

# 2

## “ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ”NE KAVRAMSAL BİR YAKLAŞIM

---

### 1 Giriş

Uluslararası düzeydeki mal *ticareti*, özellikle son otuz yıldır mal *üretimi-ne* kıyasla çok daha hızlı artmıştır. Larrain ile Sachs’a (1993: 628-629) göre, uluslararası mal ticaretinin Dolar cinsinden değeri 1964-1985 döneminde, yılda ortalama % 12.4 büyürken, dünya çıktısının Dolar cinsinden değeri yılda ortalama % 10.4 kadar büyümüştür. Bir başka deyişle, belirtilen dönemde dünya ticaret hacmi 11.6 kat artarken, dünya üretimi sadece 8 kat artmıştır. Dünya Ticaret Örgütü’nün (WTO) *1996 Yıllık Raporu*’ndaki tahminlere göre, mal ticareti değeri 1985’den 1995’e % 157.1, mal üretiminin değeri ise % 24.4 artmıştır. Aynı dönemde Dünya ticari hizmet dışsattımının değer artışı % 206.6 düzeyinde gerçekleşmiştir. Söz konusu rapora göre, Dünya mal üretimindeki % 24.4’lük artışın yanısıra, reel Dünya GSYİH’sı aynı dönemde toplam % 24.7 arttığına göre, Dünya hizmet üretiminin değerinin de yaklaşık % 25 oranında arttığını varsayabiliriz. Yani, Dünya ticari hizmet ticaretinin değeri de, tıpkı mal ticaretinde olduğu gibi, üretimdeki artışın çok çok üstünde yükselmiştir.

Mal ve hizmet üretimi ve ticaretindeki bu gelişmelerin ve liberalizasyon politikalarının yanısıra, uluslararası sermaye akımlarını da serbestleştirme çabaları, iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler ve dünya ekonomisindeki küreselleşme (globalization) eğilimi; dışarıya açılmakta olan gelişen ekonomilerin firma ve sektörlerinin, iç ve dış piyasalardaki rakipleriyle *ürün fiyatı ve kalitesi* açısından eskiden olduğundan çok daha yoğun bir rekabete girişmelerine yol açmıştır, açmaktadır.

Türkiye ekonomisi de, dünya ekonomisindeki gelişmelere benzer biçimde, 24 Ocak 1980 istikrar önlemlerinden bu yana aşamalı olarak uygulamaya koyulan mal ticaretini liberalleştirici, özellikle Ağustos

1989'daki finansal düzenlemelerden bu yana da sermaye hareketlerini liberalleştirici politikaların etkisiyle, yerli firma ve sektörler açısından daha rekabetçi bir ortam haline gelmeye başlamıştır. Öte yanda, Türkiye'nin 1950'lerin ikinci yarısından bu yana süren ve 1987'deki tam üyelik başvurusundan sonra iyice alevlenen Avrupa Birliği'ne (AB) katılma isteği ve buna yönelik gümrük tarifesi indirimlerinin de etkisiyle, başka bir kavram zamanla, enflasyon, işsizlik ve döviz kuru gibi nispeten "herkesçe iyi bilinip sık kullanılan" kavramların arasına girmiştir: *Uluslararası rekabet gücü* (URG).

Özellikle, 1 Ocak 1996'da AB ile kurulan gümrük birliğinin hemen öncesinde ve sonrasında bile, iyice popülerleşen bu kavram, hem Türkçe hem de uluslararası iktisat literatüründeki sayısız *ölçüm* deneme ve çabalarına karşın, hâlâ nadiren *tanımlanmaktadır*. Bu nedenle, zaten yeterince berrak ve üzerinde genelde uzlaşılan bir tanıma bulunmayan URG, artık iktisatçılarca bile, bazı benzer ama gerçekte çok farklı birtakım olgulara işaret eden iktisat kavramlarıyla kolayca karıştırılır hale gelmiştir. Dahası, genellikle tanımlanmaksızın ölçülmeye çalışılan URG'nin kendisi ile, *unsurları, göstergeleri, belirleyicileri, ölçü(t)leri ve sonuçları* da içinden zor çıkılacak bir biçimde birbirine karış(tırıl)maktadır. Bu kavram kargaşasının başka bir nedeni de, URG kavramının tek bir kuramsal temelini bulunmayışı; başka bir deyişle, *dış ticaret kuramının* yanısıra *sanayi iktisadı* ve *işletme iktisadı* veya *endüstriyel organizasyon* gibi hem iktisatçı hem de işletmecilerin çalışma konularını yakından ilgilendiren bir kavram oluşudur.<sup>1</sup>

Bu çalışmada; bunu izleyen bölümden itibaren, URG'nin hangi düzeylerde incelenebileceği, ne anlama geldiği, türleri, göstergelerinin neler olduğu, nelerden etkilendiği ve benzer bazı kavramlardan farklılıkları üzerinde durulacaktır.

---

<sup>1</sup> Buraya dek sözü edilen karışıklıkların gerekçelerinden, kısmen de olsa Orłowski (1982: 3), Vollmer (1986: 200-201, 204, 211), Feser (1986: 12-16), van Suntum (1986: 495), Fels (1988: 136-137), Nicolaidis (1988: 171-176), Francis (1989: 5-17), Alavi (1990), Appel (1990), Porter (1991: 12, 23) ve Balzer (1991: 3)'de söz edilmektedir.

