



**MERMER SEKTÖRÜNDE İHRACATTA KARŞILAŞILAN
PROBLEMLERİN ÖNEM DERECELERİNİN ÇOK KRİTERLİ
KARAR VERME YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ:
AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ**

Koulouthoune ANZİDİNE
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul BAYAT
Aralık, 2025
Afyonkarahisar

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN
ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**MERMER SEKTÖRÜNDE İHRACATTA
KARŞILAŞILAN PROBLEMLERİN
ÖNEM DERECELERİNİN ÇOK
KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ
İLE BELİRLENMESİ:
AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ**

Hazırlayan
Koulouthoune ANZİDİNE

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul BAYAT

AFYONKARAHİSAR 2025

ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**İhracatta Karşılaşılan Problemlerin Önem Derecelerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile Belirlenmesi: Mermer Sektörü Örneği**” adlı çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde bilimsel etik kurallara ve atıf gösterme ilkelerine riayet ettiğimi belirterek aksi bir durumun tespiti hâlinde sorumluluğun tamamen bana ait olduğunu kabul, beyan ve taahhüt ederim.

04/12/2025

İmza

Koulouthoune ANZIDINE

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ENSTİTÜ ONAYI

Öğrencinin	Adı- Soyadı	Koulouthoune ANZİDİNE
	Numarası	2300685901
	Anabilim Dalı	Uluslararası Ticaret ve Finansman
	Programı	Uluslararası Ticaret ve Finansman
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı		Mermer Sektöründe İhracatta Karşılaşılan Problemlerin Önem Derecelerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi İle Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği
Tez Savunma Sınav Tarihi		04.12.2025
Tez Savunma Sınav Saati		10:00

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☒oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Hacı İbrahim DELİCE
MÜDÜR

Bu tez, Enstitü Müdürlüğünce kontrol edilerek, elektronik imza kullanılarak onaylanmıştır.

ÖZET

MERMER SEKTÖRÜNDE İHRACATTA KARŞILAŞILAN PROBLEMLERİN ÖNEM DERECELERİNİN ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ: AFYONKARAHİSAR ÖRNEĞİ

Koulouthoune ANZIDINE

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSLAM ANA BİLİM DALI

Aralık, 2025

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul BAYAT

Bu tezde, Türkiye'nin dış ticaret sistemi ile mermer sektörü arasındaki ilişki Afyonkarahisar örneği üzerinden incelenmiştir. Küresel ekonomik dönüşüm sürecinde ihracatın stratejik bir kalkınma aracı haline geldiği; doğal taş ihracatında önemli paya sahip olan mermer sektörünün ise hem bölgesel hem de ulusal düzeyde dikkat çeken bir konuma ulaştığı ortaya konulmuştur. Çalışmanın temel amacı, mermer ihracatında karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve bu sorunların önem derecelerinin FUCOM yöntemiyle analiz edilmesidir. Araştırma sürecinde, literatür taraması ve yarı yapılandırılmış görüşmelerle desteklenen saha çalışması gerçekleştirilmiştir. Bulgulara göre enflasyon, fiyat-maliyet yapısı ve ürün kalitesi sektörün karşılaştığı en kritik sorunlar olarak belirlenmiştir. Üretim kapasitesi, finansal yapı, verimlilik, jeopolitik riskler ve teknoloji gibi unsurlar ise görece olarak daha düşük öncelik düzeylerinde değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, firmaların ekonomik istikrarsızlık ve maliyet baskısı karşısında ciddi güçlükler yaşadığını; stratejik planlamada ise bu alanlara ağırlık verdiklerini göstermiştir. Bu doğrultuda, fiyat istikrarını destekleyici politikaların geliştirilmesi, dijitalleşme yatırımlarının artırılması, kalite standartlarına uyumun sağlanması ve alternatif finansman mekanizmalarına erişimin güçlendirilmesi önerilmiştir. Sonuç olarak, FUCOM yöntemiyle yapılan önceliklendirme sektörel strateji geliştirme süreçlerine katkı sağlamış; Afyonkarahisar özelinde gerçekleştirilen analiz ise yerel kalkınma perspektifini güçlendirmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Mermer Sektörü, Afyonkarahisar, FUCOM, Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV)

ABSTRACT

DETERMINATION OF THE IMPORTANCE LEVELS OF PROBLEMS ENCOUNTERED IN MARBLE EXPORTS THROUGH MULTI-CRITERIA DECISION-MAKING METHOD: THE CASE OF AFYONKARAHİSAR

Koulouthoune ANZIDINE

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL TRADE AND FINANCE**

December, 2025

Advisor: Asst. Prof. Dr. Tuğrul BAYAT

In this thesis, the relationship between Türkiye's foreign trade system and the marble sector has been examined through the case of Afyonkarahisar. It has been revealed that, within the process of global economic transformation, exports have become a strategic tool for development, while the marble sector- holding a significant share in natural stone exports- has reached a remarkable position both regionally and nationally. The main purpose of the study has been to identify the problems encountered in marble exports and to analyze their importance levels by using the FUCOM method. During the research process, a field study supported by literature review and semi-structured interviews has been conducted. According to the findings, inflation, price- cost structure, and product quality have been identified as the most critical problems faced by the sector. Factors such as production capacity, financial structure, efficiency, geopolitical risks, and technology have been evaluated at relatively lower priority levels. The analysis results have shown that firms have experienced serious difficulties due to economic instability and cost pressures, and that strategic planning has been concentrated on these areas. Accordingly, recommendations have been developed, including policies supporting price stability, investments in digitalization, compliance with quality standards, and strengthening access to alternative financing mechanisms. As a result, prioritization carried out through the FUCOM method has contributed to sectoral strategy development processes, while the analysis conducted in Afyonkarahisar has reinforced the local development perspective.

Keywords: Export, Marble Sector, Afyonkarahisar, FUCOM, Multi-Criteria Decision Making (MCDM)

ÖN SÖZ

Bu tez, Mermer sektöründe ihracatta karşılaşılan problemlerin önem derecelerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği başlığı çerçevesinde, mermer sektörünün ihracat sürecinde karşılaştığı sorunları sistematik biçimde ele almakta ve bu sorunların önem derecelerini çok kriterli karar verme yaklaşımıyla analiz etmeyi hedeflemektedir. Afyonkarahisar ili örneği üzerinden yürütülen bu çalışma, saha verileri ve analitik yöntemlerle desteklenmiş; elde edilen bulguların hem akademik bilgi birikimine katkı sağlayacağı hem de sektördeki karar vericiler ve uygulayıcılar için yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Akademik yolculuğum boyunca bilgi ve tecrübeleriyle bana rehberlik eden, bu çalışmanın her aşamasında kıymetli katkılarını sunan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul BAYAT'a ve değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Berfu İLTER'e ve Arş. Grv. Muhammed KARATAŞ'a saygı ve şükranlarımı sunarım. Tez jürisinde yer alarak katkı sunan Doç. Dr. Kenan İLARSLAN'a, Dr. Öğr. Üyesi Ali Çağrı BURAN'a, Dr. Öğr. Üyesi Muhammed TURGUT'a ve Dr. Öğr. Üyesi Onur KAFADAR'a teşekkür ederim.

Bu yolculukta en büyük desteği, her zaman yanımda olan, sabırla, sevgisiyle ve anlayışıyla bana güç veren kıymetli eşime en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Varlığı, bu süreci daha anlamlı ve katlanabilir kılmıştır. Ayrıca, bu süreçte manevi desteklerini esirgemeyen ve her zaman yanımda olduklarını hissettiren değerli Mustafa Koç ve ailesine, Yunus Özpınar ve ailesine gönülden teşekkür ederim. Onların samimiyeti ve teşviki, bu çalışmanın tamamlanmasında önemli bir motivasyon kaynağı olmuştur. Ayrıca, birlikte öğrenmenin ve gelişmenin değerini paylaştığımız, bu süreçte yanımda olan tüm okul arkadaşlarıma da teşekkür ederim. Onlarla geçirdiğim zamanlar, bu akademik yolculuğu daha zengin ve anlamlı kılmıştır. Son olarak, bu çalışmanın ortaya çıkmasında emeği geçen, ismini burada tek tek anamadığım tüm akademisyenlere ve dostlara teşekkür ederim.

Koulouthoune ANZIDINE
2025, Afyonkarahisar

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI	i
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
SİMGELER VE KISATMALAR DİZİNİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

DIŞ TİCARET

1. DIŞ TİCARET İŞLEMLERİ.....	3
1.1. DIŞ TİCARET KAVRAMI	3
1.2. DIŞ TİCARETİN TARİHSEL GELİŞİMİ	4
1.3. İHRACAT VE İTHALAT KAVRAMLARI	4
1.3.1. İhracat yapabilme şartları	5
1.3.1.1. İhracatçı Birlikleri.....	6
1.3.2. İthalat Yapabilme Şartları	8
1.4. DIŞ TİCARETTE KULLANILAN BELGELER.....	10
1.4.1. Ticari-Resmi Belgeler	10
1.4.1.1. Ticari Sözleşme.....	11
1.4.1.2. Proforma Fatura	11
1.4.1.3. Ticari Fatura.....	11
1.4.1.4. Konsolosluk Faturası	11
1.4.1.5. Navlun Faturası.....	11
1.4.1.6. Çeki Listesi (Koli Listesi/Spesifikasyon Listesi).....	12
1.4.1.7. Gümrük Faturası	13
1.4.1.8. Kontrol (Gözetim) Belgesi.....	14
1.4.1.9. Gümrük Beyannamesi.....	13
1.4.1.9.1. İhracat Gümrük Beyannamesi Özellikleri.....	15
1.4.2. Taşıma ve Serbest Dolaşım Belgeleri	16
1.4.2.1. A.T.R. Belgesi.....	16
1.4.2.2. EUR-1 Belgesi	17
1.4.2.3. Menşe Şahadetnamesi.....	18
1.4.2.4.ATA Karnesi.....	18
1.4.2.5.Boykot, Kara liste Sertifikası.....	19
1.4.3. Taşıma Belgeleri.....	19
1.4.3.1. Kara Yolu Konşimentosu (CMR)	19
1.4.3.2. Deniz Konşimentosu.....	21
1.4.3.3. İkinci Kaptan Makbuzu.....	21
1.4.3.4. Rıhtım Makbuzu	21
1.4.3.5. Havayolu Konşimentosu (Air Way Bill)	22
1.4.3.6. Demir Yolu Hamule Senedi.....	24
1.4.3.7. Nakliyecisi Makbuzu.....	24

1.4.3.8. FIATA Taşıma Belgeleri	24
1.4.3.9. Paket Postası Makbuzu	26
1.4.4. Sigorta ve Diğer Belgeler	25
1.4.4.1. Sigorta Poliçesi	27
1.4.4.2. Sigorta Sertifikası.....	27
1.4.4.3. Sigortalama İşlemleri Muafiyetleri	28
1.4.4.4. İmalatçının Analiz Belgesi.....	27
1.4.4.5. Veteriner Sertifikası ve Bitki Sağlık Sertifikası.....	29
1.4.4.6. Helal Belgesi.....	28
1.4.4.7. Radyasyon Belgesi.....	30
1.5. İHRACAT ŞEKİLLERİ.....	30
1.6. ULUSLARARASI TİCARETTE ŞEKİLLERİ (INCOTERMS)	31
1.7. DIŞ TİCARETTE KULLANILAN ÖDEME ŞEKİLLERİ.....	35
1.8. DIŞ TİCARETTE TÜRKİYE’NİN TARAF OLDUĞU ANLAŞMALAR	44
1.8.1. Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA).....	45
1.8.2. Bölgesel Ekonomik İş Birliği Anlaşmaları.....	47
1.8.3. Çok Taraflı Anlaşmalar	46
1.8.4. İkili Anlaşmalar	48
1.8.5. Ticaret Anlaşmalarının Türk Ekonomisi Üzerindeki Etkileri	50
1.8.6. Avrupa Birliği ve Gümrük Birliği İlişkileri	51
1.8.7. İkili ve Çok Taraflı Anlaşmaların Yeri.....	51
1.8.8. Türkiye’nin Ekonomik Dönüşümü ve Gelecek Perspektifi	50
1.9 TÜRKİYE’ DE İHRACATA VERİLEN DESTEKLER.....	53
1.10. DIŞ TİCARET VERİLERİ.....	73
1.10.1 Dünyada Dış Ticaret Verileri.....	74
1.10.2 Türkiye’nin Dış Ticaret Verileri.....	77

İKİNCİ BÖLÜM

MERMER SEKTÖR

1. MERMERİN KAVRAMI VE TARİHİ	84
2. DÜNYADA MERMER ÜRETİMİ.....	86
3. TÜRKİYE’DE MERMER ÜRETİMİ	98
4. AFYONKARAHİSAR’DA MERMER ÜRETİMİ	110
4.1 AFYONKARAHİSAR MERMER REZERVİ	110
4.2 AFYONKARAHİSAR MERMER KAYNAKLARININ DAĞILIMI.....	113
5. AFYONKARAHİSAR İHRACAT DEĞERLERİ.....	113
5.1 AFYONKARAHİSAR’IN MERMER İHRACATI	116

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İHRACATTA KARŞILAŞILAN PROBLEMLERİN ÖNEM DERECELERİNİN ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ:

MERMER SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	125
-----------------------------------	------------

1.1. ARAŞTIRMA EVREN VE ÖRNEKLEMİ.....	125
1.2. VERİ ANALİZİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER	127
2. VERİLERİN ANALİZİ VE ELDE EDİLEN BULGULAR	129
2.1. DUYARLILIK ANALİZİ.....	135
3. TARTIŞMA	137
 SONUÇ VE ÖNERİLER.....	 141
KAYNAKÇA	144
EKLER.....	152



TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1. CMR’a göre Taşıtan ve Taşıyan tarafların yükümlülükleri	19
Tablo 2. Deniz Konşimentoya Göre Taşıtan ve Taşıyan Tarafların Yükümlülükleri	21
Tablo 3. Havayolu Konşimentoya Göre Taşıtan ve Taşıyan Tarafların Yükümlülükleri	22
Tablo 4. Demir yolu Hamule Senedi belgesine bağlı sözleşmeye dayalı taahhütler.....	24
Tablo 5. DDP Kapsamında Maliyet ve Risk Dağılımı.....	33
Tablo 6. FAS Kapsamında Maliyet ve Risk Dağılımı	34
Tablo 7. Taşıma türüne göre Teslim Şekilleri	35
Tablo 8. Küresel Ticaret ve Dünya GSYİH'sinin Gelişimi	72
Tablo 9. 2023 Yılında Ticaretin Coğrafi Dağılımı.....	73
Tablo 10. 2024 yılında dünyada en fazla dış ticaret hacmine (Bin ABD Doları) sahip 11 ülke.	74
Tablo 11. 2020'den 2024'e kadar dış ticaret verileri (Bin ABD dolar).	76
Tablo 12. En Fazla İhracat yapan ilk 10 sektör (Bin ABD Doları).....	78
Tablo 13. 2020-2024 dönemi Levha Mermer İthalatında önde gelen 11 Ülke (bin ABD Doları).	92
Tablo 14. 2020-2024 yıllarında İşlenmiş Mermer İthalatı yapan ilk 11 Ülke (Bin \$)	92
Tablo 15. 2020-2024 yıllarında Blok Mermer İthalatı yapan ilk 11 Ülke (bin \$).....	94
Tablo 16. Afyonkarahisar’ın 2024 yılında Türkiye ihracatındaki sıralaması ...	111
Tablo 17. Afyonkarahisar’ın 2025 yılı Ocak- Haziran dönemi ihracatında en çok ihracat yapılan ilk 10 ülke (Bin ABD Doları)	112
Tablo 18. Afyonkarahisar’ın 2023- 2024 döneminde ihracat performansında öne çıkan ilk beş sektör	113
Tablo 19. Afyonkarahisar’ın 2020-2022 Yılları Arası Doğaltaş İhracatı ve Türkiye Sıralaması	114
Tablo 20: İhracatta karşılaşılan problemlerin önem düzeylerine göre gruplandırılması	122
Tablo 21. Çalışmada ele alınan problemler.....	124
Tablo 22. İkili Karşılaştırma Ölçeği.....	126
Tablo 23. Çalışmada Kullanılan Kriterler	126
Tablo 24. Kriter karşılaştırma.....	127
Tablo 25. Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralamaları	131
Tablo 27. Duyarlılık Analiz Sonuçları	132
Tablo 26. Kriterlerin önem düzeylerine göre dağılımı.....	134

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Ülkelere göre ihracat, Ağustos 2025	78
Şekil 2. Ülkelere göre ithalat, Ağustos 2025	80
Şekil 3. 2024 yılında dünyanın en çok mermer ihraç eden ülkeleri	86
Şekil 4. 2024' te Dünyanın En Çok İşlenmiş Mermer İhraç Eden 5 Ülkesi (Milyon ABD Doları)	87
Şekil 5. 2024 yılında Levha mermeri ihracatı yapan ilk 5 ilk Ülke (Milyon ABD Doları)	88
Şekil 6. 2024 yılında Blok mermeri ihracatı yapan ilk 5 Ülke (Milyon ABD doları)	89
Şekil 7. 2024 yılında ülkeler bazında dünya mermer ihracatının payı	99
Şekil 8. Türkiye'nin 2024 yılında işlenmiş mermer ihracatı yaptığı ilk 5 ülke (Bin ABD \$).....	100
Şekil 9. Türkiye'nin 2024'te mermer levha ihracatı yaptığı ilk 5 ülke (Bin ABD doları).	102
Şekil 10. Türkiye'nin 2024'te Blok mermer ihracatı yaptığı ilk 5 ülke (Bin ABD Doları).	104
Şekil 11. Türkiye'nin 2024'te İşlenmiş Mermer İthal Ettiği İlk 5 Ülke (Milyon ABD Doları).....	105
Şekil 12: Türkiye'nin 2024'te Levha Mermer İthal Ettiği İlk 5 Ülke (Milyon ABD Doları).....	105
Şekil 13. Türkiye'nin 2024'te Blok Mermer İthal Ettiği İlk 5 Ülke (Milyon ABD Doları).	106
Şekil 14. Türkiye'de Mermer Rezervlerinin Bölgelere Göre Dağılımı	108
Şekil 15. Türkiye'de Mermer Rezervlerinin İllere Göre Dağılımı	109
Şekil 16. Afyonkarahisarın İhracat Değeri (2020-2025)	111
Şekil 17. Kriter ağırlıkları.....	134

