



Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler İndeksi Kullanılarak Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sanayi Sektörünün Rekabet Gücünün Belirlenmesi

Kadri Cemil AKYÜZ

Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, 61040, TRABZON

Öz

Uluslararası alanda güçlü olabilmek sahip olunan kaynakları doğru ve verimli kullanabilmeyi zorunlu kılmaktadır. Güçlü sektör ve ürün gruplarının belirlenmesi ve rekabet özelliklerinin iyileştirilmesi başarının temel unsuru niteliğindedir. Bu çalışmamızda tarihsel süreç içinde değişim gösteren açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yaklaşımı kullanılarak kağıt ve kağıt ürünleri sanayi alanında yer alan 23 alt ürün grubu düzeyinde rekabet gücünün ölçümü hedeflenmiştir. 2001-2017 yılları kapsamında yapılan çalışmada altı farklı indeks yardımıyla hesaplamalar yapılmış ve alt ürün grupları düzeyinde rekabet üstünlükleri belirlenmiştir. Çalışma sonucunda kağıt ve kağıt ürünleri alanında yıllar içinde değişim göstermekle birlikte 7 farklı ürün grubunda rekabet avantajının var olduğu belirlenmiştir. Sektörel düzeyde rekabet gücünün istenilen seviyeye ulaşabilmesi için gereken öneriler tanımlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sanayi, Karşılaştırmalı Üstünlükler Yaklaşımı, Rekabet

Determining the Competitiveness of Paper and Paper Products Industry Sector by Using Revealed Comparative Advantage Index

Abstract

Being strong in the international arena makes it necessary to use the resources correctly and efficiently. Determining the strong sector and product groups and improving their competitive characteristics are the main elements of success. In this study, it is aimed to measure competitiveness at 23 sub-product group level in Paper and Paper Products industry field by using the Revealed Comparative Advantages approach which has changed in historical process. In the study conducted in 2001-2017 years, calculations were made with six different indexes and competitive advantages were determined at the level of sub-product groups. As a result of the study, it has been determined that there is a competitive advantage in 7 different product groups in the field of paper and paper products. At the sectoral level, recommendations have been defined in order to achieve the desired level of competitiveness.

Keywords: Paper and Paper Products Industry, Revealed Comparative Advantages, Competitiveness

*Sorumlu Yazar (Corresponding Author):

Kadri Cemil AKYÜZ (Prof. Dr.) Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi,
Orman Endüstri Mühendisliği Bölümü, 61040, Trabzon-Türkiye. Tel: +90 (462)
3771523, Fax: +90 (462) 3257499, E-mail: akyuz@ktu.edu.tr

ORCID No: 0000-0003-0049-6379

Geliş (Received) : 12.02.2019

Kabul (Accepted) : 25.02.2019

Basım (Published) : 15.04.2019

1. Giriş

Gelişen ve gelişmekte olan ekonomiler özellikle sahip olunan kaynakların verimli alanlarda değerlendirilebilmesi, ihtiyaç duyulan kaynaklara en düşük maliyetle ulaşılması ve sürdürülebilir büyümenin devamlılığı konularında şekillenen sorunlara çözümler aramaktadırlar. Sosyo-kültürel alanda meydana gelen değişimler, teknolojik yenilikler, tüketici tercihlerindeki farklılaşmalar ve kaynak alternatiflerinde ortaya çıkan oluşumlar üreten birimlerin sürekli farklı arayışlar içinde olmalarına neden olmaktadır. Ekonomik anlamda sınırların ortadan kalkması kaynak ve pazara ulaşımında kolaylıklar sağlarken, kaynakların etkin ve verimli kullanımını zorunlu hale getirmektedir. Ülkelerin, firmaların ve üreten tüm birimlerin üstünlük sahibi olabilecekleri alanları belirleyerek kaynak dağılımlarını yapabilmeleri güçlü olmak ve güçlü kalmanın temel unsuru haline gelmektedir. Üretim birimlerinin buldukları üretim ortamları içinde güçlü olmaları ve doğru tercihlerde bulunmaları genel ekonomik yapının olumlu etkilenmesine tersi durum ise ekonomik problemlere neden olmaktadır. Dolayısıyla ulusal ve uluslararası alanda doğru tercih ve stratejilerin belirlenmesi ekonomik kalkınmanın ve rekabette ön sıralarda olmanın itici gücünü oluşturacaktır.

Uluslararası başarının istenilen seviyeye taşınabilmesi ürün temelinde rekabet üstünlüğünün belirlenebilmesi ve karşılaştırmalı üstünlük ölçümlerinin yapılması ile mümkün olabilecektir. Böylelikle güçlü olan alanların ortaya çıkarılması, kaynakların hangi alanlarda kullanılacağına belirlenmesi ve var olan gücün etkin paylaşımının tespiti mümkün olabilecektir. Bu amaçla çalışmamızda ülkemizin önemli sektörel yapılanmaları arasında yer alan kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörünün alt ürün grupları düzeyinde karşılaştırmalı üstünlük seviyesinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

