



İdil BİLGİÇ ALPASLAN¹

Araştırmacı, Ekonomi Etütleri

İrem KIZILCA²

Araştırmacı, Ekonomi Etütleri

TAKİPÇİ ÜLKELER, PİYASA YAPICI ÜLKELERE KARŞI: KÜRESEL ENTEGRASYONUN NERESİNDEYİZ?

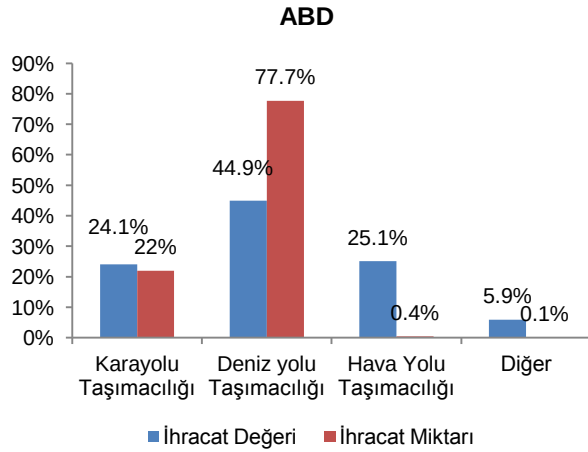
Daha yüksek maliyetli olmasına rağmen, havayolu taşımacılığı daha uzak pazarlara ihracat yapılmasına imkan sağlar. Ancak havayolu ile mal göndermenin maliyeti, hem ucuz hem de ağır olan ürünler için oldukça yüksektir. Buna karşın, pahada ağır ve yükte hafif olan yüksek teknoloji ürünlerde birim havayolu taşımacılığı maliyeti daha düşüktür. Havayolu taşımacılığını etkin olarak kullanabilen ülkeler, daha geniş bir alana ihracat yapabilirken, ihracatları içerisinde birim ağırlığı düşük ve birim fiyatı yüksek olan ileri teknoloji ürünlerin payı da çöktür. Bu çalışmada ihracat menzilini genişletebilen gelişmiş ülkeler ile daha dar bir alana ihracat yapabilen gelişmekte olan ülkeler sattıkları ürünlerin teknolojik sınıflaması ve yüksek teknoloji ürünlerin satış fiyatları açısından karşılaştırılmıştır. Sonuçlar, gelişmiş ülkelerin piyasa yapıcı olarak "küresel" üretim zincirlerine entegre olabildiklerini, gelişmekte olan ülkelerinse daha yakındaki üretim zincirlerine, fiyatı etkileyemeden dahil olduklarını göstermektedir.

¹ <http://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1254/Idil+Bilgic+Alpaslan>

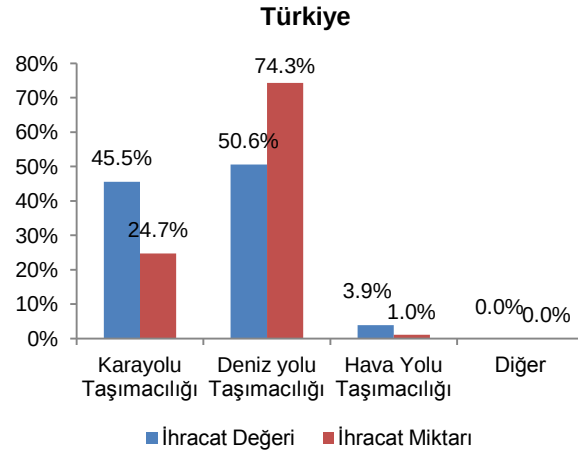
² <http://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1299/Irem+Kizilca>

İhracat yaparken kullanılan üç temel taşımacılık modu bulunmaktadır: karayolu (demiryolu dahil), denizyolu ve havayolu. Geleneksel sektörlerden yapılan ihracatın yoğun olduğu ülkelerde karayolu ve denizyolu kullanımı daha yaygınken, taşımacılık ücretinin daha yüksek olduğu havayolunu ise pahalı ve yükte hafif olan ürünleri daha çok ihraç edebilen ülkelerin kullanacağı açıktır. Havayolu ile mal gönderimi yapmanın en önemli avantajları, ihraç edilen ürünün daha kısa sürede hedefe ulaşması ve hassas ürünler için daha güvenli bir nakliye süreci sağlamasıdır³. Diğer yandan, havayolu taşımacılığının en önemli dezavantajı ise diğer taşımacılık modlarına göre pahalı olmasıdır. Biyoteknolojik ürünler, mikroçipler, ilaçlar, uçuş aksamaları gibi yüksek teknoloji ürünlerinin birim ağırlıkları düşük olduğundan, daha pahalı olan havayolu kullanımında birim ürün başına düşen taşımacılık maliyeti daha az olmakta ve bu tür ürünler için havayolu tercih edilen bir nakliye modu olarak öne çıkmaktadır.

