptığı yatırımı kısıtlı değişkenlerle de olsa açıklama gücüne sahiptir.

Marksistler DYY'nin nerede ve niçin meydana geldiğinden çok, ÇUŞ'ların rolü, gücü ve DYY'nin yarattığı sonuçlar üzerinden durmuşlardır. ÇUŞ'ların faaliyetlerini dünya kapitalist sisteminin gelişmesi bağlamında ele alan Marksist teori, ÇUŞ'ları merkezi temsil eden, çevreyi sömüren ve böylece sermaye birikimini çevreden merkeze aktaran, tekelci güce sahip olan, gittiği ülkede siyasi ve kültürel bakımdan hegemonya kurmaya çalışan kapitalizmin ulaştığı en son aşama olarak tanımlamaktadır (Peet, 1982:299-301). Marksistlere göre DYY, ÇUŞ'ların kapitalist sistemin gelişimi ve büyümesi için yarattığı yeni emperyalist araçlardan biridir. Bu emperyalist araç, gelişmekte olan dünyanın kaynaklarının (emek, doğal kaynaklar vb.) sömürülmesi, küresel bağımlılığın ve monopolist piyasaların yaratılması için kullanılmakta ve nihai süreçte çevre ülkeleri daha da yoksullaştırmaktadır.

Marksist teori, makro düzeyde kapitalist sistemin çalışma dinamikleri ve sermayenin uluslararasılaşması süreci ile ilgili bazı noktaları anlamaya yardımcı olmakla birlikte, spesifik olarak ÇUŞ ve DYY faaliyetlerini ele almada önemli yetersizliklere sahiptir (Dicken, 1998:181). Teori, marjinal bir yaklaşım olması nedeniyle ÇUŞ ve DYY literatüründeki kaynak eserlerde ele alınmamakta, ancak Marksist eğilimli düşünce okulları (neo-emperyalist, post-marksizm, bağımlılık teorisi vb.) tarafından çıkarılan yayınlarda ele alınmaktadır.

4.2.10. Eklektik Paradigma

Dunning (1977, 1979, 1980, 1988) tarafından ÇUŞ'ların DYY faaliyetlerini açıklamak üzere geliştirilen⁵² eklektik paradigma, mikro yaklaşımlı DYY'yi açıklayan en kapsamlı teorik çerçevedir. Paradigmanın eklektik olarak etiketlenmesinin nedeni, çok sayıda farklı teorik yaklaşımları bir araya getirerek DYY'yi açıklamaya çalışmasından dolayıdır. Gerçekten paradigma, endüstriyel organizasyon teorisi, firma teorisi, dış ticaret teorisi, içselleştirme teorisi ve lokasyon teorisinin içerdiği unsurları sentezleyerek, analitik bir teorik çerçeve ortaya koymaktadır (Taylor ve Thrift, 1986:10; Dunning, 1988:9,268,317; 1993:1,68,76; Hanink, 1994:222-223; Berry vd., 1997:278; Dicken, 1998:184,188; Tatoğlu ve Glaister, 1998:283; Moosa, 2002:36).

Paradigmanın temel hipotezi, firmalar üç avantaja sahip olursa veya üç avantaj varolduğu durumda DYY'nin meydana geleceği şeklindedir (Dunning, 1988:25-26; 1993:79; 2001:176).

⁵² Eklektik paradigmanın geçmişten bugüne nasıl evrilmekle geldiği ve gelecekteki durumu ile ilgili ayrıntılı bir açıklama için bkz. Dunning (2001).

(1) *Firmaya özgü avantajlar* veya *sahiplik avantajları* (ownership-specific advantages-O): Firma diğer rakip ülkelerin firmalarının sahip olmadığı avantajlara sahiptir. Firmanın mülkiyetinden olan bu avantajlar genellikle dokunulamaz/görünmeyen/soyut varlıklardan (intangible assets) oluşur.

(2) *İçselleştirme avantajları* (internalization advantages-I): İlk şarta sahip olan firma sahip olduğu avantajları bunları yabancı firmalara satmak ya da kiralamak yerine bu avantajları firmaya daha fazla yarar/avantaj sağladığı için bizzat kendisi içselleştirerek kullanır.

(3) *Lokasyona özgü avantajlar* (Location-specific advantages-L): Birinci ve ikinci koşulun gerçekleştiği durumda, firmanın sahip olduğu avantajları yabancı bir ülkede kârlı bir şekilde kullanabileceği lokasyonun bulunması gerekir. Yabancı ülkedeki lokasyon, firmanın kendi ülkesindeki lokasyondan daha avantajlı olmak veya daha fazla çekici olmak durumundadır. Aksi takdirde firma yabancı piyasalara DYY yapmak yerine ihracat yapmayı tercih edecektir.

Dunning bu üç avantaja (Ownership, Location, Internalization) OLI avantajları adını vermektedir. Bu nedenle zaman zaman eklektik paradigma *OLI paradigması* şeklinde de anılmaktadır (Dunning, 1988:26; 1993:80; 2001:173).

Dunning (1988:27; 1993:81) eklektik paradigmasında *OLI avantajlarının* her birinin temel özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

(1) *Firmaya özgü avantajlar*

(a) *Mülkiyet hakları ve/veya dokunulamaz/görünmeyen/soyut varlıkların avantajları*: Ürün yenilikleri, ürün yönetimi, organizasyon ve pazarlama sistemi, yenilik yapabilme kapasitesi, iş organizasyonu, insan sermayesi deneyimine dayalı taklit edilemeyen bilgi, finansman, know-how, firma içi ve firmalar arası işlem maliyetlerini azaltma yeteneği.

(b) *Ortak yönetim avantajları*

- Ana şirkete bağlı şube şirketler yerli firmalar üzerinde ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırma ve şirketin öğrenme deneyiminden kaynaklanır avantajlara sahiptir. Bunlar avantajlar:
 - Girdilere erişim önceliği (işgücü, doğal kaynaklar, finansman ve bilgi),
 - Uygun şartlarda girdileri elde etme yeteneği (ölçek ve monopolistik etkilerin sonucu olarak),
 - Ana firmanın yavru şirketleri ile işbirliği yeteneği,

- Mal piyasalarına erişme ayrıcalığı,
- Ana firmanın kaynaklarına marjinal maliyetle erişme,
- Sinerjik ekonomiler (sadace üretimde değil aynı zamanda satın alma, pazarlama, finansman gibi konulardaki düzenlemeler).
- Çokulusluluktan kaynaklanan avantajlar. Bunlar arbitraj⁵³, üretim değişikliği ve girdilerin küresel olarak sağlanması için geniş fırsatlar sunarak firmaların operasyonel esnekliğini artırmaya yardımcı olur.
 - Uluslararası piyasalar hakkında daha iyi bilgi edinme,
 - Faktör donanımı, hükümet müdahalesi ve piyasalardaki coğrafi farklılıklardan faydalanma yeteneği,
 - Riskleri azaltma ve çeşitlendirme yeteneği,
 - Organizasyonel ve yönetsel süreçlerdeki sosyal farklılıklardan elde edilen öğrenme yeteneği,
 - Ülkeye özgü kaynakların ve tüketici taleplerinin farklılığından kaynaklanan ihtiyaçları dengeleme yeteneği.

(2) İçselleştirme avantajları

- Araştırma ve anlaşma maliyetlerinden kaçınabilme,
- Etik risk ve kötü seçim maliyetlerden kaçınma ve içselleştirilen firmanın ününü koruyabilme,
- Anlaşmaların bozulması ve mahkeme takibi maliyetlerinden kaçınabilme,
- Alıcıların belirsizliğini önleme,
- Fiyat farklılaştırması yapabilme,
- Ara ve nihai malların kalitesini koruyabilme,
- Birbirine bağımlı faaliyetlerinden avantaj sağlama,
- Gelecek piyasaların yokluğunu telafi edebilme,
- Hükümet müdahalelerinden yararlanma veya kaçınabilme,
- Girdilerin satış koşullarını ve arzını kontrol edebilme,
- Piyasa satış yerlerini kontrol edebilme,

⁵³ Arbitraj (arbitrage), herhangi bir mal, döviz veya menkul değer ucuz olduğu yerden alınarak, pahalı olduğu başka bir yerde satılması işlemidir. Bu işlem genellikle hiç bir risk üstlenilmeden, mekanlar arasındaki fiyat veya döviz kuru farklılıklarından faydalanmak amacıyla yapılır (Seyidoğlu, 2001:28).

- Sübvansiyon, öldürücü fiyatlama, yol gösterici ve geçikmeli fiyatlama, transfer fiyatlaması gibi anti rekabetçi/rekabetçi stratejilerle başedebilme.

(3) Lokasyona özgü avantajlar

- Doğal ve yaratılmış kaynakların ve piyasaların mekansal dağılımı,
- Girdi fiyatları, kalitesi ve verimliliği,
- Uluslararası ulaşım ve iletişim maliyetleri,
- Yatırım teşvikleri,
- Mal ve hizmet ticaretindeki yapay engeller,
- Toplumsal hizmetler ve altyapı hazırlama,
- Ülkeler arasındaki ideolojik, dilsel, kültürel, ticari ve siyasi farklılıklar,
- Ae-Ge üretimi ve pazarlamanın merkezleşmesinin yarattığı ekonomiler,
- Ekonomik sistem ve hükümet stratejileri.

Dunning'in yukarıda belirttiği OLI avantajlarının her biri daha önce çeşitli teoriler tarafından açıklanmıştır. Ancak Dunning bütüncül bir yaklaşım ortaya koyarak farklı teorileri eklektik paradigma bünyesinde birleştirerek son derece karmaşık bir olgu olan DYY'yi açıklamıştır. Nitekim paradigma, firmanın sahip olduğu avantajları firma ve endüstriyel organizasyon teorisinden; firmanın sahip olduğu bu üstünlükleri neden üretimi içselleştirmek için kullanması gerektiğini, mülkiyet hakları, işlem maliyeti ve içselleştirme teorisinden; üretimin yerini belirleyen faktörleri ise lokasyon ve dış ticaret teorisinden elde etmek suretiyle oluşturulmuştur (Dunning, 1988:26; 1993:80).

Eklektik teoriye göre bütün ülkelerce yapılan tüm DYY şekilleri yukarıdaki şartlara göre açıklanabilir. Teori, hangi ülkenin, endüstrinin veya firmanın DYY'ye maruz kalacağı hakkında önsel (a priori) bir tahmin yapmamaktadır. Buna karşın teori, yukarıda belirtilen bazı OLI avantajlarının ülkeler, endüstriler ve firmalar arasında düzgün bir şekilde dağılmayacağını varsaymaktadır. Ayrıca sahiplik, içselleştirme ve lokasyondan kaynaklanan bu avantajlar statik değil, birbiriyle etkileşim içindedir ve bu yüzden zaman içinde değişime uğrayabilir. O nedenle eğer ülkeye özgü özellikler DYY'nin belirlenmesinde önemli ise o zaman bir ülkenin deneyimini diğerine genelleştirmek doğru olmayabilir.

Moosa (2002:37) eklektik teorinin DYY'yi nasıl açıkladığını daha açık olarak şu şekilde ifade etmektedir: Varsayalım yerli bir firmanın sahiplik avantajına haiz olduğu bir mal için bir talep var. Bu durumda içselleştirme ve lokasyon avantajının durumu ne olur. Bu durumda üç olasılık söz konusu olabilir:

(1) Eğer firmanın içselleştirmeden avantajı/kazancı yoksa o zaman firma başka bir firmaya sahiplik avantajını lisans verecek/satacak. Özellikle eğer lokasyon faktörü dış ülkede büyümenin lehinde ise bu durumda geçerli olur.

(2) Eğer firmanın içselleştirme kazancı varsa ve eğer lokasyon faktörleri yurt içinde/ana ülkede büyümenin yanında ise, firma kendi ülkesinde büyüyecek ve ihracat yapacaktır.

(3) Ancak eğer firmanın içselleştirme kazancı varsa ve eğer lokasyon faktörleri yabancı ülkede büyümenin tarafında ise, firma DYY yapacak ve böylece ÇUŞ haline gelecektir.

OLI avantajları birbiriyle ilişkili olmakla birlikte, onları ayrı olarak düşünmek ve ele almak mümkündür. Örneğin firma tarafından verilen lokasyon kararı ile bir piyasaya giriş şekli kararı tamamen ayrı iki bağımsız karar olabilir. Keza sahiplik avantajı içsel veya diğer firmalardan satın alınarak elde edilebilir. Nitekim çizelge 4.1 hem OLI avantajlarının her birinin temel özelliklerini sıralamakta hem de onların her bir DYY (uluslararası üretim) tipine göre nasıl farklılaştığını ortaya koymaktadır.

Eklektik paradigmanın ilk uygulamalarından biri, farklı kalkınma aşamalarından geçen ülkelerin DYY bakımından uluslararası pozisyonundaki değişimi açıklamak şeklinde yapılmıştır. Dunning tarafından geliştirilen **Yatırım gelişme yolu** (investment development path-IDP) konseptinin (Bkz. Dunning, 1988:55-59; 2001;180-182; Dunning ve Narula, 1996:1-41) temel hipotezi, bir ülkenin dışa doğru DYY yapma eğiliminin veya bir ülkenin içine DYY gelme eğiliminin, (1) ülkenin ekonomik kalkınma aşamasına/düzeyine göre; (2) ülkenin faktör donanım yapısı ve piyasalarına göre; (3) ülkenin politik ve ekonomik sistemine göre; (4) ulusal sınırlar ötesinde meydana gelen ara malı piyasalarındaki piyasa aksaklıklarının boyutu ve doğasına göre, değişiklik göstereceği şeklindedir. Bu konseptte göre, bir ülkenin ekonomik kalkınması ilerledikçe, o ülkenin uluslararası DYY pozisyonu *beş ana aşama* geçirir. Bu aşamaların her biri ülkelerin dışa doğru DYY ve içe doğru DYY eğilimlerine göre belirlenebilmektedir.

İlk aşama endüstrileşme öncesi dönemi kapsayan, ne iç ne de dış yatırımın olmadığı devredir. Çünkü bu devrede ülke yeterli lokasyon çekiciliğine (faktör donanımı ve piyasalar bakımından) sahip değildir. Keza ülkenin siyasi, ticari, altyapısal özellikleri yabancı yatırımcıları teşvik edecek düzeyde değildir. Bir çok az gelişmiş ülke günümüzde halen bu aşamadadır. Ancak ülkenin ekonomik yapısı geliştikçe altyapı yatırımları artacak, hükümet politikaları daha teşvik edici olacak ve böylece ülke ithalata başlayacaktır. Fakat bu durumda yabancı firmalar dış piyasaları kullanmanın getirdiği yüksek işlem maliyetlerinden kurtulmak için o ülkenin piyasasını içselleştirmeye eğilim gösterecek ve böylece ülke ilk içe doğru yatırıma kavuşacaktır. İkinci aşamada yapılan yatırımlar

kaynağa dayalı, emek yoğun ve geleneksel imalat sanayi sektörlerine yöneliktir. Örneğin, Türkiye'nin 1980 öncesi dönemi bu düzeyi büyük ölçüde karakterize etmektedir.

Kalkınmanın üçüncü aşamasında ülkenin yerli firmaları kendilerine özgü avantajlar elde edecekler ve bu onların gerek bu avantajı kullanmak istemesi gerekse ülke dışındaki lokasyonun çekiciliği veya sadece stratejik amaçlar nedeniyle, bu firmalar dışarıya piyasa aramak veya kaynak aramak için yatırım yapacaktır. Mesela, Türkiye'nin 1990 sonrası ve halen ulaştığı düzey bu aşama ile uyumludur.

Yatırım kalkınma yolunun dördüncü aşamasında ülke artık aşağı yukarı olgunluk aşamasına ulaşmıştır ve bu yüzden dışarıya net DYY yapan yatırımcı konumundadır. Yani ülkenin dışarı yaptığı yatırımlar içe gelen yatırımlardan daha fazladır. Buna 1980'lerin sonlarında net dışa DYY yapan ülke konumunda olan Japonya ve İsviçre'nin durumları verilebilir.

Son aşamada ise, iç ve dış DYY arasında dalgalı bir denge söz konusu olmaktadır. Bu durum özellikle ülkenin ekonomik yapısı ve kalkınma düzeyi arasında yakınsama (convergence) derecesi arttığı zaman meydana gelmektedir. 1990'ların ortalarından bu yana pek çok endüstrileşmiş ülke örneğin ABD, İngiltere vb. bu düzeye erişmiştir. Gerçekten bu ülkeler hem en büyük DYY kaynağı hem de en büyük DYY alıcısıdır.

Özetle Dunning'in yaklaşımı sahiplik, lokasyon ve içselleştirme avantajları bakımından DYY faaliyetinin kim tarafından, nerede ve niçin yapıldığını analiz etmeye çalışmaktadır. Sahiplik avantajı firmaya özgü olup firmanın dışarıda yatırım yapabilmesini mümkün kılar. Lokasyon avantajı, bir ülkeye özgü olup üretim yerinin seçimini gerektirir. İçselleştirme avantajı ise, dış üretimin piyasalar aracılığıyla mı (örneğin lisans verme gibi) yoksa hiyerarşi ile mi (DYY) yapılacağını belirler.

Çizelge 4.1. DYY tiplerine göre OLI avantajları ve uluslararası üretimi belirleyen faktörler

Uluslararası üretim tipi	Firmaya özgü/sahiplik avantajları (ÇUŞ faaliyetinin nedenleri)	Lokasyona özgü avantajlar (Üretimin yeri)	İçselleştirme avantajları (Katılmanın şekli)	ÇUŞ'ların stratejik amaçları	ÇUŞ'ların tercih ettiği sektörler
Kaynak arayan DYY	Sermaye, teknoloji, piyasalara erişim, tamamlayıcı varlıklar, ölçek ve anlaşma gücü	Doğal kaynaklara sahiplik, ulaşım ve iletişim, altyapısının bulunması, vergi ve diğer avantajlar	Doğru fiyatlarla arz istikrarını sağlamak, piyasaların kontrolü	Rakipleri karşısında kaynaklara erişme ayrıcalığı elde etmek	(a) petrol, bakır, boksit, muz, hindistan cevizi, kakao ve oteller. (b) ihracata dönük işlemler, emek yoğun mal veya işlemler
Piyasa arayan DYY	Sermaye, teknoloji, bilgi, yönetim, organizasyon yeteneği, Ar-Ge ve diğer kapasiteler, ölçek ekonomileri, markaya bağlılık sağlama yeteneği	Hammadde ve işgücü maliyetleri, piyasa büyüklüğü ve özellikleri, hükümet politikaları (düzenlemeler, ithal kontrolleri, yatırım teşvikleri vb.)	İşlem ve bilgi maliyetlerini azaltma isteği, alıcı bilgisizliği veya belirsizlikleri, mülkiyet haklarının korunması	Mevcut piyasalarını korumak, rakiplerinin davranışlarına karşı koymak, rakiplerinin veya potansiyel rakiplerinin yeni piyasalar elde etmesini engellemek	Bilgisayar, ilaç sanayi, otomotiv, sigara, işlenmiş gıdalar, havayolu hizmetleri
Etkinlik arayan DYY (a) ürünler için, (b) üretim süreçleri için	Yukarıdakilere ek olarak, piyasalara erişim, kapsam ekonomileri, coğrafi çeşitlendirme, girdilerin uluslararası temini	(a) mal uzmanlaşması ve konsantrasyonundan kaynaklanan ekonomiler (b) düşük işgücü maliyetleri, evsahibi ülkenin yerel üretimi teşvik etmesi	(a) ortak yönetim ekonomilerinden sağlayan kazançlar (b) dikey bütünleşme ve yatay çeşitlendirme	Küresel veya bölgesel mal rasyonalizasyonu, üretim sürecinde uzmanlaşmadan avantaj sağlama	(a) otomotiv, elektrikli cihazlar, iş hizmetleri, bazı Ar-Ge'ler (b) tüketici elektronik, tekstil, giyim, kameralar ve ilaç sanayi
Stratejik varlık arayan DYY	Sinerji fırsatı yaratacak yukarıdaki varlıkların hepsi	Firmanın eksik olduğu varlıklarda, piyasalarda ve teknolojiye yukarıdakilerin hepsi	Ortak yönetim ekonomileri, rekabetçi veya stratejik avantajların iyileştirilmesi, riskleri yaymak veya azaltmak	Küresel yenilikçiliği veya mal kuvvetlendirmek, yeni üretim hatta veya piyasalar kazanmak	Yüksek oranda sabit maliyeti olan ve sinerji ve ölçek ekonomileri sağlayan endüstriler
Ticaret ve dağıtım (ihracat ve ithalat)	Piyasalara erişme, malların dağıtımı	Girdi kaynakları ve yerel piyasalar, tüketicilere yakın olma ihtiyacı, satış sonrası servisler vb.	Girdi kalitesini koruma ihtiyacı, satış yerleri sağlama ihtiyacı, yabancı acentaların yanlış sunumu veya düşük performansından kaçınmak	Yeni piyasalara girmek, Küresel veya bölgesel pazarlama stratejisinin parçası olma	Özellikle taşıeron ve tüketici ile temas gerektiren çeşitli mallar
Destek hizmetleri	Ana ülkedeki müşterilerin deneyimi	Lider müşterilerin olduğu piyasaların mevcudiyeti	Yukarıdaki çeşitli kategoriler	Küresel veya bölgesel üretimin parçası olma veya coğrafi çeşitlendirme	(a) muhasebecilik, reklamcılık, bankacılık, üretici hizmetleri (b) mekansal bağlantının zorunlu olduğu sektörler (havayolu, ulaştırma vb.)

Kaynak: Dunning (1988:30, 1993:82-83)

Eklektik paradigma ÇUŞ'ların DYY faaliyetlerini açıklamakta en geçerli ve en çok kullanılan teori olmakla birlikte, bir çok eleştiriyi almaktan kurtulamamıştır (Dunning, 1988:42-51; 2001:176-180). Bunlardan biri, paradigmanın tanımladığı OLI avantajları o kadar çok sayıdadır ki, onların tahmin değeri hemen hemen sıfırdır. İkincisi, paradigmayı oluşturan OLI değişkeni birbirinden bağımsızdır. Üçüncüsü, paradigma firmaların stratejik tepkilerine yeterince izin vermediği için statik bir yaklaşımdır. Dördüncüsü, Aliber tarafından ileri sürülen paradigmanın farklı para birimlerinin gücünden kaynaklanan piyasa aksaklıklarını içermediğidir. Sonucusu ise Kojima tarafından ileri sürülen, eklektik paradigmanın diğer teoriler gibi DYY konusuna tümüyle mikro ekonomik perspektiften yaklaştığı iddiasıdır.

Bu araştırma coğrafi bir perspektif benimsediğinden dolayı, esas olarak mekanla ilişkili avantajlarla ilgilenmektedir. Bu avantajlar (ana ülke firmasının sahip olduğu) firmaya özgü/sahiplik avantajları ile (ev sahibi ülkenin sahip olduğu) lokasyon avantajlarıdır. İçselleştirme avantajları her bir firma için hayati olmakla birlikte, çalışma tek tek firmaları değil makro düzeyde Türkiye'nin toplam firma sayısını esas aldığı için bu araştırma açısından önemli değildir.

İçselleştirme avantajlarının araştırmada sınırlı düzeyde ele alınması iki nedenden dolayı sorun değildir. Biri, firmanın içselleştirme ve sahiplik avantajlarını o kadar iç içe geçmiştir ki, onları ayrı düşünmek olanaklı değildir. Çünkü, sahiplik avantajı içselleştirme olmadan gerçekleştirilemez. İkincisi, bu çalışma hali hazırda Türkiye'ye yapılmış DYY üzerine odaklandığı için, spesifik derecede içselleştirme, ülkeye yatırım yapan tüm firmalar için önsel (a priori) olarak zaten ifade edilmiştir.

Çizelge 4.1 hem OLI avantajlarının her birinin temel özelliklerini sıralamakta hem de onların her bir DYY (uluslararası üretim) tipine göre nasıl farklılaştığını ortaya koymaktadır. Çizelgede belirtilen sahiplik avantajları firma için mevcut olan donanımları ve varlıkları göstermektedir. Eğer onlar firma için dışsal ise, ev sahibi ülkenin lokasyona özgü avantajları ile birlikte onlardan yararlanmak için satış veya kiralama yoluyla kârlı şekilde içselleştirilmek zorundadır. Sahiplik avantajları DYY'yi açıklamak için ana ülkenin makro ekonomik değişkenleri olarak ölçülmektedir. Sahiplik avantajı içselleştirildikten sonra firma yönetiminin onları kârlı olarak gördüğü her yer de kullanılabilir.

Firmaya özgü avantajların tersine, lokasyona özgü avantajlar mekansal olarak sabittir. Bu iki avantaj sistemi arasındaki ana ayrımı belirlemektedir. Bu farklılığın ötesinde sahiplik ve lokasyon avantajları arasındaki ilişki komplekstir. Firma bir ülkede tesis açmak suretiyle lokasyona özgü avantajları gerçekleştirdikten sonra, başka bir yerde firmaya özgü sahiplik avantajı olarak bu avantajı içselleştirebilir.

Lokasyon avantajları bakımından Dunning eklektik paradigmasını biri 1980 yılında diğer 1987 yılında olmak üzere iki kez teste tabi tuttu ve paradigmanın DYY lokasyonu ile ilgili araştırmalarda son derece yararlı bir çerçeve sunduğunu ortaya koydu (Dunning, 1980, 1987). 1980 yılında ABD ÇUŞ'larının yedi ÷lkedeki üretim lokasyonlarını belirleyen faktörlerin araştırıldığı ilk araştırmada, vasıflı isgücü (sahiplik avantajı), piyasa büyüklüğü, ihracat payı ve ücretlerin (lokasyona özgü avantajlar) üretimin yerini belirleyen en önemli unsurlar olduğu tesbit edildi. 1987'deki çalışmasında ise yazar, ÇUŞ'ların ofis lokasyonu tercihlerini belirleyen faktörleri araştırdı ve piyasa büyüklüğü ile nitelikli isgücünün varlığının esas belirleyici olduğu ortaya koydu.

İşte bir ÇUŞ'un veya yabancı sermayeli firmanın lokasyon kararıyla ilgili davranışını anlamada eklektik paradigma özellikle coğrafyacılara son derece faydalı genel bir çerçeve sunmaktadır (Berry vd., 1997:278; Dicken, 1998:184,188; Dunning, 1988:9,268,317; 1993:1,68,76; Hanink, 1994:222-223). Çünkü paradigma, hem yatırımı yapacak firmaya ait mekansal avantajları ve/veya belirleyicileri açıklamakta hem de yatırımı alacak ÷lkenin sahip olduğu mekansal avantajları/belirleyicileri ortaya koymaktadır. Böylece paradigma, bir taraftan iktisat ve işletmeciler tarafından kullanılan endüstriyel organizasyon, firma ve dış ticaret teorilerine ait unsurları içermekte, diğer taraftan coğrafyacılara, bölge bilimciler ve bölgesel iktisatçılar tarafından kullanılan lokasyon teorisinin unsurlarını içermektedir. İşte bu özellikler paradigmanın mekansal araştırmalar tarafından benimsenmesine ve DYY konusunda yürütülecek araştırmalarda *temel teorik çerçeve* olarak kullanılmasına yol açmıştır.

Gerçekten Dunning, ÇUŞ'ların DYY faaliyetlerini açıklamaya çalışan teoriler içerisinde coğrafyanın ve/veya lokasyonun önemini en iyi anlayan ve onu teorisinin içerisine yerleştiren ilk bilim insanıdır. Her ne kadar ilk kez Ürünün Yaşam Dönemleri Teorisi'nde Vernon, ve İçselleştirme Teorisi'nde Buckley ve Casson, ÇUŞ faaliyetlerinin açıklanmasında lokasyonu örtük şekilde de olsa göz önünde bulundurmuş ise de, Dunning OLI paradigması ile mekansal perspektifi ilk kez açık şekilde benimseyerek DYY teorisinin içine yerleştirmiştir. Ayrıca yazar son zamanlarda yazdığı başka bir makale ile (Bkz. Dunning, 1998) değişen uluslararası koşulları dikkate alarak lokasyonla ilgili düşüncelerini daha da geliştirmiştir.

Bununla birlikte son yıllarda McCann ve Mudambi (2004) tarafından yayımlanan bir makale, OLI yani eklektik paradigmanın ÇUŞ'ların mekansal davranışlarını ve lokasyon seçimlerini açıklamada artık uygun bir yaklaşım olmadığını ileri sürmektedir. Çalışma buna gerekçe olarak, ÇUŞ'ların organizasyon yapısında ve DYY'nin küresel ve kurumsal çevresinde büyük değişmelerin meydana gelmesini göstermektedir. Makale, bölgesel iktisat ve ekonomik coğrafya geleneği içerisinde yer alan ortadoks lokasyon teorisinin ÇUŞ'ların mekansal yönlerinin ele alınması açısından büyük ölçüde uygun olmadığını iddia

etmektedir. Ayrıca makale, bölgesel iktisat ve ekonomik coğrafya geleneği içerisinde yer alan ortadoks lokasyon teorisinin uluslararası iş ekonomistleri ve işletmeciler tarafından hemen hemen tümüyle göz ardı edildiğini, bunların gerçek lokasyon teorisi yerine basitçe Porter'in kümelenme kavramını ÇUŞ'ların lokasyon seçimlerinin açıklamasında kullandıklarını belirtmektedir. Son olarak çalışma, bölgesel iktisat ve ekonomik coğrafya geleneği içerisinde yer alan ortadoks lokasyon teorisinin mevcut hali ile ÇUŞ'ların lokasyon seçimine uygulanmasının çok sınırlı kaldığını, bu nedenle ya teoriye yeni eklemelerin yapılması ya da ÇUŞ'ların kompleks lokasyon davranışlarını açıklayacak daha farklı, daha sofistike teorilerin geliştirilmesi gerektiğini önermektedir.

Ünlü (bölgesel) iktisatçı McCann ile coğrafyacı Mudambi tarafından ileri sürülen yukarıdaki görüşler bir çok bakımdan doğru ve geçerli olmakla birlikte, çok yakın zamanlarda ortaya konulmuş olması nedeniyle, henüz diğer teorilerle bütünleştirilmemiş veya yeni bir yaklaşımın doğmasına yol açmamıştır. Ancak makale, ÇUŞ'ların lokasyon davranışları üzerine çalışan tüm tarafları harekete geçirecek bir çok yeni ve ufuk açıcı düşünceyi gündeme getirmeyi başarmıştır.

4.3. Lokasyon Teorisi

ÇUŞ'ların lokasyon kararı ya da DYY'nin lokasyon seçimi ile ilgili çalışmalar iki farklı teorik bakış açısı kullanılarak, iki ayrı ölçekte yürütülmektedir:

- (1) Eklektik paradigma perspektifinden ülkeler *arasındaki* lokasyon seçimi,
- (2) Lokasyon teorisi perspektifinden ülke *içindeki* lokasyon seçimi.

DYY lokasyonu ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunluğu ilk yolu izledi ve genellikle de işletme ve iktisatçılar tarafından yapıldı (Bkz. Vernon, 1966, 1974; Buckley ve Casson, 1976; Dunning, 1977, 1980, 1988; Braunerhjelm ve Ekholm, 1998; Mucchielli, 1998; Dunning ve Mucchielli, 2001; Mucchielli ve Mayer, 2004; Cantwell, 2004). Bu çalışmalar ÇUŞ'ların lokasyon seçimini Dunning'in *eklektik paradigmasını* kullanarak analiz ettiler (McCann ve Mudambi, 2004:491; Mudambi, 2002:263). Eklektik paradigmanın DYY lokasyonu çalışmalarında ne kadar kullanışlı olduğunu yukarıda belirtmiştik. Ancak eklektik paradigma DYY lokasyonuna *makro düzeyde* yani *ulusal ölçekte* yaklaşmaktadır (McCann ve Mudambi, 2005:1857). Bunun anlamı, bir firma yatırım kararı verirken kendi amaç ve stratejisine uygun olarak bir çok ülke veya lokasyon arasından kendisine en uygun, en avantajlı ve en çekici gelen ülkeyi seçmektedir. Şüphesiz firmanın bu kararı vermesi o ülkenin sunduğu kaynaklar ve sahip olduğu avantajlarla ilgilidir. Görülüyor ki eklektik paradigmayı kullanarak ÇUŞ'ların coğrafi boyutunu analiz etmeye çalışan uluslararası işletme ve iktisat literatürü, lokasyon seçimini sadece ülkeler arasında bir tercih yapma olayına indirgeyerek ele almaktadır.

Kuşkusuz ÇUŞ'ların hangi ülkeyi yatırım yeri olarak seçeceği son derece önemli olmakla birlikte, bu, işin sadece bir boyutunu oluşturmaktadır. Konunun ikinci ve çok daha az araştırılmış boyutu ise mikro düzeyde yani ulus altı ölçekte meseleye yaklaşımdır. Bir başka ifade ile ÇUŞ'ların ülke içindeki lokasyonu seçimi ve onu belirleyen faktörler ve koşullar en az ülke seçimi kadar önemlidir.⁵⁴ Oysa bu boyut hem işletme hem de iktisatçılar tarafından tümüyle göz ardı edilmiştir (McCann ve Mudambi, 2005:1857). Halbuki bir firma bir ülkeyi yatırım yeri olarak seçtikten sonra, o ülke içinde "nereye" yatırım yapacağını belirlemek zorundadır. Böylece firmalar ülkeyi seçtikten sonra sırasıyla önce ülke içindeki bölgeyi, daha sonra ili veya kenti ve en son olarak da kent/kasaba içindeki arazi parselini seçmek şeklinde bir dizi lokasyon seçim kararı vermektedir. İster yerli firmalar, isterse ÇUŞ'lar tarafından yapılsın, bir ülke içinde yer seçimini araştırılan tüm çalışmalar sadece *ekonomik coğrafyacılar ve bölgesel iktisatçılar* tarafından ele alınmaktadır (McCann ve Mudambi, 2005:1857). Ülke altı ölçekte firmaların lokasyon seçme davranışına odaklanan bu tip çalışmalar *lokasyon teorisine* başvurularak ele alınmaktadır. Zaten lokasyon teorisinin bu çalışmanın teorik temellerinden birini oluşturmasının nedeni de budur. İşte hem eklektik paradigmanın eksik kaldığı alanı (yani ülke/bölge/kent içinde DYY lokasyonunu belirleyen şartları) tamamlamak, hem de ampirik olarak defalarca test edilmiş çalışmalardan hareketle ülke içinde lokasyon şartlarını belirleyen faktörleri ortaya koymak amacıyla lokasyon teorisinin açıklanması gerekmektedir.

Lokasyon teorisi çok uzun bir geçmişe sahiptir. Bu teori ekonomik coğrafya ve bölgesel iktisatın temellerini oluşturmaktadır (Gorter ve Nijkamp, 2001:9014). Lokasyon teorisi iktisatçılar ve coğrafyacılar üzerinde öyle büyük bir yankı yaratmıştır ki, *bölge bilim* denilen yeni bir bilim dalının doğmasına dahi yol açmıştır (Barnes, 2000; Isserman, 2001). Teori en öz şekli ile ekonomik faaliyetlerin *nerede* yer aldığı ile ilgilenir. Ayrıca teori, bir taraftan ekonomik kararların coğrafi boyutunu açıklarken diğer taraftan hem firma hem de hanehalkının⁵⁵ davranışlarını analiz etmektedir. Böylece lokasyon analizinde nerede sorusu, mekan (space) ve yer (place) hayati öneme sahiptir. Lokasyon teorisinin açıklamaya çalıştığı ana sorusu, bir firma veya hanehalkı/bireyin bir lokasyonu seçmesini sağlayan temel faktörler/motivasyonlar nelerdir? Lokasyon kararının/seçimin toplumsal, ekonomik, kültürel, siyasal ve mekansal sonuçları ve uygulamaları hangisidir? Böylece teori sadece firmaların değil aynı zamanda bireylerin/hanehalklarının hatta

⁵⁴ Daha ayrıntılı açıklamalar için bkz. Bölüm I, Green ve McNaughton (1995), McCann ve Mudambi (2004, 2005).

⁵⁵ Bu çalışmanın amacı gereği sadece firmaların lokasyon davranışlarını ele alan teoriler incelemeye tabi tutulmuş, hanehalkı/bireylerin lokasyon seçimi ile ilgili teoriler göz ardı edilmiştir. Oysa literatürde hane halklarının lokasyon seçimi ve karar verme davranışları en az firmalar kadar araştırılmış ve bununla ilgili çeşitli teoriler ortaya konulmuştur. Temelde Alonso'nun (1964a) şehir içi lokasyon teorisi ile Muth, Mills ve Evans tarafından geliştirilen dizi model üzerine oturan bu teoriler, özellikle konut/iskan alanlarının seçimi (residential location) ve işe gidiş-geliş (commuting) zamanlarına göre ev ve işyerinin seçimi üzerine yoğunlaşmıştır.

devletin/kamunun yer seçim davranışları ve bunların sonuçları ile uğraşmaktadır (Gertler, 2000b:460-461; Gorter ve Nijkamp, 2001:9014).

Lokasyon teorisi esas olarak neoklasik mikro ekonomi geleneği içinde gelişme göstermiştir. Genel olarak teoriye iktisatçılar kuramsal, coğrafyacılar ise ampirik katkı yapmışlardır (Smith, 1981). Ancak teoriye en büyük kuramsal katkı Alman iktisat ve coğrafyacıları tarafından yapılmıştır. Anglo-Sakson geleneği ise Alman orijin üzerine kurumsal düzeyde bazı eklemeler inşa ederek teoriyi pek çok ampirik çalışma ile test etmiştir (Barnes, 2003).

Lokasyon teorisi, üç büyük klasik kurucusunun çalışmalarına dayanmaktadır (Fujita vd., 1999:26). Bunlardan ilki, tarımsal lokasyon teorisinin temellerini atan Von Thünen geleneğidir. Diğeri, endüstriyel lokasyon teorisini ortaya koyan Alfred Weber'in geleneğidir. Sonucusu ise bir piyasa merkezi olarak şehirlerin/yerleşmelerin lokasyonunu açıklamaya çalışan Christaller-Lösch geleneğidir.

İktisadi olayların mekansal yönünü ele alan klasik lokasyon teorisinin kökeni, bir Alman arazi sahibi olan J. H. von Thünen'in 1826 yılında yayımladığı eserine kadar geri gitmektedir (Von Thünen, 1966). Lokasyon teorisinin *kurucusu* olan Von Thünen'in ortaya koyduğu "*tarımsal arazi kullanım modeli/teorisi*" dünyanın ilk coğrafi teorisi/modeli olarak da anılmaktadır. Bu çalışma hem iktisadi hem de coğrafi düşünceye çok büyük bir etki ve katkı yapmıştır (Dicken ve Lloyd, 1990:53; Wheeler vd., 1998:305). Von Thünen'in çalışması, tarımsal üretim/çitfcilik için en uygun lokasyonun nerede bulunduğu sorusunun cevabını aramaktaydı. Thünen, merkezi bir şehrin etrafında gelişen tarımsal arazi kullanımının özelliklerini, coğrafi mesafe, ulaşım maliyetleri ve arazi fiyatlarını göz önüne alarak açıklamaya çalışmıştır. Thünen analizinin sonucunda tarımsal üretimin ve arazi kullanımının mekansal düzeninin merkezi bir şehirden (yani piyasadan) çevreye doğru bir dizi dairesel halkalar şeklinde gelişme gösterdiğini ortaya koymuştur. Piyasa merkezinden/şehirden uzaklık arttıkça arazinin değeri azalmaktadır. Arazi değeri ve arazi kullanımı, üretim maliyeti, ulaşım maliyeti ve tarımsal ürünlerin fiyatındaki değişikliğe bağlı olarak değişmektedir. Thünen'in çalışması daha sonra hem *tarımsal lokasyon teorisinin* (Bkz. Dunn, 1954; Kellerman, 1989) hem de kentin içindeki arazi kullanımının ve değerininin farklılaşmasını esas alan modern şehrsel lokasyon teorisinin (Bkz. Alonso, 1964a) temellerini oluşturmuştur. Alonso (1964a), Von Thünen'in arazi kullanım modelini modern şehirlere uyarlayarak kent içinde firmaların ve hanehalklarının/bireylerin lokasyon tercihini açıklayan yeni bir *şehiriçi/şehrsel lokasyon teorisi* geliştirmiştir.

Lokasyon teorisinin en büyük ve en önemli parçası 1909 yılında Alfred Weber tarafından ortaya konulan "*endüstriyel lokasyon teorisi*"dir. Bu teori, sanayi faaliyetleriyle uğraşan firmaların en uygun lokasyonu ne gibi faktörler ışığında seçeceği sorusuna yanıt aramaktadır. Teorinin temel amacı, bir fabrika/tesis için en optimum lokasyonu

belirlemektir. Weber'in teorisi hem iktisatçılar hem de coğrafyacılar üzerinde öyle büyük bir yankı yaratmıştır ki, tüm 20. yüzyıl boyunca ve halen tartışılmaya devam etmektedir (Bkz McCann ve Sheppard, 2003). Bununla birlikte Weber modeli, daha sonra Palander (1935), Hoover (1948), Lösch (1940), Isard (1956), Greenhut (1956), Smith (1966, 1981) ve Weber (1972) tarafından çeşitli eleştiri, düzeltme, ekleme ve yeniliklere uğramıştır. Diğerlerinden farklı olarak Isard (1954) Von Thünen, Weber, Christaller ve Lösch gibi lokasyon teorisi öncülerinin çalışmalarını bir araya getirerek genel bir lokasyon teorisi inşa etmeye çalışmıştır. Ancak o da esas vurguyu sanayi faaliyetleri üzerine yapmıştır (Smith, 1981:101; Isserman, 2001:12933).

Lokasyon teorisi içinde gelişen üçüncü önemli teorik yaklaşım, Alman coğrafyacı Christaller tarafından 1933 yılında ortaya atılan "*merkezi yer teorisi*"dir (central place theory). Christaller (1966) çalışmasında şehirsiz yerleşmelerin sayısını, büyüklüğünü ve dağılışını yöneten kuralların nasıl belirlendiği sorusuna cevap aramaktaydı. Ona göre merkezi yerlerin dağılışı, onların çevresindeki alana hizmet etme başarısı tarafından belirlenmektedir. Piyasa merkezi olarak yerleşmelerin lokasyonunu açıklamaya çalışan bu teori, esas olarak merkezi yerler olarak adlandırılan yerleşmelerin (şehirlere ve kasabaların) mekan üzerindeki sayısını, büyüklüğünü ve dağılışını mal ve hizmetlerin bulunması ve onların merkezi bir yerden temini ilkesine dayalı olarak açıklamaya çalışmaktadır. Christallerin merkezi yer teorisi görüşü, daha sonra Alman bölgesel iktisatçı Lösch tarafından genişletilerek yeniden formüle edilmiştir (Lösch, 1954). Lösch bir yandan teorinin altında yatan ekonomik mantığı açıkça ortaya koyarken, diğer yandan teoriyi tarımsal ve endüstriyel lokasyon teorisi ile bütünleştirmeye çalışmıştır (Wheeler vd., 1998:158). Lösch'ün lokasyon teorisine en büyük katkısı, Weber'in arz yanlı en düşük maliyetli lokasyon yaklaşımının tersine, talep yanlı pazar alanını dikkate alan en yüksek kârlı lokasyon yaklaşımını getirmesidir (Smith, 1981:85).

Lokasyon teorisi tarihsel olarak, esasında yerli firmaların lokasyon davranışlarını analiz ederek gelişmesini sürdürmüştür. Bu nedenle teori temelde yerli ve yabancı firma ayrımı yapmamaktadır. Gerçekten mikro ekonomik yaklaşımla firma düzeyinde bir analiz yapıldığında, yerli bir firma, üretim yerini seçerken hangi faktörleri esas alıyorsa yabancı firmalar da aşağı-yukarı aynı faktörleri göz önüne almaktadır. İster yabancı isterse yerli firma tarafından yapılsın, temel lokasyon seçim güdüsü aynı olduğu için, yerli firmalar için oluşturulmuş lokasyon teorisi modelleri yabancı firmalara ya da ÇUŞ'lara uygulanabilir (Hanink, 1997:263). Nitekim ÇUŞ'ların ülke içindeki lokasyon seçimini inceleyen hemen tüm çalışmalar, lokasyon teorisi bağlamında araştırmalarını yürütmüşlerdir. Bu durum

lokasyon teorisinin DYY'nin lokasyon seçimine uygulanabileceğini açıkça ortaya koymaktadır.⁵⁶

Lokasyon teorisi yukarıda da açıklandığı gibi sistematik yani konusal ve sektörel bakımdan, tarımsal lokasyon teorisi, endüstriyel lokasyon teorisi ve şehirselle lokasyon teorisi şeklinde üç gruba ayrılabilir. Lokasyon teorisini felsefi, metodolojik ve/veya teorik bakımdan da sınıflandırılmak mümkündür. Bu lokasyon teorisi, (1) pozitivist/neoklasik lokasyon teorisi, (2) davranışsal lokasyon teorisi ve (3) yapısalci lokasyon teori olarak üç kısma ayrılmaktadır. Bu çalışmada araştırmanın amacı ve literatürdeki yaygın kullanımı bakımından felsefi/metodolojik ayrıma göre yapılan sınıflama kullanılarak lokasyon teorisi ana hatları ile açıklanmaktadır. Aşağıda yapılacak açıklamalarda vurgu, firma özellikle de sanayi faaliyeti ile uğraşan firmalar üzerinedir. Bununla birlikte hizmet ve tarımsal faaliyetle uğraşan firmalarda ister istemez zaman zaman analize dahil edilmektedir.

4.3.1. Neoklasik Lokasyon Teorisi

Pozitivist felsefe içinde gelişen neoklasik lokasyon teorisi gerek bölgesel iktisatçılar tarafından (Bkz. Moses, 1958; Alonso, 1964b, 1967; Beckmann, 1968; Beckmann ve Thisse, 1986; McCann ve Sheppard, 2003), gerekse coğrafyacılar tarafından yapılan (Bkz. Rawstron, 1958; Smith, 1966, 1981, 1987, 2000a, 2000b; Hamilton, 1967; Birkin ve Wilson, 1986; Gregory, 1981; Gertler, 2000b) çok sayıda çalışma ile zenginleştirilmiştir.⁵⁷ Genel olarak neoklasik lokasyon çalışmaları iki farklı geleneğe bağlı olarak analiz edilmektedir. Bununla birlikte iki farklı analizi birleştirmeye çalışan üçüncü bir gelenek ayırt etmek de mümkündür.

Birincisi, Launhardt'dan ilham alan ancak Weber geleneğini izleyen *en az maliyet* veya *maliyeti minimize etme* yaklaşımıdır. Bu yaklaşım daha sonra Palander ve Hoover tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşım, talep faktörünü sabit tutarak, firma için en az maliyetli lokasyonu belirlemeyi amaçlamaktadır. Yaklaşımın odağı, üretim maliyetleri yani arz üzerinedir. Örtük şekilde de olsa tam rekabet şartları varsayımı söz konusudur.

⁵⁶ Bununla birlikte McCann ve Mudambi (2004) tarafından yayımlanan çok yeni bir makale, lokasyon teorisinin mevcut hali ile ÇUŞ'ların lokasyon seçimine uygulanmasının çok sınırlı kaldığını, bu nedenle ya teoriye yeni eklemelerin yapılması ya da ÇUŞ'ların kompleks lokasyon davranışlarını açıklayacak daha farklı, daha sofistike teorilerin geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

⁵⁷ Lokasyon teorisi (kuruluş yeri, yer seçimi ya da yerleşim teorisi) ne yazık ki şu ana kadar Türkçe literatürde sadece bir kaç çalışma tarafından ele alınmıştır (Bkz. Çakıcı, 1968; Gürsel, 1972; Müftüoğlu, 1983; Tekeli vd., 1991; Dinler, 1994; Arslan, 1997; Tümertekin ve Özgüç, 1998). Oysa Batıda coğrafi düşüncede ve bölgesel iktisatta adeta devrim yaratan ve çok sayıda ampirik araştırmaya konu olan lokasyon teorisi, Türkiye'de hem teorik hem de ampirik düzeyde büyük ölçüde ihmal edilmiştir. Bununla birlikte Türkiye'de iktisadi olayların lokasyonu meselesini ampirik düzeyde ele alan çeşitli araştırmalar yapılmıştır.

İkincisi, *kârı maksimize etme veya pazar alanı* yaklaşımıdır. Birinci yaklaşımın zayıflıklarını bertaraf etmek için geliştirilen bu yaklaşım, esas olarak Lössch'ün çalışmasına dayanmaktadır. Ancak Hotelling ve Palander tarafından yapılan pazar alanı analizi ile Christaller'in dağıtım maliyetlerine odaklanmış, temelde hizmet faaliyetlerinin lokasyonunu açıklayan merkezi yer teorisi bu yaklaşıma büyük katkı yapmıştır. Bu yaklaşım arz faktörünü sabit tutarak, firma için en kârlı lokasyonu belirlemeyi amaçlamaktadır. Kârı maksimize etme yaklaşımı tüm firmaların aynı üretim maliyetlerine sahip olduğunu varsaymakta yani maliyetlerdeki mekansal farklılıkları göz ardı etmekte, buna karşın talepteki mekansal farklılıkları kabul etmektedir. Bu yaklaşıma göre bir tesisin lokasyonu, firmaların lokasyon seçimi bakımından birbirine bağımlı olması (yani rakiplerin davranışlarını izleme) ile talebin bir lokasyondan diğerine farklılık göstermesinin bir sonucudur. Yaklaşımın odağı piyasa talebi ve firmaların pazar alanı üzerinedir. Bu yaklaşım da örtük şekilde de olsa eksik rekabet şartları varsayımı söz konusudur.

Son gelenek ise Weber'in en az maliyetli lokasyon yaklaşımı ile Lössch'ün en yüksek kazanç ve/veya pazar alanı yaklaşımını bütünleştirerek, tek, birleşik ve genel bir lokasyon teorisi oluşturmaya çalışmıştır. Greenhut, Isard ve Smith tarafından geliştirilen bu yaklaşım daha önceki teorilerin eksikliklerini gidermeye ve onları tek bir çatı altında entegre etmeye girişmiştir.

4.3.1.1. Weber'in En Az Maliyet Teorisi

Her ne kadar endüstriyel lokasyon teorisinin doğumu Weber'in 1909 yılında yayımladığı ünlü çalışmasına dayanmakla birlikte, bu konu ilk kez 1882 yılında yine bir Alman ekonomist olan Launhardt tarafından ele alınmıştır. Launhardt, iki hammadde merkezi ve bir tüketim merkezinden oluşan lokasyon üçgeni üzerinde, firmalar için optimum lokasyonun neresi olduğunu analiz etmiştir. Launhardt'in teorisi ile Weber'in aşağıda, incelenen teorisi arasında bir çok benzer noktalar olmasına rağmen, eseri İngilizceye çevrilmediği için, etkisi Almanya'nın ötesinde çok sınırlı kalmıştır. Oysa Weber'in kitabı 1929 yılında İngilizce'ye çevrilerek literatürde çok geniş kitleler tarafından okunma şansı elde etmiş ve böylece çok büyük bir yankı yaratmıştır (Smith, 1981:69). Bununla birlikte, Launhardt bugün Weber ve Von Thünen'le birlikte neoklasik lokasyon teorisinin üç kurucu üyesinden biri olarak anılmaktadır (Berry vd., 1998:226; McCann ve Sheppard, 2003:651).

Launhardt geleneğini izleyen Weber'in ortaya koyduğu lokasyon teorisi, firmaların kuruluş yeri seçimini en kapsamlı şekilde analiz eden ilk çalışmadır. Weber'in en az maliyet yaklaşımının amacı, firma için en uygun lokasyonu belirlemektir. Ona göre bir firma için en uygun lokasyon, maliyetlerin en düşük olduğu yer idi (Weber, 1929).

Weber gerçek dünyanın karmaşıklığını azaltmak için, tüm diğer teoriler gibi bir takım temel varsayımlar yaparak analizine başlamaktadır. Bunlar;

- Tam rekabet koşulları hakimdir. Hiç bir firma lokasyon tercihinden dolayı monopolistik avantaja sahip olamaz.
- Tüm kararlar ekonomik rasyonaliteye göre verilmektedir.
- Düz ve geniş bir alan söz konusudur.
- Tüketim yerlerinin büyüklüğü ve lokasyonu bellidir.
- Piyasa sadece spesifik yerlerde mevcuttur.
- Hammaddeler sadece belli lokasyonlarda bulunmaktadır.
- İşgücü sadece bir kaç lokasyonda bulunmaktadır. Buralarda da işgücü hareketsizdir ancak her üretim yerinde sınırsız emek arzı vardır.

Weber minimum maliyet lokasyonunu saptamak için üretim sürecinde kullanılan hammaddeleri⁵⁸ veya malzemeleri ya da girdileri sınıflandırmaya tabi tutarak analizine başlamaktadır. Weber'e göre hammaddeler (Dicken ve Lloyd, 1990:86);

(1) *Her yerde bulunan* ve dolayısıyla lokasyonu etkilemeyen girdiler (Ubiquitous materials/inputs).

(2) Sadece belirli yerlerde bulunan ve dolayısıyla lokasyonu etkileyen *yerel girdiler* (localized materials/inputs).

İki tip yerel girdi mevcuttur:

(a) Üretim sürecinden ağırlığından hiç kaybetmeyen veya tümüyle ürüne giren *saf veya net yerel girdiler* (pure localized materials). Mesela iplik, kumaş imalatında kullanılan ve ağırlığını hiç kaybetmeyen bir saf girdi olarak addedilmektedir.

(b) İmalat sırasında ağırlığından kaybeden *saf/net olmayan yerel girdiler* (impure/gross localized materials). Buna en güzel örnek şeker pancarından şeker üretimidir. Hakikaten şekerin üretimi sırasında şeker pancarı 1/8 oranında kayba uğrar.

⁵⁸ Weber'in analizi ve yaşadığı dönem gözönüne alındığında "hammadde" (raw material) ifadesi yerinde bir kullanım olabilir. Ancak günümüzde doğal kaynak işleyen bir kaç sanayi dalı (taş, toprak ve madenlere dayalı sanayiler ile orman ürünleri gibi) dışındaki hemen hemen tüm endüstriler, malzeme/materyal (material) veya girdi (input) kullanmaktadır. Yani çoğu sanayi dalının malzemesi ya da girdisi diğer sanayi dalları tarafından üretilen ara veya nihai mallardır (Laulajani ve Stafford, 1995:17). Dolayısıyla sanayiler artık hammadde değil, daha doğru bir ifade ile malzeme veya girdi kullanmaktadır (Stutz ve de Souza, 1998:353). Gerçekten her geçen gün daha az sanayi hammadde kullanmaktadır (Wheeler vd., 1998:205). Nitekim ABD'de üretim yapan sanayicilerin yaklaşık %80'i yarı işlenmiş hatta tam mamul madde kullanmaktadır (Tümertekin ve Özgüç, 1997:514). Günümüzde ulaşım maliyetlerinin düşmesi, teknolojinin gelişmesi, sanayi mallarının daha kompleks hale gelmesi ve ara malı kullanımının yaygınlaşması gibi çeşitli nedenlerden dolayı hammaddenin lokasyon üzerindeki etkisi son derece azalmıştır (Stutz ve de Souza, 1998:353). Ancak doğal kaynağa dayalı ve birincil sektörde faaliyet gösteren sanayilerde hammaddenin firmaların lokasyonunu belirleyiciliği halen önemli düzeyde devam etmektedir.

Weber bir hammadde indeksi geliştirerek, bu indekse göre tesisin hangi lokasyonda kurulacağını belirlemeye çalışmıştır.

$$\text{Hammadde indeksi-HI} = \frac{\text{hammaddenin ağırlığı}}{\text{ürünün ağırlığı}}$$

Eğer HI > 1 ise, tesis hammadde kaynağında yer alır. Eğer HI < 1 ise, tesis piyasa/pazara yakın yerde kurulacaktır. Böylece Weber'e göre firmalar veya endüstriler en az maliyetli lokasyon için ya hammadde üzerinde ya da pazara yakın yerde kurulurlar.

Weber endüstrinin veya firmanın lokasyonunu üç ana faktörün belirlediğini ifade etmektedir. Bunlardan ilki ve en önemlisi ulaşım maliyetleridir. İkincisi, emek maliyetleri ve sonuncusu, yığılma ekonomileridir. Şimdi sırasıyla bu üç faktörün endüstriyel lokasyon üzerine etkilerini inceleyelim:

Weber'e göre "ulaşım maliyetleri" firmaların lokasyonunu belirleyen en önemli etkidir. Weber'in temel argümanı, bir firma toplam taşıma maliyetlerini en aza indirdiği yerde tesisini kurar. Bu yer/lokasyon, kullanılan hammaddenin niteliği (üretim sürecinde ağırlık kazanması veya kaybetmesi) ve bir yerde bulunup bulunmamasına (yerel hammadde veya her yerde bulunan hammadde) göre hammadde üstünde veya pazarda olabilir. Buna göre ağır hammaddeler veya ağırlığı imalat sürecinde azalan hammaddeler üretim lokasyonunu hammadde kaynağına çekme eğilimindedir. Buna karşılık imalat sürecinde ağırlık kazanan hammaddeler pazarda kurulurlar (Dicken, 1998:76). Bu teori 20. yüzyılın başında geliştirildiği için bu dönemde hakim endüstri ağır sanayi idi. Bu nedenle Weber'in analizinde taşıma maliyeti ilk ve en önemli faktör olarak belirlemektedir (Hayter, 1997:112; McCann ve Sheppard, 2003:652). Weber'e göre, eğer ulaşım maliyetinin mesafeye göre farklılaştığı varsayılırsa, *ceteris paribus*,⁵⁹ ulaşım maliyetinin lokasyon üzerindeki etkisi hammaddenin fiziksel özelliklerine bağlıdır.

Weber, lokasyon üzerindeki ulaşım maliyetlerinin etkisini iki durumda analiz etmektedir (Weber, 1929; Smith, 1981:70-72; Dicken ve Lloyd, 1990:87-92; Berry vd., 1997:223; Hayter, 1997:113-117; Wheeler vd., 1998:216-218).

Durum 1. Tek pazar ve tek hammadde kaynağı (Bkz. Şekil 4.3),

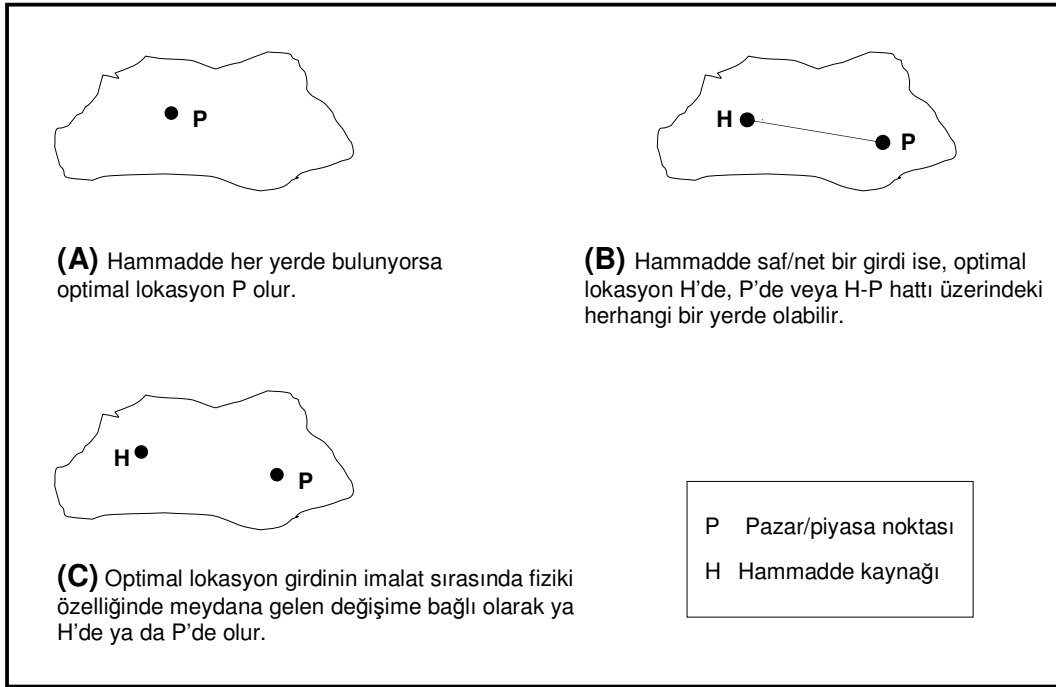
(1) Bu durumda eğer hammadde her yerde bulunuyorsa, firma tesisini *piyasada* kuracaktır. Bu son derece olağandır çünkü, tüketim noktasında yer almak hammaddeyi taşıma maliyetini sınırlamakta, bitmiş ürünün dağıtım maliyetini minimize etmektedir (Şekil 4.3A).

⁵⁹ Ceteris paribus, iktisat teorisinde kullanılan en temel varsayımlardan biridir. Latince bir ifade olan terim, *diğer bütün şeyler/faktörler sabitken/eşitken* (all/other things being equal) anlamına gelir.

(2) Eğer hammadde imalat sürecinden ağırlığından hiç kaybetmeyen saf/net bir girdi ise, tesis *pazar veya hammadde* üzerinde ya da *ikisinin arasındaki* herhangi bir noktada yer seçebilir (Şekil 4.3B).

(3) Eğer hammadde imalat sırasında ağırlığını ya da yükünü veya dayanıksızlığını kaybediyorsa, hammadde tedarik maliyeti üretilmiş malın dağıtım maliyetinden daha önemli veya büyük olacağı için tesis *hammadde* üzerinde kurulacaktır. Ancak tam aksine eğer hammadde imalat sırasında ağırlık ya da yük veya dayanıksızlık kazanıyorsa, tesis *piyasa* üzerinde kurulacaktır. Çünkü üretilmiş malın dağıtım maliyeti hammaddeyi tedarik maliyetinden daha önemli veya daha büyüktür (Şekil 4.3C).

Şekil 4.3. Weberyen ulaşım maliyetleri bakımından hammaddenin niteliğine göre optimal lokasyon

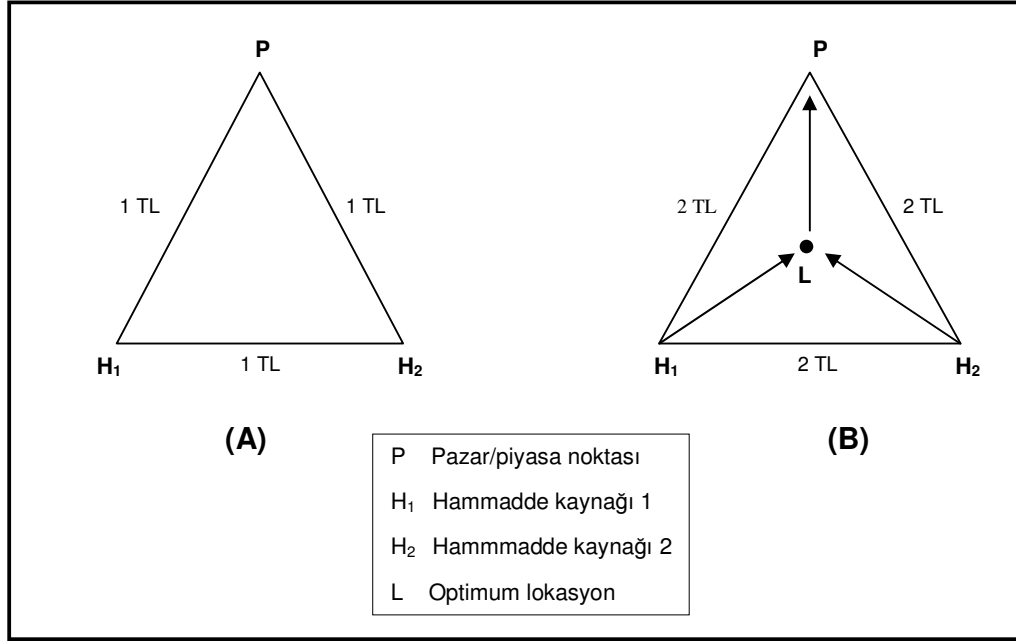


Kaynak: Hayter (1997:113)

Durum 2. Tek pazar ve iki hammadde durumunda (Bkz. Şekil 4.4).

Şekil 4.4A'da görülen lokasyon üçgeninde P (pazar), H_1 ve H_2 ise iki farklı hammadde kaynağını simgelemektedir. Üç nokta arasındaki mesafe aynı olduğu için dolayısıyla taşıma maliyeti de aynıdır (varsayalım 1 TL). Bu durumda firma tesisini nerede kuracak? Bunun cevabı pazarda olmalı. Çünkü toplam 2 TL maliyetle üretim için ihtiyaç duyulan hammaddeler taşınabilir. Eğer tesis varsayalım H_1 veya H_2 noktasında kurulsaydı, toplam taşıma maliyeti 3 TL olurdu. Çünkü H_2 'den H_1 'e taşıma 1 TL, oradan H_2 'nin pazara taşınması 1 TL, ayrıca H_1 'nin pazara taşınması 1 TL. Böylece toplam 3 TL maliyet söz konusu olmaktadır. Oysa pazarda kurulsaydı 2 TL olacaktı.

Şekil 4.4. Weber'in lokasyon üçgeni: Tek pazar ve iki hammadde kaynağı durumunda



Kaynak: Weber (1929), Wheeler vd. (1998:216-217)

Ancak hammadelerin ikisi ağırlığını kaybediyorsa lokasyon farklılaşır (Şekil 4.4B). Varsayalım iki hammadde de ağırlığını %50 kaybediyor ve her birim hammadenin taşıma maliyeti 2 TL. Bu durumda P lokasyon olarak seçilirse, toplam taşıma maliyeti 4 TL olur. Eğer H₁ seçilirse, taşıma maliyeti yine 4 TL olur. Çünkü H₂'den H₁'e 2 TL taşıma maliyeti ve oradan ürünü pazara taşıma hammadde %50 ağırlık kaybettiği için 4TL yerine 2 TL olur ve sonuçta toplam taşıma maliyeti 4 TL olur. Bu durumda ne piyasa ne de hammadde kaynağı minimum maliyet noktası değildir.

Bu durumda L noktası gibi ortada yer alan bir lokasyon en az maliyetli olur. Çünkü gerek P gerekse H₁ ve H₂ noktalarından firmanın tesis kurması durumunda maliyet 4 TL'dir. Oysa firma L noktasından yer alırsa, taşıma maliyeti 3 TL olur. Ek olarak eğer bir hammadde diğerinden daha fazla ağırlık kaybediyorsa, bu durumda üretim için orta lokasyon en fazla ağırlık kaybeden yere doğru kayar.

Ağırlık, hacim veya dayanıklılık kaybeden girdi kullanan endüstrilerde tedarik maliyeti dağıtım maliyetinden daha fazladır. Bu yüzden bu girdilerin kaynağı pazar lokasyonundan daha güçlü çekiciliğe sahiptir. Oysa, ağırlık, hacim veya dayanıklılık kazanan endüstrilerde dağıtım maliyeti tedarik maliyetinden daha önemlidir.

Yukarıdaki açıklamalardan şu çıkarımları yapmak mümkündür. Birincisi, ağırlık yitirmeyen saf hammaddelerin işlendiği endüstriler hiç bir zaman hammaddeye tabi değildir ve bu nedenle bu tip endüstrilerin kuruluşunda yer seçimi diğer faktörlere (emek,

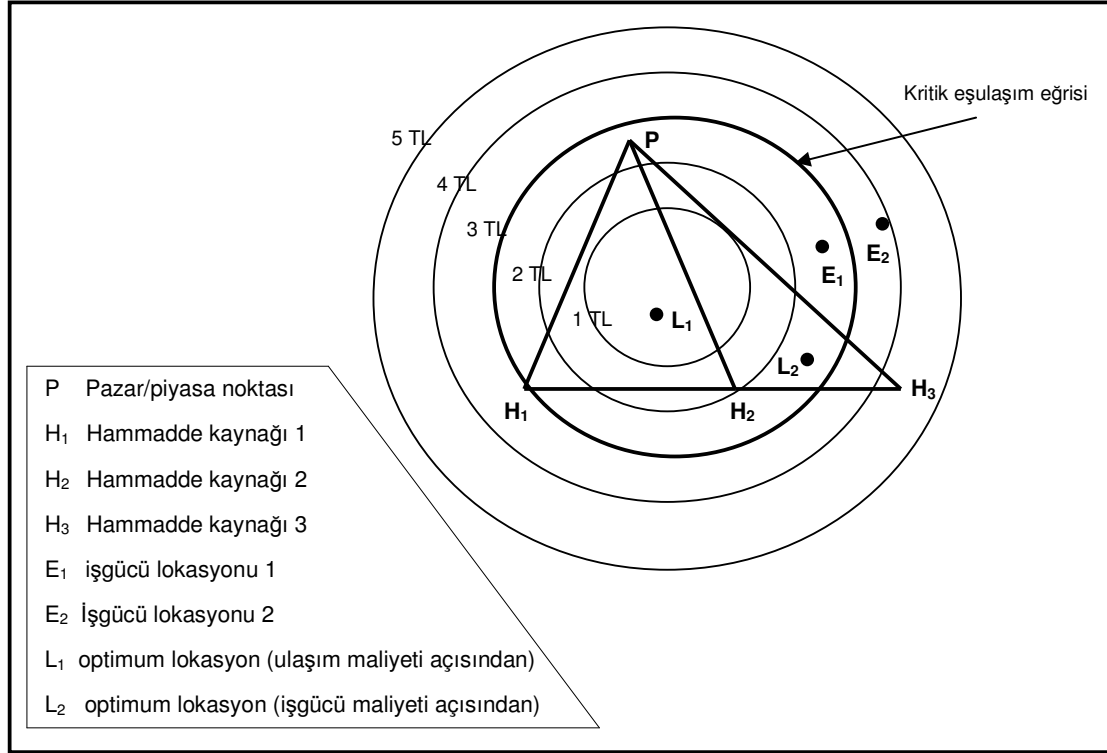
yiğilma ekonomisi) göre yapılmalıdır. İkincisi, büyük orandan ağırlık yitiren girdi kullanan endüstriler hammadde üzerinde kurulmaya eğilimlidir. Pazar ve hammadde arasında orta yeri seçen çok sayıda endüstri pek çok eleştiri almıştır. Bu eleştiriler Weber modelinin orta yeri seçmeye meyilli olduğunu belirtmektedirler. Sonuç olarak Weber'e göre diğer lokasyon faktörleri (emek ve yiğilma ekonomileri) daha güçlü olmadığı müddetce bir firma toplam taşıma maliyetlerini en aza indirdiği yere tesisini kurar (Dicken, 1998:76).

Weber'in analizinde ikinci önemli faktör "emek" maliyetlerinin coğrafi olarak farklılaşmasıdır. Weber işgücünü, tesisi en az maliyetli ulaşım noktasından en düşük maliyetli emek noktasına kaydırabilecek bir unsur olarak görmektedir. Weber'e göre eğer emek maliyetlerinden elde edilen tasarruf, ulaşım maliyetlerini aşarsa, tesis emek noktasında kurulmaya meyledecektir. Weber firmaların hem taşıma hem de işgücü maliyetlerinin en düşük olduğu ve onların kombinasyonu sonucu bir dengenin yakalandığı lokasyona kurulacağını ileri sürmektedir. Weber bu lokasyonu yani en az maliyetli lokasyonu belirlemek için isotim (eş maliyetli taşıma eğrisi) ve isodapane (eş maliyetli toplam taşıma eğrisi) kavramlarına dayalı analize başvurmuştur.

Şekil 4.5'de yer alan L noktası, P noktasında yer alan pazar ile H_1 ve H_2 'nin temsil ettiği hammadde merkezleri göz önüne alındığında, en az maliyetli lokasyonu göstermektedir. L noktasını çevreleyen daireler eşulaşım eğrisi olup, taşıma maliyetlerinin L noktasından uzaklaştıkça nasıl arttığını göstermektedir. E_1 noktası ucuz işgücü kaynağının bulunduğu yer olup bu noktanın kullanımı üretilen malın emek maliyetlerini birim başına 3 TL'lik azaltmaktadır. Bu durumda tesis nereye seçecektir? E_1 noktası L_1 'e 3 TL'lik eşulaşım eğrisinden daha yakın olduğu için, L_1 'den E_1 'e taşınma 3 TL'lik ilave taşıma maliyetinden daha az olur. Böylece toplam maliyet E_1 'de daha düşük olur. Weber taşıma maliyetindeki artışın emek maliyetinden yapılan tasarrufla karşılandığı bu çizgiye "kritik eş ulaşım eğrisi" adını vermiştir. Eğer emeğin ucuz olduğu lokasyon kritik eşulaşım eğrisinin içinde kalırsa, o yer en düşük maliyetli ulaşım lokasyonundan daha kârlı bir lokasyon olur ancak o yer dışında kalırsa (E_2 gibi) L_1 en uygun lokasyon olur.

Minimum emek lokasyonunu bulma daha karmaşık şekilde de tanımlanabilir. Mesela farzedelim firma daha önce uzak olduğu için kullanmadığı H_3 gibi başka bir noktadan da hammadde tedarik etmeye başladı. H_3 noktasında tıpkı H_1 gibi aynı girdi bulunmakta ve tesis E_1 noktasından üretim yapmaktadır. Bu durumda tesis H_3 'ü tercih edecektir. Böylece yeni bir lokasyon üçgeni (H_2 , H_3 ve P) ortaya çıkacak ve yeni üçgene göre yeni bir ulaşım eş maliyet eğrisi çizilmesi gerekecektir. Bu durumda yeni en az maliyetli ulaşım noktası muhtemelen L_2 olacak ve tesis burası daha az maliyetli olduğu için E_1 'den L_2 'ye kayacaktır.

Şekil 4.5. Weber'in eşmaliyetli ulaşım eğrileri analizi çerçevesinde taşıma ve emek faktörlerine göre optimum lokasyon

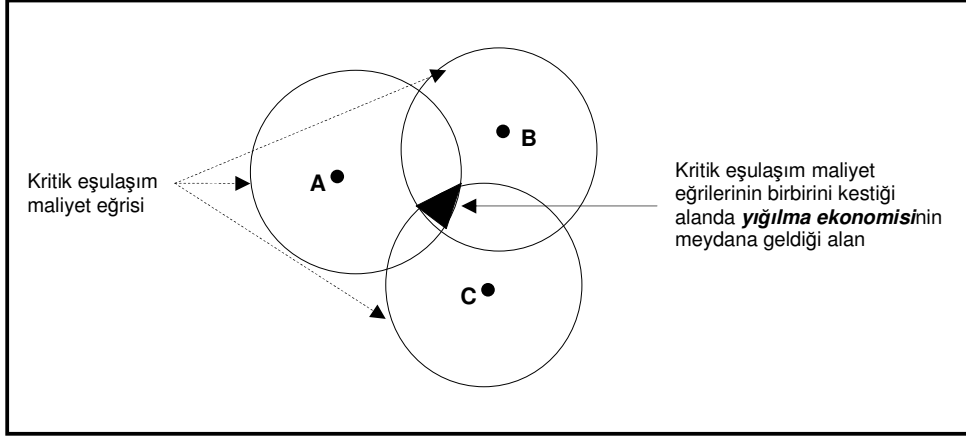


Kaynak: Weber (1929), Smith (1981:72)

Weber'in analizinin üçüncü basamağını "yığılma ekonomileri" (agglomeration) oluşturmaktadır. Weber yığılma ekonomisinin tıpkı ucuz işgücü gibi firmanın kuruluş yerini etkileyebilecek ve hatta onu yönlendirebilecek gücü sahip olduğunu düşünmektedir. Weber'e göre yığılma ekonomisi bir firmanın diğer firmalarla bir arada toplanma nedeniyle elde ettiği maliyet avantajlarını ifade etmekteydi. Weber yığılma ekonomileri ile özellikle dışsal ekonomilerin varlığını kastetmekteydi. Şekil 4.6 üç firmaya ait (A, B, C) üretim tesisinin en az maliyetli lokasyonlarını ve her bir tesisin çevreleyen kritik eşulaşım maliyet eğrilerini (varsayalım 5 TL) göstermektedir. Eğer firmalar yığılma ekonomisinden yararlanarak aynı lokasyonda faaliyet gösterirlerse, her biri üretim maliyetlerini varsayalım 5 TL azaltabilirler. Ancak bir firmanın bu avantajı kullanması için onun 5 TL'den daha fazla ilave ulaşım maliyetine maruz kalmaması gerekir. İşte taralı alan üç firmanın 5 TL'den daha az ilave ulaşım maliyeti elde ederek bir arada toplanabileceği tek yerdir. Sonuç olarak tüm firmalar eğer taralı alanda yer alırsa, yığılma ekonomisi avantajını kullanabilir. Eğer firmalar taralı alan dışındaki herhangi bir kesişim alanında toplanırsa bu firmalardan birinin kritik eğrinin dışına çıktığı için daha fazla ulaşım maliyetine katlanmasına ve yığılma ekonomisinden de faydalanamamasına neden olur. Weber'in yığılma ekonomisinin önemini fark etmiş olması çok önemli bir adımdır. Çünkü

günümüzde yığılma ekonomisi firmaların veya endüstrinin lokasyonunu açıklamada kullanılan *en önemli* faktördür⁶⁰ (Dicken, 1998:76).

Şekil 4.6. Weber'e göre yığılma ekonomilerinin oluşumu



Kaynak: Weber (1929:139)

Weber bu çalışması ile endüstriyel lokasyon teorisine çok büyük bir katkı yapmış olmakla birlikte, teorisi tüm diğer yaklaşımlar gibi bazı kusurlara sahiptir. Birincisi, Weber çalışmasında maliyetleri minimize etmeye o kadar odaklanmıştır ki, bir firmanın karlılığını doğrudan etkileyen piyasa talebi ile firmanın gelir tarafını göz ardı etmiştir. Böylece Weber, lokasyon seçimine arz ve maliyet yanlı bir yaklaşım getirmiş, talep ve karı maksimize etme yönünü ihmal etmiştir. İkincisi Weber'in yaklaşımda ulaşım maliyetleri mesafe ve hammaddenin ağırlığı ile orantılı değildir. Daha da ötesi günümüzde ulaşım, Weber'in vurguladığının tersine firmalar için artık en önemli lokasyon faktörü değildir. Gerçekten teknolojideki yenilikler ve iyileşmeler taşıma maliyetlerini eskiye oranla çok büyük ölçüde azaltmıştır. Endüstriden endüstriye değişmekle birlikte bugün ulaşım maliyetleri firmaların toplam maliyetinin ortalama %5-20'si arasında değişen oranlarda yer tutmaktadır. Üçüncüsü, Weber'in varsayımının tersine emek göçer nedeniyle oldukça hareketli ancak her lokasyonda sınırsız miktarda her zaman mevcut değildir. Dördüncüsü, firmalar üretim için çok sayıda yerden tedarik edilen pek çok girdi kullanmakta ve bunlardan çok çeşitli ürünler elde ederek sayısız piyasaya arz etmektedir. Oysa Weber'in tek girdi, tek piyasa veya iki girdi iki piyasa şartlar günümüz şartlarına kolayca uyarlanamaz. Beşincisi Weber, yığılma ekonomisini eksik ele almış ve onun önemini yeterince anlayamamıştır. Oysa bugün yığılma ekonomisi firmaların lokasyon seçimini etkileyen en önemli etkendir. Son olarak Weber, eksik rekabet yerine tam rekabet şartlarını esas almış ve lokasyonu etkileyen diğer sosyal, siyasal ve kültürel unsurları analizine dahil etmemiştir (Smith, 1981:74; Hartshorn ve Alexander, 1988:203; Wheeler vd., 1998:219).

⁶⁰ Yığılma ekonomileri ile ilgili ayrıntılı analiz için bkz. Bölüm V.

Launhardt ve Weber'den sonra lokasyon teorisine üçüncü büyük katkı, İşveçli iktisatçı *Palander* tarafından yapılmıştır. Weber'in çalışmasından büyük ölçüde etkilenen *Palander*, 1935 yılında yayımladığı çalışmasında, Weber'in en az maliyet yaklaşımını benimsemekle birlikte, onun yaklaşımına ilk kez mekansal rekabet bağlamında pazar alanı kavramını eklemiştir. *Palander*'in çalışması çok kapsamlı analizler ve yenilikler içermesine rağmen, tıpkı *Launhardt*'inki gibi İngilizceye çevrilmediği için, daha sonraki yazarlar ve literatür üzerine etkisi çok sınırlı olmuştur (Smith, 1981:75-79).

Weber-*Palander* geleneğini izleyerek lokasyon teorisine dördüncü büyük katkıyı Amerikalı (bölgesel) iktisatçı *Hoover* yapmıştır. *Hoover*, biri 1937 yılında, diğeri 1948 yılında yayımladığı iki önemli çalışma ile lokasyon teorisine hem teorik hem de ampirik katkılar yapmıştır (Smith, 1981:80-84). *Hoover*'in lokasyon teorisine en büyük katkısı, firmaların yer seçimini belirleyen en önemli faktörlerden biri olan *yiğilma ekonomilerinin* doğasını açıklamasıdır. Gerçekten *Hoover*'in *yiğilma ekonomileri* ile ilgili yaptığı sınıflama ve açıklamalar literatürde çok geniş bir kabul görmüş olup halen geçerliliğini korumaktadır (McCann, 2001:55-60).

Hoover (1937:89-111; 1948) üç tip *yiğilma ekonomisi* ayırt etti. (1) İçsel ekonomiler (internal economies of scale), bir firmanın üretim ölçeğinde yapılan değişikliğin firmanın hasıla ve maliyetlerinde meydana getirdiği olumlu veya olumsuz getiridir. (2) Yerelleşme ekonomileri (localization economies), aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların belirli bir alanda toplanması sonucu meydana gelen avantajlar veya dezavantajlardır. (3) Kentleşme ekonomileri (urbanization economies), farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların büyük şehirlerdeki yoğunlaşması sonucu elde edilen yarar veya zarardır. İçsel ölçek ekonomisi firmaya özgü, yerelleşme ekonomisi endüstriye özgü, kentleşme ekonomisi ise şehre özgü *yiğilma ekonomisi*dir. *Yiğilma ekonomisi* içsel ve dışsal ekonomiler şeklinde de sınıflandırılmaktadır.

4.3.1.2. Lössch'ün En Yüksek Kazanç Teorisi

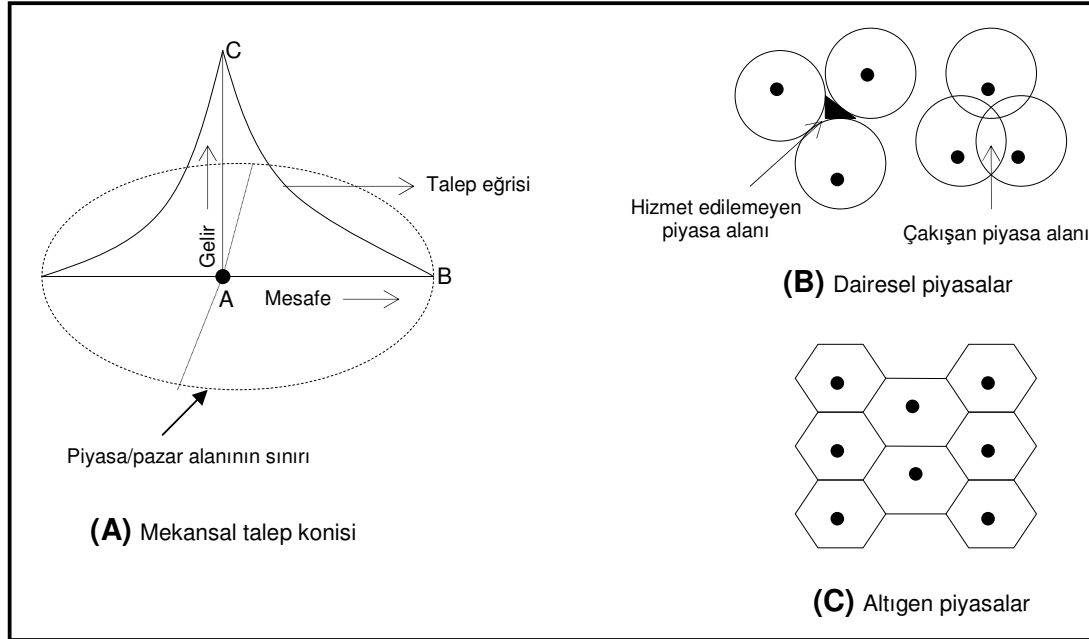
Weber, teorisinde maliyet faktörlerine aşırı önem atfetmekte, pazarı ise bir nokta şeklinde ele almaktaydı. Bu çeşit bir analiz, talebi tamamen göz ardı ettiği gibi, pazarın yani tüketim sahasının önemini de ihmal etmektedir. Weber'in en az maliyetli lokasyonu bulmaya yönelik bu yaklaşımına karşı, *Lössch*, 1939 yılında ortaya koyduğu çalışması ile firmaların pazarlama faktörünü ve satış gelirini esas alarak en yüksek kazançlı lokasyonu seçmeye çalıştıkları bir yaklaşımı getirmiştir. Böylece *Lössch* ilk kez lokasyon teorisini talep yanlı kâr üzerine oturtmuştur. *Lössch*'e (1954:27) göre, firma için en uygun yer, kârın en büyük olduğu lokasyondur.

Lössch'ün teorisinde üretim maliyetlerini sabit tutarak, bir firma için optimum lokasyon, firmanın olası piyasa alanının en büyük olduğu yerdir. Piyasanın merkezinde yer almayı seçen firmanın kazancı belli bir mesafeden sonra tüketiciye ürünü taşıma

maliyeti arttığı için azalmaktadır. Bu yaklaşıma göre piyasaya erişim, lokasyon seçimi bakımından en önemli faktördür. Bir mal için talep varolduğu zaman, firmalar bu talebin merkezinde yer alacaktır. Çünkü merkezden uzaklaştıkça talepte düşme yönünde bir farklılaşma meydana gelmektedir.

Lösch, firmalar için pazar alanının oluşumu ve önemini göstermek için teorisini üç aşamalı yolla ortaya koymuştur (Şekil 4.7). İlk başta bir *mekansal talep konisi* geliştirerek bu koninin merkezinde yani A noktasında bir firma üretim yapmakta olup, firma BC talep eğrisine sahiptir. Fiyat mesafenin bir fonksiyonu olarak alındığında, AB ulaşım maliyetini göstermekte ve mesafe ile birlikte taşıma maliyeti artmaktadır. Bu talep konisinde, piyasa merkezinden mesafe arttıkça taşıma maliyetleri arttığı için talep edilen miktar azalır ve nihayet B noktasına ulaşıldığında talep sıfıra iner. Çünkü B noktasının ötesinde A'nın mallarının fiyatı çok pahalılaşır (her firmanın dairesel bir pazar alanı varsayımı altında) ve tüketiciler daha ucuz olduğu için diğer firmanın malını talep eder. ABC konisi firmanın toplam satış hacmini vermektedir. Lösch, talep eğrisini A noktası etrafından 360 derece döndürerek pazar alanının başlangıçta *daireesel* olduğunu ve her firmanın dairesel bir pazar alanına sahip olduğunu ortaya koymuştur (Şekil 4.7A).

Şekil 4.7. Lösch'ün mekansal talep konisi ve pazar alanları



Kaynak: Lösch (1954:106-100)

Çok sayıda firmanın dairesel bir pazar alanı içinde faaliyet gösterdiği ikinci aşamada, potansiyel pazarlardaki talebe hizmet vermek için rekabet artar ve bu bazı durumlarda dairelerin üstüste çakışmasına, bazen ise bazı alanlara satış yapılamamasına neden olur (Şekil 4.7B). Rekabetin daha fazla firmayı alana çekmesi zamanla her bir firmanın piyasa sahasının daralmasına yol açar. Nihayetinde, başlangıçtaki dairesel piyasa

en sonunda *altıgen* şekilli bir piyasaya dönüşür. Bu altıgen, piyasaların merkezinde firmalar yer alır (Şekil 4.7C).

Lösch'e göre piyasa talebi faktörü endüstride faaliyet gösteren her bir firmayı kendi piyasa alanını kontrol edebilmek için pazar alanının sınırları içinde yayılmaya teşvik eder. Piyasa alanının yani altıgeninin büyüklüğü, talebe, üretim tesisin ölçeğine, üretilen malın taşıma maliyetlerine ve üretilen ürünün doğasına bağlı olarak maldan mala, sektörden sektöre değişiklik gösterir. Şekilde de görüldüğü gibi, mesafe arttıkça talep azalmakta ve buna bağlı olarakda firmanın kazancı düşmektedir. Bu yüzden firmalar karlarını maksimize etmek için tüketim noktasının merkezinde lokasyonu seçerler.

Lösch'ün Weber'den farklı bir yaklaşım getirdiği doğru olmakla birlikte, o da eleştirilerden kurtulamamıştır. Çünkü o da Weber gibi tam rekabet, ekonomik karar alma varsayımları ile analize başlamaktadır. Ayrıca, Lösch Weber'i tek yanlı yaklaşım nedeniyle eleştirmiş olmakla birlikte, kendisi maliyetleri büyük ölçüde göz ardı ederek talep veya satış faktörüne aşırı vurgu yapmış ve böylece talebin neredeyse lokasyonu belirlediğini ifade etmiştir (Smith, 1981:90-91).

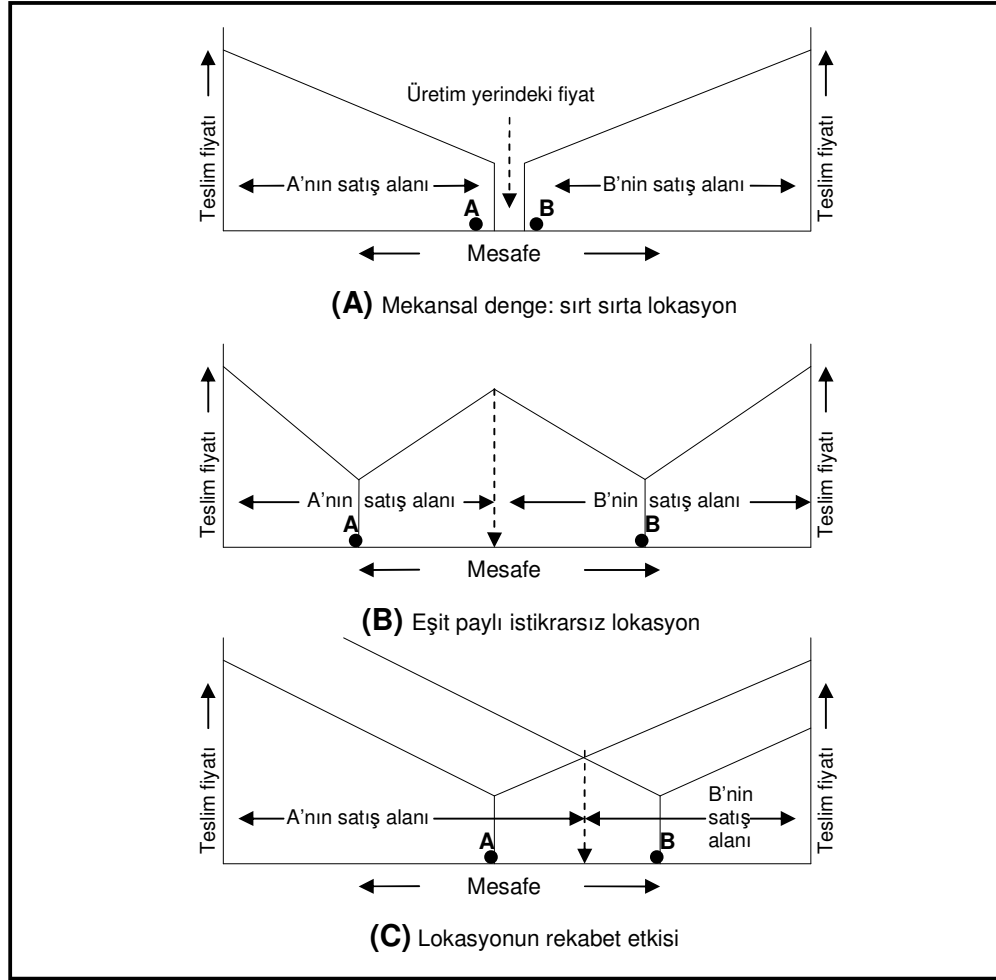
Weber'in teorisi daha çok ağır sanayi için uygun bir analiz çerçevesi sunarken, Lösch'ün teorisi piyasaya dayalı bazı tüketim malları sanayileri için (mesela içki sanayi, mobilya sanayi vb.) uygun bir çerçeve sunmaktadır. Böylece iki yaklaşımın birbirini tamamlayıcı olduğu ileri sürülebilir.

4.3.1.3. Hotelling'in Mekansal Rekabet ve Lokasyonel Bağımlılık Modeli

Üretimin ölçeği arttığı için firmalar arasındaki karşılıklı bağımlılık da çok gelişmiştir. Karşılıklı bağımlılık rekabetçi pazarlama şeklinde meydana gelmektedir. Birbirine rakip olan firmalar genellikle diğer firmaların lokasyonunu göz önünde bulundurmaktadırlar. Çünkü, bir firmanın satış/gelir düzeyi, yakınında yer alan diğer firmaların yani rakiplerinin o alandaki varlığından kötü şekilde etkilenmektedir. Hakikaten rakip firmalar arasındaki rekabet, üretimin lokasyonunu ve pazar alanını etkilemektedir.

