

PAPER DETAILS

TITLE: DIS TICARET KURAMINDA YENI YAKLASIMLAR

AUTHORS: Nazim ÖZTÜRK

PAGES: 109-126

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/951081>

DIŞ TİCARET KURAMINDA YENİ YAKLAŞIMLAR

Nazım ÖZTÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet MYO, Dış Ticaret Programı, Yardımcı Doçent Dr.

Abstract: Foreign trade theories goal to analyze why nations make trade, what kind of gains they attain, to calculate compound and volume of movement of international goods and services, and also to explain how they can effect domestic national product. New advancements occurs in international trade cause not to explain the foreign trade phenomenon with traditional foreign trade theories.

In this study, evolution of foreign trade theories from Mercantilism to current was analyzed, new foreign trade theories like skilled labor, monopolistic competition, intra-industry trade, scale economies, similarity in preferences, technological gap, product cycle, product differentiation, competitive advantage which related to explain foreign trade were managed to present.

I. GİRİŞ

Günümüzde yaşanan ticari ilişkilerin geleneksel dış ticaret kuramları ile açıklanamaması yeni kuramsal arayışları gündeme getirmiştir. Sayıları iki yüze yakın olan ülkeler arasındaki ticari ilişkileri iki ülkeli, iki mallı, iki üretim faktörüne dayanan geleneksel dış ticaret kuramları ile açıklamak olası değildir. Bu durumda dünya ticaretini geleneksel kuramlarla açıklamak konuyu basite indirmek olur. Son dönemlerde yaşanan yeni gelişmeler, geleneksel dış ticaret kuramlarının dış ticarete yaşanan yeni gelişmeleri açıklamada yetersiz kalmasına neden olmuştur.

Teknolojinin vardığı yeni düzey, uluslararası ticaret ilişkilerini kendi istekleri doğrultusunda biçimlendirmiştir. Dış ticaret kuramları artık uluslararası ticareti teknolojik gelişme ekseninde incelemektedir. Teknolojinin bugün vardığı düzey, ulusal üretim-uluslararası ticaret ilişkisini, uluslararası üretim-firma içi ticaret biçimine sokmuştur [1].

Bütün bu gelişmeler sonucu, özellikle 1960'lardan sonra dış ticareti açıklamaya yönelik yeni kuramlar geliştirmeye çalışılmıştır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki, kuramsal modellerle gerçek dünya arasındaki ilişki noksanlığı yine de devam etmektedir.

Bu çalışmada, dış ticareti açıklamaya yönelik yeni kuramlar tanıtılmaya çalışılmıştır. Ancak, geleneksel dış ticaret kuramları bilinmeden yeni kuramlar anlaşılamaz. Bundan dolayı birinci kısımda geleneksel dış ticaret kuramları anımsatılmış, ikinci kısımda ise yeni dış ticaret kuramlarına yer verilmiştir.

II. GELENEKSEL DIŞ TİCARET KURAMLARI

Tarihsel süreç içerisinde dış ticaret kuramlarının gelişimine bakıldığında, ticari kapitalizmin Merkantilizmi, tarımın kapitalistleşmesi olgusunun Fizyokrasiyi, Sanayi Devriminin ise Klasik İktisadi Okulu ortaya çıkardığı görülmektedir.

II.1. Merkantilizm

Batı Avrupa ülkelerinde Ortaçağın sonuyla Sanayi Devrimi arasındaki dönem, feodalizmin yıkılışı ve güçlü merkezi devletlerin kuruluşuyla belirmektedir. Bu dönem iktisadi açıdan sermaye birikimini ve piyasa ekonomisi şartlarını hazırlayan ticari kapitalizmin geliştiği çağdır. Bu açıdan, Merkantilizm yeni ticari kapitalist sınıfın ideolojisini yansıtan bir politik iktisadi sistemdir [2].

Uluslararası ticaret gerçek anlamda Merkantilist düşünce sistemi ile birlikte ortaya çıkmıştır. 1500-1800 yılları arasında varlığın sürdüren Merkantilizm, Ortaçağ sona erdiren Rönesans, Reform ve Keşifler sonucu oluşan yeni dünyanın iktisadi alana yansımasıdır. Merkantilizmin başlıca temsilcileri Jean Bodin (1530-1596), Thomas Miles (1550-1627), Montaigne (1533-1592), Thomas Mun (1571-1641), Antonia Serra (1580-1650) ve Jean Baptiste Colbert (1619-1683)'tir [3]. Merkantilistler dış ticaretin yararlarından daha çok dış ticaret yolu ile nasıl daha çok zenginleşilebileceği üzerinde durmuşlardır. Tartışmanın odağı böyle belirlenince, üzerinde durulan konu da dış ticaretin kendisi değil, dış ticaret bakiyesi olmuştur [4].

Merkantilist görüşe göre, bir ülkenin zengin ve güçlü olması için en önemli yol, ithal ettiğinden daha fazlasını ihraç etmesidir. İhracat ve ithalat arasındaki fark değerli madenlerin ülkeye girmesi ile kapanacaktır. Bir ülke ne kadar çok altına sahipse, o kadar çok zengin ve güçlü olacaktır. Merkantilist anlayışa göre, zenginleşmenin yolu ticaretten geçmektedir. Böylece Merkantilistler, hükümetlerin ihracatı özendirme ve ithalatı sınırlandırması gerektiğini savunmuşlardır. Ancak bütün ülkeler eş anlı olarak ihracat fazlası elde edemeyeceklerine ve altın mevcudu belli bir zamanda sabit olacağına göre bir ülke ancak diğer ülkeler zararına kazançlı çıkabilecektir [5].

Altın ve gümüş az sayıda ülkenin elinde toplanınca, para kaybeden ülkelerin satın alma gücü ve dış ticarete katılma oranı düşmüştür. Para kazanan ülkelerde ise, enflasyon yaşanmaya başlamış, bu ülkeler ihracat yapamaz hale gelmişlerdir. Gerçekte bir ülkenin ihracatı diğer ülkelerin ithalatına, diğer ülkelerin ithalatı da onların yeterli ödeme aracına sahip olmasına bağlıdır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, tek taraflı çıkara dayanan Merkantilist politikalar başarılı olamamıştır. Merkantilist uygulamalar sonucu devletin görünen eli dış ticareti daraltmış, enflasyonu artırmıştır [6].

II.2. Fizyokrasi

Merkantilizm başarısız olunca ona tepki olarak Fizyokrasi doğmuştur. Merkantilizm ticari kapitalizmin ve yeni gelişen mutlak monarşilerin iktisadi düşünce sistemini yansıtmakta iken, Fizyokrasi, girişimci çiftçiyi, büyük ölçekte üretim yapacak tarımsal üreticiyi ön plana çıkarmak isteyen Fransız reformcuların öğretisi olmuştur. İktisadi düşünce alanında bilimsel iktisadın ilk okulu olan Fizyokratların öncüleri, François Quesnay (1694-1774), Robert Jacques Turgot (1726-1781), Le Marquis de Mirabeau (1715-1789), Abbé Nicolos Baudeau (1730-1792) ve Pierre Samuel Du Pont de Nemours (1739-1817)'dir [7].

Fizyokratlar, Merkantilistler gibi servetin kaynağını aramakta, fakat onlardan farklı olarak, servetin mübadeleden değil, üretimden doğduğunu ileri sürmektedirler. Fizyokratlara göre zenginliğin kaynağı Merkantilistlerin öne sürdüğü gibi para değil, doğa yani tarımdır. Artık ürün yaratan tek üretim dalı tarımdır. Fizyokratlar tarımı ekonomik yaşamın merkezi durumuna getirmekle yetinmemişler, merkantilizmin en önemli uğraş saydıkları dış ticareti küçümsemişlerdir.

Fizyokratlar, tüccarlarla finansmancıları net üretim yapmayan kişiler olarak hor görmüştür. Bu iki sınıfın tek yaptığı şey başkalarının ürettiklerinin, insanlar arasında değişimini sağlamaktır. Fizyokratlara göre tüccarların

elde ettiği gelir "parazit gelir" olup, net üretimin azalmasına neden olur. Öte yandan bu gelirin önemli bir kısmı devlet tarafından mali yardımlarla desteklenen bir gelir olduğu için ve ithal edilen lüks tüketim mallarına gittiği için ulusal ekonomiye verdiği zarar daha da artmaktadır [8].

Fizyokratlara göre değerli madenlerin bolluğu zenginlik sayılamaz. Gerçek değer, tarımsal üretimden elde edilen artık olduğuna göre, dış ticaretin fazla vermesinin önemi yoktur. Kaldı ki dış ticaret zaten sürekli fazla veremez, çünkü dış ticarete de iç ticarete olduğu gibi mallar değiş tokuş edilmektedir. Bir değere karşı verilen mutlaka bir başka eş değer vardır. Satmadan satın almak mümkün olmayacağı için dış ticaretin fazla vermesi de olası değildir [1].

Fizyokratlar ticareti "sadece üretilen malların el değiştirmesini sağlıyor" düşüncesi ile üretken bir faaliyet olarak kabul etmemişlerdir. Ticaret fazlası yaratma çabaları tarımsal ürünlere olan talebi azaltarak ulusal zenginliği olumsuz yönde etkilemiştir. Fizyokratlara göre, nasıl ki evren ile dünya uyumlu ve dengeli şekilde doğal bir düzen içinde işliyorsa, toplumlar da doğal düzen içinde varlıklarını sürdürürler. Eğer devlet ekonomiye müdahale etmezse, piyasanın doğal işleyişi enflasyon ve dış ticaret sorununu kendiliğinden çözecektir.

III.3. Mutlak Üstünlükler Kuramı (Theory of Absolute Advantages)

Adam Smith, 1776 yılında yayınladığı ünlü "Ulusların Zenginliği" adlı kitabında Merkantilist'lerin ticaret görüşüne karşı çıkmış ve serbest ticaretin dünya ülkeleri için en iyi politika olduğunu savunmuştur. Uluslararası ticareti ilk kez bilimsel biçimde açıklayan Adam Smith olmuştur [9]. Smith bir ulusun zenginliğini, tıpkı bir insanın zenginliği gibi sahip olunan altın miktarına göre ölçmenin yanlış olduğunu, çünkü böyle yapmakla para ile zenginliğin birbirine karıştırıldığını iddia etmiştir. Smith'e göre, dış ticaret, ülkenin doğal ekonomik gelişmesiyle uyum gösteriyorsa yararlıdır. Dış ticaretin sağlayacağı altın ve gümüş geliri onun gerçekten önemli yönü değildir. Ticaretin esas yararı, bir ülkenin fazla ürettiği mallara pazar bulması ve pazarı genişleterek işbölümünü artırmasıdır. Smith, kitabında, akıllı bir aile reisinin dışarıda daha ucuza alabileceği bir malı hiçbir zaman evde yapmaması gerektiğini savunarak, işbölümüne verdiği önemi ortaya koymuştur. Bu nedenle, çeşitli sınırlamalardan arındırılmış dış ticaret, ülkeler arasında ürünlerin doğal dağılımını sağlayan bir sistemin kendiliğinden doğmasına neden olacaktır [8].

Bütün üretim faaliyetinin yegane gayesi tüketim olmasına rağmen merkantilizm, tüketicinin yararını

üreticinin çıkarına feda etmiştir. Eğer bir ulus için rekabet, serbest ticaret ve uzmanlaşma isteniyorsa, bunlar diğer uluslar için de aynı derecede arzu edilmelidir. Hiçbir ulus, başka bir ülkeden daha ucuza satın alabileceği bir malı kendisi üreterek kazanç sağlayamaz. Gümrük duvarlarının yüksek tutulması ve monopollerin korunması bu israfı hazırlamaktan başka bir şey değildir. Ulusun yegâne zenginlik kaynağı kendi üretim kapasitesidir ve eldeki emek miktarı ile ne kadar fazla zenginlik üretilirse o derece zenginliğe kavuşulur [10].

Smith serbest ticaretle her ülkenin mutlak üstünlüğe sahip olduğu ya da diğer ülkelerden daha etkin olarak ürettiği malların üretiminde uzmanlaşabileceğini, mutlak üstünlüğe sahip olmadığı ya da daha az etkinlikle ürettiği malları ithal edebileceğini belirtmiştir. Üretimdeki bu uzmanlaşma dünya üretiminde ticarete katılan ülkelerin paylaşacakları bir artışa yol açacaktır. Böylece ülkeler eş anlı olarak kazanç elde edeceklerdir. Toplam dünya serveti sabit olmayıp dış ticaret uluslararası uzmanlaşma ve işbölümü doğurmakta ve dünya kaynaklarının verimliliğini artırmakta, dünya üretimi ve refahı yükselmekte, uluslararası ticaretten her iki taraf kazançlı çıkmaktadır [11].

Smith'in mutlak üstünlükler kuramı temelde doğrudur. Fakat bazı noktaları açıklamamaktadır. Smith, dış ticaret sürecinde iki ülke üreticilerini etkileyebilecek dinamik etkenlerden söz etmemektedir. Aynı şekilde piyasada talep koşullarına göre oluşacak fiyatlardan da söz etmemektedir. Taşıma giderleri, döviz kurları, devlet müdahalesi ve ölçek ekonomileri gibi maliyetleri etkileyecek bir çok etmen bu çözümleme dışında tutulmuştur. Ayrıca, bir ülke her iki malda da mutlak üstünlüğe sahipse uluslararası ticaret yapılmayacak mıdır? Bu konuda dünya ticaretinin bütününe karşılaştırmalı üstünlük yasası ile açıklamak, yaklaşık kırk yıl sonra yazan David Ricardo'ya kalmıştır.

II.4. Karşılaştırmalı Üstünlükler Kuramı (Theory of Comparative Advantages)

Ricardo'ya göre uluslararası ticareti mutlak üstünlüklere dayandırmaya gerek yoktur. Böyle bir yaklaşım kuramın kapsamını daraltır. Çünkü mutlak üstünlükler, karşılaştırmalı üstünlüklerin özel bir durumu gibidir. Karşılaştırmalı üstünlüklerin gerçekleştiği durumlarda mutlak üstünlük de vardır, ama bunun tersi geçerli değildir, yani karşılaştırmalı üstünlük elde edilen her durumda mutlak üstünlük bulunmayabilir [12].

Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler kuramının dayandığı açık ve örtülü varsayımlar şunlardır: İki ülke ve iki mal söz konusudur, emek değer teorisi esastır, emek bir ülke içerisinde tam hareketli ülkeler arasında ise

hareketsizdir, bütün faktör ve mal piyasalarında tam rekabet geçerlidir, ülke içinde gelir dağılımı ticaretten etkilenmez, teknolojik değişme yoktur, sabit üretim maliyeti geçerlidir, ulaştırma masrafları yoktur ve yalnızca takasa dayalı ticaret vardır [13].

Ricardo, bir ülkenin her iki malın üretiminde de diğer ülkeye göre mutlak üstünlüğe sahip olması durumunda bile, karşılıklı yarara dayalı ticaretin yine de söz konusu olabileceğini belirtmiştir. Bir malın üretiminde daha az etkin olan ülke, mutlak dezavantajının daha az olduğu malın üretiminde uzmanlaşmalı ve bu malı ihraç etmelidir. Söz konusu mal, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu maldır. Öte yandan, ülke mutlak dezavantajının daha büyük olduğu malı ithal etmelidir. Bu alan ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğü olmayan alandır. Bu iktisadın en ünlü ve hala yenilemeyen yasalarından biridir [14].

Ricardo'ya göre dış ticaret gıda maddeleri ithali ile hem geçimlik ücretlerdeki yükselme eğilimini törpülemekte hem de verimsiz topraklara yönelmeyi geciktirerek rantların artma hızını kesmektedir. Bu bağlamda, bir ülkenin dış ticarete girilmesi için bir malı diğer ülkeden daha ucuza üretmesi gerekmez. Dış ticarete konu olan tüm malları karşı ülkeden daha pahalıya üreten bir ülke bile dış ticaret yapabilir. Bir ülke, karşı ülkeye kıyasla iki malı da daha pahalıya üretiyor olabilir ama hangi malı daha az pahalıya üretebiliyorsa o dalda uzmanlaşarak ticaretten yarar sağlayabilir. İki malı da karşı ülkeye kıyasla daha ucuza üreten ülke için de durum aynıdır. Bu ülke de en çok hangi malı daha ucuza üretiyorsa o dalda uzmanlaşarak daha az avantajla ürettiği malı karşı ülkenin uzmanlık alanına bırakmalıdır [15].

Bir kişinin hem şapka hem de ayakkabı yapımında daha ileri olduğunu düşünelim. Şapka yapımında rakibini %20, ayakkabı yapımında %33 oranında geride bırakıyorsa, bu kişinin yalnızca ayakkabı yapımında uzmanlaşması ikisinin de yararına olmaz mı [15]?

Karşılaştırmalı üstünlükler kuramına göre, dış ticaretin mantığı bundan pek farklı değildir. Dış ticaretten elde edilen bu toplumsal fayda artışı gerçekte uzmanlaşmanın kaynakların en iyi dağılımını sağlamasındandır. Dış ticarete başlamakla her iki ülkede kaynaklarını en verimli oldukları alana yığarak toplumsal kazancı artırmaktadır. Eğer ülkeler dış ticaret yapmayıp, her iki malı da kendileri üretmekte ısrar etse, mallar daha pahalıya mal edilecektir [1].

Karşılaştırmalı üstünlükler kuramı, günümüze dek geçerliliğini koruyabilen güçlü bir kuramdır. Ancak geçen zaman içerisinde kuramın bazı varsayımlarında değişme ve gelişmeler olmuştur.

Ricardo'nun modelinde tek üretim faktörü emektir. Her ürün için ülkeler arasındaki verimlilik farkları iklim veya teknolojiye bağlı farklılıklar gibi doğal şartlarla açıklanmaktadır. Her ülke karşılaştırmalı olarak daha verimli olduğu malın üretiminde uzmanlaşır. Ricardo'nun modeli malların göreceli fiyatlarını belirlemeyi, her ülkenin üretim ve değişim oranlarını belirlemeyi sağlar [16].

Ricardo'nun kuramı sabit maliyetler üzerine kurulmuştur. Ekonomide artan ve azalan maliyetlerin olabileceğine değinilmemiştir. Oysa, üretim miktarı arttıkça maliyetlerin artması veya azalması sabit maliyet şartlarına göre çok daha fazla geçerliliğe sahiptir. Ricardo, ülkelerin birbirlerine göre bazı mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmalarını, tamamen arz yönünden ele almış ve malların iç fiyat oranlarının farklı olduğu sürece dış ticaretin karlı bir şekilde yapılabileceğini ortaya koymuştur. Ricardo, iç fiyatların tamamen arz tarafından belirleneceğini kabul ederek, fiyatı belirleyen ikinci önemli faktör olan talebi hiçbir zaman dikkate almamıştır [17].

Karşılaştırmalı üstünlükler kuramına göre, ülkeler aralarındaki üretim maliyetleri farklı olduğu sürece karlı ticaret yapabileceklerdir. Ancak karşılaştırmalı üstünlükler kuramı ülkeler arasındaki üretim maliyetlerinin neden farklı olduğunu açıklayamamaktadır.

Karşılaştırmalı üstünlükler kuramının önemli bir eksikliği de emek değer kuramına dayanması ve emeği homojen bir üretim faktörü olarak kabul etmesidir. Ricardo, karşılaştırmalı üstünlüğü yaratan maliyet farklarını açıklarken, sadece emeği göz önüne almış diğer üretim faktörlerini analizine dahil etmemiştir. Gerçekte, maliyet, emekten başka sermaye, doğal kaynaklar ve girişimcilik faktörlerini de içermektedir.

Görüldüğü gibi, Ricardo'nun modeli bazı eksiklik ve aksaklıklar içermektedir. Kuramın özüne yönelik olmayan bu boşluklar daha sonra gelen iktisatçılar tarafından giderilmeye çalışılmıştır. Emek maliyeti yerine fırsat maliyeti kullanılmış, üretimde sabit maliyetlerle birlikte artan ve azalan maliyetlere de yer verilmiştir

Karşılaştırmalı üstünlükler ülkeler arası fiyat farklarına göre belirlenmektedir. Ancak fiyatlar yalnızca üretim maliyetlerine ya da arz koşullarına bağlı olmayıp aynı zamanda talep faktörüne de bağlıdır. Ricardo, arz faktörü üzerinde durmuş talep yönü ile ilgilenmemiştir. Talep faktörünü analize katan ilk kez J S. Mill olmuştur. Mill'in karşılıklı talep kanunu daha sonra A. Marshall tarafından teklif eğrileri analizi ile açıklanmıştır [12].

Talep yönünden dış ticaret kuramına katkıda bulunan ilk iktisatçı, John S. Mill'dir. Mill'e göre, dış ticaret durumunda oluşacak fiyat, karşılıklı talep kanunu (reciprocal demand law) tarafından belirlenmektedir [18].

Karşılıklı talep, bir ülkenin ihraç malından vereceği belli miktarlar karşılığında ne ölçüde ithal malı talep edeceği şeklinde tanımlanabilir. Karşılıklı talep, bir birim yabancı mal karşılığında teklif edilen ulusal mal arzına eşittir. Karşılıklı talep kanununa göre oluşan uluslararası fiyat, her iki ülkenin de ticaret dengesini sağlayacak şekilde belirlenmektedir. Mill, Ricardo modelinde, iç maliyet oranlarının belirlediği sınırlar arasında, ticaret hadlerinin hangi düzeyde oluşacağını açıklama başarısını göstermiştir [17].

Mill tarafından ortaya atılan karşılıklı talep kanunu, daha sonra A. Marshall tarafından geliştirilen teklif eğrileri (offer curves) ile geometrik olarak açıklanmıştır. Teklif eğrisi, çeşitli dünya fiyatlarında belirli miktardaki ithal malı karşılığında ne miktar ihraç malı teklif edileceğini gösteren eğridir. Teklif eğrisi, bir ülkenin kendi malından vereceği belli bir miktar karşılığında diğer ülkenin malından ne miktar talep edeceğini ifade eder [19].

Böylece dış ticaret hadlerinin oluşumunda arz ve talep etkilerine daha büyük bir açıklık getirilmeye çalışılmıştır. Karşılaştırmalı üstünlükler kuramına göre, yurtiçi üretim maliyetleri farklı olduğu sürece, ülkeler karlı ticaret yapabilmektedir. Yurtiçi üretim maliyetlerindeki farklılıklar da uluslararası emek verimliliğindeki farklılığının bir sonucudur. Ancak bu analizlerle uluslararası ticaretin gerçek nedeni açıklanmış olmamaktadır. Çünkü, burada, yurtiçi üretim maliyetleri farklılıklarının emek verimliliğindeki farklılardan kaynaklandığı belirtilirken emek verimliliğinde farklılık yaratan etmenler üzerinde durulmamıştır [12]. Kuramın bu eksikliğini gidermek için Heckscher-Ohlin Kuramı ortaya atılmıştır. Bu kuram karşılaştırmalı üstünlüklere değişik bir yorum getirmekte ve onun ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir.

II.5. Heckscher-Ohlin Kuramı

Heckscher-Ohlin kuramı, ticaretin en önemli nedeni olarak ülkeler arasındaki faktör donanımları ve fiyatlardaki farklılıklar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu kuram, her ülkenin üretiminde göreceli bol ve ucuz olan faktörünü fazla olarak kullandığı malı ihraç, üretiminde göreceli kıt ve pahalı olan faktörünü yoğun olarak kullandığı malı ise ithal edeceğini öngörmektedir. Kuram ayrıca ülkeler arasındaki faktör fiyatlarında var olan farklılıkların da serbest ticaret ile yok edileceğini öngörmektedir. Kuram, faktör yoğunluğunun tersine dönmeye gibi bir durum dışında geçerliliğini korumaktadır.

Bu kuram, ülkelerin aynı tercihlere sahip olduklarını, aynı teknolojiyi kullandıklarını, ölçeğe göre sabit getiri ile üretim yaptıklarını (yani tüm girdilerin

belirli bir oranda yükseltilmesinin üretimi de aynı oranda artırmasını), faktör donanımlarının önemli ölçüde farklı olduğunu varsaymaktadır. Kuram, ayrıca aynı tercihler ya da talep koşullarıyla karşılaşılması durumunda faktör donanımlarındaki bu farklılığın ülkeler arasındaki göreceli faktör fiyatlarındaki bir farklılıkla sonuçlanacağını bununda yine göreceli mal fiyatlarında bir farklılığa ve ticarete yol açacağını belirtmektedir. Sonuçta bu kuram, arz koşullarındaki uluslararası farklılığın yalnız başına ticaretin yapısını belirlediğini ileri sürmektedir.

Bu kurama göre uluslararası ticaret emeğin fiyatı / kapital fiyatı (P_w/P_c) oranının her iki ülkede de aynı olmasını sağlayana dek devam etmesi durumunda homojen faktörlerin getirilerinde eşitliği sağlamaktadır. Çünkü iki ülke arasında faiz / ücret (i/w) de bir farklılık olduğu sürece P_w / P_c de farklı olacak ve ticaret hacmi genişleyecektir. Ne var ki bu süreç devam ederken P_w / P_c 'de ki farklılık ve buradan i / w 'de ki farklılık da azalacaktır. P_w / P_c her iki ülkede de aynı olduğundan ticaret hacminin genişlemesi durursa i / w , i ve w 'de eşitlenecektir. Bu eşitliklerin sağlanması ulaştırma masraflarının ve ticaret engellerinin olmaması durumunda söz konusudur. Gerçek dünyada ise ulaştırma masrafları ve ticaret engelleri vardır. Ticaret P_w / P_c eşitliği sağlanmadan genişlemesini durdurur. Böylece i ve w eşitlikleri de sağlanmaz. Yine de, dünyamızdaki faktör fiyatlarındaki gerçek farklılıkların yalnızca ulaştırma masrafları ve ticaret engelleri ile açıklanamayacak denli önemli görüldüğü de belirtilmelidir. Bu farklılığın önemli bir kısmı Heckscher-Ohlin kuramının tüm ülkelerde aynı teknolojinin kullanıldığı, ölçek ekonomilerinin olmadığı ve tam rekabet gibi gerçek dünyada görülmeyen varsayımların sonucu olabilecektir.

Ticaretin olmadığı fakat faktör hareketlerinin olduğu bir durumda uluslararası serbest faktör akımını engelleyen kısıtlamalar yoksa, her faktör her ülkedeki maliyetler ve olanaklar üzerinde tam bilgili ise, ulaştırma masrafları ya da bir ülkeden diğerine faktör transfer maliyetleri yoksa, iki ülkedeki faktör fiyatları eşitlenecektir.

Heckscher-Ohlin modelinden 4 önemli kuram elde edilmiştir. Bunlar faktör donatımı kuramı (factor endowment theory), faktör fiyatları eşitliği kuramı, Stolper-Samuelson gelir dağılımı kuramı ve Rybczynski kuramıdır [12].

Faktör donatımı kuramına göre, her ülke zengin olarak sahip bulunduğu faktörü yoğun biçimde kullanan malların üretiminde karşılaştırmalı üstünlük elde etmektedir. Ülke hangi üretim faktörüne zengin olarak sahip ise, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde etmektedir. Yani onları daha ucuza üretmekte ve o alanda uzmanlaşmaktadır.

Faktör fiyatları eşitliği kuramına göre ise, serbest ticaret ülkeler arasındaki faktör fiyatlarını eşitler ve bu bakımdan uluslararası serbest faktör hareketliliği ile aynı sonucu doğurur. Bu kurama göre, serbest ticaret ve onu simgeleyen uluslararası uzmanlaşma, ülkelerin bol olarak sahip bulundukları faktörlerin fiyatını yükseltip kıt faktörlerin bedelini düşürerek ülkeler arasındaki fiyatların eşitlenmesine neden olmaktadır. Bu koşullar altında, serbest ticaret uluslararası alanda aynı mal için tek fiyata ve faktör fiyatları eşitliğine yol açmaktadır.