Şekil 1: ABD'de Farklı Taşıma Modlarının İhracattaki Payı



Şekil 2: Türkiye'de Farklı Taşıma Modlarının İhracattaki Payı



Kaynak: TÜİK, US Department of Transportation, TEPAV Hesaplamaları

Şekil 1 ve Şekil 2, sırasıyla ABD ve Türkiye'de farklı taşıma modlarının toplam ihracattaki paylarını göstermektedir. Türkiye ve ABD'nin ihracatta kullandıkları farklı taşımacılık modları incelendiğinde, denizyolu taşımacılığının hem ihracat miktarı hem de ihracat tutarı açısından her iki ülkede de benzer paylara sahip olduğu görülmektedir. Buna karşılık Türkiye'de karayolu taşımacılığının toplam ihracat tutarındaki payı yüzde 50'ye yakınken, karayolu ile taşınan mal miktarı ise toplamın dörtte biri kadardır. ABD'de ise karayolu ile ihraç edilen mal miktarı toplam ihracatın beşte biri, toplam tutarına dörtte biri kadardır.

ABD ile Türkiye'nin ihracatta kullandıkları taşımacılık modları arasındaki en belirgin fark, iki ülkede havayolunun kullanımındaki farklılıktır. ABD'de tüm ihraç edilen miktarın sadece yüzde 0.4'ü havayolu ile taşınırken, bu malların değeri ise toplam ihracatın dörtte birine eşittir. Buna karşılık Türkiye'nin toplam ihracat miktarının yüzde 1'i ve ihracat tutarının yüzde 3.9'u havayolu ile yapılmaktadır.

³ "Transport and Distribution for International Trade", UK Department for Business, Innovation and Skills, <http://bit.ly/JM9zis>, Erişim tarihi: 19.12.2013

Havayolu ile ihracat, firmaların daha uzak pazarlara erişimini kolaylaştırmakta ve ülkelerin ihracat menzilin genişlemesini sağlamaktadır. Tablo 1, bazı gelişmiş ülkelerin ve Türkiye ile iki komşusunun ihracat menzilin göstermektedir. Buna göre, havayolunu Türkiye'ye göre çok daha etkin kullanabilen ABD'nin ihracat menzili, Türkiye'nin ihracat menzilin 2.5 katı kadardır. Coğrafi konumu itibarıyla çoğu önemli pazara uzak olan ABD, ihracat menzilin genişliği açısından yalnız değildir. Türkiye ile aynı coğrafyada yer alan İsrail'in ihracat menzili de, Türkiye'nin 2.3 katıdır.

Tablo 1: Toplam İhracatın Menzili⁴ (km)

	Toplam İhracat
ABD	7506.017
İsrail	6835.741
Japonya	6137.031
Güney Kore	5731.060
Almanya	3054.544
İran	5405.212
Ermenistan	3700.734
Türkiye	2989.844

Kaynak: BACI, GeoDist, TEPAV Hesaplamaları

ABD örneğinden yola çıkarak, havayolunu etkin kullanan ülkelerin diğer ülkelere göre ihracat menzillerini daha fazla genişlettiklerini söylemek mümkündür. Havayolunu kullanmanın getirdiği daha yüksek maliyet, özellikle daha hafif ve pahalı ürünlerin ihracatı sırasında önemsizleşebilir. Genelde bu tarz ürünler yüksek teknoloji ürün sınıfına girmektedir. Tablo 1'de gösterilen ülkelerin ihracat dağılımı incelendiğinde, gelişmiş ülkelerin yüksek teknoloji ürün ihracatında daha başarılı oldukları ve ihracatlarının yüzde 20'den fazlasının bu gruptaki ürünlerden oluştuğu görülmektedir (Tablo 2).

⁴ Ortalama İhracat Menzili, ülkelerin ihracat ortaklarına olan uzaklıklarının yapılan ihracat miktarı ile ağırlıklandırılması sonucunda bulunmaktadır.

Tablo 2: Bazı Ülkelerin İhracatlarının Teknolojik Dağılımı⁵ (2012)

	Temel Ürünler⁶	Düşük Tek.	Orta Tek.	Yüksek Tek.
Güney Kore	21.06%	11.46%	39.46%	28.02%
İsrail	45.78%	7.41%	22.39%	24.42%
Japonya	12.70%	10.70%	55.56%	21.04%
ABD	34.58%	10.44%	34.45%	20.52%
Almanya	19.03%	14.47%	47.62%	18.88%
Ermenistan	71.89%	4.85%	15.50%	7.76%
Türkiye	26.86%	37.31%	31.38%	4.44%
İran	91.59%	3.53%	4.72%	0.16%

Kaynak: BM Comtrade Veritabanı, TEPAV Hesaplamaları

Otomotiv, kimyasallar, sanayi makineleri gibi orta teknoloji ürünler eklendiğinde, gelişmiş ülkelerin ihracatının yüzde 60'ının orta ve ileri teknoloji ürünlerden oluştuğu görülmektedir. Buna karşılık bir geçiş ekonomisi olan Türkiye'de 2012 yılı için yüksek teknoloji ürünlerin toplam ihracat içerisindeki payı ancak yüzde 4.4 olmuştur. Yüksek teknoloji ürünlerin ihracat içerisindeki payının düşük olduğu diğer iki ülke olan Ermenistan'da ve İran'da, doğal kaynaklara dayalı bir ihracat yapısı varken Türkiye ise tekstil, mobilya, plastik ürünler gibi düşük teknoloji ürünlerin ihracatına odaklanmıştır.