## 2 Uluslararası Rekabetin Düzeyleri veya Tarafları

URG genellikle *firma*, *sektör* veya *ülke* düzeyinde ele alınmaktadır. Özellikle 1970'lerin ikinci yarısından bu yana tartışma, ABD ve Federal Almanya Cumhuriyeti gibi sanayileşmiş ülkelerde, çeşitli mal ve hizmetlerin üretim maliyetlerini ve dolayısıyla fiyatlarını hızla yükselten petrol fiyatı şoklarına ve 1980 başlarında üretim faktörlerinin verimliliklerindeki büyük düşümlere paralel olarak iyice yaygınlaşmış ve "makroekonomik" düzeyde sürdürülmüştür.<sup>1</sup>

Oysa gerçekte, mal piyasalarında birbirleriyle rekabet edenler, tek tek ülke veya uluslar değil *firmalardır*. Bu nedenle de, kimi iktisatçılara göre, haklı olarak, URG'nin ülke düzeyinde araştırılması nerdeyse tamamen anlamsızdır. Gerçi ülkeler ve hükümetler açısından o ülkenin firma ve sektörlerinin URG'si; üretimde uzmanlaşma, istihdam ve dış ticaret dengesinin sağlanması gibi açılardan çok önemlidir. Ancak, URG sorunu yalnızca firmalar ve sektörler açısından *yaşamsal* bir sorundur, ülkeler açısından değil.

Ülkelerin birbirleriyle rekabet halinde oldukları konu *fiyat* veya *kalite* değildir. Ama yine de, hükümetler birbirleriyle mal, hizmet ve sermaye ticareti bakımından giderek daha fazla bütünselleşen bir dünya ekonomisi içinde, artık ülkelerini yabancı yatırımcılar (çokuluslu şirketler) için daha çekici hale getirmeye çalışarak rekabet etmektedir, etmelidirler. Bu tür bir rekabette hükümetlerin iktisat politikaları; *ucuz işçilik* gibi *geçici* rekabet avantajı sağlayan etkenlerin değil de, örneğin sağlam ve yaygın bir iletişim ve ulaşım ağı (altyapısı) oluşturmak düşüncesi üzerine oturtulmalıdır [Karş. Porter (1991)]. Kısacası, ülkeler ve hükümetler açısından söz konusu olabilecek olan, yalnızca bir tür *kuruluş yeri rekabetidir*.<sup>2</sup> Bu noktaya ileride yeniden döneceğim.

---

<sup>1</sup> Karş. Orłowski (1982: 1-5), Zweifel (1985) ve Preuße (1988: 1).

<sup>2</sup> Ülke düzeyinde URG'yi inceleyen çalışmalara örnek olarak, *World Economic Forum* ve *Institute of Management Development* gibi bazı kuruluşların hazırladıkları yıllık rekabet raporlarına bakılabilir.

### 3 URG'nin Tanımı, Unsurları ve Türleri

Balassa (1962), Hirsch (1967), Orłowski (1982), Francis (1989) ve Krugman (1991) gibi az sayıdaki iktisatçının tanımlamayı denedikleri URG için, firma düzeyinde şöyle bir tanım yapılabileceği görüşündeyim:

*Yerli bir firmanın bir dışsatum piyasasında veya yurtiçi piyasada uluslararası rekabet gücüne sahip olması demek, rakip yerli ve yabancı firmalara kıyasla (1) ürün fiyatı ve / veya (2) ürün kalitesi, teslimde dakiklik ve satış sonrası servis gibi fiyat-dışı unsurlar açısından şu anda ve gelecekte aynı durumda veya onlardan daha üstün olmasıdır. Yerli sektörün, yerli firmanınkinden farklı olarak, iç veya dış piyasada yerli bir rakibi olamayacağından, bu tanım, küçük bir sadeleştirme ile bir sektör için de geçerli olacaktır.*

Tanımın kısa oluşuna karşın yoğun olduğu açıktır. Örneğin yerli firma veya sektörün dış veya iç piyasadaki rekabet gücünden söz ediliyor olması, URG'nin değişik türleri olduğunu ima etmektedir. İlk ayırım, *yurtdışındaki ve yurtiçindeki uluslararası rekabet gücü* biçimindedir.

Tanım; rekabet edilen piyasalar itibariyle yapılan bu ayırımın yanısıra, URG'nin, unsurlarına göre de sınıflandırılabilceğini göstermektedir: *Fiyat ya da maliyet rekabeti* ve *fiyat-dışı rekabet*. Özellikle *kalite*<sup>1</sup> ile ilişkilendirilen fiyat-dışı rekabet kavramı, URG'yi son zamanlarda (özellikle işletmeciler ve endüstri mühendisleri arasında) bir hayli "moda" olan *esnek üretim sistemleri* yaklaşımı ile ilişkilendirebilmemizi de kolaylaştırmaktadır. Geleneksel üretim teknolojilerinde maliyet ve kalite arasında varolan *aynı yönlü* ilişki, firmalarca modern üretim sistemlerinin uygulamaya koyulmasıyla, artık kopmaktadır. Başka bir deyişle, esnek teknolojiler, bir yanda üretim maliyetlerinin düşürülmesine (*süreç yeniliği*) izin verirken, diğer yanda da kalitenin arttırılabilmesini (*ürün yeniliği*) olanaklı kılmaktadır.<sup>2</sup> Oysa geleneksel (yani esnek

---

1 Ürün kalitesi (product quality) kavramının farklı boyut ve tanımlarının daha ayrıntılı bir değerlendirmesi bu kitabın gelecek bölümünde yapılacaktır.