Stolper-Samuelson kuramı ile, serbest ticaretin ülkenin bol olarak sahip olduğu faktörün reel gelirini yükselteceği, kıt faktörün gelirini ise düşüreceği ortaya konulmaktadır. Bir malın nispi fiyatında bir artış olduğunda, bu malın üretiminde nispeten yoğun kullanılan faktör diğer faktöre oranla gelirden daha çok pay alacaktır. Malın nispi fiyatının yüksek olması demek, o malın kıt olması demektir. Nispi kıtlık yaşanan malı daha fazla üretmek için, o malın üretiminde yoğun olarak kullanılan faktöre daha çok pay vermek gerekecektir. Dolayısıyla fiyatı yükselen malın üretiminde yoğun olarak kullanılan faktörün geliri artacaktır.

T. M. Rybczynski, dünya ticaretinde payı küçük bir ülkenin üretim faktörlerinden birinin artması durumunda o faktörü yoğun olarak kullanan mal üretiminin genişleyeceğini, buna karşılık faktörü daha az kullanan mal üretiminin daralacağını dile getirmiştir. Rybczynski kuramına göre, tam çalışma koşulları altında yalnız bir faktörün arzı artınca, bu faktörü yoğun olarak kullanan malın üretimini genişleyecek, arzı sabit kalan faktörü yoğun olarak kullanan malın üretimi ise mutlak olarak daralacaktır [20].

Faktör donatımı kuramı uzunca bir süre malları faktör bileşimlerine ayıracak bir teknik bilinmediği için test edilememiştir. W. Leontief, imput-output tablosunu geliştirmiş, malları emek ve sermaye bileşimine ayırma olanağı doğmuştur. Leontief, Amerikan ekonomisi üzerinde yaptığı ilk uygulamalı testte, Amerika'nın tüm dış dünyayla olan ticaretini ele almıştır. Amerika'nın emek yoğun mallar ihraç edip sermaye yoğun mallar ithal ettiğini ortaya koymuştur. Leontief paradoksu denilen bu sonuç, iktisatçılar arasında şaşkınlık yaratmış, geleneksel kuramlar üzerinde yoğun tartışmalar başlamış, uluslararası mübadeleyi açıklayan yeni kuramların geliştirilmesi bir zorunluluk olmuştur.

III. YENİ DİŞ TİCARET KURAMLARI

Merkantilistlerden Heckscher-Ohlin Kuramına kadar uzanan kuram zinciri içerisinde yapılan açıklamalar özellikle Heckscher-Ohlin kuramının W. Leontief tarafından test edilmesinden sonra ortaya çıkan çelişkili

durumdan sonra yeni kuramlar geliştirilmeye başlanmıştır. Günümüzde iki yüze yakın ülke arasındaki ticari ilişkileri iki ülkeli, iki mallı, iki üretim faktörüne dayanan dış ticaret modelleri ile açıklamak olası değildir. Bu durumda dünya ticaretini geleneksel kuramlarla açıklamak konuyu basite indirmek olur.

Bütün bu gelişmeler sonucu uluslararası iktisatçılar özellikle 1960'lardan sonra dış ticareti açıklamaya yönelik yeni kuramlar geliştirmeye çalışmışlardır. Ancak hemen belirtmek gerekir ki, teorik modellerle gerçek dünya arasındaki ilişki noksanlığı yine de devam etmektedir.

Ekonomik modeller olayları her zaman basite indirmektedir. Bu modeller gerçeği bir ressamın bir kişinin portresini şematize ettiği gibi şematize etmektedir. Bu basitlik kapalı olan sebep sonuç ilişkisini aydınlatmayı sağlamaktadır. Gerçek yaşamda ise, ekonominin somut belirleyicilerinin çokluğu söz konusudur [16].

Günümüzde dünya üzerindeki dünya ilişkilerini tek bir kuram ile açıklamak olası değildir. Vurgu, ilerleme ve geleneksel dış ticaret kuramları özellikle faktör oranları kuramı ile yeni yaklaşımların birbirini tamamladıkları üzerinedir. Yeni dış ticaret kuramları, karşılaştırmalı üstünlükler üzerine kurulan alternatif açıklamalar sunmaktadır. Ayrıca yeni kuramlar karşılaştırmalı üstünlükler kuramını teknolojik şartlara ve modern pazar yapılarına uyumlu kılmaktadır [21].

Yeni dış ticaret kuramlarının başlıcaları, nitelikli işgücü kuramı, monopollü rekabet kuramı, endüstri içi ticaret kuramı, ölçek ekonomileri kuramı, tercihlerde benzerlik kuramı, teknoloji açığı kuramı, ürün dönemleri kuramı, ürün farklılaştırılması kuramı, rekabetçi üstünlükler kuramı ve diğer kuramlar olmak üzere ele alınabilir.

III.1. Nitelikli İşgücü (Skilled Labor) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramları her ülkede emeğin homojen olduğunu varsaymaktadır. Oysa, ülkeler teknik ve nitelik bakımından farklı emek gücüne sahiptir. Emeğin kalitesi dünyanın her yerinde aynı değildir. Bunun nedeni nitelikli işgücünün olduğu ülkelerde beşeri sermaye yatırımının daha fazla olmasındandır. Emeğin yoğun bir sermaye ile donanımı da kalite farkını yaratan diğer bir faktördür [22].

Nitelikli işgücü kuramı emeğin niteliğinin farklı olmasına dayanmaktadır. D. B. Keasing ve I. B. Kravis tarafından ortaya atılan bu kuram, sanayi ülkeleri arasındaki dış ticaretin büyük bir bölümünün nitelikli işgücü farklılığı ile açıklanabileceğini ileri sürmektedir.

Son yıllarda, birçok iktisatçı, gelişmiş ülkelerin emek piyasasında eşitsiz gelişmenin temelinde uluslararası değişimin etkisinin olup olmadığını araştırmıştır. Aktif nüfusun hissedilir nitelikte artmasına rağmen son yirmi yılda kuzey ülkelerindeki vasıfsız emeğin değeri düşmeye devam etmiştir. Bu, ücretler ve istihdam üzerinde yansımaları bulmuştur. Bu gelişmede, teknolojik değişim inkar edilemez bir rol oynamıştır [23].

Diğer dünya ülkelerine göre nitelikli işgücü ile donanmış olan bir ülkenin sınırlarını ticarete açması nitelikli işgücü istihdam eden ülke için malın nispi fiyatının artmasına neden olmaktadır. Heckscher-Ohlin kuramına göre bunun anlamı bu malın üretiminde uzmanlaşmadır. Sonuç olarak, nitelikli işgücü çalıştırmayan malların üretimi ve fiyatı düşmekte, üretim seviyesindeki gelişmeler nitelikli olmayan işgücü arzında fazlalık olmasına yol açmaktadır.

Her bir malın üretiminde kullanımı gittikçe yoğunlaşan nitelikli olmayan işgücü, fiziki açıdan daha az verimli olmakta ve reel getirisi düşmektedir. Bu sonuç, Stolper-Samuelson kuramı ile uyumaktadır. Diğer bir ifade ile, malların görece fiyatlarının değişimi görece maliyetlerde benzer bir değişime neden olmaktadır. Nitelikli olmayan işgücü yoğun mal üretiminin maliyeti malın fiyatı ile aynı oranda düşmektedir. Fakat bu düzenlemenin gerçekleşmesi için kalifiye olmayan işgücünün getirisi malın fiyatından daha çok oranda düşmesi gerekmektedir. Görüldüğü gibi faktör donatımı kuramı ile nitelikli işgücü kuramı arasında büyük bir benzerlik vardır.

Bu kuram her şeyden önce uyum konusunda iyimser bir bakış sunmaktadır. Çünkü ne maliyetlerin düzenlenmesi ne de işgücünün sektörler arası mobilitesinin tam olmaması hesaba katılmamıştır. Ancak, bu kuram önemli bir noktayı ortaya koymaktadır. Bunlar getiriler üzerinde uluslararası ticaretin etkilerini belirleyen görece fiyat değişiklikleridir. İthal mallarının görece fiyatlarının düşüşü yoğunlukla üretimde kullanılan nitelikli olmayan işgücünün değerini düşürmektedir.

Lawrence ve Slaughter, Stolper-Samuelson kuramını boşa çıkarmak için malların fiyatlarının değişimi üzerine Amerika için 1979-1989 dönemini içeren ampirik bir araştırma yapmışlardır. Amerika'nın diğer ülkelerle yaptığı mal değişimini temel alarak beklenmedik bir sonuç ortaya koymuşlardır. Buna göre, nitelikli işgücü yoğunluklu malların görece fiyatı son seksenli yıllardan beri artmamıştır. Sachs ve Shatz, Lawrence ve Slaughter'ın ulaştığı sonuçların geçerli olmadığını göstermişler, yurt içi fiyatları baz alarak tam tersi sonuca ulaşmışlardır. 1979-1989 yılları arasında kalifiye olmayan emek yoğun malların görece fiyatlarında önemli bir düşüş gözlemlenmiştir. Ne olursa olsun, ölçek ekonomilerinin varlığında malın görece fiyatı kendisini üreten yoğun

faktörün getirisi artarken düşebilir. Bu, faktör donanımı kuramı ile çelişmez [24].

Fabrice Mazerolle, uluslararası ticaretin iş gücü piyasasına etkisini özel faktörlü, iki mallı, iki faktörlü modeller çerçevesinde analiz etmiştir. Fransa için yapmış olduğu ampirik bir analizde ihracata dayalı endüstrilerde iş gücünün daha kalifiye olduğunu göstermiştir [25].

Nitelikli işgücü kuramı, geleneksel Heckscher-Ohlin kuramındaki faktör donanımına, beşeri sermayeyi de katarak dış ticaretin yapısını açıklamaktadır. Nitelikli işgücünde saklı olan beşeri sermaye, ülkenin faktör donanımının bir unsuru olarak yorumlanmaktadır. Bu açıdan nitelikli işgücü kuramı Heckscher-Ohlin kuramı ile gelişmemekte neofaktör donatımı kuramı olarak da adlandırılmaktadır.

III.2. Monopolü Rekabet (Monopolistic Competition) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramları gerek mal piyasasında gerekse faktör piyasasında tam rekabet koşullarının geçerli olduğunu varsaymışlardır. Oysa bu piyasalarda tam rekabetin olmaması halinde, karşılaştırmalı üstünlüklere göre oluşan fiyat, üretim ve uzmanlaşmanın değişik şekiller alabileceği açıktır. Çünkü tam rekabet piyasasının geçerli olmadığı bir piyasada mal fiyatlarının maliyetlerle ilişkisi kesilmekte, üretim ve uzmanlaşma değişik koşullar altında tayin edilmektedir. Geleneksel dış ticaret kuramlarının en önemli varsayımlarından biri olan mal ve üretim faktörleri piyasalarında tam rekabetin bulunmaması, dış ticaret açısından önemli sonuçlar yaratmaktadır.

K. J. Lancaster, M. A. Spence, A. K. Dixit ve J. E. Stiglitz tarafından 1970'li yılların sonlarından itibaren başlayan ve 1980'li yıllar boyunca devam eden çalışmalarda uluslararası ticareti açıklayan yeni bir kuram geliştirilmiştir. Monopolü rekabet kuramı olarak adlandırılan bu kuram, eksik rekabet altında uluslararası ticareti incelemiştir [21].

Bu çerçevede geliştirilen dış ticaret kuramları tamamen yeni değildir. Ohlin değişimi ve uzmanlaşmayı açıklamak için artan verimlerin potansiyel rolü üzerinde vurgu yapmıştır. Haberler ve Viner tekeli firma stratejilerini özellikle damping stratejisini incelemiştir. Kimi iktisatçılar artan randımanın veya firmaların pazar hakimiyetinin rolünü çeşitli derecelerde ele almışlardır. Bununla birlikte baskın olan analizler tam rekabet ve sabit verim varsayımları üzerine kurulmuştur. Monopolü Rekabet Kuramı, çıkar merkezlerini ters çevirmeye ve mikro ekonominin özellikle sanayi ekonomisi alanındaki uygulamaların gelişimini daha uygun zeminlerde

araştırmayı sağlamıştır. Yeni modelde faktörler ve onların kullanımı merkezi rol oynamaktadır. Monopolü rekabet durumunda değişimle birlikte ölçek ekonomilerinin varlığı ve ürün farklılaşması olduğu için tüketicinin zevklerinin uygunluğu ortaya çıkar. Değişim çok sayıda firmayı dünya entegre pazarına hizmet etmeye zorlar. Değişim o zaman aynı malın farklılaştırılmış çeşitleri üzerinde gerçekleşir (Endüstri içi değişim). Monopolü rekabet kuramında, değişim firmaların stratejilerinde ortaya çıkmakta aynı malın çift yönlü değişimi söz konusu olmaktadır.

Faktör donanımları birbirine çok yakın olan sanayileşmiş ülkeler arasındaki yüksek hacimli değişimler, tüm ticaret içindeki endüstri içi ticarete bağlı kısmı veya firma içi ticaret büyümesi, karşılaştırmalı üstünlüklerle ilgili geleneksel kuramlarda tatminkar bir açıklama bulamamıştır. Yine aynı şekilde gümrük birliği ve ortak pazar uygulamaları içerisinde değişimin serbestleştirilmesinin etkileri egemen kuramların üzerine kurduğu öngörülerini doğrulamamakta, Stolper-Samuelson kuramı yetersiz kalmaktadır. Oysa yeni kuramlar bu olaylara açıklama getirmekle kalmamakta karşılaştırmalı üstünlüklerin dinamiği veya özel ekonomik faaliyetlerin boyutları üzerine yeni bakış açısı oluşturmaya olanak sağlamaktadır. Firmalar yenilik stratejileri ile ilişkili olarak bu işi yapmaktadır. Yeni yaklaşımla karşılaştırmalı üstünlükler kuramı uluslararası büyük oligopoller çağına geçmektedir. Bunu yaparken yeni yaklaşım geçerlik kazanmakta fakat basitliğini kaybetmektedir.