1.1. Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sanayi

Ana hammaddesini odun, yıllık bitkiler ve atık kağıdın oluşturduğu kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörü imalat sanayi içinde NACE 2 sektör sınıflandırmasına göre 17 no'lu grupta yer almakta ve oluşturduğu üretim ve istihdam gücü ile ekonomik kalkınmaya güç katmaktadır. Kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörünün 2017 yılında toplam girişim sayısı 3.479 ve istihdam edilen çalışan sayısı ise 69.987 kişidir. Kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörü 36.17 milyar TL'lik üretim değeri 8,76 milyar TL'lik katma değer oluşumu ve yapmış olduğu 1, 47 milyar TL'lik yatırım ile ülkemizin önemli sektörel güçleri arasında yer almaktadır. Sektör 2010-2018 döneminde işyeri sayısını imalat sanayi içinde %0,76'dan %0,89'a, istihdam payını %1,71'den %1,86'ya, üretim değerini ise %2,2'den %2,62'ye kadar yükseltmiştir. Belirtilen dönem içerisinde sektörün üretim gücünü imalat sanayinin ortalama değeri olan %66,7'nin oldukça üzerine çekerek %101,9'a yükseltmiştir. (İSO, 2018)

1.2. Rekabet ve Rekabet Gücü

Uluslararası ticaretin teorik başlangıç noktası ülkelerin ucuz üretmekte oldukları ürün gruplarının ihracına yönelik bir yaklaşım içinde bulunmaları ve yurt içinde pahalıya üretilecek olan ürünlerin ise daha ucuz olarak ithal edilmesi esasına dayanmaktadır. Adam Smith (1776) tarafından ortaya atılan bu teori ile mutlak üstünlükler bireysel olarak belirlenmekte ve ülkeler bu esasa göre ticari yapılanmalarını sürdürmekteydiler. Bu teoriyi eleştiren ve ülkelerinin dünya ticari yapılanmasından bağımsız olmamaları gerektiğini savunan Ricardo (1817), diğer ülkelerin fiyat yapılanmaları ve üretim güçlerinin dikkate alınması ve buna göre politikalar geliştirilmesi gerekliliğini savunmuştur. Heckscher (1919) ve Ohlin (1933) ülkeler arasında oluşturulacak olan üstünlüğün sahip olunan üretim araçlarına bağlı olduğu savunarak faktör yoğunluğu teorisinin gelişimini sağlamışlardır. Mevcut olan klasik temelli yaklaşımlar Porter (1980) tarafından modern esaslar üzerine şekillendirilmiş ve esas olanın maliyet, kalite, ürün farklılaştırılması ve teknolojik farklılıklar olduğunu ifade etmiştir. Krugman (1994) ise başarı ya da başarısızlık boyutunun firmalar düzeyinde tartışılmasını ülkelerin böyle bir sınırlandırma içinde olmamaları gerektiğini savunmuştur. Rekabet gücünün ölçümü amacıyla geliştirilmiş bulunan indeksleri kullanarak gerek uluslararası alanda ve gerekse ülkemizde yapılmış olan birçok çalışma bulunmaktadır. Ülkeler yada ürünler temelinde yapılan çalışmaların birinde Balassa ve Noland (1989) 224 farklı ürün temelinde ABD ve Japonya'nın karşılıklı üstünlük değerlerini ölçmüş ve özellikle Japonya'nın sermaye yoğun ürünler grubunda avantaj sahibi olduğunu belirlemiştir. Wolff (2000) 14 OECD ülkesinin 33 farklı üretim alanında uzmanlaşma ve benzerlik düzeylerini ölçmüş ve ülkeleri üstünlük düzeylerine göre sıralamıştır. Hindistan ve Çin düzeyinde incelemeler yapan Batra ve Khan (2005), ülkelerin dünya piyasaları düzeyindeki rekabet gücünü incelemiş ve üstünlük sahibi olunan sektörel yapıları belirlemiştir. Asya-Pasifik ülkelerinin ihracata bağlı rekabet güçlerini analiz eden Rana (1988) özellikle emek yoğun üretim alanlarında oluşan üstünlükleri sıralamıştır. Türkiye ile AB üyesi ülkeler arasında ihracattaki karşılaştırmalı üstünlükleri inceleyen Erhat (2004), ülkemizin emek ve hammadde yoğun alanlarda uzmanlaşma gösterdiğini ve İspanya, Portekiz ve Yunanistan'la benzerliklere sahip olduğunu belirlemiştir. Utkulu ve Seymen (2004), Türkiye'nin

AB karşısında rekabet gücünü hem global hem de iki taraflı düzeyde ölçmüş ve üstünlük sahibi olduğumuz sektörel yapıları belirlemiştir. Türkiye'nin AB ülkeleri karşısında tekstil ve hazır giyim alanlarında rekabet gücünü ölçen Kök ve Çoban (2005) bu alanda ülkemizin rekabet üstünlüğüne sahip olduğunu ancak bu üstünlüğün azalmakta olduğunu belirlemiştir. Türkiye ile Suriye arasında var olan karşılaştırmalı üstünlüklerin belirlenebilmesi amacıyla çalışma yapan Erkan (2012), 66 mal grubunun 57'sinde Türkiye'nin Suriye'ye karşı açıklanmış karşılıklı üstünlüğe sahip olduğunu belirlemiştir. Türkiye ve Çin arasında tekstil ve hazır giyim alanlarında rekabet gücünün ortaya koyulabilmesi amacıyla çalışma yapan Şahin (2015), Türkiye'nin açıklanmış karşılıklı üstünlükler katsayısının Çin karşısında yüksek olduğunu belirlemiştir.