2 Bu konuya, kitabın gelecek iki bölümünde daha yakından bakılacaktır.

olmayan) üretim teknolojileri, üretim maliyetlerini düşürme çabaları ile ürün kalitesini artırma girişimleri arasındaki trade-off'u kırmayı başaramıyordu. Dahası, esnek üretim sistemleri *ölçek ekonomilerini* değil *kapsam* veya *çeşit ekonomilerini* (economies of scope) ön plana çıkarttığı için, günümüzde pek çok firmanın neden ürün farklılaştırmasına gittiğini, gidebildiğini ve rakip firmalarla kalite rekabetine girdiğini anlamamızı da kolaylaştırmaktadır.

Tanımın bir diğer özelliği de, URG açısından, statik ya da belli bir zaman noktasındaki bir rekabet avantajının değil, *dinamik* yani bir süreklilik gösteren maliyet ve / veya kalite üstünlüğünün önemli olduğunu vurguluyor olmasıdır.

#### 4 URG'nin Göstergeleri

Firma veya sektör düzeyinde; *fiyatla ilgili* ve rakamsal olarak ölçümü zor hatta olanaksız olmakla birlikte *fiyat-dışı* rekabet unsurlarının herbirine dayalı olarak pek çok *URG göstergesi* önerilebilir ve önerilmektedir de. Örneğin fiyatta rekabet gücünü ölçebilmek için, yerli ve yabancı sektörlerle ait uygun fiyat endekslerinin ve döviz kurlarının kullanımıyla bir tür görelî fiyat endeksi oluşturulabilir. Böylece, diyelim ki, beş ya da on yıllık bir dönem için hesaplanacak bu görelî fiyat göstergesi; o yerli firma ya da sektörün URG'sinin, önceden açık bir biçimde tanımlanmış bir piyasadaki, yine açık seçik tanımlanmış rakipleri karşısında ve belirtilen dönem içinde ne yönde geliştiğini gösterecektir.

Eğer belli bir sektörün fiyat açısından uluslararası rekabet gücü ölçülecekse, rakip yerli ve yabancı sektörlerin belirli bir piyasa için ilgili fiyat endeksi rakamları birbirleriyle kıyaslanacak demektir. Örneğin bir yerli sektör,  $n$  gibi bir ülkenin ilgili sektörüyle  $m$  gibi üçüncü bir ülkenin piyasasında rekabet ediyorsa, aralarındaki görelî fiyat ilişkisi için şu denklem geçerlidir:<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Eğer rekabet,  $m$  gibi üçüncü bir ülkenin piyasasında değil de,  $n$  ülkesinin piyasasında gerçekleşiyorsa,  $n = m$  ve  $e^m, n = 1$  eşitlikleri geçerli olacağından,  $P^n_m$  rakip ülkenin ilgili sektörünün yurtiçi fiyat düzeyini gösterecektir.

$$PC_m^{i,n} = \frac{e^{m,i} \cdot P_m^i}{e^{m,n} \cdot P_m^n}$$

- $PC_m^{i,n}$  :  $m$  piyasasındaki  $i$  ve  $n$  sektörlerinin uluslararası fiyat rekabeti için gösterge.
- $P_m^i$  : yerli sektörün,  $m$  piyasasındaki satış fiyatı (yerli para birimi cinsinden).
- $P_m^n$  :  $n$  yabancı sektörünün  $m$  piyasasındaki satış fiyatı (kendi para birimi cinsinden).
- $e^{m,i}$  : yerli paranın  $m$ 'nin para birim cinsinden fiyatı.
- $e^{m,n}$  :  $n$  yabancı ülkesi parasının  $m$ 'nin para birimi cinsinden fiyatı.
- $i$  : yurtiçi.
- $n$  :  $n$  yabancı ülkesi.
- $m$  :  $m$  yabancı ülkesi (dışsatım piyasası).

Yerli sektörün *yurtdışındaki* fiyat rekabeti gücünün bu göstergesinde yer alan  $e^{m,i}$  ve  $e^{m,n}$  döviz kurları spot kurlardır. Rekabetin gerçekleştiği  $m$  gibi bir yabancı piyasa için iki sektörün fiyat göstergeleri olarak, ilgili dışsatım fiyat endeksleri kullanılabilir.

Öte yanda, eğer yerli sektörün *yurtiçindeki* fiyat rekabeti gücünün bir göstergesi oluşturulacaksa, yerli ve yabancı sektörlerin  $i$  piyasası için fiyat indekslerine gereksinim duyulacaktır:

$$PC_i^{i,n} = \frac{P_i^i}{e^{i,n} \cdot P_i^n}$$

- $PC_i^{i,n}$  :  $i$  piyasasındaki  $i$  ve  $n$  sektörlerinin uluslararası fiyat rekabeti için gösterge.
- $P_i^i$  : yerli sektörün yurtiçindeki fiyatı (yerli para birimi cinsinden).
- $P_i^n$  :  $n$  yabancı sektörünün  $i$  piyasasındaki satış fiyatı (kendi para birimi cinsinden).
- $e^{i,n}$  :  $n$  yabancı ülkesi parasının  $i$ 'nin para birimi cinsinden fiyatı.
- $i$  : yurtiçi (dışalım piyasası).
- $n$  :  $n$  yabancı ülkesi.