Monopolü rekabet kuramının dış ticarete uygulanmasının altında yatan neden, dış ticaretin piyasanın ölçeğini büyüttüğü fikridir. Ölçek ekonomilerinin olduğu endüstrilerde, hem bir ülkenin üretebileceği mal çeşidi hem de üretimin ölçeği piyasanın büyüklüğü ile sınırlandırılmıştır. Birbirleri ile ticaret yaparak ve böylece bir ulusal piyasadan daha büyük bütünleşmiş bir dünya piyasası oluşturarak, uluslar bu sınırlamaları gevşetme olanağı elde etmektedir. Her bir ülke, ticaretin yokluğunda olacak olana göre daha dar bir ürün çeşidini üretmekte uzmanlaşabilir, ancak, üretilmediği malları başka ülkelerden alarak, her bir ulus, üretimde uzmanlaşan ülke ile eş zamanlı olarak tüketicilerin erişebileceği mal çeşidini arttırabilecektir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, dış ticaret, ülkeler, kaynaklar ve teknoloji açısından birbirlerinden farklı olmasalar da karşılıklı olarak kazançlı çıkmaları için bir fırsat sunmaktadır. Örneğin, her biri bir milyon otomobillik piyasaya sahip iki ülke olduğunu varsayalım. Birbirleri ile ticaret yaparak bu ülkeler iki milyon otomobillik bir araya getirilmiş piyasa yaratabilir. Bu bir araya getirilmiş piyasada her iki ülke de tek başına olabilecek olandan daha çok otomobil çeşidi daha düşük ortalama maliyet ile üretebilecektir. Monopolü rekabet modeli ticaretin, her bir ulusun yüz yüze olduğu ölçek ile çeşitlilik arasındaki "trade-off"u nasıl iyileştirdiğini göstermek için kullanılabilir. Dış ticaret sayesinde ulusal

piyasalardan daha büyük bir dünya piyasası yaratılabilmektedir. Piyasaları dış ticaret yolu ile bütünleştirmek tek bir ülkenin içindeki piyasanın büyümesi ile aynı etkiye sahip olacaktır. Monopollü rekabet daha büyük piyasa sayesinde hem daha düşük fiyata hem de daha büyük mal çeşidine yol açacaktır [26].

Sonuç olarak, statik ve dinamik ölçek ekonomileri, oligopolistik stratejiler, ürün farklılaşması, çok uluslu firmalar gibi modern endüstriyi karakterize eden rekabet unsurları üzerine merkezileşmiş modeller kümesi ortaya çıkmıştır. Bakış açısının değişikliği yalnızca uluslararası ilişkilerin bazı gerçeklerinin daha iyi açıklanabildiği için değil, fakat ayrıca eskiye göre dünya ticaretinin bazı stilize olmuş olaylarını açıklamak için daha tatmin edici önermeler dizisi oluşturabileceğinden dolayı gereklidir.

Monopollü rekabet kuramı temelde iki önemli varsayıma dayanmaktadır. İlk olarak, her bir firmanın ürününü rakiplerinden farklılaştırma olanağına sahip olduğu varsayılmaktadır. Yani müşterileri ufak bir fiyat farkı karşısında diğer firmaların ürünlerini almaya koşmayacaklardır. Ürün farklılaştırması her bir firmanın bir endüstri içinde belirli özel ürününde bir tekele sahip olmasını ve bu nedenle rekabetten bir ölçüde tecrit edilmesini sağlamaktadır. İkinci olarak, her firmanın rakipleri tarafından tahakkuk ettirilen fiyatları veri olarak aldığı yani kendi fiyatının başka firmaların fiyatları üstündeki etkisini görmezlikten geldiği varsayılmaktadır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, monopollü rekabet kuramı her bir firmanın gerçekte başka firmalardan gelen rekabetle yüz yüze olduğu halde, sanki bir tekeli gibi davrandığını varsaymaktadır [26].

Monopolistik rekabet modelleri daha çok ürünlerin farklılaştırılmasının etkileri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunların talep yönleri daha fazladır. Bu yaklaşımı kullananlar Dixit ve Stiglitz tarafından ileri sürülen ürün çeşitliliği yaklaşımını ya da Lancaster tarafından ileri sürülen ideal ürün tipi yaklaşımını kullanmaktadırlar [21].

Monopollü rekabet kuramı değişimin üç kaynağı üzerinde vurgu yapmaktadır. Bu üç kaynak eski kaynaklarla tamamlayıcılık ve birliktelik ile etki edebilir. Bunlar ölçek ekonomileri, ürünlerin çeşitliliği ve pazar hakimiyeti olan firmaların stratejileridir.

Sanayi kesiminde firmalar çoğunlukla ölçeğe göre artan verim koşullarında çalışırlar. Bu durumun doğal bir sonucu monopollü rekabet piyasalarının ortaya çıkmasıdır. Nitekim sanayi kesiminde az çok birbirlerinden farklılaştırılmış mallar üreten çok sayıda firma bulunması bunun bir göstergesidir. Ölçek ekonomilerinden yararlanmak için, her firma veya üretici çok sayıda farklı türde mal üretmek yerine yalnız bir yada birkaç tür üzerinde üretim yapmayı zorlar. Aslında bunun nedeni de

farklılaştırılmış malların birbiri yerine ikame edilebilir olması ve firmanın uluslararası rekabet dolayısıyla maliyetlerini düşürmeye çalışmasıdır. Üretim az sayıdaki tür üzerinde toplanınca uzmanlaşmaya gidilir daha etkin makineler kullanılır ve ölçek ekonomilerinden faydalanılır. Böylece ülke söz konusu türün ihracatçısı durumuna gelirken diğer tipleri de dışardan ithal eder [12].

Monopollü rekabet kuramının üstünlüğü değişimin sadece yeni bir tanımını ortaya koymasında değildir. Ürün çeşitliliği, firma düzeyinde artan verim ile desteklenmektedir. Bu model bir ülkenin büyüklüğü ile ticaret arasındaki ilişki konusunda ampirik test edilebilir önermeler dizisinin ortaya konulmasına, tüm ticaret içinde sektör içi ticaret kısmı ile faktör donatım arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya olanak vermektedir. Halbuki geleneksel kuramlar çerçevesinde incelenen bu ilişkiler açıklanamamaktadır.

Uluslararası ticarete katılan firmalar düzeyinde ölçek ekonomilerinin gözlenmesi dünya piyasaları üzerindeki rekabetin monopolistik uyumsuzluğu yeni dış ticaret kuramlarının oluşturulmasına yol açmıştır. Monopollü rekabet modelinden sonuçlanan birçok önermeler özellikle faktör oranları kuramının zenginleşmesi olarak yorumlanabilir. Aynı şekilde dinamik modeller karşılaştırmalı üstünlükler kuramını eksik rekabette firma buluşları stratejisinin belirleyici bir rol oynadığı yüksek teknoloji dünyasına faydalı bir şekilde yayılmaktadır. İster geleneksel kuramları zenginleştirmesi, ister mantık farklılıkları üzerine vurgu yapılınsı dışsal ekonomiler veya ölçek ekonomileri konusunda yeni model dış ticaret kuramlarını reel dünyaya yaklaştırmaktadır. Endüstriyel organizasyon modelleri ile uluslararası ticaret kuramları arasındaki birleşme süreci özellikle dinamik analiz çerçevesinde devam etmektedir. Bundan ekonomik etkinliklerin belli merkezlerde toplanması, ülkelerin uzmanlaşma dinamiği ve firmaların rekabetçi üstünlükleri anlayışı ortaya çıkmaktadır.

Monopollü rekabet kuramı, ölçek ekonomilerinin ve böylelikle eksik rekabetin olduğu piyasaların belirli kilit önemdeki öğelerini yakalamıştır. Ne var ki, çok az endüstri monopollü rekabet ile iyi bir şekilde betimlenmiştir. Aksine en yaygın olan piyasa yapısı, sadece birkaç firmanın etkin bir şekilde birbirleri ile rekabet ettiği küçük grup oligopol yapısıdır. Bu durumda, monopollü rekabet kuramının her bir firmanın sanki bir gerçek monopolmüş gibi davranacağına dair kilit önemdeki varsayımı, büyük bir olasılıkla geçersiz hale gelecektir. Bu varsayımın yerine firmalar eylemlerinin başka firmaların eylemlerini etkileyeceğinin farkında olacak ve bu karşılıklı bağımlılığı hesaba katacaklardır. Genel oligopol kuramında iki tür davranış ortaya çıkar ama bunlar monopollü rekabet modelinde temel varsayımlar nedeni ile dışlanır. Birincisi, birlikte hareket

etmedir. Birlikte hareket etme, fiyat belirleme ya da firmalardan birine endüstri için fiyat lideri gibi davranma izni verilmesi gibi üstü örtülü koordinasyon stratejileri ile yürütülebilir. Firmalar stratejik davranışta da bulunabilir. Karları azalıyor gibi görünen ama rakiplerin davranışlarını arzu edilen yönde etkileyen şeyler yapabilir. Örneğin firma potansiyel rakiplerinin piyasaya girişini önlemek için kapasite kullanımını artırabilir. Hem birlikte hareket etme hem de stratejik davranış için bu olanaklar oligopol analizini karmaşık hale getirmektedir. Oligopolcü davranışın kabul edilmiş tek bir modeli yoktur. Bu durum, oligopolcü endüstrilerde ticaretin modelleştirilmesini sorunlu kılmaktadır [26].

Dış ticarette monopolü rekabet kuramı çekicidir. Çünkü, bu karmaşıklıkları gündeme getirmemektedir. Gerçek dünyanın bazı özellikleri dışarıda bırakılabilir de, monopolü rekabet kuramı uluslararası ticarete ölçek ekonomilerinin yararı hakkında bir analizin ilk provasını sağlamanın bir yolu olarak yaygın bir şekilde kabul görmüştür [26]. Monopolcü rekabet kuramının en önemli katkılarından biri, ticaretin nedeni olarak ölçeğe göre artan getirinin belirlenmesi ve bunun yardımı ile geleneksel dış ticaret kuramları tarafından açıklanamayan endüstri içi ticaret olgusuna açıklama getirmesidir.

III.3. Endüstri İçi Ticaret (Intra-Industry Trade) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramlarına göre, dış ticaretin daha ziyade mamul mallar ile ilkel mallar arasında gelişeceği öngörülmüştür. Geleneksel kuramlar ülkeler arasındaki teknolojik veya faktör donanımları arasındaki farklılıkların ticaretin temel nedeni olduğunu, ticaretin bileşiminin de bunu yansıtacak şekilde ülkelerin görece olarak daha fazla sahip oldukları üretim faktörlerini içeren malları ihraç etmeleri gerektiğini savunmaktadır. Oysa, II. Dünya Savaşından sonra, B. Balassa, H. G. Grubel ve P. J. Lyold, tarafından yapılan uygulamalı araştırmalar, dış ticaretin mamul malların birbirleri ile değişimi yönünde geliştiğini göstermiştir. Yapılan hesaplamalara göre, sanayi ülkeleri arasındaki toplam ticaretin önemli bir kısmı bu şekildedir. Endüstri içi ticaret kuramı geleneksel kuramların dış ticaretin gelişimini açıklamadaki bu yetersizliğini gidermek amacı ile geliştirilmiştir.

Dünya ticaretinin yaklaşık dörtte biri, standart sınai tasnif sistemlerine göre aynı mal grubu içinde gerçekleşen iki yönlü mal mübadelesinden oluşmaktadır. Endüstri içi ticaret, dünya ticaretinin çoğunu oluşturan ilerlemiş sınai ülkeler arasında mamul mallar ticaretinde büyük bir rol oynamaktadır. Zaman içerisinde sınai ülkeler teknoloji düzeyleri sermayenin ve nitelikli emeğin bulunabilirliği açısından giderek artan bir şekilde

birbirlerine benzer hale gelmişlerdir. Dünya ticaretinin belli başlı ülkeleri teknoloji ve kaynaklar açısından benzer hale geldikleri için belirli bir endüstrinin içinde çok kere açık seçik bir karşılaştırmalı üstünlük bulunmamaktadır. Uluslararası ticaretin büyük bölümü, bu nedenle karşılaştırmalı üstünlüğün yol açtığı endüstriler arası ticaret (interindustry trade) şeklinde değil, ölçek ekonomilerinin neden olduğu endüstri içi ticaret (intraindustry trade) şeklinde gerçekleşmektedir [26].

1960'lardan itibaren değişimin endüstriler arasında olduğuna dair yaygın bir kanı oluşmuş, özellikle ölçeğe göre getiri ve mal farklılaştırılmasına dayalı sanayiler üzerinde durularak gelişmiş ülkeler arasındaki ticari ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır. Monopolü rekabette ülkelerin ürün farklılaştırması çabaları o malı homojen mal olmaktan çıkarmakta, aynı zamanda ölçek ekonomilerine bağlı olarak maliyet avantajı elde etmesine yardımcı olmakta, hem azalan maliyetle çalışma hem de esnekliği yüksek ama negatif eğimli talep eğrisine kavuşma olanağı sunmaktadır [27].

Endüstri içi ticaret karşılaştırmalı üstünlüğü yansıtmamaktadır. Ülkeler aynı genel sermaye-emek oranına sahip olsalar bile, firmalar farklılaştırılmış ürün üretmeyi sürdürecektir ve tüketicilerin ülke dışında üretilmiş ürünlere talebi endüstri içi ticareti meydana getirmeye devam edecektir. Her bir ülkeyi ürünlerin tam çeşidini kendi başına üretmekten alıkoyan ölçek ekonomileridir. Endüstri içi ticaret kuramına göre uluslararası ticaretin niteliği ülkelerin ne ölçüde benzer olduklarına bağlıdır. Sermaye-emek oranları birbirlerine çok benzeyen ülkeler arasında ölçek ekonomilerine bağlı olarak yoğun bir endüstri içi ticaret ilişkisi söz konusu olacaktır [26].

Endüstri içi ticaret bir ülkenin aynı endüstriye ait malları hem ihraç hem de ithal etmesi biçiminde tanımlanabilir. Endüstri içi ticaret ölçek ekonomilerinden ve mal farklılaştırılmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca taşıma giderleri ve çevre standartları da bu konuda etkili olmaktadır.

Endüstri içi ticaret uluslararası ticaretten, karşılaştırmalı üstünlükten sağlananları aşan ve üzerine çıkan ilave kazançlar üretmektedir. Çünkü, endüstri içi ticaret ülkelerin daha büyük piyasalardan yararlanmalarına izin vermektedir. Ülkeler endüstri içi ticaret yaparak, eş anlı olarak hem ürettiği ürünlerin sayısını azaltabilir hem de tüketicilerin erişebileceği mal çeşidini artırabilir. Daha az mal çeşidi üreterek ülkeler ürettikleri her bir malı daha yüksek üretkenli ve daha az maliyetlerle daha büyük ölçekte üretebilir. Aynı zamanda tüketiciler artan tercih yapma olanağından kazançlı çıkar [26].