2. Materyal ve Metot

2.1. Materyal

Sahip olduğu farklı üretim teknolojisi ve sürekli gelişim gösteren ürün karması ile dış ticaret yapılanması içinde aktif konumda bulunan kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörü işyeri, istihdam ve üretim gücünü sürekli ileriye taşıyan bir sektör niteliğindedir. Çalışmamızda kağıt ve kağıt ürünleri sanayi alanında yer alan 23 alt grup düzeyinde uluslararası alanda rekabet konumunun değerlendirilebilmesi amacıyla tanımlanan indeksler kapsamında analizler yapılmıştır. Analizler 2001-2017 yılları kapsamında gerçekleştirilmiş olup yorumlama ve kıyaslanmanın daha doğru yapılabilmesi için yıllar iki alt grubu ayrılmıştır (2001-2009; 2010-2017). Veriler Trade Map (2018) sitesinden elde edilmiş ve site tarafından tanımlanan ürün grupları dikkate alınmıştır. Kağıt ve kağıt ürünleri sanayi alanında tanımlanmış buluna 23 alt ürün grup Tablo 1' de gösterilmektedir.

Tablo 1. Kağıt ve Kağıt Ürünleri Sanayi.

Kod	Açıklama
4801	Gazete üretimi amacıyla kullanılan kağıtlar
4802	Sıvanmamış, el yapısı kağıt ve karton
4803	Tuvalet ve temizlik kağıdı
4804	Sıvanmamış, rulo veya tabaka şeklinde kağıtlar
4805	Diğer kağıt ve kartonlar
4806	Çizim amacıyla kullanılan kağıtlar
4807	Yapıştırılarak üretilen kağıtlar
4808	Oluklu kağıt ve kartonlar
4809	Kopyalamak amacıyla kullanılan kağıtlar
4810	Kaolin, inorganik maddeler ile kaplanmış kağıtlar
4811	Selüloz liften tabakalar
4812	Filtre edici blok ve levhalar
4813	Sigara kağıdı
4814	Duvar kaplamaları, cam kağıtları:
4816	Karbon kağıdı
4817	Mektup zarfları, artları
4818	Sağlık amacıyla kullanılan kağıtlar
4819	Kutular
4820	Defter ve türleri
4821	Etiketler
4822	Bobin ve benzeri
4823	Vatka ve lif tabakaları

Kağıt ve kağıt ürünleri sanayi alanında tanımlanmış 23 alt ürün grubu düzeyinde 2001-2017 yılları kapsamında oluşan dış ticaret rakamları Tablo 2' de gösterilmektedir (Trade Map, 2018).

Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı alanında yer alan 23 alt grup düzeyinde incelenen yıllar kapsamında oluşan dış ticaret rakamları incelendiğinde oluşan dış ticaret açığının genel anlamda artış gösterdiği görülmektedir. Bu anlamda özellikle 4801, 4802, 4804, 4805, 4810 ve 4811 alt ürün gruplarının sahip oldukları dış ticaret açıkları toplam içinde önemli pay sahibi konumunda bulunmaktadır. 2001-2009 dönemimde 4803, 4817, 4818, 4819 ve 4822 ürün kodlu alt gruplarda pozitif dış ticaret rakamları görülürken 2010-2017 döneminde bu gruplara 4821 ürün kodlu alt grubun eklendiği görülmektedir. İncelenen yıllar kapsamında 4801, 4803 ve 4815 kodlu ürün gruplarının ithalat rakamlarında azalma görülmesine karşın 4815 kodlu ürün grubunun gerek ülkemiz ve gerekse dünya dış ticaretinde yer almaması nedeniyle yalnızca iki alt grup düzeyinde ithalat azalması yaşandığı söylenebilir. İki alt ürün grubu haricinde(4802 ve 4818) tüm alt ürün grupları düzeyinde ihracat rakamlarında

artışlar oluşmuştur. Rakamlar incelendiğinde 4803, 4811, 4818 ve 4819 alt ürün gruplarının sektörün lokomotif konumunda oldukları görülmektedir.

Tablo 2. Türkiye'nin Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı Alt Grupları Bazında Yıllara Bağlı Dış Ticaret Analizi (1.000 dolar).

Ürün Kodu	2001-2009 İthalat	2001-2009 İhracat	2001-2009 Dış Ticaret Deng.	2010-2017 İthalat	2010-2017 İhracat	2010-2017 Dış Ticaret Deng.
4801	2.378.875	6.010	-2.373.865	1.867.742	7.316	-1.860.426
4802	1.906.309	185.823	-1.720.486	4.309.387	135.865	-4.173.522
4803	139.645	413.999	274.354	103.483	1.541.344	1.437.861
4804	1.535.912	63.874	-1.472.038	2.957.794	111.203	-2.846.591
4805	1.252.491	190.599	-1.061.892	2.037.492	618.981	-1.418.511
4806	120.699	6.281	-114.418	243.914	25.024	-218.890
4807	65.115	10.384	-54.731	96.096	42.692	-53.404
4808	27.781	11.263	-16.518	59.750	40.952	-8.798
4809	252.693	10.353	-252.340	367.416	12.335	-355.081
4810	3.387.986	258.083	-3.129.903	5.376.609	325.989	-5.050.711
4811	1.857.882	323.621	-1.534.258	2.832.935	1.295.148	-1.537.787
4812	11.703	1.108	-10.595	18.773	1.531	-17.242
4813	342.974	7.679	-335.295	493.041	21.051	-471.990
4814	76.014	31.389	-44.625	370.206	91.531	-278.675
4815	358	50	-308	0	0	0
4816	102.256	7.293	-94.963	112.582	7.794	-104.788
4817	7.479	95.537	88.058	8.191	104.197	96.003
4818	347.344	2.149.328	1.801.984	277.998	1.842.300	1.564.302
4819	476.165	1.159.035	682.873	503.831	2.785.735	2.281.844
4820	271.399	189.583	-81.816	354.891	206.131	-148.760
4821	269.122	186.827	-82.295	339.912	404.078	64.166
4822	18.118	30.456	12.338	28.123	78.372	50.249
4823	448.303	242.817	-205.486	495.286	381.312	-113.974
Toplam	15.296.623	5.581.392	-9.715.131	23.255.452	10.080.881	-13.174.571