SİMGELER VE KISATMALAR DİZİNİ

%: Yüzde oranı
\$: Amerikan Doları
λ: WASPAS yönteminde ağırlık parametresi
TTS: Toplam Tutarlılık Sapması (FUCOM yöntemi için)
k: Kriterin önem derecesi
n: Kriter sayısı
> , = : Kriterler arası önem ilişkisini gösteren karşılaştırma sembolleri
t: Zaman (yıl, dönem)
m³: Metreküp (hacim birimi)
ton: Ton (kütle birimi)
AB: Avrupa Birliği
ABD: Amerika Birleşik Devletleri
AHP: Analitik Hiyerarşi Prosesi
ARDL: Autoregressive Distributed Lag (Otokorelasyonlu Dağıtılmış Gecikme Modeli)
BDT: Bağımsız Devletler Topluluğu
BSMV: Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi
CFR: Cost and Freight (Maliyet ve Navlun)
CIF: Cost, Insurance and Freight (Maliyet, Sigorta ve Navlun)
CIP: Carriage and Insurance Paid To (Taşıma ve Sigorta Ödenmiş Teslim)
COPRAS: Complex Proportional Assessment (Karmaşık Orantılı Değerlendirme Yöntemi)
CPT: Carriage Paid To (Taşıma Ödenmiş Teslim)
CRITIC: Criteria Importance Through Intercriteria Correlation (Kriterler Arası Korelasyona Dayalı Ağırlıklandırma Yöntemi)
DAB: Döviz Alım Belgesi
DDP: Delivered Duty Paid (Gümrük Vergileri Ödenmiş Teslim)
DDU: Delivered Duty Unpaid (Gümrük Vergileri Ödenmemiş Teslim)
DİR: Dahilde İşleme Rejimi
DIİ: Dahilde İşleme İzni
DSB: Döviz Satış Belgesi
DTÖ/OMC: Dünya Ticaret Örgütü / Organisation Mondiale du Commerce
DTSS: Dış Ticaret Sermaye Şirketi
ECO: Economic Cooperation Organization (Ekonomik İşbirliği Teşkilatı)
Es Endeksi: İhracatta Uzmanlaşma Endeksi
EXW: Ex Works (Fabrika Teslimi)
FAS: Free Alongside Ship (Geminin Yanında Teslim)
FCA: Free Carrier (Taşıyıcıya Teslim)
FIATA: Fédération Internationale des Associations de Transitaires et Assimilés
FIATA-FBL: FIATA Multimodal Transport Bill of Lading
FIATA-FCR: Forwarder's Certificate of Receipt
FIATA-FCT: Forwarder's Certificate of Transport
FMI: Fonds Monétaire International (Uluslararası Para Fonu)
FOB: Free on Board (Gemide Serbest)
FUCOM: Full Consistency Method (Tam Tutarlılık Yöntemi)
GSYH: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
GTİP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
HİR: Hariçte İşleme Rejimi
HS: Harmonize System (Harmonize Sistem)
INCOTERMS: International Commercial Terms (Uluslararası Ticari Terimler)

ITC: International Trade Centre (Uluslararası Ticaret Merkezi)
KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KKDF: Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu
KTZ: Küresel Tedarik Zinciri
MAIRCA: Multi-Attribute Ideal-Real Comparative Analysis
OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development
RCEP: Regional Comprehensive Economic Partnership
S.R.G.: Sayılı Resmî Gazete
SDŞ: Sektörel Dış Ticaret Şirketi
STA: Serbest Ticaret Anlaşması
T.C. Merkez Bankası: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TİM: Türkiye İhracatçılar Meclisi
TOPSIS: Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution
TR33: Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa ve Uşak illerini kapsayan bölgesel kalkınma düzeyi
TRB1: Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli illerini kapsayan bölgesel kalkınma düzeyi
TSO: Ticaret ve Sanayi Odası
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
Turquality: Türkiye'nin Marka Destek Programı
UR-GE: Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi
WASPAS: Weighted Aggregated Sum Product Assessment (Ağırlıklı Toplam ve Çarpım Değerlendirme Yöntemi)
WSM: Weighted Sum Model (Ağırlıklı Toplam Yöntemi)
WPM: Weighted Product Model (Ağırlıklı Çarpım Yöntemi)

GİRİŞ

Küresel ekonomik sistemde yaşanan hızlı dönüşüm, ülkelerin dış ticaret politikalarını yalnızca ekonomik bir araç değil, aynı zamanda stratejik bir kalkınma mekanizması olarak değerlendirmelerini zorunlu kılmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ihracat ve ithalat faaliyetleri; üretim kapasitesinin artırılması, istihdamın desteklenmesi ve uluslararası pazarlarda rekabet gücünün yükseltilmesi gibi çok boyutlu etkiler yaratmaktadır. Türkiye de bu dönüşüm sürecinde dış ticaret kapasitesini genişletmek ve küresel pazarlarda daha etkin bir aktör hâline gelmek amacıyla çeşitli destek mekanizmaları geliştirmiştir.

Bu bağlamda doğal taş ihracatında önemli bir paya sahip olan mermer sektörü, hem bölgesel kalkınma hem de ulusal ihracat stratejileri açısından dikkat çekici bir örnek oluşturmaktadır. Özellikle Afyonkarahisar gibi üretim merkezleri, Türkiye'nin mermer ihracatına hem nicel hem de nitel açıdan önemli katkılar sunmaktadır. Bu tez çalışması, Türkiye'nin dış ticaret sistemiyle mermer sektörü arasındaki ilişkiyi çok boyutlu bir çerçevede ele alarak sektörel gelişim potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, ihracat kapasitesi, devlet destekleri ve uluslararası ticaret belgeleri gibi temel unsurlar üzerinden kapsamlı bir değerlendirme yapılmaktadır.

Mevcut literatürde dış ticaret genellikle makroekonomik göstergeler, ticaret politikaları ve uluslararası anlaşmalar ekseninde incelenirken, mermer sektörü daha çok doğal taşların ekonomik değeri, ihracat performansı ve bölgesel kalkınmadaki rolü üzerinden ele alınmaktadır. Buna karşın, dış ticaret sistemiyle mermer sektörü arasındaki etkileşim literatürde henüz bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmemiştir. Özellikle Afyonkarahisar özelinde yapılan akademik çalışmaların sınırlı olması, bölgenin potansiyelinin bilimsel açıdan yeterince ortaya konulamadığını göstermektedir. Bu durum, çalışmanın hem teorik hem de uygulamaya dönük katkısını daha anlamlı hâle getirmektedir.

Bu çerçevede çalışmanın temel araştırma sorusu şu şekilde belirlenmiştir: Mermer sektöründe ihracat sürecinde karşılaşılan problemlerin önem dereceleri nelerdir ve bu problemler Çok Kriterli Karar Verme yöntemleri kapsamında nasıl sıralanabilir? Bu soru, yalnızca sektörel gelişim açısından değil, aynı zamanda dış ticaret sistemiyle içinde karşılaşılan sorunların analitik olarak değerlendirilmesi bakımından da bilimsel bir öneme sahiptir. Tezin temel amacı, Afyonkarahisar özelinde mermer ihracatında

karşılaşılan başlıca problemleri belirlemek ve bu problemlerin göreceli önemlerini FUCOM yöntemi aracılığıyla analiz etmektir. Bu doğrultuda dış ticaret sisteminin tarihsel ve kurumsal yapısı incelenmiş, mermer sektörünün ihracat dinamikleri ve bölgesel özellikleri analiz edilmiş ve saha verileriyle desteklenen problem alanları sistematik biçimde değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel hipotezi ise, ihracat sürecinde karşılaşılan problemlerin önceliklendirilmesinin sektörel strateji geliştirme süreçlerine anlamlı katkılar sağlayacağı yönündedir.

Araştırma sürecinde nitel yöntemler kullanılmıştır. Literatür taraması, dış ticaret belgeleri ve sektörel veriler incelenmiş; ayrıca Afyonkarahisar'daki mermer üreticileriyle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler aracılığıyla saha gerçekliği akademik çerçeveye bütünleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında, ihracat sürecinde karşılaşılan problemlerin önem derecelerini belirlemek amacıyla Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden FUCOM tercih edilmiştir. Bu yöntemin seçilmesinde kriter ağırlıklarında tutarlılık sağlanması, karar verici görüşlerini sistematik olarak değerlendirmesi ve uygulama kolaylığı sunması etkili olmuştur.

Tez altı ana bölümden oluşmakta ve her bölüm araştırma problemini farklı bir boyutuyla ele almaktadır. İlk bölümde Türkiye'nin dış ticaret yapısı ayrıntılı biçimde incelenerek ihracat ve ithalat süreçleri, kullanılan belgeler, ödeme şekilleri ve devlet destekleri ele alınmıştır. İkinci bölümde mermer sektörünün genel yapısı, ithalat ve ihracat verileri ile Afyonkarahisar özelinde sektörel analiz sunulmaktadır. Üçüncü bölümde teorik yaklaşımlar, metodolojik tartışmalar ve literatürdeki boşluklar değerlendirilerek çalışmanın özgünlüğü ortaya konulmaktadır. Dördüncü bölüm yöntemsel çerçeveyi ve Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinin uygulama sürecini açıklamakta; beşinci bölümde analiz sonuçları ve yorumlar yer almaktadır. Son bölümde ise genel değerlendirme yapılmakta, politika önerileri sunulmakta ve gelecekteki araştırmalar için yol haritası önerilmektedir. Bu tez, Türkiye'nin dış ticaret sistematigi çerçevesinde mermer sektöründe ihracat sürecinde karşılaşılan problemlerin bilimsel olarak analiz edilmesini amaçlamakta; söz konusu problemlerin önem derecelerini Çok Kriterli Karar Verme yöntemleriyle belirleyerek literatürdeki uygulama odaklı boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Özellikle Afyonkarahisar örneğinde gerçekleştirilen saha analizi sektörel özgünlük ve yerel kalkınma perspektifi sunmakta; Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinin sektörel analizde kullanılması ise metodolojik açıdan yenilikçi bir katkı sağlamaktadır. Bu yönleriyle çalışma hem akademik dünyaya hem de karar verici kurumlara yönelik değerli bir kaynak niteliği taşımaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DIŞ TİCARET

Bu bölümde dış ticaret kavramı genel hatları ile açıklanmıştır. Öncelikle dış ticaret, ihracat ve ithalatın tanımları yapılmakta, sonrasında dış ticaretin tarihsel gelişimi ile ilgili bilgi verilmektedir. Sonrasında ise ihracat ve ithalat yapabilmek için gerekli olan şartlar açıklanmaktadır. Daha sonra dış ticarete kullanılan belgeler, dış ticarete teslim şekilleri ve dış ticarete kullanılan ödeme şekillerine yer verilmektedir. Son olarak Dünya ve Türkiye özelinde güncel dış ticaret verileri sunulmaktadır.

1. DIŞ TİCARET İŞLEMLERİ

1.1. DIŞ TİCARET KAVRAMI

Dış ticaret, bir ülkenin sınır ötesi ekonomik faaliyetlerini ifade eden ve temel olarak mal ve hizmetlerin ithalatı ile ihracatını kapsayan bir kavramdır (Kaya, 2013: 6). Bu faaliyetler, ülkelerin üretim kapasitelerini artırmalarına ve ihtiyaç duydukları ürünleri uluslararası pazarlardan temin etmelerine imkân sağlamaktadır. İthalatın ihracattan fazla olduğu durumlarda dış ticaret açığı, tam tersi durumda ise dış ticaret fazlası ortaya çıkmakta; bu tür dengesizlikler döviz piyasalarında kırılganlık yaratabilmektedir (Somuncu, 2009: 7). Dış ticaretin sektörel dağılımı incelendiğinde tarım, madencilik ve sanayi ürünleri öne çıkmakta; ürün grupları bakımından ise sermaye malları, tüketim malları ve hammaddeler temel sınıflandırma alanlarını oluşturmaktadır. Tarihsel olarak ülkeler, kendi kaynaklarıyla üretemedikleri ya da yerli üretimi yüksek maliyetli olan malları dışarıdan temin etme ihtiyacı nedeniyle dış ticarete yönelmişlerdir (Bayram ve Bilge, 2019: 26). Bu yönelim yalnızca ekonomik ilişkilerle sınırlı kalmamış, aynı zamanda kültürel ve diplomatik etkileşimleri de beraberinde getirmiştir. Dış ticaretin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha belirgin olmakta; Türkiye’de ise ihracat artışı ile millî gelirdeki yükseliş arasında güçlü bir ilişki gözlenmektedir (Bayramov, 2024: 3). Bu durum, dış ticaretin yalnızca bir alışveriş süreci değil, aynı zamanda kalkınmanın temel dinamiklerinden biri olduğunu göstermektedir (Kırçiçek, 2023: 4). Dış ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi, uluslararası finansal raporlama standartları doğrultusunda gerçekleştirilmelidir (Kama, 2023: 9). Bu çerçevede gümrük süreçleri, dış ticaretin teknik altyapısını oluşturan temel unsurlar arasında yer almaktadır (Belali ve Asmani, 2023: 10). Türkiye’nin dış ticaret rejiminde zaman içinde ortaya çıkan yapısal sorunlar, politika yapıcıları çeşitli düzenlemeler yapmaya

yönlendirmiştir (Yılmaz, 2022: 2). Ayrıca dış ticaret sisteminde yaşanan uyuşmazlıkların, çözüm mekanizmalarıyla birlikte bütüncül bir yaklaşımla ele alınması gerekmektedir (Kızıllar, 2022: 6).

1.2. DIŞ TİCARETİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Tarih boyunca ülkeler, ihtiyaçlarını karşılayamadıkları ya da üretiminde uzmanlaşmadıkları malları diğer ülkelerden temin etme yoluna gitmişlerdir. Bu eğilim, dış ticaretin temelini oluşturmuş ve zamanla küresel ölçekte kurumsal bir nitelik kazanmıştır. Örneğin İpek Yolu gibi kadim ticaret ağları, Doğu'dan Batı'ya ipek, baharat, değerli taşlar ve porselen gibi malların taşınmasında kritik bir rol üstlenmiştir. Ancak Roma İmparatorluğu'nun yıkılışının ardından Avrupa'da kapalı ekonomik yapılar ve feodal düzenin güç kazanması dış ticari faaliyetleri sınırlamıştır. 15.yüzyıldan itibaren ticaret yoluyla zenginleşme arayışı Avrupa'da yeniden hız kazanmış; 17. ve 18. yüzyıllarda merkantilist düşünce, uluslararası ticareti sıfır toplamı bir çıkar ilişkisi olarak değerlendirmiştir. Bu yaklaşım 18. yüzyılda yerini klasik liberalizme bırakmış ve karşılıklı kazanç, işbölümü ile kaynakların etkin kullanımı gibi ilkeler ön plana çıkmıştır (Bayram ve Bilge, 2019: 26). Zamanla dış ticaret teorileri, teknolojik gelişmeler ve dijitalleşmenin etkisiyle daha da çeşitlenmiş; özellikle karşılaştırmalı üstünlük teorisi, ülkelerin rekabet avantajı sağladıkları alanları belirlemede temel bir çerçeve sunmuştur. Türkiye örneğinde dış ticaretin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi açık biçimde gözlemlenmekte; ihracat artışı ile millî gelirdeki yükseliş arasında güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir (Bayramov, 2024: 3). Bu ilişki, dış ticaretin yalnızca mal alışverişi olmaktan öte, kalkınmanın temel itici güçlerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır (Kırçıçek, 2023: 5). Dış ticaretin tarihsel gelişimi, aynı zamanda gümrük rejimlerinin ve ticaret politikalarının evrimiyle yakından bağlantılıdır. Türkiye'nin dış ticaret rejiminde zamanla ortaya çıkan yapısal sorunlar, yeni düzenlemeleri ve kurumsal dönüşümleri gerekli kılmıştır (Yılmaz, 2022: 4). Bu süreçte dış ticaret işlemlerinin muhasebeleştirilmesi ve raporlanması da uluslararası standartlara uyum çerçevesinde gelişim göstermiştir (Kama, 2023: 9).

1.3. İHRACAT VE İTHALAT KAVRAMLARI

İhracat, yürürlükteki ihracat ve gümrük mevzuatına uygun olarak bir malın Türk gümrük bölgesinden veya serbest bölgelerden çıkarılması ya da yetkili makamlarca ihracat olarak kabul edilen diğer işlemleri kapsayan bir faaliyettir (Polat, 2013: 11). Başka

bir ifadeyle, bir ülkenin başka bir ülkeye mal satması anlamına gelmekte ve bu süreç üretici ülkenin ekonomik büyümesine doğrudan katkı sağlamaktadır. Makroekonomik açıdan ihracat, toplam talebin temel bileşenlerinden biri olup ödemeler dengesi tablosunda alacak hanesinde yer almaktadır (Somuncu, 2009: 15). İhracat faaliyetinde bulunacak firmaların ilgili ihracatçı birliklerine üye olması zorunlu olup, bu üyelik ihracatın kurumsal altyapısını oluşturan unsurlardan biridir (Kaya, 2013: 22). İhracata konu ürünlerin ambalaj, kalite ve gümrük işlemleri bakımından uluslararası standartlara uygun olması gerekmektedir. Ürünlerin hedef pazarlarda tanıtılması ve talep potansiyeli yüksek ülkelerin belirlenmesi, etkin bir ihracat stratejisinin temel koşulları arasında yer almaktadır. Ege Bölgesi örneğinde olduğu gibi, akreditif uygulamaları ihracat işlemlerinde güvenliğin artırılmasına katkı sağlayan önemli bir finansal araçtır (Bayram ve Bilge, 2019: 29). İthalat ise yurtdışında üretilen malların ilgili mevzuata uygun şekilde ülkeye getirilmesi ve bedelinin ödenmesi sürecidir. Bu işlemler, vergi numarasına sahip gerçek veya tüzel kişiler tarafından yürütülebilmektedir (İthalat Yönetmeliği, md. 4/1-e). Bununla birlikte ithalat, döviz çıkışına neden olması ve yerli üretimin ikincil planda kalmasına yol açabilmesi nedeniyle her durumda tercih edilen bir seçenek değildir (Tulgay, 2019: 7). Hem ihracat hem de ithalat süreçleri yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda teknik ve hukuki boyutlar içermekte olup, bu işlemlerin muhasebeleştirilmesi uluslararası finansal raporlama standartları doğrultusunda yapılmalıdır (Kama, 2023: 71). Ayrıca gümrük işlemlerinin doğru, hızlı ve şeffaf biçimde yürütülmesi dış ticaretin etkinliğini doğrudan etkileyen kritik bir unsurdur (Belali ve Asmani, 2023: 31).