Endüstri içi ticarete konu olan homojen malar genellikle ağır ve kaba hacimlidir ve ticaretin amacı taşıma giderlerinden tasarruf sağlamaktır. Homojen

mallarda endüstri içi ticaret, özellikle uzun bir coğrafi sınıra sahip ülkeler arasında görülür. Doğu batı yönünde çok uzun bir ortak sınıra sahip olan ABD ile Kanada arasındaki kereste alım satımı bunun en iyi örneğini oluşturur [12].

Ulusların ürettikleri malların homojen olması ve aynı zevkleri paylaştıkları varsayımlarının değiştirilmesi birbirleri ile yakın ikame olan malların uluslararası ticaretini açıklayabilmektedir. Örneğin bazı uluslar büyük tip bazı uluslar küçük tip otomobil üretirler. Böylece hem büyük hem de küçük tip arabaları tercih eden her ülkenin tüketicileri bunları talep etmektedir [28].

Sonuç olarak endüstri içi ticaret gelişmişlik düzeyi yüksek, gümrük duvarları aşağıya çekilmiş, iç pazarları geniş, kişi başına gelir seviyeleri yüksek ülkeler arasında yoğun bir şekilde yapılmaktadır. Endüstri içi ticaret neden ticaret yapıldığının yanıtını aramaktan daha çok mevcut ticaretin yapısı ve işleyişine yönelik bir analizdir [27].

III.4. Ölçek Ekonomileri (Scale Economies) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramları, dış ticarete konu olan malların sabit verim koşullar altında üretildiğini varsaymaktadır. Oysa ölçek ekonomileri göz önünde bulundurulduğunda bu durumun geçerli olmadığı anlaşılır. F. Graham ve G. C. Haufbauer, bu duruma dikkat çekmektedir.

Ölçek ekonomileri içsel ölçek ekonomileri (internal scale economies) ve dışsal ölçek ekonomileri (external scale economies) olmak üzere iki şekilde ele alınabilir [12].

İçsel ölçek ekonomileri, firmanın kendi üretim ölçeğinin artmasına bağlı olarak birim maliyetinin düşmesi durumunda söz konusu olmaktadır. Küçük firmalarda bazı makineler eksik kapasitede çalıştırılmakta bu da birim maliyeti yükseltmektedir. Üretim hacminin genişletilmesi optimum üretim ölçeğine ulaşılmasını sağlayarak maliyetlerde önemli bir düşüş sağlamaktadır. Ayrıca, üretin hacminin genişlemesi, işçilerin işi yaparak öğrenmelerine ve uzmanlık kazanmalarına neden olmaktadır. İşletmenin büyümesi yönetimde etkinliğin artırıcı bir rol oynamaktadır. Böylelikle mesleki yöneticiler kullanmak ve en gelişmiş yönetim bilgilerini işletmeye uygulamak olanağı doğmaktadır. Tüm bu firma içi etkiler maliyetlerin düşmesine neden olmaktadır.

Dışsal ölçek ekonomileri ise, firmanın bağlı olduğu endüstride üretim hacmi genişledikçe firmanın ortalama maliyetlerinde düşme olarak ortaya çıkmaktadır. Dışsal ekonomiler bir işletmenin sırf kendi üretim hacminden

değil, aynı zamanda onun bağlı olduğu endüstrinin bir bütün olarak genişlemesinden dolayı ortaya çıkan etkilerdir. Yeni kurulan endüstri dalı geliştikçe gereksinim duyulan hammadde, ara malı, nitelikli işgücü gibi faktörler daha kolay ve daha ucuz bir şekilde sağlanabilmektedir.

İçsel ve dışsal ölçek ekonomileri endüstrilerin yapıları açısından farklı şeyler ima etmektedir. Ölçek ekonomilerinin tamamen dışsal olduğu bir endüstri tipik bir şekilde bir çok küçük firmadan oluşacak ve rekabetçi olacaktır. Bunun aksine, içsel ölçek ekonomileri büyük firmalara küçük firmalar üzerinde bir maliyet üstünlüğü sağlayacak ve eksik rekabetçi piyasa yapısına yol açacaktır. Hem içsel ölçek ekonomileri hem de dışsal ölçek ekonomileri uluslararası ticaretin önemli nedenleri arasındadır. Ne var ki, ölçek ekonomilerinin dış ticaretteki rolü hakkında yapılan en son çalışmalar iki nedenden ötürü içsel ekonomiler üzerinde odaklanmıştır. Bu nedenlerden ilki, uygulamada içsel ölçek ekonomilerini teşhis etmenin dışsal ölçek ekonomilerine göre daha kolay olmasıdır. İkinci neden ise, içsel ölçek ekonomileri altında geliştirilmiş dış ticaret modellerinin dışsal ölçek ekonomilerine modellerine göre daha basit olmasındandır. [26].

Ölçek ekonomisi bütün girdilerde meydana gelen artışa bağlı olarak ortalama maliyetlerde meydana gelen düşme olarak tanımlanabilir. Bunun sermaye yoğun sektörlerde ortaya çıkma olasılığı daha yüksektir. Bu alanda ilk ortaya çıkan rekabet şartlarında piyasaya girişlerin sağladığı dışsal ekonomilerdir. Büyüyen bir firma bilginin ve teknolojinin firmalar arasında yayılmasına yol açmakta bu da firmalara maliyetlerine katlanmadıkları bilgi ve teknolojiyi girdi olarak kullanma ve maliyet düşüklüğü olanağı vermektedir.

Geniş bir iç pazara sahip olan ülkeler içsel ve dışsal ölçek ekonomilerinden yararlanarak üretimde azalan maliyetlerden yada diğer bir ifade ile ölçeğe göre artan getiriden yararlanarak düşük maliyetle üretmiş oldukları mallarda karşılaştırmalı üstünlükler elde ederek bunları diğer ülkelere ihraç etmektedirler. Üretimde iç pazar büyüklüğüne bağlı olarak ölçek ekonomilerinden yararlanma, bazı üretim sektörlerinde rekabetçi bir avantaj elde etmek için önemli bir faktör olmaktadır [24].

Ölçeğe göre artan getiri durumunda, ülkeler arasındaki farklılıktan kaynaklanan karşılaştırmalı üstünlük dış ticaretin tek nedeni olmaktan çıkmakta, ülkeler tercihleri, teknolojileri ve faktör donanımları aynı olsa bile ölçeğe göre artan getiri nedeni ile yine de dış ticaret yapmaktadırlar. Ülkelere özgü ölçek ekonomilerinin olduğu durumda, büyük ölçekte üretim yapmanın avantajı ülkelerin uzmanlaşmalarına ve birbirleri ile ticaret yapmalarına neden olmaktadır. Ülkelerin ölçek ekonomilerinden yararlanmak için

uzmanlaşmaları aynı zamanda benzer faktör yoğunluğuna sahip malların iki yönlü ticaretinin yapılmasını, (ülkeler arası endüstri içi ticareti) de açıklamaktadır [29].

Ölçek ekonomilerinin varlığında üretim hacmindeki artış malın fiyatında düşmeye neden olmaktadır. Sermayenin getirisinin yükselmesi sermaye yoğun malın göreceli fiyatında artışa neden olmaktadır. O zaman üretimin ardarda gerçekleşmesinin söz konusu malın fiyatının düşmesi veya artmasına bir etkisinin olup olmadığını bilmek zordur. Öyle ise Stolper-Samuelson kuramının doğal sonuçlarından biri hiç de güvenilir değildir. Bir malın nispi fiyatının düşüşü bu malın geliştirilmesinde yoğun olarak kullanılan faktörün reel getirisinin yükselişi ile aynı zamanda gerçekleşebilir. Bu durum klasik etkileri telafi etmek için önemli olan ölçek ekonomilerinin varlığında geçerlidir. Farklı etkilerin numaralandırılmasını giderek gerekli kılan a priori olarak tanımlanmamış ithal malının fiyatının değişimidir. Ayrıca bir malın yoğun olarak kullanılan bir faktörün fiyatının değişiminin yönünün basit bir karşılaştırılması Stolper-Samuelson kuramına bağlı bir açıklamanın yetersizliğini ispat etmeye yetmez. Çünkü bu, ölçek ekonomilerinin etkileri tarafından gizlenmiş olabilir. Bundan dolayı ölçek ekonomileri potansiyelini en çok barındıran sektörler nitelikli emeği daha çok kullanan sektörlerdir. Aynı zamanda pazar hakimiyeti ve malların farklılaştırılması gibi diğer olaylarda analizi zorlaştırabilir.

Ölçek ekonomileri sayesinde firmalar önemli bir maliyet avantajı elde etmektedir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, büyük firmalar fiyatların veri kabul edildiği tam rekabetçi piyasa yapısı yerini eksik rekabet piyasalarına bırakır. Eksik rekabet piyasalarında ise, her firma kendi üretimi üzerinde kısmen monopolcü güce sahiptir. Firmalar iç piyasada tüketicilerin satın alacakları çok sayıdaki maldan az miktarda üretmek yerine, ölçek ekonomisine sahip birkaç endüstri üzerinde uzmanlaşmaya giderler ve ihtiyacı olan malları da dışardan ithal ederler. Ölçek ekonomileri maliyetleri düşürerek, üretim ve zevkler yönünden birbirine benzer ülkeler arasında bile karlı ticaret yapma olanağı sağlar [12].

Ölçek ekonomileri kuramı dış ticareti, ölçek ekonomileri sayesinde yaratılan karşılaştırmalı üstünlüklerdeki farklılığa dayandırmaktadır. Ölçek ekonomileri kuramına göre, geniş bir ülke yüksek satın alma gücü ile desteklenmek koşulu ile üreticiler için geniş bir iç pazar güvencesi sağlamaktadır. Geniş bir iç pazarın varlığı ise ülke ve uluslararası pazarlara yönelik işletmelerin ölçeğe göre artan getiri sağlayacak boyutta kurulması olanağını vermektedir. Böylelikle ülke, uluslararası pazarlarda söz konusu ürünlerde ölçekten kaynaklanan bir maliyet üstünlüğü sağlamış olur. Küçük bir ülke ise, ölçek ekonomilerinden yararlanmayı ancak ihracat sanayileri için düşünebilir. Ancak, dış pazarların

çeşitli nedenlerle iç pazarın verdiği güvenceyi ve istikrarı sağlayamayacağı varsayılırsa, bu ülke üreticilerinin işletmelerini daha küçük ölçekte kuracakları söylenebilir. Dolayısıyla küçük ülke üreticileri dünya pazarlarında ölçeğe göre artan getirinin sağlayacağı üstünlüklerden yoksun kalacaklardır [30].

III.5. Tercihlerde Benzerlik (Similarity in Preferences) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramları yaptıkları analizlerde zevk ve tercihlerin değişmediğini varsaymakta, toplumsal farksızlık eğrilerinin, aynı zevkleri yansıttığı kabul etmektedir. Dolayısıyla, dış ticarete konu olan malların ticaretinde zevk ve tercihlerde meydana gelen değişimler nedeniyle ani bir değişme söz konusu olmamaktadır.

Oysa, uluslararası zevk ve gelir farklılıkları dış ticarete önemli bir yer tutmaktadır. Zevk ve tercihler bazen ulusal sınırları aşarak ülke dışındaki bir talebin doğmasına yol açabilmektedir. ABD vatandaşları, Kaliforniya şarapları yerine Fransız ve İtalyan şaraplarını içmeyi tercih edebilirler. Bu ülke insanları küçük Avrupa otomobillerini tercih ederken, Avrupalılar büyük Amerikan otomobillerine binmekten zevk duyabilir. Uluslararası ticarete konu olan mallara ait tüketici zevkleri, talep üzerinde önemli bir etki yaratabilmektedir [17].

Ekonomik gelişme ile birlikte toplumun zevk ve tercihlerinde büyük değişiklikler meydana gelmektedir. Özellikle dış ticaret, toplumsal zevk ve tercihlerde değişiklik yaratmakta, talep kalıpları değişmektedir. Dış ticarete açılan ülkeler, daha önce hiç karşılaşmadıkları mallar ile yüz yüze gelmekte ve bunları tanımaya ve tüketmeye başlamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde gösteriş amacıyla tüketim (demonstration effect), dış ticaret yolu ile modern tüketim kalıplarının bu ülkelerde hızla yayılmasına yol açmaktadır. Ülkeler, çağın modern iletişim olanakları sayesinde birbirlerinde üretilen ve tüketilen mallar konusunda çok kısa sürede bilgi sahibi olabilmekte ve böylece o zamana kadar duyulmayan bilinmeyen yeni yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır [17].

İsveçli iktisatçı Staffan Burenstam Linder tarafından öne sürülen tercihlerde benzerlik kuramı sanayi ürünleri ticaretine uygulanabilmekte olup, homojen bir nitelik taşımayan ürünlerin ticaretinin üretim maliyetinden daha çok ülkeler arasındaki zevk ve tercihlerin benzerliğine bağlı olduğunu vurgulamaktadır. Ülkedeki firmalar halkın en çok talep ettiği ve piyasası geniş olan mal ve hizmetleri üreteceklerdir. Bu mal ve hizmetler aynı zamanda yurtdışına ihraç edilmektedir. Bu malların ihraç

edilebileceği en uygun ülkeler, ülke halkının tercihlerinin benzer olduğu diğer ülkelerdir.

Linder'e göre, bir ülke kendi sınırları içinde yaşayan çoğunluğun talep ettiği ürünleri öncelikle üretmekte ve dolayısıyla bunları ihraç etmektedir. Buna karşılık kendi sınırları içerisinde çok zengin ya da çok fakir olan azınlıktaki halkın talebi için gerekli malları ithal etmektedir. Böylece talep yapıları birbirine benzeyen ülkeler daha çok dış ticaret yapmaktadır. Lindere göre bu tür dış ticaretin nedeni sarkan taleplerdir. Benzer talep düzeylerine sahip ülkeler birbirleri ile daha çok ticaret yapacaklardır [28].