2.2. Metot

Rekabet gücünün ölçümü ve sahip olunan karşılıklı üstünlüklerin belirlenebilmesi amacıyla literatürde yer alan değerlendirme indekslerinde özellikle dış ticaret verileri kullanılmaktadır. Rekabet gücünün ölçümü amacıyla Liesner (1958) tarafından geliştirilmiş bulunan ilk indeks aşağıda gösterilmektedir (Utkulu ve Seymen, 2004) Burada 'X' ihracatı, 'i' bir ülkeyi, 'j' sektör ya da ürün grubunu, 'n' ise ülke gruplarını göstermektedir.

$$RCA = \frac{X_{ij}}{X_{nj}} \quad (1)$$

Balassa (1965) Liesner tarafından geliştirilen ve kullanılmakta olan indeksin eksik gördüğü yönlerini geliştirmiş ve uluslararası ticarete uzmanlaşmayı ölçme konusunda ön plana çıkan indeksi ile hedeflenen mal grubunun ülke toplam ihracatı içindeki payının dünya toplam ihracatındaki payına oranlanmasını sağlamıştır. Değerlendirme ölçütü olarak elde edilen sonucun 1' den küçük çıkmasının rekabet gücünün olmadığı büyük çıkmasının ise bu alanda ya da ürün grubunda rekabet edebilir özelliklere sahip bulunduğu kabul edilmektedir (Balassa, 1965; Altay ve Gürpınar, 2008).

$$RCA_{ij} = \frac{\left(\frac{X_{ij}}{X_{it}}\right)}{\left(\frac{X_{wj}}{X_{wt}}\right)} \quad (2)$$

İndeşte;

X_{ij}: İ ülkesinin J malı ihracatı,

X_{it}: İ ülkesinin toplam ihracatı,

X_{wj}: Dünya J malı ihracatı,

X_{wt}: Dünya toplam ihracatı düzeylerini sembolize etmektedir.

Balassa (1965) tarafından geliştirilmiş bulunan indeksin ihracat verilerinin çift sayımına neden olduğunu savunan Vollrath (1991) üç farklı ölçüm türetmiştir.

İşlem sürecini biraz daha karmaşık hale getiren Vollrath (1991) İthalat ve ihracat verilerini kullanarak Nispi Ticaret Avantajı İndeksinin (RTA) kullanımına olanak sağlamıştır. RTA, Nispi İhracat Avantajı İndeksi (RXA) ve Nispi İthalat Avantajı İndeksi (RMA) arasındaki fark olarak tanımlanmıştır. Hesaplamalar sonucunda sonucun 0'dan büyük çıkması rekabet avantajının var olduğunu göstermektedir.

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMA_{ij}$$

(3)

İndeks içinde yer alan RXA bir ülkenin belli bir mal ya da sektör ihracatının yurt içi uzmanlaşmasının, aynı mal ya da sektör ihracatının dünya uzmanlaşmasına oranı olarak tanımlanabilir (Sarıçoban ve Kösekahyaoglu, 2017). Aşağıdaki şekilde formüle edilen indekste;

$$RXA = \frac{\frac{X_{ij}}{(X_{it} - X_{ij})}}{\frac{(X_{wj} - X_{ij})}{(X_{wt} - X_{it})}} \quad (4)$$

X_{ij} ; i ülkesinin j malı ihracatını,
 X_{it} ; bu ülkenin toplam ihracatını,
 X_{wj} ; j malı toplam dünya ihracatını ve
 X_{wt} ; Dünya toplam ihracatını göstermektedir.

Yapılan hesaplama sonucunda $RXA > 1$ elde edilmişse ülkenin bu mal grubundaki ihracat payının karşılaştırılan dünya yada diğer ülke grupları ihracat payından büyük olduğu anlamına gelir.

RMA ihracat verileri yerine ithalat verilerin kullanıldığı bir hesaplama şekli olup ithal edilen mal grupları düzeyinde ülke yada ürün gruplarının konumunu ve rekabet edilebilirliğini göstermektedir. Aşağıda gösterilen indeste (Fronberg ve Hartmann, 1997);

$$RMA = \frac{\frac{M_{ij}}{(M_{it} - M_{ij})}}{\frac{(M_{wj} - M_{ij})}{(M_{wt} - M_{it})}} \quad (5)$$

M_{ij} ; i ülkesinin j malı ithalatını,
 M_{it} ; bu ülkenin toplam ithalatını,
 M_{wj} ; j malı toplam dünya ithalatını ve
 M_{wt} ; Dünya toplam ithalatını göstermektedir.

Hesaplama sonucunda RMA değerinin 1'den büyük çıkması bu ürün grubu düzeyinde rekabet dezavantajı oluştuğunu, 1'den küçük çıkması durumunda ise rekabet avantajı oluştuğu sonucuna varılmaktadır.

Ürün gruplarının arz ve talep dengesini göstermesi nedeni ile Vollrath (1991) tarafından daha kullanılabilir nitelikte bir indeks olduğunu savunulan Açıklanmış Rekabet Gücü İndeksi (RC) değerinin pozitif olmasının rekabet avantajının var olması anlamını taşımaktadır.

$$RC = \ln RXA - \ln RMA \quad (6)$$

Nispi İhracat Üstünlüğü İndeksi ($\ln RXA$) rakip ülkelerin ihracat performanslarına bağlı olarak rekabet güçlerinin kıyaslanmasına imkân vermektedir.