Sonuç olarak, ihracat ve ithalatın ekonomik büyüme üzerindeki etkisi Türkiye örneğinde açık bir biçimde görülmektedir. Dış ticaret hacmindeki artış hem millî gelirin yükselmesine hem de üretim kapasitesinin genişlemesine katkıda bulunmakta, böylece dış ticaretin kalkınma sürecindeki yapısal rolü daha belirgin hâle gelmektedir (Bayramov, 2024: 7; Kırçıçek, 2023: 5).

1.3.1. İhracat Yapabilme Şartları

Bir işletmenin ihracatçı statüsü kazanabilmesi için belirli yasal ve kurumsal gereklilikleri yerine getirmesi zorunludur. Bu gerekliliklerin başında işletmenin gerçek veya tüzel kişi niteliğine sahip olması gelmektedir. Bunun yanı sıra, tüccar ve sanatkârlar ile bunların oluşturduğu ortaklıklar da mevzuat çerçevesinde ihracat faaliyeti yürütebilmektedir. Ticari faaliyette bulunacak gerçek ve tüzel kişilerin, öncelikle şirket

statülerini Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde tescil ve ilan ettirmeleri gerekmektedir. Ardından, ikamet ettikleri yerin bağlı bulunduğu Ticaret Odası'na kaydolmaları ve üye olmaları yasal bir zorunluluktur (Polat, 2013: 11).

Ayrıca işletmelerin, faaliyet gösterecekleri bölgede ilgili vergi dairesine başvurarak vergi numarası ve vergi levhası almaları; böylece vergi mükellefiyetlerini resmî olarak tesis etmeleri gerekmektedir. İşletme faaliyetlerinin yasal çerçevede sürdürülebilmesi için belediyeden gerekli işyeri açma ve çalışma ruhsatının temin edilmesi de başka bir zorunluluktur (Polat, 2013: 11).

Gerçek ve tüzel kişilerin ihracat faaliyetinde bulunabilmeleri için ilgili ihracatçı birliklerine üye olmaları şarttır. Üyelik başvurusu sırasında işletmelerin vergi mükellefiyetlerini gösteren belgeleri ibraz etmeleri gerekmektedir. Tüccar ve sanatkârların ise Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Konfederasyonu'ndan alacakları ve tek vergi numarasıyla ticari üretim faaliyeti yürüttüklerini belgeleyen resmî yazıyı başvurularına eklemeleri zorunludur. Ortak girişim ve konsorsiyumlar açısından ise, ihracatçı birliğine üyelik için ortaklık anlaşmalarının belgelenmesi ve vergi mükellefiyetinin kanıtlanması yeterli kabul edilmektedir (Gürsoy, 2012: 235).

1.3.1.1. İhracatçı Birlikleri

Türkiye'de ihracatçı birlikleri, dış ticaretin kurumsallaştırılması yönündeki ilk adımların atıldığı 1937 yılında ortaya çıkmış; 1940 yılında Resmî Gazete'de yayımlanan düzenlemelerle yasal statü kazanmıştır. Cumhuriyetin erken dönem kalkınma politikalarının bir parçası olarak kurulan bu birlikler, ihracat faaliyetlerinin düzenli, verimli ve koordineli bir biçimde yürütülmesini sağlamak, ihracatın ülke ekonomisine katkısını artırmak ve dış ticaret politikalarının uygulanmasında devletle özel sektör arasında işlevsel bir köprü oluşturmak amacıyla teşkilatlanmıştır (Somuncu, 2009: 72-73).

İhracatçı birlikleri, Bakanlar Kurulu kararıyla kurulmakta ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Bu yapının en üst koordinasyon organı ise Türkiye İhracatçılar Meclisi'dir (TİM). TİM'e bağlı olmayan kişi ve kuruluşların ihracatçı olarak kabul edilmemesi, birliklerin dış ticaret sistemindeki zorunlu kurumsal rolünü göstermektedir (Alpaslan, 2004: 35). Günümüzde 13 genel sekreterlik

altında örgütlenmiş 61 ihracatçı birliği, 24 farklı sektörü kapsayarak tekstil, makine, tarım, elektronik gibi geniş bir yelpazede faaliyet göstermektedir (Kaya, 2013: 244).

Birliklerin işlevleri yalnızca kayıt ve idari işlemlerle sınırlı değildir. Dış pazarlardaki gelişmeleri izleme, sektörel bilgilendirme sağlama, pazar araştırmaları yürütme, uluslararası fuar ve ticaret heyeti organizasyonları düzenleme, tanıtım faaliyetleri yürütme ve devlet desteklerinin uygulanmasında aracı rol üstlenme gibi çok yönlü stratejik görevler icra etmektedirler. Türkiye'nin ihracat kapasitesindeki artış, birliklerin kurumsal etkinliğini ve üyelik oranlarını da yükseltmiştir (Somuncu, 2009: 72).

Ampirik çalışmalar, ihracatçı birliklerinin Türkiye'nin ihracat performansı üzerinde sektörel düzeyde anlamlı etkiler yarattığını göstermektedir (Damar, 2018: 22). Özellikle geleneksel sektörlerde, örneğin halı ihracatında, birliklerin yönlendirici rolü daha da belirginleşmektedir (Polat, 2013: 11). Ayrıca örgütsel düzeyde yapılan çalışmalar, çalışanların empatik yaklaşımlarının kurum içi iletişim ve operasyonel verimlilik üzerinde olumlu etkiler yarattığını ortaya koymakta; birliklerin insan odaklı yönetim anlayışını benimsemelerinin kurumsal başarıya katkı sağladığını göstermektedir (Öğüt, 2021: 44).

İhracatçı birlikleri yasal çerçeve ve üyelik koşulları incelendiğinde; ihracatçı birliklerinin hukuki dayanağını 3018 ve 5910 sayılı kanunlar ile ilgili yönetmelikler oluşturmaktadır. 06.06.2006 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği'ne göre ihracatçı, ilgili ihracatçı birliklerinin genel sekreterliğine üye olan ve gerekli yetkiye sahip tüm gerçek ve tüzel kişileri ifade etmektedir. Vergi numarası ve hukuki statüsü bulunmayan ortaklıklar ise yalnızca ilgili mevzuat çerçevesinde sınırlı işlem yapabilmektedir (Kaya, 2013: 244).

İhracat işlemlerinin başlatılabilmesi için, ihracatçının bağlı bulunduğu birliğin genel sekreterliği tarafından onaylanmış gümrük beyannamesi ile gümrük idaresine müracaat etmesi zorunludur. Bu nedenle üyelik, yasal bir yükümlülük olmanın ötesinde, ihracat sürecinin işleyebilmesi için zorunlu bir adımdır (Kaya, 2013: 244). Üyelik başvurularında, gerçek ve tüzel kişilerden vergi numarası, ticaret sicil kaydı, imza sirküleri ve hukuki statülerini gösteren belgeler talep edilmektedir (Damar, 2018: 33). Bu belgeler, ihracatçının hukuki sorumluluğunu, işlem yetkisini ve ticari faaliyet kapasitesini doğrulamak için gereklidir.

İhracatçı Birliklerinin kurumsal yapı ve organizasyon modeli incelendiğinde; TİM ve ihracatçı birliklerinin örgütsel yapısı, klasik anlamda dikey hiyerarşi temelinde şekillendiği görülmektedir. Yönetim kurulu, denetleme kurulu, koordinatör başkan, genel

sekreterlik ve idari personelden oluşan bu yapı, birliklerin hem idari hem de stratejik görevleri etkin biçimde yerine getirmesini sağlayacak şekilde düzenlenmiştir (Resmî Gazete, 27277; Damar, 2018: 38–39).

Genel sekreterlikler, birliklerin icra organı olarak planlama, koordinasyon, eğitim, danışmanlık ve dış ilişkiler faaliyetlerini yürütmektedir. Ayrıca, devlet kurumlarıyla iş birliği içinde dış ticaret politikalarının uygulanmasına destek olmakta ve ihracatçıların sektörel sorunlarının çözümünde aracılık rolü üstlenmektedir.

İhracatçı Birlikleri stratejik faaliyetleri ve uluslararası düzeyde konumlandırılması incelendiğinde, ihracatçı birlikleri yalnızca iç düzenleyici görevler yürütmemekte, aynı zamanda Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunu güçlendirmeye yönelik stratejik faaliyetler de gerçekleştirmektedir. Fuar organizasyonları, uluslararası ticaret heyetleri, ülke masaları, pazar araştırmaları ve marka tanıtım projeleri bu faaliyetler arasında yer almaktadır. TİM'in 2023 ihracat stratejisinde belirlediği hedefler doğrultusunda yürütülen çalışmaların amacı, Türkiye'nin küresel ticaretteki payını artırmak ve sürdürülebilir ihracat artışı sağlamaktır (Damar, 2018: 36).

Ayrıca birlikler, ihracatçıların uluslararası düzenlemelere uyum sağlaması için eğitim programları geliştirmekte, dijitalleşme ve teknoloji yatırımlarını teşvik etmekte ve üyeler arasında bilgi paylaşımını artırarak örneğin muhasebe alanında yaşanan yapısal sorunların çözümleri (Kabaküş, 2015: 21) için mekanizmalar oluşturmaktadır. Bu yönüyle birlikler, yalnızca birer idari otorite değil; aynı zamanda sektörel gelişmenin, kurumsal kapasite artışının ve uluslararası rekabet gücünün destekleyicisi olan stratejik kalkınma ortaklarıdır (Kırçiçek, 2023: 5-4).

Genel olarak ihracatçı birlikleri, Türkiye'nin dış ticaret sisteminin hem yasal hem de operasyonel omurgasını oluşturmaktadır. Üyelerine sundukları idari, teknik ve stratejik destekler sayesinde ihracatçıların küresel rekabet ortamına uyum sağlamalarına katkı sunmakta; devlet politikalarının uygulanmasında önemli bir aracı rol üstlenmektedir. Ekonomik işlevlerinin yanında, örgütsel iklim ve insan kaynakları yönetimi açısından da gelişen yapıları, birliklerin çok boyutlu kurumsal aktörler olduğunu göstermektedir.

1.3.2. İthalat Yapabilme Şartları

Geçerli vergi numarasına sahip her gerçek veya tüzel kişi, ithalat yapma hakkına sahip olmaktadır (Polat, 2013: 16). Bu hak, tüzel kişiliği bulunmasa da dava açma yetkisine sahip olan ortaklıkları da kapsamaktadır. Ancak bazı istisnalar söz konusudur. Örneğin:

- **Özel Anlaşmalar:** Özel anlaşmalara dayalı ithalat işlemlerinde vergi numarası zorunluluğu olmayabilir.
- **Kitaplar ve Yayınlar:** Kitap ve diğer yayınların ithalatında vergi numarası gerekliliği aranmamaktadır.
- **Uluslararası Fuar ve Sergiler:** Dış Ticaret Bakanlığı'nın onayı ile uluslararası fuar ve sergilerde perakende satışına izin verilen mallar bu zorunluluktan muaf tutulmaktadır.
- **Muafiyetler ve Düzenlemeler:** Kamu ahlakı, kamu düzeni, güvenlik gibi nedenlerle ithalat kısıtlaması getirilen mallar dışında, genellikle mallar serbestçe ithal edilmektedir. Ayrıca kanunla belirli kurumlara tahsis edilen malların ithalatı, yalnızca bu kurumlarca gerçekleştirilebilmektedir (Ertem, 2015: 293).

Türk ticaret sisteminde ithalat işlemlerini gerçekleştirmek için, ülkenin belirlediği kurallar ve istisnaları anlamak, ithalat türlerine özgü özel koşulları bilmek oldukça önemlidir. Türkiye ile Türkmenistan arasındaki ticari iş birliği ve taşımacılık faaliyetlerinde, bu şartların etkili bir şekilde uygulanması ticaretin güvenliğini sağlamaktadır (İpek, 2015: 37).

İthalat işlemlerinin başarılı bir şekilde tamamlanması için aşağıdaki adımlar izlenmektedir (İpek, 2015: 38):

1. **İthalatçı Olarak Tanınma:** İthalatçı sıfatıyla işlem yapabilmek için geçerli bir vergi numarası alınması gerekmektedir.
2. **GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu):** İthal edilecek ürünlere ait 12 haneli GTİP kodu tespit edilmelidir.
3. **Güvenilir Bir İhracatçı Bulma:** Güvenilir bir yabancı tedarikçi seçilerek ticari ilişkiler başlatılmalıdır.
4. **Dış Ticaret Sözleşmesi:** İthalatçı ve ihracatçı arasında alım-satım sözleşmesi düzenlenir ve bu sözleşmede teslim şekilleri ve ödeme şekilleri açıkça belirtilir.
5. **Proforma Fatura Temin Etme:** Malların detaylarını ve satış koşullarını içeren proforma fatura alınmalıdır.
6. **Faturanın Kabulü ve Sözleşme İmzalama:** Fatura onaylandıktan sonra bir satın alma sözleşmesi oluşturularak imzalanmaktadır.

7. **Ödeme Yapma:** Belirlenen ödeme koşullarına göre (peşin, mal mukabili veya vadeli ödeme) ödeme yapılmalıdır. Vadeli ödemelerde, Döviz Rezerv Vergisi (KKDF) bankaya ödenmektedir.
8. **Belgeleri Toplama:** Ticari fatura, Çeki listesi (packing list), Konşimento (Bill of Lading), Menşe Şahadetnamesi gibi gerekli belgeler temin edilmelidir.
9. **Gümrük Beyanı İbrazı:** Mallar ülkeye ulaştığında gümrük özet beyanı verilmelidir.
10. **Teslimat Emri Alma:** Malların taşımacıdan alınabilmesi için ordino, yani teslimat emri, talep edilmektedir.
11. **Gerekli Evrakların Toplanması ve Gümrük Müşavirine Teslim:** Gerekli belgeler düzenlenip gümrük müşavirine sunulmalıdır.
12. **Malları Gümrükten Çekme:** Gümrük işlemleri tamamlandıktan sonra malların serbest dolaşıma alınması ve değişim dosyasının kapatılması sağlanmaktadır (Kaya, 2013: 81).

İthalat prosedürleri, hem Türk hem de uluslararası mevzuata uygun şekilde yürütülmelidir. Bu, ithal edilen malların güvenliğini ve kalitesini garanti altına alırken, ticaret sürecinde etkin bir kontrol sağlamaktadır. Türkiye'nin halı sektöründeki ithalat ve ihracat dengesi, bu prosedürlerin sistematik bir şekilde uygulanması ile başarıya ulaşmaktadır (Polat, 2013: 16). Ayrıca, Türkiye ve Türkmenistan gibi ülkelerle sürdürülen ticaret ilişkilerinde bu kurallar, lojistik süreçlerin düzenlenmesine ve ticari bağların güçlendirilmesine olanak tanımaktadır.

1.4. DIŞ TİCARETTE KULLANILAN BELGELER

Uluslararası ticaret, farklı taraflar arasındaki coğrafi mesafeleri kapsayan karmaşık bir yapıya sahip olduğundan, bilgi alışverişini doğrulayan çeşitli belgelerle desteklenmektedir. Bu belgeler, ticari işlemleri resmileştirerek uluslararası ticaretin düzenli, şeffaf ve güvenli bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır (İpek, 2015: 13). Dış ticarete kullanılan belgeler; ticari-resmi belgeler, taşıma-dolaşım belgeleri ve sigorta-diğer belgeleri olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır (Kama, 2023: 40).

1.4.1. Ticari-Resmi Belgeler

Bu belgelerin önemi göz önüne alındığında, uluslararası ticarete en önemli belgeler bu grupta yer almaktadır.

1.4.1.1. Ticari Sözleşme

Uluslararası ticarete ticari sözleşme, taraflar arasındaki mal alım ve satım ilişkilerini düzenleyen bir hukuki belgedir. Bu belge, işlem detaylarını ve tarafların yükümlülüklerini belirleyerek anlaşmazlıkları önlemektedir. Sözleşme; fiyat, teslimat koşulları, taşıma şekli, sigorta ve ödeme yöntemleri gibi detayları içermektedir. Türkiye ile Türkmenistan arasındaki ticari faaliyetlerde, sözleşmelerin net bir şekilde düzenlenmesi, lojistik operasyonların ve ticari ilişkilerin güvenilir bir şekilde yürütülmesine katkı sağlamaktadır (Polat, 2013: 24).

1.4.1.2. Proforma Fatura

Ticaretin başlangıç aşamasında düzenlenen proforma fatura, malların özelliklerini (kalite, fiyat ve ödeme koşulları gibi) açıklayan bir belgedir. Alıcı için satın alma siparişi işlevi görürken, satıcı için ihracat ön finansmanı kanıtı olarak kullanılabilir (Özkan, 2022: 22).

1.4.1.3. Ticari Fatura

Satışın resmiyet kazandığını ve işlem şartlarının karşılıklı kabul edildiğini belgeleyen ticari fatura, taraflar arasındaki işlemin temel belgelerinden biridir. Fatura; malların tanımı, miktar, birim fiyatlar, toplam maliyet, sipariş numarası ve nakliye bilgilerini içermektedir. Aynı zamanda, ihracat ve ithalat prosedürlerinde yasal bir dayanak olarak kullanılmaktadır (Boumrar ve Chabane, 2022: 24).

1.4.1.4. Konsolosluk Faturası

Konsolosluk faturası, satın alınan malların detaylı açıklamasını içeren ve ithalatçı ülkenin dilinde düzenlenen bir belgedir. Gümrük mevzuatına uygun şekilde hazırlanarak, ithalatçı ülkenin konsolosu tarafından onaylanması gerekmektedir. Bu belge, uluslararası ticaretin güvenli bir şekilde yürütülmesi için kritik öneme sahiptir. (Khennache ve Melbouc, 2023: 21).

1.4.1.5. Navlun Faturası

Navlun faturası, malların deniz veya iç su yolu taşımacılığı sırasında ödenen nakliye masraflarını belgelemektedir. CFR veya CIF teslim yöntemlerinde satıcı tarafından ödenen navlun masrafları, ithalatçının doğru ödeme yapabilmesi için sevkiyat

belgelerinde belirtilmelidir (Özkan, 2022: 23). Bu fatura, taşımacılık sürecinin şeffaflığını ve ödeme işlemlerinin doğruluğunu sağlamaktadır.