Tablo 3: Yüksek Teknolojili İhracatın ve Toplam İhracatın Menzili (km)

	Yüksek Teknolojili Ürünler	Toplam İhracat
ABD	7723.231	7506.017
İsrail	7123.159	6835.741
Japonya	6793.623	6137.031
Güney Kore	6821.697	5731.060
Almanya	3621.004	3054.544
İran	1880.784	5405.212
Ermenistan	2985.204	3700.734
Türkiye	2939.862	2989.844

Kaynak: BACI, GeoDist ,Hanson, TEPAV Hesaplamaları

Tablo 3, söz konusu ülkelerin ortalama ihracat menzillerinin yanı sıra, yüksek teknoloji ürünlerin ihracat menzili de göstermektedir. Düşük teknoloji ürünlere ve doğal kaynaklara dayanan bir ihracat yapısı, genelde daha düşük bir ihracat menzili de beraberinde getirmektedir. Oysa ki yüksek teknoloji ürünlerin ihracatını daha çok yapabilen ülkeler,

⁵ Sınıflama yapılırken ve ihracatın teknolojik dağılımı belirlenirken, Lall (2000) tarafından yazılmış ve BM tarafından ürünlerin sınıflandırılmasında kullanılan metodoloji takip edilmiştir. (Lall, Sanjaya. "The Technological Structure and Performance of Developing Country Manufactured Exports, 1985-1998", QEH Working Papers, No:44, 2000)

⁶ Temel ürünler, doğal kaynakların doğrudan kullanımı ile ortaya çıkan ürünlerdir. Tarım, hayvancılık, madencilik ve petrol çıkartma faaliyetleri bu gruba girer.

hem ortalama ihracat menzillerini artırabilmekte hem de yüksek teknoloji menzillerini ortalama ihracat menzillerinin üzerine çıkarabilmektedirler.

Tablo 4: Yüksek Teknolojili Ürünlerin Ortalama Birim Fiyatı, \$/kg (2012)

	Birim fiyatı (\$/kg)
Japonya	68.4
Güney Kore	53.0
ABD*	52.9
Almanya	52.5
Ermenistan	16.2
Türkiye	12.2
İran	10.2

Kaynak: BM Comtrade Veritabanı, Lall (2000), TEPAV Hesaplamaları

Tablo 4, bu ülkelerin ihraç ettikleri yüksek teknolojili ürünlerin ortalama birim fiyatlarını göstermektedir. En yüksek ihracat birim fiyata sahip olan Japonya'da, 1 kilogramlık yüksek teknolojili ürünün ihracat fiyatı 68 ABD Dolarından fazla iken, Türkiye'de bu rakam sadece 12.2 ABD Doları'dır. Ekonomi literatüründe, fiyatın kalite göstergesi olduğu ve yüksek fiyatlı ürünlerin düşük fiyatlı benzer ürünlere göre daha kaliteli olarak algılandığını sıklıkla dile getirilmektedir⁷. Bu noktadan hareketle, Türkiye ile Japonya'nın aynı yüksek teknolojili ürün gruplarındaki rekabetinde, Japonya'nın daha kaliteli mal üreten ve ihraç eden bir üretici olarak Türkiye'nin önüne geçtiği varsayılabilir. Yapılan çalışmalar, yakın zamana dek Japon menşeli yüksek teknoloji ürünlerinin daha kaliteli olduklarına dair yerleşik bir algı olduğu da göstermiştir⁸. Gelişmiş ülkelerin ve Türkiye'nin ihraç ettikleri yüksek teknolojili ürünlerin birim ihracat fiyatları göz önüne alındığında, Türkiye'nin ihraç ettiği yüksek teknolojili ürünlerde bile gelişmiş ülkelerin fiyatlarından daha ucuza satış yaptığı veya aynı ürün grubu içerisindeki daha düşük kaliteli ürünleri ürettiği görülmektedir.

Gelişmiş ülkelerin yüksek teknolojili ihracatlarının birim fiyatları, ihracat menzilleri ve yüksek teknolojili ürünlerin toplam ihracatları içerisindeki payı göz önüne alındığında, bu ülkelerin dünya genelinde piyasa yapıcı konumda oldukları; diğer yandan gelişmekte olan veya Türkiye gibi geçiş ülkesi niteliğindeki ülkelerinse çoğunlukla yakın çevrelerindeki üretim zincirlerinden gelen teknolojik talepler doğrultusunda, belli bir fiyat baskısıyla üretim yapabildikleri sonucuna ulaşmak mümkündür.

⁷ Steven M. Shugan. "Price-Quality Relationships", iAdvances in Consumer Research Volume 11, eds. Thomas C. Kinnear, Provo, UT : Association for Consumer Research, Pages: 627-632, 1984.

⁸ Steven K. Vogel. "What Ever Happened to Japanese Electronics?: A World Economy Perspective", The Asia-Pacific Journal, Vol. 11, Issue 45, No. 2, 2013.