Hotelling (1929) iki firmanın lokasyon seçerken izlediği stratejiyi gösteren basit bir model geliştirdi. Hotelling, teorisinde iki firmanın (duapol) lokasyon stratejisi üzerinde durarak dengeli ve istikrarlı bir lokasyonun nasıl ortaya çıkabileceğini araştırmıştır. Bu modele göre, firmalar hareket serbestliğine sahip belli düzeyde talebin olduğu bir piyasada aynı malları satmaktadır. Firmaların mallarını sattığı piyasada tam rekabet şartları hakim ve firmaların arasında gizli anlaşma (collusion) veya kartel söz konusu değildir. Şekil 4.8 üç duruma göre Hotelling modelindeki firma lokasyonu açıklamaktadır.

Şekil 4.8. Hotelling modelinde iki rakip firmanın lokasyon stratejisi ve rekabeti



Kaynak: Smith (1981:94, 2000c:345)

Şekil 4.8A'da firmalar sırt sırta vermekte ve her firma müşterisine hizmet edecek şekilde pazarın ortasında yer almaktadır. Bu durumda hiç bir firma diğerinden daha büyük bir pazara sahip değildir. Her bir firma piyasa payı üzerinde monopolistik bir kontrole sahiptir. Hotelling'e göre firmaların piyasanın merkezinde sırt sırta vererek meydana getirdiği bu lokasyon, firmalar için en istikrarlı ve dengeli lokasyon stratejisini göstermektedir. Buna karşın eğer firmalar şekil 4.8B'deki gibi merkezin dışında/çeyreklikler üzerinde yer alırsa, A ve B firmaları piyasanın yarısını paylaşabilirler ancak bu konum firmalar için istikrarlı bir durum oluşturmaz. Çünkü firmalardan biri (varsayalım A) daha büyük piyasa payına sahip olmak için B firmasına yakın bir yere veya daha başka bir lokasyona hareket edebilir. Bu durumda A ona en yakın olan tüm pazar alanına hakim olur ve piyasayı ikiye böler. Bu da diğer firmanın yani B'nin pazar payını küçültür (Şekil 4.8C). Bu durumda B, pazar payını korumak için A'ya yaklaşacak ve böylece şekil 3.8A'daki denge durumu söz konusu olacaktır. Şayet üçüncü bir firma piyasaya girerse, o da A ve B'ye yakın yerde pozisyon alacaktır. İşte bu yüzden firmalar

için en uygun yer seçimi piyasanın merkezinde sırt sırta verecek (back to back location) şekilde konumlanmaktadır (Smith, 1981:92-94; Hartshorne ve Alexander, 1988:201-202; Harrington ve Warf, 1995:45; Hayter, 1997:122).

Özetle Hotelling modelinde firmalar bir lokasyonu tercih ederken diğerlerinin lokasyonunu dikkate alarak yer seçimini yapmaktadır. Her iki firma da piyasanın merkezinde yer alır. Bunun dışındaki tüm lokasyonlar rakip firmaların davranışlarının belirsizliği yüzünden istikrarsız olur.

Hotelling, modelinde firmalar arasındaki mekansal rekabeti ve lokasyonel bağımlılığı ortaya koyarak farklı bir perspektif açmasına rağmen (Smith, 1981:97), pazarı bir çizgi şeklinde tanımlanması, mallara olan talebin esnek olmaması, üretim maliyetlerini sabit tutması ve sadece iki firmayı dikkate alması nedeniyle eleştirilere uğramıştır (Harrington ve Warf, 1995:45-47).

4.3.1.4. Christaller'in Merkezi Yer Teorisi

Alman coğrafyacı Christaller tarafından 1933 yılında geliştirilen merkezi yer teorisi, temelde hizmet faaliyetlerine bağlı olarak şehrsel yerleşmelerin sayısını, büyüklüğünü ve dağılışını belirleyen kuralları açığa çıkarmaya çalışmaktadır. Teori şehirlerin büyümesi ve gelişmesinde sanayinin rolünü doğrudan dikkate almamakta ancak şehirlerin büyüme süreçlerinde ortaya çıkan kademelenmeyi yani şehrsel hiyerarşiyi ve şehir sistemlerini açıklamaktadır ⁶¹ (Christaller, 1966; Wheeler vd., 1998:154). Böylece merkezi yer teorisinin lokasyon teorisine en büyük katkısı, hizmet faaliyetlerinin lokasyonunu açıklamak olmakla beraber, teori aynı zamanda imalatla ilgili faaliyetlerinde lokasyonunu açıklayabilecek bir çerçeveye sahiptir (Daniels, 1985:74-80; Hartshorne ve Alexander, 1988:203; Hayter, 1997:121).

Christaller'e (1966) göre, bir şehrin önemi onun merkeziliği ile doğrudan ilişkilidir. Kasabaların, şehirlerin ve metropollerin merkeziliği onların çevresine hizmet etme kapasitesi ile mal ve hizmetlerin oralarda bulunmasına bağlıdır. Buna göre, yerleşmeler en üstten alta doğru sıralanan bir büyüklük hiyerarşisine sahiptir. Bu kademelenmede veya merkezi yerler sisteminde her yerleşme düzgün altıgenler oluşturacak şekilde sahaya yayılmıştır ki her altıgen aynı zamanda merkezi yerin ticaret alanını ya da bir anlamda etki sahasını göstermektedir. Her bir merkezi yerin etki alanını belirleyen unsur, mal ve hizmetlerin orada bulunabilirliğidir.

⁶¹ Christaller'in merkezi yer teorisi Türk coğrafya literatüründe maalesef tümüyle ihmal edilmiş olmakla birlikte, bu teori Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından 1982 yılında yayımlanan iki ciltlik çalışma ile Türkiye'deki yerleşme birimlerine uygulanmıştır. Türkiye'deki tüm yerleşme merkezlerinin kademelenmesini ve bunların hizmet faaliyetleri bakımından etki alanlarını ortaya koyan bu çalışma hem bizzat teorisinin uygulanabilirliği bakımından hem de Türk yerleşme sistemini tümüyle analiz etmesi bakımından son derece önemli bir çalışmadır (Bkz. DPT, 1982).

Christaller, bir mal ve hizmetin bir kentte bulunabilirliği ile ilgili biri *eşik* (threshold) diğeri *yayıma sahası* (range) olan iki temel kavram geliştirmiştir. Eşik kavramı firmaların lokasyonunu belirlemede yardımcı olabilecek özelliğe sahiptir (Hartshorne ve Alexander, 1988:203). Eşik, bir firmanın bir lokasyonda ekonomik şekilde ayakta durabilmesi için gerekli minimum satış düzeyini gösterir. Eşiğin büyüklüğü firmanın ihtiyaç duyduğu yerin merkezilik derecesi ile doğrudan farklılaşmaktadır. Bunun anlamı, eğer bir firma bir lokasyonda karlı şekilde varlığını sürdürmek istiyorsa, yüksek satış düzeyi yakalayabilecek yüksek merkezilikte bir yerde lokasyon seçmek zorundadır. Ancak firma her yerde bulunan düşük değerli mal ve hizmet üretiyorsa, karlılığını gerçekleştirme için yüksek merkeziliğe sahip lokasyona gerek duymayacaktır. Eşik kavramı bazı mal ve hizmetlere neden her yerde erişilebilirken bazılarının neden ancak çok büyük şehirlerde erişilebildiğini çok açık bir şekilde ortaya koymaktadır. Örneğin ekmek bir köy bakkalında bile satılmakta iken, televizyon ancak kasabada, otomobil şehirde, peruk ise metropolde bulunabilmektedir.

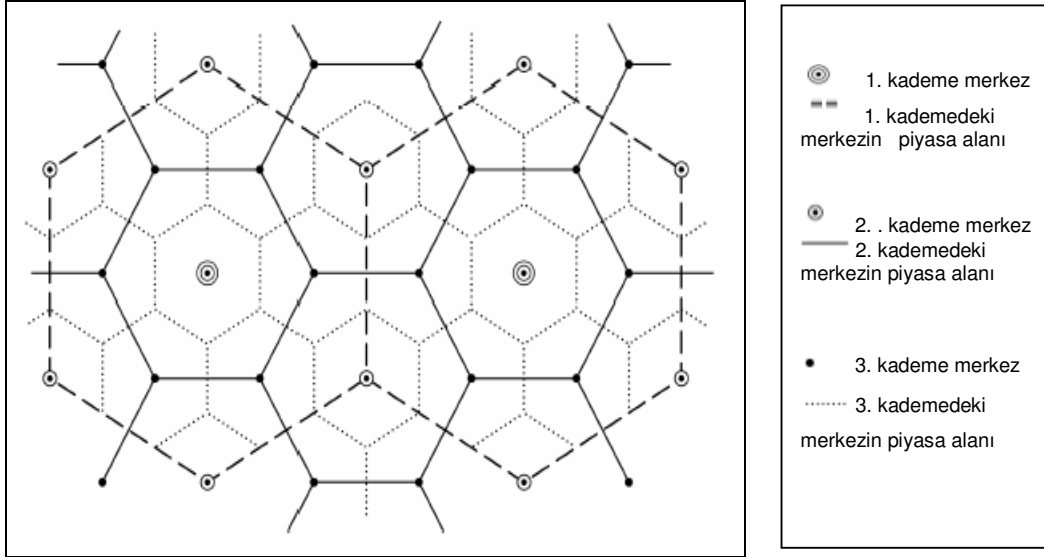
Bir mal ve hizmetin yayılma sahası (range of a good or service), bir malın sunulabileceği alandır. Bu alan belirli bir merkezi yerden veya bir lokasyondan bir malı/hizmeti satın almak için seyahat etmeye razı olan tüketici gidebileceği maksimum mesafedir. Bir başka deyişle bir malın tüketiciye ekonomik olarak taşınabileceği maksimum mesafedir.

Christaller'in modelinde talep tüm piyasa alanına düzgün şekilde dağılmakta, çok sayıda firma aynı malı üretmekte, hammadde her yerden kolaylıkla sağlanmakta, ulaşım maliyetleri her yönde aynı ve tüketiciler rasyonel davranmakta yani arzu ettikleri mal ve hizmeti sunan en yakın yeri tercih etmektedirler. Bu varsayımlar altında firmalar bir mal veya hizmetin yayılma sahasının içinde piyasa satış eşiğinin minimum olduğu her lokasyon da yer alabilirler. Modele göre firmaların altıgen şekilli bir piyasa içinde hizmet vermesi, bu piyasaya yayılmış olan tüm talebin karşılanması anlamına gelmektedir (Hayter, 1997:121).

Christaller modeli hiyerarşik bir üretim ve lokasyon yapısı öngörmektedir. Şekil 4.9'da resmedilen bu modele göre, en erişilebilir lokasyon olan 1. kademe merkezde en büyük eşik ve yayılma sahası gerektiren malları üreten firmaları yer alırken, bu firmalar tüm altıgenin içindeki tüm piyasaya hizmet verecektir. Orta düzeyde erişilebilir lokasyonda konumlanan 2. kademe merkezler orta düzeyde eşik ve yayılma sahası gerektiren mal ve hizmet üreten firmalar için uygun iken, 3. kademede yerleşmeler en düşük eşik ve yayılma sahası gerektiren mal ve hizmet üreten firmalar için optimal bir lokasyon sunmaktadır. Nitekim bu firmaların en dar pazar alanına sahip olduğu görülmektedir. Görülüyor ki, büyük şehirler bir taraftan daha büyük piyasalara erişmeye

imkan verirken diğer taraftan benzer sektörlerde mal ve hizmet üreten, büyük piyasa eşliğine ihtiyaç duyan firmaların bir araya gelmesini sağlamaktadır.

Şekil 4.9. Christaller'in merkezi yer hiyerarşisi ve altıgen piyasa alanları



Kaynak: Dicken ve Llyod (1990:27)

Merkezi yer teorisi daha sonra Alman bölgesel iktisatçı Lössch tarafından genişletilerek yeniden formüle edilmiştir. Lössch bir yandan teorinin altında yatan ekonomik mantığı daha açık bir şekilde ortaya koyarken, diğer yandan teoriyi tarımsal ve endüstriyel lokasyon teorisi ile bütünleştirmeye çalışmıştır (Wheeler vd., 1998:158). Christaller'in teorisi çeşitli eleştiri ve düzeltmelere maruz kalmakla birlikte, gerek şehir coğrafyası içinde (Bkz. Carter, 1995) gerekse hizmetler (Bkz. Daniels, 1985) ve ekonomik coğrafyası içinde (Bkz. Dicken ve Llyod, 1990; Hanink, 1997; Wheeler vd., 1998) halen geçerliliğini koruyan en güçlü teorilerden biridir.

4.3.1.5. Isard ve Greenhut'un Mekan Ekonomisi

Weber ve onu takip edenlerin (Palander ve Hoover) en az maliyetli lokasyon yaklaşımı ile Hotelling ve Lössch'ün talebi ve pazar koşullarını dikkate alan en yüksek kazanç ve/veya pazar alanı yaklaşımını bütünleştirmek için ilk büyük girişim (bölgesel) iktisatçı Greenhut (1956) tarafından yapılmıştır (Smith, 1981:97). Greenhut, hem maliyet ve talep faktörlerini hem de fiyat ve piyasa faktörlerini göz önünde bulundurarak, firmaların lokasyonunu açıklamaya çalışmıştır.

Lokasyon teorisine en büyük katkıyı yapanlardan biri de Isard'dır. Diğerlerinden farklı olarak Isard (1954), Von Thünen, Weber, Christaller ve Lössch gibi lokasyon teorisi öncülerinin çalışmalarını bir araya getirerek genel bir lokasyon teorisi inşa etmeye çalışmıştır. Ancak o da esas vurguyu sanayi faaliyetleri üzerine yapmıştır (Smith, 1981:101; Isserman, 2001:12933).

Isard'ın lokasyon teorisine kazandırdığı en önemli şey, *ikame ilkesi* (substitution) yoluyla genel iktisat teorisi ile lokasyon teorisini birleştirmesidir. Genel iktisat teorisinde ikame, bazı üretim faktörlerin birbirinin yerine kullanılmasını ifade eder. Mesela emek, sermayenin veya arazinin yerine kullanılabilir veya tersi olabilir. Bu prensip lokasyon teorisine uygulandığında, alternatif lokasyonlar arasından bir üretim yerinin seçimi ile temelde aynı şeyi ifade eder (Smith, 1981:102). Böylece örneğin pazara yakın yerde kurulmuş bir firma, tedarik ve dağıtım maliyetleri birbirinin yerine ikame edilebilir. Keza, bir fabrika, diğer lokasyon faktörlerinin maliyetlerinde meydana gelen artış sonucu ucuz enerji, düşük işgücü, vergi, finansman ile hükümet teşviği sunan lokasyonlar ile mevcut lokasyonunu ikame edebilir (Hayter, 1997:118).

Isard ve Greenhut yaptıkları çalışmalar ile *mekan ekonomisinin* (space economy) temellerini atmışlardır. Her iki bilim insanı da lokasyon teorisinin kapsamını genişleterek, genel ekonomik teorisinin ilkeleri ile lokasyon teorisinin ilkelerini bütünleştirmeye çalışarak genel dengeye oturan bir lokasyon teorisi inşa etmişlerdir. Ancak gerek Isard gerekse Greenhut, teorilerini neoklasik iktisatın varsayımları ve sınırlılıkları altında gerçekleştirmeye çalıştıkları için, özellikle 1960'lardan itibaren davranışsal okul tarafından çok sayıda eleştiriye uğramıştır.

4.3.1.6. Smith'in Karlılığın Mekansal Sınırları Yaklaşımı

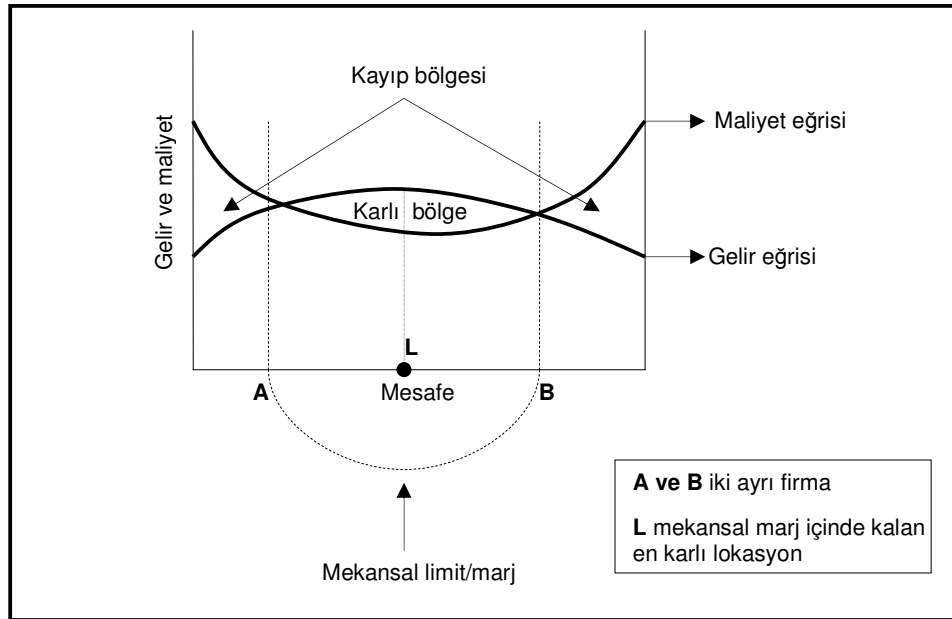
Coğrafyacı David Smith'in 1966 yılında ortaya koyduğu mekansal marj yaklaşımı, Weber'in en az maliyetli lokasyon teorisi ile Lösch'ün en yüksek karlı lokasyon teorisinin bir araya getirilmesi ve geliştirilmesi ile ortaya çıkan yeni bir perspektiftir (Hartshorn ve Alexander, 1988:200). Smith'in amacı, daha önceki teorilerin eksikliklerini gidererek, endüstriyel lokasyona daha realistik bir teorik açıklama getirmektir (Smith, 1966:96). Bunun için Smith mekansal marj yaklaşımında, firma lokasyonunun hem arz/üretim ve maliyet tarafını hem de talep, gelir ve karlılık tarafını dikkate alarak analizine başlamıştır. Bu nedenle mekansal marj kavramı hem piyasa talebini hem de üretim maliyetlerini göz önüne almaktadır.

Smith'e göre, üretim maliyetleri tıpkı gelir gibi mekan üzerinde farklılaşma göstermektedir. Bir firma için en optimum lokasyon, toplam gelirin toplam maliyeti aştığı yerdir. Şekil 4.10 bir firma için karlılığın mekansal sınırlarını göstermektedir. Buna göre firma, A ile B noktası arasında hangi noktada lokasyon seçerse seçsin, bu noktalar firma için optimal lokasyon yeri olur. Çünkü bu mesafeler arasında herhangi bir noktada firmanın geliri maliyeti aştığı için firma karlılığını sağlamaktadır. Şüphesiz karlılık her noktada aynı değildir. Eğer firma orta yerde yani L noktasında kurulursa en fazla kazanç sağlayabilmektedir. Marjın ötesindeki herhangi bir nokta (A-L-B hattının dışındaki) ise kayba yol açtığı için firma için uygun bir lokasyon değildir. Sonuç olarak Smith, toplam

maliyetler ile toplam kazançlarda meydana gelen mekansal farklılaşmanın optimum lokasyonu yaratacağını ileri sürmüştür (Smith, 1981:115).

Smith yaklaşımında, firmaların kendini ayakta tutabilecek veya tatmin edecek, makul karlılığı olan bir lokasyon seçeceklerini belirtmektedir. Oysa, daha önceki teorisyen (Weber, Lösch, Isard vb.) firmaların tam rekabet varsayımı altında, karını maksimize edebileceği en iyi lokasyonu seçecek davranış sergileyeceğini (economic optimization) belirtmekteydiler. Smith modelinde firmalar veya girişimciler, eksik rekabet şartlarında hareket eden, yeterince iyi olanı seçen bir davranış (satisficing behaviour) içindedir. Smith modeli bu yaklaşım nedeniyle daha önceki neoklasik lokasyon teorilerinden farklılaşmakta ve ilk kez lokasyon teorisine *kısmi-optimum lokasyon* (sub-optimum location) kavramını getirmektedir. Ayrıca model, firmaların lokasyon kararı vermesi sürecinde ekonomik olmayan faktörlerinde dikkate alınması gerektiğini kabul ederek diğer teorilere göre daha gerçekçi bir yaklaşım sergilemektedir (Wheeler vd., 1998:222).

Şekil 4.10. Smith'in karlılığın mekansal sınırlarına göre optimum lokasyon



Kaynak: Smith (1987:30)

Smith'in kârılığın mekansal sınırları modeli endüstriyel lokasyon literatüründe önemli başarılar yakalamış olmakla birlikte, eleştirilerden de nasibini almıştır. Bu eleştirilerden biri, firmalar için maliyet ve gelirin modelde gösterildiğinin tersine nadiren çizgisel olduğu şeklindedir (Hartshorn ve Alexander, 1988:200). Diğer, modelin diğer teorilerde olduğu gibi tek bir firmanın lokasyonuna odaklanması ile mekansal marjın yorumlanamayacak kadar geniş olması şeklinde vurgulanmaktadır (Smith, 1981:115).

Neoklasik lokasyon teorisi davranışsal ve yapısalcı yaklaşımlar tarafından çok sayıda eleştiriye uğramasına rağmen, özellikle iki yönden diğer yaklaşımlardan üstündür.

Birincisi, normatif içerik taşıması nedeniyle teori hem kamu sektörünün planlama çalışmalarına, hem de özel sektördeki küçük ve büyük şirketler tarafından yapılan lokasyon seçimi çalışmalarına yardımcı olacak araçlara sahiptir (Smith, 1987:32-36; 2000a:889). İkincisi, teori dünyadaki ekonomik faaliyetlerin mekansal organizasyonunu anlamamıza yardımcı olabilecek son derece faydalı elementleri içerisinde barındıran bir kuramdır (Dicken, 1977:141; 1998:75; Dicken ve Lloyd, 1990:10-11).

4.3.2. Davranışsal Lokasyon Teorisi

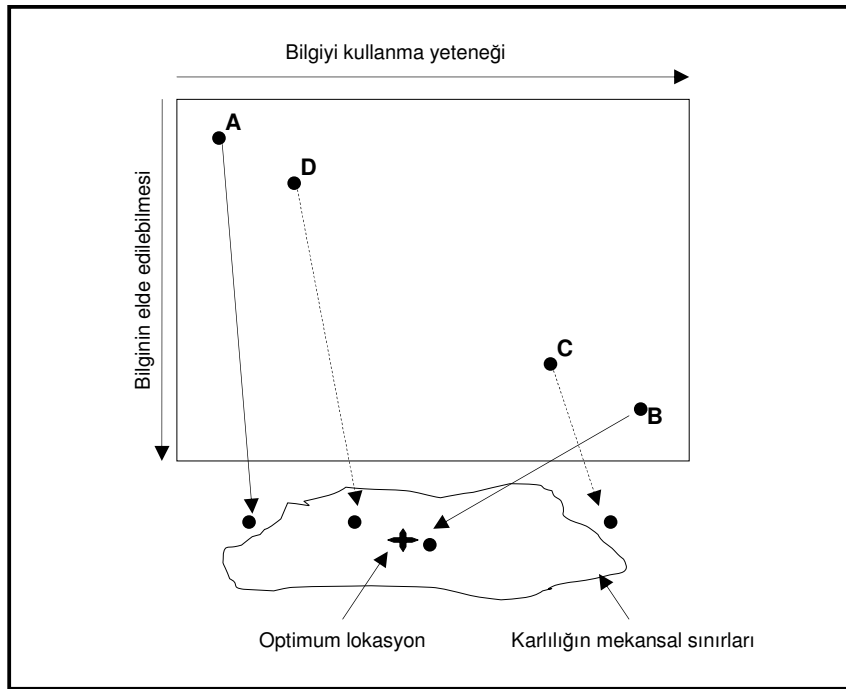
Davranışsal lokasyon teorisi, kaynağını 1955 yılında Simon'un ve 1963 yılında Cyert ve March'in ortaya koyduğu *davranışsal firma teorisinden* alır. 1960'ların sonlarına doğru neoklasik lokasyon teorisinin açıklamalarından tatmin olmayan çok sayıda ekonomik coğrafyacı, yeni ve daha realistik bir yaklaşımın peşine düştüler. Bu dönemde davranışsal yaklaşımı ele alan çok sayıda araştırma yapıldı (Pred, 1967, 1969; Krumme, 1969; Claus ve Claus, 1971; Townroe, 1972; Walker, 1975; Webber, 1972; Carr, 1983; Wood, 1987). Davranışsal yaklaşım, firmanın karar verme süreci üzerine odaklanarak yeni bir perspektif yarattı. Bu yaklaşım neoklasik teorisinin tam rekabet, rasyonel ve mükemmel bilgi ile donanmış firmalar, kârını maksimize etmeye çalışan girişimciler (homo economicus-ekonomik insan) varsayımlarına karşı çıkarak; eksik rekabet, yetinmecili ve sınırlı bilgiye sahip firmalar, tatmin edici/doyurucu kâra razı olan girişimciler (satisficer man) ve belirsiz bir ortamda lokasyon kararı veren firmalar varsayımlarını yapmıştır (Hayter, 1997:80). Ayrıca neoklasik yaklaşım firma lokasyonu açısından olanlarla değil olması gerekenlerle ilgilenmekte ve bu bakımdan normatif analize başvurmakta iken, davranışsal yaklaşım olması gerekeni değil, gerçekte var olanla ilgilenmekte ve bu açıdan pozitif analize başvurmaktadır. İlk davranışsal çalışmalar tek firma üzerine odaklı olarak yapılırken, daha sonra endüstride hakim alan çok fabrikalı, çok şubeli, çok fonksiyonlu büyük şirketlerin karar alma süreçleri incelenmiştir.

Davranışsal yaklaşımda lokasyon, karar verme tercihi bakımından ifade edilmektedir. Ekonomik coğrafya içinde ilk kez Pred (1967, 1969) firmaların lokasyon seçimiyle ilgili süreci davranışsal açıdan ele almıştır. Pred'e göre (1967:24) her lokasyon kararı, seçimi yapanların bilgi ve yeteneği kullanmasında meydana gelen farklılaşmalar altında meydana gelir. Başka bir ifade ile, firmanın yaptığı lokasyon seçimi firmanın sahip olduğu bilginin niteliği ile firmanın bilgiyi kullanma yeteneğini etkileyen faktörler arasındaki karşılıklı etkileşimi yansıtmaktadır.

Pred, firmaların lokasyon seçimini *davranışsal matris* adını verdiği şekilde açıklamaktadır (Şekil 4.11). Davranışsal matriste yüksek bilgi ve yeteneğe sahip olan firmanın optimuma yakın bir lokasyon seçmesi, zayıf bilgi ve yeteneğe sahip olan firmanın ise kârlılığın mekansal sınırlarına yakın bir yerde hatta onun dışında yer alması beklenmektedir (Hayter, 1997:142). Matrisin sağ alt tarafı iyi bilgi düzeyini ve onu iyi

kullanma yeteneğini simgelemektedir. Burada konumlanan bir firma yüksek ihtimalle iyi/optimum bir lokasyon seçecektir. Matrisin sol üst tarafına doğru bilgi ve yetenek azaldığı için iyi lokasyon seçme ihtimali düşmektedir. Ancak iyi bilgi ve yetenek her zaman iyi bir lokasyon seçmeyi garanti etmemekte, iyi ya da kötü şans faktörü devreye girerek beklenmedik sonuçlar ortaya çıkabilmektedir (Smith, 1981:118; Lever, 1985:20). Mesela iyi bilgiye ve yeteneğe sahip olan bir firma, kötü şanstı dolaylı kârlı olmayan bir lokasyon seçebilirken, keza zayıf bilgi ve yeteneğe sahip olan bir firma iyi şans nedeniyle karlı bir yer seçebilmektedir. Nitekim şekilde yer alan A ve B firması beklendiği gibi bir lokasyon davranışı sergilerken, C ve D firmaları iyi veya kötü şans nedeniyle beklenmedik lokasyonları seçmektedirler. Pred'e göre "iyi lokasyon" kârlılığın mekansal sınırları içine düşen, "en iyi lokasyon" ise optimum lokasyona yakın olan yerdir. Özetle düşük bilgi ve yeteneğe sahip firmanın daha kötü, yüksek yeteneğe ve bilgiye sahip olan firmanın ise doğal olarak daha *iyi bir lokasyon* seçimi yapacağını ileri sürmektedir.

Şekil 4.11. Pred'in davranışsal matrisinde firmaların lokasyon seçimi



Kaynak: Pred (1967:92)

Beklenmedik sonuçların ortaya çıkması firmaların stratejik kararlarını belirsizlik ortamında aldıklarını açıkça göstermektedir. Lokasyon teorisine coğrafyacı Webber (1972) tarafından kazandıran *belirsizlik* (uncertainty) kavramı, kısaca firmaların sınırlı ve eksik bilgi ile lokasyon kararı verdiklerini belirtmektedir. Webber, belirsizliğin hem eksik bilgidan hem de geleceğin tahmin edilememesinden kaynaklandığını vurgulayarak, belirsizliğin mesafe maliyeti, dışsal ekonomiler ve ölçek ekonomileri yoluyla lokasyonu etkilediğini belirtmektedir.

Townroe (1969), Rees (1972), Nishioka ve Krumme (1973) ve Stafford (1974) gibi coğrafyacılar firmaların gerçek lokasyon kararını verme süreçlerini inceleyerek yaptıkları ampirik çalışmalardan hareketle davranışsal yaklaşıma farklı bir perspektif getirmişlerdir. Bu yazarlara göre gerçek dünyada lokasyon seçimi, firmalarının uzun dönemli veya stratejik toplam yatırım kararlarının bir parçasıdır. Lokasyon kararı sınırlı bilgiye sahip bir kişi veya bir grup tarafından verilen son derece kompleks ve belirsiz bir süreçtir. Firmanın aldığı her karar, firmanın iç ve dış çevreden aldığı dürtü ve sinyallere verdiği bir tepkidir. Karar verme mekanizması, firmanın iç organizasyon yapısı ile dış çevre (sosyo-politik ortam, iş hayatı, piyasa koşulları vb.) arasındaki etkileşimin bir sonucu olarak işlemekte ve geri besleme kanalları ile birbirine bağlanmaktadır. Böylece lokasyon kararı davranışsal çevrenin bir yansıması olarak değerlendirilebilir.

Şekil 4.12 firmaların "lokasyon kararı verme süreci"ndeki aşamaları ortaya koymaktadır.⁶² İlk aşamada, bir firma diğer firmalarla ve piyasa ile etkileşim halindedir ve bu etkileşim çeşitli bilgi akışları şeklinde cereyan etmektedir. Bir firmanın faaliyetleri veya firma ile çevresi arasındaki yerleşik şartlardaki herhangi bir değişiklik firmaya yeni bir karar vermek için uyarıcı etki yaratabilir veya firmanın yeni bir karar almasını tetikleyebilir. Rees (1974:190) bu süreci basit bir etki-tepki mekanizması olarak tanımlamaktadır. Yeni karar tamamen firma içinden kaynaklanacağı gibi (şirket felsefesindeki değişiklik, yeni bir firmanın satın alınması vb.), dışsal bir nedene de (hükümetlerin kararları, müşteri isteği, rakiplerin tehdidi, deprem, şehirselleme vb.) bağlı olabilir. Sonuçta firma ile çevresi arasındaki etkileşim karar verme sürecinin başlamasına neden olmaktadır (Wood, 1987:41).

İkinci aşama, alternatifleri araştırma yani farklı lokasyon tercihlerini ortaya koyma sürecidir. Firmalar alternatif lokasyon araştırırken üç seçeneği göz önünde bulundurlar. Ya yeni bir tesis kurmak ya mevcut tesisi büyütme ya da ikisini kombine etmek. Her üç seçeneğin de avantajlı ve dezavantajlı yönleri bulunmaktadır. Firma bu faktörleri dikkate alarak farklı bir lokasyonda yeni bir tesis açabilir veya aynı lokasyondaki mevcut tesisini genişletebilir ya da ikisini birbirinin yerine ikame edebileceği gibi aynı anda iki yatırım seçeneğine de karar verebilir.

Lokasyon araştırma süreci, karar alıcıların zihinsel haritalarından ve/veya firmanın davranışsal çevresinden önemli düzeyde etkilenir. Böylece küçük firmaların davranışsal çevresi göreceli olarak sınırlı bir coğrafi sahayı kapsadığı için bu tip firmalar genellikle sahiplerinin yaşadığı yere veya mevcut tesisin yakınında bir yere yerleşirler (Hayter,

⁶² Gerek sanayi gerekse hizmet firmalarının lokasyon kararı alma süreci ile ilgili ayrıntılı açıklama ve örnekler için bkz. Laulajani ve Stafford (1995:61-119). Sadece ÇUŞ'ların lokasyon kararı verme, bir ülkeyi seçme ve daha sonra bir ülke içindeki bölge/kenti seçme süreci ile ilgili ayrıntılı açıklama için bkz. Blackbourn (1974:248-255), Ulgado (1997:280-282).

1997:149). Yani bu tip firmalar genellikle kararı verenlerin zihin haritaları⁶³ içinde lokasyon seçmektedir. Yapılan araştırmalar küçük ve büyük firmaların yeni bir tesis için lokasyon araştırırken büyük ölçüde farklılaştığını doğrulamaktadır (Wood, 1987:45).

Üçüncü aşama, alternatif lokasyonların değerlendirilmesi sürecidir. Townroe (1976), Stafford (1974) ve Hayter (1978) tarafından yapılan çalışmalar, firmaların lokasyon kararı verirken birden fazla ülke, bölge, şehir ve spesifik yer belirlediğini ve bunlar arasında çeşitli kriter ve faktörlere bağlı olarak lokasyonları değerlendirdiğini ortaya koymaktadır. Lokasyon araştırma ve değerlendirme süreci küçük firmalarda firma sahibi, müdür veya kıdemli yöneticiler tarafından yürütülürken, büyük firmalarda daha formal ve sistematik analiz yöntemleri kullanan bir grup uzman tarafından yapılmaktadır. Değerlendirme yapılırken her alternatif lokasyon için "olması gereken" (musts) ve "istenilen" (wants) şeklinde iki liste hazırlanarak, bu listede yer alan her lokasyon faktörü ağırlıklarına göre puanlandırılır. En sonunda da her bir lokasyon faktörünün ağırlığı ile puanı çarpılır ve elde edilen tüm sonuçlar toplanarak ön lokasyon kararı elde edilir (Laulajani ve Stafford, 1995:106; Hayter, 1997:153). Böylece her olası lokasyon için değerlendirme yapıldıktan sonra yatırım yeri kararı verilir. Ancak alınan lokasyon kararının büyük ölçüde yargısal yani subjektif bir özellik taşıdığına dikkate çekmek gerekir.

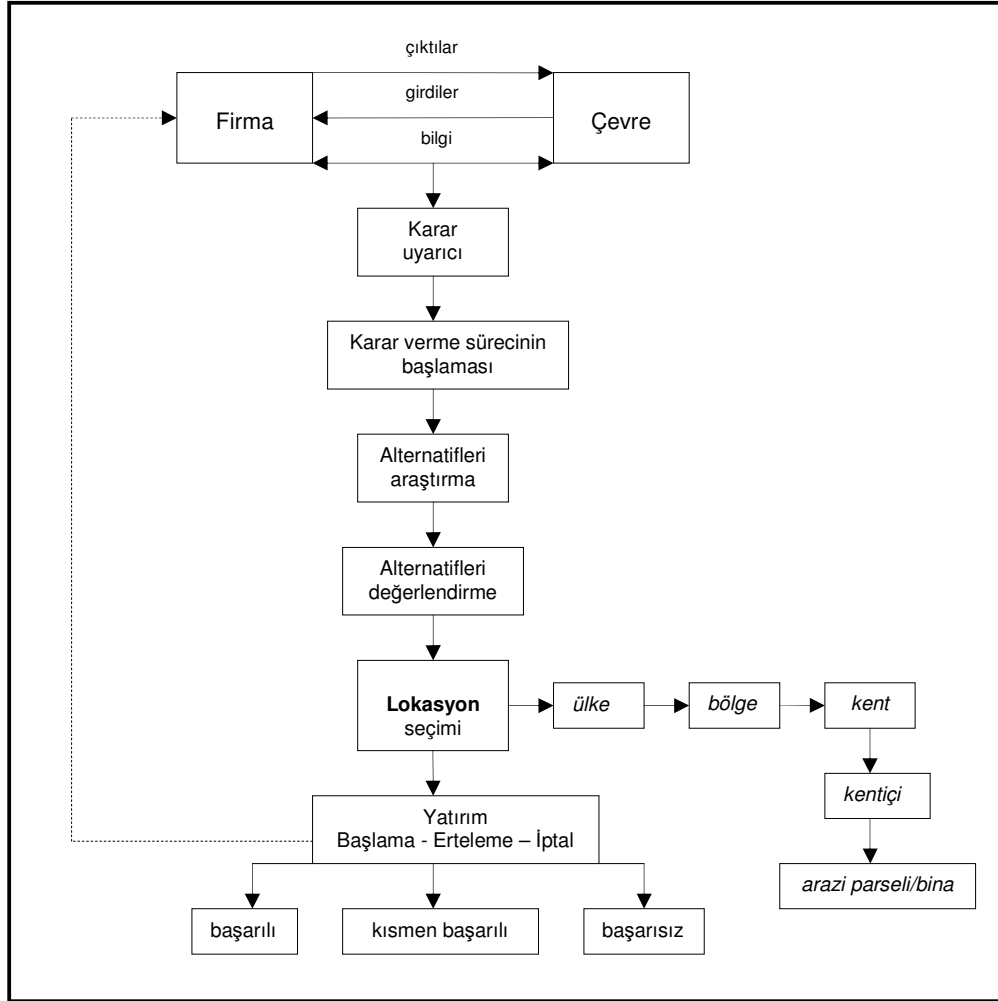
Bu aşamada, firmalar lokasyon seçimini bir kaç farklı coğrafi ölçekte yapmaktadır. Tüm lokasyon kararları bir ülkenin, bölgenin, şehrin, şehir içinde spesifik bir yerin ve son olarak arazi parseli ve/veya binanın seçimini içeren bir dizi ve birbirini takip eden süreçlerden geçer (Chapman ve Walker, 1991:50; Laulajani ve Stafford, 1995:106; Hayter, 1997:151). Her ölçekte seçimi belirleyen faktörlerin önemi farklılaşmaktadır. Mesela arazi fiyatı şehir içi ölçekte önemli bir faktör iken, diğer ölçeklerde önemsiz olabilmektedir. Buna karşın, hükümet teşvikleri ülke ve bölge ölçeğinde lokasyonun belirleyicilerinden biri iken, şehir seçiminde önemsizleşebilmektedir. Sonuç olarak firmanın karar alıcıları lokasyonu etkileyen tüm faktörleri göz önüne alarak yaptıkları lokasyon değerlendirme analizinin sonuçlarına göre, farklı alternatifler arasından firma için uygun olan lokasyonu seçmektedir.

Son aşamada, lokasyon seçimi yapıldıktan sonra yatırım kararı üç yönlü olarak alınabilmektedir. Firma veya karar alıcılar eğer yatırımı gerekli görürse, yatırım

⁶³ İnsanların/firmaların çevreyi algılama biçimi ve karar verme süreci davranışsal coğrafyanın ana araştırma konularından biridir. Zihin haritaları (mental maps) davranışsal coğrafya çalışmalarında en çok kullanılan araçlardan biridir. Davranışsal teoriye göre insanlar kararlarını mevcut varolan nesnel çevreye göre değil, kendi algıladıkları çevreye göre vermektedir. Kişilerin daha önceden edindiği bilgi ve deneyimler onun çevreyi anlama ve algılama biçimini ve böylece kişinin bir yer/mekan/lokasyon veya dünya hakkındaki imajını belirlemektedir. Bireylerin akıllarında tuttukları yer/mekan/lokasyon imajı onların zihin haritalarını oluşturur. Zihindeki haritalar kişilerin mekansal tercihlerini büyük ölçüde etkiler. Böylece karar alıcıların zihinsel haritaları firmaların lokasyon kararını etkileyen önemli unsurlardan biri olmaktadır.

yapılmakta, aksi taktirde geciktirilmekte veya tamamen terkedilmektedir (Şekil 4.12). Yatırım gerçekleşsin veya gerçekleşmesin, firma bu süreçte geri bildirim (feedback) yoluyla öğrenme davranışı (learning behavior) edinerek, karar alma deneyimini artırmaktadır. Görüldüğü gibi davranışsal yaklaşımda lokasyon seçimi daha önce de vurgulandığı gibi, tüm yatırım projesi sürecinin parçalarından sadece birisidir.

Şekil 4.12. Firmaların lokasyon kararı verme süreci ve aşamaları



Kaynak: Hayter (1997:147)'den değiştirilerek hazırlanmıştır.

ABD'ye yatırım yapan 1000 tane ÇUŞ'un lokasyon kararı alma sürecini inceleyen Ulgado (1997:280-282), lokasyon kararının altı boyutunu ampirik kanıtlar ile şu şekilde ortaya koymuştur:

- (1) Lokasyon kararını merkez ofisin (headquarters) elemanları vermektedir.
- (2) Karar vericiler ortalama 3-4 kişiden oluşmaktadır.
- (3) Ortalama üç ya da dört alternatif lokasyon değerlendirilmektedir.
- (4) Ortalama üç veya dört lokasyon ziyaret edilmektedir.

(5) Yer seçimi ortalama altı ay ile bir yıl arasında bir zaman almaktadır.

(6) Genellikle bölgesel bir seçim süreci kullanılmaktadır. Yani önce bir bölge seçilmekte, sonra eyalet, daha sonra ise eyaletin içinde bir yer belirlenmektedir.

1970'lerin başından itibaren ÇUŞ'ların dünyanın gündemine oturması ve küresel ekonomiyi yönlendiren en büyük aktörlerden biri haline gelmesi, global ve yerel ölçekte mekansal organizasyon üzerinde değişiklikler yaratarak firmaların lokasyon seçimine farklı bir boyut kazandırmıştır. Ekonomik coğrafya içinde ÇUŞ'ların öneminin kabul edilmesi ile başlayan *firma coğrafyası* akımı (Bkz. Bölüm I), lokasyon meselesini davranışsal yaklaşımın esasını oluşturan karar verme sürecinin ötesine taşıyarak, firmaların lokasyon seçimini endüstriyel organizasyon ve pazarlık süreci olarak algılamaktadır. Buna göre ÇUŞ'lar, lokasyon seçimini şirket stratejisinin (corporate strategy) temel motivasyonlarını (büyüme, kâr, menkul kıymet) karşılamak için yaparlar. Burada lokasyon tercihi basit şekilde sadece alternatifleri belirlemek, onları değerlendirmek ve en iyisini seçmek şeklinde ele alınmamakta, daha ziyade rakiplerle, işgücüyü, üretici ve tüketicilerle pazarlık ve anlaşma yapmak, çeşitli düzeylerdeki ulusal ve yerel hükümetlerle seçeneklerini tartışmak ve tüm bunların sonucunda bir lokasyon kararı vermek şeklinde cereyan etmektedir. Böylece kurumsal yaklaşımda yani firma coğrafyası akımında lokasyon seçimi, ÇUŞ'ların şirket stratejisinin ve yapısının bir parçası olarak ya firmanın ev sahibi ülke hükümetleriyle yaptığı pazarlık olarak ya da yerel emekle olan ilişkiler açısından yorumlanmaktadır (Hayter, 1997:170-171).

Davranışsal lokasyon teorisi ve kurumsal yaklaşım günümüz ekonomik coğrafya literatüründe firmaların lokasyon tercihlerini ele almada en gerçekçi ve yaygın yaklaşım olmakla birlikte, özellikle yapısalci/marksist teorisyenler tarafından bir çok eleştiriye maruz kalmıştır. Bu eleştirilerden en önemlisi, davranışsal yaklaşımın karar verme, şirket stratejisi ve endüstriyel organizasyona çok fazla önem vermesine karşılık, toplumun ihtiyaçlarına ve emeğin rolüne çok az dikkat harcaması şeklindedir.

4.3.3. Yapısalci Lokasyon Teorisi

1970'li yılların başından itibaren radikal/marksist felsefenin coğrafya içinde giderek önem kazanması yapısalci bir lokasyon teorisinin gelişmesine yol açmıştır (Boddy, 1987:57). Bu yaklaşım geleneksel lokasyon teorisi (neoklasik ve davranışsal) yaklaşımına karşı çıkarak, onlardan tamamen farklı bir lokasyon teorisi ileri sürmeye çalışmıştır. Yapısalci teori, geleneksel lokasyon teorilerinin yetersiz ve gerçek dışı varsayımlara dayandığını ileri sürmektedir. Bu yaklaşım lokasyon seçimini politik ekonomiye ve Marksist analize başvurarak çözümlenmeye çalışmaktadır (Massey, 1977; Storper, 1981). Yapısalci yaklaşımda vurgu ne üretim faktörleri ve pazarların mekansal dağılımını göz önüne alarak karını maksimize, maliyetini minimize etmeye çalışan firmaya, ne de şirket stratejisinin ve organizasyonunun bir yansıması olarak lokasyon faktörlerini veri alan

yöneticilerin karar verme sürecine yapılmaktadır. Bu yaklaşımda vurgu tüm ekonomik sisteme yapılmaktadır. Yapısalcılara göre, lokasyon seçimi tümüyle sosyal, siyasal ve ekonomik şartlara ve süreçlere bağlı olarak meydana gelmektedir (Smith, 1981:142). Lokasyon tercihi ancak emek ve sermaye arasındaki çatışma ile kapitalist ekonominin/toplumun "yapısını" çözümlene yoluyla anlaşılabilir (Lever, 1985:29). Bu anlamda yapısalcı teori, geleneksel lokasyon teorilerinin mikro yaklaşımından farklı olarak makro bir bakış açısına sahiptir.

Yapısalcı yaklaşım tüm olarak sistem düzeyinde üretimin mekansal yapısını anlamaya çalışmaktadır. Bu nedenle yapısalcı yaklaşım analize firmadan değil, kapitalist ekonomik sistemden başlamakta yani genelden özele doğru gitmektedir. Bu yaklaşım firmanın lokasyonunu belirleyen faktörlere araştırmak yerine, üretim süreci ve emek-sermaye ilişkilerini araştırmayı yeğlemektedir (Dicken ve Lloyd, 1990:11).

Yapısalcı lokasyon teorisi yaklaşımı ilk kez 1973 yılında Massey (1977) tarafından geleneksel lokasyon teorisinin eleştirisi şekilden ortaya çıktı. Massey (1979) daha sonraki çalışmasında bu eleştirilerini yineledi ve alternatif olarak yapısalcı yaklaşımı ileri sürdü. Storper (1981), Massey tarafından ortaya atılan teorisinin adını açıkça koyarak yaklaşımı iyice belirginleştirdi. Daha sonra iki önemli coğrafyacı Storper ve Walker tarafından yürütülen bir dizi çalışma ile emek teorisi ile sermaye teorisi ilişkilendirilerek yapısalcı lokasyon teorisi olgunlaştırıldı (Bkz. Walker ve Storper,1981; Storper ve Walker, 1983). En son olarak Boddy (1987) 1980'lerde yapılan ampirik çalışmaların sonuçlarını da dahil ederek yaklaşımı zenginleştirdi.

Bu yaklaşımda lokasyon, endüstriyel sermayeyi yöneten tarihsel ve yapısal şartların bir sonucu olarak görülmektedir. Şirketler ise sermayenin ajanı olarak adlandırılmaktadır (Storper, 1981:27). Lokasyon seçimi, endüstriyel yeniden yapılanma (industrial restructuring), istihdam kaybı, sosyal ilişkiler, üretimin yapısı, emek-sermaye ilişkisi, kapitalist üretim tarzı kavramları çerçevesinden açıklanmaktadır. Teori emeğe, emeğin organizasyonuna ve emek ilişkilerine özel bir önem atfetmekte ve emeğin lokasyonu belirleyen temel unsur olduğunu belirtmektedir.

Teoriye göre firmalar karını maksimize etmek istemektedirler. Rekabet süreci kâr oranlarını düşürdüğü için, firmalar karlılıklarını artıracak ve sermaye birikimini sağlayacak her türlü aracın bulunduğu lokasyonlara doğru gitme eğilimindedirler. Emek ve diğer girdilerin maliyeti bir yerden diğerine değiştiği için kapitalist firmalar için karlılık kaynağı oluştururlar (Smith, 1981:140). Firmalar yüksek maliyetlerini (özellikle emek) azaltmak için emeğin ucuz şekilde bulunduğu lokasyona yatırım yaparlar ki böylece sermaye birikiminin sürdürebilirler. Bu durum Massey ve Meegan (1979) tarafından İngiliz elektronik endüstrisi üzerine yapılan ampirik bir çalışmada açıkça olarak ortaya konulmuştur.

Yapısalcı teoriye göre lokasyon teorisi, yatırım teorisinin bir parçası, yatırım teorisi ise genel kapitalist birikim teorisinin bir parçasıdır. Yani, lokasyon seçimi yatırım seçimidir ve yatırım seçiminde tümüyle sermaye birikim sistemine bağlıdır (Walker ve Storper, 1981). Burada dikkati çeken nokta, lokasyon seçiminin tümüyle sosyal, siyasal ve ekonomik şartlara ve süreçlere bağlı şekilde açıklamasıdır.

Teori lokasyonu, kapitalist şirketlerin karar verme sistemi içinde yalnızca tek ve küçük bir element olarak görmektedir. Teori, yatırımı nadiren somut bir olay olarak görmekte, yani yeni bir yerde yatırım kararı vermenin çok ender olduğunu ileri sürmekte ve yatırım kararlarının çoğunun sürekli devam eden dinamik bir süreç olduğunu belirtmektedir. Bu dinamik süreci yaratan üretim tarzı kapitalist emeğin kullanımı ve sermaye birikiminin genişlemesine dayalıdır (Dicken ve Lylod, 1990:368). Böylece yatırım kararı ve onun bir sonucu olan lokasyon seçimi kapitalist sistemin sosyal ve ekonomik ilişkileri içerisinde mekansal olmadan (aspatial) şekillen ancak coğrafi/mekansal sonuçlar yaratan bir süreçtir.

Özetle teori, lokasyon problemini kapitalist üretim sisteminin genel işleyişi bağlamında ele alarak geleneksel lokasyon teorisinden oldukça farklı bir bakış açısı getirmiş olmakla birlikte, özel olarak firmaların lokasyon seçimi ve kararını göz ardı etmektedir. Teori aynı zamanda firmaların lokasyon seçimine rehberlik edecek ve onları yönlendirecek normatif direktiflere sahip değildir. Bu anlamda teori daha çok eleştiril bir bakış açısı içermektedir. Ayrıca yaklaşımın ampirik çalışmalara uygulanmasında önemli güçlükler bulunmaktadır. Son olarak Johnston (1997), yapısalcılığın emek gibi makroekonomik güçlerin rolünü abarttığı, şirketlerin ve kurumların sahip olduğu gücü ise önemsiz gösterdiği için, ekonomik determinizme eğilimli olduğu şeklinde eleştirilere uğradığını belirtmektedir.

Sonuç olarak neoklasik lokasyon teorisi, firmanın lokasyon seçimini maliyeti minimize, karı maksimize etme bakımından; davranışsalcı lokasyon teorisi karar verme ve pazarlık süreci bakımından; yapısalcı lokasyon yaklaşımı ise kapitalist üretim sistemindeki sosyo-ekonomik ve siyasal süreçler ile emek-sermaye ilişkileri bakımından ele almaktadır. Her yaklaşım aynı probleme farklı açıklamalar getirmekle birlikte, çoğu zaman birbirlerinin açıklarını tamamlayıcı özellikler taşımaktadır. Hiç birisi lokasyon meselesini mükemmel şekilde açıklayamamakta ancak onu anlamamıza çok büyük katkı sağlamaktadır.

BÖLÜM V. AMPİRİK YAKLAŞIM VE HİPOTEZLER:

TÜRKİYE'DE DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN LOKASYONUNU BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Bu bölüm ampirik literatüre dayalı olarak DYY'nin lokasyonunu ve/veya mekansal dağılışını belirleyen faktörleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen ekonomik, sosyal, kültürel, coğrafi ve siyasal değişkenler çok sayıda çalışmanın bulgularına bağlı olarak incelenmektedir. Dünyanın bir çok ülkesinde, ÇUŞ'ların yurt içindeki lokasyon tercihlerini belirlemeye yönelik olarak yapılan araştırmalar sonucu açığa çıkarılan bu etkenlerin Türkiye bağlamına uygulanabilirliği göz önüne alınarak DYY ile ilgili "lokasyon belirleyicileri" (locational determinant) irdelenmektedir.

Lokasyon faktörleri, alandan alana, zamandan zamana, sektörden sektöre, firmadan firmaya ve ekonomik sistemden ekonomik sisteme farklılık gösterebilmektedir (Watts, 1987; Healey ve Ilbery, 1990; Chapman ve Walker, 1991; Hanink, 1997; Hayter, 1997; Tümertekin ve Özgüç, 1997). Yani yer seçimini belirleyen şartlar mekana, zamana, sektöre, firmanın büyük ya da küçük, yerli ya da uluslararası olmasına, firmanın faaliyette bulunduğu/bulunacağı ülkenin uyguladığı ekonomik sisteminin kapitalist veya sosyalist olmasına bağlı olarak değişebilmektedir. Aynı şekilde lokasyon faktörleri coğrafi ölçeğe bağlı olarak da farklılık gösterebilmektedir. Bazı lokasyon faktörleri sadece ülkeye özgü iken, diğer bazıları sadece bölgeye, kente veya tesisin kurulduğu spesifik yere özgü olabilmektedir. Keza lokasyon faktörlerinin önem dereceleri de ülke, bölge, kent ve kuruluş yeri ölçeğinde farklılaşabilmektedir.

Hiç bir lokasyon seçimi tek bir faktörün ürünü değildir. Bir lokasyon seçimi yapılırken yüzlerce faktör göz önüne alınabilir. Oysa realitede sadece göreceli olarak bir kaç faktör gerçekten çok önemlidir. Bu nedenle lokasyon bir çok lokasyon faktörünün bir kombinasyonu şeklinde ortaya çıkar. Tüm lokasyon faktörleri dikkate alınsa bile mükemmel bir lokasyon seçmek mümkün değildir. Çünkü tüm lokasyon faktörlerini bir yerde toplamak imkansızdır. Bu nedenle her lokasyon kararı ve/veya seçimi bir yerin dezavantajlı faktörlerine karşı avantajlı faktörlerin ikame edilmesini yansıtır (Laulajanian ve Stafford, 1995:15-17). Örneğin piyasaya yakın ve nitelikli emeğe erişimin olduğu bir lokasyon, arazi ve vergi maliyetleri ile ücretlerin yüksek olduğu bir mekan olabilir. Bu durumda avantajlar dezavantajları telafi ediyorsa uygun lokasyon seçiminin yapıldığı varsayılır.

5.1. Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Tespiti

Lokasyon faktörleri ve değişkenler belirlenirken üç aşamalı yol izlenmiştir. İlk önce daha çok yerli firmaların yer seçimini belirleyen koşulları inceleyen endüstriyel lokasyon literatürü değerlendirilerek, yer seçiminin yapılmasında önemli olan faktörler kısaca

özetlenmiştir (Bkz. Çizelge 5.1). İkinci ve en önemli aşamada, bir ev sahibi ülkede faaliyet gösteren YSF'lerin lokasyon seçimini ele alan literatür ayrıntılı bir şekilde taranmış, değerlendirilmiş ve bu konuda yapılan çalışmaların sonuçları detaylı şekilde ortaya konulmuştur (Bkz. Çizelge 5.2). Son aşama ise Berköz'ün (2005) İstanbul'da YSF'lerin lokasyonun seçimini belirleyen faktörlerle ilgili araştırmasının sonuçları dikkate alınmıştır (Bkz. Çizelge 5.3 ve 5.4).

5.1.1. Endüstriyel Lokasyon Literatürünün Değerlendirilmesi

Gerek ekonomik coğrafya gerekse diğer disiplinler içinde firmaların lokasyon faktörlerini araştıran çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bu çalışmalar özellikle firmaların yeni bir tesis kurması durumunda hangi faktörlere göre yer seçimi yapacağı üzerine yoğunlaşmaktadır. Bir ülke içinde sanayi faaliyeti ile uğraşan ve genellikle yerli firmaların hangi lokasyon faktörlerine göre yer seçimi yaptığını ele alan bu çalışmaların bulguları çizelge 5.1'de sergilenmektedir.

Çizelge 5.1. Endüstriyel lokasyon literatüründe firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörler

Smith (1981)	Watts (1987)	Laulajani ve Stafford (1995)	Hanink (1997)	Hayter (1997)	Tümertekin ve Özgüç (1997)	Wheeler vd. (1998)
Arazi	Emek	Piyasa/pazar	Hizmetlerin yeterliliği	Ulaşım	Hammadde	Pazar
Sermaye	Erişilebilirlik	Malzeme girdileri	İşgücünün mevcudiyeti	Malzeme	Enerji	Emek
Materyal ve enerji	Yerel imkanlar ve yaşam kalitesi	Emek	Piyasaya erişim	Piyasa/Pazar	Su	Enerji
Emek	İş iklimi	Altyapı	İş iklimi	Emek	İşgücü	Malzeme
Pazara erişim	Altyapı ve belediye hizmetleri	Arazinin niteliği, fiyatı ve erişilebilirliği	Hammadde ve diğer girdilere erişim	Yığılma/dışsal Ekonomiler	Pazar	Sermaye
Ulaşım	Tesis yerinin özellikleri	Hükümetlerin etkileri	Yaşam kalitesi ve çevre	Enerji	Ulaşım	Hükümetin etkisi, vergi avantajları
Yığılma/dışsal ekonomiler	Finansal ve kişisel faktörler	çevresel düzenlemeler	Yığılma ekonomileri	Altyapı	Sermaye	Yerel hoşluklar ve yaşam kalitesi
Kamu politikası	Çevre	İş iklimi ve yaşam kalitesi		Sermaye	Kişisel kararlar	Kişisel kararlar
Kişisel davranış, şans ve tarihsel nedenler	Vergiler ve finansman			Arazi/bina	İyi yaşama koşullarının rolü	Yığılma ekonomileri
	Yığılma ekonomileri			Çevre	Ekolojik kaygılar	Çevresel faktörler
					Devletin etkisi	Ulaşım hizmetleri
						Altyapı ve belediye hizmetleri

Çok sayıda araştırmanın sonuçlarına dayalı olarak Smith (1981), Watts (1987), Laulajani ve Stafford (1995), Hanink (1997), Hayter (1997), Tümertekin ve Özgüç (1997) ve Wheeler vd. (1998) tarafından yukarıda listelenen faktörler sadece yerli firmaların değil aynı zamanda yabancı firmaların lokasyon seçiminde de belirleyici durumdadır. *Yabancı firmaların yerli firmalardan farklı lokasyon seçtiğine dair bazı*

kanıtlar ileri sürülmüş olmakla birlikte⁶⁴ (Watts, 1987:169), yerli bir firma⁶⁵ üretim yerini seçerken hangi faktörleri dikkate alıyorsa, esas olarak yabancı firmalar da aynı faktörleri göz önüne alırlar. Bazı yabancı firmalar piyasa kapmak için yatırım yaparken, bazıları düşük üretim maliyetlerinden faydalanmak için yatırım yaparlar. Dolayısıyla *ister yabancı isterse yerli firma tarafından yapılsın temel lokasyon seçim güdüsü aynı olduğu için, yerli firmalar için oluşturulmuş lokasyon faktörleri yabancı firmalara da ya da ÇUŞ'lara uygulanabilir* (Hanink, 1997:262-263). Yani iç yatırımların yer seçim kararı, dış yatırımların yer seçim kararından çok da farklı değildir.

5.1.2. Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörler ile İlgili Yapılan Ampirik Çalışmalar ve Bulguları

ÇUŞ'ların ulusal ekonomiler içindeki öneminin giderek artması DYY'nin yerel ve bölgesel kalkınma açısından önemli bir araç haline gelmesine yol açmıştır. Bu durumu dikkate alan araştırmacılar özellikle 1990'lardan itibaren bir ülke içinde belirli bölgelere veya kentlere yapılan DYY'yi hangi lokasyon faktörlerinin belirlediğini anlamaya çalışmışlardır. İşte dünyada DYY lokasyonu üzerine yapılmış araştırmaların bulgularından faydalanmak ve böylece Türkiye için ampirik bir çerçeve elde etmek için *DYY lokasyonu*

⁶⁴ Yabancı firmaların lokasyon kararı yerli partnerlerinden önemli ölçüde farklılaşabilmektedir (Ulgado, 1997:273). Bu durumda lokasyon belirleyicileri ya da onların etkileri yerli ve yabancı yatırımcılar arasında farklı olabilir ve bu yüzden yabancı sermayeli firmaların ülke içindeki lokasyon seçimi ayrı şekilde araştırılmaya ihtiyaç duymaktadır. Örneğin, lokasyonunu niteliği ile ilgili belirsizlik ve onunla ilgili bilgi ve araştırma maliyeti yerli firmalara kıyasla yabancı firmalar için çok daha fazladır. Yapılan bazı araştırmalar yabancı firmaların çeşitli lokasyon faktörlerine yerli şirketlerden daha fazla önem verdiğini ortaya koymaktadır. Mesela yığılma ekonomileri yerli firmalara nazaran ÇUŞ'lar için çok daha önemli bir lokasyon faktörüdür. Ulgado (1997:289), yabancı firmaların yerlilere göre yer seçimini çok daha titiz, dikkatli ve uzun zaman süresinde yaptığını göstermektedir. Mesela yabancı firmalar yerli firmalara nazaran bir çok faktöre daha duyarlıdır. Örneğin iş iklimine, ücret farklılıklarına, bölgesel istikrara, büyük limanların varlığına daha duyarlıdır (Glickman ve Woodward (1988:142).

Mariotti ve Piscitello (1995) lokasyon seçimini belirleyen faktörlerinin yerli ve yabancı firmalar üzerine farklı etkilere sahip olduğunu göstermiştir. Özellikle yabancı yatırımcılar yerli yatırımcılara kıyasla ülke hakkında daha az bilgiye sahip olduğundan, yabancıların bilgi maliyeti yerlilerden daha yüksektir. Bu nedenle yabancı yatırımcıların lokasyon seçimi yerlilerden farklıdır. Çünkü, ÇUŞ'ların ev sahibi ülkedeki lokasyon tercihinin bilgi maliyetlerinin varlığı tespit eder. Bilgi maliyetinin yerli ve yabancı için farklı olması, ÇUŞ'ların ülkenin bazı bölgelerine daha fazla yoğunlaşmasına yol açar. Yazarlara göre, yerli firmaların lokasyon seçimini belirleyen temel unsur, üretim ve ulaşım maliyetleri iken, yabancılarınkini belirleyen bilgi maliyetleridir. Roberto (2004:3) İtalya'ya yatırım yapan YSF'lerin yerli firmaların lokasyon davranışını taklit etmediğini belirtmektedir. Keza, Berköz (2005:145) İstanbul'daki yerli ve yabancı yatırımcıların lokasyon seçiminin farklılaştığını vurgulamaktadır. Shaver (1998:469) ABD'deki yerli şirketler ile yabancı şirketlerin lokasyon seçimlerinin farklı olduğunu ortaya koymuştur. Yerli ve yabancı firmalar arasında lokasyon benzerliği ve farklılığının ayrıntılı nedenleri için bkz. Shaver (1998).

⁶⁵ Yerli firmaların lokasyon seçimini ABD'deki fabrika şubeleri (branch plant) bağlamında veya ekonometrik ya da arazi çalışmalarına (survey) dayalı kanıtlarla ortaya koyan çalışmalar için bkz. Schmenner (1982), Carlton (1983), Bartik (1985), Wardrep (1985).

ile ilgili tüm literatür çok ayrıntılı bir şekilde taranıp değerlendirilmiş ve sonuçta, yapılan tüm araştırmaların bulguları Çizelge 5.2'de verilmiştir. Doğrudan doğruya bir ülke içinde yatırım yapan yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri sunan çizelge 5.2, 14 farklı ülke (ABD, Çin, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, Rusya, Filipinler, Macaristan, Romanya, Polonya, İspanya, Portekiz ve Türkiye) üzerine yapılan 63 ampirik araştırmanın bulgularını vermektedir.

İncelenen çalışmaların 2/3'ü (43 tanesi) sadece ABD ve Çin üzerine odaklanmıştır. Küresel ekonominin en büyük aktörü olan ABD, lokasyon analizi ile ilgili araştırmalara doğal olarak öncülük etmiştir. Bu çalışmalarda ABD içinde yabancı yatırımcıların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin neler olduğunu kimi zaman bölge ve eyalet ölçeğinde, kimi zaman da ilçe (county) düzeyine kadar incek ayrıntıda araştırılmıştır (Bkz. Çizelge 5.2; McConnel, 1980; Luger and Shetty, 1985; Glickman ve Woodward, 1988; Bagchi-Sen, 1989, 1991, 1995a; Bagchi-Sen ve Wheeler, 1989; Chang, 1989; Coughlin vd., 1991; Woodward, 1992; Friedman vd., 1992, 1996; Smith ve Florida, 1994; Head vd., 1995; 1999; O huallachain ve Reid, 1997; Shaver, 1998; Nachum, 2000; O'Hagan ve Anderson, 2000; Coughlin ve Segev, 2000b; List, 2001).

ABD'den sonra ÇUŞ'ların yer seçimi davranışlarını belirleyen çalışmaların en fazla yoğunlaştığı diğer ülke Çin'dir (Bkz. Çizelge 5.2; Leung, 1990; Gong, 1995; Chen, 1996; Head ve Ries, 1996; Broadman ve Sun, 1997; Wei vd., 1999; Wu, 1999, 2000; Cheng ve Kwan, 2000; Coughlin ve Segev, 2000a; Shen vd., 2000; Wu ve Strange, 2000; Fung vd., 2002; He, 2002, 2003a, 2003b; Lee ve Lee, 2002; Sun vd., 2002; Zhou vd., 2002; Kang ve Lee, 2004; Gao, 2005; Wu ve Radbone, 2005). Hakikaten Çin her geçen gün artan DYY performansı nedeniyle araştırmacılar tarafından inanılmaz bir ilgi görmüştür.

ABD ve Çin'e göre daha az sayıda olmakla beraber bazı araştırmacıların diğer gelişmiş ülkeler içinde meydana gelen yabancı yatırımların mekansal dağılımını belirleyen faktörleri incelediği görülmektedir [İngiltere için Hill ve Munday (1992), Taylor (1993); İngiltere ve Fransa için Hill ve Munday (1995); Fransa için Crozet vd. (2004); İtalya için Mariotti ve Piscitello (1995), Roberto (2004), Probris vd. (2005); Hollanda için Hogenbirk ve Narula (2004); İspanya için Pelegrin (2004); Portekiz için Guimaraes vd. (2000)].

Bilhassa son zamanlarda gelişmekte olan ülkelere yapılan DYY'nin ev sahibi ülke içinde hangi faktörlere göre lokasyon seçtiğini inceleyen çalışmalar ortaya çıkmaya başladı. Ancak bu araştırmaların ikisi dışında [Filipinler için Makabenta (2002) ve Türkiye için Deichmann vd. (2003)] tümünün, 1990 sonrası müthiş bir DYY çekme performansı yakalayan Polonya, (Deichmann, 2002; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan, 2005), Macaristan (Bekes, 2005; Boudier-Bensebaa, 2005) ve Romanya (Hilber ve Voicu, 2005) gibi Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri ile bir dönem onların kontrol eden ancak şu an post-komünist geçiş

devresini yaşıyan Rusya (Broadman ve Recanatini, 2001 ve Iwasaki ve Suganuma, 2005) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Çizelge 5.2).

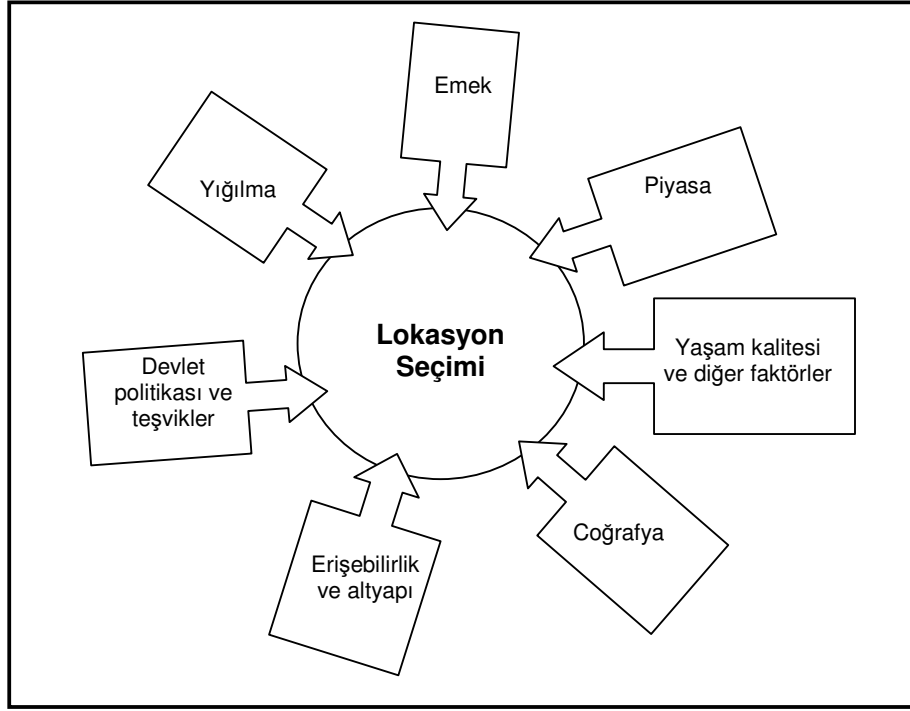
Bir yatırım kaynağı olarak en fazla araştırılan ülkenin Japonya olduğu görülmektedir (Çizelge 5.2). Daha önce de belirtildiği gibi (Bkz. Bölüm II) Japonya, özellikle 1987-1995 döneminde dünyada dışa doğru yapılan DYY yatırımlarında çok önemli bir paya sahip olmuştur. Hem Japonya'nın dünyanın en büyük yabancı yatırımcılarından biri olması hem de dışarıya yatırım yapan tüm Japon şirketlerine ilişkin ayrıntılı ve güvenilir verinin bulunması söz konusu ülkenin araştırmalara daha fazla konu olmasına neden olmuştur (O huallachain ve Reid, 1997:404).

İncelenen 63 araştırmanın tümü regresyon analizinin çeşitli versiyonlarını yöntem olarak benimsemiştir. Veri setinin özelliklerine bağlı olarak özellikle En Küçük Kareler (EKK), nested, conditional logit, probit, tobit, lojistik, multinomial, poisson ve negatif binomial teknikler yoğun şekilde kullanılmıştır. Ancak yapılan çalışmaların yarısından fazlasının EKK yöntemli çoklu regresyon analizini, 1/4'ünü de conditional logit model tekniğini kullandığı dikkati çekmektedir.

İncelenen 63 araştırmanın %90'ı sadece imalat sanayiye veya tüm sektörler için yapılan DYY'yi konu edinirken, hizmet sektörünün son dönemde çalışılmaya başlandığı ve buna bağlı olarak bu konuda yapılan araştırmaların sayısının artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Ayrıca değerlendirilen çalışmaların coğrafi analiz birimi olarak eyalet, il, ilçe, metropol, kent ve bölge şeklinde hemen tüm ölçekleri kapsadığı dikkatlerden kaçmamaktadır.

Ampirik verilere dayalı istatistiksel ya da ekonometrik yöntemler kullanılarak çok sayıda değişkenin hipotezlere karşı test edilmesi ile elde edilen bu araştırmaların sonuçları yedi ayrı başlık altında toplanmıştır: (1) Yığılma ekonomilerini gösteren değişkenler, (2) piyasa değişkenleri, (3) emek değişkenleri, (4) ulaşım ve altyapı veya erişilebilirlik değişkenleri, (5) devlet politikası ve teşvikleri ile ilgili değişkenler, (6) Sosyal, kültürel ve çevresel etkenlerle ilgili değişkenler ve (7) coğrafi değişkenler. Bu değişkenlerin kavramsal olarak modellenmesi ise şekil 5.1'de görülmektedir.

Şekil 5.1. 63 araştırmanın bulgularına dayalı olarak bir ülke içinde yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin kavramsal olarak modellenmesi



Çizelge 5.2. ÇUŞ'ların lokasyon seçimini belirleyen faktörler ile ilgili yapılan ampirik çalışmalar ve bu çalışmaların bulguları

Çalışma	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Çalışılan ülke	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ABD	ÇİN	ABD	ABD	ABD	ABD	İNG	İNG	ABD	İ&F	İTA	ABD	ÇİN	ABD	ABD	ÇİN	
Çalışmada yatırımı yapan ülke(ler)	TÜM	TUM	TÜM	TÜM	TÜM	JAP	TÜM	TÜM	TÜM	JAP	TÜM	TÜM	JAP	JAP	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	JAP	TÜM	TÜM	
Çalışılan sektör	SAN	SAN	SAN	KAR	KAR	SAN	KAR	SAN	HİZ	SAN	SAN	KAR	SAN	SAN	SAN	KAR	HİZ	KAR	SAN	SAN	KAR	
Çalışmanın yöntemi/analiz çeşidi	EKK	CLM	EKK	EKK	EKK	EKK	EKK	CLM	EKK	CLM	CLM	EKK	EKK	EKK	EKK	EKK	EKK	EKK	CLM	EKK	CLM	
Çalışmanın coğrafi birimi/analiz ölçeği	EYA	EYA	EYA	MET	MET	EYA	BİK	EYA	EYA	E&I	EYA	BÖL	İLÇ	İLÇ	BÖL	İL	EYA	KEN	EYA	EYA	İL	
1. Yığılma ekonomileri																						
ÇUŞ'ların/YSF'lerin varlığı/sayısı		+	+	+		+								+		+				+		
Sanayi kuruluşlarının sayısı	+		+				+	+		+				+						+		
Sanayi sektöründe çalışan kişi sayısı				+		+							+									
Hizmet sektöründe çalışan kişi sayısı				+	+				+				+			ÖS	+					
Kentleşme oranı/nüfus yoğunluğu										+			ÖS			ÖS		+				
2. Piyasa																						
Piyasa büyüklüğü/il veya kent nüfusu	+		+		+	ÖS	+		OS					+			ÖS	-				
Piyasa kuvveti/kişi başına gelir	ÖS	+	+					+		+	+	+			+	ÖS				+	+	
Piyasa potansiyeli/GSYİH				+																		
Piyasa büyümesi/yıllık GSYİH'daki değişimi				+	+				+							ÖS	+					
3. Emek																						
İşgücü maliyeti/ücret düzeyi	ÖS	-	+			ÖS		-		ÖS	-	ÖS	ÖS	+	+	ÖS				ÖS/-	ÖS	
İşgücü verimliliği			+							+	+	ÖS	ÖS	+								
İşgücünün niteliği/nüfusun eğitim durumu										+						ÖS						
Sendikalaşma	ÖS		+			ÖS		+		-	+			ÖS		ÖS						
İşgücü arzı/İşsizlik oranı								+		-	+		+			ÖS						
AR-Ge istihdamı																ÖS				+	+	
4. Erişilebilirlik ve altyapı																						
Karayolu			+					+		+				+		ÖS		ÖS				
Demiryolu								+		+						ÖS		ÖS			+	
Denizyolu/limanın varlığı			+				+	+			+					ÖS		+		+		
Su yolu																		+				
Havayolu bağlantısı			+				+	+										+				
İletişim/telefon sayısı							+											+				
Elektrik arzı	ÖS		+															+				
5. Devlet politikası ve teşvikler																						
Ulusal vergiler/kurumlar vergisi oranı	ÖS	ÖS						-		-	ÖS									ÖS		
Yerel vergiler/emlak vergisi oranı								-		ÖS	-									ÖS		
Özel ekonomik bölgeler													+						+			
Kamu yatırımı/devlete ait sanayi tesisi																						
Yatırım teşvikleri/sübvansiyonlar	ÖS									ÖS		+			+	ÖS						
Bölgesel/yerel kurumların promosyonu		+					+			+	+									+		
Çevresel politikalar/düzenlemeler											ÖS											
6. Coğrafi değişkenler																						
Arazinin mevcudiyeti ve maliyeti								+	+	+	ÖS					ÖS	+		+			
İklim	ÖS									ÖS												
Sınır etkisi										+/	+						+					
Mesafe/merkezi yerlerden uzaklık	-																-					
Kıyıda veya içte konumlanma																						
7. Yaşam kalitesi ve diğer faktörler																						
Çekicilikler, yoksulluk, istikrar, suç										-												
Etnisite										-					+							
Dış ticaret düzeyi																						

Çizelge 5.2'nin devamı

Çalışma	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	
Çalışılan ülke	ÇİN	ÇİN	ABD	ABD	ÇİN	ABD	ÇİN	ÇİN	ÇİN	ÇİN	ABD	ABD	ÇİN	POR	ÇİN	ABD	ABD	RUS	ÇİN	FİL	POL	
Çalışmada yatırımı yapan ülke(ler)	TÜM	TÜM	JAP	TÜM	TÜM	JAP	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	KAN	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	GKO	TÜM	TÜM	
Çalışılan sektör	KAR	KAR	SAN	SAN	KAR	SAN	KAR	KAR	KAR	HİZ	HİZ	KAR	KAR	SAN	KAR	SAN	SAN	KAR	KAT	KAR	KAR	
Çalışmanın yöntemi/analiz çeşidi	CLM	EKK	E&T	EBL	EKK	CLM	EKK	LG	CLM	CLM	EKK	MLM	EKK	CLM	EKK	NBR	PMR	EKK	EKK	NBR	EKK	
Çalışmanın coğrafi birimi/analiz ölçeği	KEN	İL	EYA	EYA	İL	EYA	KEN	KEN	İL	KEN	EYA	EYA	KEN	İLÇ	İL	İLÇ	İLÇ	BÖL	İL	BÖL	İL	
1. Yiğilme ekonomileri																						
ÇUŞ'ların/YSF'lerin varlığı/sayısı	+		+		+				+	+	+			+			+				+	
Sanayi kuruluşlarının sayısı	+		+								+			+				+				
Sanayi sektöründe çalışan kişi sayısı												+				+					ÖS	
Hizmet sektöründe çalışan kişi sayısı														+								
Kentleşme oranı/nüfus yoğunluğu					+						+		-	ÖS		+						
2. Piyasa																						
Piyasa büyüklüğü/İl veya kent nüfusu				ÖS		+			+	+		+	ÖS		+	ÖS	+		+	+	+	
Piyasa kuvveti/kişi başına gelir				ÖS		+		+	+	+	ÖS		+		+	ÖS			+	+	+	
Piyasa potansiyeli/GSYİH		+		ÖS							ÖS							+			ÖS	
Piyasa büyümesi/yıllık GSYİH'deki değişim					+					+			+						ÖS		+	
3. Emek																						
İşgücü maliyeti/ücret düzeyi	ÖS	ÖS		-	+				-	ÖS		-	ÖS	OS	-	-	-	ÖS/+		-		
İşgücü verimliliği	+										+				+	ÖS		ÖS/+	+	ÖS	ÖS	
İşgücünün niteliği/nüfusun eğitim durumu		-						ÖS	ÖS	+	+			OS/-	-	+		ÖS/+	+	ÖS	ÖS	
Sendikalaşma			ÖS/-			-/ÖS					-					ÖS						
İşgücü arzı/İşsizlik oranı				ÖS/-	ÖS						-					ÖS						
AR-Ge istihdamı				ÖS	+											ÖS						
4. Erişilebilirlik ve altyapı																						
Karayolu		+						+	ÖS				+		ÖS	+		+	OS	+	ÖS	
Demiryolu	+	+						+	ÖS										OS			
Denizyolu/limanın varlığı	+											+									+	
Su yolu		+						+														
Havayolu/havaalanı bağlantısı	ÖS														ÖS					+	+	
İletişim/kişi başına telefon sayısı	ÖS									+	ÖS											
Elektrik arzı/kişi başına elektrik tüketimi	ÖS																					
5. Devlet politikası ve teşvikler																						
Ulusal vergiler/kurumlar vergisi oranı				ÖS		-						-					-	ÖS				
Yerel vergiler/emlak vergisi oranı				ÖS		-											ÖS	ÖS				
Özel ekonomik bölgeler	+				+	+	+	+	+											+	+	ÖS
Kamu yatırımı/devlete ait sanayi tesisi																				-		
Yatırım teşvikleri/sübvansiyon						+																
Bölgesel/yerel kurumlarının promosyonu				ÖS		ÖS					OS					ÖS						
Çevresel politikalar/düzenlemeler																		ÖS				
6. Coğrafi değişkenler																						
Arazinin mevcudiyeti ve maliyeti								+					+	ÖS		+	+	+				
İklim																ÖS						
Sınır etkisi			+	+		+							+									ÖS
Mesafe/merkezi yerlerden uzaklık							+	+				-	-	-								
Kıyıda veya içte konumlanma		+			+							+			+							
7. Yaşam kalitesi ve diğer faktörler																						
Çekicilikler, yoksulluk, istikrar, suç																			OS		-	
Etnisite																			ÖS	+		
Dış ticaret düzeyi					+														ÖS	-		

Çizelge 5.2'nin devamı

Çalışma	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63
Çalışılan ülke	ÇİN	ÇİN	ÇİN	ÇİN	ÇİN	ÇİN	TÜR	İTA	FRA	HOL	MAC	ÇİN	İSP	POL	POL	ROM	İTA	ÇİN	ÇİN	MAC	RUS
Çalışmada yatırımı yapan ülke(ler)	JAP	TUM	4ÜL	TÜM	4ÜL	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	GKJ	TÜM	TÜM	JAP	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM	TÜM
Çalışılan sektör	SAN	KAR	KAR	KAR	SAN	SAN	KAR	SAN	KAR	KAR	SAN	KAR	SAN	KAR	KAR	SAN	SAN	KAR	KAR	KAR	KAR
Çalışmanın yöntemi/analiz çeşidi	TMR	EKK	EKK	EKK	TMR	PNB	CLM	PNB	CNL	CLM	CNL	CLM	EKK	NBR	PMR	CLM	CLM	EKK	EKK	EKK	EKK
Çalışmanın coğrafi birimi/analiz ölçeği	İL	İL	BÖL	KEN	KEN	KEN	İL	İL	İL	İL	İLÇ	İL	BÖL	İL	BÖL	İLÇ	İL	İL	KEN	İLÇ	BÖL
1. Yiğilma ekonomileri																					
ÇUŞ'ların/YSF'lerin varlığı/sayısı	+	-		+	+	+	+	+	+	+	+	+				+				+	+
Sanayi kuruluşlarının sayısı				+	+	+		OS/-	+	OS/-	+		+			+	+		+	+	+
Sanayi sektöründe çalışan kişi sayısı																					
Hizmet sektöründe çalışan kişi sayısı					+	+						+	OS	+	OS	+					
Kentleşme oranı/nüfus yoğunluğu				+							+	+	-	-	OS					-	+
2. Piyasa																					
Piyasa büyüklüğü/il veya kent nüfusu	OS										+										-
Piyasa kuvveti/kişi başına gelir											+	+									
Piyasa potansiyeli/GSYİH		+	+		+	OS	+	+	+	OS				+	+			+			+
Piyasa büyümesi/yıllık GSYİH'daki değişimi																					
3. Emek																					
İşgücü maliyeti/ücret düzeyi		-	-	OS	-	-		-	-		-	-/+	+	-	OS	OS		OS		+	
İşgücü verimliliği																					
İşgücünün niteliği/Nüfusun eğitim durumu	+	+	+				-				+	-/+	+	+	-	+	OS		+	OS	
Sendikalaşma																					
İşgücü arzı/işsizlik oranı								+								OS	-				+
AR-Ge istihdamı		+								OS	+		+								
4. Erişilebilirlik ve altyapı																					
Karayolu uzunluğu	+	OS	+				+	+		OS	+			+	+	OS		OS		OS	+
Demiryolu	+	+	+									+				+		OS		OS	
Denizyolu/limanın varlığı				+	+	+									OS	OS				+/OS	
Su yolu																		OS			
Havayolu bağlantısı										+	+			+	+					+	OS
İletişim/telefon sayısı				+						+				+	+						OS
Elektrik arzı																					
5. Devlet politikası ve teşvikler																					
Ulusal vergiler/kurumlar vergisi oranı																					
Yerel vergiler/emlak vergisi oranı										OS											
Özel ekonomik bölgeler	+		+	+	+	+		OS				+	OS/-		OS	OS		+	+		+
Kamu yatırımı/devlete ait sanayi tesisi																					
Yatırım teşvikleri/sübvansiyon									+												
Bölgesel/yerel kurumlarının promosyonu																					
Çevresel politikalar/düzenlemeler																					
6. Coğrafi değişkenler																					
Arazinin mevcudiyeti ve maliyeti	+														+	+/OS	-			OS	
İklim																					
Sınır etkisi									-	+					+/-	-					+
Mesafe/merkezi yerlerden uzaklık																					
Kıyıda veya içte konumlanma				+			+														
7. Yaşam kalitesi ve diğer faktörler																					
Çekicilikler, yoksulluk, istikrar, suç																					
Etnisite													+								
Dış ticaret düzeyi	+	+										+						+			

Çizelge 5.2 ile ilgili açıklamalar

Çalışma				
1. McConnel (1980)	14. Smith ve Florida (1994)	27. Head vd. (1999)	40. Lee ve Lee (2002)	53. Bekes (2005)
2. Luger ve Shetty (1985)	15. Hill ve Munday (1995)	28. Wu (1999)	41. Makabenta (2002)	54. Kang ve Lee (2004)
3. Glickman ve Woodward (1988)	16. Mariotti ve Piscitello (1995)	29. Wu (2000)	42. Deichmann (2002)	55. Pelegrin (2004)
4. Bagchi-Sen (1989)	17. Bagchi-Sen (1995a)	30. Cheng ve Kwan (2000)	43. Zhou vd. (2002)	56. Cieslik (2005)
5. Bagchi-Sen ve Wheeler (1989)	18. Gong (1995)	31. Wu ve Strange (2000)	44. Sun vd. (2002)	57. Cieslik ve Ryan (2005)
6. Chang (1989)	19. Head vd. (1995)	32. Nachum (2000)	45. Fung vd. (2002)	58. Hilber ve Voicu (2005)
7. Leung (1990)	20. Friedman vd. (1996)	33. O'Hagan ve Anderson (2000)	46. He (2002)	59. Probris vd. (2005)
8. Coughlin vd. (1991)	21. Chen (1996)	34. Shen vd. (2000)	47. He (2003a)	60. Gao (2005)
9. Bagchi-Sen (1991)	22. Head ve Ries (1996)	35. Guimaraes vd. (2000)	48. He (2003b)	61. Wu ve Radbone (2005)
10. Woodward (1992)	23. Broadman ve Sun (1997)	36. Coughlin ve Segev (2000a)	49. Deichmann vd. (2003)	62. Boudier-Bensebaa (2005)
11. Friedman vd. (1992)	24. O huallachain ve Reid (1997)	37. Coughlin ve Segev (2000b)	50. Roberto (2004)	63. Iwasaki ve Suganuma (2005)
12. Hill ve Munday (1992)	25. Shaver (1998)	38. List (2001)	51. Crozet vd. (2004)	
13. Taylor (1993)	26. Wei vd. (1999)	39. Broadman ve Recanatini (2001)	52. Hogenbirk ve Narula (2004)	
Çalışılan ülke				
ABD: Amerika Birleşik Devletleri İTA: İtalya ROM: Romanya	ÇİN: Çin POR: Portekiz MAC: Macaristan	İNG: İngiltere POL: Polonya TÜR: Türkiye	FRA: Fransa HOL: Hollanda İ&F: İngiltere ve Fransa	İSP: İspanya FİL: Filipinler RUS: Rusya
Çalışmada yatırımı yapan ülke(ler)				
TÜM: Tüm ülkeler GKO: Güney Kore	GKJ: Güney Kore ve Japonya JAP: Japonya	KAN: Kanada	4ÜL: ABD, Hong-Kong, Tayvan ve Japonya	
Çalışılan sektör				
SAN: Sanayi	HİZ: Hizmet	KAR: Tüm sektörler		
Çalışmanın yöntemi/analiz çeşidi				
EKK: En küçük kareler (EKK) yöntemli çoklu regresyon EBL: EKK ve binominal logistic regression PNB: Poisson ve negatif binomial regresyon	CLM: Conditional lojit model MLM: Multinomial lojit model NBR: Negatif binomial regresyon	TMR: Tobit model regresyon PMR: Poisson model regresyon E&T: EKK ve tobit model regresyon	CNL: Conditional ve nested lojit model LR: Lojistic regresyon	
Çalışmanın coğrafi birimi/analiz ölçeği				
EYA: Eyalet BÖL: Bölge	İL: İl (province) KEN: Kent	İLÇ: İlçe (county, district) BİK: Bölge, il ve kent	MET: Metropolitan alan E&I: Eyalet ve ilçe	
İşaretler				
+ : Lokasyon seçiminde etkisi istatistiksel bakımdan önemli ve pozitif yönde				
- : Lokasyon seçiminde etkisi istatistiksel bakımdan önemli ancak negatif yönde				
ÖS: Lokasyon seçiminde etkisi istatistiksel bakımdan önemsiz				

5.1.3. Berköz'ün Türkiye'deki Yabancı Sermayeli Firmaların Lokasyon Seçimi İle İlgili Bulguları

Berköz (2005) tarafından son dönemde yapılan bir araştırma, İstanbul'da endüstri ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren YSF'lerin lokasyon seçimlerini belirleyen faktörleri ortaya koymaktadır. İstanbul'da faaliyet gösteren 100 adet (yarısı sanayi yarısı hizmet sektöründen) lider ÇUŞ'a birebir görüşme yoluyla anket yöntemi uygulanarak elde edilen verilere dayalı olarak yapılan çalışma, istatistiksel analizler yoluyla sonuca ulaşmaktadır. Bu araştırma bizim çalışmamız açısından öneme sahiptir çünkü, Berköz'ün makalesi Türkiye'ye yatırım yapmış bulunan yabancı sermayeli şirketlerin hangi kriterlere göre lokasyon seçimi yaptığını *bizzat firmalara sorarak* ortaya koyan ilk ve tek çalışma olduğu için bu araştırmanın bulguları bizim değişken seçimimizde yol gösterici olabilir. Yani bu çalışmada ortaya konulan lokasyon faktörleri bizim hipotezleri test ederken kullanacağımız değişkenlerin seçiminde ne derece isabetli olup olmadığını konusunda hem kendimizi kontrol etmemizi sağlayabilir hem de diğer ülkelerde yapılan araştırmaların bulguları ile kıyaslanabilir.

Çizelge 5.3 ve 5.4 İstanbul'daki yabancı sermayeli endüstri ve hizmet firmalarının lokasyon seçimini etkileyen faktörler ile onların önemlilik sırasını göstermektedir. Berköz, lokasyon faktörlerini önemlerine göre sıraladıktan sonra önce faktör analizi yoluyla değişkenleri altı gruba indirgeyecek ayrımı yapmakta ve en sonunda da küme analizi yoluyla faktör gruplarının nasıl kümelendiğini ya da kendi içinde hangi alt gruplarda yoğunlaştığını belirlemektedir.

Çalışmaya göre hem endüstri hem de hizmet firmalarının lokasyonunu belirleyen en önemli faktör şehirsiz kamu hizmetlerinin varlığı, niteliği ve maliyeti ile ilişkili olan kentleşme ekonomileridir. Endüstriyel firmalar için en az kentleşme ekonomileri kadar önemli olan bir diğer faktör, yerleşmeye bağlı yığılma ekonomilerinin varlığıdır. Bu durum topyekün olarak yığılma ekonomilerinin lokasyon seçiminde ne denli önemli olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Yabancı endüstriyel firmalar için son derece hayati olan ikinci önemli faktör, altyapı imkanlarının bulunmasıdır. Bunun hemen ardından ulaşım ve erişilebilirlikle ilgili unsurlar lokasyon seçiminde ilk sıraları almaktadır. Devlet teşvikleri ve yardımları bir diğer belirleyici unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. İlginç olan ucuz emeğin geri sıralarda gelmesidir ki bu, literatür tarafından da çoğu durumda doğrulanmaktadır. Şüphesiz ucuz emek, işgücü maliyetinin lokasyon seçiminde önemli bir faktör olmadığı anlamına gelmemektedir.

Yabancı hizmet firmaları içinde kentsel hizmetlerin ilk belirleyici faktör olduğunu belirtmiştik. İkinci sırada altyapının niteliği, binaların fiziki şartları ve erişilebilirlik

gelmektedir. Keza lokasyonun imajı, merkeziliği ve ulaşım kolaylığı son derece önemlidir. Hizmet firmaları için müşteri potansiyeli yani piyasa talebi en ön sırada gelen bir başka etkendir.