1.4.1.6. Çeki Listesi (Koli Listesi/Spesifikasyon Listesi)

Çeki listesi, ihracatçının ihracat beyanında, gümrük beyannamesinde ve konşimentoda belirttiği malların brüt ve net ağırlıkları ile hacimlerinin dağılımını detaylandıran bir belgedir. Bu belge, her bir araca yüklenen eşyanın miktarını ve her paketin (çanta, karton, varil vb.) ağırlıklarını gösterir. Başka bir deyişle, çeki listesi, ihracat amacıyla sevk edilen malların ağırlık bilgilerini sunan önemli bir doküman olarak işlev görmektedir. Koli listesi, her paketin miktarlarını ve boyutlarını, ayrıca dökme olmayan malların paket sayısını belirtmektedir. Bu belge, gümrük işlemleri ve elleçleme süreçlerini kolaylaştırmaktadır. İthalatçı, koli listesindeki bilgilere dayanarak paketleri açmadan dağıtım sürecini yönetebilmektedir. Şartname listesi ise koli listesinde yer alan detayların yanı sıra malların birim fiyatlarını ve toplam fiyatlarını da içermekte olup, daha kapsamlı bilgiler sunmaktadır. Bu kapsamda dikkat edilmesi gereken hususlar aşağıda yer almaktadır (Özkan, 2022: 23).

1. Ticari Fatura Numarası ve Tarihi: Çeki ve koli listelerinde, ilgili fatura numarası belirtilmelidir.
2. Ürün Tiplerine Miktar Eşlik Etmesi: Her ürün tipi için ayrı miktarlar belirtilmelidir.
3. Paketlerin Numaralandırılması: Paketler sıralı numaralandırılmalıdır; aksi halde gümrükte ve lojistikte anlaşmazlıklar yaşanabilir.
4. Toplam Paket Sayısının Belirtilmesi: Toplam sayı belirtilmediği durumlarda gümrük kontrolleri gecikebilir.
5. Dış Ölçüler ve Ağırlıklar: Listelerde ölçü ve ağırlık birimlerine yer verilmelidir.
6. Paketleme yöntemi veya palet sisteminin kullanılması gibi hususların belirtilmemesi de gecikmelere neden olabilir.

Malların taşınması sırasında zarar görmemesi için kırılabilir, yanıcı ya da çabuk bozulabilir mallar üzerine özel etiketler eklenmesi gereklidir. Ayrıca paketlerin boşaltılması ve taşınması için özel talimatlar da eklenmelidir. Bu, hasarın önlenmesine ve malların varış noktasına güvenle ulaşmasına olanak tanır (Ertem, 2015: 111-112). Eksiksiz hazırlanmış çeki ve koli listeleri, uluslararası ticaret sürecinde yalnızca gümrük

prosedürlerini hızlandırmakla kalmamakta, aynı zamanda güvenli ve şeffaf bir ticaret ortamı oluşturarak ticari ortaklıkların güçlenmesine katkı sağlamaktadır.

1.4.1.7. Gümrük Faturası

Gümrük faturası, konsolosluk faturası ile benzer gereksinimleri karşılamakta olup, ithalatçı ülkenin gümrük düzenlemelerine uyum sağlamak için özel formlar üzerine hazırlanarak ihracatçı tarafından düzenlenmekte ve imzalanmaktadır. Bu belge, malların gümrükten geçişini kolaylaştırmakla kalmayıp, aynı zamanda değerinin belirlenmesine ve izlenebilirliğinin sağlanmasına olanak tanımaktadır. İhracatçının, bilgilerin eksiksiz ve doğru olduğundan emin olması gerekmekte, aksi halde ithalat sırasında gecikmeler veya ek prosedürler ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle, ihracatçının gümrük yetkilileriyle koordineli bir şekilde çalışması ve hedef ülkenin özel gereksinimlerini dikkate alması büyük önem arz etmektedir (Özkan, 2022: 22).

1.4.1.8. Kontrol (Gözetim) Belgesi

Uluslararası ticarete ihraç edilen malların kalitesi, alım-satım sözleşmesine uygun olmalıdır. Bu nedenle, ihracatçı veya ithalatçının talebi üzerine, malların fiili ihracat öncesinde denetlenmesini sağlayan uluslararası gözetim şirketleri tarafından kontrol belgesi düzenlenmektedir. Özellikle tohum gibi tarım ürünleri ithalatında zorunlu olan bu belge, ithalatçı ülkelerin belirlediği kalite ve güvenlik standartlarını sağlamaktadır. Bu doğrulama süreci, yalnızca tüketicilerin korunmasına yardımcı olmakla kalmayıp, aynı zamanda ihracatçıların uluslararası pazarlardaki güvenilirliğini artırmaktadır (Çelik, 2023: 37). Sıkı kontrol prosedürleri uygulandığında, taraflar arasındaki olası anlaşmazlıklar önlenmekte ve ticari güven sağlanmaktadır. Kalite yönetim sistemlerine sürekli yatırım yapılması, şirketlerin düzenleyici gerekliliklere uygunluğu korumasını ve rekabet avantajı elde etmesini sağlamaktadır. Küreselleşen ticaret ortamında, ithalatçılar kalite ve izlenebilirlik kriterlerine daha fazla önem vererek, tedarik zincirlerinin ilk aşamalarından itibaren sıkı denetim süreçlerini zorunlu kılmaktadır (Polat, 2013: 40).

1.4.1.9. Gümrük Beyannamesi

Gümrük beyannamesi, bir ülkeye giren ya da ülkeden çıkan malların gümrük işlemlerinin yürütülmesi amacıyla ihracatçı veya ithalatçı firma ya da gümrük komisyoncusu tarafından hazırlanan resmi bir belgedir. Bu belge, malların niteliği, değeri,

menşe ve taşınma şekline ilişkin ayrıntıları içerir ve gümrük vergilerinin hesaplanmasında kritik bir rol oynamaktadır. Beyanname toplam sekiz nüsha olarak hazırlanır. İlk beş nüsha ihracat amaçlı düzenlenirken, kalan üç nüsha ithalat işlemleri için kullanılmaktadır. İthalatçı firma, işlem sırasında sekizinci nüshayı teslim alır. Beyannamenin doğruluğundan emin olmak son derece önemlidir; herhangi bir hata, gecikmelere, para cezalarına veya mallara el konulmasına yol açabilir. Bu nedenle, belgelerin eksiksiz düzenlenmesi ve ulusal ile uluslararası düzenlemelere uygunluğu sağlanmalıdır. Gümrük süreçlerinin dijitalleşmesiyle birlikte beyannamelerin çevrimiçi olarak işlenmesi ve izlenmesi kolaylaşmıştır. Ancak veri güvenliği ve gizlilik standartlarına uyulması kritik önem taşımaktadır. Gümrük beyannamesinin doğru yönetimi, yalnızca ticareti kolaylaştırmakla kalmaz, işletmelerin uluslararası pazardaki rekabet gücünü de artırır (Özkan, 2022: 24).

İhracat gümrük beyannamesi, malların bir ülkeden başka bir ülkeye ihraç edilmesi sırasında gerekli olan resmi bir belgedir. Malların gümrükten geçişini kolaylaştırmak, ihracatı kontrol altına almak ve kayıt altına almak için düzenlenir. Beş nüshadan oluşur:

- **Nüsha 1:** Gümrük idaresinde saklanır ve düzenleme ile güvenlik amacıyla kullanılır.
- **Nüsha 2:** Şirketin ihracat işlemleri için kanıt niteliğindedir.
- **Nüsha 3:** İlgili aracı bankaya iletilir ve uluslararası ödeme süreçlerinde kullanılır.
- **Nüsha 4:** İhracat birliklerine verilir ve dış ticaret stratejilerinin geliştirilmesi için kullanılır.
- **Nüsha 5:** Ulusal İstatistik Enstitüsüne sunulur ve ekonomik verilerin analizi amacıyla değerlendirilir.

Beyannamenin tüm nüshalarının doğru bir şekilde hazırlanması, ihracat sürecinin aksamadan ilerlemesini sağlar. Bu belge, ticaretin şeffaflığını desteklerken, uluslararası ekonomik analizlerde de önemli bir referans niteliği taşımaktadır (İpek, 2015: 24). Her iki beyanname türü de uluslararası ticaretin düzenlenmesi için kritik öneme sahiptir. Profesyonel bir yönetim ile bu süreçler, işletmelerin yasal uyumluluğunu artırmakla birlikte ticari operasyonlarını hızlandırarak küresel pazardaki itibarlarını da güçlendirmektedir.

1.4.1.9.1. İhracat Gümrük Beyannamesi Özellikleri

İhracat gümrük beyannamesi, uluslararası ticarete malların gümrük süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlamak için kritik bir belgedir. Bu belgenin başlıca işlevleri şunlardır:

1. Beyan Sahibinin Kimliği: İhracatçının isim, adres ve vergi kimlik numarası gibi temel bilgileri içermektedir.
2. Malların Tanımı: İhraç edilen malların miktarı, ağırlığı, değeri ve diğer ayrıntılı bilgilerini içerir.
3. Tarife Kodu: Malların, Harmonize Sistem (HS) kodlarına göre sınıflandırılması ve vergilerin hesaplanması için gereklidir.
4. Varış Ülkesi: Malların gönderileceği ülkenin belirtilmesi zorunludur.
5. Taşıma Şekli: Malların taşınma şekli (hava, deniz, kara vb.) ile ilgili bilgiler sunulmalıdır.
6. Ekteki Belgeler: Ticari faturalar, çeki listeleri ve menşe şahadetnameleri gibi belgeleri içermektedir.
7. Gümrük Kıymeti: Gümrük vergilerinin hesaplanmasında kullanılmak üzere belirlenen değeri ifade eder.
8. İmza ve Tarih: Beyanın ihracatçı veya yetkili temsilcisi tarafından imzalanması ve tarih atılması gereklidir (Özkan, 2022: 24).

İthalat gümrük beyannamesi ise, yurtdışından ithal edilen malların gümrük işlemlerinin yürütülmesi için düzenlenen ve malların içeriğini, değerini ve menşeyini doğrulayan resmi bir belgedir. Altıncı, yedinci ve sekizinci nüshalar ithalat işlemleri için kullanılmaktadır:

- Nüsha 6: Kırmızı renkli olup, giriş gümrük idaresinde saklanır.
- Nüsha 7: Yeşil renkli olup, istatistiksel veriler için Gümrükler Genel Müdürlüğü'ne iletilir.
- Nüsha 8: Sarı renkli olup, ithalatçı firmada kalır ve bankalara, vergi dairelerine veya diğer yetkili kurumlara bilgi sunmak için kullanılır (Çelik, 2023: 29).

İthalat beyannamesi, ithalat sürecinde dikkate alınması gereken detaylı bilgiler sunar:

1. Beyan Sahibinin Kimliği: İthalatçının isim, adres ve vergi kimlik bilgilerini içerir.
2. Malların Tanımı: Malların türü, miktarı, ağırlığı ve değeri hakkında bilgiler sunar.
3. Tarife Kodu: Malların sınıflandırılmasını sağlayarak vergilerin belirlenmesine yardımcı olur.
4. Menşe Ülke: Malların üretildiği veya gönderildiği ülkeyi belirtir.
5. Taşıma Şekli: Deniz, hava veya kara taşımacılığı gibi taşıma şekli bilgilerini içerir.
6. Ekteki Belgeler: Faturalar, menşe şahadetnameleri ve çekli listeleri gibi belgeleri içerir.
7. Gümrük Değeri: Vergi hesaplamalarına temel oluşturacak şekilde malın belirlenen değeridir.
8. Uygunluk Beyanı: Malların ulusal ve uluslararası düzenlemelere uygunluğunu teyit eder.
9. Malların Muayenesi: Gümrük yetkililerinin beyan edilen bilgilerin doğruluğunu kontrol etmesine olanak sağlar (İpek, 2015: 24).
10. İmza ve tarih: Beyanın, ithalatçı veya yetkili temsilcisi tarafından, verilen bilgilerin doğru ve eksiksiz olduğunu teyit eden şekilde imzalanması gerekmektedir (Gürsoy, 2012: 135-137).

1.4.2. Taşıma ve Serbest Dolaşım Belgeleri

1.4.2.1. A.T.R. Belgesi

A.T.R dolaşım belgesi, Türkiye ile Avrupa Topluluğuna üye bazı ülkeler arasında ticaret yapılırken kullanılan ve malların serbest dolaşımında olduğunu belgeleyen bir dokümandır. Türkiye, Avrupa Topluluğu veya üçüncü bir ülke menşeli olan ve Türkiye ya da Avrupa Topluluğu'nda ithalat işlemleri tamamlanmış mallar için geçerlidir. Bu belge, ilgili mallara ait gümrük vergilerinin ödendiğini ve malların serbest dolaşıma girdiğini gösterir. İhracatçı firma tarafından düzenlenen sertifika, firmanın bulunduğu ülkenin gümrük idaresi tarafından onaylanmaktadır. Türkiye ile bu belge kapsamında

ticaret yapan ülkeler arasında Almanya, Fransa, İtalya ve diğer AB üyesi ülkeler yer almaktadır (Özkan, 2022: 25).

1.4.2.2. EUR-1 Belgesi

Türkiye'nin serbest ticaret anlaşması yaptığı ülkelerle ticaret yaparken kullanılan EUR-1 belgesi, ihracatçıların gümrük indirimlerinden yararlanmasını sağlayan önemli bir dokümandır. Özellikle tarım ürünleri ve Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu ürünlerinin ihracatında kullanılmaktadır. Türkiye'nin bu belge kapsamındaki anlaşmalı ülkeleri arasında İsrail, Makedonya, Tunus ve Fas gibi ülkeler bulunmaktadır. Bu belge, ihracat işlemlerinde izlenebilirliği artırarak ticaretin daha etkin ve güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda, Türk ürünlerinin uluslararası pazardaki rekabet gücünü artırarak ihracatçıların bu ülkelerle daha yakın ticari ilişkiler kurmasına olanak tanımaktadır (Çelik, 2023: 30).

1.4.2.3. Menşe Şahadetnamesi

Menşe şahadetnamesi, ihraç edilen ürünlerin belirli bir ülke menşeli olduğunu veya geçirdiği üretim süreci sonucunda o ülkenin menşe kurallarına uygun hale geldiğini belgeleyen önemli bir dokümandır. Uluslararası ticaret anlaşmaları çerçevesinde, ithalatçı ülkenin tercihli gümrük rejimlerinden yararlanabilmesi için malların menşesinin belirlenmesi gerekmektedir. Menşe belgesi, belirli bir ülkeden çıkarılan madenler, o ülkede üretilen tarım ürünleri, o ülkede yetiştirilen hayvanlar ve bunlardan elde edilen ürünler için düzenlenmektedir. Ayrıca, bir ülkeye kayıtlı gemiler tarafından avlanan balıklar veya fabrika gemilerinde işlenen ürünler de menşe kriterlerine dahil edilmektedir. Bununla birlikte, bir ürünün menşe ülkesinin değişmesi için üretim sürecinde katma değerinin belirli bir oranı aşması veya gümrük tarife sınıflandırmasında farklı bir kod alması gerekmektedir (Polat, 2013: 35). Menşe belgesi, uluslararası ticarete şeffaflığı ve uyumu sağlamak amacıyla düzenlenmekte olup, ithalatçı ülkenin malların beyan edilen menşesini doğrulamasını mümkün kılmaktadır. Bu belge, gümrük tarifelerinin, kotaların ve diğer ticari önlemlerin uygulanması açısından kritik öneme sahiptir. İhracatçıların bu belgeyi alırken, fatura, üretim kayıtları ve tedarikçi beyanları gibi ek dokümanlarla mallarının menşe iddialarını doğrulamaları gerekmektedir. Eksiklikler veya yanlış beyanlar, gümrük anlaşmazlıklarına ve yaptırımlara yol açabileceğinden, belgelerin eksiksiz ve doğru olması büyük önem taşımaktadır. (İpek, 2015: 27).

Sonuç olarak, değişen küresel ticaret dinamikleri ışığında menşee belgesi, ticaret politikalarının ve düzenlemelerinin en önemli unsurlarından biri olmaya devam etmektedir. Yerel endüstrileri koruma ve yerel üretimi teşvik etme amaçları doğrultusunda, ülkeler giderek daha sıkı menşee kontrolü uygulamakta olup, ihracatçıların uluslararası ticaret politikalarına dair güncel bilgilere sahip olmaları gerekmektedir.

1.4.2.4. ATA Karnesi

ATA Karnesi, İngilizce'de "Temporary Admission", Türkçede ise "geçici kabul" anlamına gelmektedir. ATA karneleri uluslararası Geçici İthalat Sözleşmesi (kısaca İstanbul Sözleşmesi) ve Ekleri kapsamında, taraf ülkeler arasında, başka herhangi bir belgeye gerek duyulmaksızın, eşyanın geçici olarak ithalat ve ihracatını sağlayan gümrük belgeleridir (Şahin, 2007: 29). Dış ticarete kullanılan ATA Karnesi aşağıdaki özelliklere sahiptir:

- Taşıma araçları hariç, malların geçici ithalatında kullanılır.
- Kimliğin tespit edilmesini sağlayan bir belgedir,
- Uluslararası ithalatta uygulanan ithalat vergileri ve diğer vergiler.

Bu geçerli bir güvenlik olduğunu gösterir.

- Gümrük beyanının yapıldığı uluslararası gümrük belgesi olarak kabul edilir. (Geçici İth.21.03.2005.t.25762.S.R.G). Bir yıl geçerli olan ATA Karnelerinin, her ülkeye giriş ve çıkışta yetkili gümrük idaresine ibraz edilmesi ve onaylanması gerekmektedir.

Başvuru ve onay işlemleri tamamlanmadığı takdirde depozito iadesi yapılmayacaktır.

ATA Karnesinde teminat olarak nakit, banka teminat mektupları, devlet tahvili ve Hazine bonusu kabul edilmektedir. Uluslararası işlemlerde teminat tutarı genellikle malın toplam değerinin %50'si olarak belirlenir.

ATA Karnesinde damga vergisi uygulanmaz.

ATA Karnesi İngilizce veya Fransızca olarak basılmaktadır. İkinci bir dilde basılabilir.

Posta yoluyla yapılan taleplerde ATA Karnesi kabul edilmemektedir (Çelik, 2023: 29).

1.4.2.5. Boykot, Kara Liste Sertifikası

Boykot ve Kara Liste Sertifikası, ihracatta malların herhangi bir boykot veya kara liste sürecine dahil olmadığını teyit eden bir belgedir. Bu belge; bir ülkenin ticari kısıtlamalarına, savaş boykotlarına veya kara liste prosedürlerine maruz kalınmadığını kanıtlamak amacıyla kullanılır. Örneğin, ABD'ye ihracat yapan bir şirket, malların boykot veya kara liste sürecinde olmadığını belgelemek için bu sertifikayı ibraz edebilir.