Bu kurama göre, her mal öncelikle yurtiçi tüketim için üretilmektedir. Yurtiçinde talebi olmayan bir malın sadece ihracat amacıyla üretilmeyeceği belirtilir. Yurtiçi üretim iç talebe bağlı olarak yapılmaktadır. Ülkede azınlığın zevk ve tercihlerine göre üretilmesi ekonomik olmayan mallar ise, çoğunluk tercihine benzeyen başka ülkelerden yapılan ithalat ile karşılanır. Görüldüğü gibi bu model büyük ölçüde talep faktörüne ağırlık vererek sanayi ürünleri ticaretini açıklamaktadır. Nispî faktör yoğunlukları birbirine benzeyen sanayileşmiş ülkeler arası ticaretin büyük bölümü talep farklılıkları ile açıklanmaktadır. Oysa faktör oranları kuramına göre ticaret faktör yoğunlukları ve ekonomik yapıları temelde farklı ülkeler arasında yapılmak zorundadır. Bu açıdan bu kuram uluslararası iktisat teorisine önemli katkılar sağlamıştır [21].

Linder ülkeler arasında gelir dağılımı ve kişi başına gelir seviyesi farkı ne kadar az olursa dış ticaretin o kadar çok olacağını belirtmektedir. Günümüzde sanayi ürünleri arasındaki ticaretin büyük bölümü nispi faktör yoğunlukları birbirine benzeyen ülkeler arasında yapılmaktadır. Dünya düzeyinde ticaretin büyük ölçüde sanayileşmiş ülkeler arasında yapılması bu kuramı desteklemektedir.

III.6. Teknoloji Açığı (Technological Gap) Kuramı

Teknolojik gelişme, belli miktarda maldan daha fazla elde etmeye yönelik üretim tekniklerindeki değişim şeklinde tanımlanabilir. Teknolojik gelişme mutlaka üretim fonksiyonlarında değişiklik gerektirir ve ülkenin karşılaştırmalı üstünlük durumunu etkiler. Teknolojik gelişme faktör kullanım oranlarına etki ederek faktör miktarlarının değişmesinde olduğu gibi benzer etkiler yaratır [17].

Geleneksel dış ticaret kuramları bütün ülkelerin aynı üretim teknolojisine serbestçe ulaşabildikleri ve bunları kullanmalarında bir engel bulunmadığı varsayımına dayanmaktadır. Bazı endüstriler, ülkeler arası

aynı teknoloji varsayımına uygun olabilirler. Ama, büyük bir endüstri grubu için bu varsayım gerçekçi değildir. Çoğu firmalar teknolojiyi genellikle "ticari sır" olarak gizli tutarlar [12].

M.V. Posner, geleneksel dış ticaret kuramlarının üretim fonksiyonlarının tüm ülkelerde özdeş olduğuna ilişkin varsayımını eleştirmekte ve teknik bilgilerin sanıldığı gibi bütün ülkelerin kolayca erişebileceği ve kullanabileceği bir meta olmadığını vurgulamaktadır. Posner'e göre ülkeler arasında faktör donanımı bakımından hiçbir farklılık bulunmasa bile dış ticaret yapılabilir. Çünkü bir ülkede olan teknik bilgi diğer ülkede yoktur. Bu nedenle çoğunlukla buluşlar, o buluşu gerçekleştiren firmanın bir süre için tekelci konuma sahip olmasına yol açar. Diğer ülkelerdeki firmaların o teknik bilgiyi edinip aynı malı üretmeleri öğrenme sürecinden geçmelerine bağlıdır [1].

Posner tarafından öne sürülen teknoloji açığı kuramı yönetim tekniklerinde üretim sürecinde veya ürünlerde değişik ülkelerde farklı hızlarda meydana gelen teknolojik yeniliklere dayanmaktadır. Teknolojik yenilik üretimde farklılık yaratmakta yeniliğin meydana geldiği malda o ülke önemli bir karşılaştırmalı üstünlük elde etmektedir. Teknolojik yenilik diğer ülkelere taklit edilmeden önce üretilen mallar bu yeniliği sahip olmayan ülkelere ihraç edilmektedir. Özellikle bir sanayi malı gelişmiş ülkelerde teknolojik birikimden yararlanılarak üretilmekte ve diğer ülkelere ihraç edilmektedir. İhracat diğer ülkelerin bu teknolojiyi öğrenmelerine dek devam edecektir. Teknolojik gelişim araştırma ve geliştirme harcamalarına ağırlık veren ülkelerde ortaya çıkmaktadır. Araştırma ve geliştirme harcamaları sonucunda yeni ürün geliştiren firmalar patent ve fikir hakları yasalarıyla bu haklarını koruyarak o ürünün monopolcüsü olmaktadır. Geçici de olsa o malın üretiminde karşılaştırmalı üstünlük elde etmektedir [17]. Teknolojinin taklit edilmesi ile zaman içerisinde diğer ülkelerinde o malı üretmeleri ile üstünlüğünü kaybetmektedir. Ancak bu süreç, süreklilik taşımaktadır [31].

Günümüzde bilimsel araştırmalar giderek daha da yoğunlaşmış, sürekli yeni malların bulunması ve piyasaya sürülmesi söz konusu olmuştur. Bu açıdan teknoloji açığına dayanan uluslararası ticaret, değişik yeni mallar yönünden devamlılığını korumaktadır. Teknolojik açık yönünden bir ülkenin uluslararası ticaretteki dinamizmi bir yandan yeni malları dış pazara sunma hızına, diğer yandan yabancı buluşları kendi ülkesinde uygulayabilme hızına bağlıdır. Bu kurama göre, yeni malların teknolojisini kendi ekonomisinde hızla uygulayabilen ve devamlı olarak dış pazarlara yeni mallar sürebilen ülkeler dış ticarette dinamizm kazanacaktır [30].

Teknoloji açığı kuramına göre, sanayileşmiş ülkeler arasındaki ticaretin büyük bir bölümü yeni mal ve

üretim sürecine dayalıdır. Bunlar çoğunluğu ileri sanayileşmiş ülkelerde kurulu bulunan yenilikçi firmalar tarafından geliştirilirler. Yenilikler, patent ve fikri mülkiyet hakları ile korunur. Yeniliği ilk kez bulan firma onun monopolcüsü olur. Bu kurama göre, yeni bir mal veya üretim sürecini bulan sanayileşmiş ülkeler, bu malların ilk ihracatçısı olurlar. Ancak zamanla teknoloji taklit yolu ile, ya da serbest bir mal durumuna gelerek diğer ülkelerin eline geçtikten sonra, o ülkeler emeğin ucuzluğu veya doğal kaynak üstünlükleri nedeniyle söz konusu malı ilk icat edenden daha ucuza üretirler. Böylece, söz konusu mallar daha az gelişmiş durumdaki bu ülkeler tarafından ihraç edilmeye başlanır. Malı ilk icat eden ülkeler bu ülkelerle rekabet edemedikleri için onu şimdi dışardan ithal ederler. Uygulamaya bakıldığında çoğu üretim teknolojisinin ileri sanayi ülkelerinde geliştirildiği ve kısa bir gecikmeden sonra kitlesel üretime az gelişmiş ülkelerde geçildiği görülmektedir. Bunun en tipik örneği dokumacılık ürünleridir. Bir zamanlar İngiltere dünyanın en büyük tekstil ihracatçısı iken, az gelişmiş ülkelerin tekstil üretimine başlamaları ile bu ürünleri dışardan ithal etmeye başlamıştır. Tekstil örneğine ek olarak, elektronik eşya, kimya, demir çelik gibi daha pek çok alanda bunun uygulamaları vardır [12].

III.7. Ürün Dönemleri (Product Cycle) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramları dünya ticaretinin yapısını açıklamada yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizlik özellikle sanayi ürünlerinin uluslararası ticaretini açıklamada kendini göstermektedir. 1970'li yıllardan sonra ivme kazanan kimi az gelişmiş ülkelerin dünya pazarlarına yönelik sanayi ürünleri ihracatı standart kuramlar çerçevesinde açıklanamamıştır. Geleneksel yaklaşımların bu konudaki yetersizlikleri iktisatçıları yeni arayışlara itmiştir. Bu arayışlardan en önemlilerinden biri ise, ürün dönemleri kuramıdır [30].

Raymond Vernon tarafından geliştirilen bu kuram esas olarak teknoloji açığı kuramına dayanmaktadır. Vernon, bir mamulün üretiminde kullanılan çeşitli girdilerin ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüklerin farklı olduğunu dolayısıyla malın karşılaştırmalı üstünlüğünün de mamulün yaşam dönemi boyunca girdilerdeki değişmeye paralel olarak değişebileceğini belirtmektedir [17].

Ürün devreleri kuramı, yeni bir ürünün bulunuşundan başlayarak standart bir ürün aşamasına gelinceye kadar birkaç devreden geçtiğini ve her devrede ayrı özellikler ortaya koyduğunu belirtmektedir. Söz konusu ürünün uluslararası ticaretteki konumu da her devrede değişik olmaktadır [1].

Vernon, bir malın ürün döneminin beş aşamadan meydana geldiğini belirtmiştir. Kurama göre, yeni malın üretimi önce ufak çapta yapılır. Üretim sürdürüldükçe üretime ilişkin sorunlar çözümlenir ve ürün geliştirilir.

İlk aşamada, mamul mal yurtiçi pazara tanıtılmaktadır. Ürün teknolojisi ve biçimi denenmektedir. Üretim ihracata değil, iç piyasa talebini karşılamaya yöneliktir. Ayrıca başlangıçta üretimin tüketiciye yakın yerde gerçekleştirilmesi gerekir. Çünkü malın geliştirilmesinde destek sağlayan onlardır. Burada, yalnızca yurtiçi firmalar yeni teknolojiye sahip olduklarından, üretim yeniliği bulan firmanın ülkesinde yapılır. Bu aşamada araştırma ve geliştirme masrafları yüksektir. Bunun sonucunda ilgili malın üretimi, yeni bir teknolojik gelişme ile başlar. Belirsizlik ve nispi olarak yurtiçi piyasanın küçüklüğü nedeni ile kitlesel üretime geçilemez. Bu nedenden dolayı, ilk aşamada daha sonraki aşamalara göre sermaye ve işgücü oranı da düşüktür.

İkinci aşamada, ürün hemen hemen tam olarak olgunlaşır. Bu aşamada yurtiçinde tanıtılan ve başarılı bir şekilde satışı yapılan yeni mamul malın üretim hızlandırılır. Satışlar önce iç piyasaya yöneliktir, sonra ihracata başlanır. Böylece malın iç tüketimi ve iç üretimi artar. Fakat dışarıda gelişen bir talep de bulunduğu için üretimdeki artış hızı çok daha yüksektir. Bu aşamada ürün kitlesel üretime hazır duruma gelmiştir. Ürünün ve üretim sürecinin teknik özellikleri yaygınlık kazanmış, aynı ürünü pazarlayan firmaların sayısı artmıştır.

Üçüncü aşamada, üretim teknolojisi yaygınlaşmış ve standartlaşmıştır. Üretim süreci basitleşmiş, birbirini izleyen parçalara ayrılmıştır. Yenilikçi firma içte ve dışta teknoloji lisansı vermeyi karlı bulmaya başlamıştır.

Dördüncü aşamada, standart üretimin maliyetini düşürmek için üretim, üretim maliyetlerinin düşük olduğu ülkelere kaydırılır. Malı lisansını alan düşük maliyetli yeni üreticilerin ihracat piyasalarını ele geçirmeleri ile yenilikçi ülkenin ihracat hızı kesilir.

Beşinci aşamada, yenilikçi ülkenin iç piyasası yerli üretim yerine ithalatla karşılanmaya başlanır. Artık teknoloji dünya ülkelerinin tümüne yayılmıştır. Yenilikçi ülkenin kendi iç piyasasında tamamen devre dışı bırakılması ile ürün dönemleri tamamlanmış olur [12].

Yenilikçi ülkenin üretime başlamasıyla onu izleyen diğer ülkelerin üretime geçmesi arasındaki zaman aralığı çözümlenmesi teknoloji açığı kuramında olduğu gibidir. Genel olarak bu zaman aralığı, ölçek ekonomilerine, gümrük tarifelerine, ulaşım maliyetlerine, yerel pazarların genişliğine ve ürün talebinin gelir esnekliğine bağlı olarak değişmektedir [30].

Bu kurama göre teknolojik gelişmeler var olan mamullerin yeni üretim metotları yanında yeni mamuller ya da eski mamullerin geliştirilmesi sonucunu doğurmaktadır. Teknolojik gelişmeler büyük araştırma ve geliştirme masrafları gerektirmesi nedeniyle yeni ürün ilk olarak gelir seviyesi yüksek olan ülkeler tarafından üretilmektedir. Ürün zamanla olgunlaşmakta ve diğer ülkelere yayılmaktadır. Yeni mamul standart olunca bu üretim geliştirmekte olan düşük ücretli ülkelere kaymaktadır. Bu bağlamda, teknoloji aşığı ile ürün dönemleri kuramları Hecksher-Ohlin kuramının teknolojik gelişme modeline uygulanmış bir biçimi olarak düşünülebilir [28].

Ürün dönemleri kuramına klasik örnek, ABD ve Japon radyo üreticilerinin II. Dünya Savaşı sonrasındaki üretim ilişkileridir. Savaşın hemen sonra ABD firmaları vakum tüplü radyo üreterek uluslararası pazara girmişlerdir. Birkaç yıl sonra Japon radyo üreticileri ABD teknolojisini kopya ederek ve daha ucuz işgücü kullanarak dünya piyasalarına egemen olmuştur. ABD, transistor teknolojisini geliştirerek yeniden dünya pazarını ele geçirmiş fakat Japonya yine birkaç yıl sonra bu teknolojiyi de taklit ederek ABD'nin pazar egemenliğini kırmıştır [17].