$\ln RXA$, 0,5 ile ∞ arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün yüksek olduğu,
 $\ln RXA$, -0,5 ile 0,5 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün marjinal sınırda ve
 $\ln RXA$, $-\infty$ ile -0,5 arasında değişim gösteriyorsa karşılaştırmalı üstünlüğün düşük düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. İndeks logaritması aşağıda gösterilmektedir (Erkekoğlu, Kılıçarslan ve Gökner, 2014).

$$\ln RXA = \ln [X_{ij} / (X_{it} - X_{ij}) / (X_{wj} - X_{ij}) / (X_{wt} - X_{it})] \quad (7)$$

3. Bulgular ve Tartışma

Ballassa ve Vollrath tarafından geliştirilen ve dış ticaret verileri kullanılarak ürün grupları düzeyinde karşılıklı üstünlüklerin ölçümünü sağlayan rekabet indeksleri yardımıyla yapılan hesaplamalar sonucu elde edilen değerler Tablo 3' de görülmektedir.

RCA indeksine göre yapılan hesaplama sonucunda kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörü 2001-2009 dönemi arasında ortalama değeri 0,664 olarak hesaplanmıştır. Sektör 2010-2017 yıllarında ise 1,043 değerine yükselmiş ve açıklanmış karşılıklı üstünlüğe sahip bir konuma yükselmiştir. Alt ürün grupları düzeyinde yapılan değerlendirmelerde 2001-2009 döneminde 5 adet ürün grubu (4803, 4817, 4818, 4819 ve 4822;>1) rekabet üstünlüğüne sahipken özellikle 4803 ve 4818 ürün kodlu grupların sektörün lokomotif konumunda ve daha güçlü bir rekabet yapısında oldukları görülmektedir. Sektörün 2010-2017 yıllık değerleri incelendiğinde rekabet gücüne sahip olan alt ürün gruplarının 7 adete yükseldiği görülmektedir (4803, 4811, 4817, 4818, 4819, 4821 ve 4822;

>1). Bir önceki döneme göre iki adet alt ürün grubunun rekabet avantajı sağlayacak niteliklere ulaştığı görülmekle birlikte 4803, 4822 ve 4818' in sahip olduğu lokomotif konum dikkat çekmektedir. RCA indeks hesaplamalarına göre 1 ve daha üst katsayı sahibi sektörler rekabet avantajını elinde bulundururken sahip olunan katsayısının yüksek olması ayrıca bir üstünlük göstergesi niteliği taşımaktadır. Bu durumda incelenen her iki dönem kapsamında alt ürün gruplarının hesaplanan katsayıları dikkate alındığında 16 grubun yükseliş eğiliminde olduğu görülmektedir. RCA indeksine göre yapılan hesaplamalarda rekabette avantajın tam olarak elde edilememesine karşın olumlu gidişin var olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatının Alt Gruplar Düzeyinde Rekabet Gücü.

Kod	2001-2009						2010-2017					
	RCA	RXA	RMA	RTA	LnRXA	RC	RCA	RXA	RMA	RTA	lnRXA	RC
4801	0,011	0,099	2,389	-2,29	-2,31	-3,18	0,016	0,162	2,495	-2,33	-1,82	-2,73
4802	0,144	0,143	1,003	-0,86	-1,94	-1,94	0,098	0,094	1,955	-1,86	-2,36	-3,03
4803	2,908	2,896	0,628	2,26	5,66	6,12	7,029	7,111	0,267	6,84	1,96	3,28
4804	0,110	0,109	1,698	-1,58	-2,21	-2,67	0,141	0,139	2,306	-2,16	-1,97	-2,80
4805	0,436	0,436	1,953	-1,51	-0,83	-1,50	0,865	0,851	1,837	-0,98	-0,16	-0,77
4806	0,083	0,082	1,086	-1,00	-2,50	-2,58	0,021	0,219	1,414	-1,19	-1,52	-1,86
4807	0,232	0,232	1,102	-0,87	-1,46	-1,55	0,739	0,735	1,307	-0,57	-0,31	-0,58
4808	0,150	0,149	0,236	-0,08	-1,90	-0,46	0,362	0,362	0,326	0,03	-0,45	0,67
4809	0,148	0,152	2,432	-2,28	-1,88	-2,76	0,175	0,175	4,011	-3,83	-1,74	-3,13
4810	0,146	0,146	1,261	-1,11	-1,92	-2,15	0,164	0,166	1,755	-1,58	-1,79	-2,35
4811	0,397	0,376	1,507	-1,13	-0,97	-1,38	1,048	1,049	1,453	-0,40	0,04	-0,33
4812	0,153	0,155	1,125	-0,97	-1,86	-1,97	0,162	0,163	1,136	-0,97	-1,81	-1,94
4813	0,124	0,124	2,689	-2,56	-2,08	-3,06	0,214	0,212	2,287	-2,07	-1,55	-2,38
4814	0,382	0,385	0,761	-0,37	-0,95	-0,68	0,424	0,708	2,216	-1,50	-0,34	-1,13
4816	0,228	0,228	1,696	-1,46	-1,47	-2,00	0,232	0,232	2,089	-1,85	-1,46	-2,19
4817	1,395	1,395	0,074	1,32	0,33	2,93	1,433	1,430	0,073	1,35	0,36	2,97
4818	2,167	2,271	0,239	2,03	0,82	2,25	2,012	2,049	0,193	1,85	0,71	2,36
4819	1,315	1,427	0,361	1,06	0,35	1,37	1,931	1,951	0,235	1,71	0,66	2,10
4820	0,901	0,902	0,776	0,12	-0,10	0,13	0,714	0,714	0,771	-0,05	-0,33	-0,07
4821	0,850	0,861	0,792	0,07	-0,15	0,31	1,296	1,259	0,630	0,63	0,23	0,69
4822	1,660	1,682	0,628	1,05	0,52	0,98	3,086	3,086	0,711	3,27	1,12	1,46
4823	0,688	0,687	0,804	-0,11	-0,37	-0,15	0,786	0,785	0,656	0,13	-0,24	0,33
Ort.	0,664	0,678	1,147	-0,466	-0,782	-0,633	1,043	1,075	1,369	-0,251	-0,580	-0,519