Bu belge, uluslararası ticaretin güvenli bir şekilde yürütülmesine ve yasal düzenlemelere uygunluğun sağlanmasına yardımcı olur. Belgelerin eksikliği durumunda, ticari süreçlerde ciddi sorunlar ortaya çıkabilir; ödeme, mal teslimi ve diğer işlemler risk altında olabilir. Boykot ve kara liste sertifikası, uluslararası ticaretin güvenliğini garanti altına alan kritik bir araç olarak kabul edilmektedir (Gürsoy, 2012: 148).

1.4.3. Taşıma Belgeleri

Uluslararası taşımacılıkta kullanılan belgeler, komisyon acenteleri, nakliye komisyoncuları veya nakliyeciler gibi harici hizmet sağlayıcılar tarafından düzenlenmekte olup, lojistik süreçlerin yönetimi için vazgeçilmezdir. Bu belgeler, malların kalkış ve varış noktalarındaki durumunu ve tarihlerini kayıt altına almanın yanı sıra, gönderici, alıcı ve hizmet sağlayıcılar arasındaki sorumlulukları netleştirmektedir. Ayrıca taşıma sözleşmelerinin oluşturulmasında ve taşıma sigortası işlemlerinin kolaylaştırılmasında da önemli rol oynar (İpek, 2015: 29).

1.4.3.1. Kara Yolu Konşimentosu (CMR)

Karayolu taşımacılığı, malların kamyon veya benzeri araçlarla bir yerden başka bir yere doğrudan taşınmasını sağlayan etkili bir taşımacılık yöntemidir. Genellikle demiryolu veya deniz taşımacılığı gibi diğer ulaşım modlarına entegre bir şekilde kullanılmaktadır.

Kara yolu taşıma senedi (CMR), taşımacılık sürecinde önemli bir belge olup, nakliye şirketi tarafından düzenlenmekte ve malların belirlenen noktaya güvenle teslim edileceğini garanti etmektedir. Bu belge, malların iyi durumda teslim alındığını ve nakliyecinin imzalamasıyla taşınmaya hazır hale getirildiğini doğrular (Boumrar ve Chabane, 2022: 27). Kara yolu taşımacılığı, malların doğrudan alıcılara ulaştırılmasını sağlarken, karayolu konşimentosu bu sürecin güvenilirliğini ve düzenini sağlamaktadır. Bu belge, ticaret zincirinde lojistik işlemleri destekleyen ve tarafların yükümlülüklerini kayıt altına alan temel unsurlardan biridir (Çelik, 2023: 32).

Tablo 1. CMR’a göre Taşıtan ve Taşıyan tarafların yükümlülükleri

Gönderenin Yükümlülükleri	Taşıyıcı yükümlülükleri
---------------------------	-------------------------

- Malların paketlenmesi ve etiketlenmesi, - Çeşitli düzenlemelere uymak, (örneğin tehlikeli mallar) - Malları kararlaştırılan süreler içerisinde teslim etmek ve nakliyeciyeye malların özellikleri hakkında bilgi vermek, - Malların özelliklerini taşıyıcıya bildirmek; - 3 tonun üzerindeki gönderiler için yükleme yapmak, - Uluslararası taşımacılık belgesinin taslağının hazırlanmasını sağlamak.	- Paket sayısını ve görünen durumunu (göndericinin talep etmesi halinde ağırlığı ve içeriği) kontrol ettikten sonra malın sorumluluğunu üstlenin. - Paket adedi ve görünür durumu kontrol edildikten sonra, mallar planlanan yerde alıcıya teslim edilir. - Ağırlığı 3 tondan az olan gönderilerin yüklenmesini sağlayın. - İhracatçı adına taşıma belgesini düzenlemek.
---	---

Kaynak: Boumrrar ve Chabane, 2022: 41.

1.4.3.2. Deniz Konşimentosu

Denizyolu taşımacılığı, uluslararası ticaretin büyük hacimli yüklerin taşınması için en yaygın kullanılan araçlarından biridir. Nakliye şirketleri, destinasyonlara düzenli hizmet sağlamak ve konteyner taşımacılığı gibi çeşitli lojistik hizmetleri optimize etmek amacıyla "konferanslar" adı verilen organizasyonlar altında birleşmektedir. Bu süreçteki en önemli belge deniz konşimentosudur. Deniz konşimentosu, nakliyeciy tarafından düzenlenen ve ciro edilebilir nitelikte olan resmi bir belgedir. Hem taşıma işleminin kayıt altına alınmasını sağlamakta hem de malların varış noktasında teslim alınabilmesi için bir kanıt niteliği taşımaktadır. Malların teslim alınabilmesi için bu belgenin imzalı bir kopyası gereklidir (Boumrrar ve Chabane, 2022: 26).

Konşimentonun içeriği:

- Gemi sahibinin adı ve adresi,
- Malların göndericisi ve alıcısı,
- Geminin adı, yükleme ve boşaltma limanları,
- Taşınan malların açıklaması ve miktarı.

Konşimentosunun İşlevi:

- Gönderici için bir makbuz görevi görür.
- Taşımaya ilişkin tüm koşulları içeren bir sözleşme niteliği taşır.

- Malların varış noktasında alıcıya teslim edilmesi için zorunlu bir belge olarak işlev görür (İpek, 2015: 29).

Özetle, deniz konşimentosu, yalnızca taşımacılık sürecinde düzenin ve şeffaflığın sağlanmasına yardımcı olmakla kalmayıp, aynı zamanda ticaret ortakları arasındaki güveni artıran temel bir ticaret belgesidir. Deniz konşimentosu Tablo 2’de yer alan yükümlülükleri içermektedir.

Tablo 2. Deniz Konşimentoya Göre Taşıtan ve Taşıyan Tarafların Yükümlülükleri

Göndericinin Yükümlülükleri	Taşıyıcının Yükümlülükleri
- Taşınan malların yazılı beyanı (yükleme notu veya sevkiyat kaydı şeklinde) (markalar, miktarlar, türler...), - Ağırlık (çok okunaklı bir şekilde), koli numarası, varış limanı ve alıcının kimliği belirtilerek paketlerin işaretlenmesi, - Nakliye ve liman elleçlemesi sırasında malları korumak için yeterli ambalajlama.	- Konşimento düzenlenmesi, - Yapılacak yolculuk ve taşınacak mallar dikkate alınarak geminin denize elverişli hale getirilmesi, - Malların elleçlenmesi, - Yükleme ve arma işlemleri, gemide istifleme ve ardından uygun bir şekilde taşıma, - Yolculuğa devam edilemiyorsa aktarma; - Malların alıcıya ulaştığının ve boşaltıldığının bildirilmesi, - Malların teslimi.

Kaynak: Boumrrar ve Chabane, 2022: 28

1.4.3.3. İkinci Kaptan Makbuzu

İkinci kaptan makbuzu, malların gemiye yüklendiğini belgeleyen önemli bir dokümandır. Bu belge, malların gemiye yüklenmesinden hemen sonra düzenlenir ve kısa bir süre için taşıma sürecinin güvenliğini sağlamak amacıyla kullanılır. Gemideki yükleme tamamlandıktan sonra ise okyanus konşimentosu devreye girerek malların taşınmasına ilişkin daha kapsamlı bir kayıt sunmaktadır. Teğmen tarafından hazırlanan bu makbuz, malların gemiye alındığını ve taşımaya uygun durumda olduğunu doğrulamaktadır (İpek, 2015: 32).

1.4.3.4. Rıhtım Makbuzu

Rıhtım makbuzu, malların yükleme için limana gönderilmesi sırasında düzenlenen resmi bir belgedir. Yükleme işlemi başlamadan önce, taşınacak malların eksiksiz bir şekilde limana ulaştığını doğrulayan bu belge, taşıma sürecinin düzenli olarak

yürütülmesini sağlamaktadır. Rıhtım makbuzu, doğru malların uygun gemiye yüklenmesini garanti ederek gönderilerin takibini kolaylaştırmaktadır (Gürsoy, 2012: 152).

1.4.3.5. Havayolu Konşimentosu (Air Way Bill)

Hava taşımacılığı, malların hızlı ve güvenilir bir şekilde taşınmasını sağlayan etkili bir lojistik yöntemdir. Hava konşimentosu, bu malların taşınmasını belgeleyen ve hava yolu şirketi veya yetkili acente tarafından düzenlenen kritik bir dokümandır. Konşimento; malların ağırlığı, boyutları, sevkiyat tarihi, kalkış ve varış havaalanları gibi detayları içermektedir (Özkan, 2022:30).

Özellikleri:

- Malın sahipliğini temsil etmese de bir nakliye makbuzu görevi görür.
- Mallar havaalanına ulaştığında, yalnızca hava konşimentosu ibraz edilerek teslim alınabilir.
- Eğer ithalatçı, bankaya bağlı bir sevkiyat yapıyorsa, bankanın havale talimatı vermesi gerekmektedir.

Ek olarak, hava konşimentosu; malların türü, beyan edilen değeri ve özel işleme veya depolama talimatlarını içerebilir. Her hava konşimentosu benzersiz bir takip numarası taşıyarak gönderenlerin ve alıcıların teslimat süreçlerini gerçek zamanlı olarak izlemelerine olanak tanımaktadır (Khennache ve Melbouc, 2023: 32). Hava taşımacılığı kapsamında kullanılan bu belge, Montreal ve Varşova Konvansiyonları çerçevesinde düzenlenmiş olup, taşıma sürecinde oluşabilecek kayıplar ve hasarlar durumunda taşıyıcıların sorumluluklarını belirlemektedir. Dijitalleşme sayesinde, hava taşımacılığı süreçleri daha hızlı ve verimli hale gelirken, lojistik yönetim sistemleri insan hatalarını en aza indirerek operasyonların güvenliğini artırmaktadır. Günümüzde hız ve güvenilirliğin önem kazandığı küresel ticaret bağlamında, hava yolu konşimentosu, işletmelerin mallarını varış noktalarına sorunsuz bir şekilde ulaştırmasını sağlayan temel belgelerden biri olmaya devam etmektedir.

Tablo 3. Havayolu Konşimentoya Göre Taşıtan ve Taşıyan Tarafların Yükümlülükleri

Gönderenin Yükümlülükleri	Taşıyıcı Yükümlülükleri
---------------------------	-------------------------

- Malları kararlaştırılan yer ve tarihte taşıyıcıya hazır hale getirmek, - Hava konşimentosunun düzenlenmesi: hava yolu tarafından gönderilen talimat mektubunda belirtilen bilgilerin sorumluluğu, - Mallara ilişkin gümrük prosedürlerini düzenlemek ve dış ticaret kontrol prosedürlerine uymak.	- Malları, sözleşmede belirtilen süreler içerisinde ve iyi durumda yüklemek ve varış noktasına taşımak; aksi halde malları makul bir süre içinde yükleyip nakletmek, - Malların boşaltılması, - Varış noktasına veya aracıya varışın hava konşimentosu üzerinde bildirilmesi.
---	---

Kaynak: Boumrar ve Chabane, 2022: 36.

1.4.3.6. Demir Yolu Hamule Senedi

Demir yolu taşımacılığı, malların güvenli ve düzenli bir şekilde taşınmasını sağlayan önemli bir lojistik yöntemdir. Özellikle uzun mesafelerde yüksek güvenilirlik sunarken, gecikmeleri minimize ederek işletmelere avantaj sağlamaktadır. Ayrıca demir yolu taşımacılığı, enerji verimliliği açısından diğer ulaşım türlerine kıyasla daha çevreci bir seçenek olarak öne çıkmaktadır. Trenler büyük miktarlarda yük taşıyarak kara taşımacılığına olan bağımlılığı azaltmakta, böylece sera gazı emisyonlarını düşürerek çevresel sürdürülebilirliği desteklemektedir (Khennache ve Melbouc, 2023: 25). Demir yolu altyapısı, başlangıçta yüksek yatırım gerektirse de, trafik sıkışıklığını azaltarak daha akıcı taşımacılığa olanak tanımaktadır. Bu sayede işletmeler tedarik zinciri yönetimini optimize edebilir ve azalan lojistik maliyetlerinden faydalanabilir. Ayrıca, kırılabilir ve bozulabilir ürünler, sıcaklık ve nem kontrol sistemleriyle taşınabildiğinden, demir yolu taşımacılığının kapsamı daha da genişlemektedir. Günümüz küresel ticaretinde, demir yolu taşımacılığı çağdaş lojistik zorluklara sürdürülebilir bir çözüm sunarak uluslararası ekonomiye uyum sağlamaktadır.

Uluslararası konşimento kopyası (UTBK), demir yolu ile uluslararası taşınan mallar için düzenlenen resmi bir taşıma belgesidir. Belgeye ait özellikler aşağıdaki gibidir;

- Gönderen ve demir yolu yetkilisi tarafından doldurulur.
- Ciro edilemez, yani devredilemez ve varışta ibraz edilmesi zorunlu değildir.
- Orijinal belge, gönderinin alıcısına verilmektedir.

Demir yolu taşımacılığında sözleşme, malların sevk istasyonunda kabul edilmesi ve gümrük damgasının taşıma belgesine işlenmesi ile tamamlanmaktadır. Paketlemenin

uygun olması ve 3 tonun üzerindeki yüklerin taşınması durumunda belirli kurallar devreye girerken, demir yolunun yükümlülükleri sevkiyat sürelerine göre değişmektedir (İpek, 2015: 5). UTBK, uluslararası demir yolu taşımacılığında güvenli ve organize bir işlem süreci sunarak lojistik yönetiminin verimliliğini artırmaktadır. Özellikle transit taşımacılıkta tedarik zincirini güvence altına alarak ticaretin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Bu yükümlülükler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo 4. Demir yolu Hamule Senedi belgesine bağlı sözleşmeye dayalı taahhütler

Gönderileri tamamlayan	Detaylı gönderiler
- Demir yolunun uluslararası trafiği en popüler ağlar üzerinde yoğunlaştırmasına izin verirken taşıyıcının yükümlülüğü. - Bu nedenle gönderenin mutlaka rotayı seçme özgürlüğü yoktur.	Taşıma yükümlülüğü artık mevcut değildir; Ancak gönderiler gruplandırmaya tabi olabilir.

Kaynak: Boumrar ve Chabane, 2022: 45.

Demir yolu taşımacılığı ve ilgili belgeler, ticaret süreçlerinde maliyetleri düşürmek, zaman yönetimini optimize etmek ve çevresel sürdürülebilirliği teşvik etmek açısından kritik öneme sahiptir.

1.4.3.7. Nakliyecî Makbuzu

Nakliyecî makbuzu, malların bir nakliye şirketi tarafından başka bir taraf adına taşındığını belgeleyen resmi bir dokümandır. Genellikle demiryolu veya karayolu taşımacılığında kullanılır. Nakliye komisyoncuları tarafından düzenlenen bu makbuz, taşımacılık sürecinin takibini kolaylaştırarak malların taşındığı güzergah ve taşımadan sorumlu taraflarla ilgili bilgileri içermektedir (İpek, 2015: 31).

1.4.3.8. FIATA Taşıma Belgeleri

FIATA taşıma belgeleri, taşımacılık sürecinin doğruluğunu ve güvenliğini sağlamak için kullanılan uluslararası standartlara sahip dokümanlardır. FIATA (Uluslararası Nakliyeciler Dernekleri Federasyonu) tarafından belirlenen bu belgeler yalnızca karayolu taşımacılığında kullanılmaktadır. Üç temel FIATA belgesi aşağıda yer almaktadır:

1. **FIATA-FCR:** Nakliyeciden alındı belgesi, göndericinin malları teslim aldığını gösterir.
2. **FIATA-FCT:** Navlun komisyoncusu taşıma sertifikası, malların taşındığını belgeleyen onaylı bir sertifikadır.
3. **FIATA-FBL:** FIATA multimodal taşıma konşimentosu, farklı taşıma modlarını içeren lojistik süreçlerde kullanılır.

FIATA belgeleri, taşımacılık işlemlerinin yasal bağlayıcılığı açısından kritik rol oynar ve lojistik takibini kolaylaştırarak taşımacılık hizmetlerini standart hale getirir (Gürsoy, 2012: 152).

1.4.3.9. Paket Postası Makbuzu

Paket postası makbuzu, malların ithalatçıya veya ilgili banka ya da posta idaresine teslim edilmesini belgeleyen resmi bir dökümandır. Bu belge, malların doğrudan ithalatçıya ulaşmasını sağlamak ve sürecin güvenliğini artırmak amacıyla düzenlenir. Ancak, yalnızca 20 kilogramı aşmayan ve akreditif sözleşmesine tabi malların gönderimi için geçerlidir (Ertem, 2015: 135).

1.4.4. Sigorta ve Diğer Belgeler

Mallar, elleçleme, depolama, aktarma ve taşımacılık süreçlerinde çeşitli risklere maruz kalabilir. İsyan, grev, sabotaj veya silahlı çatışmalar gibi özel durumlar da bu risklere dahil olmaktadır. Bu nedenle malların güvence altına alınması ve sigortalanması kritik bir gerekliliktir (Khennache ve Melbouc, 2023: 26).

Sigorta poliçeleri;

- Fiziksel hasarları kapsayan geniş sigorta seçenekleri,
- Deniz veya hava taşımacılığıyla bağlantılı özel sigorta türleri,
- Öngörülemeyen mali kayıpları karşılayan poliçeler olarak çeşitli kategorilere ayrılmaktadır.

Sigorta anlaşması yapılırken;

1. Malların değeri değerlendirilmelidir.
2. Taşıma ve taşıma koşulları analiz edilmelidir.

3. Hasar durumunda teminatı sınırlayan istisna hükümleri incelenmelidir.

Ayrıca, tüm belgelerin sigorta sürecinden önce düzenlenmesi, olası ihtilafların önlenmesini sağlamaktadır. Faturalar, irsaliyeler ve malın sevkıyattan önce çekilmiş görselleri belgelenecek sürecin şeffaflığı artırılmalıdır. Sigorta poliçeleri ile ilgili mevzuat gelişmelerinden ve yeni uygulamalardan haberdar olmak, ticaret süreçlerini daha güvenli hale getirmektedir. Sonuç olarak, sigorta belgeleri uluslararası ticarete riskleri en aza indirerek malların güvenli bir şekilde taşınmasını sağlamaktadır. Bu belgeler, lojistik yönetiminin kritik bir bileşeni olup, sigorta süreçlerinin düzenli işleyişine yardımcı olmaktadır.

1.4.4.1. Sigorta Poliçesi

Sigorta poliçesi, sigorta şirketi ile müşteri arasında yapılan ve belirli malların taşınmasıyla ilgili riskleri kapsayan bir anlaşmadır. Taşıma sırasında malların zarar görmesi durumunda, sigortacı bu zararları belirlenen koşullar çerçevesinde karşılamaktadır. Farklı sigorta poliçesi türleri bulunmaktadır:

- **Seyahat poliçesi:** Yolculuk sırasında oluşabilecek bagaj hasarlarını kapsar.
- **Değişken poliçe:** Düzenli olarak taşınan mallar için uygulanabilir.
- **Abonelik poliçesi:** Şirketler tarafından belirli bir süre içinde yapılan taşımalarda koruma sağlar.