Yukarıda düşünölen iki PC endeksi de, belli bir zaman noktası için “bir”-den küçük çıktıkları ölçüde yerli sektörün (dış veya iç piyasadaki) rekabet gücünün fiyat açısından yüksek olduğunu gösterecektir. Ancak, bu tür uluslararası fiyat karşılaştırmaları için, rakip iki sektörle ilgili oldukça geniş ve ayrıntılı bir veri tabanına gereksinim duyulacaktır.<sup>1</sup> Ayrıca, böylesine karşılaştırmalar, rekabet gücünün fiyat-dışı boyutunun dolaysız ölçümünü gözardı ettikleri gibi, *ex post* niteliktedirler. Üstelik, uygulamada kullanılacak yerli ve yabancı fiyat endeksleri, kolayca ayıklanmaya elvermeyecek bir biçimde, az ya da çok, hükümetlerin dış ticaret politikası müdahalelerinin etkilerini içerir.

Eğer döviz kurlarının rolünü göz ardı edecek biçimde bütün fiyatların aynı para birimi cinsinden ifade edildiklerini kabul edecek veya kolaylık olsun diye  $e^{i,n} = 1$  olduğunu varsayacak olursak ve her iki sektörde de fiyatlar, birim maliyetler ile kâr marjının toplamına eşitse (markup pricing), yurtiçindeki fiyat rekabeti ile ilgili PC oranı şu biçimde yazılabilir:

$$PC_i^{i,n} = \frac{P_i^i}{P_i^n} = \frac{(w^i \cdot a_L^i + r^i \cdot a_K^i) \cdot (1 + \pi^i)}{(w^n \cdot a_L^n + r^n \cdot a_K^n) \cdot (1 + \pi^n)}$$

- $PC_i^{i,n}$  :  $i$  piyahasındaki  $i$  ve  $n$  sektörlerinin fiyat açısından URG göstergesi.
- $i$  : yurtiçi (dışalım piyahası).
- $n$  :  $n$  yabancı ülkesi.
- $K$  : kullanılan toplam fizikî sermaye miktarı.
- $L$  : kullanılan toplam işgücü miktarı.
- $r$  : fizikî sermayenin bedeli (faiz haddi).
- $w$  : işgücünün fiyatı (ücret haddi,  $w = W/L$ ).
- $W$  : toplam işgücü maliyeti ( $W = w \cdot L$ ).
- $p$  : birim kâr marjı oranı (birim maliyetlerin belli bir yüzdesi).

<sup>1</sup> Endeks kuramındaki son gelişmeleri de dikkate alarak önerilen bir ölçüm yöntemi için bak. Guerrieri ve Milana (1992).

- $a_K$  : ilgili maldan bir birim üretip satabilmek için gerekli sermaye miktarı.
- $a_L$  : ilgili maldan bir birim üretip satabilmek için gerekli işgücü miktarı.

İlgili yerli ve yabancı sektörlerin mal üretiminde yalnızca işgücü ve fizikî sermaye gibi iki üretim faktörünün kullanıldığı önkabulüne dayalı bu URG göstergesine göre;  $i$  ülkesinin sektörünün  $n$  ülkesinin aynı malı üreten sektörüyle girişeceği fiyat rekabetinde başarılı olabilmesi için, özellikle *görelî ücret oranı*  $w^i / w^n$ 'nin düşük olması ve *görelî işgücü verimliliği oranının* yüksek (yani  $a_L^i / a_L^n$  oranının düşük) olması büyük önem taşımaktadır. Burada, örneğin  $Q$  gibi bir malın üretildiği  $i$  sektörünün birim emek gereksinimini gösteren  $a_L^i$  oranı açıkça  $L^i / Q^i$  diye de yazılabileceğine göre, bu oran, o sektördeki ortalama işgücü verimliliğini gösteren  $Q^i / L^i$  oranının tersine eşittir.<sup>1</sup> İşte kimi zaman *görelî ücretlerin* veya *görelî işgücü verimliliğinin*, URG'nin bir ve hatta sanki en önemli göstergesiymiş gibi kullanılması, bu ilişkiden kaynaklanmaktadır.

Bu son denklemden, *birim sermaye maliyeti* (unit capital cost, UCC) veya özellikle *birim işgücü maliyeti* (unit labor cost, ULC) gibi bazı ifadelerin Arto (1987) ve Klein (1988) gibi kimi iktisatçılarca adeta “kopartılırcasına” dışarı çıkartıldığı ve rekabet gücü çözümlerinde kullanıldığı da görülmektedir. Örneğin yurtiçi sektör için ULC'nin tanımı

$$ULC^i = w^i \cdot a_L^i = w^i / Q^i$$

biçiminde yapılabilir - ki burada ULC'nin  $w$  ve  $a$ 'nın artan birer işlevi olduğu görülmektedir - ve böylece *görelî birim işgücü maliyetleri* (relative unit labor cost, RULC) diye yeni bir oran (döviz kurları hâlâ hesaba katılmıyorsa),

$$RULC^{i, n} = ULC^i / ULC^n$$

gibi tanımlanabilir. Bu tür bir URG göstergesinin kullanılması durumunda da, URG analizi açısından kanımca yine aşırı derecede bir basitleştirme yapılmış olmaktadır.