Araştırma kapsamında hesaplanan nispi ihracat üstünlüğü indeksi RXA, RCA ile önemli benzerlikler göstermektedir. Hesaplama sonucunda 2001-2009 döneminde oluşan ihracatta rekabet dezavantajı, RXA hesaplamalarında olduğu gibi 2010-2017 döneminde avantaja dönüşmüş ve bu dönüşümde özellikle 4803, 4818 ve 4822 alt ürün gruplarının etkileri belgelenmiştir. İncelenen dönemler kapsamında sektör genelinde oluşan olumlu gidiş belirginleşmiştir. Nispi ithalat üstünlüğü indeksi olan RMA ile ilgili yapılan değerlendirmelerde sahip olunan >1 katsayısının ithalatta rekabet avantajı olduğu kabul edilmektedir. Bu doğrultuda yapılan yıllık değerlendirmelerde 2001-2009 döneminde sahip oluna ortalama 1,147'lik değer 2010-2017 döneminde benzer bir niteliğe sahip olduğu görülmektedir. 2001-2009 dönemi içinde ithalat avantajına sahip olan 12 alt ürün grubu olmasına karşın (4801, 4802, 4804, 4805, 5806, 4807, 4809, 4810, 4811, 4812, 4813 ve 4816;>1)2010-2017 döneminde avantaja sahip olan alt ürün grubu sayısı 13 olarak belirlenmiştir (4801, 4802, 4804, 4805, 5806, 4807, 4809, 4810, 4811, 4812, 4813, 4814 ve 4816;>1).

RXA ve RMA yardımıyla hesaplanan ve nispi ticaret üstünlüğü olarak tanımlanan RTA ile ilgili yapılan hesaplamalarda sahip olunan > 0 katsayısının rekabet üstünlüğünün göstergesi olduğu kabul edilmektedir. Bu durumda kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörünün incelenen her iki dönem kapsamında da rekabet dezavantajına sahip olduğu görülmektedir. 2001-2009 döneminde pozitif katsayıya sahip olan 7 adet alt grup (4803, 4817, 4818, 4819, 4820, 4821 ve 4822; >1), 2010- 2017 yılları kapsamında 8 adet ürün grubuna yükselmiştir (4803, 4808, 4817, 4818, 4819, 4821, 4822 ve 4823; >1). RTA ile ilgili yapılan hesaplamalarda özellikle 4803 ve 4822 kodlu alt ürün gruplarında oluşan yüksek değer artışı dikkat çekici boyuttadır.

Çalışma kapsamında yapılan ve ihracat performansı temelinde rekabet güçlerinin kıyaslanmasını sağlayan nispi ihracat üstünlüğü logaritması (LnRXA) 2001-2009 döneminde -0,782, 2010-2018 döneminde ise -0,580 olarak hesaplanmıştır. Değerlendirme ölçütleri dikkate alındığında 2001-2009 yılları kapsamında sahip olunan ortalama değer 1,147'lik üstünlük sınırları içinde olduğu 2010-2018 yılları ortalamasının ise marjinal sınırlara yaklaştığı görülmektedir. Rekabet üstünlüğünde olumluya doğru bir yönelim olmasına karşın istenilen seviyeye henüz ulaşım sağlanamamıştır. 2001-2009 döneminde LnRXA hesaplamalarına göre 4803, 4818 ve 4822 yüksek üstünlüğe sahip alt ürün gruplarını oluşturmaktadır. 4817 ve 4819 kodlu ürün grupları ise marjinal sınırlar içinde yer almaktadır. 2010-2017 yılları dikkate alındığında yüksek üstünlüğe sahip olan ürün

gruplarının 4803, 4818, 4819 ve 4822 olduğu aynı dönem kapsamında marjinal sınırlarda ise 4805, 4807, 4808, 4811, 4814, 4817, 4820 ve 4821 kodlu alt ürün gruplarının yer aldığı görülmektedir. Gerek yüksek üstünlük grubunda yer alan alt ürün gruplarının sayısında oluşan artış ve gerekse marjinal sınırlar içinde yer alan alt ürün gruplarının sayısında oluşan yükselme sektörün rekabet avantajının istenilen niteliklerde sağlayacak noktalara ilerlemekte olduğunu göstermektedir.