Çizelge 5.3. İstanbul'da faaliyet gösteren yabancı sermayeli endüstri firmalarının lokasyon seçimini etkileyen faktörlerin önemlilik sırası

Lokasyon faktörleri veya değişkenler	Ortalama
Güvenilir elektrik enerjisi	3.58
İletişim altyapısının niteliği	3.50
Kamu suyu sağlama ve altyapı	3.48
Endüstri için dizayn edilmiş altyapı	3.42
Vasıflı emek	3.40
Aynı sektörde faaliyet gösteren YSF'nin varlığı	3.24
Uygun arazi parseli	3.24
Ulaşım maliyetlerinin uygunluğu	3.20
Atıkların boşaltılması	3.20
Finansal teşvikler	3.14
Park alanının mevcudiyeti	3.10
Gelişmiş karayolu ağına erişim	3.08
Teknik&bakım hizmetleri	3.08
Göreceli ucuz emlak	3.06
Devlet iknası/teşviki	3.06
Alternatif lokasyonlar üzerindeki finansal baskı	3.02
Sakin ve hoş bir çevrenin bulunması	3.02
Bol ve ucuz işgücü	3.02
Mülkiyet	3.02
Mal/hizmet sağlayan büyük kuruluşlara yakınlık	2.96
Kamu hizmetlerinin maliyeti	2.94
Uygun bina	2.92
Büyük müşterilere yakınlık	2.92
Aynı sektördeki endüstrilerin varlığı	2.88
Mal için sınırlı yerel rekabetin bulunması	2.88
Sağlık tesislerine yakınlık	2.82
Uzmanlaşmış hizmet ve tesislerden uzaklık	2.78
Kiralanabilir mülklerin mevcudiyeti	2.72
Genişleme için uygun mekan	2.70
Firmanın bulunduğu lokasyona kamu ulaşımı	2.64
Uluslararası limanlara yakınlık	2.62
Uluslararası hava limanından uzaklık	2.48
Firma yöneticileri ve personeli için çekici bir ortamın bulunması	2.48
İstihdam ajansları	2.46
Lokasyonun imajı	2.44
Gelişmiş demiryolu ağına erişim	2.30
Firma sahibinin kişisel/ailevi nedenleri	2.30
Yerel teknik eğitim birimlerinin mevcudiyeti	2.08
Yerel okulların niteliği	1.98

Kaynak: Berköz (2005:142)

Görüldüğü gibi Türkiye'de/İstanbul'da faaliyet gösteren firmaların lokasyonunu belirleyen kriterler diğer ülkelerde yapılan araştırmalarla büyük bir uyumluluk göstermektedir. Nitekim yazar da çalışmasında aynı noktayı işaret etmektedir (Berköz, 2005:140). Sonuç olarak değişkenlerin seçiminde bu çalışmanın bulguları yol gösterici olabilecektir.

Çizelge 5.4. İstanbul'da faaliyet gösteren yabancı sermayeli hizmet firmalarının lokasyon seçimini etkileyen faktörlerin önemlilik sırası

Lokasyon faktörleri veya değişkenler	Ortalama
Müşteri potansiyeli	3.62
İletişim altyapısının niteliği	3.58
Ofisin fiziki şartları	3.48
Binanın niteliği	3.48
Görünür lokasyon	3.46
İş merkezlerine yakınlık	3.42
Sakin ve hoş bir çevrenin bulunması	3.32
Prestijli lokasyon	3.28
Uygun bina	3.26
Vasıflı emek	3.22
Park alanının mevcudiyeti	3.18
Kamu hizmetlerinin niteliği	3.10
İşletme tipinin ortama uygunluğu	3.10
Devlet iknası/teşviki	3.04
Gelişmiş yol ağına erişim	3.04
Altyapının niteliği	3.04
Firmanın bulunduğu lokasyona kamu ulaşımı	3.00
Ulaşım maliyetlerinin uygunluğu	2.96
Uzmanlaşmış hizmet ve tesislerden uzaklık	2.94
Kamu hizmetlerinin maliyeti	2.84
Tamamlayıcı sektörlere yakınlık	2.80
Uluslararası hava limanlarına erişim	2.76
Kiralanabilir emlağın mevcudiyeti	2.72
Finansal merkezlere yakınlık	2.66
Belediye vergilerinin düşüklüğü	2.64
Teknik&bakım hizmetleri	2.64
Aynı sektördeki firmalara yakınlık	2.64
Arazi ve kira maliyetlerinin düşüklüğü	2.60
Mülkiyet	2.58
İstihdam ajansları	2.48
Firma sahibinin kişisel/ailevi nedenleri	2.22
Göreceli ucuz emlak	2.00

Kaynak: Berköz (2005:143)

5.2. Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörler ve Araştırma Hipotezleri

ÇUŞ'ların bir ülke içindeki lokasyon seçimini ele alan çok sayıda ampirik araştırmanın incelenmesi ve ilgili literatürün değerlendirilmesi sonucu, DYY'nin ülke içindeki lokasyonunu belirleyen faktörler yedi farklı gruba ayrılmıştır (Bkz. Çizelge 5.2 ve şekil 5.1). Aşağıda ilk önce Türkiye'de yabancı yatırımların lokasyon seçimini belirleyen ve yedi grup altında toplanan çok sayıda olası/potansiyel değişken açıklanmakta, daha sonra da bu değişkenlerin Türkiye örneğine uygulanabilirliği tartışılarak araştırmanın hipotezleri formüle edilmektedir. Bu çalışmada her bir lokasyon faktörünün ele alınış sırası son dönemde literatürde öne çıkan faktörler ve bunların çalışmadaki önemi dikkate alınarak yapılmıştır.

Giriş kısmında da belirtildiği gibi bu araştırmanın ileri sürdüğü **ana hipotez** "Türkiye'nin her bir ilindeki doğrudan yabancı yatırım, o ilin lokasyona özgü avantajları tarafından belirlenmektedir" şeklinde ifade edilmektedir. Bu hipoteze göre, eğer bir

lokasyon daha fazla olanağa ve avantaja sahipse, daha fazla DYY çekecektir. Bir başka ifade ile, bir ilin sahip olduğu avantajların çoğalması, sunduğu fırsatların artması, yabancı firmaların o ile daha fazla yatırım yapmasına yol açacaktır. Böylece yabancı firmaların bir ili/lokasyonu yatırım yeri olarak seçmesi bir tesadüf değil, o ilin ya da lokasyonun firmaya sunduğu imkanlar ve çekiciliklerle yakından ilgilidir. Diğer bir deyişle firmaların aradığı özelliklerin bir lokasyonda yoğunlaşması, yatırımcıların tercihini oraya doğru yönlendirmektedir. Dolayısıyla bu çalışma Türkiye’de bir ilin lokasyona özgü avantajları arttıkça o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımın artmakta olduğunu savunmaktadır.

Kuşkusuz, bu araştırmanın altında yatan ana hipotez genel bir çerçeve sunmaktadır. Bu ana hipotezin doğruluğunu veya yanlışlığını ortaya koyacak daha spesifik alt hipotezlere ihtiyaç vardır. Böylece ana hipotez çok sayıda alt hipoteze ayrılarak daha anlamlı hale getirilebilir. İşte, hem ana hipotezi daha açıklayıcı kılmak, hem de her bir lokasyon faktörünün lokasyon seçimindeki önemini açığa çıkarmak için, ana hipotezle bağlantılı toplam 25 spesifik araştırma hipotezi ileri sürülmüştür.

5.2.1. Yiğilma Ekonomileri

Yiğilma ekonomileri ⁶⁶ (agglomeration economies) günümüzde firmaların lokasyonunu açıklamada kullanılan *en önemli* faktördür (Dicken, 1998:76). Oysa sanayi devriminin başında hammadde, 20. yüzyılın başında ise Weber’in vurguladığı gibi ulaşım/taşıma, firmaların lokasyon seçimini belirleyen en önemli etkenlerdi. Gerçekten özellikle son 15 yılda gerek yerli gerekse yabancı firmalar üzerine odaklanan çok sayıda araştırma, yiğilma ekonomilerinin lokasyonu tayin eden en önemli faktör olduğu konusunda hemfikirdir. Ayrıca yiğilma ekonomileri sadece endüstriyel firmalar için değil aynı zamanda hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmalar içinde en önemli lokasyon belirleyicilerinden biridir (Daniels, 1985:71-72; Bagchi-Sen, 1995a:162).

Yiğilma (agglomerasyon), firmaların bir yerde toplanması, kümelenmesi veya yoğunlaşmasını ifade eder. *Ekonomiler* (economies) ise, tasarruf etme, ekonomik yarar elde etme anlamındadır. Böylece yiğilma ekonomileri, firmaların ya da daha geniş anlamda ekonomik faaliyetlerin bir yerde toplanması sonucu elde edilen fayda/tasarruf şekilde tanımlanabilir. Yiğilma ekonomileri firmanın bizzat kendi faaliyeti sonucunda değil,

⁶⁶ "Agglomeration economies", Türkçe literatürde genellikle "yiğilma ekonomileri" şeklinde kullanılmaktadır. Ancak kavram bu şekilde kullanıldığı zaman Ertürk'ün (1997:86) belirttiği gibi firmaların gelişigüzel bir birlikteliğini çağrıştırmaktadır. Oysa bu kavram firmaların gelişigüzel birlikteliğinden çok, bilinçli bir şekilde bir araya gelmesini, belli bir mekanda toplanmasını ifade etmektedir. Bu nedenle Ertürk bu kavramı "toplanma ekonomileri" şeklinde kullanmayı önermektedir. Biz bu öneriyi desteklemekle birlikte, literatürdeki yaygın kullanımından dolayı bu çalışmada "yiğilma ekonomisi" kavramının kullanılması yeğlenmektedir. Yiğilma ekonomilerinin özellikleri ile ilgili Türkçe açıklama için bkz. Mutlu (1975:6-14), Erkan (1987:131-137), Dinler (1994:57-69), Ertürk (1997:60-70), Küçükler (1998:44-50), İldırar (2004:89-108), Kıymalıoğlu (2004:367-371).

aksine kendi dışındaki firmaların faaliyetleri neticesinde veya bağlı olduğu endüstrinin gelişmesiyle ya da firmanın bulunduğu kentin sağladığı avantajlar sonucundan meydana gelmektedir. Esas olarak diğer firmaların etkinlikleri sonucu sağlanan yığılma ekonomileri, firmanın maliyetlerini genellikle azaltan ancak bazen de artıran etkilere sahiptir. Tarihsel olarak ekonomik etkinliklerin mekansal olarak belli alanlarda yığıldığı veya kümелendiği gözlemlenmektedir. Bu kümelenme (clustering) bazen küçük şehirlerde, bazen metropollerde, bazen de organize şekilde sanayi bölgeleri veya sitelerinde meydana gelmektedir. İşte yığılma ekonomileri firmaların neden belli bölgelerde, yörelerde, alanlarda ve/veya kentlerde toplanma eğilimi gösterdiğini açıklamaktadır.

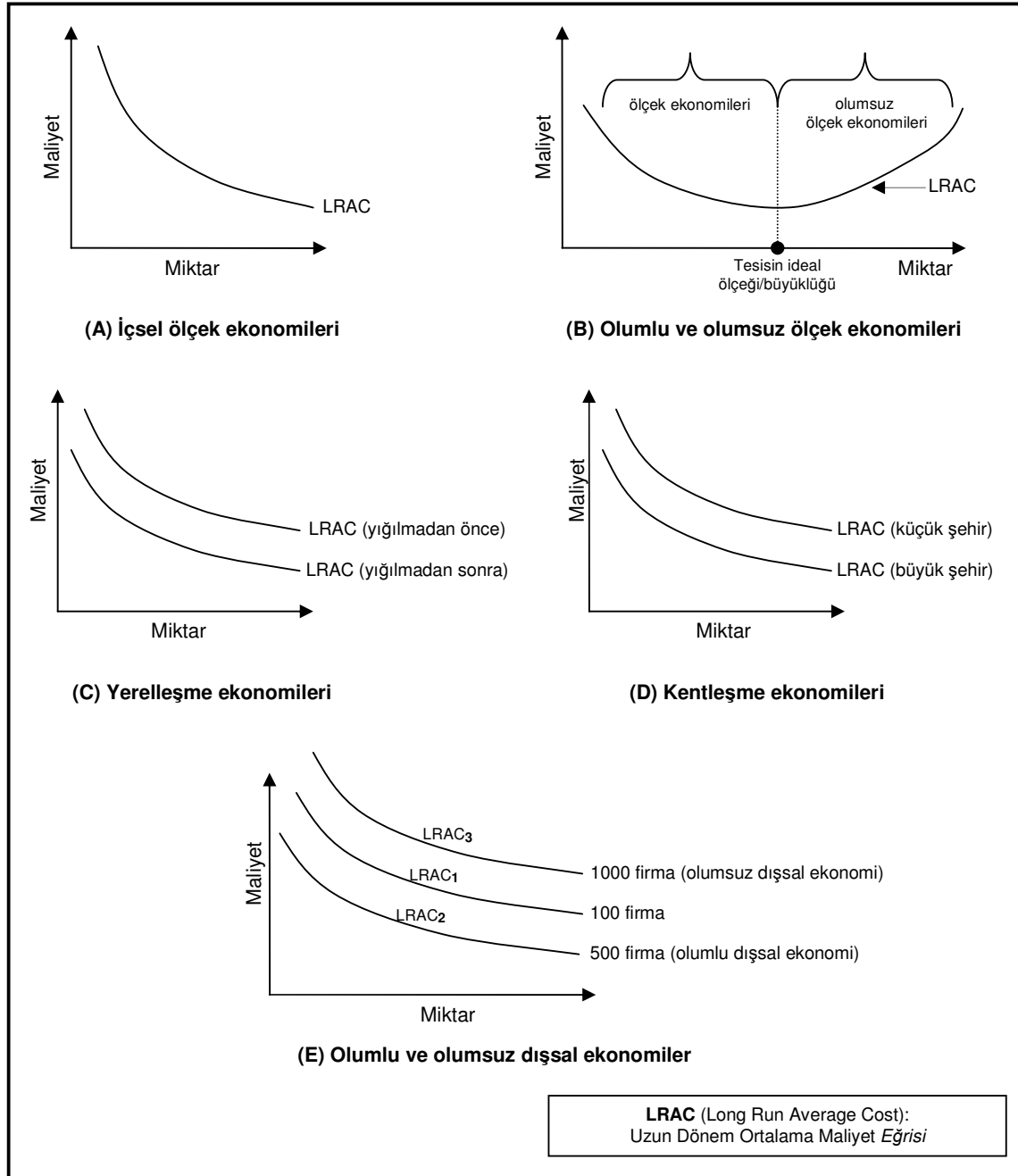
Yığılma ekonomilerinin varlığı ve onun lokasyon seçimindeki önemi ilk kez Weber (1929) tarafından saptanmış olmakla birlikte, bu ekonomilerin özelliklerinin ayrıntılı şekilde incelenmesi ilk kez 1920 yılında Alfred Marshall tarafından yapılmıştır. Marshall, firmaların üç nedenden dolayı bir araya toplandıklarını belirtmiştir (McCann, 2001:55-56; Krugman, 1991b:36): (1) Yerel vasıflı emek havuzu sağlama, (2) ticaret dışı yerel girdiler (non-traded local inputs) sağlama, (3) bilgi/teknoloji taşması sağlama. Marshall'ın *dışsal (ölçek) ekonomiler* şeklinde düşündüğü yığılma ekonomileri hem aynı alanda yer alan tüm firmalara hem de işçilere çeşitli nedenlerden (işlem maliyetlerinin azaltılması, doğru bilgi akışı vb.) bir çok yarar sağlamaktadır.

Yığılma ekonomisinin en çok kullanılan modeli Hoover (1937:89-111; 1948) tarafından geliştirilmiştir. Marshall'dan oldukça farklı bir gruplama yapan Hoover, üç tip yığılma ekonomisi ayırt etmiştir: (1) içsel ekonomiler (internal economies) veya içsel ölçek ekonomileri (internal economies of scale), (2) yerelleşme ekonomileri (localization economies) ve (3) kentleşme ekonomileri (urbanization economies) (Şekil 5.2). Ancak Hoover'in yaptığı bu sınıflama, literatürde **ölçek ekonomisi** ve **dışsal ekonomiler** (external economies) veya **dışsal ölçek ekonomileri** (external economies of scale) şeklinde sınıflanarak yaygın olarak kullanılmaktadır. Genel olarak içsel ekonomilere ölçek ekonomisi, yerelleşme ve kentleşme ekonomilerine ise dışsal ekonomiler adı verilmektedir. Hoover'e göre, içsel ölçek ekonomisi firmaya özgü, yerelleşme ekonomisi endüstriye özgü, kentleşme ekonomisi ise şehre özgü yığılma ekonomisidir.

(1) **İçsel ölçek ekonomileri**⁶⁷, bir firmanın üretim ölçeğinde yapılan değişikliğin firmanın hasıla ve maliyetlerinde meydana getirdiği olumlu getiridir. Diğer bir ifade ile, firmanın üretim ölçeğinin artması sonucu üretim maliyetlerinin düşmesidir (Şekil 5.2A). İçsel ölçek ekonomisi firmaya özgü olmakla birlikte, firmaların kümелendiği lokasyonlarda, büyük ölçekli yatırımın meydana gelmesine yol açtığı için mekansal boyuta da sahiptir. Çünkü büyük ölçekli yatırımlar ancak büyük miktarda sermayenin, emeğin ve yatırımın bulunduğu yerlere ihtiyaç duyar bu da coğrafi kümelenmeyi artırır (McCann, 2001:58).

⁶⁷ İçsel ölçek ekonomileri ile ilgili ayrıntılı açıklama için bkz. 48 nolu dipnot.

Şekil 5.2. Bir firma için içsel ve dışsal yığılma ekonomilerinin oluşumu ve maliyetler üzerindeki etkisi



Kaynak: Stutz ve de Souza (1998:279)'dan değiştirilerek.

(2) **Yerelleşme ekonomileri**, aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların belirli bir alanda toplanması sonucu meydana gelen faydaları ya da avantajlar içeren ekonomilerdir. Bu ekonomiler firmalara bir arada faaliyet gösterdiği için pek çok pozitif dışsallık sağlar. Belli alanlarda toplanan aynı veya ilişkili bir dalda üretim yapan firmalar birbiriyle rekabet içinde bulunsalar bile, onlar aynı zamanda faaliyet gösterdikleri piyasalar hakkında ve sahip oldukları üretim teknolojileri konusunda işbirliği yaparak, bilgi paylaşımında bulunarak,

ortak standartlar geliştirerek birbirlerine yardım ederler. Çok sayıda firmanın aynı alanda kümelenmesi başta ulaşım maliyetleri olmak üzere diğer bir çok maliyeti azaltır bu da doğal olarak firmaların üretim maliyetlerinin önemli ölçüde düşmesini sağlar (Şekil 5.2C). Yerleşme ekonomileri bir taraftan ara girdilerde ölçek ekonomisi yaratarak firmalara ucuz girdi sağlarken diğer taraftan yerel işgücü piyasasının gelişmesini sağlayarak firmaların istediği nitelikte eleman bulmasını kolaylaştırır. Ayrıca altyapı hizmetlerinin ortaklaşa alınmasını temin ederek firmaların kullanımdan doğan maliyetlerini azaltır. Son olarak bu ekonomiler pazarlama, araştırma-geliştirme ve personel eğitimi gibi alanlarda dışsallık yaratarak firmalara maliyetlerini azaltıcı çok sayıda dolaylı ve dolaysız faydalar yaratır. Yerleşme ekonomileri günümüzde en tipik şekilde "*sanayi odakları*" (industrial district) olarak anılan mekanların meydana gelmesine neden olmuştur (Harrington ve Warf, 1995:36-37; Berry vd., 1997:262; Hayter, 1997:92; Stutz ve de Souza, 1998:279; Wheeler vd., 1998:207; Fujita vd., 1999:18; McCann, 2001:58).

(3) **Kentleşme ekonomileri**, çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren firmaların küçük şehirlerden ziyade büyük şehirlerde yoğunlaşması, birbiriyle mekansal olarak yakın bulunması sonucu elde edilen yararı ya da pozitif dışsallığı ifade eder. Büyük şehirlerde yer alma firmalara daha çeşitli, güvenli, üstün ve ucuz ulaşım maliyetlerine erişim imkanı tanır. Keza büyük kentler vasıflı, yarı vasıflı ve vasıfsız her türlü işgücünün bol miktarda bulunduğu geniş bir emek havuzu sunacak avantajlara sahiptir. Ayrıca bu tip yerler her türlü kent ve iş (business) hizmetleri yanında boş zamanları değerlendirebilecek iyi yaşam olanakları (amenity) sunan özelliklere sahiptir. Tüm bu avantajlar şekil 5.2'de basitçe resmedildiği üzere büyük kentlerde yer seçen firmaların uzun dönemde ortalama maliyetlerini azaltıcı etki yaratır (Harrington ve Warf, 1995:36-37; Berry vd., 1997:263; Hayter, 1997:91; Stutz ve de Souza, 1998:279; Wheeler vd., 1998:207; McCann, 2001:59).

Yığılma ekonomileri yukarıda belirtildiği gibi olumlu ya da pozitif olabildiği gibi olumsuz ya da negatif de olabilir. Dolayısıyla yığılma ekonomisi sadece olumlu değil aynı zamanda olumsuz bir boyuta da sahiptir. Ancak şunu peşinen belirtmek gerekir ki, olumsuz yığılma ekonomileri olumlulara göre çok daha nadir olarak görülür. Firmanın üretim ölçeği yani fabrikasının büyüklüğü arttıkça birim başına ortalama maliyeti uzun dönemde belli bir noktaya kadar azalır ve nihayet durur. Eğer ölçek herhangi bir nedenle o noktadan sonra artırılırsa üretim maliyetleri azalmaz aksine artar ki bu, *olumsuz içsel ölçek ekonomilerinin* (internal diseconomies of scale) ortaya çıkmasına yol açar (Berry vd., 1997:250; Bkz. Şekil 5.2B). Buna karşın şekil 5.2E'de hipotetik olarak gösterildiği gibi firmaların bir alanda aşırı yığılması, bulunduğu kentin çok fazla büyüyerek alt yapı hizmetlerinin yetersiz kalması, trafik tıkanıklığı, kirlilik, suç ve arazi fiyatlarında artışların meydana gelmesi vb. nedenler firmanın maliyetlerinde azalma yerine artış sağlayarak *olumsuz dışsal ekonomilerin* (external diseconomies) oluşmasına yol açar (Smith,

1981:62; Harrington ve Warf, 1995:36-37; Berry vd., 1997:263-264; Hayter, 1997:92; Stutz ve de Souza, 1998:279).

DYY'nin diğer üretim şekillerinden daha fazla kümelenme ve yığılma eğilimi taşıdığına dair çok sayıda ampirik kanıt bulunmaktadır (Shatz ve Venables, 2000:132). Nitekim, ÇUŞ'ların bir ülke içinde lokasyon seçimi yaparken hangi faktörlere göre yatırım kararı verdiği araştıran çok sayıda çalışma yığılma ekonomilerinin en önemli nedenler arasında ilk sıralarda yer aldığını ortaya koymaktadır.

Yığılma ekonomileri firmalara yerel ortam hakkında bilgi edinme aracı olarak önemli bir avantaj sağlar. Bir yerde diğer yatırımcıların varlığı belirsiz piyasalarda başarının kanıtı olarak yorumlanabilir. Bu özellikle yabancı yatırımcılar için daha da önemlidir. Çünkü, ülkenin belirli bir alanında yerli veya yabancı yatırımcıların varlığı veya orada kümelenmiş olması ÇUŞ'lar tarafından önemli bir lokasyon potansiyelinin işareti olarak algılanmaktadır (Dunning, 1998:51).

Çizelge 5.2'de incelenen 63 araştırmadan ayrıntılı sonuçlarını vermektedir. Bu araştırmaların büyük bir bölümünde **yığılma ekonomileri** ile ilgili değişkenlerin analize dahil edildiği görülmektedir. Hatta özellikle 1990'ların ortalarından itibaren başlayarak günümüze kadar geçen süre içerisinde DYY lokasyonu ile ilgilenen bazı çalışmaların sadece yığılma ekonomilerini incelediği (Head vd., 1995; Probris vd., 2005) bazılarının ise en fazla ağırlığı yığılma ekonomilerinin incelenmesine verdiği dikkati çekmektedir (Smith ve Florida, 1994; Head vd., 1995, 1999; Guimaraes vd., 2000; He, 2002, 2003a; Basile, 2004; Crozet vd., 2004; Hilber ve Voicu, 2004; Hogerbirk ve Narula, 2004; Pelegrin, 2004; Boudier-Bensebaa, 2005).

ÇUŞ'ların ülke içindeki lokasyon kararını inceleyen araştırmalar yığılma ekonomilerinin yer seçiminde istatistiksel olarak önemli ve pozitif yönde rol oynadığını farklı ülkelerden örneklerle ampirik olarak kanıtlamıştır. ABD üzerine yapılan araştırmalarda McConnel (1980), Luger ve Shetty (1985), Glickman ve Woodward (1988), Bagchi-Sen (1989, 1991, 1995a), Bagchi-Sen ve Wheeler (1989), Coughin vd. (1991), Woodward (1992), Smith ve Florida (1994), Head vd. (1995, 1999), Ó hUallacháin (1996), Ó hUallacháin ve Reid (1996, 1997), Nachum (2000), O'Hagan ve Anderson (2000) ve List (2001) gibi araştırmacılar; İngiltere'de Taylor (1993); İtalya'da Mariotti ve Piscitello (1995), Roberto (2004) Probris vd. (2005); Fransa'da Crozet vd. (2004); Hollanda'da Hogerbirk ve Narula (2004); İspanya'da Pelegrin (2004); Portekiz'de Guimaraes vd. (2000); Çin'de Leung (1990), Gong (1995), Head ve Ries (1996), Wei vd. (1999), Cheng ve Kwan (2000), Coughlin ve Segev (2000b), Shen vd. (2000), Wu ve Strange (2000), He (2002, 2003a, 2003b), Sun vd. (2002), Zhou vd. (2002), Kang ve Lee (2004) ve Wu ve Radbone (2005); Rusya'da Broadman ve Recanatini (2001) ve Iwasaki ve Sukanuma (2005); Polonya'da Deichmann (2002), Cieslik (2005), Cieslik ve

Ryan (2005); Macaristan'da Bekes (2005) ve Boudier-Bensebaa (2005); Romanya'da Hilber ve Voicu (2005) ve son olarak Türkiye'de Deichmann vd. (2003) yığılma ekonomilerinin bir lokasyona DYY çekmede pozitif bir role sahip olduğunu ampirik olarak ortaya koymuşlardır (Çizelge 5.2).

McConnel (1980), ABD'deki DYY'nin lokasyonunu belirleyen en önemli faktörün yığılma ekonomileri olduğunu istatistik bakımdan ortaya koymuştur. Araştırma, ABD'ye yatırım yapan firmaların, ülkenin yerli firmalarının bulunduğu yere yatırım yapmayı tercih ettiğini ortaya koyarak, yabancı firmaların yerli şirketlerin lokasyon davranışlarını taklit ettiğini saptamıştır. McConnel bunun nedenini, yabancı firmaların girdikleri ülkenin piyasası konusunda deneyimsiz olması, risklerden kaçınmak istemesi ve maliyetlerini minimize etmek için yerli firmaların ya da endüstride lider olan firmaların davranışlarını aynen izleyerek avantaj sağlamaya çalışmasına bağlamaktadır.

Woodward'ın (1992) ABD'ye yatırım yapan Japon sanayi firmalarının lokasyonunu belirleyen faktörleri araştırdığı çalışmasında, yersel ve kentsel yığılma ekonomilerinin Japon firmalar için çok güçlü bir çekicilik yarattığını ekonometrik olarak ispat etmiştir.

Yabancı sermayeli firmaların İtalya içindeki lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin neler olduğunu araştıran Mariotti ve Piscitello (1995), ülkenin merkezi yerlerinden (Roma ve Milan) uzaklık ile bir yerde ÇUŞ yatırımlarının mevcut olmasının İtalya'da YSF'lerin lokasyonunu açıklayan en önemli etkenler olduğunu istatistiksel olarak kanıtlaması yığılma ekonomilerinin varlığını göstermektedir. Yazarlar, bir yere daha önceden yabancı firmaların toplanmış bulunmasının yerel çevre hakkında bilgi toplamayı kolaylaştırdığı için, yabancı firmaların bir sahada kümelenmesinden kaynaklanan yığılma ekonomilerinin yerli firmalara göre yabancı yatırımcılar için çok daha önemli olduğunu kaydetmektedir. Yabancı firmalar bir alanda uluslararası yatırımcıların bulunmasını hazır bir lokasyon potansiyeli olarak görmektedir.

Smith ve Florida (1994) ile Ó hUallacháin ve Reid (1997) ABD'ye yatırım yapan Japon otomobil yan sanayi imalatçılarının Japon otomobil imalatçılara yakın yere tesislerini kurduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Head vd. (1994, 1999) ABD'de fabrika açan Japon firmalarının özellikle Japon kuruluşlarının ve iş gruplarının çok sayıda olduğu eyaletleri tercih ettiğini ortaya koymuştur. Japon şirketlerinin bir araya toplanma eğilimi göstermesi hem deneyimsizlikten kaynaklanabilecek çok sayıda riskin en aza indirilmesini sağlamakta hem de bilgi, teknoloji, emek vb. paylaşım yoluyla maliyetlerin azaltılmasını sağlamaktadır. Yabancı bir ülkede faaliyet gösteren aynı kökene sahip şirketlerin sahip olduğu güçlü iş bağlantısı, ortak dili ve kültür yakın mekansal ilişki yoluyla kolaylaşmaktadır. Bu da potansiyel yatırımcıların yatırım yaparken daha önceki liderlerini izlemesine yol açmaktadır.

Guimaraes vd. (2000), Portekiz’de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini inceledikten sonra, yığılma ekonomilerinin yabancı yatırımcıların lokasyon seçimini belirleyen en önemli faktör olduğunu istatistiksel olarak kanıtlamışlardır. Çalışma hem yerleşme hem de kentleşme ekonomilerinin DYY lokasyonunun tayininde diğer değişkenlere kıyasla çok güçlü etkiye sahip olduğunu açığa çıkarmıştır.

He’nin (2002, 2003a, 2003b) Çin’in endüstri sektörüne yabancılar tarafından yapılan yatırımların lokasyon seçimini ele alan bir dizi çalışması, yığılma ekonomilerinin önemini en iyi şekilde ortaya koymuştur. He (2002) ilk çalışmasında, geleneksel üretim maliyetlerinden (emek gibi) ziyade, bilgi maliyetleri ve yığılma ekonomilerinin Çin’deki yabancı yatırımcıların lokasyon seçiminde en önemli faktörler olduğunu tespit etmiştir. He (2003a) ikinci çalışmasında, Çin’e yatırım yapan kaynak ülkeler bakımından, son çalışmasında (2003b) ise yabancı firmaların Çin piyasasına giriş şekli (ortak girişim, yavru şirket) açısından yığılma ekonomilerinin yatırımcıları çekmede son derece önemli ve pozitif role sahip olduğunu istatistiksel olarak kanıtlamıştır. He’nin üç çalışması da sanayinin ve ÇUŞ’ların mekansal olarak kümelenmesinden kaynaklanan dışsallıkların ve/veya yığılma ekonomilerinin Çin gelen yabancı sermayenin neden özellikle bazı bölgelerde ve kentlerinde yoğunlaştığını ortaya çıkarmıştır.

Yığılma ekonomilerinin DYY lokasyonunda kazandığı önemi gösteren en son araştırmalardan biri Probris vd. (2005) tarafından yapılmıştır. Yabancı firmaların İtalyan illerindeki lokasyon seçimini sadece yığılma ekonomileri ile ilgili değişkenleri kullanarak yapan bu çalışma, içe doğru yapılan DYY’nin çekiminde sanayi odakları şeklindeki yerel endüstriyel sistemle yığılma ekonomilerinin lokasyonu büyük ölçüde belirleyici güce sahip olduğunu işaret etmektedir. Ayrıca yığılma ekonomilerinin öneminin endüstri kollarına göre farklılaştığı da vurgulanmaktadır.

ÇUŞ’lar yatırım yaptıkları ülke içindeki lokasyon seçimi yaparken Knickerbocker’in (1973) *lideri izle* stratejisi takip etmektedirler. Bunun anlamı ev sahibi ülkeye yatırım yapan yabancı firmaların ilk yatırım lokasyonu tipik şekilde o ülkenin lider endüstriyel yığılma bölgelerine olmaktadır (McConnel, 1980). Murphy (1992) Doğu Avrupa’ya yatırım yapan Batı Avrupa orijinli firmalarında aynı davranışı sergilediklerini belirtmektedir. Yazar, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Polonya ve Macaristan’a yapılan Batı Avrupa yatırımlarının büyük bölümünün ülkenin büyük kentleri ve geleneksel endüstriyel bölgelerinde yoğunlaştığını bildirmektedir.

Kentsel yığılma ekonomilerinin belirleyicilerinden biri olan kentleşme oranı ve nüfus yoğunluğunun genellikle bir sahaya DYY çekimini artırıcı etkisi olması beklenmektedir. Nitekim çoğu zaman kentleşmeye bağlı dışsal ekonomilerinin varlığı firma yatırımlarını olumlu etkiler. İncelenen 63 araştırma arasından sadece iki tanesinde (Bkz. Cieslik, 2005; Probris vd., 2005) kentleşme ekonomilerinin DYY akışına etkisinin

istatistiksel olarak negatif yönde önemli olduğunu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum Polonya ve İspanya örneklerinde kentsel alanların negatif dışsal ekonomiler üreterek (kirlilik, tıkanıklık vb.) DYY'yi caydırabileceklerini çarpıcı biçimde vurgulamaktadır. Diğer bir deyişle bazı şartlar altında DYY yatırımları nüfus yoğunluğunun göreceli olarak düşük olduğu lokasyonlara yönelebilmektedir.

Özetle bir ilde yabancı sermayeli firmaların yatırımının olması o alana daha fazla firmanın yatırım yapmasını sağlamaktadır. Aynı şekilde bir ilde aynı sektörde faaliyet gösteren yerli endüstrilerin sayısı o alanı yabancılar için daha çekici kılmaktadır. Keza bir yerde kentsel hizmetlerin varlığı, altyapı imkanlarının hazır olması YSF'lerin bu alanları daha fazla tercih edeceği anlamına gelmektedir. Sonuçta bir ildeki yabancı firmaların sayısının yığılma ekonomilerini yakalamaya çalışan tüm bu değişkenler ile *pozitif* ilişki içinde olması beklenmektedir. Böylece yığılma ekonomileri ile ilgili hipotezimiz:

H1: Bir ilde yabancı firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.

H2: Bir ilde hizmet sektörünün gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.

H3: Bir ilde kentleşme düzeyinin gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkiler.

H4a: Bir ilde yerli firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.

Yapılan çalışmaların çok büyük bir kısmı "yerli imalat sanayi firmalarının varlığı DYY akışına pozitif etki yapar" varsayımını yani hipotez 4a'yı doğrulamakla birlikte (Bkz. Çizelge 5.2), bir çok yerel rekabetçi firmanın bir alandaki varlığı o alana yapılacak yatırımları aynı zamanda caydırıcı da olabilir. Nitekim Sun vd.'nin (2002:98) Çin'de DYY'nin lokasyonu üzerine yaptığı son araştırma, bir bölgedeki mevcut DYY stokunun yeni DYY'ye yol açmadığını ortaya koymuştur. Çalışma gerek yığılma ekonomilerinin sınıra erişmesi ve negatif dışsallıklar meydana getirmesi yüzünden gerekse piyasanın doygunluğa erişmesi nedeniyle mevcut yerel sanayinin DYY çekmeye negatif etki yaptığını belirtmektedir. Benzer şekilde Roberto'nun (2004:16) İtalya'daki DYY lokasyonu üzerine yaptığı çalışma, İtalya'ya yeni yatırım (greenfield) yapan yabancı firmaların bir ilde yer alan yerli sanayi tesislerinin varlığından negatif şekilde etkilendiğini ortaya koymuştur. Yazar bunun en önemli nedeninin İtalya'nın kuzey kentlerinde emek gücünün yeterli olmamasının yarattığı merkezkaç kuvveti ile ilişkili olduğuna işaret etmektedir. Aynı şekilde Hogenbirk ve Narula'nın (2004:21) Hollanda'daki DYY lokasyonu üzerine yürüttüğü çalışmada, yerel firmaların varlığının ülkenin en fazla yatırım çeken yeri olan

Randstad bölgesine⁶⁸ yapılan DYY'yi olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Oysa Randstad bölgesi dışındaki illerde yerel firmaların varlığı DYY akışına pozitif etki yapmaktadır. Yazarlar, Randstad bölgesinde yer alan Hollandalı firmaların yabancı firmaları yoğun rekabet nedeniyle tehdit ettiğini, bu nedenle yabancıların göreceli olarak riskin az, ölçek ve kapsam ekonomilerinin daha rahat gerçekleştirilebileceği ülkenin diğer alanlarına yönlendiğini veya tümüyle yeni yabancı yatırımları caydırdığını vurgulamaktadır. Son olarak Boudier-Bensebaa'nin (2005) Macaristan'daki DYY'nin lokasyon seçimini ele alan çalışması, kentleşmeye bağlı yığılma ekonomilerinde DYY üzerine etkisini istatistiksel olarak önemli ancak negatif şekilde bulmuştur. Bu durum Macaristan'daki DYY'nin mekansal dağılımının son derece dengesiz olmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü ülkenin başkenti olan Budapeşte'nin yer aldığı bölge Macaristan'a gelen DYY'nin %69'unu oluşturmaktadır (Boudier-Bensebaa, 2005:610). Görülüyor ki metropol şeklinde gelişmiş büyük kentlerin DYY lokasyonuna etkisi her zaman pozitif yönde olmamaktadır.

Yukarıda Çin, Hollanda, Filipinler ve Macaristan örneğinde belirtilen durum Türkiye bağlamında İstanbul'un durumu göz önüne alındığında geçerli bir etkiyi sahip olabilir. İstanbul gibi dev metropollerin varlığı ancak yığılma ekonomileri perspektifi ile açıklanabilmektedir.⁶⁹ İstanbul Türkiye'nin yerleşme hiyerarşisinde 7. kademede yer almakta olup, tüm ülkeyi etki alanı içine alan "ülke metropolü" olarak büyük bir öneme sahiptir (Dinler, 1994:38). Hem ulusal hem de bölgesel ve uluslararası önemi büyük olan ve tüm ülkeye hizmet eden bu metropol, Türkiye'de üretim yapan büyük sanayi tesislerinin %32'sini elinde bulundurmaktadır. Daha çarpıcı olan Türkiye'de faaliyet gösteren YSF'lerin %60'ı tek başına bu kentte toplanmış bulunmaktadır (Yavan ve Kara, 2003:35). İstanbul metropolü, Türkiye'nin en iyi ulaşım, iletişim ve diğer altyapı imkanlarına sahiptir. 10 milyonu aşan nüfusu ile ülkenin 1/7'si bu metropolde kümelenmiş olup, çok büyük bir piyasa potansiyeli oluşturmaktadır. Kent, gerek sosyo-kültürel imkanları ve tarihsel dokusu gerekse, eşsiz coğrafi lokasyonu nedeniyle yabancı yatırımcıların gözdesi durumundadır. Tüm bu avantajların yanı sıra kentin aşırı kalabalık oluşundan kaynaklanan maliyetler ile özellikle Hollanda örneğinde olduğu gibi son derece rekabetçi yerel firmaların varlığı yabancıların girişini caydırıcı etki yapabilir. Bu nedenle yerleşmeye bağlı yığılma ekonomileri ile ilgili olarak bir başka hipotez ileri sürülebilir:

⁶⁸ Bu bölge Noord Holland, Zuid Holland ve Utrecht gibi üç ilden oluşmaktadır. Bölge, Kuzey Denizi kıyısında, ülkenin en büyük kentlerinin (Amsterdam, Rotterdam, Hague ve Utrecht), limanlarının, altyapı hizmetlerinin, iş ve ticaret merkezlerinin bulunduğu bir sahaya karşılık gelmekte olup aynı zamanda en fazla yabancı yatırımın bulunduğu sahadır (Hogenbirk ve Narula, 2004:18). Türkiye'de Marmara Bölgesi ve İstanbul örneği ile kıyaslanabilir.

⁶⁹ Kittiparas ve Mccan (1999:47) İstanbul gibi çok büyük bir metropol olan Tayland'ın başkenti Bangkok'un gelişimini yığılma ekonomilerinin varlığına bağlamaktadır.

H4b: Bir ilde yerli firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif şekilde etkiler.

5.2.2. Piyasa

Pazar ya da talep şeklinde de ifade edilebilen piyasa, geleneksel olarak her zaman lokasyonu belirleyen en önemli faktörler arasında gösterilmiştir. Piyasaya yakın olma ve ona kolay erişim sağlama hem sanayi hem de hizmet firmaları için giderek artan öneme sahip olmuştur (Smith, 1981:54; Laulajani ve Stafford, 1995:52; Hayter, 1997:86). Piyasa tüketicinin bulunduğu, talebin olduğu yer demektir. Firmalar için bir mal ve hizmetin düşük maliyete üretilmesi ne kadar önemli ise üretilen mal veya hizmetin pazarlanması ya da satılması da o kadar hatta daha da önemlidir. Bir firmanın piyasaya yakın yerde ya da pazarın tam ortasında kurulması ona çok sayıda avantaj sağlamaktadır. Firmaların piyasada üretimlerini gerçekleştirmesinin en önemli nedenlerinden biri daha öncede belirtildiği gibi dışsal ekonomilerin bu alanlarda en iyi şekilde gerçekleştirilebilmesidir. Pazarda kurulan bir işletme, o alanda aynı konuda faaliyet gösteren işletmelerin varlığından ve faaliyetin yapıldığı kentin sunduğu avantajlardan kaynaklanan çok sayıda dışsal ekonomiden faydalanabilir.

Gerçekten hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların yegane amacı pazarın merkezinde yer seçerek piyasaya hizmet etmektir. Özellikle perakendecilikle uğraşan firmaların temel amacı müşterilere en yakın, en uygun yerde, en kolay erişim sağlayabileceği yerde konumlanmaktır. Bu nedenle servis sektöründeki firmalar tüketicinin ayağına gitmek durumunda olduklarından pazarın bulunduğu yerde faaliyetlerini gerçekleştirirler. Hizmet firmaları talebin yeterli olduğu, erişilebilirliğin en yüksek olduğu lokasyonu seçmek durumundadır. Yapılan araştırmalar tüketicilerin genellikle 15-30 dakikalık bir seyahat mesafesi içinde bir mal veya hizmeti ulaşmak istediğini ortaya koymaktadır. Çok nadir durumlarda 1 saatlik seyahat mesafesi kabul edilebilir (Laulajani ve Stafford, 1995:53). Bu durum hizmet sektöründe çalışan firmalar için mesafenin bozucu etkisinin çok keskin olduğunu ortaya koymaktadır.

İmalat firmaları servis firmalarına göre piyasalara daha az bağımlı olmakla birlikte, pek çok endüstri kolu için pazar faktörü lokasyonu belirleyen en temel faktör durumundadır. Günümüzde doğal kaynak ve çıkarıma dayalı bir kaç sanayi kolu istisna tutulursa hemen hemen tüm sanayi dalları piyasalara yakın olma arzusundadır. Endüstrilerin piyasaya mümkün olduğu kadar yakın konumlanmasının en başta gelen sebeplerinden biri önceki bölümde de tartışıldığı üzere, imalat sırasında ağırlık, hacim (örneğin içki ve meşrubat şişeleme sanayileri) ya da bozulabilme⁷⁰ (gazete, ekmek, taze

⁷⁰ Bozulabilir (perishable goods) mallar sadece çabucak tazeliğini kaybeden, dayanıksız ürünleri kapsamakta, aynı zamanda gazete gibi zamana duyarlı ürünleri de (time urgent goods) içine almaktadır (Stutz ve de Souza, 1998:348-349; Wheeler vd., 1998:201).

süt) özelliği kazanan bazı tüketim sanayi kollarında girdileri taşımak ürünü taşımaktan daha ucuzdur. Bu nedenle bu sanayiler taşıma maliyetlerinden kurtulmak için mümkün olduğu kadar tüketiciye yakın yerde kurulursa daha avantajlı olurlar. Görülüyor ki imalat sırasında ağırlık kazanan mal üreten firmaları için piyasa en uygun kuruluş yerini oluşturmaktadır.

Endüstriler yüksek üretim maliyetlerine rağmen piyasaya yakın yer seçmeyi yeğlemektedir. Hakikaten büyük kentsel piyasalarda firmaların emek, arazi, vergi vb. maliyetleri kırsal piyasalardan oldukça yüksek olmasına rağmen, firmalar için piyasanın avantajları dezavantajlarından daha ağır basmaktadır. Ne de olsa firmalar temelde karlarını maksimize etmek için çabalamaktadırlar. Kar üretim maliyetlerini minimize etmek yoluyla artırılabilir gibi, satışları artırmak yoluyla da olabilir. Piyasanın merkezinde yer almak satışları artırma olasılığını yükselterek firmanın gelirlerinin en üst düzeye ulaşmasını sağlayabilir. Bu durum özellikle piyasaya yönelik (market oriented) sanayi dallarında böyledir. Bu tip tüketime dayalı sanayilerde karlılık piyasada en zirve noktasına erişmekte, piyasadan uzaklaştıkça mesafenin bozucu etkisinden dolayı karlılık hızla düşmektedir (Wheeler vd., 1998:201).

Piyasada yer alan firmalar istenilen nitelikte işgücünü kolaylıkla temin edebilmektedir. Büyük kentlerin sahip olduğu emek havuzu firmalara vasıflı, yarı vasıflı ve vasıfsız her düzeyde emeği istediği miktarda bulabilme olanağı sağlamaktadır. Çünkü firmalar için sadece emeğin arzı/mevcudiyeti ve maliyeti yani ucuz oluşu değil aynı zamanda en az onlar kadar onun niteliği ve verimliliği de önemlidir. Piyasadan uzakta kurulan tesisler genellikle bol ve ucuz emek bulabilmekte ancak istenilen verim ve kalitede işgücünü çoğu zaman elde edememektedir.

Yukarıda genel olarak piyasaya yakın olmanın firmaya getireceği avantajlardan söz ettik. Oysa piyasaya uzak kalmanın firmalar için ne gibi handikaplar yaratabileceği konunun bir başka yüzünü oluşturmaktadır. Piyasadan coğrafi olarak uzakta bulunmanın en önemli dezavantajlarından biri mesafenin piyasada olup biteni gözlemlemeyi güçleştirmesi yüzünden firmanın piyasanın talebine ve ihtiyaçlarına zamanında uyum sağlanamaması durumudur. Yine, piyasadan uzaklık iş bağlantılarının kurulmasını ve firma kültürünün gelişmesini zorlaştırır. Keza piyasadan coğrafi olarak uzaklık arttıkça, uzun dönemde piyasaya hizmet etme yeteneği ve müşterilere verilen sözlerin tutulması konusunda şüpheler söz konusu olabilmektedir (Laulajanien ve Stafford, 1995:55).

Yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimi üzerine yapılan ampirik araştırmaların büyük kısmı piyasa ile ilgili değişkenleri analizlerine dahil etmişlerdir (Bkz. Çizelge 5.2). Bir yerde piyasanın önemini genellikle dört şekilde (piyasa kuvveti, piyasa

büyümesi, piyasa potansiyeli ve piyasa büyüklüğü) ifade edilerek ölçülmektedir.⁷¹ Çoğunlukla **piyasa kuvveti/gücü** bir yerdeki kişi başına düşen gelir ile, **piyasa büyümesi** bir yıl içinde o alanda GSYİH'nin veya nüfusun değişim/artış oranı ile, **piyasa potansiyeli** ilgili alanın GSYİH'si ile ve **piyasa büyüklüğü** ise o alandaki kentsel nüfus veya bazen kentsel+kırsal toplam nüfus ile ölçülmektedir. Tüm bu değişkenlerin analize dahil edilmesinin temel amacı bir yerdeki piyasa talebinin büyüklüğünü, potansiyelini, gelişme düzeyini ve dinamizmini tespit etmeye çalışmaktır.

Lokasyonu analizi üzerine yapılan araştırmalarda piyasa büyüklüğünün göstergesi olarak genellikle nüfus, aile/hanehalkı geliri, katma değer, GSYİH gibi değişkenler kullanılmaktadır (Laulajani ve Stafford, 1995:53). Tarafımızdan yapılan ampirik literatürün incelenmesi sonucu piyasa ile ilgili değişkenler arasında en fazla kullanılan ölçünün bir yerde kişi başına düşen GSYİH ile o yerde yaratılan toplam GSYİH olduğunu göstermektedir (Bkz. Çizelge 5.2). Sadece nüfus sayısını ve yıllık büyüme oranları kullanan araştırmalar sayıca daha azdır. Bazı araştırmacılar ise ilk kez ünlü coğrafyacı Harris (1954) tarafından ortaya konulan "piyasa potansiyeli modelini"⁷² kullanarak piyasanın lokasyon seçimindeki yerini belirlemeyi tercih etmişlerdir (Bkz. Mesela Abumera, 1978; Woodward, 1992; Friedman vd., 1992, 1996; He, 2003a, 2003b; Crozet vd., 2004).

DYY lokasyonu ele alan 63 ampirik araştırmanın incelenmesi, bir ilin ekonomik büyüklüğü arttıkça, piyasa talep potansiyeli büyüdüğü için oraya daha fazla yatırımın yapıldığını işaret etmektedir. Yine bir yerde tüketicilerin alım/harcama gücü yüksekse firmalar o alana daha fazla yatırım yapmak istemektedirler. Keza bir sahanın büyüme dinamizmi fazla ise bu yatırımları o alana yönelten bir faktör olmaktadır. İşte piyasa değişkenlerini analize katan araştırmaların büyük kısmı bu değişkenlerin DYY ile istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ilişkili olduğunu ortaya koydu (Bkz. Çizelge 5.2).

⁷¹ Çizelge 5.2'de yer alan nüfus yoğunluğu değişkeni, literatürde genellikle yığılma ekonomilerinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Ancak çok nadir de olsa bazı çalışmalarda bu değişkenin ya ulaşım altyapısının ya da piyasanın işaretçisi olarak ele alındığı gözden kaçmamaktadır (Bkz. Taylor, 1993; Wu, 1999). Keza nüfus yoğunluğu bazı çalışmalarda da arazi maliyetlerinin belirleyicisi olarak da kullanılmaktadır (Bkz. Guimaraes vd., 2000; Hogenbirk ve Voicu, 2005)

⁷² Bu model, sınırları belirli bir piyasa alanı içindeki bir yerin göreceli talebini göstermektedir (Hayter, 1997:87). Piyasa potansiyelinin temel formülü:

$$PP_i = \sum (NGS_j / M_{ij})$$

PP_i, i ilindeki piyasa potansiyeli; KG_j, j'nin nüfus büyüklüğü veya kişi başına geliri ya da perakende satış hacmi; M_{ij}, i ve j arasındaki mesafe veya ulaşım maliyeti; i ve j ise modelin içerdiği yerler yani iller veya kentler.

Bazı çalışmalar ise aksi sonuç elde etti. Yani piyasa faktörünün lokasyon seçiminde istatistiksel olarak önemli olmadığını ya da etkisinin bulunmadığını ortaya koydu (Bkz. Çizelge 5.2; Abumera, 1978; Mariotti ve Piscitello, 1995; Shaver, 1998; Coughlin ve Segev, 2000b; Nachum, 2000; He, 2003b; Hogenbirk ve Narula, 2004; Cieslik ve Ryan, 2005). Az sayıda araştırma ise karmaşık sonuçlar elde etti (McConnel, 1980; Bachgsi-Sen, 1991, 1995; Shen vd., 2000; Deichmann, 2002; Lee ve Lee, 2002; Zhou vd., 2002). Yani değişkenlerin bazıları firmaların yer seçimini istatistiksel olarak pozitif yönde etkilerken bazılarının önemsiz değere sahiptir.

Sadece bir çalışma sürpriz şekilde istatistiksel olarak anlamlı ancak negatif olan bir sonuca ulaştı (Gong, 1995). Bu çalışmada Gong (1995) Çin’de şehir nüfusunun DYY ile beklenmedik şekilde olumsuz bir ilişki göstermesini, yani büyük kentlerin DYY için daha çekici bir lokasyon olacağı hipotezini ret etmektedir. Gong, buna gerekçe olarak Çin’e yatırım yapan çok sayıda yabancı yatırımcının sermaye yoğun yüksek teknoloji sanayilerden ziyade emek yoğun endüstrilere yatırım yapması nedeniyle, özel ekonomik bölgeler içinde yer alan küçük ve orta ölçekli kentlerin büyük kentlerden özellikle işgücü açısından daha çekici olduğunu ve bu nedenle yabancı yatırımcıların bu kentleri daha fazla tercih ettiğini ileri sürmektedir.

İncelenen 63 araştırmadan altı tanesinde piyasa faktörü hiç dikkate alınmamıştır. Piyasa değişkenleri bazı spesifik amaçlı makalelerde bilinçli şekilde analize dahil edilmemişken (Bkz. Head, 1995, 1996; He, 2002; Probris vd., 2005), bazılarında analiz birimi ilçe gibi çok küçük bir alan olduğu için yabancı firmaların hizmet ettiği piyasa bu sınırlardan çok daha geniştir. Bu durumda piyasa faktörü firma için önemini yitirmektedir. Hem Hilber ve Voicu (2005) hem de Guimaraes vd. (2000) bu nedenle bu değişkeni analizinden çıkarmıştır. Gerçekten hem Coughlin vd. (1991) ve Mariotti ve Piscitello (1995) hem de Coughlin ve Segev (2000b) ve Boudier-Bensebaa (2005) küçük ölçekli alanlarda piyasa değişkeninin açıklama gücünün düşük olduğunu ve önemini yitirdiğini ifade etmektedir. Çünkü firma yatırım yaptığı il/ilçenin sınırlarının ötesindeki alanlara da hizmet vermektedir.

Bu araştırmada piyasa faktörünün etkisi piyasa potansiyeli, piyasa büyümesi ve piyasa kuvveti göz önüne alınarak değerlendirilmektedir. Buna göre Türkiye’de yabancı firmaların tıpkı yerli firmalar gibi piyasa potansiyeli büyük, iş hacmi geniş, alım/harcama gücü fazla yani piyasa kuvveti yüksek olan illeri tercih etmesi aynı zamanda ekonomik bakımdan durgun veya gerileyen illerden ziyade büyüyen merkezlerde yer seçmesi beklenmektedir. Daha açık bir ifade ile, Türkiye’de piyasa aramak için yatırım yapan yabancı firmaların göreceli olarak daha fazla nüfusa, daha büyük gelire ve daha fazla büyüme dinamizmine sahip illere yöneleceği beklenmektedir. Böylece her üç piyasa

değişkeninde DYY lokasyonu üzerin etkisinin pozitif olması beklenmektedir. Bu nedenle aşağıdaki hipotezler ileri sürülmektedir:

H5: Bir ilin piyasasının büyük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.

H6: Bir ilin alım gücünün fazla olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.

H7: Bir ilin piyasasının daha fazla büyümesi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.

5.2.3. Emek

Dört üretim faktöründen biri olan emek/işgücü aynı zamanda en önemli lokasyon faktörlerinden biridir. Bir lokasyon faktörü olarak emeğin beş ayrı ancak birbiriyle sıkı şekilde ilişkili özelliği bulunmaktadır: Emeğin (1) arzı, (2) maliyeti, (3) verimliliği, (4) niteliği ve (5) örgütlenme düzeyi (Harrington ve Warf, 1995; Laulajanien ve Stafford, 1995; Hayter, 1997; Wheeler vd., 1997).

Genel olarak emeğin arzı, maliyeti, verimliliği, niteliği ve örgütlenme düzeyi mekansal açıdan önemli farklılık göstermektedir. İşgücü sadece bir ülkeden diğerine değil aynı zamanda ülke içinde de büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Gerçekten emekli ilgili unsurlar bir lokasyondan diğerine değişiklik gösterdiği gibi iş kollarına yani sektörler, cinsiyete ve hatta zamana bağlı olarak da değişim göstermektedir. Emeğin coğrafi anlamda neoklasik iktisat teorisinin kabul ettiği gibi ülke içinde tam mobil olması yani bir bölgeden diğerine çok rahat bir şekilde hareket etmesi firmaların lokasyon seçimi üzerinde son derece önemli etkilere sahiptir.

Firma perspektifinden emeğin en temel özelliği onun arz ve talep dengesine bağlı olarak mevcut olması yani bulunabilirliği veya daha teknik bir ifade ile emeğin arzı konusudur. *Emek arzı*, ekonomik bakımdan faal olan nüfus içinde iktisadi etkinliklere katılan insan sayısını ifade etmektedir. Firmalar için bir alanda yeterli miktarda emeğin arz edilmesi yani işgücünün mevcut olması üretim için birincil koşuldur. Emeğin mevcudiyeti alandan alana farklılaşmaktadır. Bazı bölgelerde emek arzı bol, bazılarında ise kıt veya sınırlı miktardadır. Bu nedenle bir sahada işgücünün mevcudiyeti firma lokasyonunun belirleyen en temel faktörlerden başında gelebilmektedir.

Emek maliyeti lokasyon seçimini belirleyen en önemli etkenlerden biridir. Emek maliyeti, işçiye ödenen ücret ile personele verilen maaş ve bunların dışında yapılan diğer masrafları (sosyal güvenlik, işsizlik sigortası vs.) kapsamaktadır. Emek maliyeti özellikle ülkeler arasında büyük farklılıklar göstermesi nedeniyle firmaların lokasyonu üzerine büyük güce sahiptir. Keza bir ülke içinde de işgücünün maliyetleri bölgeler arasında farklılık gösterebilmektedir (Laulajanien ve Stafford, 1995:25; Hayter, 1997:88).

Genelleştirme yapmak son derece zor olmakla birlikte, sık sık emek maliyetinin küçük kentlerde ve çevrede yani kırsal alanlarda büyük kentlere nazaran yaşam maliyetinin daha düşük olmasından dolayı daha ucuz olduğu gözlemlenmektedir (Smith, 1981:52). Emek maliyeti, işgücünün arzına, niteliğine, verimlilik ve örgütlenme düzeyine ve faaliyet gösterdiği endüstriye bağlı olarak mekansal bakımdan önemli farklılıklar gösterir. Genellikle fazla sofistike olmayan ve standart mal üreten endüstriler işgücünün bol ve ücretlerin düşük olduğu çevre alanlara yönelirken, araştırma-geliştirmeye dayalı sofistike endüstriler ücretlerin yüksek ancak uzmanlaşmış vasıflı işgücünün fazla bulunduğu merkezi yerlerde kurulma eğilimindedir.

Firmalar için emeğin arzı ve maliyeti kadar niteliği yani vasfı da çok önemlidir. *Emeğin niteliği* onun verimliliği, kalitesi, kapasitesi, yeteneği ve eğitim durumu ile doğrudan ilişkilidir. Emek niteliğini belirleyen en önemli unsur kuşkusuz mesleki eğitimi de içine alan örgün eğitim-öğretimdir. Hakikaten bir toplumun eğitim düzeyi, nüfus veya işgücünün kalitesini yansıtan en önemli göstergedir. Emeğin kalitesi yani vasıflı, yarı vasıflı ve vasıfsız oluşu, işgücünün iş ve mesleki deneyimi, tahsil ve kültür düzeyi, sağlık koşulları ve kabiliyeti tarafından belirlenmektedir. Firmalar faaliyet gösterdiği sektöre bağlı olarak her sınıf ve kalitede [beyaz yakalı (uzmanlaşmış, profesyonel eleman), mavi yakalı (gerçek işçiler) ve pembe yakalı (sekreterlik gibi büro işleri)] elemana ihtiyaç duyarlar. Böylece firmaların lokasyon seçimine karar verirken emeğin niteliğini de dikkate almak durumundadır. Çünkü emek kalitesi ülkeler ve bölgeler arasında büyük farklılıklar göstermektedir.

Lokasyon seçiminde bir diğer önemli faktör *emeğin verimlilik* düzeyidir. Verimlilik, belirli bir zaman diliminde üretilen bir mal/hizmetin miktarı ve kalitesi şeklinde tanımlanmakta ve ölçülmektedir. İşgücünün gerçek maliyeti doğrudan emeğin verimliliğinin bir sonucudur. Emek verimliliği de mekana ve firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre bölgeden bölgeye değişiklikler gösterir. Emek verimliliği eğitim-öğretimden, ücret düzeyinden, işçi başına yapılan sermaye ve teknoloji yatırımdan (özellikle otomasyondan), firmanın yönetim/örgütlenme yapısından ve emek ilişkilerinden (sendikalaşma) büyük ölçüde etkilenir (Laulajani ve Stafford, 1995:29-32). Hatta ikliminde verimlilik üzerinde etkisinin olduğu bir gerçektir (Tümertekin ve Özgüç, 1997:518). Genel olarak işgücünün ücret düzeyi düşük ise, verimliliği düşük, yüksek ise verimlilikte yüksek olmaktadır (Wheeler vd., 1997:204). İşgücü verimliliğinin ülkeler, bölgeler ve hatta kentler arasından önemli farklılıklar göstermesi bu değişkenin lokasyon analizine katılmasını gerekli kılmaktadır.

Lokasyon seçiminde emekle ilgili dikkate alınan son husus, *sendikalaşma* yani emeğin örgütlenmesi meselesidir. Sendikalaşma temelde iki açıdan firma lokasyonunu etkilemektedir. Birincisi, emeğin maliyetini yükseltmektedir. İkincisi, emeğin verimliliğini

(genellikle olumsuz yönde) etkilemektedir. Sendikalı işgücünün verimliliğinin düşmesindeki en önemli nedenlerden biri işe devamsızlıktır (absenteeism) (Laulajanien ve Stafford, 1995:34). Ayrıca işçi sendikaları ile zaman zaman meydana gelen çeşitli iş anlaşmazlıkları verimlilik üzerinde etkiye sahiptir.

Sendikaların güçlü, zayıf veya hiç olmaması firmaların lokasyon seçiminde belirleyici olabilmektedir. Emekle ilgili diğer değişkenler gibi sendikalaşma da ülkeler arasında ve ülke içinde mekansal olarak büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin Almanya sendikalaşmanın en güçlü olduğu ülke olarak bilinirken, ABD göreceli olarak daha zayıf bir konuma sahiptir. Keza ABD'nin kuzeydoğusundaki eyaletlerde sendikalı işçi sayısı, güney eyaletlere nazaran kat kat daha yüksektir (Hayter, 1997:89). Bu durum sendikalaşmanın lokasyon üzerindeki önemini açıkça göstermektedir.

Yabancı sermayeli firmaların bir ülke içinde lokasyon seçimi konusunda yapılan 63 ampirik araştırmanın dokuzu dışında tümü emekle ilgili değişkenleri lokasyon analizlerine dahil etmişlerdir (Bkz. Çizelge 5.2). Bu araştırmalar emek faktörünün lokasyon üzerindeki etkisini yakalamak için altı ayrı değişkeni kullanmaktadır. İncelenen çalışmalarda işgücü maliyeti, ücret düzeyi (genellikle imalat sanayindeki) ile; işgücü arzı işsizlik oranı ile; işgücü verimliliği sanayideki işçi/saat başına katma değer/hasıla ile; işgücü niteliği nüfusun eğitim durumu, okuma-yazma oranı veya Ar-Ge'de istihdam edilen insan sayısı ile; işgücünün örgütlenmesi ise sendikalaşma oranı veya yasalarla⁷³ temsil edilmektedir.

Yapılan araştırmalar **emek maliyetlerinin** yabancı yatırımların lokasyonu üzerindeki etkisinin son derece karmaşık ve çelişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Mesela Luger ve Shetty (1985), Coughlin vd. (1991) ve Friedman vd. (1992) ABD'de yüksek ücretlerin DYY'yi çaydırdığını bulurken, bazı çalışmalar beklentilerin tersine ücret oranlarının istatistiksel olarak pozitif ve önemli olduğu sonucuna vardı (Glickman ve Woodward, 1988; Smith ve Florida, 1994; Head vd., 1999). Öte yandan Chang (1989), Woodward (1991), Taylor (1993) ve Cieslik ve Ryan (2005) Japon sanayi tesislerinin lokasyonu ile ücret düzeyi arasında istatistiksel olarak önemsiz bir ilişki buldu. Hill ve Munday (1995) ile Boudier-Bensebaa (2005) gibi az sayıda araştırmacı ise emek maliyetlerinin işgücü niteliği ile birlikte düşünüldüğü zaman DYY lokasyonunu olumlu yönde etkilediğini belirtmektedir.

⁷³ Bu durum sadece ABD için geçerlidir. ABD'nin çoğunlukla güneyinde yer alan eyaletlerde (Mesela Louisiana, South Carolina vb.) işçilerin sendikaya katılması zorunlu değilken, kuzeyinde yer alan eyaletlerde katılması zorunludur. *Right to work* yasası olarak bilinen ve sürekli istihdam durumunda sendikaya katılma zorunluluğunu yasaklayan (Hanink, 1997:236-237; Hayter, 1997:89; Wheeler vd., 1998:234-235) bu kanunun yabancı yatırımların lokasyonunun tayininde önemli bir faktör olduğu çok sayıda araştırma tarafından ortaya konulmuştur (Bkz. Coughlin vd., 1991; Shaver, 1998; Head vd., 1999; Coughlin ve Segev, 2000b).

Çin illeri arasında DYY akışının emek maliyetlerine olan etkisi de yine farklı sonuçlar ortaya koymaktadır. Mesela Chen (1996), Head ve Ries (1996), Broadman ve Sun (1997), He (2002), Shen vd. (2000), Wu ve Strange (2000) ve Gao (2005) işçi ücretlerinin Çin’de DYY’nin coğrafi dağılımındaki etkisinin istatistiksel olarak önemsiz olduğunu ortaya koyarken, Wei vd. (1999), Chang ve Kwan (2000), Coughlin ve Segev (2000a), Fung vd. (2002) ve He (2003a, 2003b) ücretlerin yabancı firmaların lokasyon seçimini negatif yönde etkilediğini sonucuna erişmişlerdir.

Yabancı firmalar ülkeler arasında lokasyon seçimi yaparken emek maliyetlerine karşı son derece hassastırlar. Çünkü yatırımcılar ev sahibi ülkenin ucuz faktör girdilerinin avantajını kullanmak istemektedirler. Bu anlamda emek maliyetleri son derece önemli bir lokasyon faktörüdür. Oysa bir ülke içinde işgücü maliyetlerine verilen önem/hassasiyet beklendiği gibi olamayabilmektedir. Nitekim Çin’e yapılan DYY, özünde ülkenin emek maliyetlerinin diğer ülkelere kıyasla çok düşük olmasından kaynaklanmasına rağmen, firmalar Çin’in herhangi bir bölgesine yatırım yaptıkları zaman, ülkenin içindeki en ucuz emeğin bulunduğu lokasyonunun önemli bir belirleyici faktör olmadığı görülmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, Çin’de sosyalist sistemden kaynaklanan merkezi planlamanın ücretlerin bölgeler arasında önemli ölçüde farklılaşmamasına izin vermemesidir (Broadman ve Sun, 1997:348). Böylece Çin’e giden yabancı yatırımcılar için emek maliyeti ülke seçiminde çok önemli olmakla birlikte ülke içi lokasyon seçiminde önemsizdir.

Sonuç olarak emek maliyetini analiz eden tüm araştırmalar ücret konusunun lokasyon üzerindeki etkisinin son derece karmaşık olduğunu vurgulamaktadır. Her ne kadar, ceteris paribus, bir lokasyondaki yüksek ücretlerin yabancı yatırımı caydırdığı söylenmekle birlikte yüksek ücretler aynı zamanda yüksek verimliliğin işaretçisi de olabilir. Bu nedenle emek maliyeti tek başına değil, işgücünün verimliliği ve niteliği ile birlikte düşünülmeli ve dikkate alınmalıdır.

Türkiye’de DYY’nin lokasyonunu belirleyen faktörleri araştıran Deichmann vd. (2003:1771-1772) emek maliyetleri ile ilgili verinin Türkiye’de tüm iller bazında bulunmadığını belirterek işgücü maliyetleri ile ilgili değişkeni model dışında bırakarak analiz etmemişlerdir. Oysa yaptığımız ayrıntılı araştırma sonucu işgücü maliyetleri ile ilgili verilerin iller bazında bulunduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle bu çalışma Türkiye’de emek maliyetinin yabancı firmaların lokasyon seçimini etkileyip etkilemediğini test etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, Türkiye’de iller arasında bulunan emek maliyeti farklılığının DYY lokasyonu üzerinde etkisinin önemsiz olmasını beklemektedir. Çünkü Türkiye’nin bir bölgesine yatırım yapan yabancıları yerel emek maliyetlerinden ziyade diğer faktörlerin (yığılma ekonomileri, piyasa vb.) yönlendirdiği düşünülmektedir. Bu durumda araştırma hipotezimiz:

H8: Bir ilin emek maliyeti o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.

Emek verimliliğinin yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerine olan etkisi istatistiksel bakımdan genellikle önemli ve pozitif yöndedir. Nitekim Woodward (1992), Friedman vd. (1992), Smith ve Florida (1994), Head ve Ries (1996), Nachum (2000) ve Coughlin ve Segev (2000a) yüksek verimliliğin yabancı yatırımları bir bölgeye çektiğini ifade etmektedir. Buna karşın Taylor (1993) ve Coughlin ve Segev (2000b) verimlilik değişkeninin lokasyon seçimine etkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Literatüre dayalı bulgular emek verimliliğinin büyük ölçüde önemli olduğunu ileri sürmekle birlikte, Türkiye’de il bazında emek verimliliğinin tıpkı emek maliyetinde olduğu gibi yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir rol oynamayacağı umulmaktadır. Buna emek verimliliği ile ilgili hipotezimiz:

H9: Bir ildeki emeğin verimlilik düzeyi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.

DYY lokasyonu üzerine yapılan araştırmaların büyük kısmı insan sermayesinin nitelik ve kalitesinin yabancı firmaların lokasyon tercihinde giderek önem kazandığını göstermektedir. Nitekim çizelge 5.2 incelendiğinde **emek niteliğinin** göstergesi olan nüfusun eğitim durumu ve okuma-yazma oranının DYY lokasyonunun önemli belirleyicilerinden biri olduğunu gözükmemektedir. Woodward (1992), Coughlin ve Segev (2000b), Nachum (2000) ve O’Hagan ve Anderson (2000) ABD’de; Fung vd. (2002), Lee ve Lee (2002), Sun vd. (2002), Zhou vd. (2002), Gao (2005) ve Wu ve Radbone (2005) Çin’de; Bekes (2005) ve Cieslik (2005) Macaristan’da; Pelegrin (2004) İspanya’da; Hilber ve Voicu (2005) Romanya’da ve son olarak Deichmann vd. (2003) Türkiye’de emek niteliğinin yabancı yatırımlar ile pozitif yönde önemli bir ilişkiye sahip olduklarını ortaya koymuştur. Buna göre insan sermayesinin kalitesi arttıkça yabancı yatırımın bir bölgeye gitme olasılığını artmaktadır. Her ne kadar çizelge 5.2’de yer alan üç araştırmanın (Broadman ve Sun, 1997; Coughlin ve Segev, 2000a; Deichmann vd., 2003) bulguları işgücü niteliğinin DYY lokasyonu ile negatif bir ilişki içinde olduğunu gösterse de, esasında sonuç farklı değildir. Çünkü bu araştırmalar diğerlerinden farklı olarak öğretmen başına öğrenci sayısı ve okuma-yazma bilmeyenlerin oranını değişken olarak kullanmış bu da katsayıların değerinin doğal olarak negatif çıkmasına neden olmuştur. Ancak sonuç/yorum aynıdır yani bir ilde okuma yazma bilmeyenlerin oranı azaldıkça DYY miktarı artar veya öğretmen başına öğrenci sayısı azaldıkça yabancı yatırım artar şeklindedir. Bununla birlikte az sayıda çalışma da emek niteliğinin DYY üzerine olan etkisini önemsiz bulmuştur. Emek niteliğinin etkisini istatistiksel bakımdan önemli ancak negatif bulan tek çalışma Cieslik ve Ryan (2004) tarafından Polonya örneğinden elde edilmiştir. Yazar bu

bulgunun hayret verici olduğunu ifade ederek, geçiş ekonomisinden kaynaklanan bu durumun gelecekte değişeceğini belirtmektedir.

Günümüz dünyasında Ar-Ge yatırımlarının büyük kısmı ÇUŞ'lar tarafından kendi ülkelerinde yapılmaktadır. Ancak son dönemlerde ÇUŞ'ların çevre ülkelerde de DYY aracılığıyla Ar-Ge'ye dayalı yatırım yapmaya başladığı görülmektedir. Bu tip yatırımlar ise ancak ev sahibi ülkede Ar-Ge'de çalışacak insan gücü ile mümkündür. Ceteris paribus, bir bölgede Ar-Ge'deki insan sermayesi arttıkça o bölgenin yabancı yatırımcılar için daha fazla çekici olduğu görülmektedir. Nitekim Chen (1996), Friedman vd. (1996), Wei vd. (1999), Sun vd. (2002), Pelegrin (2004) ve Bekes (2005) bu durumu ampirik olarak kanıtlamışlardır.

Emek niteliğinin DYY üzerindeki etkisinin Türkiye bağlamında tespit edilmesi önemli bir konudur. Çünkü, özellikle yabancı firmalar için insan kaynağının hayati bir mevzu olduğu göz önüne alındığında Türkiye'ye yatırım yapan yabancı firmaların işgücünün niteliğine verdiği tepkinin ne olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Bu araştırma, bir ilin emek niteliği arttıkça o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımların miktarının artmasını beklediği için işgücü değişkeninin DYY ile pozitif yönde ilişkili olduğunu ummaktadır. Buna göre hipotezimiz:

H10: Bir ilin emek niteliği o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

Emek piyasasının en önemli özelliklerinden biride **emeğin arzı** meselesidir. Sınırları belirli bir alandaki işsizlik oranı potansiyel işgücü havuzunu yansıtmaktadır. Bir sahada işsizlik oranlarının yüksekliği DYY'yi o alana çeken veya caydıran bir etken olabilir. Yüksek işsizlik özellikle büyük firmalar için bol ve ucuz emek anlamına gelebilir. Diğer taraftan bir yerde yüksek işsizliğin olması yerel piyasa talebinin düşük olduğunun habercisi olabilir. Keza işsizliğin yüksekliği bir bölgenin yabancı firmalar için uygun işgücünden yoksun olduğu izlenimi de verebilir. İncelenen 63 araştırmadan beşi (Bkz. Coughlin vd., 1991; Friedman vd., 1992; Taylor 1993; Roberto, 2004; Boudier-Bensebaa, 2005) işsizlik oranlarının DYY ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki içinde olduğunu göstermiştir. Yani yüksek işsizliğin bir lokasyona daha fazla yabancı yatırım çektiği sonucuna ulaşmıştır. Dört araştırma ise (Bkz. Woodward, 1992; O'Hagan ve Anderson, 2000; Cieslik, 2005; Hilber ve Voicu, 2005) yüksek işsizliğin yatırımcıları negatif yönde etkilediğini belirterek, yabancı firmaların işsizliğin fazla olduğu lokasyonlardan kaçındığını ampirik olarak kanıtlamışlardır. Üç araştırma ise (Mariotti ve Piscitello, 1995; Coughlin ve Segev, 2000b; Cieslik ve Ryan, 2005) işsizlik düzeyi ile DYY arasındaki ilişkinin önemsiz olduğunu tespit etmiştir. İki araştırma (Shaver, 1998; Head vd., 1999) farklı sektörlere bağlı olarak karmaşık bulgulara erişmiştir.

Bu çalışma Türkiye’de işsizlik oranlarının DYY lokasyonu üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla işsizlik oranı değişkenini analize katmaktadır. Literatürün sunduğu farklı kanıtların Türkiye bağlamında nasıl bir sonuç vereceğini önceden tahmin etmek güçtür. Bu nedenle çalışma iki zıt hipotez oluşturarak işgücü arzının performansını ölçmeye çalışmaktadır. Emek arzı ile ilgili hipotezimiz:

H11a: Bir ildeki yüksek işsizlik o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

H11b: Bir ildeki yüksek işsizlik o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir.

Emeğin örgütlenmesini ve işçiler ile firma yönetimi arasındaki ilişkileri yansıtan ve geleneksel olarak yatırımları engellediği düşünülen **sendikalaşma** oranı incelenen araştırmalarda şaşırtıcı sonuçlar vermiştir. Genel olarak sendikalaşmanın üretim maliyetlerini artırarak yatırımların getirisini azalttığı dolayısıyla yabancı yatırımları caydırdığı bilinmektedir. Ayrıca yüksek sendikalaşma düzeyi emek gücünü kontrol etmeyi zorlaştırdığı gibi, pek çok maliyet artırıcı etkiye de (grev, çatışma vb.) neden olabilmektedir. Yine sendikaların elde ettiği gücün monopol ile eş anlamlı olduğu da ifade edilmektedir (O’Hagan ve Anderson, 2000:223). Nitekim Woodward (1992) ile O’Hagan ve Anderson’un (2000) ABD’de yaptıkları çalışma bu yargıyı ampirik olarak doğrulamıştır. Yani bir lokasyondaki yüksek sendikalaşma DYY gelişini caydırmaktadır.

Öte yandan O huallachain ve Reid (1997) ile Head vd.’nin (1999) ABD’deki Japon yatırımları ile ilgili araştırması sendikalaşmanın DYY’yi bazı durumlarda olumsuz şekilde etkilerken bazen önemsiz olduğu sonucuna varmıştır. McConnel (1980), Chang (1989), Smith ve Florida (1994), Mariotti ve Piscitello (1995), Coughlin ve Segev (2000a) ve Hilber ve Voicu (2005) ise sendikalaşmanın lokasyon seçiminde önemli olmadığını konusunda ortak bulgular elde etmişlerdir.

Coughlin vd. (1991) ile Friedman vd. (1992) tarafından yapılan iki araştırma ise sürpriz bir şekilde bir eyalette sendikalaşma oranı arttıkça yabancı yatırımın o lokasyona gitme olasılığının arttığını ve DYY ile sendikalaşma arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Yazarlar bu durumun olası nedenini özellikle sanayi sektöründe sendikalaşma düzeyi arttıkça emek verimliliğinin artmasına bağlamaktadır. Ayrıca 1980 sonrası sendikaların etkinliklerini kaybetmeye başlaması sendikalaşma oranının giderek azalması, şirketlerin örgütlü işçilerin fazla olduğu yerlerden kaçınmasını azaltmıştır.

Türkiye’de toplam işgücü içerisinde istihdam edilen işçilerin payı %20 civarındadır. Ülkedeki tüm işçilerin (yaklaşık 5 milyon) ise ancak %58’i sendikalı işçi statüsündedir (ÇSGB, 2001). Buna göre, örgütlü işçilerin Türkiye’de işgücünün küçük bir bölümünü oluşturduğu ve sendikalaşmanın giderek önemini kaybettiği göz önüne alındığında, bu

değişkenin Türkiye bağlamında belirleyici olmadığı düşünülmektedir. Bu değişkenle ilgili hipotezimiz:

H12: Bir ilin sendikalaşma düzeyi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.

5.2.4. Erişebilirlik ve Altyapı

Ulaşımın firma yer seçiminde ne kadar önemli bir etken olduğu kuramsal açıdan daha önce ayrıntılı bir şekilde açıklamıştı. Burada yerel olarak ulaşım, iletişim ve altyapının varlığı, niteliği ve erişilebilirliği üzerinde durulmaktadır. Erişilebilirlik ve altyapı bir çok boyuta sahiptir. Genel olarak karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu ve su kanalları gibi ulaşım çeşitleri ile telefon, posta ve diğer haberleşme sistemlerini içeren iletişimi *erişilebilirlik* olarak tanımlamak mümkündür. Bunun yanı sıra elektrik, su, gaz, kanalizasyon, atık vb. gibi hizmetlerin tümü altyapı yatırımları şeklinde değerlendirilmektedir.

Erişilebilirlik ve altyapı hizmetlerinin firmaların lokasyon seçiminde çok önemli olduğu konusunda bilim insanları arasında tam bir konsensüs vardır. Yapılan araştırmalar firmaların yer seçimi ile altyapı imkanları arasında doğrudan bağlantı olduğunu göstermektedir. Altyapısı hazır, yeterli ve iyi derecede gelişmiş olan alanlar firmaların diğer firmalarla ve tüketicilerle erişilebilirliğini kolaylaştırmakta, etkileşimini artırmakta ve mesafenin bozucu etkisini azaltmaktadır. Firmaların arz veya talep ettikleri mal ve hizmetleri mümkün olduğunca kolay, hızlı, güvenilir, ucuz ve zamanında alması/satması ancak iyi donanmış ulaşım ve iletişim altyapısı ile mümkündür. Bu bakımdan altyapı ve erişilebilirlik ile ilgili göstergeler firmaların lokasyon seçiminde daima belirleyici faktörler arasında bulunmaktadır.

ÇUŞ'ların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerle ilgili yapılan ampirik çalışmaların $\frac{3}{4}$ 'ünün erişilebilirlik ve altyapı ile ilgili değişkenleri analizlerine dahil ettikleri görülmektedir. İncelenen 63 araştırmanın büyük bir bölümü altyapının bir lokasyona DYY akışı ile pozitif yönde önemli bir ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymuştur (Bkz. Çizelge 5.2). Gerçekten bir kaç araştırma dışındaki (ki onlar da önemsiz ilişkinin varlığına işaret etmektedirler) tüm çalışmalar bir yerde erişilebilirlik arttıkça, ulaşım ağı yoğunlaştıkça ve altyapı imkanları iyileştikçe o alana DYY gitme olasılığının yükseldiğini göstermektedir. Daha somut ifade ile, iyi ulaşım ve iletişim imkanları ile donatılmış lokasyonlar zayıf altyapı imkanlarına sahip lokasyonlara göre daha fazla yabancı yatırım çekmektedir.

İncelenen 63 çalışmada erişilebilirlik ve altyapı faktörünün öneminin ölçülmesinde en fazla kullanılan değişkenlerden biri sınırları belirli bir saha içinde yer alan asfaltı **karayolu** uzunluklarının alana bölünmesi ile elde edilen orandır. Bu değişkeni kullanan 26 ayrı araştırmanın 16'sı bir alanda karayolu ağının yoğunluğu arttıkça o alana

DYY'nin gitme olasılığının arttığını ortaya koymuştur. Buna karşın 10 araştırma bu değişkenin DYY çekme üzerine etkisi olmadığını bildirmektedir (Bkz. Çizelge 5.2). Nitekim, gelişmiş karayolu altyapısı bulunan, ana hatlara yakın, otoyol sistemine bağlı ve diğer ulaşım sistemleri ile entegre olmuş yerler firmaların yer seçiminde önemli avantajlara sahiptir.

Türkiye'de karayolu ulaşımını hem yerli hem de yabancı firmalar için diğer ülkelere kıyasla çok daha önemli olduğu bilinen bir gerçektir. Hakikaten, yurt içi yük ve yolcu taşımacılığında karayolunun payı %90'ı aşmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında Türkiye'ye yatırım yapan bir firma için seçilen ilin sahip olduğu karayolu ağının yabancı yatırımcılar için önemli olması gerekir. Bu değişkenin DYY ile pozitif bir ilişki içinde olması beklenmektedir. Böylece hipotezimiz:

H13: Bir ildeki karayolu ağı o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

Denizyolundan sonra en ucuz ulaşım şekli olan **demiryolu** bilhassa iç bölgelerde yer seçen firmalar açısından önemlidir. Özellikle ağır sanayi için gereken hammaddelerin uzun mesafede taşınmasında demiryolunun varlığı adeta vazgeçilmez olmaktadır. Demiryoluna doğrudan erişim firmaların taşıma maliyetlerini azaltmaktadır. DYY lokasyonu üzerine yapılan araştırmaların bir kısmı bir sahada demiryolunun varlığının firmaların o alana yatırım yapmasını katkı sağladığını ortaya koymuştur. Coughlin vd. (1991), Chen (1996), Head ve Ries (1996), Broadman ve Sun (1997), Wu (2000), Sun vd. (2002), Fung vd. (2002), He (2002), Cieslik (2005) ve Hilber ve Voicu (2005) tarafından yapılan araştırmalar bir yerde demiryolu ağının uzunluğu arttıkça o sahaya giden yabancı yatırımın arttığını saptamışlardır. Bir kaç araştırma ise demiryolunun DYY lokasyonu açısından istatistiksel olarak önemli bir belirleyicisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır (Gong, 1995; Cheng ve Kwan, 2000; Lee ve Lee, 2002; Gao, 2005). Burada dikkat çeken nokta, demiryolu değişkeninin tek çalışma dışındaki (Coughlin vd., 1991) tüm araştırmalarda sadece Çin ile Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri (Polonya ve Romanya) üzerine yapılan çalışmalarda kullanılmasıdır. Sosyalist rejim altında gelişme gösteren bu ülkelerde karayolu ağının yeterince gelişmemiş olması, buna karşın demiryolunun tüm ülkeye muntazam şekilde yayılması bu ülkelere yatırım yapan ÇUŞ'ların demiryolu sistemine erişimi yer seçiminde çok daha önemli hale getirmektedir.

Demiryoluna erişim özellikle ağır sanayi firmaları açısından son derece önemli olmakla birlikte Türkiye bağlamı göz önüne alındığında, demiryolunun bu çalışmada açısında anlamlı bir değişken olmadığı düşünülmektedir. Çünkü Türkiye'de demiryolunun gerek yük gerekse yolcu taşımacılığındaki payı ihmal edilebilecek derecede küçüktür. Ayrıca ülkede demiryolu ağı nitelik ve nicelik bakımından yabancı yatırımcıların arzu ettiği boyutun çok gerisindedir. Bunun yanında karayolu değişkeni ile bu değişkenin birbirine

paralel olma ve üst üste çakışma olasılığı istatistiksel analiz bakımından sakınca⁷⁴ doğurmaktadır. Bu nedenle bu değişken analizden dışlanmıştır.

Gerek üretim için gerekli malların ithalatı bakımından, gerekse üretilen ürünlerin diğer ülkelere ihracatı bakımından *denizyolu* en ucuz ulaşım türü olarak hayati öneme sahiptir. Günümüzde dünya dış ticaretin 1/3'ünün ÇUŞ'lar ve uzantıları arasında meydana gelen firma içi ticaret⁷⁵ olduğu düşünülürse, denizyolunun önemi çok açık şekilde ortaya çıkmaktadır. Gerçekten ev sahibi ülkede faaliyet gösteren yavru şirketler ile anavatanda konumlanmış ÇUŞ'lar ve/veya ona bağlı diğer şube şirketler arasında meydana gelen mal alış-verişi ancak denize erişimi sağlayacak **limanların** varlığı ile mümkündür. Bu nedenle literatürde deniz ulaşımının DYY üzerindeki etkisi bir yerde limanın olup olmasını gösteren gölge değişken⁷⁶ yoluyla ölçülmektedir.

Nitekim yapılan araştırmalar limana sahip olan bir lokasyonun yabancı yatırımlar için limanı olmayan lokasyondan çok daha cazip olduğunu istatistiksel olarak kanıtlamıştır (Leung, 1990; Coughin vd., 1991, Friedman vd., 1992, 1996; Gong, 1995; Head ve Ries, 1996; O'Hagan ve Anderson, 2000; He, 2002, 2003a, 2003b; Makabenta, 2002;). Yani bir yerin limana sahip olması, o alana daha fazla yabancı yatırımın yapılmasını sağlamaktadır. Özellikle ihracata dayalı üretim yapan yabancı firmalar için deniz ve hava limanlarına yakın konumlanmak ulaşım maliyetlerini azaltmak ve zamandan tasarruf etmek açısından önemli avantajlar sunmaktadır.

Bu araştırma açısından denizyolu ulaşımı büyük önem arz etmektedir. Çünkü Türkiye'de taşınan yük miktarı bakımından ithalatın %90'ı, ihracatın ise %80'i aşan kısmı denizyolu ile yapılmaktadır. Değer bakımından ise ithalatın %50'ye yakın kısmı ihracatın ise %40 aşan bölümü denizyolu ile yapılmaktadır (DİE, 2001). Bu rakamlar deniz ulaşımının ülke ekonomisi ve dolayısıyla firmalar açısından ne derecede büyük bir rol oynadığını açıkça göstermektedir. Bu çalışmada literatürdeki diğer çalışmalar gibi deniz ulaşımını önemini bir yerde limanın bulunup bulunmaması şeklinde gölge değişken ile ölçülmektedir. Çalışma, Türkiye'deki yabancı firmaların yer seçerken deniz ulaşımına elverişli, uluslararası taşımacılığa uygun yük/yolcu indirme-bindirme imkanı olan limanların bulunduğu lokasyonları tercih edeceğini, dolayısıyla limanın varlığı ile DYY arasındaki ilişkinin pozitif yönde olacağını beklemektedir. Böylece bu değişkenle ilgili araştırma hipotezimiz:

H14: Bir ilde limanın olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

⁷⁴ Çoklu doğrusallık denilen bu problemle ilgili açıklamalar için bkz. Bölüm VI

⁷⁵ Firma için ticaretle ilgili ayrıntılı açıklama için bkz. Bölüm II.

⁷⁶ Gölge değişkenle ilgili açıklama için bkz. Bölüm VI.

Az sayıda araştırma ise ırmak ve kanallar yoluyla yapılan su yolu taşımacılığının DYY üzerindeki etkisini test etmiştir. Gong (1995), Brodman ve Sun (1997) ve Wu (2000) Çin'de su yolu ulaşımının yabancı yatırımları bir lokasyona çekmede pozitif bir role sahip olduğunu belirtirken, Gong (2005) bu etkinin istatistiksel olarak önemsiz olduğunu belirtmektedir. Bilindiği gibi bu ulaşım çeşidi Türkiye'de bir kaç küçük ırmakta yapılan ilkel düzeydeki taşıma dışında söz konusu olmadığı için bu araştırmanın kapsamı dışındadır.

Havayolu özellikle yabancı firmalar açısından önemli bir ulaşım çeşididir. Bir yerde hava limanlarının ve bununla ilgili hizmetlerin bulunması hem firmaların iş seyahatleri açısından hem de yabancı turistlerin ilgili sahaya gidiş-gelişleri dolayısıyla turizm sektörüne bağlı yatırımlar bakımından son derece önemlidir. DYY lokasyonu hakkında yapılan araştırmalar havalimanına erişim ile yabancı yatırım arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur (Leung, 1990; Coughlin vd., 1991; Deichmann, 2002; Makabenta, 2002; Kang ve Lee, 2004; Bekes, 2005; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan, 2005). Yapılan araştırmalarda hava ulaşımının etkisini ölçmek için bazen hava alanlarının sayısı, bazen bir lokasyondan uluslararası hava limanına olan uzaklık, bazen de gölge değişken formunda bir kentin hava limanına sahip olup olmaması (sahipse 1, değilse 0) şeklinde yapılandırılan çeşitli değişkenler kullanılmıştır.

Bu araştırma açısından bakıldığında havayolu ulaşımının Türkiye'deki yabancı firmaların lokasyonunu belirleyen önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. Nitekim, Berköz (2005) tarafından İstanbul'daki yabancı sermayeli firmalar üzerine yapılan bir araştırma hem endüstri hem de hizmet firmalarının lokasyon seçiminde hava limanlarına erişimin önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla bu çalışma hava alanına sahip illerin olmayan illere göre DYY çekme bakımından daha avantajlı olacağını öngörmektedir. Araştırma hava ulaşımının DYY üzerinde etkisini gölge değişken kullanarak test edilmektedir. Böylece hava ulaşımı ile ilgili hipotezimiz:

H15: Bir ilde hava alanının olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

Küreselleşmenin hız kazandığı, bilgi ve teknolojinin her şeyin önüne geçtiği bu çağda **iletişim** altyapısının niteliği, yaygınlığı ve önemi giderek artmaktadır. Yapılan araştırmalar iyi ve kesintisiz kitle iletişim hizmetleri (telefon, posta, internet erişimi vb.) sunan yerlerin daha fazla yabancı yatırım çektiğini doğrulamaktadır (Leung, 1990; Gong, 1995; Wei vd., 1999; Nachum, 2000; Shen vd., 2000; Wu ve Strange, 2000; He, 2002; Bekes, 2005; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan, 2005). Bu araştırmalar bir lokasyonda iletişimin niteliğini ölçmekten ziyade yaygınlığını ve büyüklüğünü gösteren verileri kullanarak bu değişkeninin DYY üzerindeki belirleyiciliğini test etmeye çalışmışlardır. Bu

nedenle bazı araştırıcılar bir kentte posta ve telefon hizmetlerinin satış miktarını esas alırken, diğerleri kiři başına dūřen telefon sayısını baz almıştır.

Bu araştırmada iletişim altyapısının DYY akımı üzerinde ne derecede etkili olduğu iletişim değişkeni yoluyla test edilmektedir. Çalışma iletişim altyapısı ve hizmetleri gelişmiş olan illerin diğerlerinden daha fazla DYY çekeceğini öngörmektedir. Buna göre araştırma hipotezimiz:

H16: Bir ilin iletişim altyapısının gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

Altyapı ile ilgili olarak ampirik literatürde ele alınan son değişken **elektrik enerjisinin** güvenilir şekilde arzı ve fiyatı konusudur. Genel olarak enerjinin özelde de elektrik enerjisinin temininin sanayi tesislerinin lokasyonu üzerindeki etkisi geçmişte çok önemli olmakla birlikte günümüzde bu faktörün lokasyonu belirleme gücü son derece zayıflamıştır (Smith, 1981:51; Hayter, 1997:92; Tümertekin ve zgc, 1997:515). Bununla birlikte enerjinin maliyeti firmalar için çok daha önemli hale gelmiştir (Wheeler vd., 1998:204). DYY lokasyonu hakkında yapılan 63 araştırmadan sadece dördü elektrik enerjisi ile ilgili değişkeni test etmiştir. McConnel (1980) ve Head ve Ries (1996) bu değişkenin önemsiz olduğunu vurgularken, Glickman ve Woodward (1988) ve Gong (1995) tarafından yapılan araştırmalar elektrik enerjisinin DYY lokasyonunu belirlemede önemli bir etken olduğunu istatistiksel olarak kanıtlamışlardır.