Sigorta poliçesi, hem sigortacının hem de sigortalının hak ve sorumluluklarını netleştiren, uluslararası ticarete risk yönetimini güçlendiren kritik bir belgedir. (Khennache ve Melbouc, 2023: 26).

1.4.4.2. Sigorta Sertifikası

Sigorta sertifikası, belirli malların sigorta poliçesi kapsamında koruma altında olduğunu belgeleyen resmi bir dokümandır. Bu sertifikalar, taşıma sürecinde öngörülemeyen olaylara karşı finansal güvence sağlamaktadır. Sertifikada şu bilgiler yer almalıdır:

- Gönderinin değeri,
- Sigorta priminin tutarı,
- Seçilen sigorta kapsamı ve garanti türü,

- Sigorta şirketinin sunduğu teminat detayları.

Özellikle yüksek değerli malların taşınmasında, bu tür belgelerin düzenlenmesi önerilmektedir. Sigorta sertifikası, ticari işlemlerde güvenliği artırarak olası kayıpların finansal açıdan karşılanmasını sağlamaktadır. (İpek, 2015: 33).

1.4.4.3. Sigortalama İşlemleri Muafiyetleri

Sigortalama işlemleri, malların taşıma sırasında oluşabilecek risklere karşı koruma altına alınmasını sağlayan süreçleri kapsamaktadır.

1. **Sigorta Beyan Formu:** Sigortalı, malları güvence altına almak için sigorta şirketine beyan formu sunmalıdır.
2. **Police Düzenleme:** Sigorta şirketi, taşınan mallara yönelik nakliye sigortası poliçesi oluşturur.
3. **Sigorta Primi Ödeme:** Police kapsamında belirlenen sigorta primi, sigortalı tarafından ödenir.
4. **Hasar Durumunda Bildirim:** Malların zarar görmesi halinde sigortalı; Sigorta sözleşmesi, Navlun faturası, Konşimento ve Taşıma türüne göre diğer gerekli belgeleri (deniz, kara vb.) sunmalıdır.

Bazı durumlarda, eksik paket veya ayrıştırma nedeniyle oluşan hasarlar için ek belgeler talep edilebilir. Sigorta poliçelerinde muafiyetler bulunabilir; bunlar belirli bir tutarın üzerindeki zararların sigorta kapsamına dahil olmamasını ifade eder. Daha yüksek muafiyetler genellikle daha düşük sigorta primleriyle sonuçlanmaktadır (Çelik, 2023: 34). Sigorta belgeleri, uluslararası ticarete riskleri minimize ederek finansal güvenliği artıran temel dokümanlardır. Ticari işlemler sırasında sigorta kapsamının etkin bir şekilde belirlenmesi, olası kayıpların etkili bir şekilde yönetilmesine yardımcı olmaktadır.

1.4.4.4. İmalatçının Analiz Belgesi

Kimyasal maddeler, çimento ve boya gibi analiz gerektiren ürünlerin bileşenlerini ve fiziksel-kimyasal özelliklerini belirten imalatçı analiz belgesi, ürünlerin doğru kullanımını ve kalite standartlarına uygunluğunu sağlamaktadır. Bu belge, ürünlerin nem içeriği, füzyon derecesi ve içerdiği elementlerin türlerini detaylandırarak endüstriyel işlemlerde güvenli kullanımını garanti etmektedir. Aynı zamanda, üretimden nihai tüketim aşamasına kadar izlenebilirliği sağlamakta ve güvenilir ticaret ilişkilerini

desteklemektedir (Boumrar ve Chabane, 2022: 24). Analiz raporları, düzenleyici gereklilikleri yerine getirirken, ürünlerin sürdürülebilirliğini ve çevresel etkilerini değerlendirmek için de kritik bir rol oynamaktadır. Bu belgeler sayesinde, üreticiler ve tüketiciler arasında güvenilir bir iletişim sağlanmakta ve uluslararası ticaretin kalite güvencesi artırılmaktadır.

1.4.4.5. Veteriner Sertifikası ve Bitki Sağlık Sertifikası

Veteriner Sertifikası, gümrük giriş ve çıkış noktalarında resmi veteriner hekimler tarafından yapılan denetimlerin sonuçlarını içeren ve ihraç ya da ithal edilen hayvansal ürünlerin bulaşıcı hastalık taşımadığını teyit eden önemli bir belgedir. Bu belge; et, süt, yumurta, bal, deri, yün gibi ürünler ve canlı hayvanlar dahil olmak üzere birçok hayvansal ürünü kapsamaktadır. Veteriner sertifikasının amacı, halk sağlığını korumak ve uluslararası ticaretin güvenliğini sağlamaktır. Belgenin düzenlenmesi sıkı denetim süreçlerinden geçerek ürünlerin kalitesini ve güvenliğini garanti altına alır. Bu nedenle, veteriner sertifikası hem tüketicilerin güvenli gıda ürünlerine erişimini sağlamakta hem de ticaretin düzenli ve sorunsuz bir şekilde ilerlemesine katkı sunmaktadır (İpek, 2015: 28).

Bitki Sağlık Sertifikası, ithal veya ihraç edilecek bitki ve bitkisel ürünlerin zararlı organizmalar ve hastalıklardan arındığını doğrulayan bir belgedir. Sertifika, Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı tarım il müdürlükleri veya karantina birimleri tarafından yapılan analizler sonucu düzenlenmektedir. Bu belge, hastalık ve zararlıların yayılmasını önleyerek uluslararası ticaretin güvenliğini sağlamaktadır. Aynı zamanda, ticari ilişkileri güçlendirirken, tüketici güvenliğini koruyarak halk sağlığını desteklemektedir. (Gürsoy, 2012: 147).

1.4.4.6. Helal Belgesi

Helal Belgesi, hayvansal ürünlerin İslam dini kurallarına uygun olarak kesildiğini ve işlendiğini belgelemektedir. Bu belge, İslam ülkelerine yapılan ihracatta kritik öneme sahiptir ve dini hassasiyetlere uygun ürünlerin ticaretini sağlar. Helal Belgesi, İslam piyasasında güvenilirlik sağlamanın yanı sıra ticari süreçlerin düzenlenmesine de katkıda bulunmaktadır. İhracatçı firmaların bu belge aracılığıyla dini özgürlüklere ve tüketici hassasiyetlerine saygılı bir şekilde ticaret yapmasına olanak tanınmaktadır (Polat, 2013: 28).

1.4.4.7. Radyasyon Belgesi

Radyasyon Belgesi, tarım ürünlerinin radyasyondan etkilenmediğini veya kabul edilebilir radyasyon seviyelerini karşıladığını kanıtlayan resmi bir belgedir. İhraç edilen ürünlerin güvenli olduğunu ve sağlık standartlarına uygunluğunu garanti etmek için düzenlenir. Örneğin, Japonya'dan ithal edilen pirinç gibi ürünler için radyasyon seviyelerinin uluslararası kabul gören eşik değerlerin altında olduğunu belirten bir belge sunulması gereklidir. Bu belge, ithalatçının ürünün güvenliğini garanti altına alarak ticareti kolaylaştırmasını sağlamaktadır (Çelik, 2023: 35).

1.5. İHRACAT ŞEKİLLERİ

6 Haziran 2006 tarihli ve 26190 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan İhracat Yönetmeliği'ne göre, ihracat yedi ayrı kategoride sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma, ihracat süreçlerinin düzenlenmesini sağlamak ve uluslararası ticarete uyumun korunmasına katkıda bulunmaktadır (Özkan, 2022: 17).

Ön İzne Bağlı İhracat: Ön izne bağlı ihracat, yalnızca belirli ürünlerin yetkili kurumlardan alınan özel izinler sonrasında gerçekleştirilebilmektedir. Bu ihracat türü, uluslararası anlaşmalar ve yürürlükteki yasal düzenlemelere uyumu garanti altına almak amacıyla oluşturulmuştur. Örneğin, Ankara keçisi tiftiği ve yaprak tütün gibi malların ihracatı, Tarım ve Orman Bakanlığı veya Tütün Piyasası Düzenleme Kurumu'nun onayı ile gerçekleştirilebilmektedir. Bu düzenleme, İhracı Yasaklanmış ve Ön İzne Bağlı Mallara İlişkin Tebliğ'de belirtilmiş olup, izin süreçlerinin ihmal edilmesi durumunda hukuki yaptırımlarla karşılaşmaktadır (Özkan, 2022: 17). Bu tür ihracat, ticari işlemlerin şeffaflığını artırmakta ve uyumluluğun sağlanmasında etkin bir araç olarak kullanılmaktadır.

Kayda Bağlı İhracat: Kayda bağlı ihracat, ihracatı yapılacak malların öncelikli olarak ihracatçı birliklerine kayıt ettirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu düzenleme kapsamında, beyaz mermerler, bakır ve çinko gibi mallar kayıt işlemleri tamamlanmadan ihracat sürecine dahil edilememektedir. İhracatçı birliklerinin kurallarına uygun olarak gerçekleştirilen kayıt işlemlerinin ardından, gümrük beyannamelerinin belirlenen süre içerisinde sunulması gerekmektedir. Genellikle bu süre otuz gün olarak belirlenmiş olsa da bazı istisnai durumlarda değişiklik gösterebilmektedir (Özkan, 2022: 17). Bu yöntem, malların kontrol edilebilirliğini artırmakta ve ihracat işlemlerinin güvenli bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır.

Konsinye İhracat: Konsinye ihracat, ürünlerin daha sonra satılmak üzere yabancı alıcılara, komisyonculara veya uluslararası düzeydeki yan kuruluşlara gönderilmesi anlamına gelmektedir. Bu yöntem, ihracatçının sevk edilen mallar üzerindeki kontrolünü sürdürmesini ve yeni pazarların taleplerinin test edilmesini mümkün kılmaktadır.

Konsinye ihracat süreci, aşağıdaki adımları içermektedir:

- Konsinye taleplerinin ilgili ihracatçı birliklerinin Genel Sekreterliğine iletilmesi,
- Ticaret Bakanlığınca özel belirlenen mallar için Bakanlığın görüşünün alınması,
- Gümrük beyannamelerinin otuz gün içinde gümrük idarelerine sunulması,
- Satış işleminin bir yıl içinde tamamlanması; aksi takdirde yasal prosedürler çerçevesinde malların yeniden ithal edilmesi gerekmektedir (Özkan, 2022: 18).

Yurt Dışı Fuar ve Sergilere Katılım ve İhracat: Uluslararası fuar ve sergilere katılım, Türk firmalarının ürünlerini tanıtmaları ve yeni iş fırsatları yaratmaları açısından büyük önem taşımaktadır. Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenen bu etkinliklere katılmak isteyen firmalar, mallarını sevk etmek için gümrük onayı almak zorundadır. Fuar katılım sürecinde, yeterlilik belgeleri ve gümrük beyannameleri gibi belgelerin sunulması gerekmektedir. Bu düzenlemeler, Türk ürünlerinin uluslararası platformlarda tanıtımını teşvik etmekte ve küresel ticari ağların genişletilmesine katkıda bulunmaktadır (Şahiner, 2022: 13).

İthal Malların Yeniden İhracı: İthal edilen malların başka ülkelere ihraç edilmesi süreci, maliyet optimizasyonu, değer katma ve ticari avantajlar sunmaktadır. Örneğin, Türkiye’de bir şirket Çin’den elektronik bileşenler ithal ederek, bunları işlenmiş ürünler haline getirdikten sonra Avrupa Birliği’ne yeniden ihraç edebilmektedir. Bu strateji, Dahilde İşleme Rejimi gibi politikaların desteğiyle maliyetlerin düşürülmesine ve değer yaratılmasına katkı sağlamaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 8).

Serbest Bölgelere İhracat: Serbest bölgelere yapılan ihracatlar, geleneksel gümrük düzenlemelerinin dışında gerçekleştirilmekte ve genellikle ticari teşviklerle desteklenmektedir. Bu bölgeler, vergi avantajları ve basitleştirilmiş prosedürler sunarak uluslararası yatırımcıları çekmektedir. Serbest bölgeler, Türkiye gibi ticari geçiş noktası olan ülkeler için ekonomik büyüme ve uluslararası ticaretin gelişimi açısından stratejik bir önem taşımaktadır (İpek, 2015: 13).

Diğer İhracat Türleri: İhracat, takas, ticari kiralama, transit ticaret, uluslararası e-ticaret gibi çeşitli yöntemlerle de gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin, dijitalleşmeyle birlikte uluslararası e-ticaret, Türk firmalarının yeni pazarlara hızlı erişimini sağlamakta ve rekabet gücünü artırmaktadır (Kadı, 2023: 8). Transit ticaret ise Türkiye'nin jeopolitik konumundan yararlanarak malların başka ülkelere taşınmasını ifade etmektedir (İpek, 2015: 14). Bu yöntemler, şirketlerin küresel ticarete esneklik kazanmasını ve yeni fırsatlar yaratmasını mümkün kılmaktadır. Bu ihracat türleri, Türk firmalarının küresel ticaretteki yerini güçlendirmekle kalmamakta, aynı zamanda ekonomik sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır.

1.6. ULUSLARARASI TİCARETTE ŞEKİLLERİ (INCOTERMS)

Incoterms (International Commercial Terms), uluslararası ticarete alıcı ve satıcı arasındaki sorumluluk ve maliyet paylaşımını standartlaştırmak amacıyla oluşturulmuş kurallar bütünüdür (Boumrar ve Asmanı, 2022: 22). Uluslararası Ticaret Odası tarafından ilk kez 1936'da yayımlanan bu kurallar, küresel ticaretteki değişimlere uyum sağlamak üzere düzenli olarak güncellenmektedir. Son olarak yürürlüğe giren Incoterms 2020, farklı taşıma türlerinde kullanılan toplam 11 teslim şeklinden oluşmaktadır.

Incoterms, tarafların yükümlülüklerinin evrensel ölçekte ortak bir dille tanımlanmasını sağlayarak ticari uyuşmazlıkları azaltmakta ve uluslararası ticaretin daha güvenli yürütülmesine katkıda bulunmaktadır (Erik, 2021: 31). Bu nedenle, ihracatçı ve ithalatçı firmaların bu terimleri doğru şekilde anlaması ticari süreçlerin sorunsuz ilerlemesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Incoterms, Uluslararası Ticaret Odası tarafından belirlenen ve alıcı ile satıcı arasındaki sorumluluk, risk ve maliyetlerin nasıl paylaşılacağını gösteren standart ticari teslim terimleridir. Lojistik sürecin farklı aşamalarını temsil eden bu terimler geleneksel olarak dört grupta sınıflandırılrsa da, Incoterms 2020 ile birlikte teslim şekilleri taşıma türüne göre iki ana grupta sunulmaktadır (Erik, 2021: 31):

1. Tüm taşıma türlerinde kullanılabilen teslim şekilleri; EXW, FCA, CPT, CIP, DPU, DAP, DDP.
2. Sadece deniz ve iç su yolu taşımacılığında kullanılan teslim şekilleri; FOB, FAS, CFR, CIF.

Bu terimlerin doğru kullanımı, taraflar arasında sorumlulukların netleşmesine, yanlış anlamaların önlenmesine ve operasyonel verimliliğin artmasına katkı sağlamaktadır (Boumrar ve Asmani, 2022: 17).

EXW – Ex Works (İşyerinde Teslim): EXW, satıcının en düşük, alıcının ise en yüksek düzeyde sorumluluğa sahip olduğu teslim şeklidir. Satıcı, malları kendi tesisinde alıcının kullanımına hazır hale getirir; diğer tüm süreçlerde (yükleme, taşıma, sigorta, ihracat gümrükleme vb.) sorumluluk alıcıya aittir. Bu durum, özellikle uluslararası deneyimi az olan alıcılar için önemli zorluklar yaratabilir. Yetersiz ambalajlama, taşıma sırasında oluşabilecek hasarlar ve ihracat gümrük işlemlerine ilişkin karmaşık prosedürler EXW'nin sıkça eleştirilen yönleridir (Belali ve Asmani, 2023: 18; Özkan, 2022: 17). Bu nedenle, EXW uygulaması genellikle taraflar arasında bilgi asimetrisinin fazla olduğu durumlarda önerilmemekte; bunun yerine sorumlulukların daha dengeli dağıtıldığı FCA gibi alternatif teslim şekillerine yönelim tavsiye edilmektedir (Erik, 2021: 40).

FCA – Free Carrier (Taşıyıcıya Teslim): FCA, satıcının malları alıcının belirlediği taşıyıcıya teslim ettiği anda sorumluluğunu yerine getirdiği bir teslim şeklidir. Satıcı, ihracat gümrük işlemlerinden sorumludur ve malların taşıyıcıya güvenli şekilde ulaştırılması gerekir (Özkan, 2023: 37). Bu teslim şeklinde risk, malların taşıyıcıya teslim edildiği noktada alıcıya geçer. FCA; sorumluluk, risk ve maliyet paylaşımını dengeli şekilde düzenlediği için uluslararası ticarete sıkça tercih edilen bir teslim şeklidir (Erik, 2021: 35).

CPT – Carriage Paid To (Taşıma Ücreti Ödenmiş Teslim): CPT'de satıcı, malların belirlenen varış yerine taşınması için gerekli navlun ücretini öder. Buna karşın risk, mallar ilk taşıyıcıya teslim edildiği anda alıcıya geçer. Bu teslim şekli, maliyetlerin satıcı tarafından üstlenilmesi nedeniyle işlem kolaylığı sağlasa da alıcının taşıma sürecindeki riskleri devralması dikkatli planlama gerektirir (Boumrar ve Asmani, 2022: 21).

CIP – Carriage and Insurance Paid To (Taşıma ve Sigorta Ücreti Ödenmiş Teslim): CIP, CPT ile benzer şekilde çalışmakla birlikte, satıcının ek olarak nakliye sigortası yaptırma zorunluluğunu içerir. Satıcı, malları ilk taşıyıcıya teslim edene kadar risk ve maliyetlerden sorumludur. Incoterms 2020 ile birlikte CIP kapsamında sağlanması gereken sigorta koruması genişletilmiş ve alıcı için daha güvenli hale getirilmiştir (Erik, 2021: 43).