Bu kurama göre, ürün gelişmiş bir ülkede doğmakta zaman içerisinde düşük emek maliyeti nedeni ile az gelişmiş ülkelere doğru yönelmektedir. Günümüzde bazı sanayi ürünlerinde gözlemlenen bu duruma "sanayinin uluslar arası yeniden dağılımı" denilmektedir. Sanayinin gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere doğru yeniden dağılımı sürecinde belirleyici rolü de çok uluslu şirketler üstlenmektedir. İşte bu nokta da ürünü dünya pazarlarına sunan çokuluslu şirketlerin dünya ölçeğindeki stratejileri belirleyici olmaktadır. Çokuluslu şirketler standartlaşma aşamasındaki bir ürün söz konusu olduğunda, düşük ücretlerden kaynaklanan bir üstünlük sağlayabilmek için üretimi dünya ölçeğinde yeniden yerleştirmekte ve bu amaçla genellikle az gelişmiş ülkeleri seçmektedirler. Böylece üretim çokuluslu şirketler aracılığıyla az gelişmiş ülkelere doğru kaymaktadır [32].

Ürün dönemleri kuramının uluslararası ticaretin yapısını açıklamakta getirdiği önemli bir yenilik, analiz birimi olarak ayrı ayrı ülkelerin değil, çokuluslu şirketlerin ağırlık kazanmış olmasıdır. Uluslararası ticaret, çokuluslu şirketlerin dünya ölçeğindeki genel karar stratejileri çerçevesinde açıklanmaya çalışılmaktadır [30].

III.8. Ürün Farklılaştırması (Product Differentiation) Kuramı

Geleneksel dış ticaret kuramlarında tam rekabet varsayımının bir sonucu olarak uluslararası ticarete konu olan malların homojen olduğu kabul edilmektedir. Mallar

homojen ise, aynı mal hem ihraç hem de ithal edilemeyecektir. Gerçek yaşamda ise, sanayi mallarının büyük çoğunluğu homojenlik varsayımına uymamaktadır. Bazen kalite yönünden bir firmanın ürettiği mal diğerlerinden hiç farklı olmasa da sırf tüketicinin kafasında o malın ayrıcalıklı olduğu konusunda bir inanç bulunabilir. Bu da ürün farklılaştırması için yeterlidir. Sanayi malları üzerindeki ticareti anlayabilmek için mal farklılaştırılması ve onun doğurduğu endüstri içi ticareti göz önüne almak gerekmektedir.

Ürün farklılaştırması ve ölçeğe göre artan getiri varsayımı altında dış ticaret modeli ilk kez P. R. Krugman ve K. J. Lancaster tarafından geliştirilmiştir. Ürün farklılaşması varsayımı altında bir firma tarafından üretilen mal, var olan firmaların ürettiği veya piyasaya yeni girecek olan potansiyel rakiplerin üreteceği malların tam ikamesi olmamaktadır. Bu durum, firmalara monopolcü bir güç sağlamakta ve her firma negatif eğimli talep eğrisine sahip tekeli bir firma gibi davranmaktadır. Ürün çeşidinin ve firma sayısının çok olması ise, firmalar arasındaki oligopolistik etkileşimi engellemektedir [29].

Ürün farklılaştırılması ölçek ekonomileri, endüstri içi ticaret ve monopollü rekabet kuramları ile yakından ilgilidir.

Ürün farklılaşması eğer ölçeğe göre azalan maliyetler ile birlikte söz konusu ise, endüstri içi ticareti açıklamak daha da kolaylaşır. Ölçeğe göre artan getirilere üretimin oldukça düşük seviyelerinde ulaşılır. Bu nedenle her sanayi dalında ürün farklılaştırmasına gidilmekte ve her üretici aynı malı değişik şekillerde üretmektedir. Ayrıca dünya uluslarının da farklı zevk ve tercihleri vardır. Dolayısıyla tüketiciler, piyasada mümkün olduğunca farklı malların olmasını arzu ederler. Mallar temelde aynı gereksinimi karşılıyor olsa bile, aralarında çeşitlilik vardır. Bu koşullar altında her ülke farklı zevkleri karşılayacak nitelikte mal üretmeye başlamakta ve belli bir alanda uzmanlaşmaya gidilmektedir. Böylece endüstriler arası ticaret farklı ülkelerde yaşayan kişilerin değişik zevklerini tatmin edebilmektedir. Böylelikle farklı malların ticareti sonucunda ticaretten iki farklı kazanç doğmaktadır. Öncelikle tüketiciler dış ticaret yolu ile daha çok ve farklı tüketim malı alma imkanına kavuşmaktadır. İkinci olarak, birim maliyetler ve dolayısıyla fiyatlar artan getiriler nedeniyle düşmektedir [17].

Ürün farklılaştırılması ve ölçeğe göre getirinin olduğu durumda, farklılaşmış ürünlere olan talebin karşılanabilmesi için bir malın her çeşidinin üretilmesi maliyet dezavantajı nedeni ile mümkün olmayacağından üreticiler belirli malların üretiminde uzmanlaşacaklardır. Dolayısıyla, bir ülkede üretilen mal çeşidinin sayısı üretimde ölçek ekonomilerinin olması nedeniyle sınırlı olacaktır. Her bir firmanın malın yalnızca tek bir çeşidini

üretmesi her bir çeşidin tek bir ülkede üretilmesine yol açacaktır. Her bir ürün çeşidine talep olması ise, iki ülke arasında endüstri içi ticaret yapılmasını sağlamaktadır. Ülkeler arasında ölçeğe göre artan getiriden kaynaklanan farklılaştırılmış malın endüstri içi ticarete konu olması, ülkelerin göreceli büyüklüğünü ticaretin önemli bir belirleyicisi haline getirmiştir. Ticaret konusu homojen malın ölçeğe göre sabit getiri altında üretildiği geleneksel dış ticaret kuramlarında, ülkelerin göreceli büyüklüğünün ülkelerin faktör bileşimleri arasındaki farklılığa etkisi dışında dış ticaretin hacmi üzerinde bağımsız bir etkisi yoktur [29].

Çok uluslu şirketlerin uluslararası şirket haline dönüşmesi, üretim girdilerini ülkeler arasındaki faktör maliyetine bağlı olarak yaymakta ve geniş bir üretim ağı oluşturmaktadır. Aynı ürünü oluşturacak girdiler farklı ülkelerde üretilmektedir. Bu durum, dikey uzmanlaşmaya yol açmaktadır. Aynı isimle üretiliyor olsalar bile gerçekte farklı mal olmaları ve farklı talep eğrilerine sahip olmaları nedeniyle sanayi ürünlerinde bir yatay uzmanlaşma da yaşanmaktadır. Kalite ve kullanım özellikleri göz önünde bulundurulduğu zaman, malın fonksiyonel adı ile değil, firma adı ile talep edilmesi, malların aynı mal olmadıklarını ortaya koymaktadır [27].

Dış ticaret tüm firmalar için tüketicilerin sayısını artırmaktadır. Çünkü her ülkede firmalar halk tarafından en çok tercih edilen bir çeşit üzerinde uzmanlaşır. Azınlık tercihlerini karşılamak için ülke içinde yapılacak ufak ölçekli üretim çok yüksek bir maliyete yol açmaktadır. Bu nedenle, azınlığın tercihleri, çoğunluk tercihleri bunlarla benzer olan başka ülkelerden yapılacak ithalatla karşılanır. Böylece, tüketiciler, tüm dünya ülkelerindeki firmaların ürettikleri mal çeşitlerine ulaşma olanağı elde eder. Firmalarda az sayıda birkaç çeşit üzerinde uzmanlaşarak bu alanda ölçek ekonomilerinden yararlanır. Ölçek ekonomileri farklılaştırılmış mallar üzerinden yapılan endüstri içi ticaretin açıklanmasında da önemli rol oynar. [12].

III.9. Rekabetçi Üstünlükler (Competitive Advantage) Kuramı

Rekabetçi Üstünlükler Kuramı Micheal E. Porter tarafından geliştirilmiştir. Bu kuramın en önemli yanı, çok uluslu bir firmanın uluslararası başarı elde edebilmesi için gerekli koşulları ele almasıdır. Porter'e göre, gerçekte mal ve hizmet piyasalarında birbirleri ile rekabet edenler tek tek ülke ya da uluslar değil, firmalardır. Gerçi ülkeler açısından, o ülkenin firma ve sektörlerinin uluslararası rekabet gücü, üretimde uzmanlaşma, istihdam ve dış ticaret dengesinin sağlanması açısından çok önemli olmakla birlikte, asıl üzerinde durulması gereken konu firmalar açısından uluslararası rekabet gücünün

belirlenmesidir. Uluslararası rekabet gücü, Ricardo'dan itibaren bilinen karşılaştırmalı üstünlüklerden farklı bir kavramdır. Karşılaştırmalı üstünlükler kuramına göre, bir ülke bütün mallarda veya sektörlerde yabancı rakipleri karşısında mutlak maliyet dezavantajına sahip olsa bile, mutlaka bunların bazılarında göreceli maliyet avantajına sahip olacak, ihracat yapabileceği bazı mal veya sektörler mevcut olabilecektir. Oysa uluslararası rekabet gücü bulunmayan firma ya da sektörler uzun dönemde er ya da geç dünya piyasasından silineceklerdir [33].

Bu kurama göre, ülkelerin veya hükümetlerin birbirleri ile rekabet halinde oldukları konu ürünlerin fiyatı ya da kalitesi değildir. Uluslar daha çok birbirleri ile mal, hizmet ve sermaye ticareti bakımından giderek daha fazla bütünselleşen bir dünya ekonomisi içerisinde, ülkelerini çok uluslu şirketler için daha çekici hale getirmeye çalışarak rekabet etmektedirler. Bu bağlamda hükümetlerin belirlediği dış ticaret politikası, ucuz işgücü gibi geçici rekabet üstünlükleri sağlayan etkiler değil de sağlam ve yaygın bir iletişim ve ulaşım ağı oluşturmak düşüncesi üzerine oturtulmalıdır. Yerli bir firmanın gerek yurt içi gerekse yurt dışı piyasalarda uluslararası rekabet gücüne sahip olması demek rakip firmalara kıyasla, ürün fiyatı, ürün kalitesi, teslimde dakiklık ve satış sonrası servis gibi fiyat dışı unsurlar açısından diğer firmalara üstün olması demektir. Uluslararası rekabet gücü bu şekilde tanımlandıncı, rekabet unsurları bakımından, fiyat rekabeti ve fiyat dışı rekabet olmak üzere iki tür uluslararası rekabet gücünden söz edilir [34].

Özellikle kalite ile yakından ilgili olan fiyat dışı rekabet kavramı uluslararası rekabet gücünü esnek üretim sistemi ile ilişkilendirmektedir. Günümüzde, dünya pazarında esnekliğin söz konusu olmadığı Taylorist iş örgütlenmesinin geçerli olduğu Fordist üretim teknolojisi ile üretim yapmak giderek zorlaşmıştır. Üretimde mikroelektronik teknolojinin uygulamaya geçirilmesi ile birlikte yepyeni bir üretim sistemi ortaya çıkmıştır. Bu açıdan, Postfordist üretim sisteminde, üretim faktörlerinin tam istihdamına yönelik olarak kapasite kullanım oranını olabildiğince artırmaya gerek kalmamakta, böylelikle işçiler üzerindeki baskı hafiflediğinden emeğin verimliliği daha da artmaktadır. Üretim miktarı yüksek olduğu ölçüde birim maliyetlerin düşük olması anlamındaki ölçek ekonomilerinin (economies of scale) önemini geri plana atacak şekilde küçük ölçekli işletmelerde uluslararası rekabette başarılı olabilmektedir. Aynı veya benzer girdilerin kullanılacağı birden fazla ürün modeli, tüketici tercihleri ile ilgili olarak gelen talep tahminleri doğrultusunda fabrika içinde çok küçük değişikliklerle çok az zaman kaybı ile üretilmektedir. Verimliliği artan emeğe daha fazla ücret ödenebilmekte hammadde, ara mal ve nihai mal ürünler için stoklama gereği azaldığında maliyet avantajı sağlamaktadır. Esnek üretim sistemi ölçek ekonomilerini değil, kapsam ekonomilerini (economies of scope) ön plana çıkarmaktadır [34].

Kapsam ekonomilerinin ön plana çıkması, günümüzde pek çok firmanın neden hem diğer firmaların ürünlerine kıyasla hem de firma içinde ürün farklılaştırmasına gittiğini ve rakip firmalarla fiyattan çok kalite rekabetine girdiğini açıklamaktadır. Çünkü kapsam ekonomileri sayesinde aynı tesiste iki ayrı ürünün ya da bir ürünün birden fazla modelinin üretim teknolojisinin esnek olması sayesinde benzer girdilerin kullanımı ile, farklı tesislerde ayrı ayrı yapılacak olan üretimlerden daha düşük maliyetle üretilebilmesini olanaklı kılmaktadır. Esnek üretim sistemi bir yandan üretim maliyetini düşürürken diğer yandan kalitenin artmasını sağlamaktadır.

III.10. Diğer Kuramlar

Yukarıda belirtilen kuramlara ek olarak uluslararası ticaretin açıklanmasında değişik bazı görüşlerde vardır

Hla Myint tarafından ortaya atılan kanal teorisine göre, eski sömürgelerin ticarete açılmaları dikkate alınırca ticaretin Heckscher-Ohlin kuramına dayanmadığı görülür. Çünkü eski sömürgelerde kullanılmayan bir çok kaynak ticaretin başlaması ile üretime katılmaya başlamaktadır. Atıl kaynakların üretime katılması, üretimin yapısını etkilememektedir. Uluslararası ticaret kullanılmayan kaynaklar için bir kanal vazifesi görmektedir [28]. H. Myint'in bu kuramı, 19. yüzyıldaki bazı sömürgelerin dış ticarete açıldıktan sonraki ekonomik yapılarını çözümlemeye kullanılmıştır. Gerçekten de bu sömürgeler dış ticarete açıldıktan sonra el emeğine dayalı ilkel sanayi ürünleri yabancı malların rekabeti karşısında giderek sönmüş, ekonomiler sadece tarımsal ürün, hammadde üretimi ve ihracatında uzmanlaşmışlardır [30].