Bu araştırmada elektrik arzı değişkeninin kullanımının çok anlamlı sonuçlar vermeyeceği düşünülmektedir. Çünkü ülkenin her yerinde elektrik enerjisini büyük lde kesintisiz şekilde elde etmek mümkün gözükmektedir. Ancak Berköz'n (2005) İştanbul'daki yabancı sermayeli büyük firmalar üzerine yaptığı araştırma endüstri sektöründe faaliyet gösteren firmaların lokasyon seçiminde güvenilir elektrik enerjisi temininin ilk sırada yer aldığını göstermektedir (Bkz. Çizelge 5.3). Bu durum şu an ki araştırmanın beklentilerin tam tersini işaret etmektedir. Dolayısıyla bu değişkenin test edilmesi önemli olabilir. İl bazında elektrik tüketimini gösteren veri olmasına karşın bu verinin istenilen sonucu vermeyeceği açıktır. Ancak eğer bir ilde kişi başına elektik tüketiminin fazla olması, o ilin gelişmiş bir elektik enerjisi altyapısına sahip olduğunu ve orada elektriğin daha güvenilir şekilde arz edilebileceğini gösterirse bu durumda bu veri pekala kullanılabilir. Buna göre elektirk enerjisi ile ilgili araştırma hipotez:

H17: Bir ilin elektik altyapısının gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.

5.2.5. Devlet Politikası ve Teşvikler

Devletler çok çeşitli yollarla firmaların yer seçimini etkileme gcce sahiptir. Hkmetler tarafından izlenen ve genel olarak *bölgesel kalkınma politikası* adı verilen bu

mekansal politikanın temel amacı, geri kalmış bölgelerin kalkındırılması ya da sanayileşmenin gerilediği alanların yeniden canlandırılması, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması, eşitsizliklerin giderilmesi ve böylece başta sanayileşme olmak üzere temel ekonomik faaliyetlerin ülke sathına mümkün olduğu kadar düzenli bir şekilde dağılmasıdır (Watts, 1987:211). Watts, firmaların yer seçimine etki eden ve farklı düzeyde hükümetler tarafından uygulanan üç tip mekansal politika olduğunu belirtmektedir. Bunlardan ilki ve en önemlisi, doğrudan mekansal politika (explicit spatial policy); ikincisi, dolaylı mekansal politika ve sonuncusu yerel mekansal politika (derived spatial policy). Bu mekansal politikaların hangisi olursa olsun, devletin dahli söz konusudur. Daha açık ifade ile, devletin müdahalesi olmadan hiç bir mekansal politikanın etkin olması mümkün değildir (Dinler, 1994:283).

Doğrudan mekansal politika, ulusal hükümetler tarafından çıkarılan yasalar ve/veya planlarla uygulanan, direkt bölgesel kalkınmayı sağlamak, bölgeler arası farklılıkları gidermek, endüstrileşmeyi ülke sathına dağıtmak veya az gelişmiş yörelere yönlendirmek amacını taşıyan ve kamu tarafından yapılan her türlü yatırım, harcama ve teşviki içeren politikadır. Merkezi hükümetler ve kısaca *teşvik* şeklinde tanımlanan bu araçlar yedi gruba ayrılabilir:

(a) *Ödenek (grant)*: Merkezi hükümet tarafından yeni bir tesis açmak veya var olanı modernize etmek şeklinde karşılıksız olarak tahsis edilen parasal kaynaktır.

(b) *Kredi*: Genellikle kamu bankaları veya kamu fonları yoluyla bazen de ticari bankalar (devlet garantili) aracılığıyla firmaları belirli lokasyona yönlendirmek için uzun vadeli, düşük faizli veya faizsiz *krediler* verilmesi de bir diğer teşvik çeşididir.

(c) *Vergi bağışıklıkları*: Firmaları az gelişmiş bölgelere çekebilmek amacıyla uygulanan en önemli mali teşviklerin başında *vergi bağışıklıkları* gelmektedir. En yaygın kullanılan araçlardan biri olan vergi bağışıklıkları bazen indirim şeklinde, bazen de belirli sürelerle muafiyet şeklinde uygulanmaktadır. Firmaların vergi yükünü azaltmak ve böylece o alana yatırım yapmasını sağlamak için kurumlar vergisi, gümrük vergisi, gelir vergisi, ve diğer her türlü resim, harç vb. işlemlerde firmalar lehine avantajlar sağlanabilmektedir.

(d) *Ortak yatırım* (Equity investment): Hükümetin özel bir firmanın bir miktar hissesini satın alması ve bu yolla firmayı fonlaması şeklinde gerçekleşen bu teşvik, özellikle İngiliz hükümeti tarafından başvurulan yöntemlerden biridir (Watts, 1987:214).

(e) *Altyapı yatırımları*: Devletlerin bölgesel dengesizlikleri gidermek, yerli ve yabancı firmaları belirli sahalara çekebilmek için uyguladığı bir diğer teşvik yöntemi, kamusal alt yapı yatırımları/harcamaları yapmaktır. Devlet tarafından finansa edilen iki tip altyapı yatırımı ayırt etmek mümkündür.

Bunlardan ilki ve en önemlisi doğrudan firmaları ilgilendiren bir takım *özel ekonomik bölgelerin* oluşturulmasıdır. Gerçekten, özellikle 1950 sonrası çok sayıda ulusal, bölgesel veya yerel hükümet, firmaların belirli bölgelere ya da özellikle az gelişmiş alanlara yatırım yapmasını sağlamak için fiziki altyapısı (yol, elektrik, su, telefon, arsa, bina vb.) hazırlanmış, kurumsal ve yasal imkanlarla donatılmış ayrıcalıklı alanlar oluşturarak firmaların bu bölgelere yatırım yapmaya teşvik etmiştir. Nitekim bir çok endüstrileşmiş ülkede kısa zaman içinde kurulan çok sayıda organize sanayi bölgesi (industrial park/estate) bu şekilde kurulmuştur. Son zamanlarda ise bilhassa Ar-Ge ve teknolojiye dayalı sanayiler için organize sanayi bölgelerinin özel bir şekli olan "yenilik, bilim ve teknoloji bölgeleri" oluşturulmuştur (Hayter, 1997:93).

Gelişmekte olan ülkelerde ise 1960'ların ortalarından itibaren yerli ve yabancı firmaların bir taraftan geri kalmış bölgelere gitmesini mümkün kılmak, diğer taraftan ülkeye daha fazla yatırım yapılması sağlamak için organize sanayi bölgelerinin yanı sıra ihracat işleme bölgeleri, serbest bölgeler, açık şehirler, ekonomik ve teknolojik gelişme bölgeleri, yüksek teknoloji bölgeleri, ticaret ve finans bölgeleri, serbest ticaret bölgeleri şeklinde çeşitli özelliklere sahip özel amaçlı alanların inşa edildiği görülmektedir.⁷⁷ Tasarlanan bu sahalar firmalara sadece altyapıya ilişkin avantajlar sunmamakta aynı zamanda çok sayıda diğer teşvikleri (vergisel, finansal vb.) içerisinde barındırmaktadır.

İkinci tip altyapı yatırımı, kentsel hizmetler ile sosyal alt yapı yatırımları (social overhead capital) şeklinde tanımlanabilir. Genel olarak ekonomik kalkınmayı destekleyici olan bu tip yatırımlar, belediyeler tarafından sağlanan her türlü şehirsal altyapıya ilişkin yatırımlar ile bir kentte veya yörede yaşayan insanların eğitim, sağlık, sosyo-kültürel ve sportif tesislere yönelik yatırım harcamalarını kapsamaktadır. ABD'deki Apalaşlar bölgesel kalkınma projesi ile Türkiye'deki GAP projesi bu tip yatırımlara en iyi örnekleri teşkil eder.

⁷⁷ Bu tip özel ekonomik bölgelerin en tipik örneklerine Çin'de rastlamak mümkündür. Çin, 1976'da Mao'nun ölümünden sonra 1979 yılında Mao'nun halefi olan Deng'le birlikte Sovyet tipi merkezi planlı ekonomiyi bırakarak dışa açık ekonomik büyümeyi benimsemiştir (Hayter ve Han, 1997:1). Ülke ilk yıllarda açık kapı politikası (open-door policy) altında DYY yatırımlarına sadece sınırlı alanlarda ve %25 payı geçmeyecek şekilde izin verdiği için 1980 yılında dört adet *özel ekonomik bölge* inşa etmiştir. 1984 yılında özel ekonomik bölgelerin yanı sıra 14 kıyı kentini *açık kıyı şehirleri* (open coastal cities) ilan ederek yabancı yatırımlara bu kentlere davet etmiştir (Gong, 1995:198-199). 1990'lı yılların başında ise Çin hükümeti DYY'yi daha fazla alana yaymak için 52 yeni adet yeni yüksek teknoloji bölgesi açtı. Daha sonra yabancı yatırımları ülkenin iç kısımlarına ve küçük kentlere çekmek için çok sayıda küçük ölçekli *ekonomik ve teknolojik gelişme bölgeleri* meydana getirmiştir. Son olarak hizmet sektörünü geliştirmek ve bu alanda faaliyet gösteren yabancı firmaları ülkeye çekmek için *serbest ticaret bölgeleri* yaratılmıştır (Zhou vd, 2002:64-66). Çin'de yabancı yatırım çekmek için oluşturulan ve beş farklı statüye sahip bölgelerin her biri farklı amaçlara hizmet etmekle birlikte aşağı-yukarı benzer teşvik sistemine ve altyapı avantajlarına sahip olup Çin'e yapılan DYY'nin çok büyük bir bölümünü kapsamaktadır. Hakikaten Çin'e yapılan DYY'nin lokasyonu belirleyen en önemli etkenlerden biri devlet tarafından özellikle yabancı firmalar için oluşturulan bu ayrıcalıklı bölgelerdir.

(f) *Sübvansiyon*: Devletler yatırımları az gelişmiş yörelere çekebilmek için firmaların doğrudan üretim maliyetlerini azaltacak *sübvansiyonlara* da başvurabilmektedir. Örneğin devlet, geri kalmış yörelerde yatırım yapan firmalara istihdam ettikleri her işçi başına doğrudan parasal destek verebilmektedir (Watts, 1987:215). Keza devlet, kamuya ait tesisleri kiralamak, kamu arazilerini düşük fiyata tahsis etmek, kamu ihalelerinden öncelik tanımak, düşük kurlu döviz sağlamak, elektrik enerjisini ucuz vermek vb. sübvansiyon yöntemleri ile firmaları arzu ettiği yörelere sevk etmeye çalışmaktadır.

Dolaylı mekansal politika, adından da anlaşılacağı üzere direkt olarak mekansal amaç taşımayan ancak sonuçları mekansal nitelik taşıyan politikadır. Bu politikanın en güzel yansıması kamu yatırımları şeklinde kendini göstermektedir. Devlet bazen ülkede sanayileşmeyi başlatmak ve/veya geliştirmek için, bazen sosyal nedenlerden dolayı ülkenin az gelişmiş yörelerini kalkındırmak için, bazen de stratejik amaçlar yüzünden sanayiye dayalı yatırımlar yapmaktadır. Nedeni her ne olursa olsun kamu eliyle yapılan bu tip yatırımların özel yerli/yabancı firmaların yer seçimi üzerinde etkisi söz konusu olabilmektedir. Bu etki bazen devletin yatırım yaptığı yerde sanayi kutbu yaratması şeklinde olumlu olurken, kimi zamanda diğer firmalar tarafından olumsuz algılanabilmektedir. Örneğin ABD’de ve İngiltere’de savunma sanayi tesislerinin kurulduğu sahalar yörenin endüstrileşmesine önemli katkılar yapmıştır (Watts, 1987:127-129; Tümertekin ve Özgüç, 1997:532). Keza, Türkiye’de Makine-Kimya Sanayi ve onunla ilişkili askeri sanayi tesislerinin önemli bir bölümünün Kırıkkale’de kurulması ilin sanayileşmesinde en önemli faktör olarak bilinmektedir. Buna karşın, devletler tarafından salt sosyal amaçlar için yapılan yatırımların ekonomiye büyük yükler getirmesi, verimsiz çalışması ve hatta zaman zaman kapanma noktasına gelmesi, özel (yerli+yabancı) firmalar tarafından negatif bir işaret şeklinde değerlendirilmekte ve bu nedenle bu tip kamu yatırımlarının olduğu alanlar firmalar için uygun olmayan lokasyon olarak algılanmaktadır. Bu duruma İtalya’nın güneyinde yer alan Mezzogiorno bölgesindeki devlet yatırımları, Rusya’nın eski sanayi bölgelerindeki yatırımlar, Çin’in iç bölgelerdeki devlet yatırımları ve Türkiye’nin salt sosyal amaçlı kurduğu kamu sanayi tesisleri örnek olarak verilebilir.

Yerel mekansal politika, bu tür politika her yerel hükümet (eyalet/il/ilçe yönetimi, belediyeler vb.) firmaları kendi alanlarına çekmek için farklı politika izlediği zaman meydana gelmektedir. Örneğin bazı yerel otoriteler endüstrileri çekmek için son derece aktif bir tutum sergilerken, diğerleri tam aksini gösterebilmektedir. *İş iklimi* olarak adlandırılan ve ülke içinde bir yerden diğerine değişen bu mekansal politikanın biri yerel vergiler diğeri yerel endüstriyel politika olmak üzere iki boyutu vardır.

Yerel vergilere verilebilecek en iyi örnek emlak vergisidir. Mesela ABD ve İngiltere’de yerel idareler tarafından alınan emlak vergileri mekansal bakımdan büyük

farklılıklar göstermektedir. Bu nedenle emlak vergisi oranları bu ülkelerde firmaların lokasyon seçiminde göz önüne aldıkları önemli faktörlerden biridir (Watts, 1987:130). Aynı şekilde Türkiye’de de emlak vergilerinin hem iller arasında hem de kent için de mekansal farklılık gösterdiği bilinmektedir.

Her yerel otorite firmaları çekmek için kendi yerel endüstriyel politikasını geliştirebilir. Yerel yönetimlerin farklı tavır, davranış ve yaklaşım sergileyerek firmaların yer seçimini etkileme gücüne sahip olabilir. Yerel idarelerce uygulanan mekansal politika firmalar için arazi, bina ve bununla ilişkili her türlü altyapı hizmetleri ile finansal yardım, promosyon (dernek, reklam, koordinasyon) ve tavsiye/bilgi (veri vb.) şeklinde çeşitli enstrümanlara sahiptir (Watts, 1987:132-135). Bu tip politikaların firmaların lokasyon kararını etkilediği ABD, İngiltere ve Kanada’da yapılan araştırmalarla doğrulanmıştır.

DYY lokasyonu üzerine yapılan 63 ampirik araştırmanın 42’si çeşitli değişkenler kullanarak devlet politikasının firmaların yer seçimine olan etkisini saptamaya çalışmıştır (Bkz. Çizelge 5.2). Yapılan araştırmalarda devlet politikasının etkisini ölçmek için en fazla kullanılan değişkenin özel ekonomik bölgelerin varlığı olduğu görülmektedir. Vergi oranları, yerel ve bölgesel kurum ve kuruluşların promosyon çalışmaları ve kamuya ait sanayi yatırımları en sık kullanılan diğer değişkenlerdir.

Yabancı yatırımların ülke içindeki dağılımını belirleyen faktörleri ele alan çok sayıda çalışma vergi oranlarının mekansal bakımdan farklılık gösterdiği ülkelerde, bir yerde yüksek **vergi oranının** iş yapma maliyetini artırdığı ve karlılığı düşürdüğü gerekçesi ile DYY’yi olumsuz şekilde etkilediğini belirtilmektedir. Nitekim, Coughlin vd. (1991), Woodward (1992), Head vd. (1999), Coughlin ve Segev (2000b) ve O’Hagan ve Anderson (2000) tarafından ABD üzerine yapılan çalışmalar eyaletler tarafından alınan kurumlar vergisinin bir lokasyona yapılan DYY yatırımlarını caydırarak negatif etki yaptığını istatistiksel olarak kanıtlamışlardır (Çizelge 5.2). Bunun anlamı, yabancı firmalar kurumlar vergisi veya kişisel gelir vergisi oranının düşük olduğu eyaletleri daha fazla tercih etmektedir. Buna karşın McConnel (1980), Luger ve Shetty (1985), Friedman vd. (1992, 1996) ve Shaver’in yaptığı (1998) yine ABD’yi esas alan çalışmaları DYY ile eyaletler tarafından alınan kurumlar vergisi arasında istatistiksel bakımdan önemli bir ilişkinin bulunmadığını, dolayısıyla ABD’ye yatırım yapan yabancı firmaların bu faktörü bir lokasyon seçerken yeterince dikkate almadıklarını tespit etmiştir.

ABD üzerine yapılan çalışmalarda emlak vergisi değişkeni kullanarak **yerel vergilerin** firma lokasyonu üzerindeki etkisini ölçen Coughlin vd. (1991), Friedman vd. (1992) ve Head vd. (1999) yüksek emlak vergilerinin bir lokasyona DYY’nin gelmesini olumsuz yönde etkilediğini ortaya koyarken, Coughlin vd. (1991), Friedman vd. (1996), Shaver (1998), Head vd. (1999), Coughlin ve Segev (2000b) ve List (2001) emlak vergilerinin DYY akımları bakımından önemsiz olduğunu istatistiksel olarak

kanıtlamışlardır. Sonuç olarak vergi oranlarının DYY üzerindeki etkisi çelişkili bulgular içermekte olup, tartışmaya açık bir konudur.

Vergi oranları ile bir lokasyona DYY akışı arasındaki ilişkisi Hollanda üzerine yapılan tek çalışma (Bzk. Hogenbirk ve Narula, 2004) dışında diğer araştırmalarda incelenmemiştir. Çünkü, ABD dışındaki ülkelerde tüm iller/bölgeler arasında kurumlar/gelir vergisi oranları değişmemektedir. Değişen tek vergi çeşidi, yerel bir vergi olan ve genellikle belediyeler tarafından alınan emlak vergisi oranlarıdır. Nitekim Hogenbirk ve Narula (2004) tarafından yapılan çalışmada da bu değişken kullanılmış ancak istatistiksel olarak önemsiz bulunmuştur.

Türkiye’de de merkezi hükümet tarafından alınan ne kurumlar vergisi ne de gelir vergisi oranları mekansal bakımdan farklılık göstermemektedir. Dolayısıyla bu değişken bu araştırma bağlamında da firma lokasyonunu bağlayıcı değildir. Oysa belediyelerce tahsil edilen emlak vergisi, bir kentten diğerine, hatta aynı kent içinde bile farklı semtler arasında değişiklik göstermektedir. Fakat ödenen emlak vergisi miktarı o denli düşüktür ki firmalar seçimini etkilemesi bir tarafa dursun, kişilerin emlak alırken yer seçimi üzerinde bile etkili değildir. Dolayısıyla bu değişken analiz dışı tutulmuştur.

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde altyapı yatırımları şeklinde devlet politikasının bir sonucu olarak oluşturulan **özel ekonomik bölgeler**in yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerinde son derece etkili olduğu görülmektedir. Özellikle Gong (1995), Head ve Ries (1996), Wei vd. (1999), Wu (1999, 2000), Cheng ve Kwan (2000), Fung vd. (2002), He (2002, 2003a, 2003b), Lee ve Lee (2002), Zhou vd. (2002), Kang ve Lee (2004), Gao (2005) ve Wu ve Radbone (2005) tarafından Çin üzerine yapılan araştırmalar bir yerde özel ekonomik bölgenin bulunması ile oraya giden yabancı yatırım arasında doğrudan pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Çin hükümeti tarafından ülkeye yabancı firmaları çekmek için yapılan farklı statülere, özelliklere ve ayrıcalıklara sahip bu olan bölgeler Çin’e gelen yabancı firmaların lokasyonunu belirleyen en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Çin’in tüm kıyı kuşağı boyunca bu bölgelerde veya kentlerde yer seçen yabancı firmalar sadece altyapı avantajlarından faydalanmamakta aynı zamanda sadece bu alanlar için verilen vergi bağışıklıkları, sübvansiyonlar, dış ticaret kolaylıkları gibi çeşitli teşviklerden de yararlanmaktadır.

Özel ekonomik bölgelerin olduğu alanların yabancı yatırımları daha fazla çektiği İngiltere’de Taylor (1993), ABD’de Head vd. (1999), Filipinler’de Makabenta (2002) ve Macaristan’da Boudier-Bensebaa (2005) tarafından yapılan çalışmalarla da doğrulanmıştır. Oysa, Deichmann (2002), Cieslik (2005) ve Cieslik ve Ryan’ın (2005) Polonya üzerine yaptığı araştırma, beklentilerin tersine bu ülkede yer alan özel ekonomik bölgelerin yabancı yatırımları çekmede istatistiksel bakımdan önemsiz bir faktör olduğunu

saptamıştır. Deichmann (2002) bunun nedenini, Polonya'daki özel ekonomik bölgelerin hiç birinin ülkenin merkezi bölgelerinde yer almamasına bağlarken, Cieslik ve Ryan (2005) Japonya'nın şirketlerine harcamaların çok büyük bir kısmını vergiden düşme imkanı sağlaması nedeniyle Polonya'daki özel ekonomik bölgelerde verilen vergi avantajlarının Japon yatırımları için çok önemli olmamasından kaynaklandığını ileri sürmektedir.

Türkiye bağlamından iki durum özel ekonomik bölgeler şeklinde düşünülebilir. Bunlardan biri *Kalkınmada Öncelikli Yörelere* (KÖY) konusu, diğeri ise *Serbest Bölgeler* meselesidir. Bu iki özel ekonomik bölgenin bir lokasyona yani bir ile DYY çekme konusundaki etkileri incelenmeye ve ölçülmeye değerdir.

Türkiye'de planlı dönemin başladığı 1963 yılından bu yana ulusal kalkınma planlarının bir parçası olarak doğrudan bölgesel kalkınma politikalarının uygulandığı bilinmektedir. Uygulanan bölgesel politikanın en temel özelliği, ülkenin geri kalmış yörelerinin gelişmesini sağlamak, bölgesel dengesizlikleri gidermek ve sanayileşmeyi ülke sathına yaymaktır. Bunun içinde kamunun yanı sıra özellikle özel sektör yatırımlarının bu sahalara gitmesi temel hedeftir. Bu çerçevede Türkiye'de ilk kez 1963 yılında yatırım indirimi şeklinde başlatılan teşvik sistemi, 1968 yılında mekansal bir içerik kazanmış ve sonuçta 22 il ***Kalkınmada Öncelikli Yöre*** ilan edilmiştir (Dinler, 1994:338-339). KÖY kapsamına giren illerin sayısı ve statüsü 1968'den bu yana değişiklik⁷⁸ göstermekle birlikte, bu uygulama günümüze kadar doğrudan mekansal politika şeklinde sürdürülen en etkin bölgesel kalkınma aracı ve/veya teşvik sistemi olmuştur. Benzer şekilde KÖY'lere verilen teşviklerin içeriğinde de yıllar itibariyle önemli değişikliklere uğramıştır (Dinler, 1994:341).

Bu çalışmanın kapsamı ile analizin dönemi dikkate alındığı zaman, 1990 yıllarından günümüze uygulanan yatırım teşviklerinin şunlar olduğu görülmektedir: Yatırım indirimi; öz kaynak oranı; kaynak kullanımı destekleme primi; yatırım kredilerinin vergi, resim ve harçlardan istisnası; kamu ortaklığı fonu; arsa tedarikinde vergi, resim ve harçlardan muafiyet; işletme kredisi; ücretlerde vergi avantajı; kurumlar vergisi indirimi ve ithalata uygulanan fonun taksitlendirilmesi. Sıralanan bu teşvik çeşitlerinin büyük bir kısmı tüm Türkiye için geçerli olmakla birlikte, KÖY kapsamındaki illerde teşviklerin oranı diğer illere kıyasla son derece yüksektir. Bu durumda KÖY statüsündeki illerin diğer illere nazan en azından kamu teşvikleri açısından bir çok avantaja sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye'ye yatırım yapan ve kamu teşviklerinden yararlanmak isteyen yabancı sermayeli firmaların KÖY sistemini dikkate alması beklenmektedir. Ancak bunun

⁷⁸ 1968 yılında 22 il iken KÖY kapsamında iken 2003 yılı itibariyle bu sayı 50'ye yükselmiştir. Ancak ortalama 30-35 ilin sürekli KÖY kapsamında olduğu dikkati çekmektedir. Aynı şekilde 1981 yılına kadar tek statü varken, 1982 yılında alınan bir karar ile bu tarihten sonra I.Derecede KÖY ve II. Derecede KÖY şeklinde iki ayrı sınıflama yapılmıştır.

bir ile DYY çekmede ne derecede etkili olduğunu öngörmek zordur. Bu durumun çalışmada KÖY kapsamına sahip olan ve olmayan iller şeklinde bir gölge değişken yaratılmak suretiyle ampirik olarak test edilmektedir. Böylece bu değişkenle ilgili araştırma hipotezimiz:

H18: Bir ilin kalkınmada öncelikli yöre kapsamında olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.

24 Ocak 1980 Ekonomik İstikrar Kararları ile birlikte, Türkiye'nin dışa kapalı, içe dönük ve ithalatı ikameci edici sanayileşme politikasını terk ederek dışa açık ve ihracata dayalı sanayileşme stratejisini benimsemesi sonucu serbest bölgeler ülkenin gündemine gelmiş ve gittikçe de önem kazanmıştır. Nitekim 1985 yılında kabul edilen 3218 sayılı Serbest Bölgeler Kanunu ile Türkiye'de serbest bölgelerin kurulması kabul edilmiştir (Karluk, 1999:564). Türkiye'de serbest bölgelerin kurulmasından ve işletilmesinden sorumlu olan Dış Ticaret Müsteşarlığına (DTM) göre serbest bölgeler; "ülkenin siyasi sınırları içinde olmakla beraber gümrük bölgesi dışında sayılan, ülkede geçerli ticari, mali ve iktisadi alanlara ilişkin hukuki ve idari düzenlemelerin uygulanmadığı veya kısmen uygulandığı, sınai ve ticari faaliyetler için daha geniş teşviklerin tanındığı ve fiziki olarak ülkenin diğer kısımlarından ayrılan yerler olarak tanımlanabilir" (DTM, 2005). DTM, serbest bölgelerin kurulması ve işletilmesindeki temel amaçların: (1) Türkiye'de ihracat için yatırım ve üretimi artırmak, (2) yabancı sermaye ve teknoloji girişini hızlandırmak, (3) ekonominin girdi ihtiyacını ucuz ve düzenli bir şekilde temin etmek ve (4) dış finansman ve ticaret imkanlarından daha fazla yararlanmak şeklinde açıklamaktadır.

Buna göre Türkiye'de 1985 yılından günümüze kadar toplam 21 adet serbest bölgenin kurulduğu ve halen faaliyette bulunduğu⁷⁹ görülmektedir. **Serbest bölgeler** ülke ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir. Örneğin 2003 yılında Türkiye'nin dış ticaret hacmi toplam 114 milyar dolar olup bunun 17 milyar doları yani yaklaşık %15'i serbest bölgelerde meydana gelmiştir. Keza 2005 yılı sonu itibarıyla bu bölgelerde 31 bin kişi istihdam edilmekte ve 1000'i aşkın yerli ve yabancı firma faaliyette bulunmaktadır. Tüm bu şartlar dikkate alındığında, serbest bölgelerin yabancı yatırımcılar açısından cazip şartlar sunduğu ileri sürülebilir. Böylece eğer bir il serbest bölgeye sahipse olmayana

⁷⁹ Halen ticari faaliyette bulunan serbest bölgeler faaliyete geçiş yılları ile birlikte şu şekildedir (DTM, 2005): 1987 yılında Mersin ve Antalya serbest bölgeleri; 1990 yılında Ege (İzmir'de) ve İstanbul Atatürk Havalimanı serbest bölgeleri; 1992'de Trabzon serbest bölgesi; 1995 yılında İstanbul Deri ve Endüstri, Doğu Anadolu (Erzurum'da) ve Mardin serbest bölgeleri; 1997 yılında İMKB Uluslararası Menkul Kıymetler serbest bölgesi; 1998 yılında İzmir Menemen Deri, Rize, Samsun, İstanbul Trakya, ve Kayseri serbest bölgeleri; 1999 yılında Avrupa (Tekirdağ'da), Gaziantep ve Adana-Yumurtalık serbest bölgeleri; 2001 yılında Bursa, Denizli ve Kocaeli serbest bölgeleri ve 2002 yılında TÜBİTAK-Marmara Araştırma Merkezi (MAM) Teknoloji serbest bölgesi.

göre daha fazla DYY çekmesi gerekir ki bu durumda serbest bölgeler ile DYY'nin pozitif ilişki içinde olması beklenmektedir. Buna göre araştırma hipotezimiz:

H19: Bir ilin serbest bölgeye sahip olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

Genel olarak devletlerin belirli bölgelerine çeşitli amaçlar için yaptığı sanayi yatırımlarının DYY ile pozitif yönde önemli bir ilişki içinde olması beklenmektedir. Yani bir bölgede kamuya ait sanayi tesisi varsa, o bölge yabancı yatırım açısından şanslı olabilir. Çünkü bir bölgede **kamu yatırımlarının** varlığı yabancı firmalar için olumlu bir sinyal veya bilgi kaynağı olarak düşünülmektedir. Oysa yapılan araştırmalar bir bölgede kamu yatırımlarının varlığının DYY'yi negatif yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Shen vd. (2000) tarafından yapılan bir çalışma, Çin'de devlet tarafından işletilen firmaların fazla olduğu lokasyonların DYY ile negatif yönde önemli bir ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymuştur. Yine Çin'deki Güney Kore yatırımlarının lokasyon seçimini ele alan Lee ve Lee (2002), endüstriyel kamu yatırımlarının payının fazla olduğu illere Kore'li firmaların daha az yatırım yaptığını belirterek, kamu yatırımları ile DYY arasında negatif bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Kang ve Lee (2004) tarafından daha sonra yapılan bir başka çalışma ise, Çin'e yatırım yapan Japon firmaları için Çin devleti tarafından işletilen şirketlerin bir alandaki varlığı önemsiz bir faktör iken, aynı ülkeye yatırım yapan Güney Kore firmaları için Çin devletinin sahip olduğu şirketlerin varlığı olumsuz bir etkidir. Bu ampirik çalışma G.Kore bağlamında yapılan önceki çalışmanın bulgularını istatistiksel olarak doğrulamış ve böylece bir bölgede kamu yatırımlarının varlığının yabancı yatırımcılar tarafında negatif bir işaret olarak algılandığını kanıtlamıştır.

Deichmann vd.'nin (2003) Türkiye üzerine yaptığı çalışma da benzer bulgulara erişmiştir. Bir ildeki kamu yatırımlarının ilin GSYİH'sine oranını baz alan araştırma, beklenenin tersine bu değişkenin yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerine istatistiksel olarak önemsiz ancak negatif yönde etki yaptığını ortaya koymuştur. Yani bir ilde kamu yatırımlarının varlığı yabancı yatırımcıların oraya gitmesi için olumlu bir sinyal değildir. Dolayısıyla Türkiye'de kamunun geri kalmış yörelere yatırım yapması en azından yabancı firmalar açısından bu sahaların dezavantajlı yanlarının avantaja dönüştürmesine yardımcı olamamaktadır. Deichmann vd. (2003) tarafından yapılan çalışma Türkiye'de kamu yatırımları ile DYY arasındaki ilişkiyi, 1995 yılı verilerinin kullanarak, bir ildeki kamu yatırımlarının ilin GSYİH'sine oranlanması ile ortaya koymuştu. Bu çalışma ise bir taraftan Deichmann vd.'nin (2003) bulgularını teyit etmeyi amaçlarken diğer taraftan daha geniş bir veri seti (1995-2000 dönemi) ve daha farklı bir hesaplama yöntemi (kişi başına düşen kamu yatırımı) kullanmaktadır. Önceki çalışmaların bulgularına dayalı olarak araştırma hipotezimiz:

H20: Bir ilde kamu yatırımlarının fazla olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir.

Devletlerin izlediği doğrudan mekansal politikanın yukarıda açıklanan vergi bağışıklıkları ile altyapı yatırımları dışında kalan kısmı sübvansiyon, kredi, ödenek vb. **yatırım teşvikleri** şeklinde sınıflandırılabilir. Yapılan araştırmalar bu tip mali ve finansal sübvansiyonlara yabancı firmaların olumlu yönde tepki verdiğini göstermektedir. İngiltere için Hill ve Munday (1992, 1995), ABD’de de Head vd. (1999) ve Fransa örneğinde Crozet vd.’nin (2004) araştırmaları bu bulguları doğrularken, ABD bağlamında McConnel (1980) ve Woodward (1992) ile İtalya’yı ele alan Mariotti ve Piscitello (1995) firmaların sübvansiyonlara karşı tepkisiz kaldığını vurgulamaktadır.

Bir ülkeye veya bir bölgeye DYY çekmede başvurulan yöntemlerden biride **promosyon faaliyetleridir**. Özellikle son yıllarda çok sayıda ülke ve/veya ülke içindeki bölgeler yabancı yatırım çekebilmek için birbirleri ile sıkı bir yarış içine girdikleri için yatırım promosyon ajansları dünya çapında giderek daha önemli hale gelmektedir. DYY çekmede bir destek kurumu olarak işlevi gören yatırım promosyon ajanslarının (investment promotion agencies) temel amacı potansiyel yabancı yatırımcıları hedef belirleyerek onları ülkeye çekmek için çeşitli girişimlerde bulunmaktadır (Yavan, 2006:15). Bu girişimlerin temel amacı, yabancı yatırımcıların bir lokasyon için en doğru bilgiye erişimini sağlamaya çalışmaktır. Bu tip ajanslar bir taraftan ülke/bölgenin reklamını yaparak yabancıları bilgilendirirken, diğer taraftan promosyon kampanyaları (kongre, web sitesi, lobicilik, yatırım/ticaret elçileri) düzenlemekte ve/veya yurt dışı ofisler açmaktadır.

Promosyon faaliyetleri genellikle ulusal düzeyde yürütülmekle birlikte, bölgesel düzeyde de yürütülen çalışmalar söz konusudur. Bölgesel ölçekte yürütülen promosyon faaliyetlerinin en güzel örneği ABD’deki bir çok eyaletin 1980’lerden bu yana Japon yatırımlarını kendi bölgesine çekmek için Japonya’da ofisler kurması verilebilir (Woodward, 1992:698; Heid vd., 1999:204). Nitekim ABD’de DYY’nin coğrafi dağılımını belirleyen faktörleri araştıran bir çok çalışma promosyon faaliyetlerinin DYY çekmede etkinliğini ölçmeye çalışmışlardır. Eyaletlerin DYY çekmek için yaptığı harcama miktarı veya Japonya’da ofisi olan ve olmayan eyaletler şeklinde iki ayrı değişken kullanılarak yapılan bu araştırmaların çoğunun sonucu, promosyon faaliyetlerinin DYY ile pozitif yönde önemli bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir (Luger ve Shetty, 1985; Coughlin vd., 1991; Woodward, 1992; Friedman vd., 1992, 1996). Başka bir ifade ile, DYY çekmek için daha fazla harcama yapan ya da dış ülkede daha fazla promosyon ofisi olan eyaletlerin daha çok DYY çekme eğiliminde olduğu belirtilmektedir. Buna karşın bazı çalışmalar eyaletlerin promosyon ile ilgili cabalarının DYY üzerindeki etkisinin önemsiz olduğu bulgusuna eriştiler (Shaver, 1998; Head vd., 1999; Coughlin ve Segev, 2000b; Nachum, 2000).

Türkiye’de yabancı yatırımları çekmek için yürütülen promosyon faaliyetlerinin bölgesel düzeyde olması şöyle dursun, ulusal düzeyde bile böyle bir çaba söz konusu değildir. Nitekim, Türkiye’de bir yatırım promosyon ajansının kurulması ile ilgili çalışmalar 2002 yılından bu yana en üst düzeyde sürdürülmekle birlikte halen istenilen sonuç elde edilememiştir⁸⁰ (Yavan, 2006:38-43).

Son yıllarda küresel ölçekte çevreye karşı duyarlılığın artması ile **çevresel faktörler** firma lokasyonunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Laulajanien ve Stafford, 1995; Hayter, 1997; Tümertekin ve Özgüç, 1997; Wheeler vd., 1998). Hükümetlerin çevre ile ilgili çıkardığı yasa ve düzenlemeler ile izlediği çevresel politikalar özellikle ülkeler arasında yer seçimi yaparken firmaların lokasyon kararlarında etkili olmaya başlamıştır. Her türlü çevresel kirliliğin azaltılması veya belli standartlara indirilmesi, bazı mekanların firma faaliyetlerine yasaklanması veya buralarla ilgili sınırlamalar getirilmesi firmaların lokasyon kararı verirken önemli bir rol oynamaktadır. Ancak yapılan araştırmalar çok az sayıda firmanın sadece katı çevresel düzenlemeler nedeniyle bir ülkeyi terk ederek diğerine gittiğini ortaya koymuştur (Laulajanien ve Stafford, 1995:44-48).

DYY lokasyonu üzerine yapılan 63 araştırmadan sadece ikisi çevresel düzenlemenin etkisini analize dahil etmiştir. Gerek Friedman vd.’nin (1992) eyaletler düzeyinde yaptığı analiz gerekse List’in (2001) ilçe düzeyindeki analizinin bulguları ABD’deki çevresel politikalarının veya düzenlemelerin yabancı yatırımların lokasyon seçimindeki etkisinin ihmal edilebilir ölçüde küçük olduğunu belirtmektedir. Türkiye’de çevresel düzenlemeler ülke içinde mekansal bakımdan farklılık göstermediği için bu faktör doğal olarak analiz dışı tutulmuştur.

⁸⁰ Türkiye’de 2000 yılından bu yana sürdürülen yatırım ortamının iyileştirilmesi çalışmaları çerçevesinde Ankara’da bir yatırım promosyon ajansının kurulması hem ulusal (YASED, TÜSİAD vb.) ve uluslararası kurumlar (IMF, Dünya Bankası ve FIAS-Foreign Investment Advisory Service) hem de Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından şiddetle arzu edilmektedir. Hatta bu yüzden YASED ve Hazine Müsteşarlığı’nın girişimi ile FIAS’a yatırım promosyon ajansı yasa tasarısı bile hazırlanmıştır. Keza, Ocak 2002’de Bakanlar Kurulu Prensip Kararı ile kabul edilen “Türkiye’de yatırım ortamının iyileştirilmesi reform programı” içerisinde bir promosyon ajansının kurulması karar bağlanmış olmakla birlikte halen nihai aşamaya gelinebilmiştir. Oysa, günümüzde gerek gelişmiş ülkeler gerekse gelişmekte olan ülkeler tarafından DYY çekmede kullanılan en etkili yöntemlerden biri yatırım promosyonu faaliyetleridir (Yavan, 2006).

5.2.6. Coğrafi Değişkenler

Bir bölgenin veya lokasyonun coğrafi konumu, sınırları, denize komşu olup olmaması, iklimi, havasının kalitesi, topoğrafyası, arazi büyüklüğü, deprenselliği, jeolojik yapısı, büyük kentlere veya metropollere sahip olup olmaması vb. unsurlar kısacası coğrafi özellikler firmaların lokasyon seçimi üzerinde doğrudan etkiye sahiptir.

Neoklasik endüstriyel lokasyon literatürü incelendiği zaman firmaların tesislerini kuracağı **arazinin** veya arsanın fiziki anlamda bulunabilirliği ve maliyeti yer seçimini belirleyen önemli bir konudur (Watts, 1987:107-109). Firmalar için bir bölgenin arazisinin geniş ve büyük olması iki açıdan önemlidir. İlki, eğer bir bölgenin arazisi yeterince büyük olursa, firmalar daha düşük maliyeti istediği kadar alanı satın alabilir. İkincisi, bol ve geniş arazi arsa maliyetlerini azaltması nedeniyle kiralarının düşük olmasını temin edebilmektedir (Hayter, 1997:95). Bilindiği gibi arazi fiyatları ülkeler, ülke içindeki bölgeler ve hatta kentler arasında büyük farklılıklar göstermektedir (Smith, 1981:46). Dolayısıyla hem sanayi hem de hizmet firmaları için yeterli büyüklükte arazinin mevcudiyeti ve maliyeti lokasyon kararında dikkate alınan önemli faktörler arasındadır (Harrington ve Warf, 1995:29). Ek olarak bir yerde arazinin arzı ve maliyeti kadar niteliği de bazı firmalar için önemli olabilir. Arazi parçasının jeolojik (depremselliği, taşların niteliği vb.) ve jeomorfolojik özellikleri (düz, engebeli olması vb.) ile toprak ve su durumu gibi nitelikleri bazı firmalar için yer seçiminde son derece önemlidir. Keza arazi biriminin erişilebilirliği, imajı ve altyapı hizmetleri ile donatılmış olması da yer seçimini belirleyen diğer unsurlardır (Laulajani ve Stafford, 1995:37).

Yabancı firmaların lokasyon seçimini ele alan çok sayıda araştırmanın arazi arzı ve maliyeti ile ilgili değişkenleri analiz ettikleri dikkati çekmektedir (Bkz. Çizelge 5.2). Bartik (1985) tarafından ileri sürülen *nişan tahtası teorisine* (dartboard theory) göre, ceteris paribus, bir eyaletin arazi alanındaki %1'lik büyüme, firmaların o eyaleti seçme olasılığını %1 artırmaktadır. Bartik, bir eyalette yabancı yatırımın meydana gelme olasılığının yatırımın yapılabileceği potansiyel yerlerin sayısına bağlı olduğunu belirtmektedir. Nitekim bu teoriyi test eden bir çok araştırma daha geniş coğrafi alana sahip olan eyaletlerin/illerin daha fazla yatırım çektiğini doğrulamıştır (Coughlin vd., 1991; Woodward, 1992; Head vd., 1995; Coughlin ve Segev, 2000b; Shen vd., 2000; Wu, 2000; List, 2001; Zhou vd., 2002; Cieslik, 2005). Buna karşın, bazı araştırmaların bulguları bu teoriyi red etmişlerdir (Friedman vd., 1992; Mariotti ve Piscitello, 1995; Wu ve Radbone, 2005). Kimi araştırmacılar ise karmaşık sonuçlar elde etmiştir (Guimaraes vd., 2000; Cieslik ve Ryan, 2005; Hilber ve Voicu, 2005).

Hizmet sektöründeki DYY'nin lokasyonunu araştıran Bagchi-Sen (1991, 1995a) ise bir alanda arazinin parsel değeri arttıkça, oraya DYY'nin akışının arttığını istatistiksel olarak ortaya koymuştur. Yazar bunun nedeninin arazi değerinin yüksek olduğu yer,

yabancı firmalar tarafından piyasa talep düzeyinin yüksekliğini işaret etmekte ve dolayısıyla DYY için potansiyel lokasyon şeklinde algılanmaktadır.

Türkiye bağlamı göz önüne alındığı zaman arazisi büyük olan illerin yatırımcılar için daha fazla potansiyel yer sunması yanında arsa satın alma maliyetlerinin ve bina/işyeri kiralalarının daha düşük olması öngörülebilir. Bu durumda, ceteris paribus, geniş coğrafi alana sahip olan illerin küçük olanlardan daha fazla yatırım çekmesi beklenebilir. Ancak bu araştırmada Türkiye’de bir ilin arazi büyüklüğü ile DYY arasında önemli bir ilişki olmadığı savını ileri sürmektedir. Böylece hipotezimiz:

H21: Bir ilin coğrafi alanının büyük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.

Bir coğrafi faktör olarak **iklim**, iki şekilde firmaların yer seçimi üzerinde etkili olabilmektedir. İlki, bir sahanın aşırı yağışlı, nemli, sıcak veya soğuk koşullara sahip olması insanların yaşam faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla ekstrem iklim koşulları negatif yaşam kalitesinin bir göstergesi olarak düşünülmekte olduğu için bu tip alanlarda hem insanlar yaşamak istememekte hem de bu sahalar işçilerin verimliliğinin düşmesine yol açabilmektedir. İkincisi, iklim koşulları, firmanın enerji maliyetleri (ısınma veya soğutma) ile tesisin inşa ve işletme maliyetini doğrudan etkilemektedir. Ayrıca uzun ve soğuk kışlar, ulaşımda gecikmelerin yaşanmasına, işçilerin işe devamsızlıklarının artmasına ve hatta Rusya örneğinde olduğu gibi iş faaliyetlerinin ve yerel tüketimin durmasına, işçilere ek olarak zor koşul tazminatı ödenmesine yol açarak firmaların zarara uğramasına neden olabilmektedir (Woodward, 1992:696; Dinler, 1994:69; Tümertekin ve Özgüç, 1997:533; Coughlin ve Segev, 2000b:337; Iwasaki ve Sukanuma, 2005:170).

Özellikle ABD’deki firma lokasyonunu inceleyen çalışmalarda iklim faktörünün yer seçimi üzerine olan etkisi yaygın şekilde test edilmiştir. Bu çalışmaların bazıları iklimin lokasyon üzerinde güçlü bir faktör olduğunu belirtirken, bazıları önemsiz olduğu sonucuna ulaşmıştır (Coughlin ve Segev, 2000b:337). DYY bağlamında incelenen 63 araştırmadan sadece beş tanesi ortalama sıcaklık değişkenini kullanılarak iklimin etkisini analiz etmiştir. Bu araştırmaların üçü ABD üzerine yapılmış olup, iklimin DYY lokasyonu üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak önemsiz olduğunu tespit etmiştir (McConnel, 1980; Woodward, 1992; Coughlin ve Segev, 2000b). Oysa Rusya üzerine odaklanan iki araştırması, Rusya’da iklimin yabancı firmaların yer seçiminde önemli faktör olduğunu ampirik olarak ortaya koymuştur (Broadman ve Recanatini, 2001; Iwasaki ve Sukanuma, 2005). Her iki araştırma, Rusya’nın kuzeyindeki soğuk iklim koşullarının yatırım maliyetlerini artırdığını, bu nedenle firmaların lokasyon tercihi yaparken, ılıman iklim şartlarının hüküm sürdüğü alanları birinci derecede dikkate aldığını vurgulamaktadır.

Türkiye, orta kuşakta yer alan ve genel olarak ılıman iklim koşullarının hakim olduğu bir ülke olması nedeniyle iklimin firmaların yer seçiminde etkili olduğu söylenemez.

Her ne kadar, ülke içinde iklim koşulları bölgelere göre önemli farklılıklar gösterse de bu farklılığın lokasyon seçimini belirleyecek kadar güçlü olduğu düşünülmemektedir. Nitekim bu değişkenin literatürde fazla dikkate alınmamasının temelinde de bu etken yatmaktadır. Bu nedenle bu değişken analiz dışı tutulmuştur.

DYY lokasyonu üzerine yapılan çok sayıda araştırma bir ülkeye yatırım yapan yabancı firmaların kendi ülkelerine coğrafi olarak yakında bulunan veya sınır olan bir bölgeye yerleşmeyi daha fazla tercih ettiğini saptamıştır. Gerçekten yatırım yapan ülkelerin bir çok nedenden ötürü kendilerine en yakın mesafede olan alanları ve/veya sınır boylarını tercih etmekte oldukları görülmektedir. Yabancı firmaların niçin bu tip bir davranış içinde olduğu iki nedene bağlanabilir. İlki, firmaların coğrafi yakınlığın (proximity) yarattığı avantajları (bilgi maliyetlerinin azalması, anavatana yakınlığın ulaşım maliyetlerini azaltması vb.) kullanmak istemesidir. İkincisi, sosyal, kültürel ve tarihsel bağların (ortak dil, din, gelenek, etnisite, akrabalık, tarih vb.) en tipik şekilde sınır bölgelerinde bulunması ve firmaların bu bağları kullanmak istemesidir. Literatürde **sınır etkisi** (border effect) denilen bu durum gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelere yapılan yatırımlarda açıkça görülmektedir.

Sınır etkisinin yarattığı en tipik örüntü (pattern) kaynak ülkeye göre lokasyon seçiminin farklılıklar göstermesidir. Yani farklı ülkelere ait firmalar bir ülke içinde farklı lokasyonlar seçebilmektedir (Watts, 1980a:80; Hanink, 1994:231). Mesela ABD'deki Japon yatırımlarını inceleyen Chang (1989), Friedman vd. (1992), Woodward (1992), O huallachain ve Reid (1997) ve Head vd. (1999), Japon firmalarının Japonya'ya coğrafi yakınlıktan ötürü ABD'nin batısını özellikle de pasifik kıyısını tercih ettiğini istatistiksel olarak kanıtlamışlardır. Benzer bulgulara ABD örneğinde Bagchi-Sen (1995b) ve Ohuallachain ve Reid'de (1992) ulaşmışlardır. Her iki araştırmacı ABD'deki büyük yatırımcı ülkelerin mekansal bakımdan belli bölgelerde yoğunlaştığı tespit ederek, bu yatırımlarda sınır etkisi/coğrafi yakınlığın çok net biçimde görüldüğünü belirtmektedir. Buna göre ABD'deki Latin Amerika yatırımları daha çok güney eyaletler de, Japon yatırımları batı (Pasifik) kıyılarında, Avrupa yatırımlarının doğu ve kuzey doğu bölgesinde ve Kanada yatırımları ABD-Kanada sınırındaki sahalarda en fazla yoğunlaşmaktadır.

Sınır etkisi sadece coğrafi yakınlık olarak görülmemelidir. Tarihi, sosyal ve özellikle kültürel bağlar son derece etkili unsurlardır. Nitekim, Mariotti ve Piscitello (1995) İtalya'daki yabancı yatırımların coğrafi dağılımında Fransa ve İsviçre kökenli şirketlerin gerek bilgi maliyetlerini azaltmak gerekse ülkelere kültürel olarak daha yakın yerleri tercih etme nedeniyle sınıra yakın şekilde konumlandıklarını ortaya çıkarmıştır. Crozet vd. (2004) Fransa'ya yapılan DYY'nin lokasyonunu kaynak ülkelere göre inceledikten sonra özellikle Belçika, Hollanda, Almanya ve İsviçre'den Fransa'ya gelen yabancı yatırımın bu

ülkelerin kendi sınırına yakın bölgelerde yoğunlaştığını ortaya çıkarmıştır. Yazarlar bunu temel nedeni ise benzer kültür, dil, zevk, dağıtım ağı vb. olarak sıralamaktadır.

Sınır etkisi sadece gelişmiş ekonomilerde değil aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de farklı nedenlerle olsa açıkça görülmektedir. Bu tip ülkelerde DYY genellikle çok sayıda avantaj, indirim ve teşvik sunan özel ekonomik bölgelerde (serbest bölgeler, ihracat işleme bölgesi, açık şehir vb.) yer almaktadır. Bu bölgeler ucuz emek, ulaşım kolaylığı, altyapı imkanı, ihracat teşviki, vergi indirimleri ve liberal düzenlemeler şeklinde avantajlara sahiptir. Mesela Meksika'daki ABD yatırımlarının çoğu ABD-Meksika sınırında yer alan Maquiladora bölgesinde konumlanmıştır (Hanink, 1994:231). Özellikle Çin bu duruma en güzel örneği oluşturmaktadır. Leung (1990), Çin'deki Hong-Kong yatırımlarının en büyük kısmının ona komşu olan Guandong ilinde, Japon yatırımlarının ise Shanghai kentinde yer almasını coğrafi yakınlık, sınır etkisi ve sosyo-kültürel bağlara bağlamaktadır. Keza Tayvan yatırımlarının Çin'de en fazla Fujian ilinde, Güney Kore yatırımlarının ise Liaoning ve Shandong illeri ile Tianjin kentinde yani Güney Kore'ye ve Tayvan'a coğrafi olarak en yakında bulunması aynı etkinin diğer göstergeleridir. Cieslik'in (2005) Polonya'da yabancı firmaların lokasyon seçiminde sınır etkisi bağlamında inceleyen önemli çalışması, Polonya'nın Almanya ve Çek Cumhuriyeti ile olan sınırlarının büyük miktarda yatırım çekerken, Rusya, Beyaz Rusya, Litvanya, Slovakya ve Ukrayna ile olan sınır bölgelerinin daha az yatırım çektiğini ortaya koyduktan sonra, bunun nedeninin Polonya'daki yatırımların büyük bölümünün AB'de ülkelerinde kaynaklanması ve bu ülkelerinde Polonya'nın kendilerine en yakın/komşu batı sınırlarını tercih etmesi ile açıklamaktadır.

Tüm bu örnekler bir yerin coğrafi konumunun, sınır özelliğinin, mesafe/uzaklığının ve sosyal, kültürel ve tarihsel bağların kaynak ülkelerin yatırım lokasyonunun önemli bir belirleyicisi olduğunu açıkça göstermektedir. Nitekim, incelenen 63 ampirik araştırmanın bulguları da sınır etkisinin lokasyon seçiminde belirleyici bir faktör olduğunu doğrulamaktadır (Friedman vd., 1992; Woodward, 1992; Mariotti ve Piscitello, 1995; O huallachain ve Reid, 1997; Shaver, 1998; Head vd., 1999; Coughlin ve Segev, 2000b; Shen vd., 2000; Crozet vd., 2004; Hogenbirk ve Narula, 2004; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan, 2005). Sadece bir çalışma sınır etkisini istatistiksel bakımdan yeterince anlamlı bulmamıştır (Deichmann, 2002).

Sınır etkisinin Türkiye bağlamında geçerli olup olmadığını gölge değişken yoluyla incelenmektedir. Buna göre, OECD kaynaklı ülkelerin daha çok Marmara bölgesini dolayısıyla ülkenin kuzey batı sınırlarını tercih etmesi, Rusya ve Kafkas ülkelerinin kuzeydoğu sınırında yoğunlaşması, İran başta olmak üzere Orta Asya ülkelerinin doğu sınırı boyunca yer seçmesi ve son olarak Ortadoğu kaynaklı ülkelerin özellikle de Suriye ve Irak'ın yatırımlarını kültürel ve coğrafi yakınlık nedeniyle bu ülkelerle olan sınırlarda

yoğunlaşması beklenmektedir. Böylece gerek Türkiye ile sınırları olan ülkelerden kaynaklanan yabancı yatırımlar gerekse ülke ile doğrudan komşu olmayan ülkelerin yatırımlarının sınır illerin yoğunlaşması DYY ile pozitif ilişkiye işaret etmektedir. Bu değişkenle ilgili hipotezimiz:

H22: Bir ilin sınırdaki yer alması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

DYY lokasyonu ile ilgili son coğrafi değişken, *bilgi maliyetleri* temelinde ortaya çıkan firmaların **kıyı** bölgelerde mi yoksa **iç** kısımda mı yer seçeceği meselesidir. Mariotti ve Piscitello (1995), yabancı yatırımcıların yerli yatırımcılara kıyasla bilgi maliyetlerinin farklı olduğunu, bu nedenle de yerli ve yabancı firmaların lokasyon seçiminin farklılaştığını vurgulamıştır. Yazara göre, yabancı yatırımcılar yerli yatırımcılara kıyasla ülke hakkında daha az bilgiye sahip olduğundan, yabancıların bilgi maliyeti yerlilerden daha yüksektir. Bu nedenle, yabancı firmaların bir ülke içindeki lokasyon seçimi bilgi maliyetlerinin varlığına verdiği tepkiyi yansıtır. Yani ÇUŞ'ların ev sahibi ülkedeki lokasyon tercihini bilgi maliyetlerinin varlığı tespit eder. Bilgi maliyetlerinin ölçüsü, ülkenin merkezi noktalarından (başkentler veya büyük metropoller) uzaklık (mesafe), büyük ÇUŞ'ların varlığı, sınır etkisi ve kıyı lokasyonlardır.

Yabancı firmalar bilgi maliyetlerini minimize etmek için, kıyıdaki lokasyonları seçme eğilimindedir. Çünkü kıyıda yer almak hem denize erişimi kolaylaştırmakta hem de yabancı ülkelere coğrafi yakınlığı artırmaktadır (Coughlin ve Segev, 2000a:15). Ayrıca kıyı iller her zaman bilgiye, yeniliğe ve uluslararası piyasalara daha açıktır. Wei vd. (1999:860), kıyılarda bilgi maliyetlerinin daha düşük olması nedeniyle yabancı firmaların buraları tercih ettiğini belirtmektedir.

Broadman ve Sun (1997), Wei vd. (1999), Coughlin ve Segev (2000a) ve He (2002) tarafından Çin üzerine yapılan çalışmalar, yabancı firmaların iç kısımdaki illere nazaran kıyı illerini yatırım yapmayı daha fazla tercih ettiklerini istatistiksel olarak ortaya koymuşlardır. Kıyıların kara içlerine kıyasla çok sayıda görünür avantaja sahip olması, doğal olarak yabancı firmaları kıyı kentlerine yatırım yapmaya sevk etmiştir.

Deichmann vd. (2003) tarafından Türkiye üzerine yapılan ampirik bir çalışma, kıyıların iç kesimlere kıyasla yabancı yatırım çekme olasılığının çok daha fazla olduğunu istatistiksel olarak ortaya koymuştur. Ancak yazarlar, sektörel bakımdan yaptıkları analizinde denize erişimin endüstri ve hizmet firmaları için önemli olmadığı bulgusuna erişmişlerdir.

Deichman vd.'nin (2003) çalışması, denize erişimi sadece kıyıda yer almakla özdeş tutmaktadır. Oysa, Türkiye'de denize kıyısı olup, limanı olmayan ve bu anlamda da önemli bir avantaja sahip olmayan iller de (mesela Edirne, Bolu, Sakarya vb.)

bulunmaktadır ve bunların aslında iç bölge illerinden pek farkı yoktur. Bu nedenle bu araştırmada bir ilin denize kıyısı olması, Deichmann vd.'nin yaptığı gibi deniz ulaşımının etkisini test etmek için değil, bilgi maliyetlerini test etmek içindir. Araştırma, deniz ulaşımının DYY üzerindeki etkisini ölçmek için daha öncede belirtildiği gibi, bir ilin limana sahip olup olmamasını baz almaktadır. Biz bu durumun daha doğru bir yaklaşım olduğunu düşünmekteyiz. Nitekim gerek Wei vd. (1999) ve He (2002), gerekse Broadman ve Sun (1997) ve Coughlin ve Segev'in (2000a) liman ile kıyı-iç lokasyonda yer alma ayrımını çok net yaptıkları ve aynı çalışmada iki değişkeni birlikte kullandıkları görülmektedir.

Türkiye bağlamında kıyı alanları düşük bilgi maliyeti olan bölgeler olarak tanımlanabilir. Böylece bu araştırma hem Deichman vd.'nin (2003) beklentilerin aksini gösteren ilginç sonucu test etmek, hem de bilgi maliyetlerinin DYY üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla şu hipotezi öngörmektedir:

H23: Kıyıda yer alan illerin düşük bilgi maliyetlerine sahip olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

DYY'nin bir ülke içindeki mekansal dağılımını belirleyen en önemli coğrafi faktörlerden biride **mesafe**dir. Mesafe (distance), sınır etkisi ile yakından ilişkili bir değişken olmakla birlikte bir çok bakımdan ondan ayrılır. Mesafe, bazen bir ülkeden başka bir ülkenin herhangi bir yerine olan uzaklık şeklinde, bazen bir ülke içinde en büyük kentten/başkentten çevreye doğru olan uzaklık şeklinde, bazen de bir ülkedeki kentlerin/metropollerin içinde farklılık yaratarak yabancı yatırımların coğrafi dağılımını etkiler. Bu nedenle yabancı yatırımların lokasyonunu inceleyen çok sayıda araştırma bu değişkeni analiz etmiştir (Bkz. Çizelge 5.2).

Ray (1971) Kanada'daki ABD yatırımlarının lokasyonunu belirleyen en önemli etmenin ABD metropollerinden Kanada'ya olan mesafe olduğunu istatistiksel olarak kanıtlamıştır. McConnel (1980), ABD'de New York'dan ülkenin en büyük kentlerine olan mesafe arttıkça DYY'nin azaldığını belirtmektedir. Mariotti ve Piscitello (1995), Milano ve Roma metropollerinden uzaklaştıkça İtalyan illerinin DYY çekme oranlarının düştüğünü belirtmektedir. O'Hagan ve Anderson (2000), ABD'ye yatırım yapan Kanada ÇUŞ'larının şirket merkezinden mesafe arttıkça DYY miktarlarının azaldığını ortaya koymuştur. Shen vd. (2000) Hong-Kong'a yakın Çin illerinin diğerlerine nazaran daha fazla DYY çektiğini ampirik olarak kanıtlamıştır. Guimaraes vd. (2000) Porto ve Lizbon'a olan uzaklığın Portekiz'de DYY'nin mekansal dağılımını belirleyici bir faktör olduğunu, bu iki büyük kentten uzaklaştıkça DYY'nin azaldığını belirtmektedir. Hem Lee ve Lee (2002) hem de Kang ve Lee'nin (2004) çalışması, Seul'a yakın olan Çin illerinin daha fazla Güney Kore yatırımına sahne olduğunu istatistiksel olarak doğrulamıştır. Bekes (2005) Macaristan'da ihracatın yapıldığı batı sınırına olan mesafe arttıkça DYY'nin azaldığını belirtmektedir. Son olarak Gao'nun (2005) yaptığı araştırma mesafedeki %1'lik artışın bir ülkeden Çin'e

yapılan yatırımları %0,008 azalttığını ortaya koymuştur. Bu ampirik çalışmalar, mesafenin DYY'nin coğrafi dağılışında önemli bir faktör olduğunu apaçık ortaya koymaktadır. Öte yandan Wu (1999, 2000), kent içi ölçekte merkezi iş sahasına olan uzaklığın DYY'nin metropoliten alan içindeki dağılışında önemli bir faktör olduğunu istatistiksel olarak ortaya koymuştur. Yazar, merkezi iş sahasından uzaklaştıkça DYY'nin miktarının artmakta olduğunu dolayısıyla Çin'in Guangzhou metropoliten alanında DYY'nin merkezi iş sahasında yoğunlaşma eğilimini terk ederek, desantralize olduğu sonucuna erişmiştir.

Bilgi maliyetleri ile ilişkili olarak DYY literatürde son dönemlerde ele alınan bir diğer husus "**ülke metropolü**" ya da "**başkent etkisi**" (capital effect) olarak adlandırılan, lider metropollerin yabancı yatırımlar üzerine yaptığı etkidir. Bir ülkenin idari, ticari ve sınai bakımdan başkenti olan dev metropollerin yığılma ekonomilerinden kaynaklanan avantajlar sayesinde bilgi maliyetlerinin minimize olması, bu alanların yabancı firmalar için çok çekici hale gelmesine yol açmaktadır. Bu nedenle bu tip metropoller tüm dünyada yoğun yabancı yatırımlara sahne olmaktadır. ÇUŞ'ların bir ülkenin bir ilinde veya kentinde aşırı yığılması aynı zamanda diğer potansiyel yabancı firmalar için çok önemli bir sinyal etkisi yaratmaktadır. Bu sebepten ötürü son dönemde araştırmacılar, metropol ya da başkent olgusunun DYY üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Guimaraes vd. (2000) Portekiz'de Porto ve Lizbon'un etkisini; Broadman ve Recanatini (2001) Rusya'da Moskova ve Leningrad'ın etkisini; Shen vd. (2000) ve He (2002) Çin'de bölgesel kentlerin etkilerini; Makabenta (2002) Filipinler'de Manila'nın etkisini⁸¹; Pelegrin (2004) İspanya'da Madrid ve Katalonya'nın⁸² etkisini; Hogenbirk ve Narula (2004) Hollanda'da Ranstad'ın⁸³ etkisini ve son olarak Cieslik ve Ryan (2005) Polonya'da Mazowiecki'nin⁸⁴ etkisini analiz ettikten sonra tüm bu kentlerin/bölgelerin DYY ile istatistiksel olarak pozitif ve önemli bir ilişki içinde olduğunu saptamıştır.

Türkiye bağlamında İstanbul yabancı yatırımlar için aynı etkiyi gösterebilir. Çünkü İstanbul Türkiye'nin yerleşme hiyerarşisinde 7. kademede yer almakta olup, tüm ülkeyi etki alanı içine alan "ülke metropolü" olarak büyük bir öneme sahiptir (Dinler, 1994:38).

⁸¹ Filipinlerde ÇUŞ'ların lokasyon tercihini araştıran Makabenta (2002), başkent Manila'nın içerisinde yer aldığı Metro Manila bölgesinin, başta ölçek ve yığılma ekonomileri olmak üzere bir çok avantaj nedeniyle ülkeye yapılan yerli ve yabancı yatırımların büyük bölümünü içerinde barındırması sonucu, analizini Manila'lı ve Manila'sız olmak üzere iki model şeklinde yürütmüştür. Yazar, açıklayıcı (bağımsız) değişkenlerin performansının iki model için farklı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Model, firmaların Metro Manila dışında yer aldığı zaman işgücü maliyet düzeyinin düşük olmasını önemserken, bölgenin içinde yer seçtiği zaman emek maliyetlerinin önemini yitirdiğini ortaya koymuştur.

⁸² Katalonya, İspanya'da Barselona kenti ve çevresini içerisine alan bir bölgedir.

⁸³ Randstad, Hollanda'nın en büyük kentlerini (Amsterdam, Rotterdam, Hague ve Utrecht) içerisine alan bölgedir.

⁸⁴ Mazowiecki, Polonya'da Varşova ve çevresini içine alan bölgedir.

Hem ulusal hem de bölgesel ve uluslararası önemi büyük olan ve tüm ülkeye hizmet eden bu metropol, Türkiye’de üretim yapan büyük sanayi tesislerinin %32’sini elinde bulundurmaktadır. Daha çarpıcı olan Türkiye’de faaliyet gösteren YSF’lerin %60’ı tek başına bu kentte toplanmış bulunmaktadır (Yavan ve Kara, 2003:35). Ülke ithalatının %43’ü, ihracatının %49’u ve GSYİH’sinin ¼’ü tek başına bu kent tarafından üretilmektedir (DİE, 2001, 2002). İstanbul metropolü, Türkiye’nin en iyi ulaşım, iletişim ve diğer altyapı imkanları donatılmış, eşsiz coğrafi lokasyona sahiptir. 10 milyonu aşan nüfusu ile ülkenin 1/7’si bu metropolde kümelenmiş olup, çok büyük bir piyasa potansiyeli oluşturmaktadır. Kent, ülkedeki yerli ve yabancı sanayinin, ticaretin ve finansın başkentidir. Yabancılar açısından ülkenin başka yerlerinde bulunamayacak sosyal ve kültürel imkanlara (kozmpolit yaşam, etnik çeşitlilik, eğlence imkanları, yabancılar için okullar ve dinsel mabetler, vb.) ve çekiciliklere sahiptir. Değişkenin hem bilgi maliyetlerini hem de yığılma ekonomilerini yakalaması öngörülmektedir. Böylece, özellikle ülkeye ilk kez yatırım yapan yeni yabancı firmaların risklerini azaltmak ve yığılma ekonomilerinden faydalanmak için bu kenti tercih etmesi beklenmektedir. Dolayısıyla bu değişkenle ilgili hipotezimiz:

H24: Bir ilin ülke metropolü olması o ile yapılan olan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.

5.2.7. Yaşam Kalitesi ve Diğer Faktörler

Bir yerde çalışmayı ve yaşamayı iyi, rahat, hoş ve cazip hale getiren çekicilikler (amenity) ile bir yerin sosyal, kültürel ve çevresel imkanlara sahip olması **yaşam kalitesi** (quality of life) açısından çok önemlidir. Yaşam kalitesi aynı zamanda bir ilin/bölgenin suç düzeyinin düşük olması, terör ve şiddet olaylarının minimum düzeyde kalması, güvenli ve istikrarlı bir ortamın temin edilmesi, sivil toplum gelişmiş ve duyarlı olması ile yoksulluğun bulunmaması ile de yakından ilişkili bir konudur. Yapılan araştırmalar yerel yaşam kalitesinin yatırımların coğrafi dağılımını belirlemede giderek önemli bir faktör haline geldiğini işaret etmektedir (Laulajanien ve Stafford, 1995; Hayter, 1997; Tümertekin ve Özgüç, 1997). İyi yaşama koşulları her geçen gün yer seçiminde firmalar tarafından daha fazla dikkate alınmaktadır. Hem firma yöneticileri hem de işçiler kendilerine rekreasyonel, eğitimsel (üniversite/kolejlerin varlığı gibi) ve sosyal-kültürel (tiyatro, sinema, eğlence mekanları, alışveriş merkezleri, müzik ve sanat festivalleri) koşulları sağlayan yerleri yaşamak için tercih etmek eğilimindedir.

Özellikle yüksek teknoloji ve Ar-Ge’ye dayalı sanayiler ile hizmet sektörü açısından yaşam kalitesi çok daha önemlidir. Çünkü yüksek uzmanlık isteyen endüstrilerde çalışan uzman elemanlar bir yandan yüksek ücret alırken, öbür yandan gelir düzeyine uygun bir sosyal yaşantıyı kendilerine sağlayacak büyük kentlerde yaşamak isterler. Bu nedenle yüksek bilgi ve teknoloji üreten firmalar işletmelerini özellikle metropollerde kurma

yoluna giderler. Böyle firmalar metropollerin sağladığı dışsal ekonomiyi kullanarak hem maliyetlerini düşürürler hem de kolayca kalifiye eleman sağlarlar (Dinler, 1994:61). Bu tip firmalar lokasyon olarak küçük kentleri seçerse, yaşam kalitesini sağlayan tesisleri ve imkanları kendi yaratmak durumunda kalır bu da firmanın maliyetlerini büyük ölçüde artırır.

Bir bölgede yaşam kalitesini ölçmek son derece güçtür. Bu nedenle farklı araştırmalar farklı değişkenler kullanarak yaşam kalitesini ölçmeye çalışmışlardır. Bazı çalışmalar yaşam kalitesini, bir alandaki sivil toplumun kuvveti, sahanın istikrar düzeyi veya kurumsal gelişmişlik derecesi ile ölçmeye çalışırken, diğerleri yoksulluk ve suç düzeyinin iyi bir gösterge olabileceği üzerinde durmuştur. Bazıları ise bir yerdeki kültür ve eğlence ile ilgili kuruluşların sayısının yaşam kalitesini en iyi yansıtabileceğini belirtmektedirler.

Deichmann (2002) Polonya'da DYY'nin coğrafi dağılımında yaşam kalitesinin rolünü ölçmek için her bir ilde yer alan *kültürel çekiciliklerin* sayısını kullanmıştır. Sonuçta yazar, yerel yaşam kalitesinin yabancı yatırımların lokasyon seçiminde negatif yönde ancak istatistiksel bakımdan önemli olduğu bulgusuna erişmiştir. Deichmann'a göre, katsayının beklentilerin tersine negatif olması, Polonya'daki DYY'nin %70'ini sanayi sektöründe yoğunlaşması ve bu sektörün kültürel çekiciliklere daha az bağımlı olması ile ilişkilidir.

Yaşam kalitesi bağlamında bir yerde **suç** oranlarının yüksek olması, o alanın kurumsal yapısının zayıf, istikrarının düşük ve sosyal atmosferinin kötü olduğunu gösterebilir. Dolayısıyla bir yerdeki sosyal, kültürel ve çevresel atmosfer DYY'nin lokasyonu üzerinde belirleyici bir role sahip olabilir. Nitekim yapılan araştırmalar siyasi, ekonomik ve kurumsal istikrarsızlığın, sosyal bozulmaların, şiddetin, suç ve terörizmin yabancı firmaları caydırdığını ortaya koymuştur (Mariotti ve Piscitello, 1995; Broadman ve Recanatini, 2001).

Bu araştırmada yaşam kalitesinin DYY üzerindeki etkisini ölçmek için suç değişkeni analize dahil edilmektedir. Araştırmada, yabancı firmaların yüksek yaşam kalitesi sunan illeri tercih edeceği, dolayısıyla Türkiye'de suç oranlarının yüksek olduğu illerin yatırım bakımından dezavantajlı olacağını ileri sürülmektedir. Buna göre araştırma hipotezimiz:

H25: Bir ilin yaşam kalitesinin düşük olması o ile yapılan olan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir.

Yoksulluk düzeyi bir yerin sosyal çevresini, statüsünü ve sosyo-ekonomik problemleri yansıttığı için bu değişkeninin yaşam kalitesinin de bir göstergesi olduğu belirtilmektedir. Bir alanda yoksulluğun yüksek düzeyde olması yetersiz sağlık ve eğitim imkanları, suç ve şiddetin yaygınlığı, ailevi çatışmaların varlığı vb. şekilde algılandığı için,

bu tip alanlar şirket imajına önem veren yabancı firmalar için cazip değildir. Hem Woodward (1992) hem de O'Hagan ve Anderson (2000) tarafından ABD'de yapılan iki çalışma bir eyalette veya ilçede yoksulluk düzeyi arttıkça yabancı yatırımların azaldığını istatistiksel olarak kanıtlamışlardır.

Bazı çalışmalar ise **etnisite** veya **etnik bağların** DYY üzerindeki rolünü incelemişlerdir (Woodward, 1992; Coughlin ve Segev, 2000b; Broadman ve Recanatini, 2001; Lee ve Lee, 2002; Kang ve Lee, 2004). Mesela Woodward (1992), Japon sanayi kuruluşlarının ABD'de siyahların fazla olduğu alanlara yatırım yapmaktan kaçındığını ortaya çıkarmıştır. Oysa, hem Smith ve Florida (1994) hem de Coughlin ve Segev (2000b) yine ABD ve Japon yatırımları bağlamında tam aksi sonuçlara erişmişlerdir. Broadman ve Recanatini (2001), Rusya'da etnik yapının DYY üzerindeki etkisini önemsiz bulmuştur. Etnik bağların en tipik örneği Çin'e yatırım yapan G.Kore şirketlerinin yatırım kararlarında çarpıcı biçimde görülmektedir. Gerçekten Çin'e DYY yapan Koreli firmaların yatırımlarını özellikle Çin'de azınlık olarak yaşayan Korelilerin bulunduğu illerde yoğunlaştırmıştır (Lee ve Lee, 2002; Kang ve Lee, 2004).

DYY lokasyonunu ele alan araştırmalarda sıkça kullanılan bir diğer faktör **dış ticaret** değişkenidir. Bu değişken, bir bölgenin dış ticarete açıklık derecesinin boyutunu ölçmeyi amaçlamaktadır. Genel olarak dış ticaret ile DYY akımları arasında önemli bir bağlantı bulunmaktadır. Neoklasik dış ticaret literatüründe, DYY ile ithalat birbirinin yerine ikame edilen iki unsur olarak görülmektedir. Oysa gerçekte, bu iki değişkenin birbirini tamamlayıcı mı yoksa ikame edici mi olduğu konusu belirsiz ve tartışmalıdır (Deichmann, 2001:145). Eğer ithalat veya ihracat DYY'yi ikame edici ise, dış ticarete açıklık derecesinin büyümesi daha az yabancı yatırım manasına gelebilir. Öte yandan, eğer bir bölge dış ticaretle yoğun şekilde iştigal ediyorsa yabancı yatırımcıların gözünde daha az riskli ve dolayısıyla daha çekici şekilde düşünülebilir. Bu dış ticaret ile DYY'nin birbirini tamamlayıcı olabileceğini ima etmektedir. Ayrıca, bir açıdan dış ticarete daha açık ekonomi, daha fazla DYY çekerken, diğer açıdan açıklık, yoğun rekabet anlamına geldiğinden DYY üzerine negatif etki yapabilir.

Wei vd. (1999), Sun vd. (2002), Zhou vd. (2002), Kang ve Lee (2004) ve Probris vd. (2005) tarafından yapılan araştırmalar DYY ile dış ticaret arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin olduğunu bulmuşlardır. Yani DYY ile dış ticaret birbirini tamamlayıcı bir ilişki göstermektedir. Daha somut olarak ifade edilirse, bir bölgenin açıklık derecesi arttıkça DYY miktarı artmaktadır. Buna karşın Broadman ve Recanatini (2001) ile Lee ve Lee'nin (2002) çalışmaları ticarete açıklığın DYY lokasyonu üzerinde önemli bir belirleyici olmadığı bulgusuna erişmişlerdir.

5.3. Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörlerin Sektörlere Göre Ayırımı

Lokasyon faktörlerini belirleyen şartlar mekana, zamana, sektöre, coğrafi ölçeğe, firmanın büyüklüğüne, uluslararasılaşma düzeyine ve faaliyette bulunduğu ülkenin ekonomik sistemine bağlı olarak değişebilmektedir. Bu durum her bir lokasyon faktörünün öneminin tüm firmalara ve dolayısıyla tüm sektörler genelleştirilemeyeceğini ortaya koymaktadır. Gerek lokasyon teorisi gerekse ampirik araştırmalar lokasyon seçiminin firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılaştığını ortaya koymuştur. Genel olarak, hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların lokasyonunu etkileyen faktörler sanayi sektöründeki firmalarla büyük ölçüde benzerlikler sergilemekle birlikte, bazı önemli farklılıkları da içermektedir.

Hizmet firmaları mümkün olduğu kadar müşterilerine yakın yer seçmeye ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle hizmet firmaları için en önemli lokasyon faktörü pazardır (Laulajani ve Stafford, 1995:15). Tüm hizmet faaliyetleri için ortak olan diğer lokasyon faktörü ise *ulaşım maliyetleri, talebin niteliği ve ölçek ekonomileridir*. Bu faktörler hizmetlerin mekansal dağılımını açıklamada çok yararlı olmakla birlikte, bazı hizmetlerin belli lokasyonlarda çok büyük bir yığılma göstermesini açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu noktada *yığılma ekonomileri* en önemli ek lokasyon faktörü olarak ortaya çıkmakta ve bazı hizmetlerin neden belli yerlerde üst üste hatta aşırı şekilde yoğunlaştığını açıklamaktadır (Daniels, 1985:104). Her ne kadar hizmet ve sanayi firmaları lokasyon seçiminde farklı güdülerle hareket etmekle birlikte, esasında her ikisinin de amacı aynıdır. Hizmet firmaları için temel amaç gelirlerini/satışlarını maksimize etmek iken, sanayi firmaları genellikle hem maliyetlerini minimize etmeye hem de satışlarını maksimize etmeye çalışırlar. Görüldüğü gibi aradaki farklılık sadece faktörlerin ağırlığındadır (Laulajani ve Stafford, 1995:8).

DYY lokasyonu üzerine yapılan bir çok ampirik çalışma, lokasyon faktörlerinin sektörler göre farklılık gösterdiğini istatistiksel olarak kanıtlamıştır. ABD’de üzerine yapılan çok sayıda araştırma ülkede DYY’nin sektörler göre lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin farklılaştığı istatistiksel olarak ortaya koymuştur. Sanayi sektörünün alt dallarını inceleyen Friedman vd. (1996) ile O huallachain ve Reid (1996) tarafından yapılan iki araştırma, ABD’ye yatırım yapan yabancı firmalar imalat sanayinin bir sektörünü seçerken farklı, diğer sektörünü seçerken farklı lokasyon güdülleri ile hareket ettiğini ve bu nedenle de sektörler göre lokasyonu etkileyen faktörlerin farklılaştığını saptamışlardır. ABD’deki hizmet sektörüne yapılan DYY’nin lokasyon seçimini inceleyen Bagchi-Sen (1991, 1995a), O huallachain, (1996) ve Nachum (2000) ise alt hizmet kollarına göre firmaların farklı lokasyon tercih ettiğini istatistiksel olarak ispatlamışlardır. Aynı şekilde İspanya’da Pelegrin (2004), alt sanayinin sektörlerine göre yabancı firmaların lokasyon seçiminin değiştiğini ortaya koymuştur.

Lokasyon faktörlerinin önem derecesinin yabancı firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre değiştiği Çin üzerine yapılan araştırmalarda da ortaya çıkmıştır. Nitekim, Zhou vd. (2002) Çin'e yatırım yapan Japon sanayi ve hizmet firmalarının lokasyon seçerken farklı özellikler sergilediğini istatistiksel kanıtlarla açığa çıkarmıştır. Bu çalışma, Çin'in bir ilindeki arazi büyüklüğünün sanayi firmaları için önemli bir lokasyon faktörü olduğu belirtilirken, aynı faktör hizmet firmalarının yer seçiminde önemli değildir. Aynı şekilde Çin'in en büyük kenti olan Şangay'da yabancı yatırımların kent içindeki lokasyon seçimini araştıran Wu ve Radbone (2005), sanayi ve hizmet firmalarının lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin birbirinden farklı olduğunu ortaya koymuştur. Yine Çin örneğinde Chadee vd. (2003) tarafından yapılan araştırmanın bulguları da aynı yönde sonuçlar elde etmiştir.

Türkiye üzerine yapılan iki farklı araştırmada, yabancı firmaların lokasyon seçerken faaliyet gösterdiği sektöre göre farklı lokasyon faktörlerini tercih ettiğini ortaya çıkarmıştır. Deichmann vd.'nin (2003) Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerine yaptığı araştırmanın bulguları, sanayi ve hizmet firmalarının lokasyonla ilgili değişkenlere farklı tepkiler verdiğini istatistiksel olarak kanıtlamıştır. Berköz'ün (2005) İstanbul'da sanayi ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren yabancı firmaların lokasyon seçimlerini belirleyen faktörleri ortaya koyan araştırması hizmet ve sanayi sektöründeki firmaların lokasyon belirlerken oldukça farklı faktörlerden etkilendiklerini ortaya koymuştur (Bkz. Çizelge 5.3 ve 5.4).

Literatürden elde edilen bulgular göz önüne alındığı zaman, Türkiye'ye yatırım yapmış olan yabancı firmaların faaliyet gösterdiği sektöre göre lokasyon seçiminin farklılaştığı ileri sürülebilir. Çünkü sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmanın aradığı lokasyon şartları ile hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmanın aradığı lokasyon şartları farklıdır. Genellikle hizmet firmaları için piyasa ile ilgili lokasyon faktörlerinin en önemli etken olması beklenirken, sanayi firmaları için maliyetle ilişkili değişkenlerin ön planda olması gerekir. Aynı şekilde hizmet firmaları için yaşam kalitesi ve insan sermayesi/emek niteliği oldukça önemli iken, sanayi firmaları için emek maliyeti ve teşviklere daha önemli gözükmektedir. Sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmalar Türkiye içinde lokasyon seçerken ortak bir takım faktörleri de dikkate alabilir. Mesela, yığılma ekonomileri, erişilebilirlik ve altyapı yatırımlarının her iki sektördeki firmalar içinde çok önemli olması beklenmektedir.

Gerek literatürden elde edilen bulgular dikkate alındığında, gerekse Berköz (2005) ve Deichmann vd.'nin (2003) Türkiye üzerine yaptığı araştırmaları göz önüne alındığında ortaya çıkan ortak sonuç, Türkiye'ye yatırım yapmış olan yabancı firmaların lokasyon seçiminin sektöre göre farklılık gösterdiğini şeklindedir. İşte bir yandan her bir lokasyon faktörünün sektörlere göre performansını test etmek, diğer yandan Türkiye'de sektörler

arasında DYY'nin lokasyon seçiminin farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya çıkarmak için şu araştırma hipotez ileri sürülebilir:

Tali Hipotez: Lokasyon faktörlerinin önemi yabancı firmaların faaliyet gösterdiği sektörlere (sanayi veya hizmet) göre farklılık gösterir.

BÖLÜM VI. YÖNTEM ve ANALİZ

Bu bölüm teorik ve ampirik literatüre dayalı olarak ortaya konulan hipotezlerin test edilmesinde kullanılan metodolojiyi açıklamayı amaçlamaktadır. Bu çerçevede araştırmada uygulanan yöntemin felsefi dayanağı ve seçimi, kullanılan veri kaynaklarının açıklanması, araştırma dizaynının yani varsayımların sınanmasında kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin oluşturulması, araştırma modelinin kurulması ve modelin özelliklerinin tanımlanması ve son olarak kullanılan analizin varsayımlarının denetlenmesi sırasıyla ele alınmaktadır.

“Bilim dünyası içerisinde üretilen her araştırma bir felsefi pozisyona sahiptir. Araştırmacılar bazen bilinçli veya açıkça, bazen de bilinçsizce veya örtük şekilde çalışmalarını bir felsefi temele oturturlar. Bilim insanları, araştırmanın tasarımı, yürütülmesi ve sonuçlandırılması esnasında, önceden benimsediği bir düşünce, dünya görüşü, bakış açısı veya yöneme göre çalışmalarını yürütürler. Bu her araştırmacı gibi coğrafyacı için de kaçınılmaz bir ilkedir. Benimsenen yaklaşım, düşünce, bakış açısı, metot kısacası felsefe, ister istemez yapılacak araştırmanın sonucunu etkileme gücüne sahiptir. Bu nedenle her türlü coğrafi araştırma bir felsefi seçime veya varsayıma dayanmaktadır” (Yavan, 2005:405).

Çağdaş coğrafyada yapılan her araştırma gibi bu araştırma da bir bilimsel felsefi temele dayanmaktadır: *Pozitivizm*. Bu araştırmanın felsefi bakımdan *pozitivist* bir perspektif taşıdığını giriş bölümünde de belirtmiştik. Pozitivist bilimin üç temel iddiası vardır: (1) Doğal bilimlerin yöntemi sosyal bilimlere uygulanabilir. (2) Bu yöntemlerin sonucu tıpkı doğal bilimlerde olduğu gibi sosyal bilimlerde de yasalar formüle etmek ya da yasa benzeri genelleştirmeler elde etmek mümkündür. (3) Böyle üretilen bilgi teknik özelliktedir ve pratik amaçlar için kullanılabilir (Johnston, 1986:18-19).

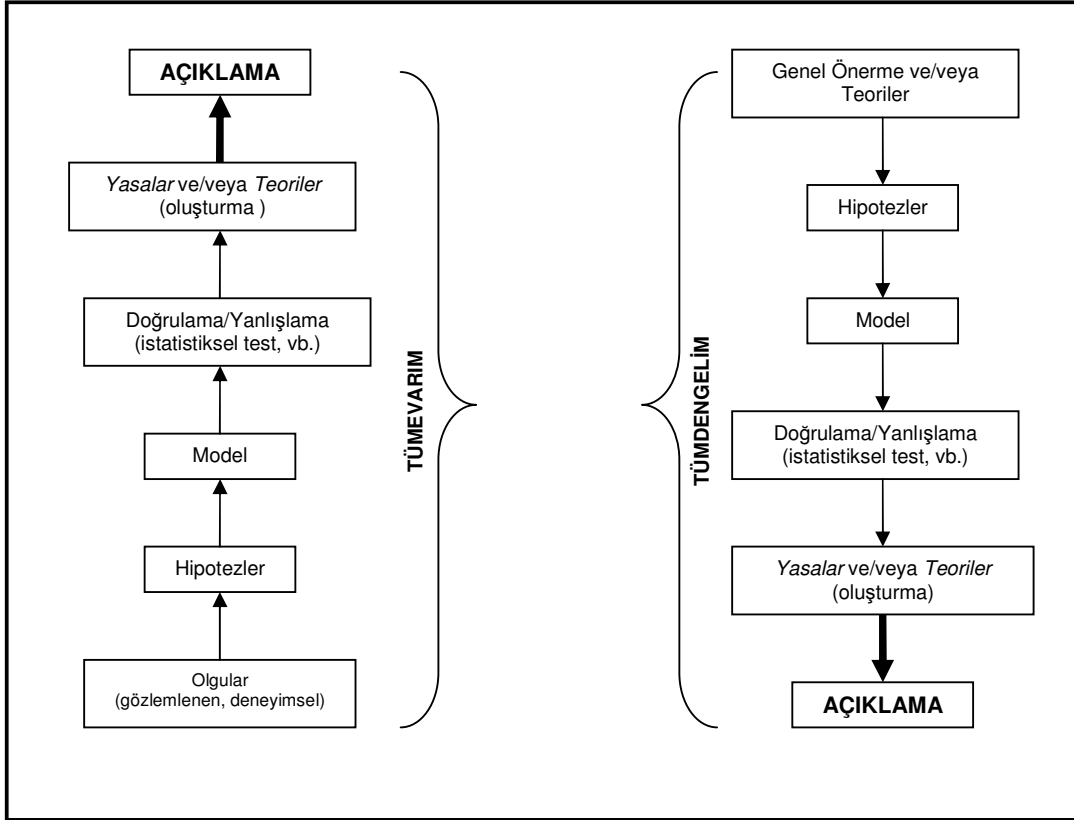
Böylece pozitivist bilim felsefesinin epistemolojisi, bilginin duyu organları, gözlem ve deneyim yoluyla elde edilebileceğini kabul ederek, sezgi, ilham, ve metafizik türü bilgiyi reddederken; ontolojik düzeyde, sadece gözlemlenebilen ve algılanan şeylerin varlığının doğrulanabileceğini ileri sürer. Onun metodolojisi ise, hipotezlerin doğrulanabilirliği ilkesine dayalı bazen tümevarım çoğu zaman da hipotetik-tümdengelim yöntemi olarak adlandırılan ***bilimsel yöntem*** (scientific method)'dir ⁸⁵ (Bkz. Şekil 6.1).

Pozitivizmin metodolojisi olan bilimsel yöntemde doğru bilgiyi elde etmede kullanılan ilk metot geleneksel olarak *tümevarım yöntemi* olmuştur. Bir çıkarım ve genelleme aracı olarak tümevarım, tek tek gözlemlerden hareketle bir genel ilkeye varma

⁸⁵ “Scientific method”, Türkçe’ye “bilimsel yöntem” şeklinde sıradan bir ifade olarak çevrilmekte ise de, İngilizce’deki kullanımı özel bir anlama sahiptir ve pozitivist felsefesinin metodolojik yaklaşımını ifade eder. Bu nedenle metin içinde “bilimsel yöntem” ifadesinin geçtiği yerler bu şekilde ele alınmalıdır.

yoludur. Bir başka ifade ile özelden genele veya parçadan bütünü ait özelliklerin çıkarılması için kullanılan akıl yürütme metodudur. Pozitivist bilimsel yöntem hipotez oluştururken ikinci sırada ve sık sık *tümdengelim* yolunu kullanır. Hipotetik-dedüktif yöntem de denilen bu metotta, genel bir önermeden veya teoriden yola çıkılarak hipotezler üretilir. Bu genel önerme, daha önceden kabul edilmiş yasaların varsayımların mantıksal muhakeme yoluyla elde edilmesi şeklinde olabileceği gibi, bilim insanının mecaz (metaphor) veya analogi (benzerlik) kullanması yoluyla da yapılabilir.

Şekil 6.1. Pozitivizmin metodolojisi: Bilimsel yöntem



Kaynak: Harvey (1969:34) ve Rogerson (2001:2)'dan yararlanılarak hazırlanmıştır.

"Sonuç olarak pozitivist bilimsel yöntemde bilim insanları çalışmalarını şu aşamalardan geçirerek bilgiyi, yasayı ve/veya teoriyi oluşturmaktadır (Şekil 6. 1): (1) Problemi tanımlama ya da araştırma sorusunu ortaya koyma. (2) Problem veya araştırma sorusuyla ilgili kavramsal ve kuramsal çerçeveyi belirleyerek daha önceki teorik ve ampirik literatürün değerlendirilmesi. (3) Problem/sorunun çözümüne ilişkin hipotezler geliştirme. (4) Hipotezleri sınamak için gerekli istatistiksel test yönteminin belirlenerek verilerin toplanması. (5) Verilerin hipotezleri doğrulayıp doğrulamadığının sınanarak bulguların elde edilmesi. (6) Hipotezler doğrulanıyorsa mevcut teorinin açıklayıcı olduğu

kabul edilir, doğrulanmıyorsa hipotezler yanlış kabul edilerek reddedilir ve yeni hipotezlerin oluşturulması gündeme gelir” (Yavan, 2005:409).

Şekil 6.1’de de görüldüğü gibi bilimsel metot’ta istatistiksel analiz merkezi bir rol oynamaktadır. Çünkü istatistiksel analiz, modeller kullanılarak gözlemlere dayalı hipotezlerin test edilmesini sağlayan yegane araçtır. Yeni bir bilginin üretimi ancak bilginin doğrulanması ile mümkün olduğundan istatistiksel analiz hayati bir öneme sahiptir. Gerçekten, fen bilimcilerin tarafından yürütülen araştırmaların tamamına yakın kısmı, sosyal bilimcilerin ise büyük bir bölümü bilimsel yöntemi ve istatistiksel analizi bilgi üretiminde çok yaygın bir şekilde kullanmaktadır (Rogerson, 2001:1).⁸⁶ Bilimsel yöntemin coğrafya bilimi üzerindeki etkisini gösteren en iyi örneklerden biri Slocum (1990:90) tarafından yapılan bir araştırmada ortaya konmuştur. 14 büyük coğrafya dergisinin incelendiği bu araştırmaya göre, 1956 yılında yayımlanan fiziki coğrafya ile ilgili makalelerin hiçbirisi, beşeri coğrafya ile ilgili makalelerin ise sadece %3.5’i kantitatif yöntem⁸⁷ (istatistiksel analiz veya matematiksel modelleme) kullanırken, bu oran 1986’da fiziki coğrafya makalelerinde %65’e, beşeri coğrafya makalelerinde ise %50’ye yükselmiştir. Aynı şekilde Rigby (1999:114) Economic Geography (Ekonomik Coğrafya) dergisinde 1964-1996 arasında basılan makalelerin ortalama %76’sının kantitatif metot kullanılarak üretildiğini bildirmektedir. Bu iki çalışma hem fiziki, hem de beşeri coğrafya da pozitivist felsefe geleneği içinde kantitatif yöntemle yapılan araştırmaların, pozitivist coğrafyanın zirve noktasına ulaştığı 1965-1975 dönemine nazaran azalmakla birlikte, halen en büyük paya sahip olduğunu işaret etmektedir.