DPU – Delivered at Place Unloaded (Belirlenen Yerde Boşaltılmış Teslim): DPU, satıcının malları belirlenen teslim noktasına götürmek ve boşaltmakla sorumlu olduğu tek Incoterm'dir. Malların boşaltılmasına kadar tüm risk ve maliyetler satıcıya aittir

(Boumrar ve Asmani, 2022: 22). DPU, önceki kurallarda yer alan DAT'ın yerine getirilmiş olup terminal dışında herhangi bir teslim noktasında da kullanılabilir hale getirilmiştir.

DAP – Delivered at Place (Belirlenen Yerde Teslim): DAP kapsamında satıcı, malları belirlenen teslim noktasına kadar taşır; ancak boşaltma işlemi alıcının sorumluluğundadır. Ayrıca ithalat gümrük işlemleri de alıcı tarafından yürütülür (Boumrar ve Asmani, 2022: 21).

DDP – Delivered Duty Paid (Gümrük Vergileri Ödenmiş Teslim): DDP, satıcının alıcı adına tüm gümrük işlemleri dahil olmak üzere en kapsamlı sorumluluğu üstlendiği teslim şeklidir. Satıcı, malları alıcının belirlediği yere kadar tüm vergileri ödeyerek teslim eder (Boumrar ve Asmani, 2022: 22). Bu teslim şekli, özellikle gümrük mevzuatına hâkim deneyimli satıcılar için uygundur ve alıcı açısından yüksek kolaylık sağlar.

Tablo 5. DDP Kapsamında Maliyet ve Risk Dağılımı

Formalitelere	Maliyetler	Riskler
Ambalaj	V	V
Ön yönlendirme	V	V
Gümrük ihracat formaliteleri	V	V
Ana yükleme/nakliye	V	V
Ana taşıma	V	V
Nakliye sigortası	Zorunda değil	Zorunda değil
Boşaltma/ana taşıma	V	V
İthalat gümrük formaliteleri	V	V
Teslimat sonrası	V	V
Varışta boşaltma	A	A

Kaynak: <https://youtu.be/JRI5I-Solovw> A: Maliyet ve risk alıcıya ait, V: Maliyet ve riskin satıcıya aittir.

FOB – Free on Board (Gemide Teslim): FOB'da satıcı, malları belirlenen yükleme limanında gemiye yüklediğinde sorumluluğunu yerine getirir. Bu noktadan sonra tüm risk ve maliyetler alıcıya geçer (Boumrar ve Asmani, 2022: 19). FOB, özellikle deniz taşımacılığının yoğun olduğu uluslararası ticarete taraflar arasındaki görev dağılımını net biçimde tanımlar.

FAS – Free Alongside Ship (Geminin Yanında Teslim): FAS'ta satıcı, malları geminin yanına kadar getirip iskele üzerinde alıcının tasarrufuna sunar. Yükleme işlemi ve ihracat gümrük işlemleri alıcıya aittir (Eller, 2023: 35). Bu teslim şekli, özellikle yükleme öncesi süreçlerin ayrıntılı planlandığı liman operasyonlarında tercih edilir.

Tablo 6. FAS Kapsamında Maliyet ve Risk Dağılımı

Formalitelere	Maliyetler	Riskler
Ambalajlama	V	V
Ön teslimat	V	V
Gümrük ihracat formaliteleri	V	V
Ana yükleme/nakliye	A	A
Ana ulaşım	A	A
Nakliye sigortası	A	A
Boşaltma/ana taşıma	A	A
İthalat gümrük formaliteleri	A	A
Teslimat sonrası	A	A

Kaynak: <http://www.logistiqueconseil.org>. A: Maliyet ve risk alıcıya ait, V: Maliyet ve riskin satıcıya aittir.

CFR – Cost and Freight (Maliyet ve Navlun): CFR'de satıcı, malların varış limanına taşınması için navlun ücretini öder; ancak risk, malların gemiye yüklendiği anda alıcıya geçer (Boumrar ve Asmani, 2022: 20).

CIF – Cost, Insurance and Freight (Maliyet, Sigorta ve Navlun): CIF, CFR'ye ek olarak satıcının nakliye sigortası yaptırmasını gerektirir. Risk yine malların gemiye yüklenmesiyle alıcıya geçer; sigorta ise taşıma sürecine yönelik ek güvenlik sağlar (Eller, 2023: 39).

Incoterms 2020, değişen ticari koşullara uyum sağlamak amacıyla çeşitli güncellemeler içermektedir:

- DPU kuralının eklenmesi (eski DAT'ın yerine)
- CIP kapsamında daha yüksek sigorta koruması
- Elektronik belgelerin tanınması ve kullanımının teşvik edilmesi

Bu yenilikler, küresel tedarik zincirlerinin gelişmesi, dijitalleşme ve taraflar arasındaki şeffaflık ihtiyacının artmasıyla ortaya çıkmış olup ticari işlemlerin daha güvenilir şekilde yürütülmesine katkı sağlamaktadır (Aslan, 2022: 28; Erik, 2021: 41).

Tablo 7’de teslim şekilleri taşıma türlerine göre sınıflandırılmıştır (Boumrar ve Asmanı, 2022).

Tablo 7. Taşıma türüne göre Teslim Şekilleri

Ulaşım türleri	Incoterms
Denizyolu taşımacılığı	FAS, FOB, CFR, CIF
Havayolu taşımacılığı	EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP
Karayolu taşımacılığı	EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP
Çok yönlü taşıma	EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP
Demiryolu taşımacılığı	EXW, FCA, CPT, CIP, DAP, DPU, DDP

Kaynak: Boumrar ve Asmanı, 2022.

Incoterms 2020’de yalnızca FAS, FOB, CFR ve CIF denizyolu taşımacılığına özgüdür; diğer teslim şekilleri tüm taşıma türlerinde kullanılabilir.

1.7. DIŞ TİCARETTE KULLANILAN ÖDEME ŞEKİLLERİ

Uluslararası işlemler gerçekleştirmek için, mevcut farklı ödeme şekillerini bilmek çok önemlidir. İster alışverişleri kolaylaştırmak, ister para transferlerini veya ticari işlemleri düzenlemek için olsun, uluslararası ödeme şekilleri, dünya ticaretinin ihtiyaçlarına uygun çözümler sunar (Khennache ve Melbouci, 2023: 27). Uluslararası alanda çeşitli ödeme araçları bulunmaktadır; uygun seçim, ithalatçı ile ihracatçı arasındaki güven derecesi ile sağladığı güvenlik ve ödeme garantisi seviyesine bağlıdır (Konate ve Namule, 2023: 5). Uluslararası ticarete kullanılan ödeme yöntemlerini incelemek, güvenlik seviyeleri ve sundukları avantajlar açısından bir perspektif sunmaktadır.

Peşin Ödeme (Cash Payment): Peşin ödeme, malların maliyetinin teslimattan önce ödenmesini sağlayan bir ödeme yöntemidir ve ihracatçılar açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Malların sevkiyatından önce ödeme alındığı için, ihracatçıların finansal risklerini minimuma indiren bu yöntem, özellikle yeni başlayan iş ilişkilerinde sıklıkla tercih edilmektedir. Ancak bu yöntem, ithalatçılar için dezavantajlar yaratabilir. İthalatçı, malları teslim almadan ödeme yaptığı için, kalite sorunları, eksik teslimat veya teslimatın hiç gerçekleşmemesi gibi risklerle karşı karşıya kalabilmektedir (Özkan, 2022: 41). Özellikle gıda ürünlerinde, ithalatçılar için ek bir sorun, son kullanma tarihine yakın ürünler alma riskiyle ilişkilidir. Ayrıca gönderilen miktarın eksik olması gibi lojistik riskler de göz önünde bulundurulmalıdır. Peşin ödeme genellikle ihracatçıları

desteklerken, ithalatçılar için sınırlamalar getiren bir yöntemdir (İpek, 2015: 17). Gümrük işlemleri açısından değerlendirildiğinde, peşin ödeme yönteminin Türkiye'de daha hızlı gümrük süreçlerine olanak sağladığı ve ithalatçıların mali yüklerini belirli açılardan hafiflettiği belirtilmektedir (Özkan, 2022: 41).

Mal Mukabili Ödeme (Cash Against Goods): Mal mukabili ödeme, ithalatçının malları teslim aldıktan sonra ödeme yapmasını içeren bir ödeme şeklidir. Bu yöntem, ithalatçının malları kontrol etmesine izin verirken, ihracatçı için belirli riskler taşımaktadır. İhracatçı, malları bedelini almadan sevk ettiği için ödeme alınmama riskiyle karşı karşıya kalabilmektedir. Öte yandan, ithalatçılar malların kalitesini ve uygunluğunu kontrol ettikten sonra ödeme yapma avantajına sahiptir (Özkan, 2022: 42). Bu ödeme yöntemi, özellikle uzun süredir iş ilişkisi bulunan ve karşılıklı güvene sahip ticaret ortakları arasında daha yaygındır. Güvenilir bir ticari bağın olmadığı durumlarda ise, mal mukabili ödeme yönteminin getirdiği riskler ihracatçılar açısından sınırlayıcı olabilir. Buna ek olarak, Türkiye'de ithalat işlemlerinde mal mukabili ödeme tercih edildiğinde %6 oranında Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu (KKDF) kesintisi uygulanmaktadır. Ancak bu kesinti, tüm mallar için geçerli değildir ve belirli ithalat kategorileri için istisnalar sunulmaktadır (Kar, 2023: 15).

Ticaret piyasalarındaki uygulamalar göz önünde bulundurulduğunda, bu ödeme yönteminin, uluslararası piyasalarda güçlü bir alıcıya sahip ihracatçıların risk toleransını artırdığı belirtilmiştir (Polat, 2013: 22). Türk Eximbank'ın sunduğu sigorta çözümleri, ihracatçılar için bu ödeme yöntemini daha güvenilir bir hale getirebilmekte ve risk yönetiminde önemli bir araç sunmaktadır (Kar, 2023: 24).

Vesaik Mukabili Ödeme (Documentary Collections): Vesaik mukabili ödeme, uluslararası ticarete güvene dayalı bir işlem türü olarak, ithalatçı ve ihracatçı arasındaki ticari ilişkilerde sıkça tercih edilen bir yöntemdir. Bu ödeme şekli, satıcının malları gümrüğe göndermesiyle başlar ve malların teslimine ilişkin belgelerin, satıcı bankası tarafından alıcının ülkesindeki muhabir bankaya ulaştırılmasıyla devam eder. Alıcı, mal bedelini ödediğinde veya satıcının düzenlediği poliçeyi kabul ettiğinde, belgeleri teslim alarak malları gümrükten çekebilir. Bu süreçte, muhabir banka alıcının ödediği mal bedelini veya kabul ettiği poliçeyi satıcı bankasına iletir ve bu ödeme satıcıya aktarılır (Boumarar ve Chabane, 2022: 47). Bu yöntem, uluslararası ticarete sık kullanılan bir ödeme şekli olsa da belirli riskler taşımaktadır. Bunlar arasında ithalatçının malları kabul

etmemesi, döviz kısıtlamaları, poliçenin vadesinde ödenmemesi ve ithalatçının mali sıkıntılar içinde olması gibi unsurlar bulunmaktadır (Özkan, 2022: 42). Ancak, bu yöntemin uzun süreli iş ilişkisi bulunan ve karşılıklı güvene dayalı ticaret ortaklıklarında kullanıldığında daha etkili olduğu gözlemlenmektedir. Örneğin, Türk Eximbank tarafından sunulan sigorta çözümleri, ihracatçıların bu ödeme yöntemine ilişkin risklerini azaltmak için kullanılabilmektedir (Kar, 2023: 47). Vesaik mukabili ödemenin özellikle alıcıların güçlü olduğu piyasalarda faydalı olduğu ve taraflar arasında güveni teşvik ettiği bilinmektedir. Bu durum, Türkiye ile Türkmenistan arasındaki ticaret ilişkilerinde de gözlemlenmiş olup, bu yöntemin ticari bağların güçlenmesine önemli katkılar sunduğu belirtilmektedir (İpek, 2015: 39).

Akreditifli Ödeme (Letter of Credit): Akreditifli ödeme, uluslararası ticarete güvence ve ödeme garantisi sağlayan en önemli finansal araçlardan biridir. Bu ödeme yönteminde, alıcının talimatlarına uygun olarak hareket eden bir banka, belirli bir tutar, vade ve belgeler çerçevesinde ödeme yapmayı taahhüt eder. Akreditif, satıcı için ödemenin banka garantisiyle temin edildiği bir yöntem olduğu için riskleri büyük ölçüde azaltır. Alıcı ise akreditif şartlarının belirlenmiş olması sayesinde ödemeyi kontrol altında tutarak, belirtilen şartlar yerine getirilmediği sürece ödeme yapmayacağını bilmenin güvencesine sahiptir (Şirinpınar, 2012: 12).

Bir akreditif işleminde genellikle dört ana taraf yer almaktadır:

1. Kredi amiri (ithalatçı): Akreditifin açılmasını talep eden taraf.
2. Amir banka: İthalatçı adına akreditifi açan finans kuruluşu.
3. Muhabir banka: Akreditifi ihracatçıya bildiren ve işlemi yöneten banka.
4. Akreditif lehtar (ihracatçı): Belgelerin sunulması karşılığında ödeme alacak taraf.

Akreditif, özellikle yüksek değerli ticari işlemler için uygun bir ödeme yöntemi olarak kabul edilir. Uluslararası ticaretin farklı ihtiyaçlarını karşılamak üzere döner akreditif, devredilebilir akreditif ve karşılıklı akreditif gibi çeşitli türleri bulunmaktadır (Özkan, 2022: 43). Bu yöntem, risk yönetimi açısından da önemli bir avantaj sunar. Örneğin, akreditifli ödeme, Türkiye'deki halı ihracatçıları tarafından sıklıkla kullanılmakta ve sektörün ticaret hacmini artırmaktadır (Polat, 2013: 23). Ayrıca, uluslararası bankacılık sisteminde yaygın olarak kullanılan bu yöntem, ticari işlemler

sırasında tarafların güvenliğini sağlamak için önemli bir araçtır (Konate ve Namule, 2023: 12).

Sonuç olarak, akreditifli ödeme, taraflar arasında güven ve güvenliği pekiştiren ve uluslararası ticaretin en temel araçlarından biri olan bir ödeme şeklidir. Bu yöntemin, ticari ilişkilerin sürdürülebilirliğini sağlamak ve taraflar arasındaki riskleri azaltmak açısından kritik bir öneme sahip olduğu açıktır.

Kabul Kredili Ödeme (Acceptance Credit): Kabul kredili ödeme, ithalatçının mal bedelini belirli bir vadede ödeme taahhüdünde bulunduğu ve bu taahhüdün bir poliçe aracılığıyla gerçekleştirildiği bir ödeme yöntemidir. Bu yöntem, ithalatçı ve ihracatçı arasında güvene dayalı bir sistem olup, genellikle uzun vadeli ticari ilişkilerde tercih edilmektedir. İthalatçı, malların bedelini ileri bir tarihte ödeme avantajına sahip olurken, ihracatçı, ödemenin vadesinde yapılacağından emin bir şekilde ticari faaliyetlerini sürdürebilmektedir (Boumarar ve Chabane, 2022: 53). Süreç, ihracatçı tarafından düzenlenen poliçenin diğer ticari belgelerle birlikte ithalatçıya gönderilmesiyle başlar. İthalatçı, bu poliçeyi imzalayarak onayladığında, ödeme taahhüdünü yerine getirmiş sayılır. İthalatçının bankası, poliçeyi "Kabul Edilmiştir" kaşesiyle damgalar ve kabul edilen poliçenin bir nüshasını ihracatçıya iletir. Bu yöntem, ithalatçıya işletme sermayesini etkin yönetme esnekliği sağlarken, ihracatçı için ödeme güvencesi sunar (Özkan, 2022: 44). Kabul kredili ödeme yöntemi, Türkiye ile Türkmenistan arasındaki ticari ilişkilerde sıkça kullanılan bir uygulamadır. Bu yöntemin sağladığı likidite yönetimi avantajı, özellikle taşımacılık sektörü gibi hızlı nakit akışına ihtiyaç duyan sektörlerde değerli bir araç olarak görülmektedir (İpek, 2015: 39). Türk Eximbank'ın sunduğu sigorta mekanizmaları ve kredi desteği, kabul kredili ödeme yöntemine ilişkin risklerin yönetilmesinde önemli katkılar sağlamaktadır (Kar, 2023: 47).

Sonuç olarak, kabul kredili ödeme yöntemi, her iki taraf için de esneklik ve güvence sağlayan bir finansal araç olarak uluslararası ticaret ilişkilerinde etkin bir rol oynamaktadır.

Konsinye Satış ile Ödeme (Consignations): Konsinye ödeme yöntemi, ihracatçının malları ithalatçıya satış amacıyla göndermesi ve mallar satıldıktan sonra elde edilen gelirlerin ihracatçıya iletilmesi esasına dayanır. Bu yöntem, yüksek derecede güven gerektiren bir ticaret şeklidir ve taraflar arasında sağlam bir ilişki bulunmasını zorunlu

kılar. Konsinye satışlarda, malların doğrudan satış garantisi olmaması ve satış sürecindeki belirsizlikler nedeniyle ihracatçının riskleri yüksektir. Ayrıca, malların satışı sırasında oluşabilecek zararlar veya bekleme süresi boyunca meydana gelebilecek değer kaybı, doğrudan ihracatçıya ait olmaktadır (Özkan, 2022: 44). Konsinye yöntemi, alıcılar açısından düşük riskli bir seçenek sunarken, ihracatçılar için maliyetli ve belirsizliklerle dolu bir ödeme şeklidir. Ancak, bu yöntem, pazar araştırması yapma ve yeni pazarlar keşfetme açısından ihracatçılara değerli bir fırsat sunabilir. Örneğin, Türkiye’de halı sektörü ihracatçıların, uluslararası pazarlarda konsinye yöntemiyle deneme satışları yaptığı ve bu yolla belirli pazarlarda varlıklarını güçlendirdiği gözlemlenmiştir (Polat, 2013: 22). Bununla birlikte, konsinye yönteminin başarıyla uygulanabilmesi için alıcıların güvenilir olması ve doğru risk yönetimi stratejilerinin oluşturulması gerekmektedir. Konsinye satışlarda oluşabilecek risklerin azaltılmasında Türk Eximbank’ın sunduğu sigorta çözümleri etkin bir araç olarak kullanılabilir (Kar, 2023: 47). Ayrıca, gümrük mevzuatına ilişkin düzenlemelerin doğru uygulanması ve taşıma sırasında oluşabilecek hasarların minimum düzeyde tutulması da önemlidir (İpek, 2015: 43).