---

<sup>1</sup> Bu ilişkinin her bir sektör ve her bir üretim faktörü için ayrı ayrı geçerli olduğu açıktır.



Şimdi, eğer dikkatli olmazsak, URG'nin fiyat boyutuyla ilgili göstergeleriyle belirleyicilerinin birbirine karışmaya başlayacağı bu noktada, URG'nin belirleyicilerine daha yakından bir bakalım.

## 5 URG'nin Belirleyicileri

*Firma düzeyindeki URG'nin belirleyicileri, gerek yerli gerekse ilgili yabancı sektördeki firmaların*

- *maliyetlerini* (işgücü, hammadde, enerji, faiz, kredi ve pazarlama maliyetleri) veya
- *fiyatlarını* (maliyetler + kâr marjı) ve
- *ürün kalitesi, firma / sektör / ülke imajı ve servis gibi fiyat-dışı rekabet unsurlarını*

etkileyen bütün etkenlerdir. Bunların arasında; hükümetlerin dışsatımı teşvik edici (dışsatımda vergi iadesi gibi) veya dışalımını kısıtlayıcı veya pahalılandırıcı (dışalım kotaları ve gümrük tarifeleri gibi) yapay rekabet gücü yaratıcı önlemlerini bir yana bırakacak olursak,

- ilgili piyasadaki rekabetin yoğunluğu,
- firmanın fiyat, daha doğrusu kâr marjı saptama gücü ve alışkanlığı,
- sektördeki ortalama firma büyüklüğü (ölçek ekonomileri),
- kapasite kullanım oranı,
- faktör piyasalarında girdi fiyatlarındaki gelişmeler,
- sermaye piyasalarındaki finansman koşulları,
- firmaya girdi temin eden yerli ve / veya yabancı firmaların fiyat ve fiyat-dışı açılardan URG'leri,
- yurtiçindeki yerli ve yabancı yatırımlar,
- yerli firmanın yurtdışındaki pazar payını koruma veya genişletme amaçlı yatırımları,
- üretim faktörlerinin üretkenliği ya da verimliliği,
- zaman ya da deneyim ekonomileri (yaparak öğrenme),
- genelde üretim süreciyle, ürünün kendisiyle, pazarlama ve servis ağıyla ilgili yenilikler (innovations),
- kuruluş yerinden (bölge veya ülkeden) kaynaklanan avantajlar,
- firmanın organizasyon biçimi

gibi, aslında, URG üzerinde, birbirlerinininkilerle çakışan veya çelişen etkileri olan ve dahası birbiriyle de karşılıklı etkileşim halindeki bir dizi *etken* sayılabilir.

İncelenen yerli firma ya da sektörün ve rekabete giriştiği firma ya da sektörlerin durumlarına göre o firma veya sektörün URG'sini etkileyebilme açısından, burada sayılan etkenlerden biri ya da birkaçı belirli bir dönemde diğerlerinden daha önemli olabilir. Ancak, açıkça belirtmek gerekir ki, yerli bir firma ya da sektörün URG'si incelenirken, elmanın diğer yarısına da, yani yabancı rakiplerin belirleyicilerinin ilgili dönemde nasıl seyrettiğine de, mutlaka, ama mutlaka bakılmalıdır. Çünkü bir URG çözümlemesi yapılırken; çeşitli belirleyicilerin biçimlendirdiği, bizim ürünümüzün fiyat ve fiyat-dışı rekabet unsurlarının, aynı ya da çok farklı belirleyicilerin etkilediği yabancı fiyat ve ürün kalitesi *ile* karşılaştırılması gerekmektedir.

Dikkat edileceği üzere, buraya dek sergilenen türden bir tanımlama denemesinde, URG'nin unsurları, belirleyicileri ve göstergelerinin birbirine karıştırılmamasına ve madalyonun iki yüzünün bulunduğuna özen gösterilmektedir. Artık, sektör düzeyindeki URG ile benzer bazı kavramlar arasındaki ilişkilere de yakından bakabiliriz.

## 6 Benzer Bazı Kavramlar ve URG

Bir ülkenin hangi sektörlerinin *karşılaştırmalı maliyet üstünlükleri* vardır? Aynı ülkenin hangi sektörleri *uluslararası rekabet gücüne* sahiptir? Eğer literatürdeki yaygın kullanıma uyararak düşünecek olursak, bu iki soru birbiriyle özdeştir.<sup>1</sup> Yani bir sektör eğer diğer yerli sektörlerle kıyasla karşılaştırmalı üstünlüğe sahipse, URG'ye de sahiptir ve tersi. Oysa, bu özdeşliğin tartışılmaksızın geçerli varsayılması hatalıdır. Neden? Bunu açıklayabilmek için, önce mutlak ve karşılaştırmalı üstünlükler kavramlarını bir anımsayalım.