Açıklanmış rekabet üstünlüğü indeksi olan ve RXA ile RMA indekslerinin logaritmik formlarının farkının alınması ile hesaplanan RC indeks değerine göre sahip olunan pozitif katsayı karşılaştırmalı üstünlüğün göstergesi sayılmaktadır. Bu durumda yapılan hesaplamalar kapsamında her iki dönem kapsamında sektör rekabet üstünlüğüne sahip değildir. Ancak yapılan alt ürün grupları değerlendirmesinde 2001-2009 döneminde 7 adet alt ürün grubunun (4803, 4817, 4818, 4819, 4820, 4821 ve 4822), 2010-2017 döneminde ise 8 adet alt ürün grubunun (4803, 4808, 4817, 4818, 4819, 4821, 4822 ve 4823) rekabet üstünlüğüne sahip oldukları görülmüştür.

4. Sonuç ve Öneriler

Ekonomik büyüme ve kalkınmanın en önemli unsuru yapılan üretim ve üretimin uluslararası alanda gelir getirici bir yapıya dönüşümün sağlanmasıdır. Bu doğrultuda ülkelerin sahip oldukları sanayi gücünün etkin ve üretken bir biçimde kullanılabilmesi, rekabete açık ve gelişebilir bir yapıya sahip olması yapılacak karşılaştırmalı analizler ve alınacak uygun tedbirlerle mümkün olacaktır. Uluslararası alanda yapılacak yapısal analizler ve rekabet ölçümleri ile sahip olunan kaynakların en ekonomik ve verimli kullanımının önü açılabilir ve bulunulan pazar payı içinde yönlendirici konum sağlanabilecektir.

Gündelik hayatımızın her aşamasında kullanım imkanı bulduğumuz ve toplumsal gelişimde önemli pay sahibi olan kağıt ve kağıt ürünleri bir çok farklı sektöre ara malı temin eden bir yapıyı da bünyesinde barındırmaktadır. Farklı sektörlerin gelişimi ile ilgili olmakla birlikte kağıt üretim ve tüketimini etkileyen temel faktörlerin başında nüfus artışı, eğitim seviyesi ve sosyo-kültürel yapı gelmektedir. Gerek ülkemizde ve gerekse uluslararası alanda kullanım alanları ve türleri hızla artan kağıt ve kağıt ürünleri gelişen teknoloji ile bir çok farklı ürünün alternatifi olabilmektedir. Ülkemiz imalat sanayi içinde yer alan ve sağladığı üretim ve istihdam imkanları ile ekonomik yapıya güç katan kağıt ve kağıt ürünleri sanayinin uluslararası alanda ürünler bazında sahip olduğu rekabet konumunun irdelendiği çalışmada Balassa (1965) tarafından geliştirilen Açıklanmış Karşılıklı Üstünlükler Yöntemi (Revealed Comparative Advantage-RCA) ve Vollrath (1991) tarafından formüle edilen farklı indeksin kullanılmıştır (Nispi Ticaret Avantajı Endeksi (Relative Trade Advantage-RTA), Nispi İhracat Avantajı İndeksi (Relative Export Advantage-RXA), Nispi İthalat Avantajı İndeksi (Relative Import Advantage-RMA), Nispi İhracat Avantajı İndeksinin basit logaritmik şekli (lnRXA) ve Açıklanmış Rekabet Gücü İndeksi (Revealed Competitiveness-RC). 2001-2017 yılları dış ticaret verilerini kapsayan sürenin temel alındığı çalışmada belirlenen yıllar dönemsel eğilimlerin belirlenebilmesi amacıyla 2001-2009 ve 2010-2017 yıllarını kapsayacak şekilde iki bölümde değerlendirilmiştir. Kağıt ve kağıt ürünleri sanayi kapsamında 23 alt ürün grubu inceleme kapsamında olmasına karşın 4815 kodlu alt ürün grubunun zaman içinde dünya ticaret sahnesinden çekilmesi nedeni ile 22 alt ürün grubunun değerlendirilmesi yapılmıştır.

Yapılan çalışmalar ve hesaplamalar sonucunda 2001-2009 döneminde sektörel olarak tüm indeksler düzeyinde istenilen üstünlük seviyelerine sahip olmayan kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörü 2010-2017 döneminde farklı bir yapı göstermektedir. Araştırmanın ikinci döneminde önemli gelişmeler gösteren sektör birçok alanda sahip olduğu üstünlüğü arttırarak sürdürmüş ve bazı alanlarda pozitif konuma taşınmıştır. Alt ürün grupları düzeyinde farklı özellikler gösteren kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörü içinde özellikle 4803 kodlu alt ürün grubunun sahip olduğu potansiyel ve rekabet gücü dikkate çekmektedir. Bu ürün grubunu 4822 ve 4818 kodlu ürün grupları izlemektedir. Rekabet gücünü tam olarak kullanamayan ve dış ticaret rakamlarında artan açıklar veren konumda olan kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörünün lokomotif niteliğinde olan bu üç alt ürün grubunun rekabet gücünün artarak devam eden konumda olması gerek ülkemiz ve gerekse sektör açısından son derece önemlidir. Belirtilen ürün grupları haricinde sektör içinde yer alan ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan alt ürün grupları gerekli destek ve teşviklerle ülke ekonomisine katkı sağlayıcı konuma ulaştırılacaklardır. Üretim gücü ülkenin farklı bölgelerinde dağınık bir durumda bulunan ve bir çok alt ürün grubunu bünyesinde bulunduran kağıt ve kağıt ürünleri sanayi sektörünün gelişen ve farklılaşan ürün yapılanmasına sahip olan bir rekabet ortamında tam anlamıyla üstünlüğe sahip olmasını beklemek çok doğru olmayacaktır. Yapılması gereken üstünlüğe sahip olduğumuz alt ürün gruplarına kaynak aktarımında öncelik tanımak ve gelişim potansiyeli olan ürün gruplarının gelişimine yardımcı olarak dünya rekabet ortamı içine girmelerini sağlamak olmalıdır. Teknolojiye paralel olarak kullanım alanları genişleyen kağıt, özellikle ürünlerin ambalajlanması sürecinde giderek artan bir kullanım alanına sahip olmaktadır. Ambalaj, temizlik kağıdı, temizlik ürünleri ve