6.1. Metodolojinin Seçimi

DYY’nin ülke içindeki mekansal dağılışını veya ÇUŞ’ların lokasyon seçimini ele alan çalışmaların genellikle üç yönetime başvurduğu görülmektedir. Birinci yol veya en sık kullanılan yöntem, bir ülke içinde DYY’yi belirleyen lokasyon faktörlerini istatistiksel ve/veya ekonometrik analiz teknikleri ile belirlemeye çalışan araştırmalardır (Bkz. Çizelge 5.2’deki 63 araştırma ve ayrıca bkz. Bagchi-Sen, 1995b; Ohuallachain, 1996; Ohuallachain ve Reid, 1996; Deichmann, 2001; Chadee vd., 2003). İkinci yöntem, bir

⁸⁶ Örneğin, “çok sayıda coğrafyacı 1950-1960’larda (şüphesiz daha sonra da) pozitivist bilimsel yöntemi kabul ederek coğrafyayı tasviri-idiografik bir bilimden, yasa-kural koyan, model ve teoriler oluşturup bunları istatistiksel olarak test eden, açıklamalı ampirik-analitik bir mekan bilimi haline getirmiştir. Bugün fiziki coğrafyacıların tamamına yakınının, beşeri coğrafyacıların da büyük bir kısmının benimsediği pozitivist mekansal bilim görüşü, 1970’lerden itibaren hümanist ve radikal/postmodern yaklaşımlar tarafından eleştirilere uğramıştır” (Yavan, 2005:412). Pozitivist felsefenin ve bilimsel yöntemin coğrafya biliminin gelişimindeki rolü ve önemi hakkında daha ayrıntılı bir açıklama için Bkz. Johston (1986, 1997).

⁸⁷ Bilimsel yöntem iki çeşit *kantitatif* teknik kullanır. İlki ampirik verilerin hipotezleri test etmesi şeklinde tümevarımsal yolu kullanan *istatistiksel metotlardan* oluşmaktadır. İkincisi, bir takım soyut varsayımlardan formel modellerin tümdengelsel muhakeme yoluyla türetilmesi şeklinde kullanılan *matematiksel modelleme* yöntemidir (Yavan, 2005).

ülkeye yatırım yapmış ÇUŞ'lara anket uygulayarak ve/veya bu firmalarla birebir görüşme yaparak onların lokasyon kararını etkileyen/belirleyen faktörleri doğrudan firmadan elde etme/sorma yoluyla yerine getirilen araştırmalardır (Bkz. mesela Blackbourn, 1974; Harrington vd., 1986; Herrin ve Pernia, 1987; Ulgado, 1997; Santos, 1998; Riberio ve Santos, 2001; Berköz, 2005). Üçüncü yöntem, göreceli olarak az sayıda çalışma haritalama (mapping) yöntemini kullanarak DYY'nin ülke içindeki coğrafi dağılışı açıklamaya çalışmıştır (Bkz. mesela Dicken ve Lloyd, 1976, 1980; Watts, 1979; Buckwalter, 1995; Bradshaw, 1997; Pavlinek, 1998; Deichmann, 2000; Turnock, 2001; Özdemir, 2002; Yavan ve Kara, 2003).

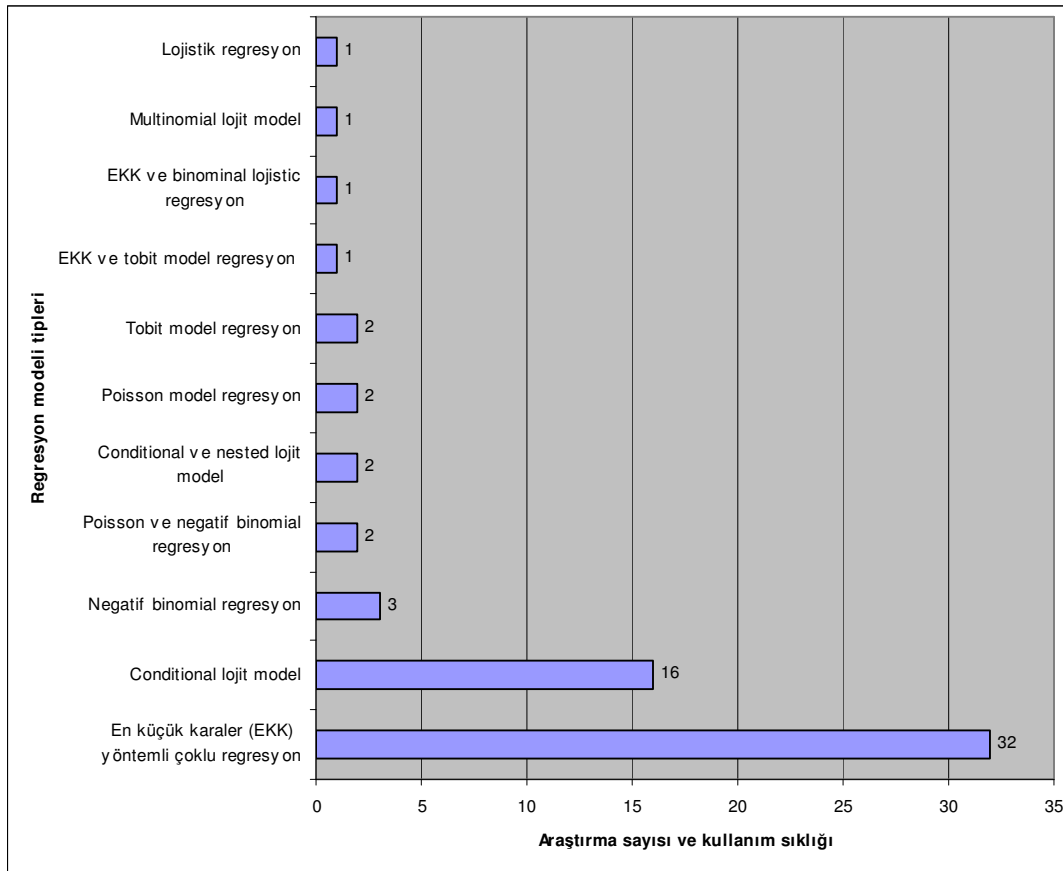
Kuşkusuz yukarıda anılan her üç yöntemin birbirine karşı üstünlükleri olmakla beraber, bu araştırma Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin neler olduğunu ortaya koymayı amaçladığından yöntem bilimsel bakımdan en çok kullanılan ilk yolu benimsemektedir. Bu yolun temel özelliği, YSF'lerin lokasyonunu belirlemek için çok sayıda farklı ekonometrik veya istatistik metotların kullanılmasıdır. Ampirik literatüre dayalı olarak yapılan inceleme sonucu, DYY'nin ülke içindeki mekansal dağılışı ve ÇUŞ'ların lokasyon seçimini ele alan çalışmaların tamamı regresyon analizinin çeşitli versiyonlarını yöntem olarak benimsemiştir. Nitekim, 14 farklı ülke (ABD, Çin, Fransa, Hollanda, İngiltere, İtalya, Rusya, Filipinler, Macaristan, Romanya, Polonya, İspanya, Portekiz ve Türkiye) üzerine yapılan 63 ampirik araştırmanın metodolojik seçimini ortaya koyan çizelge 5.2 incelendiği zaman, yapılan araştırmalarda amaç ve veri setinin özelliklerine bağlı olarak regresyon analizine dayalı çeşitli alt teknikleri kullandığı görülmektedir. DYY lokasyonu üzerine yapılan 63 ampirik araştırmada kullanılan regresyon modellerinin dağılımını sergileyen şekil 6.2 incelendiğinde, En Küçük Kareler (Ordinary Least Squares-OLS), nested (içiçe), conditional (şartlı) logit, probit, tobit, multinomial, binomial (binom), poisson ve lojistik regresyon tekniklerinin yoğun şekilde kullanıldığı dikkati çekmektedir. Ancak yapılan çalışmaların yarısından fazlası (%50,7) EKK yöntemli çoklu regresyon analizini kullanırken, 1/4'ünün (%25,3) conditional lojit model (CLM) tekniğini kullanmıştır. Çizelge 5.2 dikkatle incelendiği zaman özellikle son yıllarda discrete choice model⁸⁸ (süreksiz seçim modeli) adı verilen ileri ekonometrik/istatistik yöntemlerin EKK yöntemli çoklu regresyon modeline kıyasla daha yoğun şekilde kullanıldığı görülmektedir.

Bu araştırma iki nedenden dolayı EKK yöntemli çoklu regresyon analizini metot olarak benimsemiştir. Birincisi, bu yöntem literatürde en yaygın kullanım alanına sahip temel istatistiksel yöntemlerden biridir. İkincisi, Deichmann vd.'nin (2003) conditional

⁸⁸ Bu model insanların kendilerine en fazla yarar sağlayan seçeneği seçtiği varsayımını kullanır. Modeller genellikle lojistik ve lojit regresyon kullanılarak test edilir. Bu analizde bağımlı değişkenin çoklu regresyondakinin tersine nominal/isimsel ölçekli ikili kategoridedir. Yani bağımlı değişken iki değerden birini alır. Bu nedenle bu modeller esasında binom ve poisson dağılımı baz alan regresyon teknikleridir.

lojit model kullanarak Türkiye'deki yabancı firmaların lokasyon seçimini ele alan bir ampirik çalışma yaptığını daha öncede belirtmiştik. Bu makale her ne kadar tek bir yılı kapsamı ve az sayıda değişkeni test etmesi açısından konuyu sınırlı düzeyde ele almış olsa da, ileri bir ekonometrik model olan conditional lojit model kullanmıştır. İşte şuan ki araştırma Deichmann vd.'nin (2003) çalışmasından farklı bir yöntem izleyerek hem onların elde ettiği bulguları farklı bir istatistiksel tahmin metoduyla ⁸⁹ sınamayı amaçlamakta hem de iki modelin bulgularını karşılaştırma ve böylece iki farklı analizin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmeye çalıştığı için EKK yöntemli çoklu regresyon tekniğini benimsemiştir.

Şekil 6.2. DYY lokasyonu üzerine yapılan 63 ampirik araştırmada kullanılan metodolojinin alt tiplere göre dağılımı



Kaynak: Çizelge 5.2

⁸⁹ Bilinmeyen parametrelerin tahmininde üç tahmin yöntemi kullanılır: EKK Yöntemi (the method of ordinary least squares), En Çok Olabilirlik Yöntemi (the method of maximum likelihood) ve Momentler Yöntemi (the method of moments). Çoklu regresyon analizi, regresyon modelini *en küçük kareler* yöntemi ile tahmin ederken, conditional lojit model, regresyon modelini *en çok olabilirlik ve/veya log likelihood* yöntemi ile tahmin eder. Dolayısıyla çoklu regresyon ve lojit regresyon matematiksel ve istatistiksel bakımdan birbirinden tamamen farklı tahmin metodolojisine dayanır.

6.2. Veri Kaynakları

Ampirik bir araştırmanın en önemli adımlarından biri varsayımları test edecek değişkenlerle ilgili verilerin toplanmasıdır. Verilerin hangi yolla elde edileceğinin belirlenmesi kadar toplanan verinin hangi tip de olması gerektiği de uygulanacak analiz çeşidi bakımından son derece mühimdir. Çünkü her analiz her tür veri tipine uygulanamaz. Bu nedenle uygulanacak istatistiksel analize uygun veri tipinin elde edilmesi gerekir.

Bu çalışmada kullanılan tüm veriler ikincil veri niteliğinde olup, ilgili kurumlardan elde edilerek çizelge 6.1’de sunulmuştur. Buna göre analiz aşamasında çalışmanın bağımlı değişkenini oluşturması nedeniyle kullanılan en önemli veri kaynağı Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü’nün (HMYSGM) Türkiye’ye giren her yabancı sermayeli firma için tuttuğu, çeşitli tarihlerde de yayınlanan ve aynı zamanda bilgisayar ortamında bulunan istatistiksel veri tabanıdır. Bu veri tabanı, Türkiye’ye yatırım yapmak için başvuran ve HMYSGM tarafından yatırım izni verilen her firmanın adını, adresini, yatırım yaptığı ili yani lokasyonu, sektörü, firmanın kuruluş tarihini, toplam sermayesini, ortaklık payını yani mülkiyet oranını ve orijin ülkesini içermektedir. Veri tabanı 1954 yılından 17 Haziran 2003 tarihine kadar ülkeye yatırım yapmış olan toplam 6511 firmaya ilişki bilgisi kapsamaktadır.⁹⁰

Çalışmada kullanılan her bir bağımsız değişkene ilişkin il bazındaki verilerin büyük bir bölümü Devlet İstatistik Enstitüsü’nden (DİE) elde edilmiştir. Sanayi tesisi sayısı, emek maliyeti ve emek verimliliği verileri *Yıllık İmalat Sanayi İstatistikleri 2001* adlı yayından; illerin nüfusu, yıllık ortalama nüfus artış hızı, işsizlik ve kentleşme oranları, hizmet sektöründeki istihdam, yüksek öğretim oranı ve yüzölçümü 2000 yılı *Genel Nüfus Sayımı* kitabından; kişi başına GSYİH, *İllere Göre Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 2000* adlı eserden ve son olarak suçlu sayısı *Cezaevine Giren-Çıkan Hükümlü İstatistikleri 2003* adlı DİE yayınından elde edilmiştir (Çizelge 6.1).

Araştırmada kullanılan üçüncü önemli veri kaynağı Devlet Planlama Teşkilatı’nın (DPT) yayınlarından elde edilmiştir. DPT tarafından 2003 yılında yayımlanan *İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (2003)* adlı eserden faydalanılarak bir ildeki devlet ve il yollarının asfalt yol oranı, illere göre kişi başına düşen elektrik tüketimi, telefon kontör değeri ve kamu yatırım miktarına ilişkin veriler elde edilmiştir. Ayrıca , KÖY kapsamında olan illere ilişkin veri de DPT’den elde edilmiştir.

⁹⁰ 17.06.2003 tarihinde yürürlüğe giren 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu ile yabancı sermayeli şirketlerin ve şubelerin kuruluşu ve faaliyetlerine ilişkin izin sistemi kaldırılmış olduğundan bu tarihten son yayımlanan istatistikler sadece firmanın adını, adresini, yatırım yaptığı ili ve baskın orijin ülkesini içermektedir.

Geri kalan bağımsız değişkenlere ilişkin veriler çeşitli kurum ve kuruluşlardan temin edilmiştir. Örneğin illere göre sendikalı işçi sayıları Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı *Çalışma Hayatı İstatistikleri 2001* adlı yayından, hava alanları Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü'nden (DHMI), limanlar Denizcilik Müsteşarlığı'ndan (DM) ve serbest bölgeler Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan (DTM) sağlanmıştır. Son olarak kıyıda ve sınırdaki yer alan illere ilişkin bilgiler Duran'ın (2001) Büyük Atlas'ından elde edilmiştir (Çizelge 6.1). Ayrıca araştırmanın kapsamı dahilinde UNCTAD, İSO ve TOBB'un yayımladığı çeşitli istatistiklerden de yer yer faydalanılmıştır.

Çizelge 6.1. Regresyon analizinde kullanılan lokasyon faktörleri ile bağımlı ve bağımsız değişkenlerin tanımı, kapsadığı dönem, beklenen etkisi ve veri kaynakları.

Lokasyon faktörleri	Değişkenler	Değişkenin tanımı, ölçü birimi ve kapsadığı dönem	Beklenen etki	Veri kaynağı
Bağımlı				
	DYY	Bir ilde yapılan toplam DYY miktarı (TL), 1990-2003		HMYSGM, 2004
	DYY _{SANAYİ}	Bir ildeki sanayi sektörüne yapılan DYY miktarı (TL), 1990-2003		HMYSGM, 2004
	DYY _{HİZMET}	Bir ilde hizmet sektörüne yapılan DYY miktarı (TL), 1990-2003		HMYSGM, 2004
Bağımsız				
Yığılma ekonomileri	YSF	Bir ilde faaliyet gösteren YSF sayısı (adet), 1990-2003	+	HMYSGM, 2004
	SANAYİ	Bir ildeki sanayi kuruluşu sayısı (adet), 2001	?	DİE, 2005
	HİZMET	Bir ilde hizmet sektöründeki istihdamın oranı (%), 2000	+	DİE, 2002b
	KENTLEŞME	Bir ilin kentleşme düzeyi (%), 2000	+	DİE, 2003
Piyasa	NÜFUS	Bir ilin toplam nüfusu (kişi), 2000	+	DİE, 2003
	GSYİH	Bir ildeki kişi başına GSYİH, (\$) 2000	+	DİE, 2002a
	NÜFUSARTIŞI	Bir ilin yıllık ortalama nüfus artış hızı (%), 1990-2000	+	DİE, 2003
Emek	ÜCRET	Bir ilin sanayideki işgücü maliyetinin sanayi istihdamına oranı (%), 2001	?	DİE, 2005
	VERİMLİLİK	Bir ilin sanayideki katma değerinin sanayi istihdamına oranı, 2001	?	DİE, 2005
	EĞİTİM	Bir ilde üniversiteyi bitirenleri 25 ve daha yukarı yaştaki nüfusa oranı (%), 2000	+	DİE, 2003
	İSSİZLİK	Bir ildeki işsizlik oranı (%), 2000	?	DİE, 2003
	SENDİKA	Bir ilde sendikaya üye işçi sayısı (kişi), 2001	?	ÇSGB, 2001
Erişilebilirlik ve Altyapı	KARAYOLU	Bir ildeki devlet ve il yollarının asfalt yol oranı (%), 2000	+	DPT, 2003
	LİMAN	Gölge değişken yani eğer bir il limana sahipse 1, değilse 0, 2000	+	DM, 2005
	HAVAYOLU	Gölge değişken yani eğer bir il hava alanına sahipse 1, değilse 0, 2002	+	DHMI, 2005
	İLETİŞİM	Bir ilde kişi başına düşen telefon kontör değeri (TL), 2000	+	DPT, 2003
	ELEKTRİK	Bir ilde kişi başına düşen elektrik tüketimi (kw/h), 2000	?	DPT, 2003
Devlet politikası ve teşvikler	KÖYTEŞVİK	Gölge değişken yani eğer bir il KÖY kapsamında ise 1, değilse 0, 2003	?	DPT, 2005
	SERBESTBÖLGE	Gölge değişken yani eğer bir il içinde serbest bölge varsa 1, yoksa 0, 2002	+	DTM, 2005
	KAMUYATIRIMI	Bir ilde kişi başına düşen kamu yatırım miktarı (TL), 1995-2000	-	DPT, 2003
Coğrafya	ARAZI	Bir ilin arazisinin yüzölçümü (km ²), 2000	?	DİE, 2000
	SINIR	Gölge değişken yani eğer bir il sınırdaki yer alıyorsa 1, değilse 0, 2000	+	Duran, 2001
	KIYI-İÇ	Gölge değişken yani eğer bir il kıyıda yer alıyorsa 1, değilse 0, 2000	+	Duran, 2001
	İSTANBUL	Gölge değişken yani İstanbul için 1, geri kalan iller için 0	+	-
Yaşam kalitesi	SUÇ	Bir ilde kişi başına düşen suç sayısı (kişi), 2003	-	DİE, 2003

Not: +: Pozitif, -: Negatif, ?: Öngörülemeyen, belirsiz

Bu araştırmanın istatistiksel yöntem bakımından çoklu regresyon analizini benimsediğini daha öncede belirtmiştik. Çoklu regresyon analizinin uygulanabilmesi için toplanan verilerin oransal veya en azından aralıklı ölçekte yani sayısal veri olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2004:94; Field, 2005:169). Ancak *gölge değişken*⁹¹ kullanılarak sınıflama veya isimsel şekilde ölçülen kategorik veriler içinde bu analiz yapılabilir (Clark ve Hosking, 1986:425; Rogerson, 2001:128; Büyüköztürk, 2004:94; Field, 2005:208). Bu çalışmada toplanan verilerin büyük bir bölümü oransal ve aralık ölçekli sayısal veriler olduğu için regresyon analizine zaten uygundur. Nitekim 25 bağımsız değişkenin 18'i sayısal veri niteliğindedir. Geri kalan 7 gölge değişkene ait veriler ise 1 ve 0 şeklinde kodlanarak tarafımızdan oluşturulmuş kategorik veri tipindedir.

6.3. Araştırmanın Dizaynı

Bir ampirik araştırmanın en önemli aşamalarından biri bağımlı ve bağımsız değişkenlerin oluşturulması sürecidir. İstatistiksel analize dayalı olarak yapılan ve neden-sonuç ilişkisini araştıran çalışmaların tümü biri bağımlı diğeri bağımsız olan bir takım değişkenlerden oluşmaktadır. *Bağımlı değişken* (açıklanan/sonuç/cevap değişkeni), bir çalışmada değeri diğer değişkenlerin, faktörlerin veya etmenlerin değişiminden etkilenen sonuç değişkenidir. Bağımlı değişkenin sonucunu belirleyen onu şekillendiren veya nedenini açıklayan değişken ise *bağımsız değişkendir*.

6.3.1. Bağımlı Değişkenlerin Oluşturulması

Bu çalışmada üç adet bağımlı değişken kullanılmıştır. Araştırmanın amacı, Türkiye'ye yatırım yapmış olan yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri açığa çıkarmak olduğu için birinci yani ana bağımlı değişken, 1990-2003 döneminde bir ilde yapılan kümülatif doğrudan yabancı yatırım miktarıdır (Çizelge 6.1). Bu bağımlı değişken yerine bir ildeki yabancı firmaların sayısı da kullanılabilirdi. Ancak, iki nedenden dolayı bu bağımlı değişken tercih edilmemiştir. Birincisi, bir ildeki yabancı firma sayısı normal dağılım varsayımını karşılamadığından bu tip verilere regresyon analizi uygulanamamaktadır. İkincisi, yatırılan sermaye miktarı firma sayısından her zaman daha anlamlı ve daha gerçekçi bir göstergedir.

Teorik çerçeve bölümünde belirtildiği gibi lokasyon faktörleri yatırım yapılan sektöre göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle literatürde genellikle sanayi ve hizmet sektörleri ayrı ayrı analiz edilerek değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada hem ana modelin geçerliliğini test etmek hem de sektörlere göre lokasyon

⁹¹ İngilizce'de "dummy variable" olarak adlandırılan bu değişken yerli literatürde, *gölge*, *kukla*, *yapay*, *yalancı*, *yardımcı* değişken gibi değişik şekillerde adlandırılmaktadır. Gölge değişken, ikili bir yapıya veya kategoriye sahip olan bir değişken tipidir. Bu değişken türü, varlık/yokluk, evet/hayır, alt/üst, büyük/küçük vb. şekilde araştırmacı tarafından oluşturulur. Gölge değişkenler 1 veya 0 şeklinde kodlanır.

faktörlerinin farklılaştığı hipotezini doğrulamak/yanlışlamak bakımından iki ayrı model ve buna bağlı olarak iki bağımlı değişken daha geliştirilmiştir. Sanayi sektörüne yapılan yatırımların yer seçimini belirleyen faktörleri tanımlayan ikinci bağımlı değişken, 1990-2003 döneminde bir ilin sanayi sektörüne yapılan kümülatif DYY değeridir. Üçüncü bağımlı değişken, 1990-2003 döneminde bir ilin hizmet sektörüne yapılan kümülatif DYY miktarıdır (Çizelge 6.1).

Bağımlı değişkenlerle ilgili iki önemli hususu ayrıca belirtmek gerekir. İlki, Türkiye'nin her bir iline yıllar itibariyle ne kadar DYY yapıldığına dair bir veri ne yazık ki söz konusu değildir. Bu nedenle bağımlı değişkenlere ilişkin veri HMYSGM tarafından sağlanan veri tabanında yer alan 6511 firmanın kuruluş sermayesinin il bazında sınıflanması yoluyla elde edilmiştir. İkincisi, analiz döneminin neden 1990-2003 arasını kapsadığı meselesidir.⁹² Şunu peşinen belirtmek gerekir ki, ampirik bir araştırma için literatürde benimsenen analiz dönemi 1 yıl ile 15 yıl arasında değişiklik göstermektedir. Mesela, Deichmann vd. (2003) sadece 1995 yılını, Wu ve Radbone (2005) sadece 2000 yılını analiz aralığı olarak alırken, He (2002) 2 yılı, Coughlin vd. (1991) 3 yılı, Gao (2005) 4 yılı, Broadman ve Recanatini (2001) 5 yılı, Mariotti ve Piscitello (1995) 6 yılı, Fung vd. (2002) 7 yılı, Pelegrin (2004) 8 yılı, Woodward (1992) 10 yılı, Deichmann (2002) 11 yılı, Friedman vd. (1992) 12 yılı, Sun vd. (2002) 13 yılı ve Kang ve Lee (2004) 15 yılı kapsayan bir aralığı analiz için örneklem yıl olarak tespit etmişlerdir. Ancak incelenen 63 araştırmanın ortalaması ele alındığı zaman genellikle araştırmacıların 7,5 yıllık bir dönemi analiz aralığı olarak benimsedikleri ortaya çıkmaktadır. Bir çok ülkede mevcut veri kaynakları daha uzun dönemleri incelemeye olarak sağlamasına karşın araştırmaların ortalama 7-8 yıllık bir dönemi analiz için uygun bulmalarının bir takım nedenleri vardır. Bu nedenlerden en önemlisi, zaman dilimi uzadıkça bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki zaman tutarlılığının azalması sonucu analizin gücünün zayıflama olasılığıdır (Guimares vd., 2000:119). Bunun anlamı bağımlı değişkeninin varsayalım 30 yıllık bir dönemi kapsadığı bir araştırmada kullanılan bağımsız değişkenlerin aynı dönemi kapsamaması hemen hemen mümkün değildir. İkincisi, zaman dönemi geriye doğru gittikçe bu dönemi ölçebileceğiniz verinin hem nicelik hem de nitelik bakımından miktarının ve kalitesinin azalması ve/veya bozulması sorununun gündeme gelmesidir. Son olarak yapılan araştırmalar kısa dönemli verilere dayanan analizler ile uzun dönemli analizlerin istatistiksel olarak büyük ölçüde birbiri ile tutarlı olduğunu ortaya koymuştur.

Yukarıda belirtilen gerekçeler göz önüne alındığında, bu araştırmada 14 yıllık dönemin analiz aralığı olarak kapsanması uygun bulunmuştur. Bu dönemin niçin seçildiği ayrıca iki önemli sebeple yakından bağlantılıdır. İlki, daha önce de belirtildiği gibi yeni

⁹² Kuşkusuz her bir yılı ayrı ayrı analiz etmek de mümkündür. Böylece her bir değişkenin farklı yıllarda nasıl etki gösterdiği tespit edilebilir.

4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu'nun 17.06.2003 tarihinde yürürlüğe girmesinde sonra il bazında sermaye miktarına dayalı istatistikleri artık yayınlamamasıdır. Bu nedenle analizin üst sınırı 17 Haziran 2003 tarihidir. İkincisi, Türkiye'de 1990 öncesinde gerek izin verilen veya fiilen giren DYY miktarının gerekse firma sayısının son derece düşük olmasıdır. Ülkede DYY'nin gerçek anlamda bir fenomen haline gelmesi 1990 sonrasıdır. Ayrıca 14 yıllık periyot literatür ortalaması ile kıyaslandığında zaten son derece büyük bir zaman dilimini işaret etmektedir.

Bağımlı değişkenle ilgili bir diğer durum analizin mekansal birimi ve örneklem büyüklüğüdür. Bu araştırmanın mekansal analiz birimi ildir. Şüphesiz bu araştırma ilçe düzeyinde de yapılabilirdi. Ancak il düzeyinde bile bir çok verinin bulunmadığı Türkiye'de ilçe düzeyinde böyle bir araştırmayı yapmak neredeyse mümkün değildir. Örneklem büyüklüğüne (N sayısı) gelince, Türkiye'de 81 il olmasına karşın, Ağrı, Amasya, Ardahan, Bartın, Batman, Bayburt, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Gümüşhane, Hakkari, Kastamonu, Kütahya, Muş, Osmaniye, Siirt, Tokat ve Tunceli illerinde 1990-2003 döneminde hiç yabancı yatırım olmadığı için bu 20 il doğal olarak analiz dışında tutulmuştur. Bu nedenle birinci bağımlı değişkende ($\ln DYY$) $n=61$ 'dir. İkinci bağımlı değişken ($\ln DYY_{SANAYI}$) için $n=46$, üçüncü bağımlı değişken ($\ln DYY_{HIZMET}$) içinse $n=51$ 'dir. N sayısının sektörlere⁹³ göre azalması 20 il dışındaki bazı illerde de sanayi veya hizmet sektöründe DYY'nin bulunmadığını işaret etmektedir.

6.3.2. Bağımsız Değişkenlerin Oluşturulması

Bölüm V'de araştırmanın hipotezleri ileri sürülürken aynı zamanda bu hipotezlerin hangi bağımsız değişkenler kullanılarak test edileceği gerekçeli olarak belirtilmişti. Aynı bölümde regresyon analizinde kullanılacak bağımsız değişkenlerin seçiminin neye göre yapıldığı ampirik araştırmalardan elde edilen kanıtlar ışığında ayrıntılı bir şekilde tartışılmıştı. Çizelge 6.1, teorik ve özellikle de ampirik literatüre dayalı olarak oluşturulan ve bu araştırmada kullanılan her bir bağımsız değişkenin ayrıntılarını içermektedir. Buna göre şu an ki araştırma yedi lokasyon faktörünün bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini 25 ayrı bağımsız değişken kullanarak ölçmeye çalışmaktadır.

Yığılma ekonomilerinin lokasyon üzerindeki etkisini ampirik olarak ölçmek için, verinin mevcudiyetine bağlı olarak farklı araştırmalar farklı veri ve ölçü birimleri kullanmaktadır. Bu çalışmada yığılma ekonomilerinin etkisini yakalamak için dört

⁹³ Türkiye'de DYY içinde tarım sektörünün payı gerek firma sayısı (%2,8), gerekse yatırılan sermaye (%3,6) büyüklüğü bakımından son derece küçüktür. Ayrıca sadece 18 ilde yabancılar tarım sektörüne yatırım yapmış olduklarından bu sektör doğal olarak analiz dışında bırakılmıştır. Nitekim sadece bu araştırmada değil, literatürdeki hiç bir araştırmada tarım sektörü incelenmeye tabi tutulmamıştır. Çünkü, dünyadaki DYY'nin %0,5'inden daha az bir kısmı tarımın sektörüne yapılmıştır. Bu hem tarım payının ihmal edilebilecek kadar küçük olması ile hem de yeterli örneklem hacmine sahip olmayışı ile ilgili bir durumdur.

bağımsız değişken kullanılmaktadır. Genel olarak literatürde yerleşme ekonomilerinin gücünü ölçmek için bazen yerli veya yabancı sanayi tesislerinin sayısı bazen de endüstrideki istihdam miktarı kullanılmaktadır. Bu çalışmada, yerleşme ekonomilerinin gücü iki bağımsız değişken yoluyla test edilmektedir. Bunlardan biri, YSF şeklinde etiketlediğimiz bir ilde 1990-2003 döneminde faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmaların sayısıdır. Diğeri, bir ilde 2001 yılında faaliyet gösteren sanayi tesislerinin sayısı (SANAYİ)'dir. Diğeri taraftan kentleşme ekonomilerinin varlığını ölçmek için literatürde üç ayrı değişken (hizmet sektöründeki istihdam, kentleşme oranı ve km² başına nüfus yoğunluğu) kullanılmaktadır. Guimaraes vd. (2000:124) kentleşme ekonomilerinin en iyi şekilde hizmet sektöründe istihdam edilen nüfus ile ölçülebileceğini belirtmektedir. Bu nedenle bu araştırmada kentleşme ekonomilerinin varlığı 2000 yılında bir ilde hizmet sektöründe çalışan nüfusun toplam nüfusa oranı (HİZMET) kullanılarak yakalanmaya çalışılmaktadır. Kentleşme ekonomilerini tespit etmek amacıyla kullanılan diğeri iki değişkende analize dahil edilmiş ancak bunların çok yüksek korelasyon göstermeleri ve regresyon analizinde çoklu doğrusallık sorununa yol açması nedeniyle diğeri bağımlı ve bağımsız değişkenlerle en az probleme yol açan ve en iyi sonucu veren biri yani kentleşme düzeyi tercih edilmiştir. Böylece kentleşme ekonomilerinin diğeri yönünü tespit etmek amacıyla 2000 yılında bir ilin kentleşme oranı (KENTLEŞME) analize dahil edilmiştir.

Bu çalışmada **piyasa** faktörünün etkisi üç ayrı bağımsız değişken (piyasa potansiyeli, piyasa büyümesi ve piyasa kuvveti) yoluyla ölçülmeye çalışılmaktadır. Literatürde piyasa potansiyeli her bir ilin nüfusu veya ilin meydana getirdiği gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) ile ölçülmektedir. Bu çalışmada piyasa potansiyeli bir ilin 2000 yılındaki nüfusu (NÜFUS) kullanılarak ölçülmektedir. Piyasa kuvveti ise literatürde bir ilde kişi başına düşen GSYİH ile ölçülmektedir. Bu araştırmada da 2000 yılı için aynı değişken (GSYİH) kullanılmaktadır. Nüfus bir ilin piyasa potansiyelini gösterirken, GSYİH bir yandan yerel talebin satın alma gücünü öbür yandan lokal ekonomik kalkınmanın düzeyini ortaya koymaktadır. Nüfus, GSYİH ve kişi başına gelir değişkenleri piyasanın büyüklüğünü ve harcama gücünü ortaya koymakla birlikte, piyasanın gelişme dinamiklerini yakalayamazlar. Yani bu iki değişken bir ilin piyasa dinamiklerini durgunluğunu (nüfusun artmaması/azalması) ya da büyümeyi (iç ve dış göç) ortaya koymadığı için piyasa ile ilgili üçüncü değişkene ihtiyaç vardır. Piyasa dinamiklerini gösteren bu değişken literatürde ya yıllık ortalama nüfus artış hızı ya da GSYİH'daki yıllık değişim yoluyla test edilmektedir. Bu çalışmada piyasanın büyüme potansiyeli bir ilin 1990-2000 döneminde yıllık ortalama nüfus artış hızı (NÜFUSARTIŞI) değişkeni ile ölçülmeye çalışılmaktadır.

Bu çalışmada **emek** faktörünün DYY üzerindeki etki beş ayrı bağımsız değişken (emeğin arzı, maliyeti, verimliliği, niteliği, örgütlenmesi) ile ölçülmektedir. Bu çalışmada emek maliyeti diğeri araştırmalarda yaygın şekilde kullanıldığı gibi bir ilde imalat sanayideki işgücü maliyetinin sanayide ücretle çalışanların yıllık ortalama sayısına

bölünmesi (ÜCRET) ile elde edilen bağımsız değişken yoluyla ölçülmektedir. İşgücü verimliliği bazen işçi-saat başına katma değer (Coughlin ve Segev, 2000b:334), bazen imalat saati başına katma değer (Woodward, 1992:699) bazen de sanayi katma değerinin işçi sayısına bölünmesi yani işçi sayısı başına katma değer (Friedman vd., 1992:410; Head ve Ries, 1996:49) ile ölçülmektedir. Coughlin ve Segev (2000b:334) bu alternatif ölçme yöntemlerinin tümünün ampirik sonuçları değiştirmedini belirtmektedir. Buna dayalı olarak bu çalışmada işgücü verimliliği bir ilde sanayi katma değerinin sanayideki işçi sayısına bölünmesi (VERİMLİLİK)⁹⁴ ile ölçülmektedir. Literatürde emeğin niteliğini ölçmek için çok sayıda farklı değişkenler kullanıldığı dikkati çekmektedir. Bazı çalışmalar okur-yazar nüfus oranı veya okullaşma düzeyini, bazıları öğretmen başına öğrenci sayısını ya da ilk/orta/lise/üniversiteyi bitirenlerin oranını, bazıları ise AR-GE'de çalışan nüfusun payını kullanarak işgücünün niteliğini ölçmeye çalışmaktadır. Bu çalışmada emeğin niteliğini ölçmek için bir ilin genel eğitim düzeyini göstermesi açısından okur-yazar nüfus oranı ile bir ilin sahip olduğu en nitelikli işgücünün payını göstermesi açısından üniversiteyi bitirenlerin oranı kullanılmıştır. Böylece her iki bağımsız değişken analize dahil edilmiş ancak bunların çok yüksek korelasyon göstermeleri ve regresyon analizinde çoklu doğrusallık sorununa yol açması nedeniyle diğer bağımlı ve bağımsız değişkenlerle en az probleme yol açan ve en iyi sonucu veren biri yani üniversiteyi bitirenlerin oranı tercih edilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmada işgücünün niteliği bir ilde yüksekokul veya fakülte bitirenlerin 25 ve daha yukarı yaştaki nüfusa oranı (EĞİTİM) şeklinde oluşturulan bağımsız değişken ile ölçülmektedir. Bir yerde emek arzının ya da daha başka bir ifade ile işgücünün bulunabilirliğinin ölçmek için işsizlik oranı değişkeni kullanılmaktadır. Böylece bu araştırmada işgücü arzının DYY lokasyonu üzerindeki etkisini ölçmek için bir ilin 2000 yılında sahip olduğu işsizlik oranı (İŞSİZLİK) kullanılmıştır. Emeğin örgütlenme düzeyini ortaya koymak amacıyla sendikaya üye işçi sayısı kullanılmaktadır. Bu çalışmada sendikalaşma düzeyinin DYY lokasyonu üzerindeki etkisini test etmek amacıyla bir ilde 2001 yılında sendikaya üye işçi sayısı (SENDİKA) kullanılmaktadır.

Bu araştırmada **erişilebilirlik ve altyapı** faktörünün DYY lokasyonu üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla beş farklı bağımsız değişken (karayolu, liman, havayolu, iletişim ve elektrik) kullanılmıştır. Karayolunun DYY üzerindeki etkisi, bir ildeki asfaltlı yollarının ilin toplam alanına oranı (KARAYOLU) ile ölçülmektedir. Bu çalışmada deniz ulaşımını önemini literatürdeki diğer çalışmalar gibi bir yerde limanın bulunup bulunmaması (LİMAN) şeklinde gölge değişken kullanılarak ölçülmektedir. Dolayısıyla

⁹⁴ Türkiye'de yerli ve yabancı firmaların verimlilik düzeylerini ölçen Lenger ve Taymaz (2005:140) tarafından yapılan bir çalışmada da emek verimliliği işçi sayısı başına katma değer ile ölçülmüştür. Bu çalışma ayrıca Türkiye'deki yabancı firmaların yerli firmalardan daha verimli, daha teknolojik ve yenilikçi olduğunu ortaya koymuştur.

eğer bir il limana sahipse 1, değilse 0 değerini almaktadır. Aynı şekilde hava ulaşımının DYY üzerinde etkisi de (HAVAYOLU) gölge değişken kullanılarak test edilmektedir. Buna göre eğer bir il hava alanına sahipse 1, değilse 0 değeri almaktadır. Literatürde iletişim altyapısının etkisi ölçmek için ya bir ildeki telefon sayısı (kişi başına veya ilin toplam telefon sayısı) ya da posta ve telekomünikasyon hizmetlerinin işlem hacmi/değeri kullanılmaktadır. Bu araştırmada iletişim altyapısının etkisi bir ilde kişi başına düşen telefon kontör değeri ile test edilmektedir. Bu ölçme birimi telefon sayısına göre daha anlamlı olup, bir yerdeki iletişimin önemini daha iyi yansıtmaktadır. Nitekim, DPT (2003) tarafından yapılan bir araştırmada da aynı ölçme birinin kullanıldığı dikkati çekmektedir. Son olarak elektrik enerjisinin yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerinde etkisi olup olmadığını test etmek amacıyla bir ilde kişi başına düşen elektrik tüketimi (ELEKTRİK) değişkeni analize dahil edilmiştir.

Bu çalışmada lokasyon seçimini belirleyen faktörlerden biri olan **devlet politikası ve teşviklerin** yabancı yatırımlar üzerindeki etkisini ölçmek için üç bağımsız değişken (KÖY teşvik, serbest bölge ve kamu yatırımı) kullanılmaktadır. Bu çalışmada hem KÖY sisteminin hem de serbest bölgenin DYY üzerindeki etkisi, gölge değişken yaratılmak suretiyle test edilmektedir. Böylece KÖY kapsamında olan iller 1, olmayan iller 0 değerini (KÖYTEŞVİK) almaktadır. Keza eğer bir il içinde serbest bölge varsa 1, yoksa 0 değeri (SERBESTBÖLGE) almaktadır. Kamu yatırımları ile DYY arasındaki ilişki ise 1995-2000 dönemi içerisinde bir ilde kişi başına düşen kamu yatırımı miktarı (KAMUYATIRIMI) kullanılarak test edilmektedir.

Bu araştırmada **coğrafi** faktörlerin lokasyon seçimine olan etkisi dört bağımsız değişken (arazi, sınır, kıyı-iç ve İstanbul) sayesinde belirlenmeye çalışılmaktadır. Bir ilin sahip olduğu arazinin büyüklüğü ile DYY arasında ilişki, 2000 yılında bir ilin yüzölçümü (ARAZİ) kullanılarak ölçülmektedir. Bu ilk bağımsız değişkenden farklı olarak geri kalan üç bağımsız değişken bir yerin coğrafi konumuna bağlı olarak meydana gelen bilgi maliyetlerini ölçmeyi hedeflemektedir. Bunlardan ilki olan sınır etkisinin Türkiye bağlamında geçerli olup olmadığını gölge değişken yoluyla incelenmektedir. Yani eğer bir il sınırda yer alıyorsa 1, değilse 0 değeri (SINIR) olmakta ve böylece sınır bölgelerinin DYY için çekici olup olmadığı test edilmeye çalışılmaktadır. Kıyı alanlar iç bölgelere nazaran düşük bilgi maliyeti olan bölgeler olarak tanımlanmakta ve bu nedenle bu tip alanlar DYY için önemli çekim merkezleri oluşturmaktadır. Bu çalışmada kıyı-iç bölge ikilemini test etmek amacıyla gölge değişken kullanılmaktadır. Buna göre, eğer bir il kıyıda yer alıyorsa 1, iç kısımda bulunuyorsa o değerini almaktadır. Bilgi maliyetleri ile ilişkili olarak DYY literatürde son dönemlerde ele alınan bir diğer husus "ülke metropolü" ya da "başkent etkisi" (capital effect) olarak adlandırılan, lider metropollerin yabancı yatırımlar üzerine yaptığı etkidir. Baş kent etkisinin varlığını test etmek için İstanbul için 1, geri kalan illeri için 0 değeri alan gölge değişken kullanılmaktadır.

Bu araştırmada DYY zerine etkisi belirlenemeye çalışılan son lokasyon faktörü **yaşam kalitesidir**. Daha öncede belirtildiği gibi bu lokasyon faktörünü ölçmek son derece güçtür. Nitekim bu faktörü ölçmek için geliştirilmiş olan ve ortak kullanımı kabul edilen bir değişkende söz konusu değildir. Bazı araştırmacılar suç düzeyini, bazıları kültürel çekicilik sayısını, bazıları da yoksulluk düzeyini yaşam kalitesini ölçmek için kullanmıştır. Bu araştırma da bir ilde kişi başına düşen suç sayısı (SUÇ) yaşam kalitesini ölçmek için kullanılmıştır. nk bir yerde suç oranlarının yüksek olması, o alanın kurumsal yapısının zayıf, istikrarının düşük ve sosyal atmosferinin kötü olduğunu gösterebilir (Mariotti ve Piscitello, 1995; Broadman ve Recanatini, 2001). Dolayısıyla bir alandaki suç düzeyi bir anlamda o sahanın yaşam kalitesinin boyutlarını sunmaktadır.

6.3.2.1. Atlanan ve Dışlanan Bağımsız Değişkenler

Bu araştırmada dört bağımsız değişken regresyon analizine katılmak istenmesine rağmen çeşitli gereklerle analiz dışı tutulmuştur. Bunların ikisi (dış ticaret değişkeni ve kültür değişkeni) yeterli veri olmadığı için analize hiç katılmazken, diğer iki bağımsız değişken (nüfus yoğunluğu ve okur-yazar oranı) nce analize dahil edilmiş ancak daha sonra ya diğer değişkenlerle çakıştığı için ya da istenilen performansı göstermediği için regresyon analizinden dışlanmıştır. Kentleşme ekonomilerini tespit amaçlı kullanılan nüfus yoğunluğu değişkeni ile emek niteliğini temsil etmek için kullanılan okur-yazar nüfus oranı değişkeni daha öncede değinildiği gibi önce analize dahil edilmiş ancak bunların muadili olan değişkenler ile çok yüksek korelasyon göstermeleri ve bununda regresyon analizinde çoklu doğrusallık sorununa yol açması nedeniyle diğer bağımlı ve bağımsız değişkenlerle en az probleme yol açan ve en iyi sonucu veren biri tercih edilmiştir.

Literatüründe çeşitli araştırmalar tarafından DYY lokasyonu üzerindeki etkisi test edilen *dış ticaret değişkeni* ise ne yazık ki yetersiz veri nedeniyle analize hiç katılamamıştır. Bir ilin küresel ekonomiye yani dış dünyaya açıklık derecesini ölçmeye yarayan dış ticaret değişkeni, Türkiye’de dış ticaret ile DYY arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymasını bakımından incelemeye değer bir konudur. Eğer DYY Türkiye’nin karşılaştırmalı üstünlüğünün olduğu sektörlere geliyorsa, bu durumda DYY ile ithalatın pozitif ilişki içinde olması beklenir ve gelen DYY tamamlayıcı role sahiptir. Fakat, yabancı firmalar karşılaştırmalı üstünlüğün olmadığı sektörlere yatırım yapıyorsa bu durumda DYY’nin ikame edici etkisi kuvvetli demektir. Dış ticaretin DYY ile nasıl bir ilişki içinde olacağını öngörmek zordur. İşte, literatürde hem DYY akışı ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi test etmek hem de DYY lokasyonu bağlamında illerin uluslararası ticarete açıklık derecesini belirlemek amaçıyla dış ticaret hacminin GSYİH’ye oranı kullanılmaktadır. Ancak Türkiye’nin tüm illerinde dış ticaretin (ihracat/ithalat) söz konusu olmamasından dolayı ancak bazı illere ait dış ticaret verisi bulunmaktadır. Bu da bu tip bir analizi imkansız kılmaktadır. Aynı şekilde bazı araştırmaların yaşam kalitesini yakalamak için

kültürel etkinlikleri ölçü birimi olarak kullandığını belirtmiştik. Bu araştırma da yaşam kalitesini ölçmek için *kültür değişkeni* (sinema ve tiyatro sayıları) kullanılmak istenmiştir. Ancak ne var ki tıpkı dış ticarete olduğu gibi bazı illerde ne sinema ne de tiyatro bulunmadığı için veri söz konusu değildir. Bu nedenle hem dış ticaret hem de kültür değişkeni analize sokulamamıştır.

6.4. Regresyon Analizi

Bir bağımlı değişken ile iki ya da daha fazla bağımsız değişken arasındaki sebep-sonuç ilişkisini matematiksel bir model ile ortaya koyan yöntem *regresyon analizi* adı verilir. İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin derecesini, gücünü ve yönünü belirleyen yöntem ise *korelasyon analizi* denir. Regresyon ve korelasyon analizleri birbiri ile çok yakından ilişkilidir. Bu iki analiz birlikte yapılır ve birbirini tamamlayıcı özelliğe sahiptir. Verilere regresyon analizi uygularken korelasyon analizini de uygulanır. Yani regresyon analizi yapmadan korelasyon analizi yapmak mümkün olmakla birlikte, korelasyonsuz bir regresyon analizi mümkün değildir (Özdamar, 2004:527-528). Dolayısıyla bu çalışmada regresyon analizi yapılırken aynı zamanda korelasyon analizine de başvurulmaktadır. Ayrıca zaman zaman regresyon analizinin varsayımlarını kontrol etmek amacıyla diğer hipotez testleri de kullanılmaktadır.

Regresyon ve korelasyon analizi, fen ve sosyal bilim alanlarında yapılan araştırmaların yanı sıra coğrafi araştırmalarda da çok fazla kullanılan en önemli istatistiksel analizlerden biridir (Clark ve Hoasking, 1986; Griffith vd., 1991; Shaw ve Wheeler, 1994; Rogerson, 2001). Nitekim Slocum (1990:91) tarafından yapılan bir araştırma, 1956-1990 döneminde Anglo-Sakson ülkelerinde fiziki, beşeri ve ekonomik coğrafya konusunda yapılan çalışmalarda en fazla kullanılan istatistiksel yöntemin regresyon ve korelasyon analizi olduğunu ortaya koymuştur.

Regresyon analizi 3 ayrı grupta toplanabilir (Clark ve Hoasking, 1986; Shaw ve Wheeler, 1994; Rogerson, 2001; Özdamar, 2004; Field, 2005;):

- (1) Basit doğrusal regresyon (simple linear regression),
- (2) Çoklu doğrusal regresyon (multiple linear regression),
- (3) Doğrusal olmayan (nonlinear regression) lojistik ve/veya lojit regresyon (logistic/logit regression).

Basit doğrusal regresyon, bir bağımlı değişken ile bir bağımsız değişken arasındaki sebep-sonuç ilişkisini doğrusal bir model ile ortaya koyan yöntem denir. Bir bağımlı değişken ile iki ya da daha fazla bağımsız değişken arasındaki sebep-sonuç ilişkisini doğrusal şekilde matematiksel bir model ile ortaya koyan yöntem *çoklu doğrusal regresyon* adı verilir. Basit ve çoklu doğrusal regresyon analizinin uygulanabilmesi için değişkenlerin bazı varsayımları yerine getirmesi gerekir. Bu varsayımların sağlanmadığı

veri setlerine basit veya çoklu regresyon analizi uygulanamadığı için bu tip veriler lojistik regresyon yöntemi ile analiz edilir. Dolayısıyla bağımlı değişkenin kategorik⁹⁵ ve bağımlı ve bağımsız değişkenlerin arasındaki matematiksel ilişkinin doğrusal olmadığı durumlarda, değişkenler arasındaki sebep-sonuç ilişkisi *lojistik/lojit regresyon analizi* ile yapılır. Bu çalışmada çok sayıda bağımsız değişkeni test etmeyi amaçlamasından dolayı daha öncede belirtildiği gibi çoklu doğrusal regresyon analizini yöntem olarak benimsemiştir.

6.4.1. Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli ve Temel Özellikleri

İstatistiksel analizler içinde en fazla kullanılan analizlerden biri olan **çoklu regresyon** analizi, bir bağımlı değişken (Y) ile iki ya da daha fazla bağımsız değişken (X) arasında ilişki kurarak çıkarım yapmamızı sağlayan bir analiz türüdür. Regresyon analizi, ile bağımlı değişken üzerinde bağımsız değişkenlerin etkileri ile ilgili öne sürülen hipotezleri test etmek mümkün kılan bir yöntemdir. Ayrıca bu analiz sayesinde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında nasıl bir ilişki olduğunu tespit etmek, bu ilişkinin istatistiksel bakımdan anlamlı olup olmadığını belirlemek ve böylece araştırılan sorunla ilgili bir sonuca ulaşmak mümkündür. Bu analizde temel amaç, bağımlı değişkeni bağımsız değişkenlerin bir fonksiyonu olarak ifade ederek bu fonksiyon yardımı ile bağımlı değişkenin değerlerini tahmin etmek veya öngörmektir (Clark ve Hoasking, 1986; Griffith vd., 1991; Shaw ve Wheeler, 1994; Ergün, 1995; Rogerson, 2001; Özdamar, 2004; Field, 2005). Çoklu regresyon modelinin denklemleri şu şekilde yazılmaktadır:

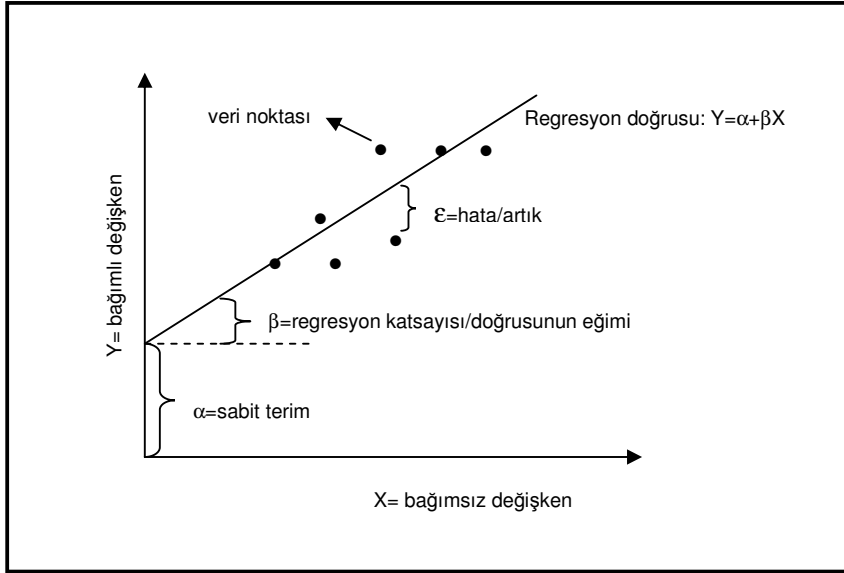
$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon \quad (6.1)$$

Y = bağımlı değişken; α (alpha) = sabit terim (intercept, constant) olup bazen β_0 olarak da adlandırılan katsayı yani regresyon doğrusunun Y eksenine ile kesiştiği nokta; $\beta_1 \dots \beta_n$, her bağımsız değişkenin regresyon katsayısı (β :Beta) veya regresyon doğrusunun eğimi; $X_1 \dots X_n$: bağımsız değişkenler; ε (epsilon), hata terimi ya da artık (residual)'dir (Şekil 6.3). Başka bir ifade ile, Y'nin gözlemlenen değeri ile tahmin edilen değeri arasındaki farklılıktır.

Regresyon modelinde her bir bağımsız değişken kendi regresyon katsayısına sahiptir. Regresyon doğrusu veya eğimi, diğer bağımsız değişkenler sabit tutulduğunda, X'de meydana gelen bir birimlik değişiminin Y'de ne kadar ya da kaç birimlik değişime yol açacağını belirler. Bağımlı değişken, tüm bağımsız değişkenlerin değerinin kendi katsayıları ile çarpılması artı hata terimi yoluyla tahmin edilir. Modelin amacı, bağımlı değişken ile maksimum korelasyon gösteren bağımsız değişkenler arasında doğrusal ilişkiyi kurmaktır.

⁹⁵ Bağımlı değişkenin kategorik olması sayısal olmayan, isimsel değere sahip olan verileri içermesi anlamına gelir. Bu nedenle kategorik tip bağımlı değişkenler, var-yok, olumlu-olumsuz, az-orta-çok, kötü-orta-iyi-pekiyi vb. şekilde ikili, üçlü ve çoklu biçim alır ve sadece lojistik regresyon yoluyla analiz edilir.

Şekil 6.3. Bir doğrusal regresyon modelinin temel özellikleri



Kaynak: Shaw ve Wheeler (1994:199) ve Griffith vd. (1991:323)'den faydalanılarak çizilmiştir.

Regresyon analizin amacı, bağımlı (Y) ve bağımsız (X) değişkenlerin dayalı olduğu gözlemleri yani veri setini kullanarak, α ve β parametrelerin değerlerini bulmaktır. Regresyon analizinde bağımlı değişkenin değerini tahmin etmek/bulmak için her bir regresyon katsayısının (α ve β) değerini ölçmek gerekir. Regresyon analizinde doğru denkleminin parametreleri yani α ve β katsayılarının tahmini **En Küçük Kareler** (EKK) yöntemi ile hesaplanır. Regresyon katsayısını hesaplayabilmek için öncelikle regresyon doğrusu (regression line) adı verilen ve EKK yöntemi ile çizilen veya bulunan bir metoda ihtiyaç vardır. EKK yöntemi, veriye en iyi uyum sağlayan regresyon doğrusunu hatayı en küçük yapacak şekilde bulmayı sağlar (Clark ve Hoasking, 1986:336; Griffith vd., 1991:323; Shaw ve Wheeler, 1994:199; Field, 2005:146). Yani, bu yöntem sayesinde toplanan verilere en iyi uyacak bir doğru tahmin edilir. EKK yönteminde temel amaç, karesi alınmış hata terimlerinin yani Y'nin aldığı gerçek değerlerle, regresyon doğrusu tarafından belirlenen değerler arasındaki farkların toplamını en küçük yapmaya çalışmaktır. Yöntem veri noktalarının oluşturulan regresyon doğrusuna mümkün olduğu kadar yakın olmasını sağlar. Eğer model verilere tam uyarsa yani tüm veri noktaları regresyon doğrusunun üzerinde olursa, hataların kareleri toplamı sıfır olur ki bu kurulan modelin mükemmel olduğunu gösterir. Ancak gerçekte hemen hemen mümkün değildir. Dolayısıyla EKK yöntemi ile oluşturulan bu regresyon doğrusu mükemmel değildir. Bu doğru ile veri noktaları arasında kalan farklar *hata* (error) veya *artık* (residual) olarak adlandırılır (Şekil 6.3). Böylece artık, gözlenen ve tahmin edilen değer arasındaki fark olup bir regresyon modelindeki hatayı gösterir (Shaw ve Wheeler, 1994:203; Rogerson, 2001:106). Eğer model örneklem verisine tam olarak uyarsa, tüm artıklar sıfır, çok büyük

ölçüde uyarsa, tüm artıklar çok küçük olur. Artıklar büyüdükçe modelin uygunluğu ve gücü azalırken, tam tersi durumda modelin geçerliliği ve gücü artar. Burada arzu edilen hataların mümkün olduğu kadar minimum olmasıdır.

Regresyon analizinde, kurulan regresyon modelinin bağımlı değişkenin (varyansının) ne kadarını açıkladığı **belirtme/karar katsayısı (R^2)** ile belirlenir (Griffith vd., 1991:327; Rogerson, 2001:110; Field, 2005:148). R^2 , bağımlı değişkenin gözlenen değeri ile tahmin edilen değeri arasındaki korelasyon katsayısının karesidir. Eğer gözlenen değerlerin hepsi, regresyon doğrusunun üzerinde yer alırsa, R^2 'nin değeri 1, eğer değişkenler arasında doğrusal bir ilişki söz konusu olmazsa, R^2 'nin değeri 0 olur. Genellikle R^2 'nin %50'den daha büyük olması arzu edilir. Böylece R^2 , bağımsız değişken(ler)in bağımlı değişkendeki değişimin % kaçını açıkladığını gösterir. Öte yandan Eğer R^2 örneklem yerine kitleden alınsa idi bu durumda R^2 değeri ne olurdu sorusunun cevabını bulmak için Düzeltilmiş R^2 (Adjusted R^2) değeri hesaplanır (Rogerson, 2001:106; Field, 2005:172). Böylece bir modeldeki Düzeltilmiş R^2 değeri, bir taraftan modelin tahmin gücündeki kaybı, diğer taraftan evren/kitle ile örneklem arasındaki değeri arasındaki farkı göstermesi bakımından önemlidir. Ayrıca Düzeltilmiş R^2 değeri, kurduğumuz modelin ne ölçüde genelleştirilebileceğini de ortaya koymaktadır. Şüphesiz ideal olan Düzeltilmiş R^2 'nin değerinin R^2 değerine eşit ya da yakın olmasıdır (Field, 2005:188).

Regresyon analizinde kurulan model iki teste tabi tutulur. İlk önce, tüm denklemin veya modelin önemi test edilir. Daha sonra ise her bir regresyon katsayısının önemi test edilir (Clark ve Hoasking, 1986:358). Regresyon modelinin önemliliğini test etmek için **F testi** uygulanır. Bu test, açıklanan varyansın açıklanmayan varyansa oranının önemini istatistiksel bakımdan belirlemek için kullanılır (Clark ve Hoasking, 1986:358). Varyans analizi (ANOVA) olarak da bilinen F testi, regresyon modelinin bağımlı değişkendeki değişimin oranının önemli bir bölümünü ne derecede başarılı bir şekilde açıkladığını gösterir (Shaw ve Wheeler, 1994:205). Diğer bir ifade ile F testi, uygun bir modelden çıkarılan tahmindeki iyileşmelerin oranını gösterir. Böylece F testi, modelin tüm veriye anlamlı bir şekilde uygunluğunu test eder. F istatistiğinin en az 1 'den büyük olması beklenir. Kuşkusuz iyi bir model, yüksek bir F değerine sahip modeldir. (Field, 2005:150).

Çoklu doğrusal regresyon modelinde, her bir regresyon katsayısının (β) istatistiksel bakımdan anlamlı olup olmadığı **t testi** ile yapılır (Griffith vd., 1991:333; Rogerson, 2001:112). T testi, her bir bağımsız değişkenin tüm modele yaptığı katkının önemini test etmesi bakımından çok önemlidir. Bu test, (1) modelin parametrelerinin önemli olup olmadığını, (2) bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında nasıl bir ilişki (pozitif-negatif) olduğunu, (3) her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni ne derecede

etkilediğini yani X'deki değişimin Y'yi anlamada önemli olup olmadığını ortaya koyar (Field, 2005:192).

Regresyon analizinde her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişkene karşı olan önemliliği sıfır hipotezine ($H_0:\beta_1=0$) karşı araştırma hipotezi ($H_1:\beta_1\neq 0$) hipotezi kurularak t testi ile sınılanır. Eğer testin sonucunda $H_0:\beta_1=0$ hipotezi kabul edilirse regresyon doğrusu anlamlı değildir dolayısıyla Y'deki değişimler X'deki değişimlerden kaynaklanmamaktadır sonucuna varılır. Başka bir ifade ile X ve Y arasında doğrusal bir ilişki olmadığı için bağımsız değişken (X) bağımlı değişkeni (Y) tahmin edememektedir. Ancak eğer testin sonucunda $H_0:\beta_1\neq 0$ hipotezi red edilirse, regresyon doğrusu anlamlı/önemlidir dolayısıyla X ve Y arasında doğrusal bir ilişki söz konusudur ve Y'deki değişimler X'deki değişimlerden kaynaklanmaktadır çıkarımı yapılır. Diğer bir deyişle, bağımsız değişken (X) bağımlı değişkene (Y) istatistiksel olarak katkı sağlamakta ve onu tahmin edebilmektedir (Clark ve Hoasking, 1986:360; Rogerson, 2001:112; Field, 2005:151). Böylece regresyon analizinin nihai hedefi sıfır hipotezine karşı kurulan araştırma hipotezinde ileri sürülen iddianın kabul edilip edilmeyeceğini matematiksel kesinlikle ortaya çıkarmaktır.

6.4.2. Çoklu Regresyon Modelinin Kurulması

Teorik ve ampirik literatürüne dayalı olarak, Türkiye'de DYY'nin coğrafi dağılımını ve/veya yer seçimini altı lokasyon faktörün belirlediğini öngörmüştük. Buna göre Türkiye'de DYY'nin lokasyon seçimini aşağıdaki denklem gibi yazmak mümkündür:

$$DYY=f(\text{YIĞILMA EKONOMİLERİ, PİYASA, EMEK, ERİŞİLEBİLİRLİK ve ALTYAPI, DEVLET POLİTİKASI ve TEŞVİKLER, COĞRAFYA, YAŞAM KALİTESİ}) \quad (6.2)$$

Denklem 6.2, Türkiye'de illere göre DYY'nin mekansal dağılımı veya yabancı firmaların lokasyon seçimini, yığılma ekonomileri, piyasa, emek, erişilebilirlik ve altyapı, devlet politikası ve teşvikler, coğrafya ve yaşam kalitesinin bir fonksiyonu olduğunu belirtmektedir.

Bu çalışmada Türkiye'ye yatırım yapmış olan yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri ortaya koymak için üç bağımlı değişken ile 25 bağımsız değişkenin oluşturulduğunu yukarıda belirtmiştik (Bkz. Çizelge 6.1). Böylece Türkiye'de DYY'nin lokasyon seçimi biri **ana model**, ikisi **sektörel model** olmak üzere üç ayrı regresyon modeli kullanılarak şu ifade edilebilir:

(1) Model 1

$$\begin{aligned} \text{LnDYY} = & \alpha + \beta_1 \text{LnYSF} + \beta_2 \text{LnSANAYİ} + \beta_3 \text{LnHİZMET} + \beta_4 \text{LnKENTLEŞME} + \beta_5 \text{LnNÜFUS} + \\ & \beta_6 \text{LnGSYİH} + \beta_7 \text{NÜFUSARTIŞI} + \beta_8 \text{LnÜCRET} + \beta_9 \text{LnVERİMLİLİK} + \beta_{10} \text{LnEĞİTİM} + \beta_{11} \text{LnİŞSİZLİK} \\ & + \beta_{12} \text{LnSENDİKA} + \beta_{13} \text{LnKARAYOLU} + \beta_{14} \text{LİMAN} + \beta_{15} \text{HAVAYOLU} + \beta_{16} \text{LnİLETİŞİM} + \beta_{17} \\ & \text{LnELEKTRİK} + \beta_{18} \text{KÖYTEŞVİK} + \beta_{19} \text{SERBESTBÖLGE} + \beta_{20} \text{LnKAMUYATIRIMI} + \beta_{21} \text{LnARAZİ} + \beta_{22} \\ & \text{LnSINIR} + \beta_{23} \text{LnKIYI-İÇ} + \beta_{24} \text{LnİSTANBUL} + \beta_{25} \text{LnSUÇ} + \varepsilon \end{aligned} \quad (6.3)$$

(2) Model 2

$$\begin{aligned} \text{LnDYY}_{\text{SANAYİ}} = & \alpha + \beta_1 \text{LnYSF} + \beta_2 \text{LnSANAYİ} + \beta_3 \text{LnHİZMET} + \beta_4 \text{LnKENTLEŞME} + \beta_5 \\ & \text{LnNÜFUS} + \beta_6 \text{LnGSYİH} + \beta_7 \text{NÜFUSARTIŞI} + \beta_8 \text{LnÜCRET} + \beta_9 \text{LnVERİMLİLİK} + \beta_{10} \text{LnEĞİTİM} + \beta_{11} \\ & \text{LnİŞSİZLİK} + \beta_{12} \text{LnSENDİKA} + \beta_{13} \text{LnKARAYOLU} + \beta_{14} \text{LİMAN} + \beta_{15} \text{HAVAYOLU} + \beta_{16} \text{LnİLETİŞİM} + \\ & \beta_{17} \text{LnELEKTRİK} + \beta_{18} \text{KÖYTEŞVİK} + \beta_{19} \text{SERBÖLGE} + \beta_{20} \text{LnKAMUYATIRIM} + \beta_{21} \text{LnARAZİ} + \beta_{22} \\ & \text{LnSINIR} + \beta_{23} \text{LnKIYI-İÇ} + \beta_{24} \text{LnİSTANBUL} + \beta_{25} \text{LnSUÇ} + \varepsilon \end{aligned} \quad (6.4)$$

(3) Model 3

$$\begin{aligned} \text{LnDYY}_{\text{HİZMET}} = & \alpha + \beta_1 \text{LnYSF} + \beta_2 \text{LnSANAYİ} + \beta_3 \text{LnHİZMET} + \beta_4 \text{LnKENTLEŞME} + \beta_5 \\ & \text{LnNÜFUS} + \beta_6 \text{LnGSYİH} + \beta_7 \text{NÜFUSARTIŞI} + \beta_8 \text{LnÜCRET} + \beta_9 \text{LnVERİMLİLİK} + \beta_{10} \text{LnEĞİTİM} + \beta_{11} \\ & \text{LnİŞSİZLİK} + \beta_{12} \text{LnSENDİKA} + \beta_{13} \text{LnKARAYOLU} + \beta_{14} \text{LİMAN} + \beta_{15} \text{HAVAYOLU} + \beta_{16} \text{LnİLETİŞİM} + \\ & \beta_{17} \text{LnELEKTRİK} + \beta_{18} \text{KÖYTEŞVİK} + \beta_{19} \text{SERBÖLGE} + \beta_{20} \text{LnKAMUYATIRIM} + \beta_{21} \text{LnARAZİ} + \beta_{22} \\ & \text{LnSINIR} + \beta_{23} \text{LnKIYI-İÇ} + \beta_{24} \text{LnİSTANBUL} + \beta_{25} \text{LnSUÇ} + \varepsilon \end{aligned} \quad (6.5)$$

Yukarıdaki her üç modelde (Bkz. Denklem 6.3, 6.4 ve 6.5) LnDYY , $\text{LnDYY}_{\text{SANAYİ}}$ ve $\text{LnDYY}_{\text{HİZMET}}$ = bağımlı değişkenler; α = denklemin sabit terimi; $\beta_1 \dots \beta_{25}$ = her bir bağımsız değişkenin regresyon katsayısı; $\text{YSF} \dots \text{SUÇ}$ = bağımsız değişkenler (Bkz. Çizelge 6.1) ve ε = hata terimi.

Her üç modelde yer alan Ln ifadesi, bazı bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olmaması, dağılımın normalliği sağlayamaması ile heterojen varyans ve uç değer (outlier) sorununu gidermek için gerekli değişkenlere logaritmik dönüştürme uygulandığını göstermektedir. Bu işlem yapılmadan önce her bir değişkenin histogramı ve saçılma grafiği incelenmiş ve normallik testi yapılmıştır. Bu işlem sonucunda koşulu sağlamayan tüm değişkenlere logaritmik dönüştürme işlemi yapılarak bunların doğrusallık ve normallik varsayımlarını yerine getirmesi sağlanmıştır. Ayrıca modelleri analize sokmadan önce bağımsız değişkenlerden ikisinde⁹⁶ varolan eksik değer/veri (missing value) sorunu giderilmiştir. Bir istatistiksel analizde eksik değer sorununu gidermek için çok sayıda seçenek vardır (Rogerson, 2001:134; Field, 2005:183). Bu çalışmada sorun eksik değerlerin yerine en yakın illerin verileri atanarak giderilmiştir.

⁹⁶ Emek maliyeti (ÜCRET) ve emek verimliliği (VERİMLİLİK) değişkenlerinde Iğdır ve Şırnak iline ait veri maalesef söz konusu değildir. DİE, özel sektörde bir ve iki işyerine ilişkin bilgileri 53 Sayılı Kanun gereği gizlilik ilkesine uymak amacıyla vermemektedir. Iğdır'da iki, Şırnak'ta ise sadece 1 sanayi kuruluşu olduğu için bu illerin sanayisine ait veriler tümüyle gizlenmektedir. Dolayısıyla bu sorunu gidermek için, Iğdır'ın yerine Kars'ın verisi, Şırnak'ın yerine ise Mardin'in verisi atanmıştır. Bilindiği gibi Iğdır Kars ilinde ayrılmış bir il olduğu için bu iki ilde işgücü maliyeti ve emek verimliliğinin birbirine çok yakın olma olasılığı söz konusudur. Aynı şekilde Şırnak ve Mardin'in emek koşulları bakımından benzer koşullara sahip olduğu düşünülmektedir. Her ne kadar Şırnak için Siirt'in verisi daha uygun olsa da bu ilde de sadece 1 sanayi tesisi bulunduğu için veri söz konusu değildir. Ayrıca Artvin ilinin emek maliyeti ve verimliliği hesaplanırken ilde özel sektöre ait sadece 1 sanayi tesisi olduğu için yalnız devlete ait tesislerin verileri baz alınmıştır.

6.4.3. Çoklu Doğrusal Regresyon Modellerinin Analiz/Test Edilmesi

Çoklu doğrusal regresyon'da başlangıç modelinin kurulmasından sonraki aşama, bu modellerin analiz veya test edilmesidir. Bu çalışmada kurulan modellerin çoğu bir istatistiksel paket program olan SPSS (Statistical Package for the Social Science) kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca zaman zaman bazı ek analizler için MİNİTAB istatistiksel paket programına da başvurulmuştur. Bu paket programlarda çoklu regresyon modellerinin analiz edilmesinde üç tip yöntem kullanılır: Giriş, hiyerarşik ve aşamalı regresyon.

Birinci yöntem, tüm bağımsız değişkenlerin aynı anda modele alınması şeklinde yapılan ve **entry yöntemi** olarak bilinen metottur (Field, 2005:160). Bu yöntemde bağımsız değişkenlerin hepsi, bağımlı değişkene etki yapıp yapmadıkları dikkate alınmaksızın analize katılır (Büyüköztürk, 2004:95). Rogerson'un (2001:132) Kitchen-Sink Yaklaşımı adını verdiği bu yöntem, modeldeki tüm bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki performansı hakkında genel bir fikir vermesi bakımından önemlidir. Bu çalışmada yukarıda belirtilen her üç model için (Bkz. denklem 6.3, 6.4 ve 6.5) ilk önce bu yöntem kullanılmıştır (Bkz. Çizelge 7.5, 7.6 ve 7.7'de model 1).

Hiyerarşik yöntemde, her bir bağımsız değişken geçmiş araştırmalara dayalı olarak seçilir ve genel bir kural olarak bağımlı değişkene en fazla katkı yapan değişken ilk önce modele alınır, daha sonra bunu önem sırasına göre diğer değişkenler izler (Büyüköztürk, 2004:95; Field, 2005:160). Blok giriş yöntemi de denilen bu metot da, değişkenlerin modele alınması ve en iyi modelin seçilmesi ile ilgili tüm süreçler defalarca yapılan denemelerle bizzat araştırmacı tarafından yürütülmektedir.

Çoklu regresyon modelinin analiz aşamasındaki en önemli mesele bağımlı değişkeni en iyi şekilde açıklayacak **bağımsız değişkenlerin seçimi** ve/veya *en iyi regresyon denkleminin* kurulmasıdır (Clark ve Hosking, 1986:404; Rogerson, 2001:140; Field, 2005:159). Gerçekten başlangıç modelinde yer alan çok sayıda potansiyel bağımsız değişkenden, bağımlı değişkendeki değişimi açıklayacak "en iyi" (best) regresyon modelinin çıkarılması için defalarca (bazen onlarca hatta yüzlerce) deneme yapmak durumunda kalınabilmektedir (Rogerson, 2001:140). İşte bir taraftan yüzlerce kez deneme yapmaksızın araştırma için en geçerli, en güvenilir ve en doğru modeli kurmak, diğer taraftan bağımlı değişkeni açıklayacak en iyi bağımsız değişkenleri seçmek için **aşamalı regresyon** (stepwise regression) yöntemi geliştirilmiştir. Literatürde çok iyi bilinen ve en sık kullanılan regresyon metodu olan bu yöntemde değişkenlerin seçimi program tarafından otomatik şekilde ve tümüyle matematiksel kriterlere bağlı olarak yapılmaktadır. Dolayısıyla aşamalı regresyon, çok sayıda bağımsız değişkenin bulunduğu durumlarda, değişken sayısını minimize ederken R^2 'yi maksimize eden ve böylece en iyi regresyon modelini/denklemi veren yegane yöntemdir (Clark ve Hosking, 1986:419).

Ayrıca bu yöntem regresyon analizinin temel sorunu olan çoklu doğrusallık problemini ortadan kaldırmak için en sık başvurulan yöntemlerden biridir (Shaw ve Wheeler, 1995:257). Ancak tüm yöntemlerin olduğu gibi bu yönteminde kusursuz olmadığı dile getirilmektedir (Clark ve Hosking, 1986:419; Shaw ve Wheeler, 1994:266; Field, 2005:161).

Aşamalı regresyonda bağımsız değişkenlerin modele girmesi veya modelden çıkarılması işlemi, ileriye doğru (forward), geriye doğru (backward) ve karma (stepwise) seçim yöntemi şeklinde üç ayrı metot ile yapılmaktadır (Clark ve Hosking, 1986:419; Shaw ve Wheeler, 1994:265; Ergün, 1995:155-160; Rogerson, 2001:140; Özdamar, 2004:553; Field, 2005:160-161). **İleriye doğru seçim yönteminde**, ilk model sadece sabit terimi (α) yani β_0 'ı içermektedir. Daha sonra program/bilgisayar bağımlı değişkeni en iyi tahmin eden değişkeni, bir başka ifade ile bağımlı değişken ile en yüksek korelasyon gösteren değişkeni modele dahil etmektedir. Bu işlem program tarafından her bir bağımsız değişken için tekrarlanır. Bu yöntemde program, bağımlı değişkene katkısı istatistiksel bakımdan önemli olan tüm değişkenleri modele alır, önemli olmayanları ise modelden dışlar. Dolayısıyla en sonunda modele giren değişkenler en iyi regresyon modelini oluşturur. **Geriye doğru seçim yöntemi**, ileriye doğru seçim tekniğinin tersidir. Bu yöntemde önce enter metodunda olduğu gibi tüm bağımsız değişkenler modele alınır. Daha sonra program, bu değişkenlerden modele hiç veya en az katkı yapanı sırasıyla modelden kaldırır. En son modelde kalan bağımsız değişkenler bağımlı değişkeni en iyi açıklayan regresyon modelidir. **Karma yöntem**, adından da anlaşılacağı üzere ileriye ve geriye doğru seçim tekniğinin kombinasyonundan oluşan bir aşamalı regresyon yöntemidir. Karma yöntemde bağımsız değişkenler ileriye doğru seçim yönteminde uygulanan yolun aynısını izleyerek seçilir. Bu yöntemin ondan tek farklı, modele bir bağımsız değişken girdiği zaman, daha önceki aşamada model girmiş olan bağımsız değişkenlerin halen önemli olup olmadığı kontrol edilir. Eğer önceki değişkenler halen önemli ise modelde kalır, aksi takdirde modelden çıkarılır. Böylece karma yöntemde hem ileriye doğru hem de geriye doğru seçim tekniği uygulanarak, önemsiz/gereksiz bağımsız değişkenler regresyon modelinden elenir ve böylelikle en iyi model ortaya çıkar.

Bu araştırmada en iyi modeli bulmak için aşamalı regresyon yöntemlerinden biri olan geriye doğru seçim tekniği kullanılmıştır. Field (2005:161), geriye doğru seçim tekniğinin ileriye doğru seçim tekniğinden daha iyi bir tercih olduğunu belirtmektedir. Yazar, ileriye doğru seçim tekniğinde II. tip hata yapma riskinin (bağımlı değişken üzerinde önemli etkisi olan bazı bağımsız değişkenlerin atlanma olasılığı) yüksek olduğunu, dolayısıyla geriye doğru seçim tekniğinin daha geçerli ve güvenilir bir yol olduğunu ifade etmektedir. Aynı şekilde hem Shaw ve Wheeler'de (1994:265) hem de Deichmann (2001) bu tekniğin tüm değişkenleri analize kattığı için daha avantajlı olduğuna işaret etmektedir.

Görülüyor ki bir regresyon modelinin analiz aşamasındaki en önemli mesele hangi bağımsız değişkenin seçilmesi veya modele alınması gerektiğidir. Bu durumda tüm araştırmacıların vurguladığı en ideal yol/uygulama çalışmanın altında yatan teorik ve ampirik varsayımların dikkate alınarak bağımsız değişkenlerin geçmiş araştırmalara dayalı olarak seçilmesidir (Clark ve Hosking, 1986:421; Rogerson, 2001:136; Field, 2005:160, 262-263). Buna göre hangi değişkenin seçileceği veya analiz dışına itileceği araştırmacı tarafından teorik ve ampirik literatüre dayalı olarak yapılmaktadır.

6.4.4. Çoklu Regresyon Modelinin Varsayımları

Bir çoklu regresyon modelinin kullanılabilmesi için bu modelin altında yatan varsayımların yerine getirilmesi gerekir. Regresyon analizi yapıldıktan sonraki en önemli aşama kurulan modelin doğruluğunu, geçerliliğini ve güvenilirliğini test etmektir. Bu da ancak çoklu doğrusal regresyon modelinin varsayımlarının bir bir denetlenmesi ile mümkündür. Varsayımlardan herhangi birinin çığnemesi, yapılan tahminin yanlış olmasına yol açabilir. Ancak eğer tüm varsayımlar hassasiyetle karşılanmış ve modelin geçerliliği saptanmış ise bu durumda modelden elde edilen sonuç analizin nihai hedefi olan genelleştirme için pekala kullanılabilir. Daha önceden de belirtildiği gibi (sosyal) bilimin ve "bilimsel yöntemin" temel amacı, hipotezlerden yola çıkarak, genelleştirmelere oradan da teorilere ve/veya yasalara ulaşmaktır.

Çoklu regresyon yönteminin altında yatan varsayımlar şunlardır: (Clark ve Hoasking, 1986; Griffith vd., 1991; Shaw ve Wheeler, 1994; Rogerson, 2001; Özdamar, 2004; Field, 2005);

(1) Bağımlı değişkenin (Y) verileri oransal veya en azından aralıklı ölçekte olmalıdır. Bağımsız değişken(ler)in (X) verileri de aynı şekilde orantılı veya aralıklı ölçekte olmalıdır. Ancak gölge değişken kullanılarak kategorik veriler içinde bu analiz yapılabilir.

(2) Y değişkeni normal dağılım göstermelidir. Diğer bir ifade ile hatalar (e) normal dağılıma sahip olmalıdır.

(3) Y bağımlı değişkeni ile X bağımsız değişkenleri arasındaki ilişki doğrusal olmalı ya da en azında dönüştürülmüş doğrusallık taşınmalıdır.

(4) Hataların varyansı sabit yani homojen olmalıdır.

(5) Veri setindeki gözlemler arasında ardışık bağımlılık yani otokorelasyon bulunmamalıdır. Diğer bir ifade ile artıklar bağımsız olmalı yani bir hatanın değeri diğer hatanın değerinden etkilenmemelidir.

(6) Bağımsız değişkenler birbiriyle yüksek korelasyon göstermemelidir. Yani bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık bulunmamalıdır.

6.4.5. Çoklu Regresyon Modelindeki Varsayımların Denetlenmesi

Çoklu regresyonda varsayımların geçerliliğinin değerlendirilmesine **artık analizi** (residual analysis) adı verilir. EKK yöntemli regresyon analizinde artıkların grafiksel ve istatistiksel bakımdan incelenmesi hem verinin ve kurulan modelin doğruluğu ve güvenilirliği açısından hem de örnekleme dayalı olarak oluşturulan modelin örneklemin ötesine geçerek genelleştirilebilmesi açısından çok önemlidir (Clark ve Hosking, 1986:369; Shaw ve Wheeler, 1994; Özdamar, 2004; Field, 2005;). Bu nedenle bu çalışmada analiz edilen regresyon modellerinin doğruluğu, geçerliliği ve güvenilirliği, varsayımları çığneyip çığnemediği artık analizleri yoluyla test edilmiştir. Nitekim aşağıda her bir varsayımın gerçekleşip gerçekleşmediği sırasıyla incelenmiştir.

6.4.5.1 Normallik Varsayımının Kontrol Edilmesi

Regresyon analizinin ilk temel varsayımı bağımlı değişkenin *normal dağılıma* sahip olup olmadığını test etmektir (Clark ve Hosking, 1986:368; Özdamar, 2004:541). Çünkü bu tip analizlerde en sık karşılaşılan problem dağılımın normal olmamasıdır (non-normality). Verilerin normal dağılıma uygunluğu ya grafiksel yöntemlerle ya da istatistiksel normallik testleri ile analiz edilmektedir (Ergün, 1995:63; Özdamar, 2004:289).

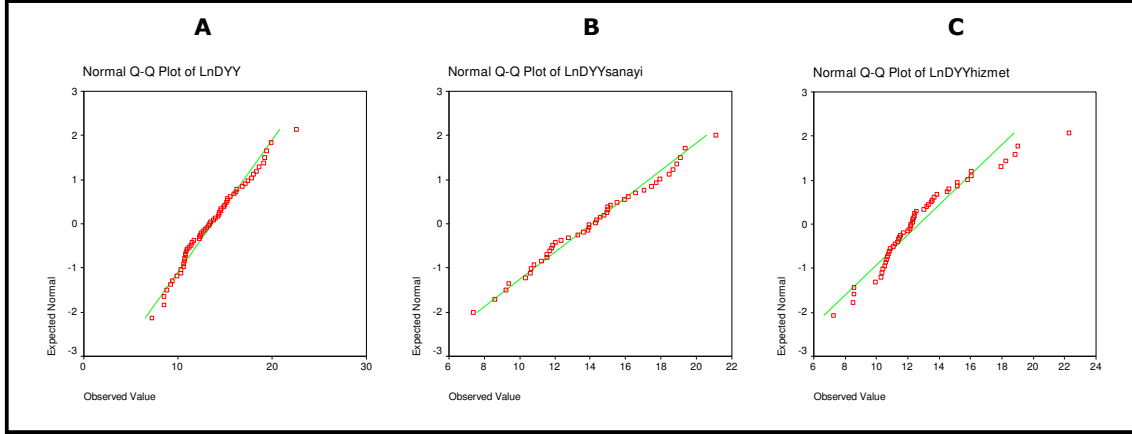
Grafiksel yöntemler; çeşitli grafikler (histogram, kutu grafiği, dal-yaprak grafiği, P-P grafiği ve Q-Q grafiği) kullanarak elde edilir. Bunlar içinde en iyi sonucu, gözlenen değerler ile beklenen değerler arasındaki uyumu gösteren Q-Q (Quantile-Quantile) ve P-P (Probability-Probability) *grafiği* verir. Buna göre eğer örneklem normal dağılım gösteren bir kitleden/evrenden (population) alındıysa, puanlar bir doğru etrafından toplanır. Nitekim şekil 6.4'deki grafikler bu çalışmada kullanılan her üç modelin bağımlı değişkeninin normal dağılım gösterdiğini açıkça resmetmektedir.

Verilerin normalliğini grafiksel yöntemlere göre daha kesin ve objektif şekilde test etmek amacıyla istatistiksel normallik testleri geliştirilmiştir (Field, 2005:93). Bir çok normallik testi olmasına rağmen yapılan araştırmalar Shapiro-Wilk, Anderson Darling ve Lilliefors düzeltilmeli Kolmogorov-Smirnov testlerinin en güçlü normallik testi olduğunu ortaya koymuştur (Özdamar, 2004:298-299). İstatistiksel hipotez testlerine göre:

H_0 : DYY, DYY_{SANAYİ} ve DYY_{HİZMET} bağımlı değişkenlerinin dağılımı normaldir.

H_1 : DYY, DYY_{SANAYİ} ve DYY_{HİZMET} bağımlı değişkenlerinin dağılımı normal değildir.

Şekil 6.4. DYY , $DYY_{SANAYİ}$ ve $DYY_{HİZMET}$ bağımlı değişkenin Q-Q grafiklerine göre normallik dağılımları



Çizelge 6.2’de yer alan gerek Kolmogorov-Smirnov, gerekse Shapiro-Wilk ve Anderson Darling normallik testi sonuçlarına göre $LnDYY$ değişkeninin anlamlılık değeri her bir test için sırasıyla $P=0,200$, $0,336$ ve $0,306 > \alpha=0,05$ olduğu için H_0 hipotezi kabul edilir. Dolayısıyla veriler normal dağılıma uygundur. Bunun anlamı denklem 6.3 de formüle edilen model 1’e regresyon analizi uygulanabilir. Yani bu model normallik varsayımını yerine getirmektedir. Aynı durum, $P > 0,05$ olduğu için $LnDYY_{SANAYİ}$ ve $LnDYY_{HİZMET}$ içinde geçerlidir. Dolayısıyla bu iki bağımlı değişkende normallik varsayımını sağlamaktadır.

Çizelge 6.2 DYY , $DYY_{SANAYİ}$ ve $DYY_{HİZMET}$, bağımlı değişkenlerinin normallik testi sonuçları

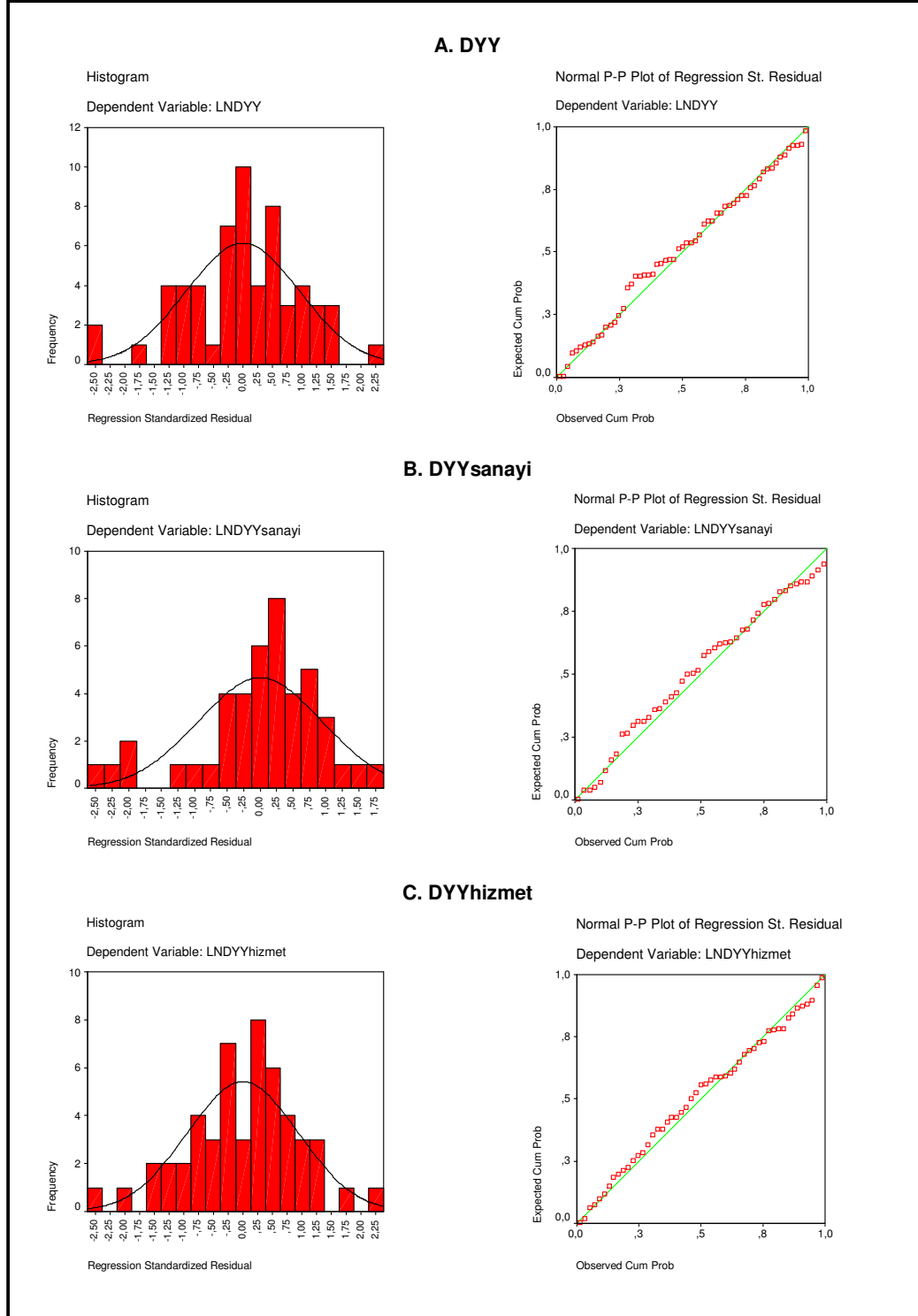
Normallik testleri	<u>Kolmogorov-Smirnov</u>			<u>Shapiro-Wilk</u>			<u>Anderson-Darling</u>	
	Test istatistiği	Serbestlik derecesi	Anlamlılık (P değeri)	Test istatistiği	Serbestlik derecesi	Anlamlılık (P değeri)	Test istatistiği	Anlamlılık (P değeri)
$LnDYY$,076	61	,200	,977	61	,336	,426	,306
$LnDYY_{SANAYİ}$,078	46	,200	,986	46	,857	,223	,815
$LnDYY_{HİZMET}$,070	51	,200	,988	51	,896	,214	,841

6.4.5.2. Artıkların Normalliği Varsayımının Kontrol Edilmesi

Regresyon analizinde sadece bağımlı değişkenin normal dağılımdan gelip gelmediği değil aynı zaman modeldeki artıklar rastgele şekilde, sıfır (0) ortalamalı *normal dağılım* gösterip göstermediği de bilinmelidir. Dolayısıyla bu varsayım normal dağılım varsayımından farklıdır (Field, 2005:170). Burada gözlenen veriler ile modelin artıkları arasındaki farklılıklar sıfır veya sıfıra yakın değerler olmalıdır. Bir regresyon modelinde hataların veya artıkların normal dağılıp dağılmadığını kontrol etmenin en iyi yolu, standartlaştırılmış artıkların histogramını ve P-P grafiğini çizmektir. Histogram, çan eğrisi

şeklinde bir normal dağılım gibi görünmelidir. P-P grafiği ise normaliteden sapmaları gösterir. Bu grafik üzerinde yer alan doğru normal dağılımı resmederken, noktalar gözlenen artıkların temsil eder ki artıkların doğru boyunca uzanması veya ona yakın şekilde konumlanması gerekir (Field, 2005:204).