Genelde ülkeler arasındaki birtakım *farklılıklar* (ülkelerin faktör donanımlarındaki, üretim teknolojilerindeki, ürün kalitesindeki vb.) veya

---

<sup>1</sup> URG'nin karşılaştırmalı üstünlükler ile aynı anlamda kullanıldığı çalışmalara örnek olarak bak. Lundberg (1988) ve Kurth (1992).

*benzerliklerden* (talep yapılarındaki, coğrafi konumlarındaki vb.) doğan uluslararası mal ticaretini inceleyen saf veya reel dış ticaret kuramının belli başlı iki konusu bulunduğunu kitabın ilk bölümünde de belirtmiştim: (1) Dış ticaretin ülkeler için kazançlı olup olmadığı ve (2) Ticarete girecek ülkelerin üretimde uzmanlaşacakları sektörlerin ve ticaret yapılarının nasıl belirlendiği. Bunlardan ilki, serbest dış ticaret öğretisi ile yakından ilişkilidir. Çünkü, eğer ticaretin taraflarının ikisinin de dış ticareten kârlı çıkacakları kanıtlanacak olursa, serbest dış ticaret ilkesi bütün dünya için tavsiye edilebilir nitelikte olacaktır. İkinci konu ise, bir ülkenin sektörlerinin yabancı rakipleri karşısında en avantajlı olanlarını saptamaya ve betimlemeye yöneliktir. Buna göre de, bir yanda, yerli sektörlerin yabancıların rekabetine karşı korunmadığı varsayımı altında, yurtiçindeki üretim faktörlerinin hangi malın üretiminde uzmanlaşmaya kaydırılacağı araştırılırken, diğer yanda da dış ticaretin ortaya çıkma nedenleri irdelenmiş olmaktadır. Dış ticaret yapısının oluşumunu açıklamaya, bir başka deyişle hangi ülkenin hangi sektörlerinin dışsatımcı hangilerinin ise dışalımçı olacağını saptamaya ve bunların nedenlerini sorgulamaya yönelik reel dış ticaret kuramlarının, birincisi çoktan terk edilmiş bulunan iki temel yaklaşımı bulunmaktadır: *Mutlak* ve *karşılaştırmalı* maliyet avantajları.

*18. yüzyıl kuralı* diye adlandırılan, David Ricardo (1772-1823) öncesindeki dönemin egemen yaklaşımına göre; herhangi bir ülke için dış ticaret, ancak, eğer yurtiçinde hiç üretilmeyen veya yurtdışındakinden *mutlak* olarak daha pahalı üretilen mallar ithal ediliyorsa *avantajlıdır*. Mutlak anlamda, iki ülkeli ve iki mallı bir modelde bir ülkenin bir hatta *iki* sektörü, yabancı rakiplerine kıyasla daha düşük birim maliyetlerle üretimde bulunuyor olabilir. Buna göre, bir ülkenin, rakiplerinden daha düşük maliyetlerle çalışan sektörü dışsatımcı, diğeryse dışalımçı olmalıdır. Ancak, kuramsal olarak bile olsa, bütün yerli sektörler mutlak maliyet avantajına sahip olacak olursa, dış ticaret yapılmamalıdır.

Buradaki mutlak fiyat veya maliyet karşılaştırması, ilgili yerli ve yabancı sektörler arasında ama diğer yerli sektörlerin kendi rakipleri karşısındaki avantajlılık derecelerinden tamamen bağımsız olarak yapılacaktır. Öte yanda, örneğin klasik saf dış ticaret kuramında dikkate alınan birim maliyetler *reel* maliyetlerdir, yani üretilen mal birimi başına kullanılan

üretim faktörü (özellikle işgücü) miktarları cinsindedir. *Nominal* maliyetlerin kullanılması ise, faktör fiyatlarını ve döviz kurlarını da işin içine sokacaktır.

Oysa Ricardo'dan bu yana biliyoruz ki, dış ticaretin oluşmasında mutlak değil *karşılaştırmalı* maliyet avantajları rol oynar. Başka bir deyişle, bir ülkenin bütün sektörlerinin rakiplerine kıyasla avantajlılık ya da üstünlük dereceleri hesaplanıp sektörler bir avantajlılık sırasına koyulduktan sonra ülkenin en avantajlı olduğu (karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu) sektörlerinin saptanması olanaklıdır. Buna göre, bir ülke bütün sektörlerde mutlak avantaja sahip olsa bile, ancak karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu malların üretiminde uzmanlaşıp onların dışsatımcısı olacaktır. Çok-mallı bir modelde, uzmanlaşılacak (dışsatımcı) ve uzmanlaşılmayacak (dışalımcı) sektörler arasındaki sınırı ise talep yapısı çizecektir [Karş. Kukuk (1990: 3-4)].