etiketleme amaçlı kullanılan kağıtların kullanım oranında beklenen artış bu alanlarda yapılması gereken yatırım ve iyileştirmeleri zorunlu kılmaktadır. Dijital alanda oluşan gelişmeler bu alanlarda kağıdın kullanım imkanlarını kısıtlayacak ve yatırımları olumsuz etkileyebilecektir. Bu nedenle gazete kağıdının üretiminin ve öneminin zamanla azalabilecek olduğu dikkate alınmalıdır. Kağıt hamuru üretimi aşamasında oluşan yüksek maliyetler nedeni ile hammaddenin önemli bir kısmının dışardan ithal ediliyor olmasının ülke ekonomisi açısından oluşturacak olduğu olumsuzlukların önlenmesi ve geleceğe yönelik sektörel gelişimin sağlanabilmesi için yurt içi üretim imkanlarının kullanılması doğrultusunda yatırımların yönlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda rekabet edebilme noktasında üstünlük sahibi olan ve rekabet potansiyeline sahip alt ürün grupları genelinde Ar-Ge ve tasarım faaliyetlerinin artırılarak devam ettirilmesi sağlanmalıdır. Yapılacak yatırımlar ve alınacak önlemlerle daha yüksek katma değer ve rekabet gücü yüksek sektörel bir yapı elde edilmiş olacaktır.

Kaynaklar

1. **Altay, B. ve Gürpınar, K. (2008).** Açıklanmış Karşılıklı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 257-274.
2. **Balassa, B.(1965).** Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage, The Manchester School of Economic and Social Studies, 33(2), 99-123.
3. **Balassa, B ve Noland, M. (1989).** The Changing Comparative Advantage of Japan and the United States, Journal of the International Economic Integration, 4(2): 8-22.
4. **Batra, A. ve Khan, Z. (2005).** Revealed Comparative Advantage: An Analysis for India and China, Indian Council for Research on International Economic Relations, Working Paper No:168, New Delhi.
5. **Erkan, B. (2012).** Ülkelerin Karşılaştırmalı İhracat Performanslarının Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayılarıyla Belirlenmesi: Türkiye-Suriye Örneği, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 8 (15), 195-218.
6. **Erkekoğlu, H. Kılınçarslan, Z. Ve Göknaar, H (2014).** Kayseri İlinin Mobilya Sektörü Rekabet Gücü Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi, Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Temmuz-Aralık, 1-22.
7. **Erlat G, (2004).** Do Turkish Exports Have Comparative Advantage With Respect to The European Union Market, 1990-2000, Department of Economics Middle East Technical University.
8. **Fronberg, K. ve Hartmann, M. (1997).** Comparing Measures of Competitiveness, Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe, Discussion Paper 2.
9. **Heckscher, E. (1919).** The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income, Ekonomisk Tidskrift, 497-512.
10. **İSO, (2018).** Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalat Sanayi, Küresel Rekabette İstanbul Sanayi Odası Meslek Komiteleri Sektör Stratejileri Projesi, Sertifika 19176, Yayın No 2018/5.
11. **Kök, R. ve Çoban, O. (2005).** Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001, İktisat İşletme ve Finans, C:20, S:228.
12. **Krugman, P (1994).** Competitiveness: A dangerous obsession, Foreign Affairs 73(2), 28-44
13. **Liesner, H.H. (1958).** The European Common Market and British Industry, Economic Journal, 68, 302-16.
14. **Ohlin, B. (1933).** Interregional and International Trade, Cambridge: Harvard University Press.
15. **Porter, M. E. (1980).** Competitive Strategy Techniques For Analyzing Industries And Competitors, New York: The Free Press
16. **Rana, P. B., (1988).** Shifting Revealed Comparative Advantage: Experiences of Asian and Pacific Developing Countries, Asian Development Bank, Report No:42.
17. **Ricardo, D. (1817).** On the Principles of Political Economy and Taxation, Batoche Books, Kitchener, Canada.
18. **Smith, A. (1776).** The Wealth of Nations, New York, The Modern Library Edition.
19. **Sarıçoban, K. ve Kösekahyaoglu, L. (2017).** Ticaret Sonrası Verilerle Rekabet Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan İndeksler Üzerine Bir Literatür Taraması, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(47), 424-444.
20. **Şahin, D. (2015).** Türkiye ve Çin' in Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Rekabet Gücünün Analizi, Akademik akış Dergisi, Sayı 47, 155-171.
21. **Trade Map (2018).** www.trademap.org , Erişim Tarihi Aralık 2018.
22. **Utkulu, U. ve Seymen, D. (2004).** Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey vis-a-vis the EU/15, European Trade Study Group 6th Annual Conference, Nottingham, September.
23. **Vollrath, T.L. (1991).** A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage, Weltwirtschaftliches Archiv BD. 127, 2, 265-280.
24. **Wolff, E. (2000).** Has Canada Specialized in the Wrong Manufacturing Industries? CSLS Conference on the Canada – U.S. Manufacturing Productivity Gap, January 21-22, Ottawa, Ontario.