Şekil 6.5. Artıkların normal dağılımını gösteren histogram ve P-P grafiği



Bu çalışmada artıkların normal dağılıp dağılmadığı şekil 6.5’de gösterilmektedir. Şüphesiz tüm modellerin sonuçlarını burada göstermek mümkün değildir. Dolayısıyla, her bir analiz sonucu elde edilen regresyon modeli şekillerde gösterilmiştir. Şekil 6.5A ana modeli yani bağımlı değişkenin DYY olduğu regresyon analizindeki model 4’ün sonuçlarını gösterirken, şekil 6.5B $DYY_{SANAYİ}$ analizindeki model 2’nin sonuçlarını, şekil 6.5C ise $DYY_{HİZMET}$ modelinin sonuçlarını yansıtmaktadır. Şekil 6.5’de görüldüğü gibi her bir modelin dağılımı az buçuk farklı özellikler sergilemektedir. Örneğin ana modeli oluşturan DYY verisinde artıkların dağılımı oldukça normal iken, $DYY_{SANAYİ}$ verilerinin dağılımları biraz sağa çarpıktır. Keza DYY ve $DYY_{HİZMET}$ modelinde veriler neredeyse muntazam şekilde doğru üzerine düşmekte ve normallik doğrusundan sapmalar çok az iken, sanayi değişkeninin verilerinde normallikten sapmalar DYY ve $DYY_{HİZMET}$ ’e kıyasla biraz daha fazladır. Ancak sonuçta hem histogram hem de P-P grafikleri araştırmanın sahip olduğu modellerdeki artıkların/hataların normal dağılım gösterdiği açıkça ortaya koymaktadır.

6.4.5.3. Doğrusallık ve Homojen Varyans Varsayımının Kontrol/Test edilmesi

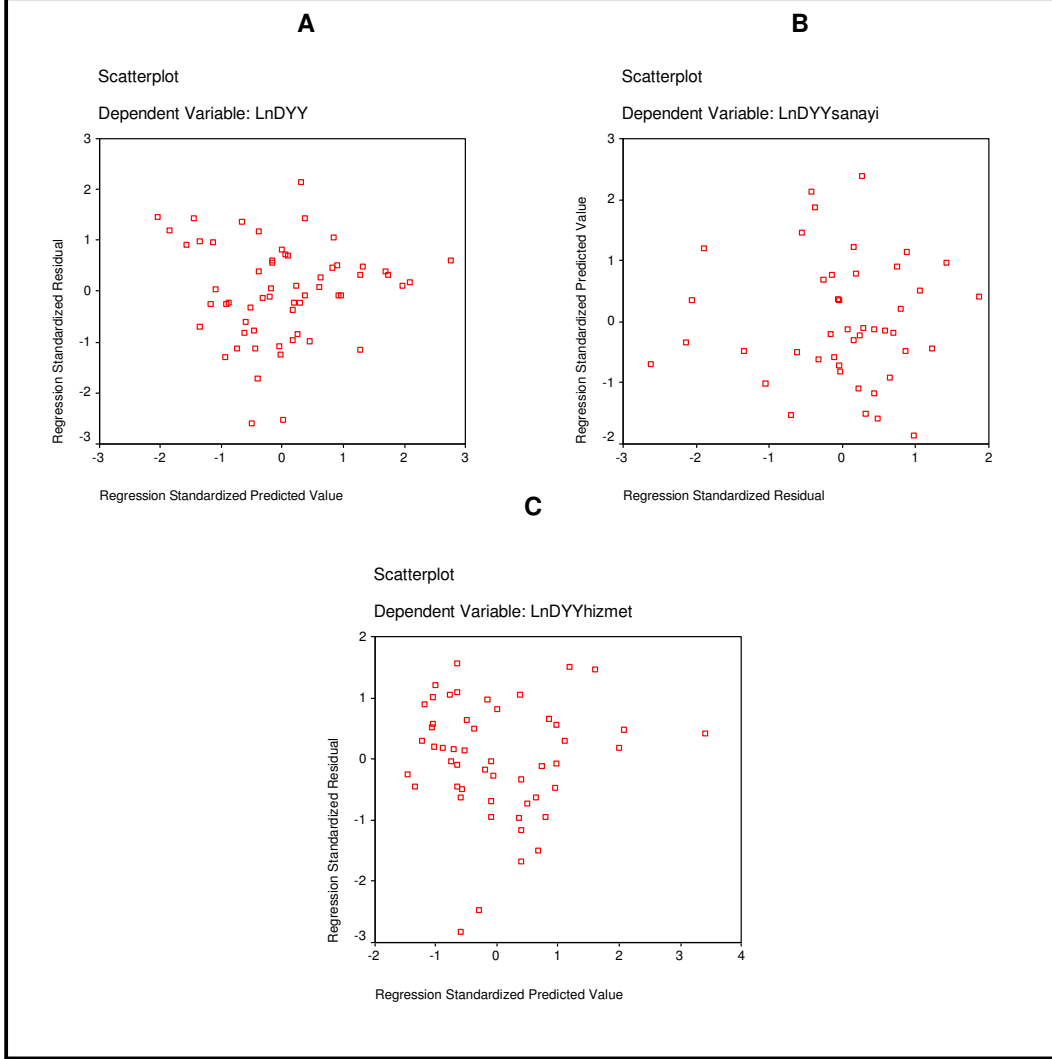
Regresyon analizinin en temel varsayımlar biri kurulan modelin *doğrusallık* (linearity) göstermesi iken, diğeri bağımlı değişkenin *varyansının homojen olması* (homoscedasticity)’dir. Bir regresyon analizinde her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken ile doğrusal ilişki içinde olması gerekmektedir. Ayrıca bağımlı değişkenin varyansı, tüm bağımsız değişkenler için aynı olmalıdır (Clark ve Hosking, 1986:367-368). Bir başka ifade ile bağımsız değişkenlerin artıklarının varyansı her düzeyde sabit olmalıdır. Eğer varyans eşit değilse bu değişen/heterojen (heteroscedasticity) varyans sorunu olarak adlandırılır (Field, 2005:170). Regresyon çizgisinin doğrusal olmaması ve varyansın her bir değişken için farklılaşması durumunda model etkin şekilde işlemeyecek ve tahminler yanlış olacaktır.

Regresyon analizinde doğrusal olmama ve heterojen varyans sorunu verilerin *saçılma grafiği* (scatterplot) çizilerek incelenmektedir. Bu grafik standartlaştırılmış artıklara ($ZRESİD$) karşı standartlaştırılmış tahmin değerlerini ($ZPRED$) gösterir. İlişki grafiğinde $ZRESİD$ ve $ZPRED$ değerlerini içeren noktalar sıfır (0) etrafında rastgele ve düzgün bir şekilde sıralanmalıdır. Eğer bu grafikteki noktalar bir huni oluşturacak şekilde dağılıyorsa, bu durumda verinin değişen varyans sorununa sahip olduğu ifade edilmektedir. Aynı grafik üzerinde eğer noktalar herhangi bir eğri oluşturuyorsa, bu doğrusallık varsayımının çiğnenmesi anlamına gelir (Field, 2005:202).

Şekil 6.6 bu çalışmada kullanılan her üç model için standartlaştırılmış regresyon artıkları ile standartlaştırılmış regresyon tahmin değerlerinin ilişkisini göstermektedir. Her üç grafik açıkça göstermektedir ki, veriler rasgele şekilde ve oldukça düzgün denebilecek tarzda sıfır değeri civarında yayılmaktadır. Bu doğrusallık varsayımının karşılanması

anlamına gelmektedir. Öte yandan, grafik üzerindeki veriler huniye benzer bir şekil oluşturmadığı için, artıklar boyunca varyansın değişmediği ifade edilebilir. Böylece bu çalışmadaki modeller hem doğrusallık hem de homojen varyans varsayımlarını karşılamaktadır.

Şekil 6.6. Artıkların doğrusallık ve homojen varyans durumlarını gösteren saçılma grafiği.



Bu araştırmanın analizinde kullanılan veriler esasında ne normallik ne de doğrusallık ve homojen varyans varsayımlarını karşılamamaktaydı. Bu nedenle varsayımı yerine getirmeyen tüm verilere, varsayımı karşılaması için dönüştürme (transformation) işlemi yapılmıştır. Bu işlem yapılmadan evvel, öncelikle her bir değişkene ait verinin hem histogramı ve saçılma grafiği çizilmiş hem de bu verilere normallik testi yapılmıştır. Bu grafik ve testlerin incelenmesi sonucunda piyasa dinamizmini temsil eden nüfus artışı (NÜFUSARTIŞI) değişkeni dışındaki tüm bağımlı ve bağımsız değişkenlerin doğrusallık,

normallik ve homojen varyans varsayımlarını yerine getirmediği görülmüştür. Bunun üzerine nüfus artışı dışındaki tüm değişkenlere dönüştürme işlemi yapılmıştır.

Bir veriyi veya değişkeni dönüştürme işlemi istatistiksel analizlerde en çok başvurulan yöntemlerden biridir. Bir veriye dönüştürme, değişkenler arasındaki ilişkiyi değiştirmemekte, sadece değişkenler arasındaki farklılıkları yani ölçme birimini değiştirmektedir. Dönüştürme işlemi tüm veriye/değişkene uygulandığı için verinin değerinde herhangi bir değişiklik olmamaktadır (Field, 2005:79). Bir kaç dönüştürme çeşidi (logaritma, karekök, kare, reciprocal yani iki tarafı 1'e bölme vb.) olmasına rağmen, en çok kullanılan yol *logaritmik dönüştürme*dir (Clark ve Hosking, 1986:414; Shaw ve Wheeler, 1994:225). *Log* veya *Ln* şeklinde sembolize edilen logaritmik dönüştürme, dağılımı normale yaklaştırır, doğrusal olmayan ilişkiyi doğrusallaştırır, varyansların heterojenliğini ve uç/sapan değerleri azaltır (Ergün, 1995:150). İşte tüm bu sorunları gidermek ve regresyon analizinin varsayımlarını karşılamak için bu çalışmada gölge değişkenler ve nüfus artışı dışındaki tüm değişkenlere logaritmik dönüştürme işlemi yapılmıştır.

6.4.5.4. Artıkların Bağımsızlığı Varsayımının Kontrol Edilmesi

Bir regresyon modelinde artıklar birbiri ile korelasyon içinde bulunmamalı yani herhangi iki gözlemin veri setindeki hatalar birbirinden bağımsız olmalıdır. Ancak eğer bir veri setindeki herhangi bir artık/hata komşu veya bir başka artık ile ilişkili ise bu durumda değişkenler arasında *ardışık bağımlılık* veya *otokorelasyon* (autocorrelation) sorunu ortaya çıkar (Clark ve Hosking, 1986:379; Field, 2005:170). Otokorelasyon, regresyon katsayılarının varyansının tahmin edilmesini etkileyerek, katsayıların önemliliği üzerine olumsuz etki yapar (Rogerson, 2001:154). Özellikle zaman serisi ve mekansal verilerde yaygın şekilde görülen bu sorunun veri setindeki değerler arasında olup olmadığını test etmek için *Durbin-Watson testi* (DW)⁹⁷ kullanılır (Clark ve Hosking, 1986:379; Shaw ve Wheeler, 1995:213; Field, 2005:170).

⁹⁷ DW testi, özellikle ekonometri ile uğraşan iktisatçıların kullandığı zaman serisi ile ilgili veriler için çok kullanışlı bir test olmakla birlikte, mekansal veriler için kullanışsız bir testtir. Yani DW testi veri setindeki artıkların zamansal otokorelasyonu rahatlıkla tespit ederken, mekansal otokorelasyonu ortaya koyamamaktadır (Clark ve Hosking, 1986:379; Shaw ve Wheeler, 1995:213). Mekansal otokorelasyonu tespit etmek son derece güç olmakla birlikte, uzun zamandan (özellikle 1970'den) bu yana mekansal istatistik ve/veya mekansal ekonometri üzerine çalışan ünlü coğrafyacılar (özellikle L. Anselin, A. Getis, D. Griffith ve C. Amrhein gibi) sayesinde bu sorunu tespit edecek istatistiksel analizler geliştirilmiştir. Mekansal otokorelasyonu ölçmede en çok kullanılan testler, Moran's I İstatistiği, Joint-Count İstatistiği, Geary Oranı ve Getis İstatistiği'dir (Clark ve Hosking, 1986; Griffith vd., 1991; Shaw ve Wheeler, 1994; Rogerson, 2001). Ayrıca artıkların haritalanması ve Ki-Kare (χ^2) yöntemi de zaman zaman kullanılmaktadır. Fakat piyasada yaygın şekilde kullanılan istatistiksel paket programların çoğu ne yazık ki bu istatistikleri hesaplamamaktadır. Bu nedenle veri setinde mekansal otokorelasyonu ortaya çıkarmak için elle tüm veri seti için çok uzun hesaplamalar yapmak gerekmektedir.

DW test istatistiği 0 ile 4 arasında bir değer alır. Buna göre 2 değeri sıfır ardışık bağımlılığı yani modelde otokorelasyonun olmadığını gösterirken, 0-2 arası artıkların negatif otokorelasyonunu, 2-4 arası ise artıkların pozitif otokorelasyonunu gösterir (Ergün, 1995:149; Field, 2005:170). Genel bir kural olarak 1-3 veya 2'ye yakın değerlerin kabul edilebilir sınırlar içerinde yer aldığı belirtilmekle birlikte, Shaw ve Wheeler (1995:216), DW istatistiğinin 1,283-2,718 arasında bulunması durumunda yapılan analizin otokorelasyonun iğermediğini net bir şekilde ortaya koymuştur.

Bu araştırmada analiz edilen regresyon modellerindeki artıkların bağımsız olup olmadığını DW testi ile kontrol edilmiştir. DW testi sonuçlarına göre bu ęalıřmada oluşturulan tüm regresyon modellerinin minimum 1,742 ile maksimum 2,316 arasında değişen istatistiksel değerler aldığı görülmektedir (Bkz. ęizelge 7.5, 7.6 ve 7.7). Bunun anlamı, kurulan modellerdeki artıklarının otokorelasyon sorunu iğermediği şeklinde dir. Hatta bir çok modelin 2'ye çok yakın değerler alması modellerde sıfıra yakın otokorelasyonun olduğunu işaret etmektedir.

6.4.5.5. Çoklu Doğrusallık Sorununun Kontrol Edilmesi

Çoklu regresyon analizinin *en önemli* varsayımlarından biri bağımsız değişkenlerin birbiriyle yüksek korelasyon göstermemesi gerektiğidir. Bir oklu regresyon modelinde, iki veya daha fazla bağımsız değişken arasında güçlü bir korelasyon olduğu zaman ortaya çıkan soruna *oklu doğrusallık veya çoklu doğrusal ilişki* (multicollinearity) adı verilir (Clark ve Hoasking, 1986:400; Shaw ve Wheeler, 1994:256). Çoklu doğrusallığın varlığı regresyon analizinin geğerliliğini tehdit eder. Bu nedenle değişkenler arasında düşük düzeyde doğrusallık modelin doğruluğu açısından çok önemlidir. Eğer iki değişken arasında mkemmek bir korelasyon varsa yani korelasyon katsayısı 1 ise tam doğrusallık (perfect collinearity) söz konusudur ki tam doğrusallık durumunda, regresyon katsayısını tahmin etmek imkansız hale gelir (Clark ve Hosking, 1986:401; Rogerson, 2001:125). Değişkenler arasındaki doğrusallık düzeyi arttıķa regresyon katsayısının (β) standart hatası artar ve katsayılar istatistiksel bakımdan önemsiz hale gelir. Ayrıca oklu doğrusallık sorunu bir taraftan R'nin (bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki çoklu korelasyon ölçüsü) büyüklüğünü sınırlarken diğer taraftan her bir bağımsız değişkenin önem düzeyini azaltarak regresyon analizinin geğerliliğini tehdit eder (Field, 2005:174). Doğrusallık probleminden tümüyle kaçınmak mümkün değildir. Çünkü doğada her şey diğer şeylerle az ya da çok ilişkilidir. Ancak bu problemi en aza indirmek mümkündür.

Çoklu doğrusal ilişki bir çoklu regresyon analizi yapılırken ortaya çıkan en ciddi problemlerden biri olduğu için bu sorunun öncelikle tespit edilmesi ve daha sonrada giderilmesi analizin geğerliliği ve güvenirliliği açısından hayati derecede önemlidir. Bir regresyon analizinde çoklu doğrusal ilişki sorunu üç şekilde tespit edilmektedir: (1) Korelasyon analizi, (2) oklu doğrusallığı teşhis testleri.

6.4.5.5.1. Korelasyon Analizi

Bir regresyon analizinde çoklu doğrusallık sorununu tespit etmenin ilk yolu tüm bağımsız değişkenler için korelasyon analizi yapmaktır (Clark ve Hosking, 1986:403; Shaw ve Wheeler, 1995:256; Ergün, 1995:152; Field, 2005:175). Korelasyon analizi, iki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin derecesini, gücünü ve büyüklüğünü ölçerek yönünü gösteren çok önemli istatistiksel analizlerden biridir. Korelasyon analizi sonucunda elde edilen korelasyon katsayısı (r) -1 ile +1 arasında değişen ($-1 < r < +1$) bir değer alır. Korelasyon katsayısının 1 olması değişkenler arasından tam doğrusal ve pozitif ilişkiyi, -1 olması tam doğrusal ancak negatif ilişkiyi gösterirken, sıfır (0) olması değişkenler arasında ilişkinin olmadığını gösterir.

Beş çeşit korelasyon katsayısı bulunmaktadır: Pearson, Spearman rank, Kendall tau-b, Biserial ve Phi coefficient. Eğer veriler sıralı (ordinal) olursa, Spearman rank veya Kendall tau-b; isimsel (nominal) olursa Biserial ve Phi korelasyon katsayıları şeklindeki parametrik olmayan testler kullanılır. Ancak tıpkı bu çalışmada olduğu gibi kullanılan veriler aralıklı (interval) ve oransal (ratio) ölçekte toplandığı zaman parametrik bir test olan Pearson korelasyon katsayısı kullanılmaktadır (Shaw ve Wheeler, 1994:178).

Korelasyon katsayısı esas olarak değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin kuvvetini ölçmektedir. Bu nedenle iki değişken arasında kuvvetli bir doğrusal ilişkinin bulunması iki değişkenin arasında nedensel bir bağlantının bulunması anlamına gelmemektedir (Ergün, 1995:127; Rogerson, 2001:88). Çünkü korelasyon analizi değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisi kurmadığı için bu analizden bir çıkarım yapmak veya yorumda bulunmak söz konusu değildir. Bu analiz sadece değişkenlerin hangi düzeyde ve hangi yönde değişim gösterdiklerini yani değişkenlerinden birinin değeri artarken (azalırken) diğerinin değerinin azaldığını (arttığını) ortaya koyar. Korelasyon katsayısının anlamlılığı örnek büyüklüğüne bağlı olmakla birlikte genellikle r 'nin 0.7 veya 0.8 değeri aldığı durumlarda korelasyon düzeyi oldukça önemli sayılmaktadır (Rogerson, 2001:93). Öte yandan sosyal bilim araştırmalarında korelasyon katsayısının etkisinin büyüklüğü ile ilgili olarak kullanılan en yaygın ölçüt eğer korelasyon katsayısının değeri $\pm 0,10$ ise etkinin derecesi küçük, $\pm 0,30$ ise orta ve 0,50 ise büyük etkiye sahiptir şeklindedir (Field, 2005:111).

Genellikle korelasyon katsayısı 0.80 ve üzerindeki değerler alan bağımsız değişkenlerin ciddi bir çoklu doğrusallık problemi yansıttığı belirtilmektedir (Clark ve Hosking, 1986:403; Büyüköztürk, 2004:95; Field, 2005:175). Yani eğer korelasyon analizinin sonuçlarının gösterildiği *korelasyon matrisinde* bağımsız değişkenlerden herhangi birinin değeri 0,80'in üzerinde ise bu regresyon analizinin varsayımlarından birinin çiğnendiği anlamına gelmektedir. Ayrıca tam bir görüş birliği olmamakla birlikte korelasyon katsayısı 0,50-0,80 arasında olan yani büyük etkiye sahip bağımsız değişkenlerinde potansiyel çoklu doğrusallık sorunu içerdiği bilinmektedir.

Bu çalışmada korelasyon analizi iki amaç için yapılmıştır. Birincisi, yukarıda da belirtildiği gibi bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallığı teşhis etmek için. İkincisi, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken ile nasıl bir ilişki (negatif-pozitif ve güçlü-zayıf vb.) içinde bulunduğunu ortaya koymak için. Her iki amaca ulaşmak için uygulanan korelasyon analizinin sonuçları çizelge 7.2, 7.3 ve 7.4’de görülmektedir. Her bir değişkenin aldığı Pearson korelasyon katsayısının değerini gösteren bu matrisler incelendiği zaman analizde kullanılan bazı bağımsız değişkenler arasında ciddi, bazıları arasında ise potansiyel çoklu doğrusallık sorununun bulunduğu tespit edilmiştir. Bu değişkenlerin hangisi olduğu ve ortaya çıkan sorunun nasıl çözümlendiği regresyon analizinin bulgularının tartışıldığı bölüm VII’de ayrıntılı şekilde verilmektedir.

6.4.5.5.2. Çoklu Doğrusallığı Teşhis Testleri

Korelasyon analizi, regresyon analizi yapılmadan önce bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusallık olup olmadığını ortaya koyan bir ön teşhis testidir. Ancak analiz yapıldıktan sonra regresyon modelinin çoklu doğrusallık içerip içermediği esas olarak çoklu doğrusallığı teşhis testlerinin (collinearity statistics/diagnostics) sonuçlarına göre incelenir. Beş çoklu doğrusallık teşhis testi/değeri olmasına rağmen bunlardan ikisi en çok kullanılan en önemli testlerdir: Varyans Artma Faktörü (variance inflationary factor), Tolerans İstatistiği (tolerance statistics). Geri kalan üç teşhis değeri ise özdeğer (eigenvalue), koşul indeksi (condition index) ve varyans oranları’dır (variance proportions).⁹⁸

Değişkenler arasında çoklu doğrusallığı teşhis etmenin korelasyon analizinden sonraki ikinci yolu *Varyans Artma Faktörü* (VAF) istatistiklerine bakmaktır. VAF, bir bağımsız değişkenin diğer bağımsız değişkenler ile güçlü bir ilişkiye sahip olup olmadığını ortaya koyan bir istatistiktir. Genel bir kural olarak eğer VAF değerleri 5’in altına düşerse, değişkenler arasında ciddi bir birlikte doğrusallık olmadığı ifade edilir. VAF değeri 5’in

⁹⁸ Bağımsız değişkenler arasındaki potansiyel çoklu doğrusallık problemini tespit etmenin diğer yolları her bir bağımsız değişkenin sahip olduğu özdeğerlere, koşul indeksine ve varyans oranlarına başvuraktır. *Özdeğer*, bağımsız değişkenler arasında kaç tane ayrı boyutun var olduğunu gösterir. Yani veri setindeki her bir özdeğerin boyutunu gösterir. Eğer bir kaç özdeğerin değeri sifıra yakınsa, değişkenler büyük oranda ilişkili ve veri değerlerindeki küçük değişiklikler katsayı tahmin sürecinde büyük değişikliklere yol açabilir. Buna karşın özdeğerin aşağı-yukarı benzer değerler alması durumunda modelin sorunsuz olduğu belirtilmektedir. *Koşul indeksi*, en büyük özdeğerin değerinin her bir özdeğerin değerine oranının kareköküdür. *Varyans oranları*, her bir regresyon katsayısının varyansının her özdeğerin değerine ayrılmasını ifade eder. Varyans oranları 0 ile 1 arasında değişiklik gösterir. Regresyon analizinde her bağımsız değişken farklı özdeğer değerleri üzerinde dağılmalıdır. Ancak eğer bir bağımsız değişken aynı özdeğer üzerinde yüksek varyans oranına sahipse, bu durum regresyon katsayısının varyansının bağımlı olduğu dolayısıyla doğrusallık sorunu taşıdığı ifade edilir. Özdeğer, koşul indeksi ve varyans oranları çoklu doğrusallığı teşhis etmede kullanılmakla birlikte, bu değerlerin hangi durumda çoklu doğrusallığı gösterdiği ile ilgili kesin ve basit kurallar ortaya konulmamıştır (Field, 2005:260-261).

üzerinde ise, çoklu doğrusallık potansiyelinin yüksek olduğu düşünülür (Rogerson, 2001:136). 10 ve üzerindeki değerler ise ciddi probleme işaret eder (Field, 2005:175).

Çoklu doğrusallığı teşhis etmenin üçüncü yolu değişkenlerin tolerans istatistiği'ni incelemektir. Modeldeki tüm bağımsız değişkenlerin 1 sayısından çıkarılmasından sonra değişkenlerin birbiriyle olan çoklu korelasyonunu ortaya koyan tolerans istatistiği, 0 ile 1 arasında değişir. Bu istatistiğinin 0 olması tam doğrusallık sorununun varlığını, 1 olması çoklu doğrusallığın olmadığını gösterir (Clark ve Hosking, 1986:404). Bir bağımsız değişkenin tolerans değerinin 0,200'den aşağı olması potansiyel problemin olduğunu, 0,100'den aşağı olması ise ciddi çoklu doğrusallık sorunu olduğunu işaret etmektedir (Field, 2005:196). Bu nedenle tolerans istatistiğinin mümkün olduğunca yüksek (1'e yakın) olması arzu edilmektedir.

Bu araştırmada regresyon analizi yapıldıktan sonra, analizde kullanılan bazı bağımsız değişkenler arasında ciddi, bazıları arasında ise potansiyel çoklu doğrusallık sorununun bulunduğu tespit edilmiştir (Çizelge 6.3). Nitekim tüm bağımsız değişkenlerin analize sokulduğu başlangıç modeline (model 1) ait tolerans ve VAF istatistikleri göstermektedir ki, ana model (DYY) ve $DYY_{HİZMET}$ modelinde 8, $DYY_{SANAYİ}$ modelinde ise 11 bağımsız değişken arasında çok ciddi çoklu doğrusallık problemi bulunmaktadır (Çizelge 6.3).

Regresyon analizinde değişkenler arasında çoklu doğrusallık sorununun tespit edilmesi durumunda bağımsız değişkenlerden birinin veya bir kaçının analizden dışlaması gerekir. Yani kendi aralarında yüksek korelasyona sahip bağımsız değişkenlerden sadece birisini seçmek gerekmektedir. Çünkü doğrusallık içeren bağımsız değişkenler bağımlı değişken üzerinde benzer bilgiye ya da açıklama düzeyine sahip oldukları için iki değişkenden birinin tercih edilmesi, dolayısıyla fazla olanın modelden atılması gerekmektedir (Field, 2005:175). Burada en önemli mesele, korelasyon katsayısı aynı olan iki bağımsız değişken arasında seçimin nasıl yapılacağı konusudur. Yani hangi bağımsız değişkenin analizden dışlanmalıdır? Bir başka ifade ile hangi değişken seçilmelidir? Kesin bir ölçüt olmamakla beraber üç faktör⁹⁹ göz önüne alınmaktadır. Birincisi ve en ideal olanı çalışmanın altında yatan teorik ve ampirik varsayımların dikkate alınarak bağımsız değişkenlerin geçmiş araştırmalara dayalı olarak seçilmesidir (Clark ve Hosking, 1986:421; Rogerson, 2001:136; Field, 2005:160, 262-263). Buna göre hangi değişkenin analiz dışına itileceği araştırmacı tarafından teorik ve ampirik literatüre dayalı

⁹⁹ Bazı araştırmacılar çoklu doğrusallığı azaltmak için yeniden veri toplanmasını gerektiğini ileri sürerken, bazıları çoklu doğrusallığa sahip değişkenleri önce faktör analize tabi tutmayı önermektedir (Shaw ve Wheeler, 1994:257; Field, 2005:263). Bazıları ise bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ikili ve çoklu regresyon denemeleri ile incelemeyi tavsiye etmektedir (Ergün, 1995:153). Bir çok araştırmacı ise bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusal ilişkiden kaynaklanan sorunları aşmak için aşamalı regresyon analizinin en sık başvurulan, en iyi yöntemlerden biri olduğunu belirtmektedir (Shaw ve Wheeler, 1995:257).

olarak yapılmaktadır.¹⁰⁰ İkincisi, VAF değerinin büyüklüğü incelenmelidir (Rogerson, 2001:136). Üçüncüsü, bağımsız değişkenlerin kısmi korelasyon katsayılarını değerlendirmektir (Ergün, 1995:154). Ancak hem VAF değerlerinin hem de kısmi korelasyon katsayılarının kullanılması mutlak bir ölçü değildir ve araştırmanın teorik teorik temeliyle uyumlu olması gerekir.

Çizelge 6.3. DYY , $DYY_{SANAYİ}$, ve $DYY_{HİZMET}$ modellerinde çoklu doğrusallığı teşhis testlerinin sonuçları

Bağımsız değişkenler	Model 1		Bağımsız değişkenler	Model 1		Bağımsız değişkenler	Model 1	
	Tolerans istatistiği	VAF istatistiği		Tolerans istatistiği	VAF istatistiği		Tolerans istatistiği	VAF istatistiği
LnYSF	0,078	12,859	LnYSF	0,045	22,251	LnYSF	0,074	13,518
LnSANAYİ	0,082	12,122	LnSANAYİ	0,061	16,454	LnSANAYİ	0,042	23,916
LnHİZMET	0,079	12,614	LnHİZMET	0,035	28,563	LnHİZMET	0,070	14,351
LnKENTLEŞME	0,078	12,865	LnKENTLEŞME	0,059	17,010	LnKENTLEŞME	0,025	39,238
LnNÜFUS	0,026	38,905	LnNÜFUS	0,023	43,001	LnNÜFUS	0,055	18,259
LnGSYİH	0,137	7,284	LnGSYİH	0,095	10,511	LnGSYİH	0,135	7,418
NÜFUSARTIŞI	0,237	4,213	NÜFUSARTIŞI	0,218	4,579	NÜFUSARTIŞI	0,220	4,535
LnÜCRET	0,397	2,521	LnÜCRET	0,180	5,560	LnÜCRET	0,411	2,431
LnVERİMLİLİK	0,449	2,228	LnVERİMLİLİK	0,251	3,980	LnVERİMLİLİK	0,304	3,290
LnEĞİTİM	0,120	8,363	LnEĞİTİM	0,101	9,933	LnEĞİTİM	0,107	9,356
LnİŞSİZLİK	0,091	11,033	LnİŞSİZLİK	0,064	15,725	LnİŞSİZLİK	0,081	12,325
LnSENDİKA	0,077	12,949	LnSENDİKA	0,054	18,373	LnSENDİKA	0,083	12,010
LnKARAYOLU	0,313	3,191	LnKARAYOLU	0,215	4,658	LnKARAYOLU	0,287	3,482
LİMAN	0,135	7,399	LİMAN	0,111	9,018	LİMAN	0,123	8,099
HAVAYOLU	0,334	2,992	HAVAYOLU	0,156	6,398	HAVAYOLU	0,339	2,953
LnİLETİŞİM	0,085	11,808	LnİLETİŞİM	0,039	25,463	LnİLETİŞİM	0,084	11,888
LnELEKTRİK	0,150	6,652	LnELEKTRİK	0,140	7,166	LnELEKTRİK	0,165	6,064
KÖYTEŞVİK	0,188	5,317	KÖYTEŞVİK	0,099	10,135	KÖYTEŞVİK	0,201	4,982
SERBESTBÖLGE	0,180	5,556	SERBESTBÖLGE	0,160	6,245	SERBESTBÖLGE	0,147	6,822
LnKAMUYATIRIMI	0,510	1,960	LnKAMUYATIRIMI	0,307	3,255	LnKAMUYATIRIMI	0,434	2,303
LnARAZİ	0,150	6,653	LnARAZİ	0,142	7,022	LnARAZİ	0,117	8,567
SINIR	0,368	2,721	SINIR	0,363	2,756	SINIR	0,280	3,573
KIYI-İÇ	0,112	8,960	KIYI-İÇ	0,095	10,546	KIYI-İÇ	0,105	9,523
İSTANBUL	0,272	3,677	İSTANBUL	0,228	4,387	İSTANBUL	0,221	4,532
LnSUÇ	0,241	4,150	LnSUÇ	0,126	7,911	LnSUÇ	0,234	4,274

Üç bağımlı değişkenin başlangıç modelinde yani model 1’de ortaya çıkan sorunun nasıl çözümlendiği regresyon analizinin bulgularının tartışıldığı bölüm VII’de ayrıntılı şekilde verilmekle birlikte, burada sorunun nasıl giderildiğini gösteren, esasında yukarıdaki üç ayrı modelden türetilmiş olan yeni regresyon modelleri sunulmaktadır.

¹⁰⁰ Çünkü tümüyle ilgisiz olan bir bağımsız değişkende kurulan model için çok iyi bir tahmin edici olabilir. Örneğin, Türkiye’de bir ilde bulunan yabancı firma sayısı ile bir ilin sahip olduğu (varsayalım) hayvan sayısı arasında pekala çok iyi bir doğrusal ilişki bulunabilir. Dolayısıyla eğer kurduğumuz modele hayvan sayısı değişkenini koyarsak bu değişken DYY ile istatistiksel bakımdan pekala önemli bir ilişki içinde gözükabilir. Oysa teorik bakımdan bu iki değişken arasında hiç bir ilişki yoktur ve bu tip bir değişkenin asla DYY ile ilgili bir modele girmemesi gerekir. Dolayısıyla değişkenlerin seçimi geçmiş araştırmaların bulgularını içeren teorik ve ampirik literatüre dayalı olmak zorundadır.

Buna göre, bu araştırmanın regresyon modellerinde bağımsız değişkenlere ait VAF değerlerinin tümü 5'in altında, tolerans istatistikleri ise 0,200'ün üzerindedir (Çizelge 6.4). Bu sonuca göre bu çalışmada kurulan modellerde yer alan bağımsız değişkenlerin çoklu doğrusallık sorunu söz konusu değildir. Böylece çoklu regresyon modelinin en önemli öngörülerinden biri olan değişkenler arasında çoklu doğrusallık bulunmamalı varsayımı çığnıenmemiş olup, kurulan modeller geçerli ve güvenilirliğe sahiptir.

Çizelge 6.4. DYY , DYY_{SANAYI} , ve $DYY_{HİZMET}$ modellerinde çoklu doğrusallığını teşhis testlerinin sonuçları

<u>DYY</u> Bağımsız değişkenler	<u>Model 5</u>		<u>DYY_{SANAYI}</u> Bağımsız değişkenler	<u>Model 3</u>		<u>DYY_{HİZMET}</u> Bağımsız değişkenler	<u>Model 2</u>	
	Tolerans istatistiği	VAF istatistiği		Tolerans istatistiği	VAF istatistiği		Tolerans istatistiği	VAF istatistiği
LnSANAYI	0,761	1,314	LnSANAYI	0,377	2,650	NÜFUSARTIŞI	0,755	1,325
LnHİZMET	0,714	1,401	LnHİZMET	0,358	2,792	LnÜCRET	0,948	1,055
NÜFUSARTIŞI	0,710	1,409	LİMAN	0,714	1,401	LnEĞİTİM	0,604	1,656
LnÜCRET	0,877	1,140	LnKENTLEŞME	0,361	2,771	KÖYTEŞVİK	0,728	1,374
HAVAYOLU	0,683	1,465	KÖYTEŞVİK	0,442	2,264	SERBESTBÖLGE	0,707	1,415
LnKAMUYATIRIMI	0,916	1,092				SINIR	0,851	1,175

6.4.5.6. Uç Değer ve Etkili Örneklerin Değerlendirilmesi

Çoklu regresyon yönteminin varsayımlarından biri olmamasına rağmen, regresyon analizi yapıldıktan sonra modelin gözlemlenen veriye tam olarak uygun olup olmadığı ya da modelin bir takım uç değerlerden etkilenip etkilenmediği sorusuna yanıt verebilmek için veri setindeki uç değerlerin (outlier) ve etkili birimlerin (influential case) incelenmesi gerekir. Uç değer, bir veri setinde ana trendden büyük ölçüde sapma gösteren gözleme denir (Field, 2005:162). Uç değerler regresyon katsayısını etkilediği için modelin tahmin sonuçlarını saptırabilir. Aynı zamanda bu tip veriler regresyon doğrusunun çarpılmasına yol açar. İşte veri setinde yer alan ekstrem değerlerin regresyon parametrelerini etkileyip etkilemediğinin teşhisi kurulan regresyon modelinin doğruluğu açısından çok önemlidir.

Bir regresyon analizinde uç değerlerin veya ekstrem gözlemlerin bulunup bulunmadığı ve eğer var ise bunların modelin katsayılarını saptırıp saptırmadığı *artıkların* incelenmesi ile tespit edilir. Artık (residual), daha öncede belirtildiği gibi örneklemden gözlenen sonuçların değeri ile model tarafından tahmin edilen sonuçların değeri arasındaki farklardır. Bir başka deyişle modeldeki hatalardır. Bir regresyon modelinde artıklar büyüdükçe modelin uygunluğu ve gücü azalırken, tam tersi durumda modelin geçerliliği ve gücü artar. Burada arzu edilen artıkların/hataların mümkün olduğu kadar minimum olmasıdır. Eğer model örnekleme verisine tam olarak uyarsa artıklar sıfır, çok büyük ölçüde uyarsa artıklar küçük, zayıf şekilde uyarsa artıklar büyük olur. İşte eğer bir modeldeki herhangi bir n veya n 'ler, büyük bir artışa sahipse, o zaman onlar uç değer olarak adlandırılır (Field, 2005:163). Bir regresyon modelinde:

- (1) Standartlaştırılmış artıklardan herhangi biri 3'den büyük olursa,
- (2) Örneklemin %1'inden fazlasında standartlaştırılmış artıkların değeri 2,58'den büyük olursa,
- (3) N'lerin %5'inden fazlası 1.96'dan büyük olursa, kurulan modeldeki uç değerler regresyon parametrelerini etkilemektedir. Dolayısıyla model sorunludur (Field, 2005:164).

Çizelge 6.5 bu araştırmada kullanılan regresyon modellerinin sahip olduğu uç değerleri göstermektedir. Buna göre modeldeki standartlaştırılmış artıkların hiç biri 3'ün üzerinde değere sahip değildir. Keza, modellerdeki standartlaştırılmış artıkların %99'u $\pm 2,58$ sınırları içerisinde uzanmaktadır. Aynı şekilde modellerdeki standartlaştırılmış artıkların %95'i $\pm 1,96$ değerleri arasında yer almaktadır. Böylece bu çalışmanın dayalı olduğu veri setinin veya birimlerin beklentileri karşıladığı görülmektedir. Dolayısıyla kurulan modellerdeki regresyon katsayıları uç değerlerden etkilenmemektedir.

Çizelge 6.5. DYY, DYY_{SANAYİ}, ve DYY_{HİZMET} modellerinde uç değerleri gösteren artık istatistikleri

DYY Birim numarası	Standartlaştırılmış Artıklar	LnDYY	Tahmin edilen değer	Artıklar
38	-2,527	8,814	13,681	-4,866
46	-2,586	7,244	12,223	-4,978
47	2,151	18,657	14,516	4,141

DYY _{SANAYİ} Birim numarası	Standartlaştırılmış Artıklar	LnDYY sanayi	Tahmin edilen değer	Artıklar
9	-2,060	11,235	15,034	-3,800
11	-2,134	9,210	13,147	-3,937
32	-2,617	7,378	12,204	-4,826

DYY _{HİZMET} Birim numarası	Standartlaştırılmış Artıklar	LnDYY hizmet	Tahmin edilen değer	Artıklar
31	-2,460	8,543	11,950	-3,407
38	-2,831	7,244	11,165	-3,921

Regresyon modelindeki artıklar incelenerek uç değerleri tespit etmek mümkün olmakla birlikte, regresyon parametreleri üzerinde ekstrem değerlerin ne ölçüde güçlü bir etki yarattığı ve regresyon modellerindeki parametrelerin uç değerlere karşı olan hassasiyetini ve istikrarını belirlemek için diğer artık istatistiklerine başvurulmaktadır (Field, 2005:165). Çok sayıda artık istatistiği olmakla birlikte üç tanesi önemlidir ve çok sık kullanılır: Cook uzaklığı (cook's distance), Mahalanobis uzaklığı (Mahalanobis distance) ve Manivela değeri (Levarega value).

Cook uzaklığı, model üzerindeki tek bir birimin (case) etkisini ölçmektedir. Cook uzaklığını gösteren istatistiklerden herhangi biri 1'in üzerinde değer alırsa, o birim tüm

modeli olumsuz şekilde etkileyebilir. Mahalanobis uzaklığı, bağımsız değişkenlerin ortalamasından her bir örneğin uzaklığını ölçmektedir. **Mahalanobis değeri**, büyük örneklerde (n=500) 25'in üzerinde, orta büyüklükteki örneklerde (n=100) 15'in üzerinde ve küçük örneklerde (n=30) 11'in üzerinde olmamalıdır. **Manivela değeri**, bağımsız değişkenler üzerinde bağımlı değişkenin gözlenen değerinin etkisini ölçmektedir. Ortalama manivela değeri, bağımsız değişken sayısına (p) bir eklenip onun örneklem büyüklüğüne (n) bölünmesi ile yani $p+1/n$ elde edilir. Manivela değerlerinin ortalama manivela değerlerine yakın olması veya onun 2-3 katını aşmaması gerekir. Eğer bir veri setinde ortalama değerleri 2 veya 3 kat aşan manivela değerler varsa, bu durumda modelin sorunlu uç değere sahip olduğu düşünülür (Rogerson, 2001:136; Field, 2005:165).

Çizelge 6.6 bu araştırmada oluşturulan üç modelin etkili birimlerini göstermektedir. Buna göre her üç modelde de cook uzaklığının değeri 1'in çok altındadır. Bunun anlamı, modellerdeki hiç bir örneğin model üzerindeki etkisi aşırı olmayıp, veri seti uç değerlere sahip değildir. Mahalanobis uzaklığı bakımından, her üç modeldeki birimlerin %99'unda 15'in altındadır. Ancak her üç modelde 1 örneğin değeri 15'in üzerindedir ki bu birimler model parametreleri üzerine etki yaratabilir. Yani Mahalanobis uzaklığına göre DYY modelinde 52 nolu, DYY_{SANAYİ} modelinde 25 nolu ve DYY_{HİZMET} modelinde 22 nolu birim¹⁰¹ uç değer olarak değerlendirilebilir.

Her üç model için hesaplanan manivela değerlerini veren çizelge 6.6'da ortalama manivela değeri DDY modeli için, $p+1/n=5+1/59=0,101$ 'dir. Bu değer 2. katı 0,203, 3. katı 0,303'dür. DYY_{SANAYİ}'nin ortalama manivela değeri $p+1/n=5+1/44=0,136$ 'dır. Bu değer 2. katı 0,272, 3. katı 0,408'dir. Son olarak DYY_{HİZMET} modelinin ortalama manivela değeri $p+1/n=6+1/51=0,137$ 'dir. Bu değer 2. katı 0,274, 3. katı 0,411'dir. Bu sonuçlara göre, her üç modelin sahip olduğu manivela değerleri, tarafımızdan hesaplanan ortalama manivela değeri ile ilgili eşiği aşmamaktadır. Tek istisna, model 1'de 52 nolu birim (0,375) ile model 3'de 22 nolu (0,480) örneğin manivela değerlerinin ortalama manivela değerinin sınırı olan 3. katıda aşmasıdır. Bu durumda bu örneğe ait verinin uç değer olduğu sonucuna varılabilir.

¹⁰¹ Model 1'deki 52 nolu örnek Şırnak ilini, model 2'deki 25 nolu örnek Karabük ilini ve model 3'de 22 nolu örnek İstanbul iline ait verileri içermektedir.

Çizelge 6.6. DYY , $DYY_{SANAYİ}$, ve $DYY_{HİZMET}$ modellerinde Model 1, 2 ve 3'ün etkili birimlerini gösteren istatistikler

Birim Numarası (n)	DYY			$DYY_{SANAYİ}$			$DYY_{HİZMET}$		
	Cook Uzaklığı	Mahalanobis Uzaklığı	Manivela değeri	Cook Uzaklığı	Mahalanobis Uzaklığı	Manivela değeri	Cook Uzaklığı	Mahalanobis Uzaklığı	Manivela değeri
1	0,003	2,199	0,038	0,009	4,764	0,111	0,000	1,711	0,034
2	0,019	4,850	0,084	0,000	4,087	0,095	0,020	4,384	0,088
3	0,002	3,233	0,056	0,001	4,496	0,105	0,004	3,407	0,068
4	0,000	6,823	0,118	0,008	2,983	0,069	0,007	7,517	0,150
5	0,002	11,375	0,196	0,322	15,131	0,352	0,233	15,727	0,315
6	0,008	7,703	0,133	0,014	4,605	0,107	0,001	7,974	0,159
7	0,053	5,880	0,101	0,056	8,380	0,195	0,053	9,573	0,191
8	0,002	0,707	0,012	0,000	3,858	0,090	0,006	1,785	0,036
9	0,000	0,670	0,012	0,069	2,563	0,060	0,004	1,638	0,033
10	0,005	0,869	0,015	0,000	1,924	0,045	0,005	2,851	0,057
11	0,001	6,650	0,115	0,062	2,071	0,048	0,000	2,428	0,049
12	0,020	1,210	0,021	0,007	5,852	0,136	0,000	1,895	0,038
13	0,002	3,704	0,064	0,000	2,049	0,046	0,008	1,725	0,035
14	0,011	1,219	0,021	0,083	4,756	0,106	0,018	4,667	0,093
15	1,154	0,000	0,019	0,028	6,658	0,155	0,000	3,598	0,072
16	3,902	0,049	0,065	0,000	5,551	0,129	0,072	10,349	0,207
17	0,000	4,974	0,086	0,003	4,477	0,104	0,013	2,580	0,052
18	0,000	2,566	0,044	0,025	3,736	0,087	0,015	12,013	0,240
19	0,016	5,214	0,090	0,001	3,775	0,088	0,016	2,361	0,047
20	0,021	3,725	0,064	0,083	3,720	0,087	0,000	9,429	0,189
21	0,003	2,895	0,050	0,003	6,350	0,148	0,027	2,073	0,041
22	0,030	5,277	0,091	0,009	4,273	0,099	0,048	23,983	0,480
23	0,013	1,284	0,022	0,000	1,693	0,039	0,006	5,727	0,115
24	0,022	3,725	0,064	0,006	10,886	0,253	0,000	3,454	0,069
25	0,022	6,281	0,108	0,005	5,359	0,125	0,012	7,765	0,155
26	0,000	1,065	0,018	0,049	4,329	0,101	0,026	2,494	0,050
27	0,019	10,905	0,188	0,051	17,475	0,406	0,002	8,998	0,180
28	0,000	5,185	0,089	0,016	3,430	0,080	0,000	5,707	0,114
29	0,014	2,677	0,046	0,000	1,958	0,046	0,082	7,635	0,153
30	0,081	11,176	0,193	0,002	1,574	0,037	0,001	2,390	0,048
31	0,009	6,072	0,105	0,004	3,904	0,091	0,115	4,316	0,086
32	0,057	6,138	0,106	0,014	2,897	0,067	0,022	4,080	0,082
33	0,001	1,916	0,033	0,001	2,730	0,063	0,003	1,834	0,037
34	0,022	7,403	0,128	0,153	3,632	0,084	0,003	7,412	0,148
35	0,014	5,406	0,093	0,019	2,713	0,063	0,041	3,764	0,075
36	0,000	2,930	0,051	0,001	2,323	0,054	0,000	2,841	0,057
37	0,011	2,438	0,042	0,011	3,139	0,073	0,013	3,753	0,075
38	0,010	11,972	0,206	0,064	13,618	0,317	0,173	4,896	0,098
39	0,000	2,798	0,048	0,004	6,370	0,148	0,009	4,822	0,096
40	0,030	0,544	0,009	0,036	1,373	0,032	0,018	7,264	0,145
41	0,019	1,944	0,034	0,002	5,582	0,130	0,019	12,362	0,247
42	0,001	2,731	0,047	0,032	3,440	0,080	0,001	3,647	0,073
43	0,012	2,251	0,039	0,000	2,876	0,067	0,018	12,408	0,248
44	0,000	11,599	0,200	0,015	5,947	0,138	0,000	9,267	0,185
45	0,000	3,943	0,068	0,000	4,649	0,108	0,004	2,128	0,043
46	0,001	5,373	0,093	0,000	3,846	0,089	0,002	4,192	0,084
47	0,006	4,242	0,073				0,018	4,502	0,090
48	0,065	2,071	0,036				0,022	10,349	0,207
49	0,029	1,048	0,018				0,012	2,998	0,060
50	0,002	1,381	0,024				0,005	5,228	0,105
51	0,000	11,893	0,205				0,003	10,095	0,202
52	0,001	2,496	0,043						
53	0,018	7,775	0,134						
54	0,010	21,728	0,375						
55	0,001	2,366	0,041						
56	0,001	0,685	0,012						
57	0,009	3,026	0,052						
58	0,035	6,447	0,111						
59	0,029	6,805	0,117						
60	0,017	7,921	0,137						
61	0,086	10,619	0,183						

Hem Mahalanobis uzaklığı hem de Manivela değeri iki örneğin (52 nolu birim ve 22 nolu birim) uç değer olduğunu göstermekle birlikte, Cook uzaklığının 1'den düşük olması bu iki örneğin regresyon modeli üzerine büyük bir etki yapmadığını kanıtlamaktadır. Çünkü Field (2005:169), Cook uzaklığının 1'in altında olması durumunda uç değerlerin regresyon modeline önemli bir etki yapmadığını ifade etmektedir. Sonuç olarak analizde kullanılan veri seti içinde ne uç değerler ne de etkili birimler modelin geçerliliği ve güvenilirliği açısından tehlike oluşturmamaktadır.

BÖLÜM VII. AMPİRİK BULGULAR VE TARTIŞMA:

TÜRKİYE'DEKİ YABANCI SERMAYELİ FİRMALARIN LOKASYON SEÇİMİ

Bu bölümün amacı, Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri ortaya çıkarmak için uygulanan istatistiksel analizden elde edilen ampirik bulguları değerlendirmek, yorumlamak ve tartışmaktır. Analizin bulguları değerlendirilirken, bir taraftan daha önce ileri sürülen araştırma hipotezleri test edilmekte, diğer taraftan her bulgunun literatürdeki çalışmaların sonuçları ile birlikte tartışılmaktadır.

Regresyon analizinin bulgularını yorumlamada bir kaç adım söz konusudur. Bunlardan biri, diğer tüm analizlerde olduğu gibi veriye ait betimsel istatistiklerin ortaya konulmasıdır. İkinci adım, korelasyon katsayısını gösteren matrisin sunduğu değerlerin yorumlanmasıdır. Son ve en önemli adım ise, regresyon modelinin ve model parametrelerinin elde edilen bulgularla birlikte hipotezler ışığında yorumlanması ve tartışılmasıdır.

7.1. Betimsel İstatistiklerin sonuçları

Veri setindeki her bir değişkenin özelliklerini ortaya koymak amacıyla yapılan en temel istatistiksel analiz *betimsel/belirtici istatistiklerin* değerinin hesaplanmasıdır. Betimsel istatistikler, bir analizde kullanılan verilerin merkezi eğilimleri, değişkenlikleri ve dağılım biçimleri hakkında bilgi edinmek için hesaplanırlar. Betimsel istatistikler regresyon modelini yorumlamak için gerekli olmamakla birlikte, analizde kullanılan verinin yapısını özetlemesi bakımından son derece faydalıdır.

Çizelge 7.1 bu araştırmada regresyon analizi için kullanılan 3'ü bağımlı, 25'i bağımsız olmak üzere toplam 28 değişkene ait n sayısı, ortalama, standart sapma, varyans, çarpıklık, basıklık, minimum, maksimum ve değişim aralığı (range) ile ilgili betimsel istatistikleri sunmaktadır. Değişkenlerin çoğu logaritmik dönüşümlü olmasına rağmen çizelge, bazı değişkenlerin mekansal bakımdan birbirinden büyük ölçüde farklılık gösterdiğini resmederken, bazılarının mekansal farklılığının daha düşük olduğunu yansıtmaktadır. Nitekim özellikle ortalama ve standart sapma değerleri karşılaştırıldığında, DYY , $DYY_{SANAYİ}$, $DYY_{HİZMET}$ gibi bağımlı değişkenleri bir yana bırakırsak, YSF , $SANAYİ$, $NÜFUSARTIŞI$ ve $SENDİKA$ değişkenlerinin bir ilden diğerine büyük bir değişim gösterdiği dikkati çekmektedir. Bu dört değişkenin mekansal bakımdan farklılık göstermesi, bunların Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçiminde belirleyici birer faktör olabileceğinin işaretçisi sayılabilir. Diğer taraftan, $HİZMET$, $KENTLEŞME$, $GSYİH$, $ÜCRET$, $EĞİTİM$, $İŞSİZ$, $KARAYOLU$ ve $İLETİŞİM$ değişkenlerinin iller arasında göreceli olarak daha benzer özellikler taşıması, söz konusu faktörlerin yabancı yatırımcıların lokasyon seçimine daha az etki edebileceğini ima etmektedir.

Çizelge 7.1. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin betimsel istatistik sonuçları

Değişkenler	N	Ortalama	Standart sapma	Minimum	Maksimum	Değişim aralığı	Varyans	Çarpıklık	Basıklık
LnDYY	61	13,659	3,360	7,244	22,588	15,344	11,288	0,406	-0,365
LnDYY _{SANAYİ}	46	14,094	3,232	7,378	21,122	13,745	10,447	0,099	-0,607
LnDYY _{HİZMET}	51	12,717	2,936	7,244	22,270	15,026	8,621	1,050	1,509
LnYSF	61	1,879	1,860	0,000	8,074	8,074	3,460	1,184	1,209
LnSANAYİ	61	3,928	1,583	0,000	8,218	8,218	2,505	-0,028	0,857
LnHİZMET	61	3,316	0,280	2,754	4,156	1,402	0,078	0,602	0,534
LnKENTLEŞME	61	4,027	0,200	3,595	4,507	0,912	0,040	0,303	0,097
LnNÜFUS	61	13,379	0,866	11,650	16,120	4,470	0,750	0,502	0,599
LnGSYİH	61	7,495	0,453	6,458	8,727	2,268	0,205	0,013	-0,014
NÜFUSARTIŞI	61	12,831	12,373	-16,160	41,790	57,950	153,092	-0,131	-0,047
LnÜCRET	61	8,937	0,462	7,820	10,169	2,349	0,213	-0,317	0,356
LnVERİMLİLİK	61	10,136	0,691	8,338	12,014	3,677	0,478	0,134	0,435
LnEĞİTİM	61	1,804	0,299	1,308	2,801	1,493	0,089	0,987	1,258
LnİŞSİZLİK	61	1,978	0,354	1,281	2,674	1,393	0,125	0,058	-0,827
LnSENDİKA	61	9,774	1,266	6,825	13,384	6,558	1,602	-0,004	0,870
LnKARAYOLU	61	4,530	0,085	4,198	4,605	0,407	0,007	-1,656	3,210
LİMAN	61	0,356	0,483	0	1	1	0,233	0,618	-1,677
HAVAYOLU	61	0,441	0,501	0	1	1	0,251	0,245	-2,009
LnİLETİŞİM	61	7,225	0,416	6,342	8,250	1,908	0,173	0,288	0,214
LnELEKTRİK	61	0,168	0,626	-0,942	1,960	2,902	0,392	0,590	0,312
KÖYTEŞVİK	61	0,458	0,502	0	1	1	0,252	0,175	-2,040
SERBESTBÖLGE	61	0,356	0,713	0	4	4	0,509	2,890	11,144
LnKAMUYATIRIMI	61	5,210	0,772	2,833	7,758	4,925	0,595	0,191	1,891
LnARAZİ	61	8,998	0,694	6,742	10,568	3,826	0,482	-0,470	1,300
SİNİR	61	0,203	0,406	0	1	1	0,165	1,512	0,297
KIYI-İÇ	61	0,424	0,498	0	1	1	0,248	0,317	-1,968
İSTANBUL	61	0,017	0,130	0	1	1	0,017	7,681	59,000
LnSUÇ	61	6,563	0,418	5,938	7,655	1,717	0,174	0,474	-0,687

7.2. Korelasyon Analizinin Sonuçları

Çizelge 7.2 her bir bağımsız değişkenin birbirleriyle ve bağımlı değişken ile olan ilişkisini (Pearson korelasyon katsayısının değerini), bu ilişkinin yönünü (pozitif veya negatif olma durumlarını) ve korelasyon katsayılarının anlamlılık derecelerini göstermektedir. Çizelge aynı zamanda, hangi bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusallık problemini de yansıtmaktadır.

Pearson korelasyon katsayısı matrisi, ÜCRET, VERİMLİLİK, İŞSİZLİK, KAMUYATIRIMI, ARAZİ ve SİNİR dışındaki tüm bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan DYY ile istatistiksel olarak önemli bir ilişki içinde olduğunu sergilemektedir (Çizelge 7.2). Matris aynı zamanda, her bir bağımsız değişkenin bağımlı değişken ile olan ilişkisinin yönünü daha önce (Bölüm V ve VI'da) tahmin edilenle büyük ölçüde uyumlu olduğunu göstermektedir. Buna göre, beklendiği gibi, Türkiye'deki DYY, bir ilde yabancı firmaların faaliyette bulunması (YSF), ilin sanayileşme düzeyi, hizmet sektörünün gelişmişliği, kentleşme düzeyi; ilin sahip olduğu pazarın potansiyeli, kuvveti ve büyüme eğilimi; ildeki emeğin verimlilik düzeyi, niteliği, işsizlik ve sendikalaşma oranı; ildeki karayolu, havayolu, liman, iletişim ve elektrik enerjisi altyapısı; illerdeki serbest bölgeler

ve kamu yatırımı; ilin arazi büyüklüğü, kıyıda veya iç bölgede yer alması ve İstanbul'un varlığı ile pozitif şekilde ilişkilidir. Buna karşın, Türkiye'deki DYY bir ilin emek maliyeti, ilin kalkınmada öncelikli yöre kapsamında olması, sınırda yer alması ve bir ildeki yaşam kalitesi ile negatif şekilde ilişkilidir.

Bağımlı değişken (DYY) ile en yüksek korelasyona ($r=.89$, $p>.01^{102}$) doğal olarak bir ilde faaliyet gösteren yabancı firmalar (YSF) sahiptir. Onu, çok yakından bir ilde sanayi tesislerinin bulunması ($r=.74$, $p>.01$) (SANAYİ) izlemektedir. Yani bu iki değişken ile DYY arasında istatistiksel bakımdan çok güçlü bir ilişki söz konusudur. Ayrıca DYY, bir ilin piyasa potansiyeli (NÜFUS), KÖY kapsamında yer alması (KÖYTEŞVİK), emek niteliği (EĞİTİM), iletişim altyapısı (İLETİŞİM), serbest bölgesinin bulunması (SERBESTBÖLGE), alım gücü (GSYİH), hizmet sektörünün gelişmişliği (HİZMET) ve piyasanın büyüme dinamikleri (NUFUSARTIŞI) ile pearson korelasyon katsayısının $r>\pm.50-\pm.70$, $p>.01$ olması nedeniyle güçlü bir ilişki içerisindedir (Çizelge 7.2).

Her üç korelasyon katsayısı incelendiği zaman ortaya çıkan ilginç/ortak bir sonuç, sadece 4 değişkenin bağımlı değişkenler (DYY, $DYY_{SANAYİ}$, $DYY_{HİZMET}$) ile negatif ilişki (ÜCRET, KÖYTEŞVİK, SINIR ve SUÇ) içinde olması, diğerlerinin pozitif olmasıdır. Ancak ücret değişkeni $DYY_{SANAYİ}$ ile pozitif ilişki içindedir (Çizelge 7.2, 7.3 ve 7.4).

¹⁰² İstatistik olasılığa dayanan bir bilimdir. İstatistikte karar vermek, öngörü veya tahminde bulunmak ancak olasılık yoluyla mümkündür. İşte istatistiksel analizde P değeri herhangi bir olayın meydana gelme *olasılığını* ifade eder. Olasılık 0 ile 1 arasında değişir ve genellikle ondalık sayı (0.001, 0.01, 0.05 ve 0.10 gibi) şeklinde ifade edilir. Ancak zaman zaman oransal (%99, %1 gibi) olarak da ifade edildiği görülür. Olasılık en yaygın şekilde parametrelerin *önemlilik* veya *anlamlılık düzeyini* (significant level, p) ifade etmek için kullanılır. Gerek genel olarak, gerekse bu çalışma bağlamında, p değeri regresyon veya korelasyon katsayıların istatistiksel olarak önemli veya anlamlı olup olmadığını gösterir. P değeri, standart olarak üç şekilde ifade edilir: $p<0.001$ (%0.1 veya %99,9), $p<0.01$ (%1 veya %99) ve $p<0.05$ (%5 veya %95). Bazen önemlilik düzeyinin $p<0.10$ (%10 veya %90) şeklinde de kurulduğu görülür. En yaygın şekilde kullanılan $p<0.05$ 'dir. Eğer p değeri 0.05 olursa bunun anlamı, olay %95 olasılıkla meydana gelecek ya da elde edilen bulgu %95 güven düzeyi ile doğrudur. Tersinde söylersek olayın meydana gelmeme yani şans eseri olma ihtimali (hata payı) %5'dir. Sonuç olarak, p değerine bakarak, bir sonucun **istatistiksel olarak önemli** ya da **anlamlı** dolayısıyla **doğru** (true) bir bulgu olup olmadığına karar verilir.

Çizelge 7.2. DYY ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris

Değişkenler	LnDYY	LnYSF	LnSANAYI	LnHİZMET	LnKENTLEŞME	LnNÜFUS	LnGSYİH	NÜFUSARTIŞI	LnÜCRET	LnVERİMLİLİK	LnEĞİTİM	LnİŞSİZLİK	LnSENDİKA	LnKARAYOLU	LİMAN	HAVAYOLU	LnİLETİŞİM	LnELEKTRİK	KÖYTEŞVİK	SERBESTBÖLGE	LnKAMUYATIRIMI	LnARAZI	SINIR	KIYI-IÇ	İSTANBUL	LnSUC
LnDYY	1,00																									
LnYSF	0,89***	1,00																								
LnSANAYI	0,74**	0,75**	1,00																							
LnHİZMET	0,51*	0,57*	0,35	1,00																						
LnKENTLEŞME	0,50*	0,45	0,47	0,70**	1,00																					
LnNÜFUS	0,65*	0,75**	0,71**	0,35	0,43	1,00																				
LnGSYİH	0,52*	0,52*	0,57*	0,46	0,28	0,17	1,00																			
NÜFUSARTIŞI	0,51*	0,55*	0,36	0,29	0,28	0,59*	0,00	1,00																		
LnÜCRET	-0,17	-0,11	-0,07	0,17	0,07	0,01	0,19	-0,18	1,00																	
LnVERİMLİLİK	0,20	0,22	0,20	0,26	0,27	0,19	0,37	0,22	0,27	1,00																
LnEĞİTİM	0,63*	0,73**	0,57*	0,67*	0,40	0,48	0,61*	0,22	0,09	0,14	1,00															
LnİŞSİZLİK	0,17	0,24	0,05	0,31	0,61*	0,42	-0,22	0,46	0,15	0,14	0,05	1,00														
LnSENDİKA	0,42	0,54*	0,54*	0,27	0,27	0,63*	0,24	0,37	-0,04	0,04	0,60*	0,14	1,00													
LnKARAYOLU	0,32	0,26	0,44	-0,02	0,06	0,04	0,39	-0,11	-0,14	0,03	0,30	-0,43	0,09	1,00												
LİMAN	0,30	0,47	0,32	0,14	-0,07	0,36	0,34	0,09	0,14	0,04	0,34	0,04	0,37	-0,06	1,00											
HAVAYOLU	0,31	0,40	0,38	0,26	0,22	0,57*	0,05	0,44	-0,21	0,02	0,33	0,27	0,28	-0,14	0,12	1,00										
LnİLETİŞİM	0,58*	0,66*	0,54*	0,67*	0,35	0,22	0,80***	0,09	0,08	0,24	0,75**	-0,16	0,27	0,35	0,38	0,11	1,00									
LnELEKTRİK	0,45	0,41	0,49	0,37	0,25	0,14	0,78**	0,16	0,14	0,44	0,39	-0,21	0,24	0,32	0,24	0,08	0,68*	1,00								
KÖYTEŞVİK	-0,65*	-0,57*	-0,65*	-0,50*	-0,36	-0,33	-0,61*	-0,29	-0,03	-0,35	-0,49	0,18	-0,33	-0,47	-0,11	-0,06	-0,65*	-0,62*	1,00							
SERBESTBÖLGE	0,53*	0,65*	0,60*	0,41	0,46	0,61*	0,32	0,42	0,05	0,21	0,41	0,40	0,32	-0,01	0,43	0,47	0,42	0,26	-0,22	1,00						
LnKAMUYATIRIMI	0,16	0,17	0,10	0,17	-0,02	0,06	0,35	-0,06	0,04	-0,09	0,33	-0,08	0,17	0,04	0,30	0,18	0,25	0,17	-0,05	0,04	1,00					
LnARAZI	0,20	0,18	0,18	0,02	0,10	0,56*	-0,18	0,28	-0,17	-0,09	0,14	0,12	0,33	-0,05	-0,04	0,47	-0,20	-0,22	-0,06	0,02	0,16	1,00				
SINIR	-0,19	-0,23	-0,35	0,08	-0,06	-0,21	-0,32	-0,02	0,05	-0,20	-0,39	0,19	-0,30	-0,26	-0,20	-0,02	-0,26	-0,25	0,21	-0,14	-0,09	-0,11	1,00			
KIYI-IÇ	0,32	0,46	0,32	0,18	-0,10	0,25	0,38	0,07	0,15	0,07	0,40	-0,02	0,33	-0,01	0,87**	0,00	0,48	0,31	-0,24	0,34	0,25	-0,25	-0,18	1,00		
İSTANBUL	0,35	0,44	0,36	0,31	0,32	0,42	0,16	0,22	0,05	0,04	0,27	0,21	0,32	0,12	0,18	0,15	0,33	0,09	-0,12	0,68*	0,03	-0,08	-0,07	0,15	1,00	
LnSUC	-0,39	-0,31	-0,32	-0,30	-0,02	0,02	-0,51*	0,06	0,02	-0,14	-0,49	0,52*	-0,19	-0,54*	-0,05	0,05	-0,59*	-0,37	0,60*	0,06	-0,27	0,00	0,27	-0,17	0,06	1,00

*** Korelasyon katsayısı $r \geq .08$, $p < .01$

** Korelasyon katsayısı $r \geq .07 < .08$, $p < .01$

* Korelasyon katsayısı $r \geq .05 < .07$, $p < .01$

Çizelge 7.3. DYY_{SANAYI} ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris

Değişkenler	$LnDYY_{SANAYI}$	$LnYSF$	$LnSANAYI$	$LnHIZMET$	$LnKENTLEŞME$	$LnNÜFUS$	$LnGSYİH$	$NÜFUSARTIŞI$	$LnÜCRET$	$LnVERİMLİLİK$	$LnEĞİTİM$	$LnİŞSİZLİK$	$LnSENDİKA$	$LnKARAYOLU$	$LİMAN$	$HAVAYOLU$	$LnİLETİŞİM$	$LnELEKTRİK$	$KÖYTEŞVİK$	$SERBESTBÖLGE$	$LnKAMUYATIRIMI$	$LnARAZI$	$SINIR$	$KIYI-İÇ$	$İSTANBUL$	$LnSUC$	
$LnDYY_{SANAYI}$	1,00																										
$LnYSF$	0,68*	1,00																									
$LnSANAYI$	0,76**	0,73**	1,00																								
$LnHIZMET$	0,41	0,67*	0,47	1,00																							
$LnKENTLEŞME$	0,60*	0,44	0,50*	0,67*	1,00																						
$LnNÜFUS$	0,60*	0,76**	0,75	0,47	0,53*	1,00																					
$LnGSYİH$	0,44	0,55*	0,47	0,58*	0,24	0,14	1,00																				
$NÜFUSARTIŞI$	0,42	0,61*	0,51*	0,24	0,28	0,63*	0,08	1,00																			
$LnÜCRET$	0,15	0,08	0,02	0,32	0,17	0,12	0,25	-0,19	1,00																		
$LnVERİMLİLİK$	0,31	0,32	0,36	0,30	0,37	0,26	0,42	0,30	0,30	1,00																	
$LnEĞİTİM$	0,39	0,68*	0,48	0,80***	0,41	0,45	0,55*	0,24	0,24	0,14	1,00																
$LnİŞSİZLİK$	0,29	0,28	0,12	0,31	0,63*	0,49	-0,20	0,47	0,17	0,26	0,11	1,00															
$LnSENDİKA$	0,67*	0,78**	0,80***	0,64*	0,58*	0,87***	0,44	0,47	0,19	0,25	0,55*	0,34	1,00														
$LnKARAYOLU$	0,32	0,24	0,37	0,08	0,10	0,05	0,23	0,04	-0,30	0,06	0,18	-0,38	0,05	1,00													
$LİMAN$	0,29	0,58*	0,30	0,29	0,00	0,41	0,35	0,29	0,32	0,05	0,37	0,15	0,46	-0,13	1,00												
$HAVAYOLU$	0,15	0,39	0,42	0,29	0,27	0,58*	0,04	0,56*	-0,24	0,15	0,29	0,38	0,53*	-0,28	0,19	1,00											
$LnİLETİŞİM$	0,42	0,64*	0,49	0,77	0,34	0,18	0,83***	0,11	0,22	0,26	0,72**	-0,14	0,42	0,31	0,36	0,06	1,00										
$LnELEKTRİK$	0,43	0,44	0,43	0,45	0,27	0,10	0,77**	0,22	0,20	0,46	0,31	-0,08	0,36	0,20	0,25	0,12	0,69*	1,00									
$KÖYTEŞVİK$	-0,53*	-0,52*	-0,65*	-0,47	-0,24	-0,30	-0,57*	-0,25	-0,17	-0,28	-0,39	0,26	-0,46	-0,54*	-0,14	0,05	-0,62*	-0,60*	1,00								
$SERBESTBÖLGE$	0,51*	0,64*	0,60*	0,47	0,49	0,64*	0,31	0,48	0,14	0,33	0,36	0,44	0,65*	-0,08	0,47	0,52*	0,39	0,29	-0,17	1,00							
$LnKAMUYATIRIMI$	0,06	0,26	0,13	0,24	-0,04	0,12	0,37	0,03	0,02	-0,22	0,37	-0,04	0,31	-0,11	0,38	0,18	0,25	0,13	0,02	0,06	1,00						
$LnARAZI$	0,11	0,12	0,21	0,08	0,16	0,52*	-0,17	0,19	-0,14	-0,13	0,11	0,14	0,42	-0,01	0,01	0,37	-0,26	-0,32	-0,01	0,00	0,17	1,00					
$SINIR$	-0,12	-0,17	-0,21	-0,01	-0,08	-0,10	-0,11	-0,07	0,01	-0,06	-0,35	0,15	-0,05	-0,19	-0,07	-0,06	-0,18	0,02	0,08	-0,09	0,01	-0,07	1,00				
$KIYI-İÇ$	0,26	0,52*	0,26	0,31	-0,07	0,24	0,38	0,22	0,36	0,09	0,41	0,05	0,31	-0,09	0,83***	0,00	0,47	0,33	-0,27	0,34	0,31	-0,30	-0,02	1,00			
$İSTANBUL$	0,34	0,48	0,40	0,36	0,36	0,45	0,17	0,25	0,08	0,05	0,27	0,25	0,44	0,13	0,20	0,15	0,34	0,09	-0,11	0,69*	0,04	-0,12	-0,07	0,17	1,00		
$LnSUC$	-0,22	-0,26	-0,31	-0,29	-0,01	0,11	-0,52*	0,17	0,04	-0,05	-0,42	0,59*	-0,10	-0,56*	-0,07	0,22	-0,58*	-0,31	0,58*	0,11	-0,25	0,05	0,36	-0,20	0,09	1,00	

*** Korelasyon katsayısı $r \geq .08$, $p < .01$

** Korelasyon katsayısı $r \geq .07 < .08$, $p < .01$

* Korelasyon katsayısı $r \geq .05 < .07$, $p < .01$

Çizelge 7.4. DYY_{HİZMET} ve bağımsız değişkenler arasındaki Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris

Değişkenler	LnDYY _{HİZMET}	LnYSF	LnSANAYI	LnHİZMET	LnKENTLEŞME	LnNÜFUS	LnGSYİH	NÜFUSARTIŞI	LnÜCRET	LnVERİMLİLİK	LnEĞİTİM	LnİŞSİZLİK	LnSENDİKA	LnKARAYOLU	LİMAN	HAVAYOLU	LnİLETİŞİM	LnELEKTRİK	KÖYTEŞVİK	SERBESTBÖLGE	LnKAMUYATIRIMI	LnARAZI	SINIR	KIYI-İÇ	İSTANBUL	LnSUC	
LnDYY _{HİZMET}	1,00																										
LnYSF	0,91***	1,00																									
LnSANAYI	0,69*	0,76**	1,00																								
LnHİZMET	0,67*	0,61*	0,42	1,00																							
LnKENTLEŞME	0,53*	0,50*	0,59*	0,71**	1,00																						
LnNÜFUS	0,64*	0,75**	0,70**	0,38	0,48	1,00																					
LnGSYİH	0,54*	0,53*	0,56*	0,50*	0,30	0,17	1,00																				
NÜFUSARTIŞI	0,52*	0,56*	0,33	0,35	0,35	0,59*	0,02	1,00																			
LnÜCRET	-0,09	-0,08	-0,02	0,14	0,07	0,03	0,25	-0,15	1,00																		
LnVERİMLİLİK	0,20	0,20	0,17	0,26	0,30	0,15	0,40	0,19	0,29	1,00																	
LnEĞİTİM	0,72**	0,75**	0,59*	0,67*	0,41	0,50*	0,61*	0,27	0,08	0,16	1,00																
LnİŞSİZLİK	0,26	0,30	0,16	0,35	0,65*	0,46	-0,13	0,48	0,15	0,13	0,11	1,00															
LnSENDİKA	0,67*	0,73**	0,80***	0,42	0,48	0,83***	0,52*	0,38	0,13	0,18	0,60*	0,28	1,00														
LnKARAYOLU	0,21	0,27	0,49	0,01	0,10	0,11	0,36	-0,12	-0,11	0,03	0,33	-0,41	0,24	1,00													
LİMAN	0,33	0,42	0,25	0,15	-0,06	0,30	0,34	0,05	0,18	0,02	0,32	0,06	0,40	-0,09	1,00												
HAVAYOLU	0,41	0,40	0,37	0,28	0,25	0,52*	0,10	0,41	-0,23	-0,04	0,37	0,24	0,49	-0,06	0,09	1,00											
LnİLETİŞİM	0,67*	0,67*	0,57*	0,68*	0,36	0,23	0,80***	0,13	0,08	0,26	0,74**	-0,09	0,48	0,35	0,37	0,15	1,00										
LnELEKTRİK	0,44	0,39	0,49	0,37	0,24	0,12	0,76**	0,20	0,18	0,46	0,38	-0,16	0,45	0,31	0,22	0,11	0,67*	1,00									
KÖYTEŞVİK	-0,57*	-0,57*	-0,62*	-0,53*	-0,42	-0,32	-0,59*	-0,31	-0,03	-0,34	-0,48	0,09	-0,48	-0,47	-0,05	-0,07	-0,64*	-0,61*	1,00								
SERBESTBÖLGE	0,68*	0,69*	0,67*	0,43	0,49	0,61*	0,39	0,41	0,05	0,19	0,44	0,38	0,65*	0,06	0,44	0,43	0,49	0,31	-0,26	1,00							
LnKAMUYATIRIMI	0,26	0,16	0,06	0,20	0,01	0,08	0,38	-0,08	0,04	-0,04	0,31	-0,02	0,33	0,00	0,30	0,28	0,24	0,22	-0,02	0,10	1,00						
LnARAZI	0,14	0,18	0,13	0,03	0,10	0,55*	-0,20	0,27	-0,18	-0,11	0,14	0,12	0,40	0,02	-0,06	0,44	-0,20	-0,24	-0,07	-0,04	0,20	1,00					
SINIR	-0,15	-0,23	-0,39	0,10	-0,03	-0,19	-0,34	-0,09	0,04	-0,32	-0,37	0,18	-0,30	-0,37	-0,18	-0,02	-0,27	-0,29	0,24	-0,16	-0,05	-0,07	1,00				
KIYI-İÇ	0,30	0,40	0,24	0,19	-0,09	0,17	0,38	0,02	0,20	0,05	0,38	0,00	0,30	-0,03	0,85***	-0,06	0,48	0,29	-0,18	0,35	0,23	-0,30	-0,15	1,00			
İSTANBUL	0,46	0,45	0,39	0,32	0,33	0,44	0,16	0,22	0,05	0,04	0,27	0,23	0,39	0,13	0,17	0,15	0,33	0,08	-0,12	0,69*	0,03	-0,09	-0,07	0,14	1,00		
LnSUC	-0,39	-0,36	-0,35	-0,34	-0,05	-0,02	-0,53*	0,02	0,03	-0,22	-0,48	0,48	-0,23	-0,55*	-0,04	-0,04	-0,60*	-0,44	0,63*	-0,01	-0,14	-0,02	0,26	-0,17	0,07	1,00	

*** Korelasyon katsayısı $r \geq .08$, $p < .01$

** Korelasyon katsayısı $r \geq .07 < .08$, $p < .01$

* Korelasyon katsayısı $r \geq .05 < .07$, $p < .01$

7.3. Regresyon Analizinin Sonuçları

Korelasyon analizden elde edilen bulgular çok sayıda bağımsız değişken arasında çoklu doğrusallık sorunu bulunduğunu işaret etmesi, bu sorunu gidermek ve her bir bağımsız değişkenin DYY üzerindeki performansını görebilmek amacıyla bir kaç farklı regresyon modelinin tahmin edilmesini gerekli kılmıştır. Her bir regresyon modeli tahmin edilirken (kurulurken), ard arda iki işlem uygulanmıştır. Birincisi, öncelikle birbiriyle çok yüksek korelasyon gösteren bağımsız değişkenler sırasıyla modelden atılmıştır. İkincisi, bu işlemde sonra kalan bağımsız değişkenlerin performansı geriye doğru seçim tekniği kullanılarak modellenmiştir. Böylece tüm bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisi incelenmiş yani hiç bir bağımsız değişken atlanmamıştır. Oysa, eğer tek seferde birbiriyle çakışan tüm bağımsız değişkenler analizden dışlanmış olsaydı, bu durumda DYY lokasyonu üzerinde belirleyici olabilecek olası bazı değişkenler tamamen göz ardı edilmiş veya önemsiz sayılmış olurdu.¹⁰³ İşte tüm bu olasılıklar göz önüne alınarak, çoklu doğrusallık sorunu yaşayan bağımsız değişkenler aşamalı olarak analizden çıkarılmıştır. Tüm bu işlemler sonucunda yedi temel regresyon modeli tahmin edilmiştir.

Çizelge 7.5 EKK yöntemli çoklu regresyon analizi ile elde edilen yedi farklı modelin sonuçlarını vermektedir. Buna göre, model 1, tüm bağımsız değişkenlerin regresyona sokulduğu kapsamlı bir başlangıç modeli sunmaktadır. Model 2, 3, 4, 5, 6 ve 7 ise bir yandan çoklu doğrusallık sorununu bertaraf etmek, öbür yandan en uygun regresyon denklemini kurmak için uygulanan ve aşamalı regresyon yöntemlerinden biri olan *geriye doğru seçim tekniği* kullanılarak elde edilen regresyon modellerini vermektedir. Başka bir ifade ile model 2, 3, 4, 5, 6 ve 7, DYY lokasyonunu en iyi açıklayan değişkenleri ortaya çıkarmak için araştırmanın teorik ve ampirik temeliyle uyumlu şekilde hem pearson korelasyon katsayısı (Bkz. Çizelge 7.2), hem de VAF değerleri ve tolerans istatistikleri (Bkz. Çizelge 6.3) göz önünde tutularak model 1'den türetilmiştir.

7.3.1. Model 1

Model 1, tüm bağımsız değişkenlerin regresyona dahil edilerek aynı anda test tabii tutulduğu kapsamlı bir başlangıç modeli sunmaktadır. Bu model bölüm IV ve bölüm V'de ayrıntılı şekilde tartışılan ve literatür tarafından DYY'nin lokasyonunu belirleyici olarak sunulan tüm lokasyon faktörlerini (ya da bağımsız değişkenleri) regresyon denklemine yerleştirdiğimizde (Bkz. Denklem 6.3) nasıl bir sonucun ortaya çıktığını göstermektedir. Dolayısıyla model 1, esas olarak tüm bağımsız değişkenlerin DYY üzerindeki performansı için genel bir çerçeveye sunmaktadır. Buna göre, regresyon modelinin önemliliğini test eden

¹⁰³ Literatürdeki yaygın uygulama, birbiriyle çakışan tüm bağımsız değişkenlerin tek seferde modelden atılmasıdır. Bu durum analiz sürecini araştırmacılar için kolaylaştırmakta ise de, konuyu kapsamlı şekilde analiz etmeyi sınırlandırmaktadır.

F istatistiği model 1'in %99,9 güven düzeyinde anlamlı olduğunu ortaya koyarken, bağımlı değişkenin varyansının ne kadarını açıkladığı gösteren R²'nin değeri 0.892'dir. Bunun anlamı, model 1'deki bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin yani DYY'nin iller arasındaki lokasyon seçiminin %89'unu açıklamaktadır. Model 1, örneklem yerine kitleden alınsa idi bu durumda R²'nin değeri ne olurdu sorusunun cevabını ortaya koyan Düzeltilmiş R² değeri (0,811), modelin tahmin gücünün bir miktar kayba uğradığını göstermektedir. Regresyon modelindeki artıklar arasında otokorelasyonun varlığını teşhis eden Durbin-Watson testinin sonucu (DW=2,167) model 1'in otokorelasyon sorunu içermediğini yansıtmaktadır.

Model 1, 25 bağımsız değişkenden DYY lokasyonu üzerindeki etkisini ortaya koyması bakımından çok değerli olmakla birlikte, modeldeki değişkenlerin çoğu yanlış işarete sahiptir. bu durumun en önemli nedeni bu modelin regresyon analizinin bir çok varsayımını çiğnemesidir. Nitekim model 1'de;

- (1) Artıkların dağılımı normal değildir.
- (2) İlişki doğrusal değildir.
- (3) Hataların varyansı homojen değildir.

(4) En önemlisi, modeldeki değişkenlerin çoğu kabul edilemez düzeyde çoklu doğrusallık sorunu taşımaktadır. Nitekim gerek Çizelge 7.2'deki korelasyon katsayısı gerekse çizelge 6.3'deki VAF değerleri ve tolerans istatistikleri bu durumu apaçık doğrulamaktadır.

Çizelge 7.2'deki her bir bağımsız değişkenin aldığı Pearson korelasyon katsayısını gösteren matris incelendiği zaman, analizde kullanılan bazı bağımsız değişkenler arasında ciddi, bazıları arasında ise potansiyel çoklu doğrusallık sorununun bulunduğu tespit edilmiştir. Buna göre, korelasyon katsayısının $r > .80$ olduğu LİMAN ve KIYI-İÇ ($r = .87$) ile GSYİH ve İLETİŞİM ($r = .80$) değişkenleri arasında çok ciddi çoklu doğrusallık sorunu bulunmaktadır. Aynı şekilde YSF ve SANAYİ ($r = .75$), YSF ve EĞİTİM ($r = .73$), YSF ve NÜFUS ($r = .75$), SANAYİ ve NÜFUS ($r = .71$), HİZMET ve KENTLEŞME ($r = .70$), GSYİH ve ENERJİ ($r = .78$), EĞİTİM ve İLETİŞİM ($r = .75$) değişkenleri arasında da ikinci derecede ciddi çoklu doğrusallık problemi vardır.

Benzer şekilde r 'nin .50-.70 arasında değer aldığı bağımsız değişkenlerinde potansiyel olarak çoklu doğrusallık sorununa yol açabileceği bilinmektedir. Buna göre, YSF değişkeni ile HİZMET, GSYİH, NUFUSARTIŞI, SENDİKA, İLETİŞİM ve KÖYTEŞVİK; SANAYİ değişkeni ile GSYİH, EĞİTİM, SENDİKA, İLETİŞİM, KÖYTEŞVİK ve SERBESTBÖLGE; HİZMET değişkeni ile EĞİTİM ve İLETİŞİM; KENTLEŞME değişkeni İŞSİZLİK ile; NUFUS değişkeni NUFUSARTIŞI, SENDİKA, HAVAYOLU, SERBESTBÖLGE ve ARAZİ ile; GSYİH değişkeni SUÇ, EĞİTİM ve KÖYTEŞVİK ile; EĞİTİM değişkeni SENDİKA

ile; İŞSİZLİK değişkeni SUÇ ile; KARAYOLU değişkeni SUÇ ile; İLETİŞİM değişkeni ENERJİ, KÖYTEŞVİK ve SUÇ ile; ENERJİ değişkeni KÖYTEŞVİK ile; KÖYTEŞVİK değişkeni SUÇ ile ve son olarak SERBESTBÖLGE değişkeni İSTANBUL ile güçlü korelasyon göstermekte ve bu söz konusu değişkenlerin üst üste çakışmasına neden olmaktadır. Bu durum eğer tüm değişkenler analize sokulursa, regresyon analizinin en temel varsayımlarından biri olan "bağımsız değişkenler birbiriyle yüksek korelasyon göstermemelidir" varsayımının çiğnenmesi anlamına gelmektedir.

Regresyon analizinde değişkenler arasında çoklu doğrusallık sorununun tespit edilmesi durumunda bağımsız değişkenlerden birinin veya bir kaçının analizden dışlanması gerekir. Yani kendi aralarında yüksek korelasyona sahip bağımsız değişkenlerden sadece birisini seçmek gerekmektedir. Çünkü doğrusallık içeren bağımsız değişkenler bağımlı değişken üzerinde benzer bilgiye ya da açıklama düzeyine sahip oldukları için iki değişkenden birinin tercih edilmesi, dolayısıyla fazla olanın modelden atılması gerekmektedir (Field, 2005:175). Burada en önemli mesele, korelasyon katsayısı aynı olan iki bağımsız değişken arasında seçimin nasıl yapılacağı konusudur. Yani hangi bağımsız değişkenin analizden dışlanmalıdır? Bir başka ifade ile hangi değişken seçilmelidir? Kesin bir ölçüt olmamakla beraber iki faktör¹⁰⁴ göz önüne alınmaktadır. Birincisi ve en ideal olanı çalışmanın altında yatan teorik ve ampirik varsayımların dikkate alınarak bağımsız değişkenlerin geçmiş araştırmalara dayalı olarak seçilmesidir (Clark ve Hosking, 1986:421; Rogerson, 2001:136; Field, 2005:160, 262-263). Buna göre hangi değişkenin analiz dışına itileceği araştırmacı tarafından teorik ve ampirik literatüre dayalı olarak yapılmaktadır.¹⁰⁵ İkincisi, VAF değerinin büyüklüğü ile tolerans istatistikleri incelenmelidir (Rogerson, 2001:136). Ancak gerek korelasyon katsayısı gerekse VAF değerleri ve tolerans istatistiklerinin kullanılması mutlak bir ölçü olmayıp, tüm bunların kullanılması durumunda seçimin araştırmacının teorik temeliyle uyumlu olması gerekir. Nitekim diğer modeller (Model 2, 3, 4, 5, 6 ve 7) oluşturulurken, çoklu doğrusallık sorununu aşmak her iki faktörde göz önüne alınmıştır.

¹⁰⁴ Bazı araştırmacılar çoklu doğrusallığı azaltmak için yeniden veri toplanmasını gerektiğini ileri sürerken, bazıları çoklu doğrusallığa sahip değişkenleri önce faktör analize tabi tutmayı önermektedir (Shaw ve Wheeler, 1994:257; Field, 2005:263). Bazıları ise bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ikili ve çoklu regresyon denemeleri ile incelemeyi tavsiye etmektedir (Ergün, 1995:153). Bir çok araştırmacı ise bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusal ilişkiden kaynaklanan sorunları aşmak için aşamalı regresyon analizinin en sık başvurulan, en iyi yöntemlerden biri olduğunu belirtmektedir (Shaw ve Wheeler, 1995:257).

¹⁰⁵ Çünkü tümüyle ilgisiz olan bir bağımsız değişkende kurulan model için çok iyi bir tahmin edici olabilir. Örneğin, Türkiye'de bir ilde bulunan yabancı firma sayısı ile bir ilin sahip olduğu (varsayalım) hayvan sayısı arasında pekala çok iyi bir doğrusal ilişki bulunabilir. Dolayısıyla eğer kurduğumuz modele hayvan sayısı değişkenini koyarsak bu değişken DYY ile istatistiksel bakımdan pekala önemli bir ilişki içinde gözükabilir. Oysa teorik bakımdan bu iki değişken arasında hiç bir ilişki yoktur ve bu tip bir değişkenin asla DYY ile ilgili modele girmemesi gerekir. Dolayısıyla değişkenlerin seçimi geçmiş araştırmaların bulgularını içeren teorik ve ampirik literatüre dayalı olmak zorundadır.

Sonuç olarak, model 1 geniş ve kapsamlı bir açıklama sunmakla birlikte, istatistiksel bakımdan sorunlu olup, büyük ölçüde iyileştirmeye ihtiyaç duymaktadır.

7.3.2. Model 2

YSF değişkeni, bir ile DYY yapılmasında çok önemli bir faktör olmakla birlikte bu değişken ile SANAYİ ($r=.75$), EĞİTİM ($r=.73$) ve NÜFUS ($r=.75$) değişkenleri arasında çok ciddi, HİZMET, GSYİH, NÜFUSARTIŞI, SENDİKA, İLETİŞİM ve KÖYTEŞVİK değişkenleri arasında ise potansiyel çoklu doğrusallık sorunu bulunmaktadır (Bkz. Çizelge 7.2). Bu nedenle bu değişken modelden çıkarılmıştır. YSF değişkeni analizden dışlandıktan sonra, 24 bağımsız değişken tekrar analize sokulmuş ve böylece model 2 elde edilmiştir. İşte model 2, model 1'den geriye doğru seçim tekniği ile elde edilen regresyon modelinin bulgularını içermektedir. Bu modelde NÜFUS, ÜCRET, EĞİTİM, HAVAYOLU, KÖYTEŞVİK ve SERBESTBÖLGE değişkenleri farklı düzeylerde de olsa istatistiksel bakımdan anlamlı ve beklenen işaret sahiptir. Modelin F değerinin ($F=22,891$) model 1'e nazaran oldukça yüksek çıkması, model 2'nin iyileştirildiğini ve dolayısıyla geçerliliğinin de arttığını kanıtlamaktadır. Aynı şekilde analiz sonucu 24 değişkenden 17'si model dışına itilmesine rağmen kalan 7 değişkenin R^2 'sinin $.759$ olması model 2'den elde edilen bulguların doğruluğunu göstermektedir. Nitekim düzeltilmiş R^2 'nin değerinin de son derece yüksek olması, bu modeldeki yedi değişkenin Türkiye'deki yabancı firmaların lokasyon seçimindeki değişimin %76'sını açıkladığını ifade etmektedir. Başka bir ifade ile, model 2, Türkiye'de DYY'nin iller arasındaki coğrafi dağılışını açıklamada güçlü bir öngörü sunmaktadır. Modeldeki değişkenlerin VAF değeri 1,129 ile 2,208 arasında, tolerans istatistiği ise $.453-.886$ arasında değişmekte olduğundan değişkenler arasında çoklu doğrusallık bulunmamaktadır. Ayrıca model çoklu regresyon analizinin geri kalan tüm varsayımlarını (normallik, doğrusallık, homojen varyans, otokorelasyonun olmaması) yerine getirdiği için istatistiksel bakımdan geçerli, güvenilir ve doğru bir modeldir.

7.3.3. Model 3

Çoklu doğrusallık sorunu yaratan YSF değişkeni analizden dışlandığı zaman, DYY lokasyonunu belirleyen değişkenlerin neler olduğu model 2'de ortaya konmuştu. Daha öncede belirtildiği gibi, KENTLEŞME değişkeni ile HİZMET ($r=.70$) ve İŞSİZLİK ($r=.61$) değişkenleri arasında, SENDİKA değişkeni ile de NÜFUS ($r=.63$) ve EĞİTİM ($r=.60$) değişkenleri arasında çoklu doğrusallık problemi söz konusudur (Çizelge 7.2). İşte hem çoklu doğrusallık sorununu ortadan kaldırmak hem de kentleşme değişkeninin DYY üzerindeki etkisini kontrol etmek amacıyla model 2'de dışlanan YSF değişkeninin yanı sıra HİZMET, İŞSİZLİK ve SENDİKA değişkenleri de analizden dışlanmıştır. Böylece 21 bağımsız değişken, geriye doğru seçim tekniği kullanılarak regresyona tabi tutulmuş ve sonuçta model 3 elde edilmiştir. Model 3, 21 değişkenden içerisinden yedi değişkenin istatistiksel bakımdan önemli (KENTLEŞME, NÜFUS, GSYİH, NUFUSARTIŞI, ÜCRET,

HAVAYOLU ve SUÇ) olduğunu ortaya koymaktadır. Bu değişkenlerin tümü beklenen işaret sahiptir. Model 3, Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı firmaların lokasyon seçimindeki değişimin %76’sını açıklamaktadır. F istatistiği kurulan regresyon modelinin %99,9 düzeyinde önemli olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin VAF değeri 1,155 ile 2,150 arasında, tolerans istatistiği ise .465-.866 arasında değişmekte olduğundan çoklu doğrusallık sorunu söz konusu değildir. Ayrıca model regresyon analizinin geri kalan tüm varsayımlarını karşılamaktadır. Model 2’de istatistiksel bakımdan önemli olmayan KENTLEŞME, NUFUSARTIŞI, GSYİH ve SUÇ değişkeni bu modelde anlamlı hale gelirken, SINIR ve EĞİTİM değişkenleri önemini kaybetmiştir.