*Bir sektörün URG'si* kavramı ise, görüldüğü gibi, ne mutlak ne de karşılaştırmalı üstünlükler kavramı ile aynı anlama gelmektedir. URG, mutlak avantajlar kavramına karşılaştırmalı avantajlar kavramına olduğundan daha çok benzemekteyse de, fiyat-dışı bir unsuru da içerdiği için, ondan daha kapsamlıdır. Eğer URG karşılaştırmalı üstünlükler kavramıyla bir tutulacak olursa, bu kez de, örneğin ya Ricardo'nun dış ticaretin sebebi olarak uluslararası teknoloji farklılıklarını gösterdiği yaklaşımına indirgenmiş ya da örneğin URG'nin ölçümünde bence hatalı olarak çok sık kullanılan<sup>1</sup> Balassa'nın (1965, 1977) *açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler* (revealed comparative advantage, AKÜ) endeksiyle bir tutulmasına yol açılmış olacaktır. AKÜ endeksi; iki değişik biçimde kullanılmaktadır. AKÜ1 endeksi, göreceli dışsatım performansını ölçmeye yöneliktir:

---

<sup>1</sup> Örneğin bak. Eser ile Eser (1995: 58-66) ve Küçükahmetoğlu (1996). Öte yandan, son zamanlarda, Kılıçkaplan'ın (1997) gibi bazı çalışmalarda Balassa'nın endeksine karşı *temel bileşenler analizi* yardımıyla bazı alternatifler geliştirilmeye çalışıldığı da görülmektedir.

$$AKÜ1^i = \frac{\left( \frac{X_j^i}{\sum X^i} \right)}{\left( \frac{\sum X_j^w}{\sum X^w} \right)}$$

- $X_j^i$  :  $i$  ülkesinin yaptığı  $j$  malı dışsatımı.  
 $\sum X^i$  :  $i$  ülkesinin bütün mallar itibariyle toplam dışsatımı.  
 $\sum X_j^w$  : bütün ülkelerin toplam  $j$  malı dışsatımı.  
 $\sum X^w$  : bütün ülkelerin toplam dünya dışsatımı.

Bu endeks; bir ülkenin belirli bir sektörünün dışsatımının aynı ülkenin toplam dışsatımı içindeki payının, ilgili sektörün toplam dünya dışsatımının toplam dünya dışsatımına oranına bölünmesiyle hesaplanmaktadır.

AKÜ2 endeksi ise, bir tür görelî dışsatım/dışalım ölçütüdür:

$$AKÜ2^i = \frac{\left( \frac{X_j^i}{\sum X^i} \right)}{\left( \frac{M_j^i}{\sum M^i} \right)}$$

- $X_j^i$  :  $i$  ülkesinin yaptığı  $j$  malı dışsatımı.  
 $\sum X^i$  :  $i$  ülkesinin bütün mallar itibariyle toplam dışsatımı.  
 $M_j^i$  :  $i$  ülkesinin yaptığı  $j$  malı dışalımını.  
 $\sum M^i$  :  $i$  ülkesinin bütün mallar itibariyle toplam dışalımını.

AKÜ2; yine bir ülkenin belirli bir sektörünün dışsatımının aynı ülkenin toplam dışsatımı içindeki payının, bu kez aynı ülkenin ilgili sektörünün dışalımının toplam dünya dışalımına oranına bölünmesiyle bulunmaktadır.

*Endüstri-içi ticaret* (intra-industry trade) olgusunun giderek arttığı bir ortamda<sup>1</sup> URG'yi, ex post dışsatım ve/veya dışalım verileri kullanarak

---

<sup>1</sup> Endüstri-içi ticaretin bir ölçüsü olarak en yaygın kullanılan endeks hâlâ *Grubel-Lloyd endeksidir*:

AKÜ1 veya AKÜ2 gibi endekslerle ölçmeye çalışmak düşüncesinin ardında, URG'nin karşılaştırmalı üstünlüklerle aynı anlama geldiği biçimindeki yanıltıcı önkabul yatmaktadır. Oysa URG, yukarıda da sergilenmeye çalışıldığı üzere; belirleyici mi, sonuç mu, yoksa gerçekten bir gösterge mi olduğu tartışmalı olan tek bir göstergeye indirgenemeyecek kadar karmaşık ve dinamik yönü bulunan bir kavramdır. Gerçi kendisine girdi temin eden yerli sektörlerin URG'ye sahip olup olmaması, bir yerli sektörün URG'sini etkiler ama, o sektörün URG'sinin tahmininde, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörlerin saptanmasındakinden farklı olarak, diğer yerli sektörlerin uluslararası avantajlılık derecelerinin hiç bir rolü yoktur.

## 7 Son Sözler

Uluslararası rekabet gücü kavramı da, iktisattaki diğer pek çok kavram gibi, ancak dikkatli ve bilinçli olarak kullanıldığında bir anlam ifade eder. URG'den söz edecek ve hatta onu ölçmeye kalkışacak birinin, öncelikle onu nasıl tanımladığını açık seçik belirtmesi ve kuramsal olarak gerekçelendirmesi gerekmektedir. Yoksa, bu yazıda özetlenmeye çalışıldığı gibi, gereksiz kavram kargaşaları ortaya çıkabilir.

---

$$E \times T_i = 100 \cdot \left( \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{(X_i + M_i)} \right)$$

Burada,  $E \times T_i$ , i imalat sektörünün belirli bir yıldaki endüstri-içi ticareti için endeks değerini;  $X_i$ , i sektörünün dışsattım değerini;  $M_i$  ise, i sektörünün dışalım değerini göstermektedir. Bu endeks için,  $100 = E \times T_i = 0$  geçerlidir. Endeks değeri 100'e yaklaştıkça, o sektörün endüstri-içi ticareti yüksek demektir. Balassa'nın AKÜ endeksi ile EİT endeksi arasındaki ilişkilerin irdelendiği ilginç bir çalışma için bak. Menzler-Hokkanen (1990: 16-24).