Taşıma giderleri dış ticarete fiyatları etkileyen bir faktör olarak bazı endüstrilerin kuruluş yerlerinin seçiminde belirleyici bir rol oynayabilir. Kuruluş yerleri hem standart hem de yeni mamullerde üç temel esasa dayanmaktadır. Bunlar; kaynaklara yakınlık, pazarlara yakınlık ya da ne kaynak ne de pazarlara yakınlık dikkate alınmadan tarafsız bir şekilde kuruluş yeri seçimidir. Bazı sanayilerde girdiler tamamlanmış mallardan daha ağırdır. Bu sanayilerin üretimleri ağırlık kaybeder. Bu nedenle ağırlık kaybeden sanayiler girdilerin bulunduğu yerde kurulur. Bazı sanayilerde ise, tamamlanmış malın taşıma maliyeti girdilerin taşıma maliyetinden yüksektir. Bu nedenle ağırlık kazanan sanayiler pazara yakın kurulurlar. Tarafsız kuruluş yerine sahip sanayilerde üretim son derece değerlidir ve bu yüzden ulaşım maliyeti toplam maliyet içinde son derece küçük bir paya sahiptir Bu nedenle tarafsız kuruluş yerine sahip sanayiler girdilere yakın yerlerde kurulabileceği gibi pazara yakın da kurulabilir [28].

Gunnar Myrdal'ın ulusal otarşik ekonomi kuramına göre, ülkeler ekonomilerinin kendi kendilerine yeterliliğini sağlamak için, dış ticareti tamamen kontrol etmek istemektedirler. Bu nedenle mal akımından sermaye ve işgücü akımına kadar kontrol söz konusudur. Dış ticarete piyasa mekanizması işlememekte, gelişmiş ülke ile az gelişmiş ülke arasındaki bir ticaret gelişmiş ülkenin daha da gelişmesine az gelişmiş ülkenin ise geri kalmasına yol açmaktadır [1].

G.C. Hufbauer'in telafi yaklaşımına (compensation approach) göre, bir ülkenin ithalatını teşkil eden malların ihracatını teşkil eden malların tam tersinin olduğu ileri sürülmektedir. Bu yaklaşım Ricardo, Heckscher-Ohlin ve ölçek ekonomileri gibi dış ticaret kuramları ile uyumlu, tercihlerde benzerlik kuramı ile de çelişkilidir. Bu kurama göre, bir ülke büyük ölçüde sermaye yoğun mal ithal ederse emek yoğun malları ihraç edecektir. Eğer büyük miktarda nitelikli işgücü gerekli malları ithal ediyorsa, üretimlerinde nitelikli olmayan işgücünün kullanıldığı malları ihraç edecektir. Eğer bir ülke üretimleri büyük ölçek isteyen malları ihraç ediyorsa, küçük ölçek gerektiren malları ihraç edecektir [28].

S.P. Magee, çalınabilirlik yaklaşımını ileri sürmektedir. Bu kurama göre çok uluslu şirketlerin, uluslararası ticareti yönettiği belirtilerek yeni mamulde teknolojinin çalınmaması için bizzat pazara kadar gidip işletmeler kurdukları belirtilmektedir. Çünkü, Magee'ye göre diğer ülkeler bu teknolojiyi çalarak o malın üretimine başlayabilirler [28].

Jaroslav Vanek tarafından ortaya atılan faktörler arası tamamlayıcılık modeline göre, doğal kaynaklar ile sermayenin üretimde tamamlayıcı oldukları öne sürülmekte bu iki faktör arasındaki ilişkinin dış ticareti açıklamak açısından üzerinde önemle durulması gereken bir konu olduğu belirtilmektedir [17].

R.Z. Alibar, sermaye piyasası kuramını ileri sürmektedir. Alibar'a göre, yeni mamullerin uluslararası ticaretinde sermaye piyasası da önem taşımaktadır. Yatırımcılar yatırımın daha karlı olduğu ülkelere yönelerek, hisse senedi ve tahvil almakta ve bizzat fiziki yatırım yapmaktadırlar. Böylece malların üretileceği yerler belirlenmekte ve uluslararası ticaret buna göre yönlendirilmektedir [28].

Irving Kravis tarafından ortaya atılan mevcudiyet (availability) modeline göre, dış ticaretin nedeni bir malın bir ekonomide bulunmamasıdır. Ülkeler kendilerinin üretmedikleri veya çok pahalıya ürettikleri malları dış ticaret yoluyla elde edeceklerdir. Ekonomiler arasındaki üretimin çeşitli olmasının nedeni ise, ülkeler arası doğal kaynak zenginliklerinin farklı olması, teknolojik yenilikler ve geçici olarak tekel gücü yaratan ürün farklılaşmasıdır [17].

S. H. Hymer, yeni mamullerde teknolojik gelişmeler ve üstün yöneticilik yeteneğinden doğan eksik rekabetin sonucu oluşan monopol gücü ile ülkelerin üretim ve dolayısıyla dış ticarette avantaj sağlayacağını belirtmektedir. J. S. Metcalfe ve I. Steedman ise, uluslararası ticaretin nedenini sermayenin homojen olmamasına, M. B. Kraus ise bir çok ülkede bulunan misafir işçilere bağlamaktadır [28].

IV. SONUÇ

Dış ticaret kuramlarının temel amacı dünyada meydana gelen ekonomik olayları açıklamaya çalışmak ve bu konuda sağlıklı öngörülerde bulunulmasına yardımcı olmaktır. Bu bağlamda, dış ticaret kuramlarını kavramadan uluslararası alanda cereyan eden iktisadi olayları anlamak güçtür.

Gerçek dünyada dış ticaret, sayıları iki yüze yakın ülke arasında ve on binlerce mal üzerinden yapılmaktadır. Ayrıca bu malların sayısı, yapısı, kalitesi sürekli değişmektedir. Bu kadar karmaşık yapıdaki dünya ticaretini tek bir kuram ile açıklamak oldukça güçtür. Gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin büyük bölümü geleneksel kuramların öngördüğü biçimde, faktör donanımına dayalı bir endüstriler arası ticaret durumundadır. Oysa sanayileşmiş ülkeler arasındaki ticaret endüstri içi ticarete dayanmaktadır. Ülkeler faktör donanımı yönünden ne derece benzer iseler aralarındaki ticaret o derece de endüstri içi ticaret niteliği taşımaktadır. Geleneksel dış ticaret kuramları hammaddeler, tarım ürünleri ve emek yoğun malar üzerindeki ticareti daha iyi açıklarken, ölçek ekonomilerine, ürün farklılaştırılmasına dayalı yeni modeller yoğun sermaye ve teknoloji içeren sanayi malları üzerindeki endüstri içi ticareti daha iyi açıklayabilmektedir [12].

Yeni dış ticaret kuramları sayesinde, uluslararası ticaret dengesine etki eden bir çok faktör bir araya getirilerek daha gerçekçi ve yaşanan dünyaya daha yakın genel denge şartları sağlanmaya çalışılmıştır. Günümüzde üretim faktörlerinin zaman içinde artmaması teknolojinin değişmemesi ve tüketici tercihlerinin sabit kalması gibi statik bir dünyadan söz etmek olası değildir. Yeni dış ticaret kuramları dinamik bir yöntemle dayanmakta olup, zaman içinde ülkelerin faktör donanımlarında, teknolojik yapılarında ve toplumsal zevk ve tercihlerinde meydana gelen değişimleri ele almaktadır.

Yeni dış ticaret kuramları, dış ticaretin nedenleri, uluslararası uzmanlaşma eğilimlerinin belirleyicileri, dış ticaret kazançları gibi konuları yeniden tartışma gündemine getirmiştir. Özellikle ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasaları varsayımları altında yeni dış ticaret kuramlarının geliştirilmesi dış ticaret kuramına yeni

boyutlar kazandırmıştır. Dış ticaret olgusunu ele alan yeni kuramlar, geleneksel kuramların eksikliklerini gidermeye çalışmış, gerçek dünyada görülen dış ticaretin bir çok boyutunu daha gerçekçi bir şekilde açıklamıştır. Yeni kuramlar geleneksel kuramların yerini almamış, onları tamamlamıştır.

Yeni dış ticaret kuramları geleneksel kuramların bir alternatifi olma iddiasında değildir. Yeni kuramlar geleneksel kuramların mirasını bütünüyle reddetmemekte, yalnızca geleneksel kuramın öngördüğü nedenler olmasa bile yine de ticaret yapılabileceğini öne sürerek dış ticaret için yeni nedenler ortaya koymaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] YILMAZ, Ş.E., **Dış Ticaret Kuramlarının Evrimi**, Gazi Üniversitesi Yayını, Ankara, 1992.
- [2] KAZGAN, G., **İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi**, 6. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1993.
- [3] BRASSEUL, J., **Histoire des Faits Economiques de l'Antiquité a la Revolution Industrielle**, Tome 1, Armand Colin, Paris, 1997, ss.150-180.
- [4] DEYON, P., **Le Mercantilisme**, Flammarion, Paris, 1960, ss.1-20.
- [5] GERN, J.P., "*L'apport du Commerce Extérieur a la Croissance des Pays Non Industrialisés*", **Revue Tiers Monde**, T. XXXIV, N: 133, Janvier-Mars 1993, ss.7-36.
- [6] DEMİR, O., **Ekonomide Devlet**, SPK Yayın No: 71, Ankara, 1997, s.19.
- [7] BLAUG, M., **Economic Theory in Retrospect**, Fourth Edition, Cambridge University Press, Cambridge, 1985, ss.20-30.
- [8] SAVAŞ, V., **İktisadın Tarihi**, Liberal Düşünce Topluluğu Yayını, İstanbul, 1997.
- [9] SMITH, A., **An Inquiry into the Nature And Causes of the Wealth of Nations**, Adam Smith Institute 2001, London, <http://www.adamsmith.org.uk/smith/won-index.htm>, ss.395-420.
- [10] SOULE, G.; ANTELL, G., **Herkes İçin Ekonomi**, Çeviren: Nejat Muallimoğlu, 2. Baskı, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1992, ss.46-47.
- [11] SALVATORE, D., **Uluslararası İktisat Teori ve Problemler**, Çeviren: Tamer İsgüden, Schaum's Outline Series, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1986, s.7.

- [12] SEYİDOĞLU, H., **Uluslararası İktisat, Teori Politika ve Uygulama**, 14. Baskı, Güzem Yayınları, İstanbul, 2001, ss.81-94.
- [13] ALLAIS, M., “*La Politique de Libre-échange, le GATT, et la Construction Européenne*”, **Revue d’Economie Politique**, 104 (1), Janvier-Février 1994, ss.3-23.
- [14] BERTHELEMY, J.C., “*La Division Internationale des Processus Productif: Une Note Ricardienne*”, **Revue d’Economie Politique**, 94(3), Juillet 1984, ss.347-357.
- [15] RICARDO, D., **On the Principles of Political Economy and Taxation**, Third Ed., John Murray, Albemarle-Street, London, 1821, <http://www.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/ricardo/prin/prin1.txt>, s.154.
- [16] DEBONNEUIL, M., “*Le libre-échange a-t-il un sens?*”, **Problèmes Economiques**, N: 2355, 22 Decembre 1993, ss.1-7.
- [17] KARLUK, R., **Uluslararası Ekonomi**, 5. Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 1998, ss.83-91.
- [18] MILL, J.S., **The Principles of Political Economy**, <http://www.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/mill/prin/>.
- [19] MARSHALL, A., **Principles of Economics**, 1890, <http://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>; <http://www.socsci.mcmaster.ca/~econ/ugcm/3ll3/marshall/prin/prinbk1>.
- [20] RYBCZYNSKI, T.M., “*Faktör Tahsisi ve Nisbi Mal Fiyatları*”, Çeviren: R. KARLUK, **Eskişehir İTİA Dergisi**, Cilt: XIV, No: 2, Haziran 1978, ss.190-196.
- [21] LAUSSEL, D. ; MONTET, C., “*Echange International et Concurrence Imparfaite*”, **Revue d’Economie Politique**, 103(4), Juillet-Aout 1993, ss.483-526.
- [22] CADIOU, L. ; GUICHARD S. ; MAUREL M., “*Disparités Institutionnelles et Flexibilité des Marchés du Travail dans l’EU*”, **Economie et Statistique**, No: 332-333, 2/3, 2000, ss.49-63.
- [23] BODIER, M., “*Les Divergences d’Evolution des Marchés du Travail Allemand et Européens*”, **Economie et Statistique**, No: 332-333, 2/3, 2000, ss.65-82.
- [24] CORTES, O. ; JEAN, S., “*Echange International Et Marche du Travail*”, **Revue d’Economie Politique** 105(3), Mai-Juin 1995, ss.359-407.
- [25] MAZEROLLE, F., “*Marches du Travail et Théories du Commerce International*”, **Revue d’Economie Politique**, 98(1), Janv-Févr. 1988, ss. 90-110.
- [26] KRUGMAN, P.R.; OBSTFELD, M., **Uluslararası Ticaret Teorisi**, Çeviren: Y.S. TEZEL, 3. Baskı, Ankara, 1997, ss.105-126.
- [27] ERTÜRK, E., **Uluslararası İktisat Teori-Politika İktisadi Birleşmeler-Parasal İlişkiler**, 2. Basım, Alfa Kitabevi, İstanbul, 2001, ss.41-47.
- [28] İYİBOZKURT, E., **Uluslararası İktisat Teori ve Politika**, 4. Baskı, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2001, ss.17-103.
- [29] AKKOYUNLU, S.A., “*Yeni Dış Ticaret Teorileri*”, **Ekonomik Yaklaşım**, Cilt: 7, Sayı: 21, Yaz 1996, ss.71-99.
- [30] İŞGÜDEN, T.; AKYÜZ, M., **Uluslararası İktisat**, Evrim Kitabevi, İstanbul, 1990, ss.47-58.
- [31] BIENAYME, A., “*Evolution de la Concurrence et Nécessaire Adaptation du Libre-échange*”, **Problèmes Economiques**, N : 2336, 28 Juillet 1993, ss.6-13.
- [32] BERKSOY, T., **Az gelişmiş Ülkelerde İhracata Yönelik Sanayileşme**, Belge Yayınları, İstanbul, 1982.
- [33] PORTER, M.E., **The Competitive Advantage of Nations**, MacMillan, Londra, 1990.
- [34] KİBRİTÇİOĞLU, A., “*Porter’in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı*”, http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/wp5_porter.html, ss.1-11.