7.3.4. Model 4

Bu model, öncelikle 25 bağımsız değişkenden beşinin modelden dışlanması, daha sonrada kalan 20 değişkene geriye doğru seçim tekniği uygulanarak elde edilmiştir. Korelasyon matrisi incelendiğinde KIYI-İÇ ile LİMAN ($r=.87$) ve GSYİH ile İLETİŞİM ($r=.80$) değişkenleri arasında çok ciddi çoklu doğrusallık sorunu bulunmaktadır. Keza NÜFUS değişkeni ile SANAYİ ($r=.71$) ve EĞİTİM değişkeni ile İLETİŞİM ($r=.75$) değişkenleri arasında da ikinci derecede ciddi çoklu doğrusallık problemi vardır. Bunun yanı sıra, NÜFUS değişkeni ile NUFÜSARTIŞI, SENDİKA, HAVAYOLU, SERBESTBÖLGE ve ARAZİ değişkenleri arasında; EĞİTİM değişkeni ile HİZMET, GSYİH ve SENDİKA arasında; İLETİŞİM değişkeni ile ENERJİ, KÖYTEŞVİK ve SUÇ arasında olası çoklu doğrusallık sorunu bulunmaktadır (Çizelge 7.2). Bağımsız değişkenler arasındaki bu çoklu doğrusallık sorununu aşmak için bu modelde de YSF değişkeninin yanı sıra NÜFUS, EĞİTİM, İLETİŞİM ve KIYI-İÇ değişkenleri analize sokulmamıştır. Bu değişkenler modele sokulmayınca model 3’de analizden dışlanan HİZMET, İŞSİZLİK ve SENDİKA değişkenleri tekrar modele alınmıştır. Sonuç olarak Çizelge 7.5’de yer alan model 4’ün bulgularına erişilmiştir. Bu model’de altı değişken (SANAYİ, ÜCRET, İŞSİZLİK, LİMAN, KÖYTEŞVİK ve SUÇ) DYY ile istatistiksel bakımdan anlamlı ilişki içindedir. Modeldeki değişkenlerin tümü beklenen işarete sahiptir. Model Türkiye’de iller arasında yapılan yabancı yatırımların %72’sini ($R^2=.721$) açıklamaktadır. F istatistiği oldukça yüksek ve %99,9 düzeyinde önemlidir. Değişkenlerin VAF değeri 1,094 ile 2,524 arasında, tolerans istatistiği ise .396-.914 arasında değişmektedir. Bu durum model değişkenleri arasında çoklu doğrusallık sorunu olmadığını göstermektedir. Ayrıca kurulan model regresyon analizinin diğer varsayımlarını da karşılamaktadır.

7.3.5. Model 5

Model 5, öncelikle 25 bağımsız değişkenden sekizinin modelden dışlanması, daha sonrada kalan 17 değişkene geriye doğru seçim tekniği uygulanarak elde edilmiştir. KENTLEŞME değişkeni, HİZMET ($r=.70$) ve İŞSİZLİK değişkeni ile; KÖYTEŞVİK değişkeni ise SANAYİ, GSYİH, İLETİŞİM, ELEKTRİK ve SUÇ değişkeni ile güçlü çoklu doğrusallık

sergilemekte olduğundan modelden dışlanmıştır. Bu model oluşturulurken, model 4’de dışlanan değişkelere (YSF, NÜFUS, EĞİTİM, İLETİŞİM ve KIYI-İÇ) ek olarak, KENTLEŞME, KÖYTEŞVİK ve SUÇ değişkenleri de modelden dışlanmıştır. Bunun sonucunda model 5’deki altı değişkenin (SANAYİ, HİZMET, NÜFUSARTIŞI, ÜCRET, HAVAYOLU ve KAMUYATIRIMI) DYY ile istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu bulgusuna erişilmiştir. Model 5’de kamu yatırımı dışındaki tüm değişkenler beklenen işarete sahiptir. Model DYY’deki değişimin %72’sini açıklamaktadır. F istatistiği modelin %99,9 düzeyinde önemli olduğunu göstermektedir. Değişkenlerin VAF değeri 1,092 ile 1,465 arasında, tolerans istatistiği ise .683-.916 arasında değişmektedir. Bu durum model değişkenleri arasında çoklu doğrusallık sorunu olmadığını göstermektedir. Ayrıca model regresyon analizinin geri kalan tüm varsayımlarını karşılamaktadır.

7.3.6. Model 6

Değişkenler arasında hiç bir doğrusallık probleminin kalmadığı durumda, geriye doğru seçim tekniği ile elde edilen bu model, Türkiye’de DYY’nin lokasyon seçimini açıklayan en iyi regresyon modellerinden biridir. İster YSF ve NÜFUS dışında çoklu doğrusallık sorunlu olan 23 bağımsız değişken aynı anda analize girsin, isterse değişkenler arasında hiç bir doğrusallık probleminin olmadığı 15 bağımsız değişken analize sokulsun elde edilen sonuç model 6’nın bulguları ile aynıdır. Dolayısıyla model 6’da yer alan SANAYİ, NÜFUSARTIŞI, ÜCRET, EĞİTİM, HAVAYOLU, SINIR ve SUÇ değişkenleri Türkiye’de DYY’nin lokasyonunu belirleyen temel faktörlerdir. Modeldeki yedi değişkenin DYY ile olan ilişkisi beklentilere uygundur yani değişkenler beklenen işarete sahiptir. Model, Türkiye’deki yabancı firmaların lokasyon seçimindeki değişimin %75’ini açıklamaktadır. F istatistiği modelin %99,9 düzeyinde istatistiksel olarak önemli olduğunu göstermektedir. Modeldeki değişkenlerin VAF değeri 1,136 ile 2,170 arasında, tolerans istatistiği ise .461-.880 arasında değişmekte olduğundan çoklu doğrusallık sorunu söz konusu değildir. Ayrıca model çoklu regresyon analizinin geri kalan tüm varsayımlarını (normallik, doğrusallık, homojen varyans, otokorelasyonun olmaması) yerine getirdiği için istatistiksel bakımdan geçerli, güvenilir ve doğru bir modeldir.

7.3.7. Model 7

Model 7, yabancı firmaların lokasyon seçimini açıklayan en basit ancak en güçlü regresyon modelidir. Bu model 25 bağımsız değişken içerisinden karma regresyon tekniği kullanılarak elde edilmiştir. F testi regresyon modelinin istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki değişkenlerin VAF değeri 1,023 ile 1,566 arasında, tolerans istatistiği ise .639-.977 arasında değişmekte olduğundan çoklu doğrusallık sorunu söz konusu değildir. Ayrıca model çoklu regresyon analizinin geri kalan tüm varsayımlarını (normallik, doğrusallık, homojen varyans, otokorelasyonun

olmaması vb.) yerine getirdiği için istatistiksel bakımdan geçerli, güvenilir ve doğru bir modeldir.

Model 7, diğer tüm modellerden daha büyük bir açıklama sunduğu ($R^2 = .784$) için çok önemli olmakla birlikte, DYY lokasyonu üzerinde belirleyici güce sahip olan diğer bazı değişkenleri göz ardı etmekte ve yer seçimini tek bir boyuta indirgemektedir. Aşamalı regresyon yönteminin en sık kullanılan tekniği ile oluşturulan bu modelin en büyük avantajı, DYY lokasyonunu belirleyen en güçlü değişkeni açığa çıkarmasıdır. Buna göre, Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen en güçlü faktör bir ilde yabancı firmaların ne derecede, hangi yoğunlukta faaliyette bulunduğu ya da varlığının olduğudur. Nitekim, YSF değişkeni tek başına Türkiye’de iller arasındaki DYY’nin lokasyon seçiminin %75’ini açıklamaktadır. Bu modelde yer alan diğer önemli değişkenler DYY ile negatif şekilde ilişkili olan KÖYTEŞVİK ve ÜCRET değişkenleridir.

Çizelge 7.5. EKK yöntemli çoklu regresyon analizinin sonuçları (Bağımlı Değişken: LnDYY)

Bağımsız değişkenler	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		Model 5		Model 6		Model 7	
	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği
Sabit	53,079	1,735	6,118	0,918	- 13,104	- 1,496	33,095	4,665****	7,571	1,428	21,056	3,221***	20,020	4,817****
LnYSF	1,538	4,158											1,322	9,542****
LnSANAYİ	0,064	0,151					0,794	3,505****	1,392	7,410****	1,270	6,121****		
LnHİZMET	- 4,570	- 1,878							2,487	2,416**				
LnKENTLEŞME	6,399	1,860			3,110	2,366**								
LnNÜFUS	- 1,419	- 1,027	1,457	3,673****	1,979	5,154****								
LnGSYİH	0,706	0,618			2,285	3,587****								
NÜFUSARTIŞI	- 0,001	- 0,021			0,050	2,141**			0,081	3,467****	0,083	3,826****		
LnÜCRET	- 0,455	- 0,690	- 1,945	- 3,655****	- 1,867	- 3,537****	- 1,622	- 2,906**	- 1,328	- 2,352**	- 1,254	- 2,342**	- 0,911	- 2,002**
LnVERİMLİLİK	- 0,326	- 0,787												
LnEĞİTİM	2,364	1,274	3,608	3,413****							3,185	2,779**		
LnİŞSİZLİK	- 0,748	- 0,415					3,513	4,078****						
LnSENDİKA	- 0,804	- 1,474												
LnKARAYOLU	- 6,516	- 1,609												
LİMAN	- 0,168	- 0,155					1,071	1,939*						
HAVAYOLU	- 0,595	- 0,898	- 1,209	- 1,944*	- 1,131	- 1,973*			- 1,171	- 1,993*	- 1,043	- 1,818*		
LnİLETİŞİM	- 2,188	- 1,382												
LnELEKTRİK	1,396	1,768												
KÖYTEŞVİK	- 1,052	- 1,196	- 2,426	- 4,428****			- 1,972	- 2,534**					- 1,321	- 2,590**
SERBESTBÖLGE	0,321	0,507	0,980	2,309**										
LnKAMUYATIRIMI	0,093	0,268							0,705	2,190**				
LnARAZİ	0,802	1,125												
SINIR	1,470	1,887	1,077	1,706*							1,567	2,400**		
KIYI-İÇ	0,266	0,231												
İSTANBUL	2,113	0,748												
LnSUÇ	- 1,557	- 1,665			- 1,947	- 2,983****	- 2,208	- 2,558**			- 1,200	- 1,780*		
R ²	0,892		0,759		0,760		0,721		0,717		0,749		0,784	
Düzeltilmiş R ²	0,811		0,725		0,728		0,689		0,685		0,716		0,772	
F istatistiği	10,955****		22,891****		23,964****		22,377****		22,751****		22,596****		68,806****	
Durbin-Watson	2,167		2,266		1,702		1,942		1,775		1,818		2,065	
N	61		61		61		61		61		61		61	

**** %99,9 düzeyinde önemli (p<0.001), *** %99 düzeyinde önemli (p<0.01), ** %95 düzeyinde önemli (p<0.05), * %90 düzeyinde önemli (p<0.10)

Çizelge 7.6. EKK yöntemli çoklu regresyon analizinin sonuçları (Bağımlı Değişken: LnDYY_{SANAYİ})

Bağımsız değişkenler	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		Model 5		Model 6	
	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği
<i>Sabit</i>	- 21,432	- 0,394	- 8,886	- 1,519	- 14,710	- 2,242**	1,335	0,700	8,843	0,916	20,008	2,409**
LnYSF	1,711	2,306	0,922	3,652****								
LnSANAYİ	0,835	1,103	0,901	3,383***	0,814	2,702***	1,829	8,954****	1,911	7,419****	2,045	7,895****
LnHİZMET	- 11,821	- 2,095	- 4,680	- 2,959***	- 4,429	- 2,532**			- 4,419	- 2,868***	- 2,936	- 2,074**
LnKENTLEŞME	13,411	2,216	8,207	4,309****	9,898	4,087****						
LnNÜFUS	- 2,241	- 1,049										
LnGSYİH	0,946	0,427							1,838	2,057**		
NÜFUSARTIŞI	0,027	0,488										
LnÜCRET	2,720	1,743										
LnVERİMLİLİK	- 1,233	- 1,280										
LnEĞİTİM	1,752	0,597										
LnİŞSİZLİK	- 0,615	- 0,187					2,971	3,314****	5,177	4,224****	4,538	3,682****
LnSENDİKA	0,185	0,177										
LnKARAYOLU	1,702	0,206										
LİMAN	- 1,916	- 1,094			1,634	2,389**						
HAVAYOLU	- 0,473	- 0,333	- 1,596	- 2,893***			- 2,121	- 3,214****	- 1,626	- 2,677**	- 1,696	- 2,690***
LnİLETİŞİM	0,180	0,054										
LnELEKTRİK	0,171	0,117										
KÖYTEŞVİK	0,470	0,250			- 1,854	- 2,100**						
SERBESTBÖLGE	0,741	0,827										
LnKAMUYATIRIMI	- 0,387	- 0,602										
LnARAZİ	1,294	1,145										
SINIR	1,867	1,467										
KIYI-IÇ	1,343	0,735										
İSTANBUL	- 2,677	- 0,679										
LnSUÇ	- 0,142	- 0,075							- 1,802	- 1,818*	- 2,034	- 1,987*
R ²	0,861		0,771		0,712		0,695		0,760		0,733	
Düzeltilmiş R ²	0,669		0,741		0,674		0,673		0,723		0,700	
F istatistiği	4,475***		25,625****		18,812****		30,442****		20,536****		22,018****	
Durbin-Watson	2,033		1,807		1,912		2,084		1,990		1,748	
N	46		46		46		46		46		46	

**** %99,9 düzeyinde önemli (p<0.001), *** %99 düzeyinde önemli (p<0.01), ** %95 düzeyinde önemli (p<0.05), * %90 düzeyinde önemli (p<0.10)

Çizelge 7.7. EKK yöntemli çoklu regresyon analizinin sonuçları (Bağımlı Değişken: LnDYY_{HİZMET})

Bağımsız değişkenler	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		Model 5		Model 6	
	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği	β katsayısı	t istatistiği
<i>Sabit</i>	60,409	2,230	11,889	2,946***	9,246	1,837*	- 1,499	- 0,286	10,425	2,400**	3,995	1,863*
LnYSF	1,205	3,653									1,245	11,691****
LnSANAYİ	- 0,058	- 0,103			0,582	2,924***	0,506	2,515**	0,407	1,885*		
LnHİZMET	- 0,679	- 0,311					3,292	3,562****			1,836	2,686***
LnKENTLEŞME	1,866	0,544										
LnNÜFUS	- 1,152	- 0,929										
LnGSYİH	- 0,188	- 0,183					1,341	1,958*				
NÜFUSARTIŞI	- 0,004	- 0,152	0,038	2,090**	0,068	3,746****	0,059	2,989***	0,053	2,995***		
LnÜCRET	- 0,363	- 0,649	- 0,872	- 2,047**			- 1,133	- 2,355**	- 0,877	- 1,955*		
LnVERİMLİLİK	- 0,245	- 0,573										
LnEĞİTİM	2,253	1,351	4,348	5,373****	3,883	4,153****			4,087	4,698****		
LnİŞSİZLİK	- 0,500	- 0,302										
LnSENDİKA	- 0,419	- 0,895										
LnKARAYOLU	- 7,064	- 1,849										
LİMAN	0,548	0,564					0,833	1,807*	0,877	1,964*		
HAVAYOLU	- 0,419	- 0,725										
LnİLETİŞİM	- 1,372	- 1,005										
LnELEKTRİK	0,999	1,485										
KÖYTEŞVİK	- 0,618	- 0,811	- 1,445	- 3,128***					- 1,113	- 2,011*		
SERBESTBÖLGE	0,789	1,331	1,496	4,798****								
LnKAMUYATIRIMI	0,554	1,570										
LnARAZİ	- 0,092	- 0,132										
SİNİR	0,597	0,716	1,196	2,168**	1,455	2,384**			1,484	2,518**		
KIYI-IÇ	- 1,193	- 1,150										
İSTANBUL	1,788	0,693			4,100	2,389**	3,291	1,927*	3,942	2,410**		
LnSUÇ	- 1,238	- 1,454			- 1,114	- 1,796*						
R ²	0,916		0,804		0,773		0,777		0,800		0,857	
Düzeltilmiş R ²	0,833		0,778		0,742		0,741		0,762		0,852	
F istatistiği	10,970****		30,123****		25,027****		21,399****		20,968****		144,394****	
Durbin-Watson	2,140		2,234		1,742		1,971		1,936		1,884	
N	51		51		51		51		51		51	

**** %99,9 düzeyinde önemli (p<0.001), *** %99 düzeyinde önemli (p<0.01), ** %95 düzeyinde önemli (p<0.05), * %90 düzeyinde önemli (p<0.10)

7.4. Hipotezlerin Değerlendirilmesi ve Bulguların Tartışılması

Çizelge 7.5’de yer alan yedi modelin sunduğu ampirik bulgular göz önüne alındığı zaman, bölüm V’de ileri sürülen hipotezlerin büyük bir bölümünün doğrulandığı görülmektedir (Çizelge 7.8). Aşağıda bu araştırmanın bulguları ışığında her bir hipotezin desteklenip desteklenmediğini önceki çalışmaların bulguları ile de kıyaslanarak tartışılmaktadır.

7.4.1. Yiğilma Ekonomileri İle İlişkili Olan Hipotez 1, 2, 3 ve 4’ün Değerlendirilmesi

Model 1 ve model 7’nin sonuçları beklentilere uygun olarak bir ilde yabancı firmaların faaliyette bulunması (YSF değişkeni) ile DYY arasında istatistiksel olarak çok yüksek düzeyde anlamlı ($p=.000$, %99,9) ve pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Çizelge 7.5). YSF değişkeninin tüm modeller arasında en büyük t değerine sahip olması ($t=9,542$), bu değişkenin bağımlı değişkene en büyük katkıyı sağlayan ve dolayısıyla onu açıklayan en önemli değişken olduğunu göstermektedir. Öte yandan YSF değişkeninin regresyon katsayısı¹⁰⁶ ($\beta=1,538$ ve $1,322$) göstermektedir ki, bir ilin yabancı firma sayısındaki %1’lik artış, diğer tüm değişkenlerin etkileri sabit tutulduğunda, Türkiye’nin bir iline yapılan DYY’yi %1,3-1,5 oranında artırmaktadır. YSF ile DYY (bağımlı değişken) arasındaki bu pozitif, anlamlı ve güçlü ilişkiyi gösteren ampirik bulgu, “*Bir ilde yabancı firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler*” hipotezini doğrulamaktadır. Görülüyor ki, bir lokasyonda faaliyet gösteren yabancı firma sayısı arttıkça, oraya yapılan DYY miktarı artmaktadır. Diğer bir ifade ile bir ilde az sayıda yabancı firma az seçim veya az yatırım, çok sayıda yabancı firma çok seçim veya çok yatırım anlamına gelmektedir.

Bu bulgulara göre, Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen en güçlü faktör bir ilde yabancı firmaların ne sayıda varlığının olduğu veya hangi yoğunlukta faaliyette bulunduğu durdur. Nitekim, YSF değişkeni Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçiminin %75’ini tek başına açıklamaktadır. Bu araştırmadan elde edilen bulgular, hem Deichmann vd.’nin (2003) Türkiye’deki yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerine yaptığı araştırmanın bulgularını hem de ÇUŞ’ların ülke içindeki lokasyon seçimini inceleyen önceki çalışmaların bulgularını desteklemekte ve onlarla tutarlılık göstermektedir. Nitekim ABD üzerine yapılan araştırmalarda Luger ve Shetty (1985), Glickman ve Woodward (1988), Smith ve Florida (1994), Head vd. (1995, 1999), Ó hUallacháin ve Reid (1996, 1997), Nachum (2000) ve List (2001) gibi araştırmacılar; İngiltere’de Taylor (1993); İtalya’da Mariotti ve Piscitello (1995) ve Roberto (2004); Fransa’da Crozet vd. (2004);

¹⁰⁶ Bu çalışmada kullanılan değişkenlerin logaritması alındığı için yani logaritmik dönüşüme uğradıklarından, tüm modellerin regresyon katsayısı oransal biçimde ve esnek olarak yorumlanmaktadır.

Hollanda'da Høgerbirk ve Narula (2004); Portekiz'de Guimaraes vd. (2000); Çin'de Head ve Ries (1996), Cheng ve Kwan (2000), Wu ve Strange (2000), He (2002, 2003a, 2003b), Zhou vd. (2002) ve Kang ve Lee (2004); Polonya'da Deichmann (2002); Macaristan'da Boudier-Bensebaa (2005) ve Romanya'da Hilber ve Voicu (2005) bir bölgeye yabancı firmaların yatırımının olması o alana daha fazla yabancı firmanın yatırım yapmasına yol açtığını istatistiksel kanıtlarla ortaya koymuşlardır (Çizelge 5.2).

Türkiye'de DYY'nin lokasyonunu belirleyen ikinci önemli faktör ($t=7,140$) bir ilde varolan sanayi tesislerinin sayısıdır (SANAYİ). Sanayi değişkeni, her üç modelde de DYY lokasyonu ile istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyinde önemli ve pozitif işaret sahiptir (Çizelge 7.5). Sanayi değişkeninin beta değeri incelendiğinde (diğer tüm değişkenlerin etkileri sabit tutulduğunda) bir ilde sanayi tesislerinin sayısı %1 oranında arttığı zaman, o ile yapılan DYY miktarını %0,7-1,4 oranında artırmaktadır. DYY ile sanayi arasındaki bu pozitif ve güçlü ilişki "*Bir ilde yerli firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler*" hipotezini desteklemektedir. Buna göre, bir ilde yerli imalat sanayi firmalarının kümelenmiş olması DYY akışına pozitif etki yapmaktadır.

Bu araştırma sanayi tesislerinin bir mekanda toplanması sonucu meydana gelen endüstriyel yığılma ekonomilerinin Türkiye'de yabancı yatırımların lokasyonunu belirleyen en önemli ikinci faktör olduğu sonucuna erişmiştir. Bu ampirik bulgu literatürdeki diğer araştırmaların bulguları ile tamamen uyumlu ve onları tümüyle desteklemektedir. Nitekim aynı bulgulara, ABD üzerine yapılan araştırmalarda McConnel (1980), Glickman ve Woodward (1988), Coughin vd. (1991), Woodward (1992), Smith ve Florida (1994), Head vd. (1995, 1999), Ó hUallacháin ve Reid (1996, 1997) ve Nachum (2000); Çin'de Leung (1990), Gong (1995), Head ve Ries (1996), He (2002, 2003a, 2003b) ve Wu ve Radbone (2005); İtalya'da Probris vd. (2005); İspanya'da Pelegrin (2004); Fransa'da Crozet vd. (2004); Portekiz'de Guimaraes vd. (2000); Macaristan'da Bekes (2005) ve Boudier-Bensebaa (2005); Rusya'da Broadman ve Recanatini (2001) ve Iwasaki ve Saganuma (2005) ve Romanya'da Hilber ve Voicu (2005) erişmiştir (Çizelge 5.2). Görülüyor ki, bir ilin sanayi sektöründe faaliyet gösteren yerli sanayi kuruluşlarının sayısı o alanı aynı sektörde imalat yapan yabancılar için daha çekici kılmaktadır.

Öte yandan her ne kadar Çin, Hollanda, Filipinler ve Macaristan'da son dönemde yapılan bazı çalışmalar bir çok yerel firmanın bir alandaki varlığı o alana yapılan yatırımlar caydırıcı etkide bulunabileceğini ileri sürmekle birlikte, bu durum Türkiye bağlamında söz konusu değildir. Dolayısıyla besinci bölümde öngörülen "*Bir ilde yerli firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif şekilde etkiler*" hipotezi Türkiye için geçerli değildir. Böylece Türkiye'de bir lokasyonda rekabetçi yerel firmaların varlığı yabancıların girişini caydırıcı değil, tam aksine çekici etki yapmaktadır.

Çizelge 7.8. Test edilen araştırma hipotezlerinin sonuçları

Hipotezler	Doğrulama/ Yanılışlama
Ana Hipotez: Türkiye'nin her bir ilindeki doğrudan yabancı yatırım, o ilin lokasyona özgü avantajları tarafından belirlenmektedir	Evet/Doğru
H1: Bir ilde yabancı firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.	Evet/Doğru
H2: Bir ilde hizmet sektörünün gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.	Evet/Doğru
H3: Bir ilde kentleşme düzeyinin gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkiler.	Evet/Doğru
H4a: Bir ilde yerli firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.	Evet/Doğru
H4b: Bir ilde yerli firmaların bulunması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif şekilde etkiler.	Hayır/Yanlış
H5: Bir ilin piyasasının büyük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.	Evet/Doğru
H6: Bir ilin piyasasının alım gücünün fazla olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.	Evet/Doğru
H7: Bir ilin piyasasının daha fazla büyümesi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler.	Evet/Doğru
H8: Bir ilin emek maliyeti o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.	Hayır/Yanlış
H9: Bir ildeki emeğin verimlilik düzeyi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.	Evet/Doğru
H10: Bir ilin emek niteliği o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Evet/Doğru
H11a: Bir ildeki yüksek işsizlik o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Evet/Doğru
H11b: Bir ildeki yüksek işsizlik o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir.	Hayır/Yanlış
H12: Bir ilin sendikalaşma düzeyi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.	Evet/Doğru
H13: Bir ildeki karayolu ağı o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Hayır/Yanlış
H14: Bir ilde limanın olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Evet/Doğru
H15: Bir ilde hava alanının olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Hayır/Yanlış
H16: Bir ilin iletişim altyapısının gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Test edilemedi
H17: Bir ilin elektrik altyapısının gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.	Evet/Doğru
H18: Bir ilin kalkınmada öncelikli yöre kapsamında olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.	Hayır/Yanlış
H19: Bir ilin serbest bölgeye sahip olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Evet/Doğru
H20: Bir ilde kamu yatırımlarının fazla olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir.	Hayır/Yanlış
H21: Bir ilin coğrafi alanının büyük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir.	Evet/Doğru
H22: Bir ilin sınırdaki yer alması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Evet/Doğru
H23: Kıyıda yer alan illerin düşük bilgi maliyetlerine sahip olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Test edilemedi
H24: Bir ilin ülke metropolü olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir.	Hayır/Yanlış
H25: Bir ilin yaşam kalitesinin düşük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir.	Evet/Doğru
Tali Hipotez: Lokasyon faktörlerinin önemi yabancı firmaların faaliyet gösterdiği sektörlerde (sanayi veya hizmet) göre farklılık gösterir.	Evet/Doğru

Kentsel yığılma ekonomilerinin Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli olup olmadığını ortaya çıkarmaya çalışan HİZMET ve KENTLEŞME değişkenleri, farklı modellerde de olsa DYY lokasyonu ile istatistiksel bakımdan %95 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir ilişkiye sahiptir (Çizelge 7.5). Bu iki değişken YSF ve SANAYİ değişkenlerine nazaran DYY lokasyonu üzerinde daha küçük bir etkiye sahip olmakla birlikte, her iki değişkenin de bağımlı değişken ile pozitif ilişki içinde olması bir ilde hizmet sektörü ve kentleşme düzeyi geliştikçe o ile yapılan DYY miktarının arttığını işaret etmektedir. Nitekim, diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ilde hizmet sektörünün istihdamdaki payı %1 arttığında, o ile yapılan yatırımlar %3,1 oranında artmaktadır. Bu sonuç *“Bir ilde hizmet sektörünün gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler”* hipotezini desteklemektedir. Aynı şekilde diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ilin kentleşme oranındaki %1’lik artış oraya yapılan DYY’yi %2,5 düzeyinde artırmaktadır. Bu bulgu *“Bir ilde kentleşme düzeyinin gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkiler”* hipotezini doğrulamaktadır.

Bu araştırmanın bulguları kentsel yığılma ekonomilerinin Türkiye’de yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, daha önce yapılan ampirik araştırmalardan elde edilen bulgular ile tutarlı olup onları desteklemektedir. Nitekim Bagchi-Sen (1989, 1991), Bagchi-Sen ve Wheeler (1989), Woodward (1992), Gong (1995), Wei vd. (1999), Coughlin ve Segev (2000b), Nachum (2000), Shen vd. (2000), He (2002, 2003a, 2003b), Hogerbirk ve Narula (2004), Bekes (2005) ve Iwasaki ve Sugauma (2005) tarafından yapılan araştırmalar kentleşme ekonomilerinin DYY lokasyonunun seçiminde istatistiksel bakımdan pozitif yönde önemli olduğunu bulmuşlardır (Çizelge 5.2).

Sonuç olarak, Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı firmaların yer seçimini belirleyen en önemli ve temel faktör yığılma ekonomileridir. Bir ilde faaliyet gösteren yabancı (YSF) ve yerli (SANAYİ) firmaların sayısının istatistiksel bakımdan oldukça önemli olması ve ileri sürülen hipotezleri doğrulanması göstermektedir ki, DYY için bir ilin seçiminde yerleşmeye bağlı yığılma ekonomileri çok büyük role sahiptir. Dolayısıyla Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar bir yeri seçerken birinci derecede yerel yığılma ekonomilerinin varlığını dikkate almaktadır. Bunun yanı sıra, Türkiye’nin çeşitli bölgelerini ve illerini seçen yabancı firmaların ikinci derecede kentsel yığılma ekonomilerin bulunmasına bağlı olarak lokasyon tercihini yaptıkları görülmektedir.

7.4.2. Piyasa İle İlişkili Olan Hipotez 5, 6 ve 7’nin Değerlendirilmesi

Bir ilin piyasa büyüklüğünü veya piyasa potansiyelini temsil eden NÜFUS değişkeni, DYY lokasyonu üzerinde istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyde önemli ve pozitif etkiye sahiptir (Çizelge 7.5). Bir ilin nüfusundaki %1’lik artış, diğer tüm değişkenlerin etkileri

sabit tutulduğunda, Türkiye'nin bir iline yapılan DYY'yi %1,6-1,9 oranında artırmaktadır. Dolayısıyla bir ilin piyasa potansiyeli artıca o ile yapılan DYY yatırımı artmaktadır. Bu bulgu "*Bir ilin piyahasının büyük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler*" hipotezini doğrulamaktadır. Bu hipotez Türkiye'deki yabancı firmaların lokasyon seçerken tıpkı yerli firmalar gibi piyasa talebinin büyük, piyasa potansiyelinin fazla ve dolayısıyla iş hacminin geniş olduğu illeri diğerlerinden daha fazla tercih ettiğini göstermektedir.

Bu araştırma Türkiye'de büyük piyasaya ya da nüfusa sahip olan illerin küçük olanlardan daha fazla yatırım çektiğini ortaya koyarak, piyasa potansiyelinin yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli bir faktör olduğunu ifade etmektedir. Bu bulgu literatürdeki diğer araştırmaların bulguları ile uyumludur (McConnel, 1980; Glickman ve Woodward, 1988; Bagchi-Sen ve Wheeler, 1989; Leung, 1990; Smith ve Florida, 1994; Friedmann vd., 1996; Wu, 1999, 2000; Broadman ve Recanatini, 2001; List, 2001; Fung, 2002; He, 2002; Sun vd., 2002; Bekes, 2005; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan, 2005; Iwasaki ve Suganuma, 2005).

Bir ilin piyasa gücünü ve kuvvetini temsil eden GSYİH değişkeni, DYY lokasyonu üzerinde istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyde önemli ve pozitif etkiye sahiptir (Çizelge 7.5). Diğer tüm değişkenler sabit tutularak, bir ilde kişi başına GSYİH %1'lik artış gösterdiğinde, Türkiye'nin bir iline yapılan DYY miktarı %2,3 oranında artırmaktadır. Dolayısıyla bir ildeki alım/harcama gücü yükseldikçe o ile yapılan DYY yatırımı artmaktadır. Bu bulgu "*Bir ilin alım gücünün fazla olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler*" hipotezini desteklemektedir. Bu hipotez, Türkiye'deki yabancı firmaların tüketici gelirinin yüksek olduğu illere daha fazla yatırım yaptığını işaret etmektedir.

Türkiye örneğinde elde edilen bu bulgu Luger ve Shetty (1985), Glickman ve Woodward (1988), Coughin vd. (1991), Friedman vd. (1992), Woodward (1992), Hill ve Munday (1992, 1995), Chen (1996), Head vd. (1999), Cheng ve Kwan (2000), Coughlin ve Segev (2000a), O'Hagan ve Anderson (2000), Wu ve Strange (2000), Deichmann (2002), Makabenta (2002), Lee ve Lee (2002), Crozet vd. (2004), Kang ve Lee (2004), Roberto (2004), Bekes (2005) ve Iwasaki ve Suganuma (2005) tarafından yapılan araştırmaların bulgularını desteklemektedir (Çizelge 5.2). Ayrıca bu çalışmanın bulguları Türkiye'de yabancı yatırımların lokasyon seçimini ortaya koyan Deichmann vd.'nin (2003) bulguları ile de örtüşmektedir. İki araştırma arasındaki nüans, sadece istatistiksel önem düzeyi ile ilgilidir. Bu çalışmada kişi başına GSYİH %99,9 düzeyinde anlamlı iken, Deichmann vd.'nin (2003) araştırmasında %95 düzeyinde anlamlıdır. Sonuç olarak Türkiye içinde daha yüksek gelire sahip bir lokasyonun yabancılar tarafından daha fazla tercih edilmektedir.

Bir ilin piyasasının büyüme dinamizmini yansıtan NÜFUSARTIŞI değişkeninin üç ayrı modelde de istatistiksel bakımdan önemli olması bu değişkenin piyasa ile ilgili diğer değişkenlere nazaran yabancı firmalar için daha önemli olduğunu göstermektedir. Değişken model 3'de %95 düzeyinde, diğer modellerde ise istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyde önemli ve pozitif etkiye sahiptir (Çizelge 7.5). Diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ilin yıllık ortalama nüfus artış hızı %1 artış gösterdiğinde, o ile giden yabancı yatırım miktarı %0,05-0,08 oranında artmaktadır. Bu durum "*Bir ilin piyasasının daha fazla büyümesi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif şekilde etkiler*" hipotezini doğrulamaktadır. Görülüyor ki, Türkiye'de yabancı firmalar ekonomik bakımdan durgun veya gerileyen illerden ziyade büyüyen merkezlerde yer seçmeyi yeğlemektedir. Dolayısıyla daha büyük piyasa dinamizmine sahip olan iller daha fazla DYY çekmektedir. Türkiye bağlamında elde edilen bu ampirik kanıt, ÇUŞ'ların ülke içindeki lokasyon kararını inceleyen diğer araştırmalar (Bagchi-Sen, 1989, 1991, 1995a; Bagchi-Sen ve Wheeler, 1989; Wei vd., 1999; Shen vd., 2000; Wu ve Strange, 2000; Deichmann, 2002) tarafından da doğrulanmıştır.

7.4.3. Emek İle İlişkili Olan Hipotez 8, 9, 10, 11 ve 12'nin Değerlendirilmesi

Türkiye'de DYY lokasyonunu belirleyen en önemli faktörlerden biri de emek maliyetidir. ÜCRET değişkeni ile temsil edilen emek maliyeti, tüm modellerde bağımlı değişken ile istatistiksel bakımdan önemli bir ilişkiye sahiptir (Çizelge 7.5). Bu değişken, istatistiksel olarak model 2'de %99,9 düzeyinde, model 3'de %99, ve geri kalan modellerde de %95 güven düzeyinde önemli olup, değişkenin lokasyon seçimindeki etkisi negatiftir. Yani Türkiye'de emek maliyeti ile DYY arasında ters bir ilişki söz konusudur. Buna göre, diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ilin işgücü maliyetindeki %1'lik azalma, oraya yapılan DYY'yi %0,9-1,9 oranında artırmaktadır. Başka bir ifade ile, bir ildeki ücret düzeyi %1 arttığında, o ile gelen DYY %0,9-1,9 azalma göstermektedir. Bu bulgu "*Bir ilin emek maliyeti o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir*" hipotezini yanlışlamaktadır. Beklentilerin tersini ifade eden bu bulgu, Türkiye'de iller arasındaki ücret farklılığının DYY lokasyonu üzerinde etkisinin önemli olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla, ceteris paribus, bir lokasyondaki yüksek ücretler yabancı yatırımı caydırırken, düşük işgücü maliyeti daha fazla DYY çekmektedir. Sonuç olarak Türkiye'ye yatırım yapan yabancı firmalar lokasyon seçerken emek maliyetini de önemle dikkate almaktadırlar.

Yapılan araştırmalar bir ülke içinde işgücü maliyetlerinin yabancı yatırımların lokasyonu üzerindeki etkisinin son derece karmaşık ve çelişkili olduğunu ortaya koymakla birlikte, bu araştırmanın bulguları literatürdeki diğer bazı çalışmaların bulgularını desteklemektedir. Nitekim ABD'de Luger ve Shetty (1985), Coughlin vd. (1991),

Friedman vd. (1992), Coughlin ve Segev (2000b) ve List (2001); Çin'de Wei vd. (1999), Chang ve Kwan (2000), Coughlin ve Segev (2000a), Shen vd. (2000), Fung vd. (2002), He (2003a, 2003b) ve Sun vd. (2002); İtalya'da Roberto (2004); İspanya'da Pelegrin (2004); Filipinler'de Makabenta (2002); Polonya'da Cieslik (2005) ve Macaristan'da Bekes (2005) emek maliyetlerinin yabancı firmaların lokasyon seçimi ile negatif yönde ilişkili olduğu sonucuna erişmişlerdir.

Emek niteliğini yansıtan EĞİTİM değişkeni, Türkiye'deki yabancı firmaların lokasyon seçimi ile istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyinde çok önemli ve pozitif yönde etkiye sahiptir (Çizelge 7.5). Bu durum, Türkiye'de bir ilin emek niteliği arttıkça o ile daha fazla yabancı firmanın yatırım yaptığı anlamına gelmektedir. Nitekim diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda bir ilde üniversite mezunu nüfusun payında %1 artış olması, o ile yapılan DYY'yi %3,1-4,6 oranında artırmaktadır. Bu bulgu, "*Bir ilin emek niteliği o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir*" hipotezini doğrulamaktadır. Böylece bir ilde işgücünün kalitesi, yeteneği, ve eğitim düzeyi yükseldikçe oraya yapılan DYY miktarı da yükselmektedir.

Görülüyor ki, Türkiye'ye yatırım yapan yabancı firmalar bir lokasyon seçerken, o lokasyonun sahip olduğu işgücünün niteliğini önemle dikkate almaktadırlar. Bu bulgu, Deichmann vd. (2003) Türkiye üzerine yaptığı araştırmanın bulgularını hem desteklemekte, hem de onunla uyumluluk göstermektedir. Her ne kadar Deichmann vd. (2003) bulguları işgücü niteliğinin DYY lokasyonu ile negatif bir ilişki içinde olduğunu gösterse de, esasında sonuç farklı değildir. Çünkü, Deichmann vd. (2003) emek niteliğini ölçmek için öğretmen başına öğrenci sayısını kullanmış bu da değişkenin değerinin doğal olarak negatif çıkmasına neden olmuştur. Oysa Deichmann vd.'nin elde ettiği bulgunun sonucu veya yorumu bu çalışmanınki ile aynıdır yani öğretmen başına öğrenci sayısı azaldıkça yabancı yatırım artar şeklindedir. Böylece iki çalışma arasında görünürde olan fark, esasında fark olmayıp aynı sonucu göstermektedir.¹⁰⁷

Bu araştırma Türkiye'de insan kaynağının nitelik ve kalitesinin yabancı firmaların yer seçiminde çok önemli ve pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna erişmiştir. Bu araştırmanın emek niteliğine ilişkin bulguları literatürdeki önceki çalışmaların bulgularını desteklemekte ve onlarla tutarlılık göstermektedir. Nitekim, Woodward (1992), Coughlin ve Segev (2000b), Nachum (2000) ve O'Hagan ve Anderson (2000) ABD'de; Fung vd. (2002), Lee ve Lee (2002), Sun vd. (2002), Zhou vd. (2002), Gao (2005) ve Wu ve Radbone (2005) Çin'de; Bekes (2005) Macaristan'da; Pelegrin (2004) İspanya'da; Hilber

¹⁰⁷ Aynı durum emek niteliği için okuma-yazma bilmeyenlerin oranını değişken olarak kullanmış olan Broadman ve Sun (1997) ve Coughlin ve Segev'in (2000a) elde ettiği bulgularda da söz konusudur. Ancak yukarı da belirtildiği gibi işgücü niteliğinin DYY ile negatif bir ilişki (bir ilde okuma yazma bilmeyenlerin oranı azaldıkça DYY miktarı artar) içinde olması olumsuz değil olumlu sonucu işaret etmektedir.

ve Voicu (2005) Romanya'da ve son olarak Cieslik (2005) Polonya'da insan sermayesinin kalitesi arttıkça yabancı yatırımın bir bölgeye gitme olasılığını arttırdığını istatistiksel kanıtlarla ortaya koymuştur (Çizelge 5.2).

Bir ilde emeğin arzı yani işgücünün yeterli miktarda bulunması ile DYY arasındaki ilişki, İŞSİZLİK değişkeni ile ölçülmektedir. Model 4'den elde edilen bulgular Türkiye'de işsizlik oranlarının DYY lokasyonu üzerindeki etkisinin pozitif ve istatistiksel bakımdan %99,9 düzeyinde önemli olduğunu göstermektedir (Çizelge 7.5). Bunun anlamı, diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ilde işsizlik oranı %1 arttığında, o ile yapılan DYY %3,5 oranında artmaktadır. Bu bulgu, "*Bir ildeki yüksek işsizlik o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir*" hipotezini desteklemektedir. Görülüyor ki, Türkiye'de bir ilin işsizlik oranlarının yüksekliği DYY'yi caydıran değil, o alana çeken bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yüksek işsizliğin özellikle büyük firmalar için bol ve ucuz emek anlamına geldiği göz önüne alınırsa, Türkiye'de yabancı firmaların bir lokasyon seçerken bu faktörü dikkate aldığı görülmektedir. Ülkedeki potansiyel işgücü havuzunun ve işsizliğin özellikle büyük kentlerde yoğunlaştığı düşünüldüğünde bu sonucun süpriz olmadığı ortaya çıkmaktadır.

İşsizlik oranlarının lokasyon seçimindeki önemi konusunda literatürde farklı kanıtlar olmakla birlikte, bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgu, işsizlik oranlarının DYY ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki içinde olduğunu göstermiştir. Yani yüksek işsizliğin bir lokasyona daha fazla yabancı yatırım çektiği sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgu, başka çalışmaların (Bkz. Coughlin vd., 1991; Friedman vd., 1992; Taylor 1993; Roberto, 2004; Boudier-Bensebaa, 2005) sonuçlarını ile uyumlu ve onları desteklemektedir.

Emeğin verimlilik düzeyini yansıtan VERİMLİLİK değişkeni ile örgütlenme düzeyini yansıtan SENDİKA değişkeni hiç bir modelde istatistiksel bakımdan önemli değildir. Bu durum emek verimliliği ile ilgili ileri sürülen "*Bir ildeki emeğin verimlilik düzeyi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir*" hipotezini doğrulamaktadır. Buna göre, işgücü verimliliği Türkiye'de yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir faktör değildir. Bu bulgu, İngiltere örneğinde Taylor'ın (1993), ABD örneğinde ise Coughlin ve Segev'in (2000b) elde ettiği bulguları desteklemektedir. Nitekim her iki yazar da verimlilik değişkeninin ÇUŞ'ların lokasyon seçimine etkisi olmadığını belirtmişlerdir. Öte yandan, sendikalaşmanın beklendiği gibi DYY üzerindeki etkisinin önemsiz olması "*Bir ilin sendikalaşma düzeyi o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir*" hipotezini doğrulamaktadır. Bu bulgu, McConnel (1980), Chang (1989), Smith ve Florida (1994), Mariotti ve Piscitello (1995), Coughlin ve Segev (2000a) ve Hilber ve Voicu (2005) tarafından açığa çıkarılan ve sendikalaşmanın lokasyon seçiminde önemli olmadığını kanıtlayan bulgular ile uyumluluk göstermektedir. Sonuç olarak beklendiği gibi işgücü

verimliliği ve sendikalaşma düzeyi Türkiye’de yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir faktör değildir.

7.4.4. Altyapı ve Erişilebilirlik İle İlişkili Olan Hipotez 13, 14, 15, 16 ve 17’nin Değerlendirilmesi

Erişilebilirlik ve altyapı hizmetlerinin firmaların lokasyon seçiminde çok önemli olduğu konusunda araştırmacılar arasında tam bir konsensüs olmakla birlikte, bu çalışmada altyapı ve erişilebilirlikle ilgili değişkenlerin beklenen performansı göstermediği dikkati çekmektedir. Nitekim, karayolu ve elektrik değişkenleri hiç bir modelde DYY ile istatistiksel bakımdan önemli değildir. İletişim değişkeni ise bir çok bağımsız değişken ile çoklu doğrusallık taşıdığından modelden dışlanmış, dolayısıyla etkisi incelenememiştir. Liman değişkeni sadece bir modelde istatistiksel bakımdan küçük boyutta da olsa önemli gözükmektedir. Havayolu değişkeni ise bir çok modelde önemli olmakla birlikte istatistiksel etkisi liman gibi son derece küçük ve beklenenin tersine negatif ilişkiye sahiptir. Bu durum altyapı ve erişilebilirlikle ilgili ileri sürülen hipotezlerin büyük bir bölümünün gerçekleşmemesine yol açmıştır.

Denizyolu ulaşımının yabancı firmaların lokasyon seçiminde ne ölçüde önemli olduğunu ölçen LİMAN değişkeni istatistiksel bakımdan %90 düzeyinde önemlidir (Çizelge 7.5). Bunun anlamı, yabancı firmaların lokasyon seçerken bir ilde limanın bulunmasını önemsemektedir ancak bu önemin derecesi küçüktür. Bu değişkenin DYY ile pozitif bir ilişki göstermesi Türkiye’de limana sahip olan illerin olmayanlardan ve iç kısımdaki illerden daha fazla DYY çektiğini ortaya koymaktadır. Çalışmanın elde edilen sonuç “*Bir ilde limanın olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir*” hipotezini doğrulamaktadır. Böylece Türkiye’deki yabancı firmalar deniz ulaşımına elverişli, uluslararası taşımacılığa uygun limanların bulunduğu lokasyonları daha fazla tercih etmektedirler. Bu bulgu, literatürdeki diğer bir çok çalışmanın (Leung, 1990; Coughlin vd., 1991; Friedman vd., 1992, 1996; Gong, 1995; Head ve Ries, 1996; O’Hagan ve Anderson, 2000; He, 2002, 2003a, 2003b; Makabenta, 2002) sonuçları ile tutarlı olup onları desteklemektedir. Sonuç olarak bir yerin limana sahip olması Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli bir faktördür.

Hava ulaşımının yabancı firmaların lokasyon seçimindeki etkisini ölçmeyi amaçlayan HAVAYOLU değişkeni, %90 düzeyinde de olsa bir çok modelde DYY ile istatistiksel bakımdan önemli bir ilişki içindedir (Çizelge 7.5). Ancak bu değişken öngörülenin tam tersine DYY ile negatif ilişki içerisindedir. Yani bir ilin havaalanına sahip olması DYY’yi artıran değil azaltan etkiye sahiptir. Oysa literatürdeki bulgular havalimanına erişim ile yabancı yatırım arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur (Leung, 1990; Coughlin vd., 1991; Deichmann, 2002; Makabenta, 2002; Kang ve Lee, 2004; Bekes, 2005; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan,

2005). Bu ilginç durumun temel nedeni, Türkiye’de faaliyet gösteren 30’u aşkın havaalanının bulunduğu illerin bir çoğunun yabancı yatırımdan büyük ölçüde yoksun olması ve dolayısıyla DYY’nin coğrafi dağılımı ile paralellik göstermemesidir. Havayolu değişkeninin negatif işaretli olması *“Bir ilde hava alanının olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir”* hipotezinin red edildiği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de hava ulaşımı yabancı firmaların lokasyon seçiminde negatif yönde önemli bir faktördür.

Türkiye’de karayolu ulaşımı iktisadi hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri olmasına rağmen, bu değişken hiç bir modelde DYY lokasyonu ile istatistiksel bakımdan önemli değildir. Araştırmanın başlangıçtaki beklentileri ile tümüyle zıt olan bu sonuç, *“Bir ildeki karayolu ağı o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir”* hipotezinin doğru olmadığını işaret etmektedir. Buna göre, bir ilin karayolu ağının gelişmiş olması ile o ile yapılan DYY yatırımı arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir. Oysa bu değişken, Deichmann vd.’nin (2003) Türkiye üzerine yaptığı araştırmada yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli bir faktör olarak bulunmuştur. Her iki çalışmada aynı veriyi kullanmış olmakla birlikte, iki araştırmanın bulguları arasında varolan zıtlık dikkat çekicidir. Bu durumun nedeni muhtemelen, iki araştırmanın farklı tahmin yöntemi¹⁰⁸ kullanmasına bağlanabilir. Her ne kadar literatürdeki araştırmaların çoğu karayolu ile DYY arasında istatistiksel olarak önemli ve pozitif bir ilişki olduğunu belirtmişse de, daha önce yapılan bazı araştırmaların karayolunun DYY lokasyonunda belirleyici olmadığını da bildirmesi bu araştırma tarafından ortaya konulan bulguyu desteklemektedir. Nitekim, Gong (1995), Mariotti ve Piscitello (1995), Cheng ve Kwan (2000), Coughlin ve Segev (2000a), Deichmann (2002), Lee ve Lee (2002), Sun vd. (2002), Gao (2005) ve Hilber ve Voicu (2005) karayolunun DYY lokasyonu üzerinde etkisinin olmadığını ampirik olarak kanıtlamışlardır.

Enerji arzını yansıtan ELEKTRİK değişkeni hiç bir modelde istatistiksel bakımdan önemli değildir. Bu bulgu beklentilere uygun şekilde *“Bir ilin elektrik altyapısının gelişmiş olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir”* hipotezini doğrulamaktadır. Nitekim hem McConnel (1980) hem de Head ve Ries (1996) elektrik enerjisinin DYY lokasyonunu belirlemede önemli bir etken olmadığını istatistiksel olarak ispatlamışlardır. Bu iki çalışmanın bulgusu ile bu araştırmada elde edilen bulgular birbirini desteklemektedir. Sonuç olarak Türkiye’de enerji arzı yabancı firmaların lokasyon kararını etkilememektedir.

¹⁰⁸ Yöntem ve Analiz bölümünde de belirtildiği gibi bu araştırma “en küçük kareler yöntemi” ile tahmin yaparken, Deichmann vd.’nin (2003) çalışması “en çok olabilirlik (maximum likelihood) yöntemi” kullanılarak tahmin yapmaktadır.

Bu araştırmada iletişim altyapısının DYY lokasyonu üzerinde ne derecede etkili olduğunu görmek için İLETİŞİM değişkenini kullanılmıştır. Ancak bu değişken başlangıç modeli dışındaki modellerde çoklu doğrusallık sorunu içermesi nedeniyle analizden dışlanmıştır. Çünkü İLETİŞİM değişkeni ile GSYİH ($r=.80$) ve EĞİTİM ($r=.75$) değişkenleri arasında çok ciddi; YSF, SANAYİ, HİZMET, ENERJİ, KÖYTEŞVİK ve SUÇ değişkenleri arasında ise ciddi çoklu doğrusallık problemi bulunmaktadır (Bkz. Çizelge 7.2). İŞte iletişim değişkeninin çok sayıda değişkenle sorunlu olması bu değişkenin teste tabi tutulmasını engellemiŐtir. Dolayısıyla bu değişkenin DYY üzerinde nasıl bir performans gösterdiği bilinmediği için iletişimle ilgili ileri sürülen hipotez test edilmemiştir.

7.4.5. Devlet Politikası ve Teşvikler İle İlişkili Olan Hipotez 18, 19 ve 20'nin Değerlendirilmesi

Devletler çok çeşitli yolla firmaların yer seçimini etkileme gücüne sahiptir. Hkmetler tarafından izlenen ve genel olarak *bölgesel kalkınma politikası* adı verilen bu mekansal politikanın temel amacı, geri kalmış bölgelerin kalkındırılması, sanayileşmenin gerilediği alanların yeniden canlandırılması, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması, eŐsitsizliklerin giderilmesi ve böylece başta sanayileşme olmak üzere temel ekonomik faaliyetlerin ülke sathına mümkün olduğu kadar düzenli bir Şekilde dağılmasıdır (Watts, 1987:211).

Türkiye'de devletin izlediği bölgesel kalkınma politikasının yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerinde ne derecede etkili olduğu görmek için üç farklı değişken (KÖYTEŞVİK, SERBESTBÖLGE ve KAMUYATIRIMI) test edilmiştir. Bunlardan ikisi özel ekonomik bölgeler Şeklinde tasarlanan Kalkınmada ncelikli Yreler (KÖY) ile Serbest Bölgeler iken, diğerleri kamu yatırımlarıdır.

Kalkınmada ncelikli Yreler sistemi, Türkiye'de 1960'lardan günümüze kadar doğrudan mekansal politika Şeklinde uygulanan en etkin bölgesel kalkınma aracı ve/veya teşvik sistemidir. Bu teşvik sisteminin DYY lokasyonu üzerindeki etkisini belirlemek için oluşturulan KÖYTEŞVİK değişkeni, Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen önemli faktörlerin başında gelmektedir. Bu değişken istatistiksel olarak model 2'de %99,9, diğer modellerde ise %95 düzeyinde önemli ancak negatif etkiye sahiptir (izelge 7.5). Yani bir ilin kalkınmada öncelikli yöre kapsamında olması ile DYY arasında olumsuz bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla bir ilin KÖY kapsamında yer alması yabancı yatırımcıları caydırıcı etki yaratmaktadır. Bu durum "*Bir ilin kalkınmada öncelikli yöre kapsamında olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir*" Şeklinde ileri sürdüğümüz hipotezin red edildiğini göstermektedir. Hipotezin doğrulanmaması öngörülen varsayımın gerçekleŐmediđini ve dolayısıyla Türkiye'ye yatırım yapan ve kamu teşviklerinden yararlanmak isteyen yabancı firmaların KÖY sistemini negatif yönde dikkate aldığını işaret etmektedir.

Bu araştırmada KÖY sistemi ile ilgili elde edilen bulgu literatürdeki bulgularla doğrudan karşılaştırılabilir olmamakla birlikte, çizelge 5.2'de yer alan "devlet politikası ve teşvikler" bölümü ile özellikle KÖY sistemi ile daha ilişkili olan "yatırım teşvikleri/sübvansiyonlar" satırı incelendiğinde, devlet teşviklerinin yabancı firmaların yer seçimine genellikle olumlu şekilde etki ettiği veya en azından etkisinin önemsiz olduğu görülmektedir. Oysa, Türkiye'de geri kalmış bölgelerin kalkındırılması, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması ve eşitsizliklerin giderilmesi için uygulanan en etkin mekansal teşvik sistemi yabancı yatırımcılar tarafından olumsuz bir sinyal olarak algılanmaktadır. Literatürle çelişen bu bulgu Türkiye'de yatırımları ülke sathına yaymak ve teşvik etmek konusunda sürdürülen KÖY sisteminin etkili olmadığını ima etmektedir.

Gerek gelişmiş ülkelerde, gerekse gelişmekte olan ülkelerde devlet politikasının bir sonucu olarak altyapı yatırımları şeklinde oluşturulan *özel ekonomik bölgelerin* yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerinde son derece etkili olduğu bilinmektedir. Özel ekonomik bölgelerin Türkiye'deki en tipik örneği olan serbest bölgeler (SERBESTBÖLGE), yabancı firmaların lokasyon seçiminde istatistiksel bakımdan %95 düzeyinde önemlidir (Çizelge 7.5). Serbest bölgelerin DYY ile pozitif ilişki içinde olması, Türkiye'de serbest bölgeye sahip olan illerin olmayana göre daha fazla DYY çektiğini göstermektedir. Bu bulgu "*Bir ilin serbest bölgeye sahip olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir*" hipotezini desteklemektedir. Bu hipotezin doğrulanması, serbest bölgelerin bulunduğu lokasyonların yabancı yatırımcılara daha cazip şartlar sunduğunu kanıtlamaktadır.

Görülüyor ki, Türkiye'de serbest bölgeler yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bulgu literatürdeki bir çok araştırmanın bulgularını desteklemektedir. Özellikle Gong (1995), Head ve Ries (1996), Wei vd. (1999), Wu (1999, 2000), Cheng ve Kwan (2000), Fung vd. (2002), He (2002, 2003a, 2003b), Lee ve Lee (2002), Zhou vd. (2002), Kang ve Lee (2004), Gao (2005) ve Wu ve Radbone (2005) tarafından Çin üzerine yapılan araştırmalar bir yerde özel ekonomik bölgenin bulunması ile oraya giden yabancı yatırım arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin bulunduğunu ortaya koymuşlardır. Özel ekonomik bölgelerin bulunduğu lokasyonların yabancı yatırımları daha fazla çektiği İngiltere'de Taylor (1993), ABD'de Head vd. (1999), Filipinler'de Makabenta (2002) ve Macaristan'da Boudier-Bensebaa (2005) tarafından yapılan çalışmalarla da doğrulanmıştır.

Türkiye'de devlet eliyle (merkezi/il yönetimi ve yerel yönetimler aracılığıyla) bir ile yapılan kamu yatırımlarının (KAMUYATIRIMI), DYY lokasyonu üzerindeki etkisi istatistiksel bakımdan %95 düzeyinde önemlidir (Çizelge 7.5). Ancak beklentilerin tersine kamu yatırımları ile DYY arasındaki ilişki pozitifdir. Bunun anlamı, diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ile devlet tarafından yapılan kamu yatırımları %1 arttığında, o ile gelen

DYY miktarı %0,7 oranında artmaktadır. Bu bulgu "Bir ilde kamu yatırımlarının fazla olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir" hipotezini yanlışlamaktadır. Bu sonuç hem Çin bağlamında yapılan araştırmaların bulguları ile hem de Deichmann vd.'nin (2003) Türkiye üzerine yaptığı çalışmanın bulgularına ile zıtlık göstermektedir. Nitekim, Lee ve Lee (2002), Shen vd. (2000) ve Kang ve Lee (2004) tarafından yapılan araştırmalar bir bölgede kamu yatırımlarının varlığının DYY'yi negatif yönde etkilediğini ortaya çıkarmış olmakla birlikte, her üç araştırmada kamu yatırımları devlet tarafından işletilen sanayi tesislerinin toplam hasıladaki payı ile ölçmeye çalışmıştır. Daha öncede belirtildiği gibi devlet tarafından işletilen şirketlerin bir alandaki varlığı yabancı firmalar tarafından çoğu zaman o bölgenin sorunlu, zayıf piyasa ve altyapıya sahip olduğu şekilde algılanmasına yol açmaktadır. Bu yüzden Çin örneğinde elde edilen bulgu Türkiye ile birebir örtüşmemektedir. Çünkü, bu çalışmada kamu yatırımları devletin sanayideki payı ile değil, büyük ölçüde altyapı yatırımlarını kapsayan kamu yatırım harcamaları ile ölçülmektedir.

Öte yandan Deichmann vd.'nin (2003) Türkiye ile ilgili yaptığı çalışmanın sonuçlarının bu araştırma ile aynı veri ve ölçme birimi kullanmasına rağmen, Çin örneğini desteklemesi şaşırtıcı bir gelişmedir. Her ne kadar Deichmann vd. (2003) tarafından yapılan çalışma Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçimi ile kamu yatırımları arasındaki ilişkiyi istatistiksel olarak önemsiz bulmuş olmakla birlikte, söz konusu çalışma bu değişkenin DYY'ye negatif yönde etki yaptığını ortaya koymuştur. Bu çalışmanın, Deichmann vd.'nin (2003) çalışmasının bulgularını doğrulamaması iki nedenden kaynaklı olabilir. Birincisi, Deichmann vd. Türkiye'de kamu yatırımları ile DYY arasındaki ilişkiyi, yalnız 1995 yılı verilerinin kullanarak, bir ildeki kamu yatırımlarının ilin GSYİH'sine oranlanması ile ortaya koymuştur. Oysa bu araştırma daha geniş bir veri seti (1995-2000 dönemi) ve daha farklı bir hesaplama yöntemi (kişi başına düşen kamu yatırımı) kullanmaktadır. Bu durum analiz sonuçlarını etkilemiş olabilir. İkincisi ve daha önemlisi, kamu yatırım harcamalarının Türkiye'de esas olarak altyapı yatırımlarına gitmesi genel beklentilere uygun şekilde¹⁰⁹ yabancı firmalar tarafından olumlu bir sinyal olarak algılanmaktadır. Sonuç olarak bu araştırmadan elde edilen bulgu, Çin örneği ile Deichmann vd.'nin bulgularından farklı olmakla birlikte literatürdeki beklentilere uygun gözükmektedir (Bkz. Çizelge 5.2).

7.4.6. Coğrafya İle İlişkili Olan Hipotez 21, 22, 23 ve 24'ün Değerlendirilmesi

Bir ilin coğrafi konumundan kaynaklanan avantajlar/dezavantajlar ile denize komşu olup olmaması, sahip olduğu arazinin büyüklüğü, ve büyük kentlere veya

¹⁰⁹ Nitekim Deichmann vd.' de (2003:1770) literatürdeki bulgulara dayalı olarak başlangıçta kamu yatırımları ile DYY arasındaki ilişkiyi pozitif beklemekteydi.

metropollere sahip olup olmaması gibi mekansal unsurların firmaların lokasyon seçimi üzerinde doğrudan etkiye sahip olması bir çok araştırmacıyı coğrafi değişkenleri araştırmaya sevk etmiştir. Bu araştırmada bir ilin toprak büyüklüğünün DYY ile olan ilişkisi ARAZİ değişkeni ile ölçülürken, coğrafi konum ve mesafenin etkisi SINIR, KIYI-İÇ ve İSTANBUL değişkenleri yoluyla araştırılmaktadır. Bir ilin coğrafyası ile ilgili bu dört değişkenden sadece SINIR değişkeni yabancı firmaların yer seçiminde istatistiksel bakımdan önemli iken, diğerlerinin DYY lokasyonuna etkisi önemsizdir.

DYY lokasyonu üzerine yapılan çok sayıda araştırma bir ülkeye yatırım yapan yabancı firmaların kendi ülkelerine coğrafi olarak yakında bulunan lokasyonları ve/veya sınır illerini diğer bölgelere nazaran daha fazla tercih ettiğini saptamıştır. Yabancı firmalar bir yandan coğrafi yakınlığın (proximity) yarattığı avantajları (bilgi maliyetlerinin azalması, anavatana yakınlığın ulaşım maliyetlerini azaltması vb.) kullanmak için, öbür yandan komşu ülkeler arasında sosyal, kültürel ve tarihsel bağların (ortak dil, din, gelenek, etnisite, akrabalık, tarih vb.) en tipik şekilde sınır bölgelerinde bulunması ve firmaların bu bağları kullanmak istemesi yüzünde sınır boylarına yatırım yapmaktadırlar. Sınır etkisinin Türkiye örneğinde de geçerli olup olmadığını ortaya koyan SINIR değişkeni, istatistiksel bakımdan model 1’de %90 düzeyinde, model 3’de ise %95 düzeyinde önemlidir (Çizelge 7.5). Yani Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar lokasyon seçerken sınır etkisini göz önüne almaktadırlar. Bu değişkenin beklendiği gibi işaretinin pozitif olması, diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, sınırda yer alan illerin, almayan illere göre daha fazla DYY çektiğini göstermektedir.¹¹⁰ Buna bulgu, “*Bir ilin sınırda yer alması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir*” hipotezini doğrulamaktadır. Hipotezin doğrulanması sınır etkisinin lokasyon seçiminde belirleyici bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye bağlamında elde edile bu bulgu, daha önceki çalışmaların (Bkz. Friedman vd., 1992; Woodward, 1992; Mariotti ve Piscitello, 1995; O huallachain ve Reid, 1997; Shaver, 1998; Head vd., 1999; Coughlin ve Segev, 2000b; Shen vd., 2000; Crozet vd., 2004; Hogenbirk ve Narula, 2004; Cieslik, 2005; Cieslik ve Ryan, 2005) sonuçlarını desteklemektedir.

Bir ilin sahip olduğu arazi büyüklüğünün yabancı firmaların lokasyon seçimindeki etkisini ortaya koyan ARAZİ değişkeni, tüm modellerde istatistiksel bakımdan önemli değildir. Araştırmanın beklentilerine uygun olan bu durum, Türkiye’de bir ilin arazi büyüklüğü ile DYY arasında önemli bir ilişki olmadığını kanıtlamaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgu “*Bir ilin coğrafi alanının büyük olması o ile yapılan doğrudan yabancı yatırımları etkilememektedir*” hipotezini doğrulamaktadır. Bu sonuç geniş alana sahip olan eyaletlerin/illerin daha fazla yatırım çektiğini ileri sürülen Bartik’in (1985) *nişan tahtası*

¹¹⁰ Kuşkusuz sınır etkisinin hangi ülkeler için geçerli olduğu ayrı bir araştırma konusudur. Burada ülke ayrımı yapılmazın sadece sınır illerinin DYY ile olan ilişkisi araştırılmıştır.

teorisinin Türkiye bağlamında geçerli olmadığını teyit etmektedir. Bu sonuç ayrıca Friedman vd. (1992), Mariotti ve Piscitello (1995) ve Wu ve Radbone'nin (2005) bulgularını desteklemektedir.

Bilgi maliyetleri temelinde ortaya atılan ve yabancı firmaların yatırım için kıyı bölgelerde mi yoksa iç bölgelerde mi lokasyon seçeceğini araştıran KIYI-İÇ değişkeni, LİMAN değişkeni ($r=.87$) ile çok yüksek korelasyon göstermesi nedeniyle analizden dışlanmıştır. Bu nedenle bu değişken başlangıç modeli dışındaki modellerde çoklu doğrusallık sorunu doğurması yüzünden modele alınmamıştır. Dolayısıyla bu değişkenin DYY üzerinde nasıl bir performans gösterdiği bilinmemektedir.

Yabancı firmalar, bilgi maliyetlerini düşürmek, risklerini azaltmak ve yığılma ekonomilerinden maksimum düzeyde faydalanmak amacıyla bir ülkenin en büyük metropolüne veya kentine yatırım yapmayı yeğlemektedir. Türkiye açısından ülke metropolü konumunda olan İSTANBUL'un, tüm modellerde istatistiksel bakımdan önemsiz olması beklentilerle uyumsuzdur. Çünkü İstanbul daha öncede belirtildiği gibi Türkiye'deki yabancı yatırımların 2/3 sahiptir. Dolayısıyla bu durumu açıklamak son derece güç olmakla birlikte, elde edilen bulgu "*Bir ilin ülke metropolü olması o ile yapılan olan doğrudan yabancı yatırımları pozitif yönde etkilemektedir*" hipotezini red etmektedir. Ancak tam bu noktada ilginç olan nokta, İstanbul değişkeninin hizmet sektörüne yapılan yatırımların lokasyonunun incelendiği Çizelge 7.7'de hemen tüm modellerde istatistiksel bakımdan önemli olmasıdır. Bu da göstermektedir ki, İstanbul'un tek başına varlığı en azından istatistiksel anlamda DYY lokasyonu üzerine önemli bir etki yapmamaktadır.

7.4.7. Yaşam Kalitesi İle İlişkili Olan Hipotez 25'in Değerlendirilmesi

İyi yaşama koşulları her geçen gün firmalar tarafından lokasyon seçiminde daha fazla dikkate alınmaktadır. Çünkü hem yöneticiler hem de işçiler maddi koşulların ötesinde kendilerine çevresel, rekreasyonel, eğitimsel (üniversite/kolejlerin varlığı gibi) ve sosyal-kültürel (tiyatro, sinema, eğlence mekanları, alışveriş merkezleri, müzik ve sanat festivalleri) imkanlar sağlayan yerleri giderek daha fazla tercih etmeye başlamıştır. Bu çalışmada bir ildeki yaşam kalitesini ölçen SUÇ değişkeninin, DYY lokasyonu ile istatistiksel bakımdan model 3'de %99, model 4'de %95 ve model 6'da %90 düzeyinde önemli olduğu görülmektedir (Çizelge 7.5). Değişkenin beklendiği gibi negatif işarete sahip olup, Türkiye'de suç oranlarının yüksek olduğu illerin yabancı yatırım bakımından dezavantajlı olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre, diğer tüm değişkenler sabit tutulduğunda, bir ilde kişi başına suç sayısı %1 arttığında, oraya yapılan DYY %1,2-2,2 oranında azalmaktadır. Başka bir ifade ile, bir ilde suç oranı düştükçe, o ile yapılan yabancı yatırım miktarı yükselmektedir. Bu bulgu "*Bir ilin yaşam kalitesinin düşük olması o ile yapılan olan doğrudan yabancı yatırımları negatif yönde etkilemektedir*" hipotezini doğrulamaktadır. Hipotezin doğrulanması, Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı firmaların

lokasyon seçerken yaşam kalitesini belirleyici bir faktör olarak kullandığına işaret etmektedir. Bu araştırmanın sonuçları İtalya örneğinde Mariotti ve Piscitello (1995); ABD örneğinde Woodward (1992) ve O'Hagan ve Anderson (2000) ve Rusya örneğinde Broadman ve Recanatini (2001) tarafından elde edilen ve yerel yaşam kalitesinin yatırımların coğrafi dağılımını belirlemede önemli bir faktör haline geldiğini ortaya koyan bulguları desteklemektedir.

7.5. Sanayi ve Hizmet Sektörüne Yapılan DYY'nin Lokasyon Seçimini Belirleyen Faktörler ve Bununla İlişkili Olan Hipotezin Değerlendirilmesi

Gerek lokasyon teorisi, gerekse DYY üzerine yapılan ampirik araştırmalar, lokasyon seçiminin firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılaştığını ortaya koymuştur. Genel olarak, sanayi sektöründe faaliyet gösteren firmaların lokasyonunu belirleyen faktörler ile hizmet sektöründeki firmaların lokasyonunu belirleyen faktörler önemli ölçüde benzerlikler sergilemekle birlikte, bazı önemli farklılıkları da içermektedir. Her ne kadar tüm firmalar temelde kar güdüsü ile hareket etmekle birlikte, hizmet ve sanayi firmaları lokasyon seçerken hem benzer hem de farklı faktörleri dikkate almaktadırlar. Farklılığın esası ise faktörlere verilen önemin veya ağırlığın derecesinin değişmesi ile yakından ilişkilidir.

Sektörlere göre lokasyon seçiminin incelenmesi iki amaca yöneliktir. Birinci amaç, Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmaların yer seçerken sektörlere göre farklı lokasyon davranışı geliştirip geliştirmediklerini açığa çıkarmaktır. İkinci amaç, ana modelin (DYY) gücünü kontrol etmektir. Literatürde sıkça yapılan ve *sağlamlık testi* (robustness test) adı verilen bu işlem, tüm örneklemin içinden bir sınırlı/alt örneklemin seçilmesi ve bunların yeniden teste tabi tutulmasını içerir ki, bu çalışmada örneklem sektörel sınırlamaya tabi tutulmuş ve böylece ana modelin ne ölçüde güçlü ve sağlam olduğu ortaya konulmuştur.

Bu iki amaç doğrultusunda, tüm firmalar için yapılan analiz (ana model) sektörleri de kapsayacak şekilde genişletilerek çizelge 7.6 ve 7.7'deki bulgulara erişilmiştir. Yabancı firmaların sektörlere göre lokasyon tercihlerini yansıtan bu iki çizelge incelendiği zaman, biri başlangıç modeli (model 1) olmak üzere toplam altı farklı modelin inşa edildiği görülmektedir. Her iki sektöre ait modellerin R² değeri ve F istatistiği ana model ile büyük ölçüde uyumludur. Gerek sanayi gerekse hizmet analizinde yer alan modellerin tümü (başlangıç modeli dışında) çoklu regresyon analizinin normallik, doğrusallık, homojen varyans, otokorelasyonun olmaması ve çoklu doğrusallığın bulunmaması şeklinde sıralanan varsayımlarının tümünü yerine getirmektedir. Varsayımların karşılanması her iki sektöre ait regresyon modellerinin istatistiksel bakımdan geçerli, güvenilir ve doğru olduğunu göstermektedir.

Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı firmaların sektörlere göre lokasyon tercihlerini ortaya koyan çizelge 7.6 ve 7.7 incelendiği zaman özetle şu bulgulara erişmek mümkündür:

(1) Yığılma ekonomileri hem sanayi hem de hizmet firmalarının lokasyon seçiminde istatistiksel bakımdan en önemli faktördür. Bu bulgu ana modelden elde edilen sonuçları desteklemektedir. Ancak bir ilde yabancı firmaların varlığını yansıtan YSF değişkeni hem ana modelde, hem de hizmet modelinde lokasyon seçimini belirleyen en önemli faktör iken, sanayi modelinde bu değişken dördüncü sıraya gerilemekte, bunun yerini SANAYİ değişkeni doldurmaktadır (Çizelge 7.6 ve 7.7). Böylece bir ilde faaliyet gösteren sanayi tesislerinin varlığı sanayi modelinde lokasyonu belirleyen en önemli faktör haline gelmektedir. Bu bulgu, Deichmann vd. (2003) tarafından yapılan araştırmanın bulguları ile büyük ölçüde paralellik göstermektedir. Hatta Deichmann ve diğerleri, Türkiye’de bir lokasyonda yabancı firmaların yoğunlaşmasını hizmet firmaları için önemli bulurken, sanayi firmaları için istatistiksel bakımdan önemsiz bulmuştur. HİZMET değişkeni, tıpkı ana modelde olduğu gibi her iki sektörel modelde de yer seçiminde istatistiksel bakımdan önemli olmakla birlikte, sanayi modelinde negatif işarete sahiptir. yığılma ekonomilerini temsil eden son değişken olan KENTLEŞME ise, sanayi firmalarının lokasyon seçimini belirleyen ikinci en önemli faktör iken, hizmet firmaları için önemli değildir.

(2) Piyasa ile ilgili değişkenler öngörüldüğü gibi hizmet sektörüne yatırım yapan yabancı firmaların yer seçiminde son derece önemli iken, sanayi sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmalar için çok daha az önemlidir. Gerçekten, sanayi modelinde piyasa ile ilgili faktörlerden sadece birisi (GSYİH) lokasyon seçiminde önemli, diğerleri ise tümüyle önemsiz gözükmemektedir. Oysa, hizmet modelinde hem GSYİH hem de piyasa büyümesini simgeleyen NÜFUSARTIŞI değişkeni aynen ana modelde olduğu gibi lokasyon seçiminde belirleyici faktör durumundadır (Çizelge 7.6 ve 7.7). Bu durum, Türkiye’de hizmet sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmalarının yatırım yaparken hem ilin alım gücünü (GSYİH) hem de ilin sahip olduğu piyasanın yıllık büyüme potansiyelini/düzeyini dikkate aldığını açıkça ortaya koymaktadır. İllerin gelir/harcama düzeyinin (GSYİH) sanayi firmalarının yer seçiminde önemli olması Deichmann vd. (2003) tarafından da doğrulanmış olmakla birlikte aynı çalışma, bu araştırmanın tersine GSYİH değişkenin hizmet firmaları için istatistiksel bakımdan önemli olmadığını belirtmiştir. Oysa bu çalışmanın hizmet modelinden elde edilen bulgular, literatürdeki genel yargıyı (hizmet firmaları için piyasa faktörünün çok önemli olduğu ve bu firmalarının temel amacının piyasada yer almak suretiyle satışlarını/gelirlerini maksimuma çıkarmak olduğu) doğrulamaktadır.

(3) Sanayi firmaları için emeğin arzı (İŞSİZLİK) yani işgücünün talep edildiği miktarda bulunması lokasyon seçiminde istatistiksel bakımdan en önemli faktörlerden biri iken, hizmet firmaları için emeğin niteliği lokasyon seçiminde çok önemli bir faktördür. Beklentilerle tümüyle uyumlu olan bu bulgular göstermektedir ki, Türkiye’de sanayi sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmalar için emeğin bol olduğu yerler önemli çekim alanı oluştururken, hizmet firmaları için yüksek kaliteli işgücü havuzu en temel belirleyicilerden biridir. Gerçekten, emek niteliği hizmet firmaları için YSF değişkeninden sonra belirleyiciliği en büyük olan ikinci faktördür (Çizelge 7.6 ve 7.7). Emek niteliğinin sanayi firmalarının yer seçiminde önemsiz, hizmet firmalarınınkinin de ise önemli bir etken olduğunu Deichmann vd. (2003) tarafından da doğrulanmıştır.

Emek maliyeti (ÜCRET), tıpkı ana modelde olduğu gibi hizmet firmalarının lokasyon seçiminde negatif yönde önemli bir faktör iken, sanayi firmaları için süpriz bir şekilde önemsiz bir değişkendir. Oysa, bilhassa sanayi firmalarının yer seçiminde emek maliyetinin emek arzı ile birlikte önemli olması beklenirdi. Emekle ilgili ortaya çıkan son bulgu, emek verimliliği ve sendika değişkenlerinin tıpkı ana modelde olduğu gibi sanayi ve hizmet modellerinde de lokasyon seçiminde belirleyici bir faktör olmamasıdır. Bu durum ana modelin sağlam olduğunu bir kez daha desteklemektedir.

(4) Altyapı ve erişilebilirlikle ilgili faktörlerinde ana model ile tümüyle uyumlu olduğu dikkati çekmektedir. Nitekim hem sanayi hem de hizmet firmaları için limanın varlığını önemli bir lokasyon çekiciliğidir. Havayolu ulaşımı ise, tıpkı ana modelde olduğu gibi sanayi firmalarının yer seçiminde negatif yönde önemli bir faktör iken, hizmet firmaları için önemsizdir. Karayolu, iletişim ve enerji ile ilgili faktörler ana modelde olduğu gibi sektörel modelde de firmaların lokasyon seçiminde istatistiksel bakımdan önemli değildir.

(5) Devlet politikası ve teşvikleri yansıtan değişkenlerinde ana modelle büyük ölçüde tutarlı olduğu görülmektedir. Sadece kamu yatırımı ana modelde yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli bir faktör olmakla birlikte, sektörel düzeye inildiği zaman önemini kaybetmektedir. Bu bulgu Deichmann vd.’nin (2003) bulguları ile örtüşmektedir. KÖYTEŞVİK değişkeni her iki sektörel modelde de lokasyon seçimini belirleyen negatif bir faktör iken, SERBESTBÖLGE sadece hizmet firmaları için önemlidir. Bu durum serbest bölgelerin Türkiye’de sanayiden ziyade özellikle yabancı hizmet firmaları (bilhassa ticaret ve finans) için önemli bir çekim alanı yarattığını doğrulamaktadır.

(6) Coğrafi değişkenlerin hiç biri sanayi firmaları için önemli bir lokasyon faktörü değilken, bu değişkenlerin bazıları hizmet firmalarının yer seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Sınır değişkeninin sanayi modelinde önemsiz olması, sınır illerinin sanayiye yönelik DYY yatırımları için yeterince cazip olmadığını ortaya koymaktadır. Buna

karşın sınır illeri hizmet firmaları için son derece önemli bir çekim merkezidir. Çünkü, Türkiye’de sınırda yer alan iller genellikle sınıra komşu ülkeden gelen ve özellikle uluslararası taşımacılık ve dış ticaret alanında faaliyet gösteren yabancı hizmet firmaları tarafından yapılan çeşitli yatırımlara sahne olmaktadır. Bu durum hizmet modelinde sınır değişkeninin istatistiksel bakımdan önemli bir faktör olmasını sağlamaktadır.

Öte yandan ana modelde istatistiksel olarak önemli gözükmeyen İSTANBUL değişkeni, hizmet modelinde önemli bir faktör haline gelmiştir. Bu durum, “ülke metropolü” ya da “başkent etkisi” olarak adlandırılan, lider metropollerin özellikle hizmet sektörüne yatırım yapan yabancı firmalar açısından son derece önemli bir çekicilik faktörü yarattığı tezini doğrulamaktadır. Görülüyor ki Türkiye’ye yatırım yapan hizmet firmaları İstanbul’un sunduğu avantajlardan özellikle faydalanmak istemektedir. Çünkü İstanbul bu araştırmanın kapsadığı 1990-2003 döneminde Türkiye’ye gelen yabancı sermayeli hizmet firmaların %63’ü, yatırılan sermayenin ise %80’ini tek başına kendine çekmiştir. Kentin bilhassa hizmet firmaları açısından bu denli önemli bir çekim merkezi olması şu nedenlerle bağlantılıdır. (1) Ülke ithalatının %42’si, ihracatının %49’u ve GSYİH’sinin ¼’ü tek başına bu kent tarafından üretilmektedir (DİE, 2001, 2002). (2) İstanbul metropolü, Türkiye’nin en iyi ulaşım, iletişim ve diğer altyapı imkanları ile donatılmış, eşsiz coğrafi lokasyona sahiptir. (3) Kent, 10 milyonu aşan nüfusu ile çok büyük bir piyasa potansiyeli/talebi oluşturmaktadır. (4) Kent, ülkedeki yerli ve yabancı sanayinin, ticaretin ve finansın başkentidir. (5) Yabancılar açısından ülkenin başka yerlerinde bulunamayacak sosyal ve kültürel imkanlara (kozmopolit yaşam, etnik çeşitlilik, eğlence imkanları, yabancılar için okullar ve dinsel mabetler, vb.) ve çekiciliklere sahiptir. (6) İstanbul, dünyada artan küresel kent imajı ile Türkiye’nin dışa açılan kapısı, ve ülkeye yeniliklerin ilk giriş merkezidir. Sonuç olarak Türkiye’ye ilk kez yatırım yapan yabancı firmalar risklerini azaltmak ve yığılma ekonomilerinden faydalanmak için İstanbul’un tercih etmektedir.

(7) Yaşam kalitesinin temsil eden SUC değişkeninin hem sanayi hem de hizmet firmalarının lokasyon seçiminde önemli bir faktör olması, ana modellerle paralellik göstermektedir. Buna göre, Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar ister sanayide isterse hizmet alanında faaliyet gösterecek, bir yer seçerken oranın kendine sunduğu yaşam kalitesini dikkate almaktadır.

Sanayi ve hizmet firmalarının lokasyon seçimini ortaya koyan regresyon tablosu (Çizelge 7.6 ve 7.7) karşılaştırıldığında Türkiye’de yabancı firmaların yer seçimini belirleyen lokasyon faktörlerinin sektörlere göre istatistiksel bakımdan farklılık gösterdiği açıkça görülmektedir. Bu bulgu “*Lokasyon faktörlerinin önemi, yabancı firmaların faaliyet gösterdiği sektörlere (sanayi ve hizmet) göre farklılık gösterir*” hipotezini doğrulamaktadır. Bu çalışmadan elde edilen bulgu Türkiye üzerine yapılan iki farklı araştırmanın sonuçlarını

da desteklemektedir. Nitekim hem Deichmann vd.'nin (2003) ekonometrik analizi hem de Berköz'ün (2005) saha araştırmasına dayalı bulguları, Türkiye'de sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmaların lokasyon belirlerken benzerlikler yanında oldukça farklı faktörlerden de etkilendiklerini ortaya koymuştur. Bu araştırmanın sonuçları aynı şekilde ABD, Çin ve İspanya üzerine yapılan bir çok ampirik çalışmanın (Bagchi-Sen, 1991, 1995a; Friedman vd., 1996; O huallachain, 1996; O huallachain ve Reid, 1996; Nachum, 2000; Zhou vd., 2002; Chadee vd., 2003; Pelegrin, 2004; Wu ve Radbone, 2005) bulguları ile de büyük bir uyumluluk göstermektedir.

BÖLÜM VIII. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu bölüm, bir yandan ampirik bulgulara dayalı olarak bu araştırmanın ulaştığı temel sonuçları açıklarken, diğer yandan araştırmanın literatüre olan katkısını ortaya koymaktadır. Bu bölüm aynı zamanda araştırmanın uygulamaya ve gelecek araştırmalara yönelik önerilerini de içermektedir.

8.1. Araştırmanın Önemli Sonuçları

Bir önceki bölümde Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin neler olduğu, istatistiksel analizden elde edilen ampirik bulgular ışığında ayrıntılı şekilde değerlendirilmiş, ileri sürülen araştırma hipotezleri test edilmiş ve elde edilen spesifik bulgular literatürdeki diğer çalışmaların sonuçları ile birlikte tartışılmıştır. Burada ise spesifik bulgulardan çıkarılan sonuçlar araştırmanın ana amacı ve hipotezleri doğrultusunda öz şekilde sunulmaktadır.

Bu araştırmanın biri ana, diğeri tali olmak üzere iki amacının olduğunu giriş bölümünde belirtilmişti. Bu ana ve tali amaç doğrultusunda iki temel araştırma sorusu ortaya atılarak bununla ilişkili iki ana hipotez formüle edilmiş ve çalışmanın temelde bu soruların cevabını veya hipotezlerin doğruluğunu aradığı ifade edilmişti. Şimdi sırasıyla bu iki araştırma sorusu ve/veya hipotez yoluyla bu çalışmanın ortaya çıkardığı önemli sonuçlarını belirtelim:

Araştırma Sorusu 1: Türkiye’deki yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörler nelerdir? Bir başka deyişle, Türkiye’de DYY’nin lokasyona özgü belirleyicileri hangileridir? Ya da Türkiye’de DYY’nin mekansal dağılışını belirleyen faktörler nasıl açıklanabilir?

Cevap 1: Türkiye’de Yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörler önem sırasına göre şunlardır:

- Yığılma ekonomileri
- Piyasa potansiyeli
- Kalkınmada öncelikli yöreler sistemi
- İşgücünün bulunması
- Piyasanın büyüme eğilimi
- İşgücü maliyeti
- İşgücü kalitesi
- Yaşam kalitesi
- Serbest bölgeler

- Sınır etkisi
- Havayolu
- Liman

(1) **Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen en önemli faktör yığılma ekonomileridir.** Başka bir ifade ile Türkiye’de DYY’nin mekansal dağılımı esas olarak yığılma ekonomileri tarafından belirlenmektedir. Dolayısıyla yabancı firmalar lokasyon seçerken geleneksel üretim maliyetleri (sermaye, emek, vb.) ve piyasadan ziyade, birinci derecede yığılma ekonomilerinin varlığını göz önüne almaktadır.

Spesifik olarak bakıldığında ise Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar bir yeri seçerken birinci derecede yersel yığılma ekonomilerinin (yerelleşme ekonomileri) bulunmasını dikkate almaktadır. Bunun anlamı, bir ilde faaliyet gösteren yabancı (YSF) ve yerli (SANAYİ) firmaların sayısı arttıkça oraya yapılan DYY miktarı artmaktadır. Çünkü bir lokasyona yerli ve yabancı firmaların yığılması/toplanması veya kümelenmesi yabancı firmaların bilgi maliyetlerini azaltmakta ve onlara çok sayıda dışsal ekonomi/avantaj sağlamaktadır. Bu sonuç aynı zamanda ülkedeki yabancı yatırımın neden 2/3’ünden fazlasının Marmara bölgesinde özellikle de İstanbul’da yoğunlaştığı sorusuna yanıt vermektedir. Bu araştırmanın bulguları ayrıca kentsel yığılma ekonomilerinin de (kentleşme ekonomileri) Türkiye’de yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Buna göre bir ilin kentleşme düzeyinin yüksekliği, kentsel hizmetler çeşitliliği ve bulunabilirliği, çok farklı sektörlerden firmaların aynı kentte toplanması yani kentleşmeye bağlı ekonomiler, Türkiye’deki yabancı firmaların lokasyon kararında önemli bir role sahiptir.

(2) **Türkiye’de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen en önemli ikinci faktör piyasa/pazardır.** Bir ilin sahip olduğu piyasa potansiyeli/büyüklüğü, orada yaşayanların alım gücü ve o piyasanın büyüme eğilimi Türkiye’de DYY’nin mekansal dağılımında belirleyen önemli faktörler arasındadır. Daha teknik bir ifade ile, bir ilin talep hacmi büyük, alım gücü fazla ve ilde talep sürekli ve istikrarlı şekilde artıyorsa, bu lokasyon yabancı firmaların tercihinde belirleyici güce sahip olmaktadır. Gerçekten, Türkiye’de firmaların ürettiği malları satın alacak olan tüketici kitlesinin büyük olduğu, aynı zamanda tüketicilerin harcama gücünün yüksek olduğu ve tüketimin istikrarlı şekilde arttığı lokasyonlar yabancı firmalar açısından önemli bir çekiciliğe sahiptir. Firmaların nihai amacının ürettiği mal/hizmeti satmak olduğu göz önüne alındığında, Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmaların lokasyon seçiminde piyasa veya pazar faktörünün ön planda tutması son derece doğal gözükmektedir. Bu sonuç aynı zamanda Türkiye’nin yabancı firmalar tarafından büyük bir pazar olarak algılandığını ve ülkeye gelen DYY’nin büyük bir bölümünün Dunning’in “piyasa arayan DYY tipi” dediği türden olduğunu doğrulamaktadır.

Spesifik olarak bakıldığında Türkiye’de büyük piyasaya ya da nüfusa sahip olan illerin küçük olanlardan daha fazla yatırım çektiği, yabancı firmaların tüketici gelirinun yüksek olduğu illere daha fazla yatırım yaptığı görölmektedir. Ayrıca, yabancı firmalar ekonomik bakımdan durgun veya gerileyen illerden ziyade büyüyen merkezlerde yer seçmeyi yeğlemektedir. Dolayısıyla daha büyük piyasa dinamizmine sahip olan iller daha fazla DYY çekmektedir.

(3) Türkiye’de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen en önemli üçüncü faktör emek/işgücüdür. Emeğin arzı, maliyeti ve niteliği Türkiye’de DYY’nin coğrafi dağılımını belirleyen önemli faktörlerden biridir. Bu durum Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmaların lokasyon seçerken işgücünün özelliklerini önemle dikkate aldığını ortaya koymaktadır.

Spesifik olarak bakıldığında, Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmaların ilk başta bir ilde işgücünün yeterli miktarda bulunmasını göz önüne aldığı görölmektedir. Bu anlamda Türkiye’de emeğin bol olduğu lokasyonların yabancı firmalar açısından önemli bir çekim merkezi olduğu ortaya çıkmaktadır. Nitekim, Türkiye’de DYY’nin özellikle işgücü havuzunun ve işsizliğin büyük olduğu kentlerde yoğunlaşması bir tesadüf değil, aksine bilinçli bir tercihin yansımasıdır.

Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar için sadece işgücünün bir yerde bulunması önemli değil aynı zamanda onun maliyeti de önemlidir. Çünkü bu araştırmadan elde edilen bulgular, Türkiye’de iller arasındaki ücret farklılığının DYY üzerindeki etkisinin negatif yönde önemli olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla, ceteris paribus, bir lokasyondaki yüksek ücretler yabancı yatırımı caydırırken, düşük işgücü maliyeti daha fazla DYY çekmektedir. Sonuç olarak Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar lokasyon seçerken emek maliyetini de önemle dikkate almaktadırlar.

Türkiye’ye yatırım yapan yabancı firmalar bir lokasyon seçerken, işgücünün bolluğu ve ucuzluğu yanında niteliğini de önemle dikkate almaktadırlar. Nitekim, bir ilde işgücünün kalitesi, yeteneği, ve eğitim düzeyi yükseldikçe oraya yapılan DYY miktarı da yükselmektedir. Böylece bu araştırma Türkiye’de insan kaynağının nitelik ve kalitesinin yabancı firmaların yer seçiminde son derece önemli bir faktör olduğu sonucuna erişmiştir.

(4) Türkiye’de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen dördüncü önemli faktör kamusal teşviklerdir. Türkiye’de devlet tarafından hem yerli hem de yabancı firmaları belli lokasyonlara çekme aracı olarak kullanılan kamusal teşvik ve yatırım politikaları yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli role sahiptir. Ancak bu önemli rol yabancı firmalar için hem pozitif hem negatif yönde belirleyici bir faktördür. Şöyle ki, Türkiye’de geri kalmış bölgelerin kalkındırılması, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması ve eşitsizliklerin giderilmesi için uygulanan en önemli mekansal teşvik sistemi olan Kalkınmada Öncelikli Yörelere, yabancı yatırımcılar tarafından lokasyon

seçiminde olumsuz bir faktör olarak değerlendirilmekte iken, serbest bölgeler ve kamu yatırımları olumlu bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Spesifik olarak bakıldığında KÖY kapsamında olan iller, yabancı firmalar açısından caydırıcı bir faktör olarak algılanmaktadır. Buna göre kabaca Türkiye'nin yarısından fazlasını kapsayan bu az gelişmiş KÖY illeri, devlet tarafından çeşitli ayrıcalıklar sağlanmasına rağmen yabancı yatırımcılar için itici faktör durumundadır. Bu durum Türkiye'de yatırımları teşvik etmeyi ve ülke sathına yaymayı amaçlayan KÖY sisteminin yabancı firmalar açısından etkili olmadığını, hatta negatif yönde dikkate alındığını işaret etmektedir. Oysa, özel ekonomik bölgelerin Türkiye'deki en tipik örneği olan serbest bölgeler ile kamu tarafından yapılan altyapı yatırımlarını yabancı firmaların lokasyon seçimi üzerinde pozitif yönde önemli bir belirleyici konumundadır. Bu araştırma serbest bölgeye sahip olan illerin olmayana göre daha fazla DYY çektiğini göstermektedir. Aynı şekilde kamunun yaptığı altyapı yatırımları yabancı firmalar tarafından olumlu bir sinyal olarak algılanmakta ve bu nedenle kamu yatırımlarının yüksek olduğu iller daha fazla DYY çekmektedir.