## 2. Bölümün Kaynakçası

- ABD Kongresi Birleşik Ekonomik Komitesi (derl.) (1962): *Factors Affecting the United States Balance of Payments*. Washington, DC.
- Alavi, H. (1990): *International Competitiveness: Determinants and Indicators*. Washington, DC: World Bank; IED Working Paper, Industry Series Paper No. 29.
- Appel, V. (1990): “Überlegungen zur internationalen Wettbewerbsfähigkeit”. *Agrarwirtschaft: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Marktforschung und Agrarpolitik*, 39/1: 12-17.
- Balassa, B. (1962): “Recent Developments in the Competitiveness of American Industry and Prospects for the Future”. ABD Kongresi Birleşik Ekonomik Komitesi'nin (1962: 27-54) derlemesinde.
- Balassa, B. (1965): “Trade Liberalisation and ‘Revealed’ Comparative Advantage”. *Manchester School of Economic and Social Studies*, 33.
- Balassa, B. (1977): “‘Revealed’ Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries, 1953-1971”. *Manchester School of Economic and Social Studies*, 45/4.
- Balzer, H. (1991): “Die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Volkswirtschaften”. *Wissenschaftliche Zeitschrift (Hochschule für Ökonomie Berlin)*, 36/3-4: 3-7.
- Eser, U.; K. Eser (1995): *Türkiye’de Sanayi Sektörünün Yapısı ve Gelişme Eğilimi: Kamu ve Özel İmalat Sanayi Sektörleri Ayrımında Nicel Bir Çözümleme*. Ankara: Türk Harb-İş Sendikası.
- Fels, G. (1988): “Zum Konzept der internationalen Wettbewerbsfähigkeit”. *Jahrbuch für Sozialwissenschaft*, 39/1: 135-144.
- Feser, H.-D. (1990): “Technologische Wettbewerbsfähigkeit und internationaler Handel”. Feser (1990: 1-39) derlemesinde.
- Feser, H.-D. (derl.) (1990): *Technologische Entwicklung und internationale Wettbewerbsfähigkeit*. Regensburg: Transferverlag.
- Francis, A. (1989): “The Concepts of Competitiveness”. Francis ve Tharakan (1989: 5-20) derlemesinde.
- Francis, A.; P. K. M. Tharakan (derl.) (1989): *The Competitiveness of European Industry: Country Policies and Company Strategies*. Londra ve New York: Routledge.
- Guerrieri, P.; C. Milana (1992): *New Indicators of Price Competitiveness and Effective Exchange Rates*. Roma: CIDEI Working Paper, No. 16.
- Hirsch, S. (1967): *Location of Industry and International Competitiveness*. Oxford: Clarendon Press.
- Kibrıçoğlu, A. (1994): *Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der türkischen verarbeitenden Industrie*. Göttingen: Verlag Thomas Gries.
- Kuhn, H. (derl.) (1986): *Probleme der Stabilitätspolitik*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

- Kukuk, M. (1990): *Testing the Ricardian Trade Theory*. Konstanz: Universität Konstanz, SFB 178, Diskussionsbeiträge, Serie II, Num. 113.
- Kurth, W. (1992): "Technology and Shifting Comparative Advantage". *OECD STI Review*, Num. 10: 8-47.
- Küçükahmetoğlu, O. (1996): "Gümrük Birliği ve Türkiye'nin Rekabet Gücü". *Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye*, Sayı 21-22: 24-47.
- Larrain, F.; J. D. Sachs (1993): *Macroeconomics in the Global Economy*. New York ve diğ. yer.: Harvester Wheatsheaf.
- Lundberg, L. (1988): "Technology, Factor Proportions and Competitiveness". *Scandinavian Journal of Economics*, 90/2: 173-188.
- Menzler-Hokkanen, I. (1990): *Essays on Trade and International Competitiveness*. Helsinki: The Helsinki School of Economics.
- Nicolaides, P. (1988): "Trade and Competitiveness: A Critique from a Trade Theory Perspective". *Journal of Economics and International Relations*, 2/2: 171-181.
- Orlowski, D. (1982): *Die internationale Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Porter, M. E. (1991): *Nationale Wettbewerbsvorteile: Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt*. Almanca'ya çev.: W. Rhiel. Münih: Droemer Knaur.
- Preuße, H. G. (1988): *Ist die Frage nach der internationalen Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft überholt?* Göttingen: Universität Göttingen, Ibero-Amerika Institut für Wirtschaftsforschung.
- van Suntum, U. (1986): "Internationale Wettbewerbsfähigkeit einer Volkswirtschaft - Ein sinnvolles wirtschaftspolitisches Ziel?" *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*, 106/3: 495-507.
- Vollmer, R. (1986): "Die internationale Wettbewerbsfähigkeit - Kritische Analyse eines heute vielverwendeten Begriffs". Kuhn (1986: 199-215) derlemesinde.
- Zweifel, P. (1985): "Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Handel: Konzeptionelle Klärung". *Aussenwirtschaft*, 40/4: 407-426.