(5) **Türkiye'de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen beşinci önemli faktör yaşam kalitesidir.** Gerek firma yöneticileri, gerekse firmada çalışan işçiler açısından maddi imkanların ötesinde çevresel, rekreasyonel, eğitimsel (üniversite veya kolejlerin varlığı, vb.), sosyal (eğlence mekanları, alışveriş merkezleri, vb.) ve kültürel (tiyatro, sinema, müzik ve sanat festivalleri) imkanlar sağlayan lokasyonlar yabancı firmaların tercihinde önemli bir role sahiptir. Bu nedenle Türkiye'de çok sayıda aktivite ve çekicilik fırsatı sunan, aynı zamanda suç, terör ve şiddet olaylarının az, güvenlik ve istikrarın fazla olduğu iller yabancı yatırımlar açısından cazip durumdadır. Buna karşın bu imkanlardan yoksun lokasyonlar yatırımlardan en az nasibini alan iller durumundadır. Dolayısıyla yerel yaşam kalitesi ya da iyi yaşama koşulları Türkiye'de DYY'nin coğrafi dağılımını belirlemede önemli bir faktördür. Sonuç olarak Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı firmalar lokasyon seçerken yaşam kalitesini belirleyici bir faktör olarak kullanmaktadır.

(6) **Türkiye'de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen son iki önemli faktörden biri coğrafi mesafe** iken, diğeri **erişilebilirlik ve altyapı**dır. Bu iki lokasyon faktörü diğer faktörlere nazaran firmaların yer seçiminde daha az etkiye sahip olmasına rağmen, Türkiye'de DYY'nin mekansal dağılımını belirleyen önemli faktörler arasında yer alır.

Spesifik olarak bakıldığında bir ilin coğrafi konumu ve çeşitli yerlere olan yakınlığı/mesafesi ile ilişkili olan sınır etkisi, Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçiminde belirleyici bir faktör durumundadır. Buna göre Türkiye'ye yatırım yapan yabancı firmalar kendi ülkelerine coğrafi olarak yakında bulunan lokasyonları ve/veya

sınır illerini diğer bölgelere kıyasla daha fazla tercih etmektedir. Çünkü ülkeye yatırım yapan yabancılar bir yandan coğrafi yakınlığın yarattığı avantajları (bilgi maliyetlerinin azalması, anavatana yakınlığın ulaşım maliyetlerini azaltması vb.) kullanmak için, öbür yandan komşu ülkeler arasında sosyal, kültürel ve tarihsel bağların (ortak dil, din, gelenek, etnisite, akrabalık, tarih vb.) en tipik şekilde sınır bölgelerinde bulunması ve firmaların bu bağları kullanmak istemesi yüzünden sınır boylarına yatırım yapmaktadırlar. Böylece sınır illeri yabancı firmalar açısından cazip hale gelmektedir. Sonuç olarak Türkiye'ye yatırım yapan yabancı firmalar lokasyon seçerken sınır etkisini göz önüne almaktadırlar.

Erişilebilirlik ve altyapı hizmetleri ile ilişkili olarak analiz edilen beş değişkenden sadece ikisi yani liman ve havayolu Türkiye'de yabancı firmaların lokasyon seçiminde önemli bir faktördür. Deniz ulaşımını temsil eden limanın lokasyon seçiminde önemli bir faktör olması, yabancı firmaların deniz ulaşımına elverişli, uluslararası taşımacılığa uygun limanların bulunduğu lokasyonları daha fazla tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Böylece Türkiye'de limana sahip olan iller olmayanlardan ve iç kısımdaki illerden DYY çekmede daha avantajlı konumdadır. Öte yandan hava ulaşımının DYY ile negatif yönde ilişkiye sahip olması dikkat çekici bir durumdur. Bunun anlamı bir ilde havalimanının bulunması, diğer tüm koşullar sabit tutulduğu zaman, DYY'yi artıran değil azaltan etkiye sahiptir. Çünkü, Türkiye'de faaliyet gösteren 30'u aşkın havaalanının bulunduğu illerin bir çoğu yabancı yatırımdan büyük ölçüde yoksun ve dolayısıyla havaalanlarının dağılımı DYY'nin coğrafi dağılımı ile paralellik göstermemektedir. Sonuç olarak bir ilde sadece havaalanı bulunması yabancı firmaların o lokasyonu seçeceği anlamına gelmemektedir.

İstatistiksel analizden elde edilen bulguların sonucunda Türkiye'de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçiminde **belirleyici olmayan faktörler** şunlardır:

- **Emek verimliliği:** Bir ildeki işgücü verimliliği Türkiye'de yabancı firmaların yer seçiminde önemli bir faktör değildir.

- **Sendikalaşma düzeyi:** Bir ilin sendikalaşma düzeyi yabancı firmalar tarafından dikkate alınmamaktadır.

- **Karayolu ağı:** Türkiye'de karayolu ağının gelişmiş olması DYY'nin lokasyon seçimini etkilememektedir.

- **Enerji altyapısı:** Elektriğe erişim yabancı sermayeli firmaların göz önüne aldığı önemli bir faktör değildir.

- **Arazi büyüklüğü:** Türkiye'de bir ilin sahip olduğu toprak büyüklüğü yabancı firmaların lokasyon seçiminde belirleyici bir etken değildir. Böylece bir ilin yüzölçümünün büyük ya da küçük olması ile oraya yapılan DYY arasında önemli bir ilişki söz konusu değildir.

Çalışmadan elde edilen bulgular ile yukarıda belirtilen tüm sonuçlar bu araştırmanın ileri sürdüğü "Türkiye'nin her bir ilindeki doğrudan yabancı yatırım o ilin lokasyona özgü avantajları tarafından belirlenmektedir" şeklinde tanımlanan **ana hipotezi** doğrulamaktadır. Böylece Türkiye'de yabancı firmaların bir ili yatırım yeri olarak seçmesi bir tesadüf değil, tam aksine o ilin ya da lokasyonun firmaya sunduğu çekicilikler veya tersinden söylenirse firmanın aradığı özelliklerin orada yoğunlaşması ile doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla bir ilin sahip olduğu avantajlar ile sunduğu imkan ve fırsatlar, yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen en temel faktördür. Bu sonuç aynı zamanda DYY'nin ülke içindeki coğrafi dağılışının nedenlerini de açıklamaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'de bir ilin lokasyona özgü avantajları arttıkça o ile yapılan DYY artmaktadır.

Araştırma Sorusu 2: Türkiye'deki yabancı sermayeli firmaların lokasyonu faaliyette bulunduğu sektöre (sanayi veya hizmet) göre farklılaşma göstermekte midir? Sektörlere göre lokasyon seçimini belirleyen faktörler değişmekte midir? Başka bir ifade ile DYY'nin sektöre özgü lokasyonla ilgili belirleyiciler nelerdir?

Cevap 2: Türkiye'de yabancı sermayeli firmaların **sektörlere** göre lokasyon seçimini belirleyen faktörler önem sırasına göre şunlardır:

(1) Yığılma ekonomileri hem sanayi hem de hizmet firmalarının lokasyon seçiminde istatistiksel bakımdan en önemli faktör durumundadır.

(2) Piyasa ile ilgili değişkenler hizmet sektörüne yatırım yapan yabancı firmaların yer seçiminde son derece önemli iken, sanayi sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmalar için çok daha az önemlidir.

(3) Sanayi firmaları için emeğin arzı yani işgücünün talep edildiği miktarda bulunması lokasyon seçiminde en önemli faktörlerden biri iken, hizmet firmaları için emeğin niteliği çok daha önemli bir faktördür. Emek maliyeti, tıpkı ana modelde olduğu gibi hizmet firmalarının lokasyon seçiminde de negatif yönde önemli bir faktör iken, sanayi firmaları için belirleyici bir faktör değildir.

(4) Altyapı ve erişilebilirlikle ilgili faktörlerden sadece liman bulunması hem sanayi hem de hizmet firmaları için lokasyon seçiminde önemli bir faktördür. Havayolu ulaşımı ise, sanayi firmalarının yer seçiminde negatif yönde önemli bir faktör iken, hizmet firmaları için önemsizdir. Ulaşım ve altyapı ile ilgili diğer faktörler önemsizdir.

(5) Devlet politikası ve teşvikleri yansıtan değişkenlerinden KÖY sistemi hem sanayi hem de hizmet sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen önemli bir faktör iken, serbest bölge sadece hizmet firmaları için önemlidir. Kamu yatırımı ise her iki sektör içinde önemli bir faktör değildir.

(6) Coğrafi değişkenlerin hiç biri sanayi firmaları için önemli bir lokasyon faktörü değilken, bu değişkenlerin bazıları hizmet firmalarının yer seçiminde önemli bir rol oynamaktadır.

(7) Yaşam kalitesi hem sanayi hem de hizmet firmalarının lokasyon seçiminde önemli bir faktördür.

Sanayi ve hizmet firmalarının lokasyon seçimini ortaya koyan çizelge 7.6 ve 7.7 karşılaştırıldığında Türkiye’de yabancı firmaların yer seçimini belirleyen lokasyon faktörlerinin sektörlere göre istatistiksel bakımdan farklılık gösterdiği açıkça görülmektedir. Bu bulgu "*Lokasyon faktörlerinin önemi, yabancı firmaların faaliyet gösterdiği sektörlerle (sanayi ve hizmet) göre farklılık gösterir*" şeklinde ileri sürülen **tali hipotezi** doğrulamaktadır. Bu hipotezin doğrulanması Türkiye’de sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren yabancı firmaların lokasyon belirlerken benzerlikler yanında oldukça farklı faktörlerden de etkilendiklerini ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, ***bir yabancı firma Türkiye’de bir ile yatırım yaparken:***

- (1) Yabancı ve yerli firmaların yoğun olduğu yerleri,
- (2) Hizmet sektörünün gelişmiş ve kentleşme düzeyinin yüksek olduğu yerleri,
- (3) Piyasa potansiyelinin fazla ve alım gücünün olduğu yerleri,
- (4) Piyasanın büyüme eğiliminin yüksek olduğu yerleri,
- (5) Emeğin yeterince bulunduğu yerleri,
- (6) Emek maliyetinin düşük, emek niteliğinin ise yüksek olduğu yerleri,
- (7) Kalkınmada öncelikli yörede bulunmayan ancak kamu yatırımlarını alan yerleri,
- (8) Serbest bölgenin ve limanın bulunduğu yerleri ve
- (9) Yaşam kalitesinin yüksek olduğu yerleri *seçme eğilimi gösterir.*

Buna karşın ***bir yabancı firma Türkiye’de bir ili yatırım yeri seçerken;***

- (1) Emeğin verimliliğini,
- (2) Sendikalaşma düzeyini,
- (3) Karayolu ağını,
- (4) Elektrik altyapısını,
- (5) Arazi büyüklüğünü ve

(6) Ülke metropolü olması gibi faktörleri dikkate almamaktadır. Diğer bir ifade ile bu faktörler lokasyon seçiminde belirleyici role sahip değildir.

8.2. Araştırmanın Literatüre Katkısı

Bu araştırma dört yönde literatüre katkı sağlamaktadır: Teorik katkı, ampirik katkı, potansiyel yatırımcılara veya firmalara yaptığı katkı ve politika yapıcılara yaptığı katkı.

Bu çalışmanın literatüre yaptığı **teorik katkı**, araştırmanın temel teorik çerçevesini oluşturan Dunning'in eklektik paradigmasının bir gelişmekte ülke olan Türkiye'de de uygulanabileceğini ortaya koymasındır. Gerçekten çalışmadan elde edilen bulgular, Dunning'in doğrudan yabancı yatırımları açıklamaya yönelik olarak ortaya koyduğu eklektik paradigmanın temelleri ile uyum içindedir. Nitekim Dunning, eklektik paradigmasında ÇUŞ'ları DYY yapmaya iten üç önemli faktörden birisinin lokasyona özgü avantajlar olduğunu belirtmektedir. Lokasyonla ilişkili olan bu avantajların Türkiye'ye yatırım yapan yabancı firmaların yer seçiminde önemli olması, gelişmiş Batı ülkelerine dayalı olarak geliştirilen eklektik paradigmanın mekana dayalı analizler için gelişmekte olan ülkelerde de uygun teorik yaklaşım sağladığını ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın literatüre yaptığı en önemli **ampirik katkılarından** biri, Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin *geleneksel üretim maliyetlerinden (sermaye, emek, hammadde, vb.) ziyade, yığılma ekonomileri olduğunu* ortaya koymasındır. Bu bulgu son dönemde literatürde öne çıkan ve bir ülke içinde DYY'nin coğrafi dağılımını veya lokasyon seçimini belirleyen ana nedenin yığılma ekonomileri olduğu tezini doğrulamaktadır. Çalışmanın literatüre yaptığı diğer önemli **ampirik katkı** ise, lokasyon seçiminin sektörlere göre farklılık gösterdiğinin Türkiye örneğinde bir kez daha kanıtlanmasıdır. Bu araştırmadan elde edilen bulgu sektörel farklılıkların lokasyon seçimini etkilediğini açıkça ortaya koymuştur.

Bu çalışmanın literatüre yaptığı **diğer önemli katkı**, Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri istatistiksel kanıtlarla doktora düzeyinde inceleyen ilk kapsamlı araştırma olmasıdır. Yabancı firmanın lokasyon seçimini etkileyen/belirleyen faktörlerin ampirik kanıtlarla tespit edilmesi iki açıdan önemlidir:

- *Birincisi*, bu araştırmadan elde edilen bilgi Türkiye'ye DYY yapmayı planlayan potansiyel yabancı yatırımcıların lokasyon kararlarına rehberlik edebilir. Daha önceki firmaların nereye, niçin yatırım yaptıkları bilgisi yeni yatırımcılar için hem önemli bir bilgi altyapısı oluşturur hem de onların bilgi toplama maliyetlerini azaltır.
- *İkincisi*, bu araştırmanın sonuçları Türkiye'de ulusal DYY politikasının yanı sıra özellikle bölgesel ve yerel DYY politikasının oluşturulmasında yerel yönetimlere bilimsel destek sağlayabilir. Gerçekten Türkiye'de DYY'nin coğrafi dağılımının altında yatan faktörleri ortaya çıkarmak DYY politikası ile

uğraşanlara gelecekte ülkeye yapılacak olan yabancı yatırımın nasıl bir şekil alacağı ile ilgili önemli bir öngörü sağlar.

Son olarak bu araştırma, sadece (ekonomik) coğrafya literatürünün değerlendirilmesinin bir ürünü değil, aynı zamanda iktisat ve işletme bilimlerinin DYY ile ilgili literatürünün derinlemesine incelenmesinin bir ürünüdür. Bu yönüyle çalışma, aynı zamanda interdisipliner bir perspektif sunmaktadır.

8.3. Araştırmanın Uygulamaya Yönelik Önerileri

DYY ile ekonomik büyüme ve bölgesel kalkınma arasında çok yakın ilişki bulunmaktadır. Türkiye’de DYY’nin sık sık ekonomik büyüme aracı olduğu vurgulanmakla birlikte, bölgesel kalkınma aracı olabileceği göz ardı edilmektedir. Oysa DYY bir yandan ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlarken, diğer yandan bölgesel farklılıkların azaltılmasında önemli bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Ancak Türkiye’de ne ulusal düzeyde ne de bölgesel düzeyde DYY çekmek için uygulanan özel politikalar söz konusu değildir. Bu nedenle yerel yönetimlerin yabancı yatırımları çekmek için uygulayacağı özel politikalar son derece etkin olabilir.

Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar göstermektedir ki, bir ile yabancı yatırım gelmesi ile o ilin sahip olduğu coğrafi özellikler (sosyal, ekonomik ve kültürel) arasında doğrudan ilişkili söz konusudur. Türkiye’de gerek merkezi hükümet gerekse yerel yönetimler (belediyeler ve il yönetimi) yabancı firmaların yer seçimini belirleyen faktörleri dikkate alarak buna göre ulusal ve yerel politikalar üretebilir. Aynı şekilde ulusal ve yerel idareciler, DYY çekmede ciddi dezavantajı olan geri kalmış illerin lokasyonla ilgili özelliklerini iyileştirebilir veya bu iller arasındaki eşitsizlikleri azaltarak bu lokasyonlara daha fazla yatırım çekebilir.

Türkiye’de yerel yönetimlerin yabancı yatırımları çekmek için uyguladığı özel politikalar henüz söz konusu değildir. Oysa her bir il veya belediye yönetimi, kendi yöresine daha fazla yabancı yatırım çekmek için bu araştırmanın bulgularını bir rehber olarak pekala kullanabilir. Çünkü bu araştırmanın ortaya çıkardığı en önemli sonuç, firmaların bir yeri seçmesini sağlayan temel etken, o yerin sahip olduğu yerel özelliklerden kaynaklanmaktadır. Kuşkusuz tüm illere aynı derecede yabancı yatırım gelmesi söz konusu olamaz. Ancak bilhassa potansiyeli yüksek olan ancak yeterince DYY çekemeyen illerin daha çekici hale getirilmesi için yerel yönetimler iş ve yatırım ortamını iyileştirmeye yönelik çabalarını artırmalıdır.

Sonuç olarak özellikle etkin yerel yönetim organları (özellikle belediyeler ve il yönetimi ve hatta yerel sivil toplum örgütleri) yabancı firmaları kendi sahalarına çekebilecek çabalar ortaya koyabilir. Örneğin, Valilikler yabancı firmaları teşvik edecek yerel politika araçları devreye sokabilir. Mesela promosyon faaliyetlerinde bulunabilir.

Yerel sivil toplum kuruluşları iş ve yatırım ortamını iyileştirecek girişimler ortaya koyarak yabancı firmaları etkileyebilir. Buna karşın belediyeler altyapı hizmetlerini iyileştirebilir veya yabancı firmalar için altyapısı hazır alanlar inşa edebilir. Ancak tek başına altyapı faktörünün yabancı firmaları çekmede yeterli olmadığı bu araştırma tarafından çarpıcı biçimde doğrulanmıştır. Türkiye’de DYY çekmeye yönelik olarak geliştirilecek tüm yerel/bölgesel politikaların oluşturulmasında gerekli teorik, ampirik ve teknik bilgi ve destek, üniversitelerin ilgili bölümlerinden, DPT’den ve bu konu üzerine uzmanlaşmış uluslararası danışmanlık kuruluşlarından elde edilebilir. DYY politikası ile uğraşanlar öncelikle şunu anlamalıdır ki, yabancı firmaları bir yere çeken veya caydıran etken her bir ilin sahip olduğu özelliklerdir.

8.4. Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Yabancı firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörler sadece firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre değil aynı zamanda firmanın yatırım yaptığı coğrafi mekana (ülke, bölge, il, kent, kent içi vb.); zamana; yatırımın tipine (yeni yatırım, birleşme/satın alma yatırımı) ve orijin ülkesine (kaynak ülkeye); firmanın ülkeye giriş şekline (ortak girişim, yavru şirket) ve büyüklüğüne (büyük şirket, küçük şirket); ve firmanın faaliyette bulunduğu ülkenin ekonomik sistemine (kapitalist, sosyalist) bağlı olarak değişebilmektedir. Bu araştırma kapsamı gereği sadece Türkiye’de yabancı firmaların sanayi ve hizmet sektörüne göre olan farklılıklarını incelemiştir. Oysa, DYY lokasyonu üzerine odaklanan bir araştırma yukarıda belirtilen tüm şekillere göre Türkiye’de firmaların lokasyon seçiminde meydana gelen farklılıkları ortaya koyabilir. Bu araştırmanın bir başlangıç noktası olduğu göz önüne alınırsa, Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimini ile ilgili olarak gelecekte yapılacak araştırmalar için şu öneriler ileri sürülebilir.

(1) Dünya’da gerek bölgeler ve iller gerekse metropoliten alanlar veya kentler arasında DYY’nin lokasyonu ile ilgili bir çok araştırma yapılmış olmasına rağmen, kent ve/veya metropol içinde yabancı firmaların lokasyon seçimi ile ilgili çok az çalışma yapılmıştır (Sit ve Yang, 1997; Wu, 1999, 2000; Özdemir, 2002; Wu ve Radbone, 2005). Bu bağlamda Türkiye’de özellikle de İstanbul, Ankara ve İzmir gibi yabancı firmaların yoğun bulunduğu büyük metropollerde firmaların lokasyon davranışları, yer seçimleri ve bunun kentleşme sürecine olan etkisi incelemeye değer bir konudur.

(2) Türkiye’deki yabancı firmaların lokasyon seçimi ülkeye yatırım yapmış firmalara anket uygulanarak ve/veya bu firmalarla birebir görüşme yapılarak onların lokasyon kararını etkileyen/belirleyen faktörler ortaya konulabilir. Doğrudan firmadan bilgi elde etme yoluyla yerine getirilecek böyle bir kalitatif araştırma, kantitatif yöntem kullanan bu çalışmanın ortaya koyduğu bulguların hem doğrulamasını/yanlışlanmasını sağlayacak, hem de lokasyon seçimi konusunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

(3) DYY daha öncede belirtildiği gibi iki yönlü bir olgudur. Bu çalışma olgunun içe dönük yüzünü yani yabancıların Türkiye’de yaptıkları doğrudan yatırımları ve onların lokasyon seçimlerini incelemeye çalıştı. Gelecekte yapılacak bir araştırma ise, bu olgunun dışa dönük yüzünü yani Türk şirketlerinin yurt dışında yaptıkları DYY’yi ve yatırım yapan şirketlerin lokasyon tercihlerini belirleyen faktörleri araştırmalıdır. Böyle bir araştırma bu konuda önemli bir boşluğu doldurmuş olacaktır.

(4) Lokasyon belirleyicileri DYY tiplerine göre farklılaşabilmektedir. Bir başka ifade ile her bir yatırım tipinin lokasyon faktörlerine verdiği değer farklıdır (Friedman vd., 1992, 1996; O huallachain ve Reid, 1997; He, 2003b; Roberto, 2004). Buna göre Türkiye’ye yatırım yapan YSF’lerin yeni ya da ilk yatırım (greenfield) lokasyonu ile yerli bir firmayı satın alması/birleşmesi (acquisition&merger) durumundaki yatırım lokasyonu farklı olabilecektir. Böyle bir çalışma Türkiye’ye yeni yatırım yapan yabancı firmalar ile satın alma şeklinde yatırım yapan yabancı firmaların lokasyon davranışının arasında farklılık olup olmadığını ortaya koyacaktır.

(5) DYY lokasyonunu belirleyen faktörler spesifik sektörler itibariyle araştırılabilir. Çünkü her bir alt sektörün lokasyonunu belirleyen faktörler farklı olabilmektedir (Bagchi-Sen, 1991, 1995a; O huallachain, 1996; O huallachain ve Reid, 1996). Sadece sanayi ve hizmet şeklinde yapılan kaba bir ayırmadan ziyade mesela gıda sanayi ile otomotiv sanayinin lokasyonunu belirleyen şartlar farklı olabilmektedir. Bu yönde yapılacak bir çalışma Türkiye’de spesifik sektörlerle göre hangi lokasyon faktörünün yabancı firmalar tarafından dikkate alındığını ortaya koyabilir.

(6) DYY lokasyonunun kaynak ülkelere göre farklılık gösterdiği bilinmektedir. Nitekim bu yönde yapılmış çalışmalar lokasyon seçiminde kaynak ülke etkisinin önemini ortaya koymuştur (O huallachani ve Reid, 1992; Bagchi-Sen, 1995b; O huallachan, 1996; He, 2003a; Deichmann, 2004). Buna göre farklı ülkeler farklı lokasyon tercihi yapabilmekte, dolayısıyla farklı alanlarda yoğunlaşabilmektedir. Türkiye örneğinde bu durumun olup olmadığı ayrı bir araştırma konusudur.

(7) Lokasyon faktörlerinin yer seçimindeki önemi zamana bağlı olarak farklılıklar gösterebilmektedir. Nitekim 1970’lerde İngiltere’de, 1980’lerde ise ABD’de DYY’nin ülke içindeki lokasyon seçimi zamana bağlı olarak farklılıklar göstermiştir (Glickman ve Woodward, 1988). Böyle bir olgunun Türkiye bağlamında olup olmadığı incelemeye değer bir diğer araştırma konusudur. Türkiye’deki yabancı firmaların lokasyon seçimini etkileyen faktörler zamanla değişim göstermiş midir? Yani 1950-60’larda lokasyon seçiminde farklı bir eğilim, 1980’lerde farklı ve 1990’larda farklı bir tercih ortaya çıkmış olabilir mi?

Sonuç olarak bu araştırma, bir yandan Dunning’in eklektik teorisine, öbür yandan DYY lokasyonu ile ilgili ampirik literatüre dayalı olarak Türkiye’de yabancı sermayeli firmaların lokasyon seçimini belirleyen faktörleri çoklu regresyon analizi kullanarak

incelemiştir. İl düzeyinde yapılan bu araştırma bitirilirken iki noktanın önemle vurgulanması gerekir. Bunlardan ilki ve en başta geleni, ülkedeki ekonomik ve siyasi istikrarın sağlanarak ulusal ekonomik büyümenin sürdürülmesidir. İstikrarın sağlanması Türkiye'yi hem ülke içinde hem de ülke dışında yatırım için güvenli alan haline getirecektir. Böylece ülkeye yapılan DYY miktarı artacak bu da illere yapılan yabancı yatırımın artmasına yol açacaktır. Keza Türkiye'nin ekonomik bakımdan büyümesi aynı zamanda illerin büyümesi ve gelişmesi demektir. İkinci nokta, ekonomik büyüme sağlanırken aynı zamanda bölgesel kalkınmanın sağlanması, bölgesel dengesizliklerin azaltılması ve bölgeler arasındaki eşitsizliklerin giderilmesi için yabancı firmaları çeken en önemli lokasyon faktörlerinin üzerinde durulması gerekmektedir.

REFERANSLAR

- Abumera, S. (1978) "Multinationals, location theory and regional development: case of Bendel State of Nigeria", *Regional Studies*, 12, 651-664.
- Agarwal, J. P. (1980) "Determinants of foreign direct investment: a survey", *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116, 739-773.
- Aitken, B. ve Harrison, A. (1999) "Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela," *American Economic Review*, 89, 605-618.
- Aliber, R. (1993) "A theory of foreign direct investment", In Dunning, J. H. (ed.), (1993) *The Theory of Transnational Corporations*, UNLTNC Volume 1, Roudletge, London and New York,.
- Alonso, W. (1964a) *Location and Land Use*, Harvard University Press, Cambridge.
- Alonso, W. (1964b) "Location theory", In Friedman, J. ve Alonso, W. (eds) *Regional Development and Planning: A Reader*, MIT Press, Cambridge.
- Alonso, W. (1967) "A reformulation of classical location theory and its relation to rent theory", *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 19, 23-44.
- Alpar, C. (1978) *Çok Uluslu Şirketler ve Ekonomik Kalkınma*, 2. Baskı, AİTİA Yay., Ankara.
- Arslan, R. (1997) *Arazi Kullanış Ekonomisi*, YÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Aslanoğlu, E. (2000) "Spillover effects of foreign direct investments on Turkish manufacturing industry", *Journal of International Development*, 12, 1111-1130.
- Baban, A. S. (1987) "Türkiye'de yabancı sermaye", İçinde *1987 Sanayi Kongresi Bildiriler Kitabı*, TMMOB Yayınları, Ankara.
- Bagchi-Sen, S. (1989) "Foreign direct investment in US metropolitan areas, 1979-1983", *Urban Geography*, 10, 121-137.
- Bagchi-Sen, S. (1991) "The location of foreign direct investment in finance insurance and real estate in the United States", *Geografiska Annaler B*, 73, 187-197.
- Bagchi-Sen, S. (1995a) "FDI in US producer services: a temporal analysis of foreign direct investment in the finance, insurance, and real estate sectors", *Regional Studies*, 29, 159-171.
- Bagchi-Sen, S. (1995b) "Foreign direct investment in US manufacturing industries: source-specific variations", *Geografiska Annaler B*, 77, 17-29.
- Bagchi-Sen, S. (2001) "Foreign investment: direct", In Smelser, N. J. ve Baltes, P. B. (eds) *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Elsevier, Amsterdam.
- Bagchi-Sen, S. ve Wheeler, J. O. (1989) "A spatial and temporal model of foreign direct investment in the United States", *Economic Geography*, 65, 113-129.
- Balasubramanyam, V.N.; Salisu, M.; Sapsford, D. (1999) "Foreign direct investment as an engine of growth," *Journal of International Trade and Economic Development*, 8, 27-40.
- Balasubramanyan, V. N. (1996) "Foreign direct investment in Turkey", In Togan, S. ve Balasubramanyan, V. N. (eds) *The Economy of Turkey Since Liberalization*, Mcmillan, London, 112-130.
- Balasubramanyan, V. N. ve Corles, N. (2001) Foreign direct investment in Turkey and the transitional economies of Eastren Europe, In Togan, S. ve Balasubramanyan, V. N (eds) *Turkey and Eastern European Countries in Transition*, Palgrave, New York.
- Balkir, C. (1993) "Turkey and European Community: foreign trade and direct foreign investment in the 1980s", In Balkir, C. ve Williams, A.M. (eds) *Turkey and Europe*, Pinter, London.
- Barnes, T. J. (2000) "Regional science", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.

- Barnes, T. J. (2003) "The place of locational analysis: a selective and interpretive history", *Progress in Human Geography*, 27, 69-95.
- Bartik, T. J. (1985) "Business location decisions in the United States: estimates of the effects of unionization, taxes, and other characteristics of states", *Journal of Business and Economic Statistics*, 3, 14-22.
- Başar, M. ve Tosunoğlu, S. (2005) "EU integration process: will Turkey overcome the FDI obstacles?", *Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin*, Slovenia, 19 Aralık 2005, <http://www.fm-kp.si/zalozba/isbn/961-6573-03-9/basar.pdf>.
- Beckmann, M. (1968) *Location Theory*, Random House, New York.
- Beckmann, M. ve Thisse, J. F. (1986) "The Location of production activities", In Nijkamp, P. (ed.) *Handbook of Regional and Urban Economics*, North Holland, Amsterdam.
- Bekes, G. (2005) Location of manufacturing FDI in Hungary: How important are inter-company relationship?, *MNR Working Papers*, No: 2005-7, Magyar Memzeti Bank, Budapest.
- Berköz, L. (2001) "The interregional location of foreign investors in Turkey", *European Planning Studies*, 9, 979-994.
- Berköz, L. (2005) "Locational determinants of foreign investors in İstanbul" *Journal of Urban Planning and Development*, 131, 140-146.
- Berry, B. J. L.; Conkling, E. C. ve Ray, D. M. (1997) *The Global Economy in Transition*, 2nd Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Birkin, M. ve Wilson, A. G. (1986) "Industrial location models 1: a review and integrating framework", *Environment and Planning A*, 18, 179-205.
- Blackburn, A. (1972) "The location of foreign-owned manufacturing plants in the Republic of Ireland", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 63, 438-443.
- Blackbourn, A. (1974) "The spatial behavior of American firms in Western Europe", In Hamilton, F. E. I. (ed.) *Spatial Perspective on Industrial Organization and Decision-Making*, John Wiley, Chichester.
- Bloomfield, G. T. (1981) "The changing spatial organization of multinational corporations in the world automotive industry", In Hamilton, F. E. I. ve Linge, G. J. R. (eds) *Spatial Analysis, Industry and Industrial Environment*, John Wiley, Chichester.
- Boddy, M. J. (1987) "Structural approaches to industrial location", In Lever, W. F. (ed.) *Industrial Change in the United Kingdom*, Longman, Essex.
- Bodur, M. ve Madsen, T. K. (1993) "Danish foreign direct investment in Turkey", *European Business Review*, 93, 28-43.
- Borensztein, E., J.; Gregorio, De; Lee, J. W. (1998) "How does foreign investment affect economic growth?", *Journal of International Economics*, 45, 115-135.
- Boudier-Bensebaa, F. (2005) "Agglomeration economies and location choice: foreign direct investment in Hungary", *Economics of Transition*, 13, 605-628.
- Bradshaw, M. (1997) "The geography of foreign investment in Russia, 1993-1995", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 88, 77-84.
- Braunerhjelm, P. ve Ekholm, K. (eds) (1998) *The Geography of Multinational Firms*, Economics of Science, Technology and Innovation Series Vol. 12, Kluwer Academic, London.
- Broadman, H. ve Recanatini, F. (2001) Where has all the foreign investment gone in Russia?, *Policy Research Working Paper*, No: 2640, The World Bank, Washington D. C.
- Broadman, H. ve Sun, X. (1997) "The distribution of foreign direct investment in China", *World Economy*, 20, 339-361.
- Buckley, P. J. ve Geyikdağı, N. V. (1996) "Explaining foreign direct investment in Turkey's tourism industry", *Transnational Corporations*, 5, 99-110.

- Buckley, P. ve Casson, M. (1976) *The Future of the Multinational Enterprise*, Macmillan, London.
- Buckley, P. ve Casson, M. (eds) (1985) *The Economic Theory of the Multinational Enterprise*, Macmillan, London.
- Buckwalter, D. W. (1995) "Spatial inequality, foreign investment, and economic transition in Bulgaria", *Professional Geographer*, 47, 288-298.
- Bulutoğlu, K. (1970) *100 Soruda Türkiye'de Yabancı Sermaye*, Gerçek Yay., İstanbul
- Büyüköztürk, Ş. (2004) *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 4. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Calvet, A. (1981) "A synthesis of foreign direct investment theories and theories of the multinational firm", *Journal of International Business Studies*, 12, 43-59.
- Cantwell, J. (2004) *Globalization and the Location of Firms*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Carlton, D. W. (1983) "The location and employment choices of new firms: an econometric model with discrete and continuous endogenous variables", *Review of Economics and Statistics*, 65, 440-449.
- Carr, M. (1983) "A contribution to the review and critique of behavioral industrial location theory", *Progress in Human Geography*, 7, 386-401.
- Carter, H. (1995) *The Study of Urban Geography*, 4th Edition, Arnold, London.
- Caves, R. (1971) "International corporations and the industrial economics of foreign investment", *Economica*, 38, 1-27.
- Chadee, D. D.; Qiu, F. ve Rose, E. L. (2003) "FDI location at the sub-national level: a study of EJVs in China", *Journal of Business Research*, 56, 835-845.
- Chang, K.-T. (1989) "Japan's direct manufacturing investment in the United States", *Professional Geographer*, 43, 314-328.
- Chapman, K. ve Walker, D. F. (1991) *Industrial Location*, 2nd Edition, Basil Blackwell, Cambridge.
- Chen, C.-H. (1996) "Regional determinants of foreign direct investment in mainland China", *Journal of Economic Studies*, 23, 18-30.
- Cheng, L. ve Kwan, Y. (2000) "What are the determinants of the location of foreign direct investment? The Chinese experience", *Journal of International Economics*, 51, 379-400.
- Chisholm, M. (1966) *Geography and Economics*, Praeger, New York.
- Christaller, W. (1966) *Central Places in Southern Germany*, Çev. C. W. Baskin, Prentice Hall, New Jersey.
- Cieslik, A. (2005) "Location of foreign firms and national borders effects: the case of Poland", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96, 287-297.
- Cieslik, A. ve Ryan, M. (2004) "Location determinants of Japanese multinationals within Poland. Do special economic zones really matter for investment decisions?", *Journal of Economic Integration*, 20, 33-57.
- Cillov, H. (1965) *Yabancı Sermaye Yatırımları*, İTO Yay., İstanbul.
- Clark, W. A. V. ve Hosking, P. L. (1986) *Statistical Methods for Geographers*, John Wiley and Sons, New York.
- Clarke, I. M. (1985) *The Spatial Organization of Multinational Corporations*, St. Martin's Press, New York.
- Claus, R. J. ve Claus, K. E. (1971) "Behavioral location theory: review", *Australian Geographer*, 11, 522-530.
- Çoşkun, R. (2001) "Determinants of direct foreign investment in Turkey", *European Business Review*, 13, 221-226.
- Coughlin, C. C. ve Segev, E. (2000a) "Foreign direct investment in China: a spatial econometric study", *World Economy*, 23, 1-23.

- Coughlin, C. C. ve Segev, E. (2000b) "Location determinants of new foreign-owned manufacturing plants", *Journal of Regional Science*, 40, 323-351.
- Coughlin, C. C.; Terza, J. ve Arromdee, V. (1991) "State characteristics and the location of foreign direct investment within the United States", *Review of Economics and Statistics*, 73, 675-683.
- Cömert, F. (2000) "İstihdam sorunu ve yabancı sermaye", *Hazine Dergisi*, 13, 1-27.
- Cromley, R. G. ve Leinbach, T. R. (1981) "The pattern and impact of the filtering-down process in non-metropolitan Kentucky", *Economic Geography*, 57, 208-224.
- Crozet, M.; Mayer, T. ve Mucchielli, J.-L. (2004) "How do firms agglomerate? A study of FDI in France", *Regional Science and Urban Economics*, 34, 27-54.
- ÇSGB, (2001) *Çalışma Hayatı İstatistikleri 2001*, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Daniels, P. W. (1985) *Services Industries: A Geographical Appraisal*, Methuen, London.
- Daniels, P. W. (1993) *Services Industries in the World Economy*, Blackwell, Oxford.
- De Mello, L. (1997) "Foreign direct investment in developing countries and growth: a selective survey", *Journal of Development Studies*, 34, 1-34.
- De Mello, L. (1999) "Foreign direct investment led growth: evidence from time-series and panel data", *Oxford Economic Papers*, 51, 133-151.
- De Smidt, M. (1966) "Foreign industrial establishments located in the Netherlands", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 57, 1-19.
- De Smidt, M. (1968) "Foreign industrial establishments in the Netherlands", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 63, 438-443.
- De Smidt, M. ve Wever, E. (eds) (1990) *The Corporate Firm in a Changing World Economy: Case Study in the Geography of Enterprise*, Routledge, London.
- Deichmann, J. I. (2000) "Foreign direct investment in Canada through 1997: a spatial assessment of origins and distribution", *Pennsylvania Geographer*, 38, 94-112.
- Deichmann, J. I. (2001) "Distribution of foreign direct investment among Transition Economies in Central and Eastern Europe", *Post-Soviet Geography and Economics*, 42, 142-152.
- Deichmann, J. I. (2002) "The spatial distribution of foreign direct investment in Poland: a integrated methodology", *Current Politics and Economics of Russia, Eastern and Central Europe*, 17, 193-206.
- Deichmann, J. I. (2004) "Origins of foreign direct investment in Poland, 1989-2001", *Journal of Business and Economic Studies*, 10, 12-28.
- Deichmann, J.; Karidis, S. ve Sayek, S. (2003) "Foreign direct investment in Turkey: regional determinants", *Applied Economics*, 35, 1767-1778.
- Demirbağ, H. M.; Mirza, H. ve Weir, D. T. H. (1995) "The dynamics of manufacturing joint ventures in Turkey and the role of industrial groups", *Management International Review*, 35, 35-51.
- Demircan, D. (1971) *Türkiye'de Yabancı Sermaye*, Dilek Matbaası, İstanbul.
- DHMİ, (2005) *2003 Yılı Havaalanları İstatistikleri*, 29 Ocak 2005, <http://www.dhmi.gov.tr/dosyalar/istatistik/2003yiliistatistikleri.asp>.
- Dicken, P. (1977) "A note on location theory and the large business enterprises", *Area*, 9, 138-143.
- Dicken, P. (1980) "Foreign direct investment in European manufacturing industry: the changing position of the United Kingdom as a host country", *Geoforum*, 11, 289-313.
- Dicken, P. (1986) *Global Shift: Industrial Change in a Turbulent World*, Paul Chapman Pub., London.

- Dicken, P. (1990) "The geography of enterprise: elements of a research agenda", In De Smidt, M. ve Wever, E. (eds) *The Corporate Firm in a Changing World Economy: Case Study in the Geography of Enterprise*, Routledge, London.
- Dicken, P. (1992) *Global Shift: the Internationalization of Economic Activity*, Second Edition, Paul Chapman, London.
- Dicken, P. (1998) *Global Shift: Transforming the World Economy*, Third Edition, Paul Chapman, New York.
- Dicken, P. (2003) *Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*, Sage, London.
- Dicken, P. ve Lloyd, P. E. (1990) *Location in Space: Theoretical Perspectives in Economic Geography*, Third Edition, Harper Collins, New York.
- Dicken, P. ve Llyod, P. (1976) "Geographical perspectives on United States investment in the United Kingdom", *Environment and Planning A*, 8, 685-705.
- Dicken, P. ve Llyod, P. (1980) "Patterns and processes of change in the spatial distribution of foreign-controlled manufacturing employment in the United Kingdom, 1963 to 1975", *Environment and Planning A*, 12, 1405-1426.
- DİE, (2001) *Deniz Taşıtları ve Denizyolu Taşıma İstatistikleri 1998*, DİE Yayınları, Ankara.
- DİE, (2001) *Dış Ticaret İstatistikleri 2000*, DİE Yayınları, Ankara.
- DİE, (2002a) *İllere Göre Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 2000*, DİE Yayınları, Ankara.
- DİE, (2002b) *2000 Genel Nüfus Sayımı (İllere Göre)*, DİE Yayınları, Ankara.
- DİE, (2002c) *Yıllık İmalat Sanayi İstatistikleri 2001*, DİE Yayınları, Ankara.
- DİE, (2004) *Cezaevine Giren - Çıkan Hükümlü İstatistikleri 2003*, DİE Yayınları, Ankara.
- DİE, (2005) *Yıllık İmalat Sanayi İstatistikleri 2001*, DİE Yayınları, Ankara.
- Dinler, Z. (1994) *Bölgesel İktisat*, 4. Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Dixon, C. J.; Drakakis-Smith, D. ve Watts, H. D. (Eds.) (1986) *Multinational Corporations and the Third World*, Routledge, London.
- DM, *Türkiye'de Limanlar*, 9 Mayıs 2005, <http://www.denizcilik.gov.tr/limanlar/index1.htm>.
- Doğan, H. (1981) "Türkiye'de Yabancı Sermaye, İçinde II. Türkiye İktisat Kongresi Bildiriler Kitabı, DPT Yay., Ankara.
- DPT, (1982) *Türkiye'de Yerleşme Merkezlerinin Kademelenmesi: Ülke Yerleşme Merkezleri Sistemi*, Cilt 1 ve II, DPT Yayınları, Ankara.
- DPT, (2000) *VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ÖİK Raporu*, DPT Yayınları, Ankara.
- DPT, (2003) *İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması 2003*, DPT Yayınları, Ankara.
- DPT, (2005) *Yıllar İtibariyle Kalkınmada Öncelikli Yörelere*, 17 Ağustos 2004, <http://www.dpt.gov.tr/bgyu/koy/koy68-99.html>.
- DTM, (2005) *Serbest bölgeler*, 7 Mart 2004, <http://www.foreigntrade.gov.tr/sb/sb.htm>.
- Dumludağ, D. (2003) "Türkiye'de yabancı sermaye yatırımlarının tarihsel gelişimi", *Toplum ve Bilim*, 96, 241-272.
- Dunn, E. S. (1954) *The Location of Agricultural Production*, University of Florida Press, Gainesville.
- Dunning, J. (1977) "Trade, location of economic activity and the MNE: a search for an eclectic approach", In Ohlin, B.; Hesselborn, P. ve Wijkman P. (eds) *The Allocation of Economic Activity*, MacMillan, London.
- Dunning, J. H. (1979) "Explaining changing patterns of international production: some empirical tests", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41, 269-296.
- Dunning, J. H. (1980) "Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests", *Journal of International Business Studies*, 11, 9-31.

- Dunning, J. H. (1987) "The location choice of offices of international companies", *Environment and Planning A*, 19, 613-631.
- Dunning, J. H. (1988) *Explaining international Production*, Unwin Hyman, London.
- Dunning, J. H. (1993) *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Addison-Wesley, New York.
- Dunning, J. H. (1998) "Location and the multinational enterprise: a neglect factor?", *Journal of International Business Studies*, 29, 45-66.
- Dunning, J. H. (2001) "The eclectic (OLI) paradigm of international production: past, present and future", *International Journal of the Economics of Business*, 8, 173-190.
- Dunning, J. H. (ed.) (1993) *The Theory of Transnational Corporations*, Volume 1, Routledge, London.
- Dunning, J. H. ve Mucchielli, J. (2001) *Multinational Firms: the Global-Local Dilemma*, Routledge, London.
- Dunning, J. H. ve Narula, R. (1996) "The investment development path revisited: some emerging issues", In Dunning, J. H. ve Narula, R. (eds) *Foreign Direct Investment and Governments*, Routledge, London.
- Duran, F. S. (2001) *Büyük Atlas*, Kanaat Yayınları, İstanbul.
- Dutz, M.; Us, M.; Yılmaz, K. (2005) "Turkey's foreign direct investment challenges: competition, the rule of law, and EU accession", In Hoekman, B. M. ve Togan, S. (Eds) *Turkey: Economic Reforms and Accession to the European Union*, World Bank Publications, Washington D.C.
- Edgington, D. W. (1990) *Japanese Business Down Under: Patterns of Japanese Investment in Australia*, Routledge, London.
- Eldem, V. (1994) *Osmanlı İmparatorluğunun İktisadi Şartları Hakkında Bir Tetkik*, 2. Baskı, TTK Yay., Ankara.
- Erdal, F. ve Tatoğlu, E. (2002) "Locational determinants of foreign direct investment in an emerging market economy: evidence from Turkey", *Multinational Business Review*, 10, 21-27.
- Erden, D. (1996) *A Survey of Foreign Direct Investment Firms in Turkey*, Boğaziçi University Press, İstanbul.
- Erden, D. (1997) "Stability and satisfaction in cooperative FDI: partnerships in Turkey", In Beamish, P. W. ve Killing, J. P. (eds) *Cooperative Strategies: European Perspectives*, New Lexington, San Francisco.
- Erdilek, A. (1982) *Direct Foreign Investment in Turkish Manufacturing : an Analysis of the Conflicting Objectives and Frustrated Expectations of a Host Country*, Mohr, Tubingen.
- Erdilek, A. (1986) Turkey's new open-door policy of direct foreign investment: a critical analysis of problems and prospects, *METU Studies in Development*, 13, 171-191.
- Erdilek, A. (1988) "The role of foreign investment in the liberalization of Turkish economy", In Nas, T. F. ve Odekon, M. (eds) *Liberalization and the Turkish Economy*, Greenwood, New York.
- Erdilek, A. (2003) "A comparative analysis of inward and outward FDI in Turkey", *Transnational Corporations*, 12, 79-105.
- Erdilek, A. (2005) "R&D activities of foreign and national establishments in Turkish manufacturing", In Moran, T. H.; Blomstrom, M.; Graham, E. M. (Eds) *Does Foreign Direct Investment Promote Development?* Institute for International Economics, Washington DC.
- Ergün, M. (1995) *Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarlarla İstatistik Uygulamaları: SPSS for Windows*, Ocak Yayınları, Ankara.
- Erickson, R. A. (1976) "The filtering-down process: industrial location in non-metropolitan areas", *Professional Geographer*, 28, 254-260.

- Erickson, R. A. (1989) "The influence of economics on geographic inquiry", *Progress in Human Geography*, 13, 223-249.
- Erkan, H. (1987) *Sosyo-Ekonomik Bölgesel Gelişme: Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım*, DEÜ Yayınları, İzmir.
- Ertürk, H. (1997) *Kent Ekonomisi*, 2. Baskı, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Field, A. (2005) *Discovering Statistics Using SPSS*, Second Edition, Sage, London.
- Fik, T. J. (2000) *The Geography of Economic Development*, Second Edition, McGraw Hill, Boston.
- Foster, M. J. ve Alkan, İ. (2003) "Understanding patterns of FDI: the case of Turkey and its auto industry", *European Business Journal*, 15, 61-69.
- Friedman, J.; Gerlowski, D. A. ve Silberman, J. (1992) "What attracts foreign multinational corporations? Evidence from branch plant location in the United States", *Journal of Regional Science*, 32, 403-418.
- Friedman, J.; Gerlowski, D. A. ve Silberman, J. (1996) "Foreign direct investment: the factors affecting the location of foreign branch plants in the United States", *Global Finance Journal*, 7, 209-222.
- Fujita, M.; Krugman, P. ve Venables, A. J. (1999) *Spatial economy*, MIT Press, Cambridge.
- Fung, K. C.; Iizaka, H. ve Parker, S. (2002) "Determinants of U.S. and Japanese direct investment in China", *Journal of Comparative Economics*, 30, 567-578.
- Gao, T. (2005) "Labor quality and the location of foreign direct investment: evidence from China", *China Economic Review*, 16, 274-292.
- Gertler, M. S. (2000a) "Profit cycle", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.
- Gertler, M. S. (2000b) "Location theory", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.
- Glickman, N. ve Woodward, D. (1988) "The location of foreign direct investment in the United States: patterns and determinants", *International Regional Science Review*, 11, 137-154.
- Gong, H. (1995) "Spatial pattern of foreign investment in China's cities, 1980-1989", *Urban Geography*, 16, 198-209.
- Gorter, C. ve Nijkamp, P. (2001) "Location theory", In Smelser, N. J. ve Baltes, P. B. (eds) *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Elsevier, Amsterdam.
- Göver, Z. T. (2005) *Doğrudan Yabancı Yatırımların Uluslararası Ticarete Etkileri: Türkiye Değerlendirmesi*, Hazine Müsteşarlığı Araştırma ve İnceleme Dizisi Yayınları No:40, Ankara.
- Göymen, K. ve Tüzün, G. (1976) "Foreign private capital in Turkey: an analysis of capital imported under the encouragement law, 6224", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 11, 55-80.
- Green, M. B. (1990) *Mergers and Acquisitions: Geographical and Spatial Perspectives*, Routledge, London.
- Green, M. B. ve McNaughton, R. B. (eds) (1995) *The Location of Foreign Direct Investment: Geographic and Business Approaches*, Avebury, London.
- Greenhut, M. L. (1956) *Plant Location in Theory and in Practice*, University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Gregory, D. (1981) "Alfred Weber and location theory", In Stoddart, D. R. (ed.) *Geography, Ideology and Social Concern*, Blackwell, Oxford.
- Gregory, D. (2000) "Distance decay", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.

- Griffith, D. A.; Amrhein, C. G. ve Desloges, J. R. (1991) *Statistical Analysis for Geographers*, Prentice Hall, New Jersey.
- Guimaraes, P; Figueiredo, O. ve Woodward, D. (2000) "Agglomeration and the location direct investment in Portugal", *Journal of Urban Economics*, 47, 115-135.
- Gwynne, R. (1979) "Oligopolistic reaction" *Area*, 11, 315-319.
- Hadjit, A. ve Moxon-Browne, E. (2005) "Foreign direct investment in Turkey: the implications of EU accession", *Turkish Studies*, 6, 321-340.
- Halicioğlu, F. (2001) "An econometric analysis of foreign direct investment into Turkey from major global regions: 1975-1999", *Paper Presented at International Conference in Economics V, Middle East Technical University, Ankara, 3 Ekim 2005*, <http://129.3.20.41/eps/it/papers/0503/0503004.pdf>.
- Hamilton, F. E. I. (1967) "Models of the Industrial location", In Chorley, R. ve Haggett, P. (eds) *Models in Geography*, Methuen, London.
- Hamilton, F. E. I. (1976) "Multinational enterprise and the European Economic Community", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 67, 258-278.
- Hamilton, F. E. I. ve Linge, G. J. R. (eds) (1981) *Spatial Analysis, Industry and Industrial Environment*, Volume 2 International Industrial Systems, John Wiley, Chichester.
- Hanink, D. M. (1994) *The International Economy: A Geographical Perspectives*, John Wiley & Sons, New York.
- Hanink, D. M. (1997) *Principles and Applications of Economic Geography*, John Wiley & Sons, New York.
- Harrington, J. W. ve Warf, B. (1995) *Industrial Location: Principles, Practice, and Policy*, Routledge, London.
- Harrington, J. W.; Burns, K ve Cheung, M. (1986) "Market-oriented foreign investment and regional development: Canadian companies in western New York", *Economic Geography*, 62, 155-166.
- Hartshorne, T. A. ve Alexander, J. W. (1988) *Economic Geography*, Third Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Harvey, D. (1969) *Explanation in Geography*, Arnold, London.
- Hayter, R. (1978) "Locational decision-making in a source based manufacturing sector: case study from pulp and paper industry of British Columbia", *Professional Geographer*, 30, 240-249.
- Hayter, R. (1981) "Patterns of entry and the role of foreign-controlled investments in the forest produce sector of British Columbia", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 72, 99-113.
- Hayter, R. (1997) *The Dynamics of Industrial Location: The Factory, the Firm and the Production System*, John Wiley & Sons, Chichester.
- Hayter, R. ve Han, S. S. (1998) "Reflections on China's open policy towards foreign direct investment", *Regional Studies*, 32, 1-16.
- Hayter, R. ve Watts, H. D. (1983) "The geography of enterprise: a reappraisal", *Progress in Human Geography*, 7, 157-181.
- He, C. (2002) "Information costs, agglomeration economies and the location of foreign direct investment in China", *Regional Studies*, 36, 1029-1036.
- He, C. (2003a) "Location of foreign manufacturers in China: agglomeration economies and country of origin effects", *Papers Regional Science*, 82, 351-372.
- He, C. (2003b) "Entry mode and location of foreign manufacturing enterprises in China", *Eurasian Geography and Economics*, 44, 443-461.
- Head, C. K; Ries, J. C. ve Swenson, D. L. (1999) "Attracting foreign manufacturing: investment promotion and agglomeration", *Regional Science and Urban Economics*, 29, 197-218.

- Head, K. C.; Ries, J. C. ve Swenson, D. L. (1995) "Agglomeration benefits and location choice: evidence from Japanese manufacturing investments in the United States," *Journal of International Economics*, 38, 223-224.
- Head, K. ve Ries, J. (1996) "Inter-city competition for foreign investment: state and dynamic effects of China's incentive areas", *Journal of Urban Economics*, 40, 38-60.
- Healey, M. J ve Ilbery, B. W. (1990) *Location and Change: Perspectives on Economic Geography*, Oxford, New York.
- Herrin, A. N. ve Pernia, E. M. (1987) "Factors influencing the choice of location: local and foreign firms in the Philippines", *Regional Studies*, 21, 531-541.
- Hilber, C. A. L. ve Voicu, I. (2005) "Agglomeration Economies and the Location of Foreign Direct Investment: Empirical Evidence from Romania", *Presented Paper in 51st Annual North American Meetings of the Regional Science Association International*, 6 Ekim 2005, http://personal.lse.ac.uk/HILBER/hilber_wp/Hilber-Voicu-2005-03-01.pdf.
- Hill, S. ve Munday, M. (1992) "The UK distribution of foreign direct investment: analysis and determinants", *Regional Studies*, 26, 535-544.
- Hill, S. ve Munday, M. (1995) "Foreign manufacturing investment in France and the UK: a regional analysis of locational determinants", *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 86, 311-327.
- Hirst, P. ve Thompson, G. (1998) *Küreselleşme Sorgulanıyor*, Çev. Çağla Erdem ve Elif Yücel, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- HMYSGM, (2002), *Yabancı Sermaye Raporu 2001*, 30 Eylül 2003, http://www.hazine.gov.tr/duyuru/basin/ybs_rapor.pdf,
- HMYSGM, (2003a), *Yabancı Sermaye Raporu 2002*, 14 Mayıs 2004. http://www.hazine.gov.tr/duyuru/basin/rapor_turkce.pdf.
- HMYSGM, (2003b), *Yabancı Sermaye Raporu 2003 I. Yarı*, 28 Ocak 2005, http://www.hazine.gov.tr/ybsrapor2003_1yari.pdf.
- HMYSGM, (2004) *01.01.1954 - 18.07.2003 Tarihleri Arasında Kurulan Yabancı Sermayeli Firmaların Listesi*, 4 Nisan 2004, http://www.hazine.gov.tr/ybs_firmalarlistesi.xls.
- HMYSGM, (2005a), *Yabancı Sermaye Raporu 2004*, 20 Nisan 2005, <http://www.hazine.gov.tr/ybsrapor2004.pdf>.
- HMYSGM, (2005b), *Yabancı Sermayeli Firmalar Listesi*, 20 Nisan 2005, <http://www.hazine.gov.tr/yabancisermaye.htm>.
- Hoare, A. G. (1975) "Foreign firms and air transport: the geographical effect of Heathrow airport", *Regional Studies*, 9, 349-367.
- Hogenbirk, A. ve Narula, R. (2004) Location and agglomeration of FDI in The Netherlands: implications for policy, *MERIT-Infonomics Research Memorandum Series*, No: 2004-006, Maastricht Economic Research Institute on Innovation and Technology ve International Institute of Infonomics, Maastricht.
- Hoover, E. M. (1937) *Location Theory and the Shoe and Leather Industries*, Harvard University Press, Cambridge.
- Hoover, E. M. (1948) *The Location of Economic Activity*, McGraw Hill, New York.
- Hotelling, H. (1929) "Stability in competition", *Economic Journal*, 39, 41-57.
- Hymer, S. H. (1976) *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, MIT Press, Cambridge.
- Ildırar, M. (2004) *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri*, Nobel Yayınları, Ankara.
- Isserman, A. (2001) "Regional science", In Smelser, N. J. ve Baltes, P. B. (eds) *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, Elsevier, Amsterdam.
- Iwasaki, I. ve Suganuma, K. (2005) "Regional distribution of foreign direct investment in Russia", *Post-Communist Economies*, 17, 153-172.

- İnan, Ö. (1998), *Çokuluslu İşletmeler*, Anadolu Üniveristesi Yayınları, Eskişehir.
- Isard, W. (1956) *Location and Space Economy*, MIT Press, Cambridge.
- İSO, (2002) *Uluslararası Doğrudan Yatırımlar ve Türkiye*, İSO Yayınları İstanbul.
- İSO, (2004) "Türkiye'nin 500 büyük sanayi kuruluşu 2003", *İSO Sanayi Dergisi*, Ağustos Özel Sayısı.
- İTO, (1967) *Türkiye'de Yabancı Özel Sermaye Yatırımları*, İTO Yayınları, İstanbul.
- Johnston, R. J. (1986) *Philosophy and Human Geography*, Second Edition, Arnold, London.
- Johnston, R. J. (1997) *Geography and Geographers: Anglo-American Human Geography Since 1945*, Fifth Edition, Arnold, London.
- Kang, S. J. ve Lee, H. (2004) Location choice of multinational companies in China: Korean and Japanese Companies, *KIEP Working Paper*, No: 04-13, Korean Institute For International Economic Policy, Seoul.
- Karakoyunlu, E. (1981) "Türkiye'de yabancı sermaye yatırımları ve uygulaması", İçinde II. *Türkiye İktisat Kongresi Bildiriler Kitabı*, DPT Yay., Ankara.
- Karluk, S. R. (1983) *Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları*, İTO Yay., İstanbul.
- Karluk, S. R. (1986) "Çokuluslu işletmeler üzerine bir inceleme", İçinde Özalp, İ. (ed.) *Uluslararası İşletmecilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Karluk, S. R. (1999) *Türkiye Ekonomisi*, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Karluk, S. R. (2002) *Uluslararası Ekonomi*, 6. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Kaynak, E. ve Dalgıç, T. (1991) "Internationalization of Turkish construction companies: a lesson for third world multinationals?", *Columbia Journal of World Business*, 26, 60-75.
- Kellerman, A. (1989) "Agricultural location theory 1: basic models", *Environment and Planning A*, 21, 1381-1396.
- Kemper, N. J. ve De Smidt, M. (1980) "Foreign manufacturing establishments in the Netherlands", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 71, 21-40.
- Kindleberger, C. (1969) *American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment*, Yale University Press, New Haven.
- Kırım, A. S. (1986) "Transnational corporations and local capital: comparative conduct and performance in the Turkish pharmaceutical industry", *World Development*, 14, 503-521.
- Kittiprapas, S. ve McCann, P. (1999) "Industrial location behavior and regional restructuring within the fifth 'tiger' economy: evidence from the Thai electronics industry," *Applied Economics*, 31, 37-51.
- Kıymalıoğlu, Ü. (2004) "Yığılma ekonomileri", İçinde *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu Bildiriler Kitabı Cilt I*, DPT Yayınları, Ankara.
- Knickerbocker, F. (1973) *Oligopolistic Reaction and Multinational Enterprise*, Harvard University Press, Boston.
- Knox, P. ve Agnew, J. (1998) *The Geography of the World Economy: An Introduction to Economic Geography*, Third Edition, Arnold, London.
- Kojima, K. (1982) "Macroeconomic versus international business approach to foreign direct investment", *Hitosubashi Journal of Economics*, 23, 630-640.
- Krugman, P. (1991a) "Increasing returns and economic geography", *Journal of Political Economy*, 99, 483-99.
- Krugman, P. (1991b) *Geography and Trade*, MIT Press, Cambridge.
- Krugman, P. (1995) *Development, Geography, and Economic Theory*, MIT Press, Cambridge.
- Krumme, G. (1969) "Towards a geography of enterprise", *Economic Geography*, 45, 30-40.

- Küçüker, C. (1998) "Kentsel büyüme dinamikleri", İçinde Küçüker, C. (ed.) *Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Denizli Örneği*, Türkiye Ekonomi Kurumu Yayınları, Ankara.
- Kurmuş, O. (1974) *Emperyalizmin Türkiye'ye Girişi*, Bilim Yayınları, İstanbul.
- Kutal, G. ve Büyüksulu, A. R. (1996) *Çok Uluslu Şirketler ve İnsan Kaynağı Yönetimi*, Der Yayınları, İstanbul.
- Kütükoğlu, M. S. (1992) "Tanzimat devrinde yabancıların iktisadi faaliyetleri", İçinde Yıldız, H. D. (ed.) *150. Yılında Tanzimat*, TTK Yayınları, Ankara.
- Laulajainen, R. (1981) "Three tests on locational matching", *Geografiska Annaler B*, 63, 35-45.
- Laulajainen, R. (1982) "Temporal hierarchy in corporate space", *Geojournal*, 6, 399-408.
- Laulajainen, R. ve Stafford, H. (1995) *Corporate Geography: Business Location Principles and Cases*, Kluwer Academic, Dordrecht.
- Law, C. M. (1980) "The foreign company's location investment decision and its role in British regional development", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 71, 15-20.
- Lee, C.-S. ve Lee, C.-K. (2002) Korea's FDI into China: determinants of the provincial distribution, *KIEP Working Paper*, No: 02-16, Korean Institute For International Economic Policy, Seoul.
- Lee, R. (2000) "Core-periphery model", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.
- Lessard, D. R. (1993) "Multinational Diversification and foreign direct investment", In Dunning, J. H. (ed.) (1993) *The Theory of Transnational Corporations*, UNLTC Volume 1, Roudletge, London.
- Leung, C. K. (1990) "Locational characteristics of foreign equity joint venture investment in China, 1979-1985", *Professional Geographer*, 42, 403-421.
- Lever, W. F. (1985) "Theory and methodology in industrial geography", In Pacione, M. (ed.) *Progress in Industrial Geography*, Croom Helm, London.
- List, J. (2001) "US county-level determinants of inbound FDI: evidence from a two-step modified count data model", *International Journal of Industrial Organization*, 19, 953-973.
- Loewendahl, H. ve Ertugal-Loewendahl, E. (2001) "Turkey's performance in attracting foreign direct investment: implications of EU enlargement", *European Network of Economic Policy Research Institutes, Working Paper No:8*, 12 Ekim 2003, <http://www.enepri.org>.
- Lösch, A. (1954) *The Economics of Location*, Çeviren: by W. H. Woglom, Yale University Press, New Haven.
- Luger, M. ve Shetty, S. (1985) "Determinants of foreign plant start-ups in the United States: lessons from policymakers in the Southeast," *Vanderbilt Journal of Transnational Law*, 18, 223-245.
- Makabenta, M. P. (2002) "FDI location and special economic zones in the Philippines", *Review of Urban and Regional Development Studies*, 14, 59-77.
- Mariotti, S. ve Piscitello, L. (1995) "Information costs and location of FDIs within the host country: empirical evidence from Italy", *Journal of International Business Studies*, 26, 815-841.
- Markusen, A. (1985) *Profit cycles, Oligopolies, and Regional Development*, MIT Press, Cambridge.
- Massey, D. (1979) "A critical evaluation of industrial location theory", In Hamilton F. E. I ve Linge, G. J. R. (eds) *Spatial Analysis, Industry, and the Industrial Environment*, Wiley, Chichester.

- Massey, D. (1977) "Towards a critique of industrial location theory", In Peet, R. (ed.) *Radical Geography*, Methuen, London.
- Massey, D. ve Meegan, R. (1979) "The geography of industrial reorganization: the spatial effects of the restructuring of the electrical engineering sector under the industrial reorganization corporation", *Progress in Planning*, 10, 155-237.
- McCann, P. (2001) *Urban and Regional Economics*, Oxford, New York.
- McCann, P. (ed.) (2002) *Industrial Location Economics*, Edward Elgar, Cheltenham.
- McCann, P. ve Mudambi, R. (2004) "The location behavior of the multinational enterprise: some analytical issues", *Growth and Change*, 35, 491-524.
- McCann, P. ve Mudambi, R. (2005) "Analytical differences in the economics of geography: the case of the multinational firm", *Environment and Planning A*, 37, 1857-1876.
- McCann, P. ve Sheppard, (2003) "The rise, fall, and rise again of industrial location theory", *Regional Studies*, 37, 649-663.
- McConnel, J. (1980) "Foreign direct investment in United States", *Annals of the Association of American Geographers*, 70, 259-270.
- McDermott, P. (1977) "Overseas investment and the industrial geography of the United Kingdom" *Area*, 9, 200-207.
- McNee, R. B. (1958) "Functional geography of the firm, with an illustrative case study from the petroleum industry", *Economic Geography*. 34, 321-337.
- McNee, R. B. (1960) "Towards a more humanistic economic geography: the geography of enterprise", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 51, 201-205.
- McNee, R. B. (1986) "One perspective on the enterprise perspective", In Taylor, M. J. ve Thrift, N. (eds) *Multinationals and the Restructuring of the World Economy*, Croom Helm, London.
- Meyer, S. ve Qu, T. (1995) "Place-specific determinants of FDI: the geographical perspective", In Green, M. B. ve McNaughton, R. B. (eds) *The Location of Foreign Direct Investment: Geographic and Business Approaches*, Avebury Press, London.
- Moosa, I. A. (2002) *Foreign Direct Investment: Theory, Evidence and Practice*, Palgrave Macmillan, New York.
- Moses, L. N. (1958) "Location and the theory of production", *Quarterly Journal of Economics*, 78, 259-272.
- Mucchielli, J. (ed.) (1998) *Multinational Location Strategy*, JAI Press, Greenwich.
- Mucchielli, J. ve Mayer, T. (eds) (2004) *Multinational Firms' Location and the New Economic Geography*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Mudambi, R. (2002) "The location decision of the multinational enterprise", In McCann, P. (ed.) *Industrial Location Economics*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Murphy, A. (1992) "Western investment in East-Central Europe: emerging patterns and implications for state stability", *Professional Geographer*, 44, 249-259.
- Mutlu, E. C. (1999) *Uluslararası İşletmecilik*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Mutlu, S. (1975) *Dışsal Ekonomiler ve Endüstriyel Konum*, DPT Yayınları, Ankara.
- Nachum, L. (2000) "Economic geography and the location of TNCs: financial and professional service FDI into the USA", *Journal of International Business Studies*, 32, 367-385.
- Nishioka, H. ve Krumme, G. (1973) "Location conditions, factors and decisions: an evaluation of selected location surveys" *Land Economics*, 49, 195-205.
- O huallachain, B. (1996) "Foreign direct investment in American service sectors: source country contrasts and locational determinants", *Papers in Regional Science*, 75, 397-433.
- O huallachain, B. ve Reid, N. (1992) "Source country differences in the spatial distribution of foreign direct investment in the United States", *Professional Geographer*, 44, 272-285.

- O huallachain, B. ve Reid, N. (1996) "Sectoral differences in the determinants of the location of foreign direct investment in American manufacturing", *Papers in Regional Science*, 75, 201-235.
- O huallachain, B. ve Reid, N. (1997) "Acquisition versus greenfield investment: the location and growth of Japanese manufacturers in the United States", *Regional Studies*, 31, 403-416.
- O'hagan, S. ve Anderson, W. P. (2000) "Canadian foreign direct investment in the US: a discrete choice analysis approach", *Canadian Journal of Regional Science*, 23, 213-231.
- OECD, (1996) *Detailed Benchmark Definition of Foreign Direct Investment*, Third Edition, OECD Publication, Paris.
- OECD, (2002), *Foreign Direct Investment for Development: Maximizing Benefits, Minimizing Costs*, OECD Publications, Paris.
- Ohmae, K. (1985) *Triad Power: the Coming Shape of Global Competition*, Free Press, New York.
- Ok, S. T. (2004) "What drives foreign direct investment into emerging markets?: evidence from Turkey", *Emerging Markets, Finance and Trade*, 40, 101-114.
- Ongun, M. T. (2001) "Yabancı sermaye ve dış borçlar", Şahinöz, A. (ed.) *Türkiye Ekonomisi Sektörel Analiz*, İmaj Yay., Ankara.
- Ökçün, A. G. (1997a) *Türkiye İktisat Kongresi:1923-İzmir*, 4. Baskı, SPK Yay., Ankara.
- Ökçün, A. G. (1997b) *1920-1930 Yılları Arasında Kurulan Türk Anonim Şirketlerinde Yabancı Sermaye*, 2. Baskı, SPK Yay., Ankara.
- Ökçün, A. G. (1997c) *İktisat Tarihi Yazıları*, SPK Yay., Ankara.
- Öniş, Z. (1994) "Liberalization, transnational corporations and foreign direct investment in Turkey: the Experience of the 1980s", In Şenses, F. (ed.) *Recent Industrialization Experience of Turkey in a Global Context*, Greenwood Press, London.
- Özalp, İ. (1998) *Çokuluslu İşletmeler: Uluslararası Yaklaşım*, Anadolu Üniversitesi Yay., Eskişehir.
- Özdamar, K. (2004) *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi 1*, 5. Baskı, Kaan Kitabevi Yayınları, Eskişehir.
- Özdemir, D. (2002) "The distribution of foreign direct investments in the service sector in İstanbul", *Cities*, 19, 249-259.
- Pamuk, S. (1994) *Osmanlı Ekonomisinde Bağımlılık ve Büyüme (1820-1913)*, 2. Baskı, Tarih Vakfı Yurt Yay., İstanbul.
- Parasız, M. İ. (2000) *İktisadın ABC'si*, 4. Baskı, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Park, S. O ve Wheeler, J. O. (1983) "The filtering-down process in Georgia: the third stage of the product life cycle", *Professional Geographer*, 35, 18-31.
- Pavlinek, P. (1998) "Foreign direct investment in the Czech Republic", *Professional Geographer*, 50, 71-85.
- Peet, J. R. (1982) "International capital, international culture", In Taylor, M. J. ve Thrift, N. (eds) *The Geography of Multinationals*, Croom Helm, London.
- Pelegrin, A. (2004) "Regional distribution of foreign manufacturing investment in Spain. Do agglomeration economies matter?", *Presented Paper in 44th European Congress of the Regional Science Association*, Porto, 7 Ekim 2005, <http://www.ersa.org/ersaconfs/ersa04/PDF/682.pdf>
- Phelps, N. A. (1997) *Multinationals and European Integration: Trade, Investment and Regional Development*, J. Kingsley, London.
- Pred, A. (1967) *Behavior and Location: Foundations for a Geographic and Dynamic Location Theory: Part I*, University of Lund, Lund Studies in Geography B. No. 27.

- Pred, A. (1969) *Behavior and Location: Foundations for a Geographic and Dynamic Location Theory: Part II*, University of Lund, Lund Studies in Geography B. No. 28.
- Probis, L. D.; Driffield, N. ve Menghinello, S. (2005) "Local industrial systems and the location of FDI in Italy", *International Journal of the Economics of Business*, 12, 105-121.
- Rawstron, E. M. (1959) "There principles of industrial location", *Transactions of the Institute of British Geographers*, 25, 132-142.
- Ray, D. M. (1971) "The location of Unites States manufacturing subsidiaries in Canada", *Economic Geography*, 47, 389-400.
- Rees, J. (1972) "The Industrial corporation and location decision analysis", *Area*, 4, 199-205.
- Rees, J. (1978) "On the spatial spread and oligopolistic behavior of large rubber companies", *Geoforum*, 9, 319-330.
- Rees, J. (1979) "Technological change and regional shifts in American manufacturing", *Professional Geographer*, 31, 45-54.
- Riberio, J. C. ve Santos, J. F. (2001) "Foreign firms in the Portuguese manufacturing and retail sectors: similar or different location factors?", *Presented Paper in 41st European Regional Science Association Congress, Zagreb*, 21 Nisan 2003, <http://www.ersa.org/ersaconfs/ersa01/papers/full/101.pdf>.
- Rigby, D. L. (1999) "Methods in economic geography", In, *Challenges in Economic Geography*, 10 Aralık 2003, <http://www.geography.uconn.edu/aag-econglaswkps.pdf>.
- Roberto, B. (2004) "Acquisition versus greenfield investment: the location of foreign manufacturers in Italy", *Regional Science and Urban Economics*, 34, 3-25.
- Rogerson, P. A. (2001) *Statistical Methods for Geography*, Sage Publication, London.
- Rüstow, A. (1939) *İktisadi Coğrafya*, Cilt I, Çev. R. Ş. Suvla, İÜ İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Samuelson, P. A. (1952) "Spatial price equilibrium and linear programming", *American Economic Review*, 42, 283-303.
- Santos, J. F. (1998) "Location of foreign firms in Portugal: a network approach", *Presented Paper in 38th European Regional Science Association Congress, Vienna*, 5 Nisan 2003, <http://www.ersa.org/ersaconfs/ersa98/papers/68.pdf>.
- Sat (Büyüköçmen), N. A. (2005) *Local Embeddedness of Transnational Corporations: Turkish Case*, Unpublished PhD Dissertation, Middle East Technical University, Ankara.
- Schmenner, R. W. (1982) *Making Business Location Decision*, Prentice Hall, New Jersey.
- Scott, A. J. (2000) "Economic geography: the great half-century", *Cambridge Journal of Economics*, 24, 483-504.
- Selik, M. (1961) *Türkiye'de Yabancı Özel Sermaye (1923-1960)*, SBF Maliye Enstitüsü Yay., Ankara.
- Seyidoğlu, H. (1999a) *Uluslararası İktisat*, 13. Baskı, Güzem Yayınları, İstanbul.
- Seyidoğlu, H. (1999b) *Ekonomik Terimler: Ansiklopedik Sözlük*, 2. Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Seyidoğlu, H. (2001) *İngilizce-Türkçe Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri*, 2. Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Shatz, H. ve Venables, A. (2000) "The geography of international investment", In Clark, G.; Feldman, M. ve Gertler, M. (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press, Oxford.
- Shaver, J. M. (1998) "Do foreign-owned and U.S.-owned establishments exhibit the same location pattern in U.S. manufacturing industries?", *Journal of International Business Studies*, 29, 469-492.

- Shaw, G. ve Wheeler, D. (1994) *Statistical Techniques in Geographical Analysis*, Second Edition, David Fulton, London.
- Shen, J.; Wong, K.-Y.; Chu, K.-Y.; Feng, Z. (2000) "The spatial dynamics of foreign investment in the Pearl River Delta, south China", *Geographical Journal*, 166, 312-322.
- Sit, V. F. S. ve Yang, C. (1997) "Foreign-investment-induced exo-urbanisation in the Pear River Delta, China", *Urban Studies*, 34, 647-677.
- Slocum, T. A. (1990) "The use of quantitative methods in major geographical journals, 1956-1986", *Professional Geographer*, 42, 84-94.
- Smith, D. F. ve Florida, R. (1994) "Agglomeration and industrial location: an econometric analysis of Japanese-affiliated manufacturing establishment in automotive-related industries", *Journal of Urban Economics*, 36: 23-41.
- Smith, D. M. (1966) "A theoretical framework for geographical studies of industrial location", *Economic Geography*, 42, 95-113.
- Smith, D. M. (1981) *Industrial Location: An Economic Geographical Analysis*, Second Edition, John Wiley, New York.
- Smith, D. M. (1987) "Neoclassical location theory", In Lever, W. F. (ed.) *Industrial Change in the United Kingdom*, Longman, Essex.
- Smith, D. M. (2000a) "Variable cost analysis", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.
- Smith, D. M. (2000b) "Variable revenue analysis", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.
- Smith, D. M. (2000c) "Hotelling model", In Johnston, R. J.; Gregory, D.; Pratt, G. ve Watts, M. (eds) *The Dictionary of Human Geography*, Fourth Edition, Blackwell, Oxford.
- Stafford, H. (1974) "The anatomy of the location decision: content analysis of case studies", In Hamilton, F. E. I. (ed.) *Spatial Perspectives on Industrial Organization and Decision-Making*, John Wiley & Sons, London.
- Storper, M. (1981) "Toward a structural theory of industrial location, In Rees, J; Hewings, G. J. D. ve Stafford, H. A. (eds) *Industrial Location and Regional Systems*, Croom Helm, London.
- Storper, M. (1985) "Oligopoly and the product cycle: essentialism in economic geography", *Economic Geography*, 61, 260-282.
- Storper, M. ve Walker, R. (1983) "The theory of labor and the theory of location", *International Journal of Urban and Regional Research*, 7, 1-41.
- Stutz, F. P. ve De Souza, A. R. (1998) *The World Economy: Resources, Location, Trade and Development*, 3rd Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Sun, Q.; Tong, W. ve Yu, Q. (2002) "Determinants of foreign direct investment across China", *Journal of International Money and Finance*, 21, 79-113.
- Şahin, M. (1975) *Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları*, Ekonomik ve Sosyal Yay., Ankara.
- Şatıroğlu, K. D. (1984) *Çokuluslu Şirketler*, AÜ SBF Yayınları, Ankara.
- Taaffe, E. J. (1974) "The spatial view in context", *Annals of the Association of American Geographers*, 64, 1-16.
- Tao, Q. ve Green, M. B. (1997) *Chinese Foreign Direct Investment: A Sub-national Perspective on Location*, Ashgate, Aldershot.
- Tatoğlu, E. (2000) "Western joint ventures in Turkey: strategic motives and partner selection criteria", *European Business Review*, 12, 137-147.
- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (1996) "Trends and patterns of European foreign direct investment in Turkey", *European Business Review*, 96, 11-21.

- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (1997) "Foreign equity venture formation in Turkey: patterns of activity and structure", *Journal of Euromarketing*, 6, 35-67.
- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (1998a) "An analysis of motives for western FDI in Turkey", *International Business Review*, 7, 203-230.
- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (1998b) "Western MNCs' FDI in Turkey: an analyses of location specific factors", *Management International Review*, 38, 133-159.
- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (1998c) "Performance of international joint ventures in Turkey: perspectives of western firms and Turkish firms", *International Business Review*, 7, 635-656.
- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (1998d) "Determinants of foreign direct investment in Turkey", *Thunderbird International Business Review*, 40, 635-656.
- Tatoğlu, E. ve Glaister, K. W. (2000) *Dimension of Western Foreign Direct Investment in Turkey*, Westport, Quorum.
- Taylor J. (1993) "An analysis of the factors determining the geographical distribution of Japanese manufacturing investment in the UK, 1984 - 1991", *Urban Studies*, 30, 1209-1224.
- Taylor, J. (1993) "An analysis of the factors determining the geographical distribution of Japanese manufacturing investment in the UK, 1984 - 1991", *Urban Studies*, 30, 1209-1224.
- Taylor, M. J. (1986) "The product cycle model: a critique", *Environment and Planning A*, 18, 751-761.
- Taylor, M. J. ve Thrift, N. (1981a) "British capital overseas: direct investment and corporate development in Australia", *Regional Studies*, 15, 183-212.
- Taylor, M. J. ve Thrift, N. (1981b) "Some geographical implications of foreign investment in the semi-periphery: the case of Australia", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 72, 194-213.
- Taylor, M. J. ve Thrift, N. (eds) (1982) *The Geography of Multinationals*, Croom Helm, London.
- Taylor, M. J. ve Thrift, N. (eds) (1986) *Multinationals and the Restructuring of the World Economy: The Geography of Multinationals*, Volume 2, Croom Helm, London.
- TCMB, (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası) (2001) *Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye*, TCMB Yayınları, Ankara.
- TDK, (1998) *Türkçe Sözlük 1*, 9. Baskı, TDK Yayınları, Ankara.
- Tezel, Y. S. (1994) *Cumhuriyet Dönemi İktisat Tarihi (1923-1950)*, 3. Baskı, Tarih Vakfı Yurt Yay., İstanbul.
- Tokatlı, N. ve Erkip, F. (1998) "Foreign investment in producer services", *Third World Planning Review*, 20, 87-107.
- Townroe, P. M. (1969) "Locational choice and the individual firm", *Regional Studies*, 3, 15-32.
- Townroe, P. M. (1972) "Some behavioral consideration in the industrial location decision", *Regional Studies*, 6, 261-272.
- Townroe, P. M. (1976) *Planning Industrial Location*, Leonard Hill, London.
- Tuncer, B. (1968) *Türkiye'de Yabancı Sermaye Sorunu*, AÜ SBF Yayınları, Ankara.
- Turnock, D. (2001) "Location trends for foreign direct investment in East Central Europe", *Environment and Planning C: Government and Policy*, 19, 849-880.
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (1995) *Ekonomik Coğrafya*, Çantay Yay., İstanbul.
- Tümertekin, E. ve Özgüç, N. (1997) *Ekonomik Coğrafya: Küreselleşme ve Kalkınma*, Çantay Yay., İstanbul.
- Ulgado, F. M. (1997) "Location decision-making characteristics of foreign direct investment in the United States", *International Business Review*, 6, 271-293.

- UNCTAD, (1993a) *World Investment Report 1993: Transnational Corporations and Integrated International Production*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (1993b) *World Investment Report 1993: Transnational Corporations and Integrated International Production: An Executive Summary*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (1994) *World Investment Report 1994: Transnational Corporations, Employment and the Workplace*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (1995) *World Investment Report 1995: Transnational Corporations and Competitiveness*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (1997) *World Investment Report 1997: Transnational Corporations, Market Structure and Competitive Policy*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (1998) *World Investment Report 1998: Trends and Determinants*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (1999) *World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and the Challenge of Development*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (2001) *World Investment Report 2001: Promoting Linkages*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (2002a) *World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness*, New York and Geneva.
- UNCTAD, (2002b) "Are Transnationals Bigger Than Countries?", *Press Release*, 12 Ağustos 2003, <http://www.unctad.org>.
- UNCTAD, (2004) *World Investment Report 2004: The Shift Towards Services*, United Nations Publications, New York.
- UNCTAD, (2005) *World Investment Report 2005: Transnational Corporations and the Internationalization of R&D*, United Nations Publications, New York.
- UNCTC, (1991) *World Investment Report 1991: The Triad in Foreign Direct Investment*, United Nation Publication, New York.
- Uras, G. (1979) *Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları*, İktisadi Yay., İstanbul.
- Uras, G. (1981) "Türkiye'de yabancı sermaye yatırımları", *İçinde II. Türkiye İktisat Kongresi Bildiriler Kitabı*, DPT Yay., Ankara.
- Vernon, R. (1966) "International investment and international trade in the product cycle", *Quarterly Journal of Economics*, 80, 190-207.
- Vernon, R. (1974) "The location of economic activity", In Dunning, J. H. (ed.) *Economic Analysis and the Multinational Enterprise*, Allen and Unwin, London.
- Vernon, R. (1979) "The product cycle hypothesis in a new international environment" *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41, 255-267.
- Von Thünen, J. H. (1966) *Von Thünen's Isolated States*, Çeviren: C. M. Wartenberg ve (ed.) P. Hall, Pergamon Press, New York.
- Walker, D. F. (1975) "A behavioral approach to industrial location", In Collons, L. ve Walker, D. F. (eds) *Location Dynamics of Manufacturing Activity*, John Wiley, London.
- Walker, R. ve Storper, M. (1981) "Capital and industrial location", *Progress in Human Geography*, 5, 473-509.
- Wardrep, B. N. (1985) "Factors which play major roles in location decisions", *Industrial Development*, 154, 8-13.
- Warf, B. (1988) "Japanese investments in the New York metropolitan region", *Geographical Review*, 78, 257-271.
- Watts, H. D. (1979) "Large firms, multinationals, and regional development: some new evidence from the United Kingdom", *Environment and Planning A*, 11, 71-81.
- Watts, H. D. (1980a) *The Large Industrial Enterprise: Some Spatial Perspectives*, Croom Helm, London.

- Watts, H. D. (1980b) "The location of European direct investment in the United Kingdom", *Tijdschrift voor Economische en Social Geografie*, 71, 3-14.
- Watts, H. D. (1987) *Industrial Geography*, Longman, Essex.
- Webber, M. J. (1972) *The Impact of Uncertainty on Location*, MIT Press, Cambridge.
- Weber, A. (1929) *Alfred Weber's Theory of the Location of Industries*, Çeviren: C. J. Friedrich, University of Chicago Press, Chicago.
- Wei, Y.; Liu, X.; Parker, D.; Vaidya, K. (1999) "The regional distribution of foreign direct investment in China", *Regional Studies*, 33, 857-867.
- Wheeler, J. O.; Muller, P. O; Thrall, G. I. ve Fik, T. J. (1998) *Economic Geography*, John Wiley & Sons, New York.
- Wood, P. A. (1987) "Behavioral approaches to industrial location studies, In Lever, W. F. (ed.) *Industrial Change in the United Kingdom*, Longman, Essex.
- Woodward, D. P. (1992) "Locational determinants of Japanese manufacturing start-ups in the United States", *Southern Economic Journal*, 58, 690-708.
- Wu, F. (1999) "Intra-metropolitan FDI firm in Guangzhou, China: a Poisson and negative binomial analysis", *Annals of Regional Science*, 33, 535-555.
- Wu, F. (2000) "Modelling intra-metropolitan location of foreign investment firms in a Chinese City", *Urban Studies*, 37, 2441-2464.
- Wu, J. ve Radbone, I. (2005) "Global integration and the intra-urban determinants of foreign direct investment in Shanghai", *Cities*, 22, 275-286.
- Wu, X. ve Strange, R. "The location of foreign insurance companies in China", *International Business Review*, 2000, 9, 383-398.
- YASED, (1988) *Dünyada ve Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Beklentiler*, YASED Yayınları, İstanbul.
- YASED, (1989) *Türkiye'nin Avrupa Topluluğu ile Bütünleşmesinde Yabancı Sermaye Yatırımlarının Rolü*, YASED Yayınları, İstanbul.
- YASED, (1990) *Üretim Teknolojisinin Yenilenmesinde Dış yatırımların Rolü*, YASED Yayınları, İstanbul.
- Yavan, N. (2005) "Bilim felsefesi bakımından coğrafyada pozitivist yaklaşım", İçinde Avcı, S. ve Turoğlu, H. (eds) *Ulusal Coğrafya Kongresi 2005 Bildiriler Kitabı*, İstanbul.
- Yavan, N. (2006) "Türkiye'de yatırım iklimi ve doğrudan yabancı yatırımlar", İçinde *Doğrudan Yabancı Yatırımlarda Devlet-Özel Sektör İlişkisi ve Sivil Toplum Örgütlerinin Rolü: İnceleme Yarışması VI*, YASED Yayınları, İstanbul.
- Yavan, N. ve Kara, H. (2003) "Türkiye'de doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve bölgesel dağılışı", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 1, 19-42.
- Yeung, W. C. H. (1998) *Transnational Corporations and Business Networks: Hong Kong Firms in the ASEAN Region*, Routledge, London.
- Yeung, W. C. H. (2002) *Entrepreneurship and the Internationalization of Asian Firms: An Institutional Perspective*, Edward Elgar, Cheltenham.
- Yıldırım, N. (1979) *Uluslararası Şirketler*, Cem Yayınları, İstanbul.
- Yılmaz, B. ve Ahsen, B. (2005) "Development and determinants of foreign direct investment in Turkey: a comparison with Ireland and Spain", *Paper Presented at Second International Conference*, Bremen, Germany, 7 Kasım 2005, <http://www.iaw.uni-bremen.de/~jtholen/tagungen/papers/Yilmaz.pdf>.
- Yüksel, Ö. (1999) *Uluslararası İşletme Yönetimi ve Türkiye Uygulamaları*, Gazi Büro Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Zhou, C.; Delios, A. ve Yang, J. Y. (2002) "Locational determinants of Japanese foreign direct investment in China", *Asia Pacific Journal of Management*, 19, 63-86.

ÖZET

Bu araştırma, Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımların lokasyon seçimini incelemektedir. Araştırmanın ana amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren yabancı sermayeli firmaların ülke içindeki lokasyon seçimini belirleyen faktörleri açıklamaktır. Bu ana amaçla ilişkili olarak bu çalışma aynı zamanda, Türkiye’deki yabancı firmaların sektörlere göre lokasyon seçiminin farklılık gösterip göstermediğini de ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırma, bu ana amaca dayalı olarak formüle edilen iki temel hipotezi test ederek ampirik bir analiz sağlamaktadır.

Bu araştırma, hem dış ticaret ve lokasyon teorisi, hem de doğrudan yabancı yatırım teorisine dayanmakla birlikte, esas olarak Dunning’in eklektik paradigmasını benimsemektedir. Her bir lokasyon faktörü coğrafya, iktisat ve işletme literatürünün ortaya koyduğu ampirik araştırmalara dayalı olarak seçilmiştir. Bu lokasyon faktörlerinin önemini ortaya koymak için En Küçük Kareler yöntemli çoklu regresyon analizi kullanılmıştır.

Çoklu regresyon analizinin sonuçları göstermiştir ki, Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimi yığılma ekonomileri, piyasa potansiyeli, piyasanın büyüme eğilimi, alım gücü, emek arzı, emek maliyeti, emek niteliği, hükümet teşvikleri, serbest bölgeler, yaşam kalitesi, mesafe ve erişilebilirlik/ulaşım şeklinde tanımlanan faktörler tarafından belirlenmektedir. Yabancı firmaların lokasyon seçimini etkileyen en önemli faktör, yığılma ekonomileridir. Ayrıca, İstatistiksel bulgular, lokasyon seçimini belirleyen faktörlerin firmanın faaliyet gösterdiği sektöre göre büyük ölçüde değişiklik gösterdiğini ortaya koymuştur. Buna göre, sanayi firmalarının yer seçimini belirleyen faktörler hizmet firmalarınınkinden farklıdır. Analiz sonuçları, emek verimliliği, sendikalaşma düzeyi, karayolu ağı, elektrik altyapısı ve arazi büyüklüğü gibi değişkenlerin Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçiminde istatistiksel bakımdan önemli olmadığını ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, Türkiye’de yabancı firmaların lokasyon seçimi en başta yığılma ekonomileri olmak üzere, piyasa, emek, kamu teşvikleri, erişilebilirlik, altyapı ve coğrafi konum gibi faktörler tarafından belirlenmektedir. Bu ampirik kanıtlar ileri sürülen hipotezleri desteklemektedir. Bu araştırma, gelişmekte olan bir ekonomide yabancı firmaların lokasyon seçerken nasıl davrandığını anlamamızı derinleştirmek yoluyla literatüre katkı sağlamaktadır. Bu araştırmanın sonuçları, Türkiye’deki her bir ilin veya kentin kendi yerel/bölgesel yatırım politikasını oluşturmaya ihtiyacı olduğunu ve böylece daha fazla doğrudan yabancı sermaye çekebileceğini önermektedir.

ABSTRACT

Locational Determinants of Foreign Direct Investment in Turkey: An Empirical Analysis

This research examines locational considerations of foreign investors in Turkey using foreign direct investment (FDI) data at provincial level from 1990 to 2003. The main purpose of this dissertation is to investigate factors that determine the locational choice of foreign firms within Turkey. Additionally, this study is designed to understand sectoral variations in the location preferences of foreign investors in Turkey. By doing so, it provides an empirical analysis of location-related determinants of FDI in Turkey. The study tests two hypotheses. The first suggests that the location choice of foreign firms operating in each province of Turkey is determined by the location-specific advantages. The second suggests that the importance of location-specific advantages varies according to the broad activities of foreign firms.

The present research adopts Dunning's eclectic approach as a general framework for investigating the location specific advantages of foreign firms operating in Turkey. Based on past theoretical and empirical studies, locational variables are selected from geography, economics and international business literatures on location theory, foreign trade and FDI. A number of models are constructed to test the two hypothesis. Ordinary least squares regression is used to analyse the importance of individual location factors.

Multiple regression results show that the significant variables influencing the locational choice of foreign firms in Turkey include agglomeration economies, market potential, market growth, market strength, labor availability, labor cost, labor quality, government incentive, free zones, quality of life, distance and accessibility. Among these, the most influential factor explaining the location choice is agglomeration economies. This suggests that agglomeration economies, especially previous foreign investment and the presence of domestic firms in a province, have an enormous effect on location choice. Statistical findings also confirm that the location factors considered vary significantly among foreign investors from different sectors. Hence, locational determinants of service FDI are different from those of manufacturing FDI. The results also indicate that labor productivity, unionization, road density, electricity infrastructure, and land area are not important determinants of FDI location in Turkey.

As a result, the empirical evidence supports the hypothesis that location decisions of foreign investors are determined by agglomeration economies, market, labor, government policy, infrastructure, and geography as a distance/proximity. From a policy point of view, the results suggest that each province in Turkey needs to create its own local/regional FDI policy in order to attract more investment.