Sonuç olarak, konsinye ödeme yöntemi, doğru koşullar altında uygulandığında hem pazar araştırması hem de yeni müşteri kazanımı açısından ihracatçılara fayda sağlayabilir. Ancak, bu yöntemin getirdiği risklerin, ihracatçı ve ithalatçı arasındaki güven düzeyine ve belirli teminat mekanizmalarının kullanımına bağlı olduğu unutulmamalıdır.

Prefinansman: Prefinansman ile ödeme, ihracatçıların sipariş alınmasından malların sevkiyatına kadar geçen sürede, finansal ihtiyaçlarını karşılamalarına olanak tanıyan bir nakit akışı sistemidir. Bu yöntem, ihracatçıların üretim sürecindeki olağan ve olağanüstü ihtiyaçlarını finanse etmelerine imkan sağlar. Prefinansman, doğrudan kendi ürettikleri malları ihraç eden firmalar tarafından kullanılabilir ve ihtiyaç duyulan nakit miktarı bir finansman planı temel alınarak belirlenir. Bu finansman, malların üretiminden alacağın tahsiline kadar olan süreci kapsar (Boumarar ve Chabane, 2022: 54). Prefinansmanın ihracatçılar için sunduğu avantajlardan biri, nakit akışının yeterli olması sayesinde siparişlerin zamanında ve eksiksiz yerine getirilmesi ve böylece diğer pazarlara açılma fırsatlarının artmasıdır. Ancak bu yöntemin erişilebilirliği sınırlıdır ve tüm

işletmeler için uygun olmayabilir. Bu yöntemin büyük sermaye malları veya döviz piyasaları gibi alanlarda daha yaygın olarak kullanıldığı bilinmektedir (Özkan, 2022: 44).

Prefinansman ile ödeme yöntemi, Türkiye ile Türkmenistan arasındaki ticaret ilişkilerinde sıklıkla tercih edilen bir finansman aracıdır. Özellikle taşımacılık sektörü gibi sermaye yoğun endüstrilerde prefinansman, firmaların ticari operasyonlarını sürdürülebilir şekilde yürütmelerine olanak sağlar (İpek, 2015: 38). Türk Eximbank, prefinansman sürecinde ihracatçıların mali risklerini azaltmaya yönelik finansman çözümleri sunarak bu yöntemi desteklemektedir (Kar, 2023: 47).

Karşı-Ticaret (Counter- Trade): Karşı ticaret, finansal zorluklar yaşayan ülkeler arasında tercih edilen ve ödemelerin mal takası yoluyla yapıldığı bir ticaret yöntemidir. Döviz sıkıntısı yaşayan ülkeler, ödemeyi finansal araçlarla değil, sahip oldukları ürünleri takas ederek gerçekleştirir. Bu yöntem, özellikle ekonomik zorluklar altında olan ülkelerin dış ticaret operasyonlarını sürdürebilmeleri için etkili bir çözüm sunar. Karşı ticaret yönteminin tercih edilme sıklığı, taraflar arasındaki ekonomik durumlara ve anlaşma şartlarına bağlı olarak değişiklik gösterebilir (İpek, 2015: 31).

Takas: Takas, iki tarafın eşit değerde mal gruplarını doğrudan ve eşanlı olarak değiş tokuş ettiği bir yöntemdir. Bu sistemde para transferi yapılmaz ve işlemler tamamen malların fiziksel değişimi üzerine kuruludur. Takas işlemleri genellikle tek seferlik ticaret faaliyetlerinde kullanılmakta olup, uzun vadeli ve düzenli ticari ilişkilerde nadiren tercih edilir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, takas işlemlerini "özel takas" ve "bağlı muamele" olarak sınıflandırmaktadır (Küsmez, 2016: 17).

Özel Takas: Özel takas, tarafların birbirine mal veya hizmet sağlayarak bedellerini karşılıklı olarak takas ettiği bir yöntemdir. Bu işlem, tamamen para hareketi olmaksızın gerçekleşir ve taraflar, ithalat ve ihracat bedellerini birbirleriyle eşleştirir. Örneğin, Türkmenistan ile gerçekleştirilen ticaret anlaşmalarında, özel takasın kullanıldığı ve tarafların döviz hareketi olmadan ticaret gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir (İpek, 2015: 31).

Bağlı Muamele: Bağlı muamele, bir tarafın ithalat ve ihracat işlemlerinin bedelinin, karşı taraftan yapılan mal veya hizmet ithalatı ile karşılanmasını içeren bir yöntemdir. Bu sistemde, ticaret dengesi sağlanamazsa artı veya eksi farklar döviz transferleri ile kapatılır. Gümrük Birliği dışındaki ülkelerle yapılan ticarete, fazla veya

eksik kalan miktarlar döviz cinsinden tahsil edilir veya ödenir (Şirinpınar, 2012: 22). Bu yöntem, tarafların karşılıklı ihtiyaçlarını karşılamada etkili bir araçtır ve genellikle gelişmekte olan ülkelerde kullanılır.

Kliring (Clearing): Kliring, takas işlemlerinin daha gelişmiş bir versiyonudur. Bu yöntemde, taraf ülkelerdeki ithalatçılar, ithal ettikleri malların bedelini ulusal para birimlerinde öder ve bu ödemeler, kliring hesaplarında denkleştirilir. Açık kalan tutarlar, konvertibl döviz ile kapatılır. Türkiye'nin Türkmenistan ile yaptığı ticarete, kliring sistemi kullanılarak iki ülke arasındaki ithalat ve ihracat dengesinin sağlanmaya çalışıldığı bilinmektedir (İpek, 2015: 31).

Karşı-Alım (Counter-Purchase): Karşı-alım, ihracatçının, ihracat sözleşmesinde belirlenen değerin bir kısmı kadar malı karşı taraftan satın almasını içeren bir yöntemdir. Bu yöntem, genellikle teknolojik ekipmanlar ve yüksek değerli malların ticaretinde tercih edilir. Örneğin, Türkiye'nin halı ihracatçıları, karşı-alım yöntemini kullanarak belirli pazarların ihtiyaçlarını karşılamış ve ticaret hacimlerini artırmıştır (İpek, 2015: 312).

Dengeleme (Compensation): Dengeleme, ihracatçının ihraç ettiği malların bedelinin mal karşılığı alınması prensibine dayanır. Bu yöntem, tam dengeleme ve kısmi dengeleme olarak ikiye ayrılır:

- **Tam Dengeleme:** Mal bedelinin tamamı, başka malların alımıyla karşılanır.
- **Kısmi Dengeleme:** Malların bir kısmı mal karşılığı alınır, kalan tutar dövizle ödenir.

Bu kategoride yer alan geri-alım ve üçlü-ticaret yöntemleri de dikkat çekicidir. Geri-alım yöntemi, ihraç edilen malların kullanıldığı üretimden elde edilen gelir ile ödeme yapılması esasına dayanırken, üçlü-ticaret bir ülkenin ödeme yükümlülüğünü başka bir veya daha fazla ülkeye transfer etmesiyle gerçekleştirilir (Şirinpınar, 2012: 23). Karşı ticaret, döviz sıkıntısı çeken ülkeler için etkili bir çözüm sunmakta olup, ticari faaliyetlerin devamlılığına katkı sağlamaktadır. Ancak, teknik bilgi eksikliği nedeniyle bu yöntem, az gelişmiş ülkelerde riskli ve karmaşık bir işlem olabilmektedir. Bu nedenle, karşı ticaret anlaşmalarında tarafların dünya piyasaları hakkında detaylı bilgiye sahip olması ve anlaşma koşullarını dikkatlice değerlendirmesi gerekmektedir. Türk Eximbank'ın sunduğu finansal çözümler ve sigorta mekanizmaları, bu tür ticaret

işlemlerindeki riskleri azaltmak için önemli araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır (İpek, 2015: 32).

Mahsuben Ödeme: Mahsuben ödeme yöntemi, ihracat bedellerinin tamamının veya bir kısmının mal ve/veya hizmet ithalatında kullanılarak ödenmesini içeren bir finansal mekanizmadır. Bu yöntemde, bedeller arası uyumsuzluk durumunda eksik veya fazla tutarlar, nakit ödemeler yoluyla dengelenir. İşlem süreci, fiili ihracat tarihinden itibaren 180 gün içinde muhabir banka hesaplarına ihracat bedellerinin alacak olarak kaydedilmesini ve mahsup taleplerinin aynı süre içinde yapılmasını gerektirir (Şirinpınar, 2012: 24). Hizmet ihracatında, tahsilat zorunlu tutulmadığından mahsup işlemleri daha esnek bir şekilde uygulanabilmektedir. Kullanılacak dövizlerin Türk Lirası'na çevrilmemiş olması şartıyla, T.C. Merkez Bankası'na yapılacak zorunlu döviz devrinden sonra kalan döviz tutarları mahsuben ödeme için kullanılabilir. Bankalar, yükümlülüklerini kendi döviz pozisyonlarından karşıladıklarında, ihracat bedeli dövizlerinin tamamı mahsuben ödemede kullanılabilir (İpek, 2015: 33). Aracı ihracatçı vasıtasıyla gerçekleştirilen ihracatlarda, mahsup işleminin uygulanabilmesi için ihracatçının onayı ve imalatçı firmanın gümrük beyannamesinde kayıtlı olması gereklidir. Bu durumda, döviz alım belgesi (DAB) ihracatçı adına düzenlenirken, döviz satış belgesi (DSB) ise imalatçı firma adına düzenlenmektedir. İthalat ve ihracat bedelleri arasında uyumsuzluk bulunması durumunda, kalan ithalat bedeli genel esaslara uygun şekilde ödenir. Ayrıca, alış yapılacak döviz ile mahsuben ödenecek giderlerin döviz cinslerinin farklı olması durumunda, T.C. Merkez Bankası'nın çapraz kuru esas alınarak işlem yapılır. Böylece, DAB alış yapılan döviz cinsinden, DSB ise transfer edilen döviz cinsinden düzenlenir (Şirinpınar, 2012: 25).

1.8. DIŞ TİCARETTE TÜRKİYE'NİN TARAF OLDUĞU ANLAŞMALAR

Türkiye'nin uluslararası ticaret anlaşmaları, ülkenin ekonomik, gümrük ve siyasi politikalarının zaman içindeki dönüşümünü yansıtan önemli yapı taşlarıdır. Stratejik konumu nedeniyle Türkiye, Asya ve Avrupa arasında bir köprü işlevi görmektedir ve bu avantajını uluslararası ticaret ilişkilerini güçlendirmek için kullanmaktadır. Özbekistan, Pakistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Amerika Birleşik Devletleri, Azerbaycan, Birleşik Krallık, Katar, Güney Kore ve Avrupa Birliği gibi çeşitli ortaklarla kurulan ekonomik bağlar, ticaret hacmini artırmayı ve ekonomik iş birliğini teşvik etmeyi hedeflemektedir. Bu anlaşmalar, hem Türkiye hem de karşı taraf ülke için ekonomik büyümeye ve küresel

pazarlara entegrasyona olanak sağlamaktadır (Kinik, 2022: 29). Uluslararası ticaretteki bu bağlar, Türkiye'nin hem bölgesel hem de küresel ölçekte ticari etkinliğini artıran bir dizi anlaşma ile şekillenmiştir. Özellikle Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA), Türkiye'nin ihracat pazarlarını çeşitlendirmesine ve ticaret engellerini azaltmasına olanak sağlamaktadır (Karayazı, 2019: 543). Türkiye ile Mısır arasında imzalanan STA'nın ihracat üzerindeki etkilerinin Es Endeksi yöntemiyle analiz edilmesi, bu tür anlaşmaların sektörel uzmanlaşmayı teşvik ettiğini ortaya koymaktadır (Erkekoğlu ve Koçer, 2022: 26). Benzer şekilde, Türkiye'nin Ürdün ile imzaladığı STA'nın karşılıklı ticaret hacmi üzerindeki olumlu etkisi, bu anlaşmaların ikili ekonomik ilişkileri somut şekilde geliştirdiğini kanıtlamaktadır (Almasri, 2024: 49). Türkiye'nin Avrupa Birliği ile imzaladığı Gümrük Birliği anlaşması, ekonomik entegrasyonun derinleşmesi ve ticaretin daha da kolaylaştırılması açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur (Tümer ve Kazancı, 2022: 38). Ayrıca, Türkiye'nin Balkan ülkeleriyle gerçekleştirdiği STA'lar, bölgesel ekonomik bütünleşmenin bir göstergesi olarak dış ticaretin genişlemesine katkı sunmaktadır (Koçer, 2024: 26). Türkiye-Kuzey Makedonya ilişkileri de bu bağlamda değerlendirildiğinde, sadece ekonomik değil aynı zamanda siyasi nüfuz alanlarının şekillenmesinde etkili bir rol üstlenmektedir (Yiğit, 2023: 2876). Bunlara ek olarak, Türkiye ile Güney Kore arasında imzalanan STA'nın dış ticaret üzerindeki etkilerinin ARDL yaklaşımıyla incelenmesi, özellikle yüksek katma değerli sektörlerde ihracatın geliştiğini göstermektedir (Dursun, 2020: 94).

Tüm bu anlaşmalar, Türkiye'nin ticaret coğrafyasının dönüşümüne yön vermekte ve ülkenin küresel ticaret sistemindeki konumunu yeniden tanımlamaktadır. Bu dönüşüm, sadece ticari verimlilikle sınırlı kalmayıp aynı zamanda diplomatik ilişkilerin çeşitliliği ve istikrarı açısından da anlamlıdır.

1.8.1. Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA)

Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA), tarifelerin ve tarife dışı engellerin kaldırılmasını sağlayarak mal ve hizmet ticaretinin kolaylaştırılmasında kilit bir rol oynamaktadır. Türkiye, ihracat pazarlarını çeşitlendirmek ve küresel ticaret ağlarına entegrasyon sağlamak amacıyla birçok ülke ile STA imzalamış ve bu anlaşmaların etkisi, bölgesel ticaret ilişkilerinin güçlendirilmesi bağlamında oldukça önemlidir (Karayazı, 2019: 544).

STA'lar çerçevesinde Türkiye, farklı kıtalar ve ekonomik bloklarla güçlü ticari bağlar kurmuştur. Örneğin:

- Avrupa Birliği ile STA (1995): Türkiye'nin Avrupa ekonomisine entegrasyonunu sağlayan bu anlaşma, ticaretin serbestleştirilmesinde ve iş birliğinin derinleştirilmesinde önemli bir dönüm noktasıdır (Tümer ve Kazancı, 2022: 40).
- Güney Kore ile STA (2013): Yüksek teknoloji ürünlerin ticaretini kolaylaştıran bu anlaşma, aynı zamanda ekonomik çeşitlenmeye katkı sunmuştur (Dursun, 2020: 90).
- Malezya ile STA (2015): Güneydoğu Asya pazarlarında Türkiye'nin etkinliğini artırmış ve bölgesel açılım stratejisinin önemli bir ayağını oluşturmuştur (Karayazı, 2019: 545).
- Birleşik Krallık ile STA (2021): Brexit sonrası döneme uyum sağlamak amacıyla yapılan bu anlaşma, ticari süreklilik açısından kritik öneme sahiptir (Öztürk, 2023: 19).
- Azerbaycan ile STA: Karabağ Savaşı sonrası gelişen iş birliği STA kapsamındaki ekonomik ilişkilerin hem simgesel hem yapısal boyutunu güçlendirmiştir (Shikhaliyev, 2023: 27).
- Ürdün ile STA: Karşılıklı ticarete önemli bir ivme kazandıran anlaşma, Türkiye'nin Ortadoğu pazarındaki etkinliğini artırmıştır (Almasri, 2024: 49).
- Mısır ile STA: İhracatta uzmanlaşma (Es) endeksi temelinde yapılan analizler, bu anlaşmanın belirli sektörlerde derinleşen ticari ilişkiler yarattığını göstermektedir (Erkekoğlu ve Koçer, 2022: 88).
- Kuzey Makedonya ile STA: Balkanlar'daki siyasi ve ekonomik nüfuz alanının bir parçası olan bu anlaşma, Türkiye'nin stratejik yönelimlerini yansıtmaktadır (Yiğit, 2023: 2878).
- Balkan Ülkeleri ile STA: Bölgesel kalkınmayı destekleyen bu anlaşmalar, Türkiye'nin komşu ülkelerle olan dış ticaret hacmini artırmada etkili olmuştur (Koçer, 2024: 34).
- İsrail ile ticari ilişkiler: Siyasi krizlerin gölgesinde dahi devam eden ticaret, STA'ların ekonomik istikrar sağlayıcı rolünü pekiştirmektedir (Demir ve Yayar, 2025: 94).

- Moğolistan örneği: STA'ların uzak coğrafyalarda bile ekonomik etkiler yarattığını gösteren bu örnek, Türkiye'nin dış ticaret stratejisinin evrenselliğine işaret eder (Rai, 2022: 77).
- Kenya ile STA (2024): Tarım, tekstil ve yapı sektörlerinde ticareti destekleyen bu anlaşma, Türkiye'nin Afrika açılımının somut adımlarından biridir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024a).
- Tayland ile STA (2025): Elektronik ve otomotiv sektörlerinde karşılıklı fırsatlar yaratmayı hedefleyen bu anlaşma, Asya-Pasifik yöneliminin bir yansımasıdır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025a).
- Venezuela ile STA (2025): Enerji ürünleri, inşaat hammaddeleri ve sanayi mamulleri ekseninde gelişen bu STA, Türkiye'nin Latin Amerika'daki ticari varlığını genişletmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025b).

Türkiye'nin STA stratejisi aynı zamanda küresel eğilimlerle de örtüşmektedir. Küreselleşmenin gümrük vergileri üzerindeki baskısı bu anlaşmaların önemini daha da artırmıştır (Şahin, 2023: 68). Uluslararası bilgi değişimi ve dış ticaretteki yapısal eşitsizliklerin çözüm yolları da STA uygulamalarıyla yakından ilişkilidir (Başarır, 2024: 122; Kızıllar, 2022: 91).

Sonuç olarak, STA'lar Türkiye'nin sadece ekonomik büyüme hedeflerine ulaşmasında değil, aynı zamanda diplomatik ilişkilerinin çeşitlendirilmesi, ticaret coğrafyasının genişlemesi ve stratejik nüfuz alanlarının pekiştirilmesinde etkili bir araç haline gelmiştir (Bulut, Bayraktar ve Aslan, 2022: 123).

1.8.2. Bölgesel Ekonomik İş Birliği Anlaşmaları

Serbest Ticaret Anlaşmalarına (STA) ek olarak, Türkiye bölgesel ticaret bloklarıyla ekonomik entegrasyonunu güçlendirmek amacıyla çeşitli ekonomik iş birliği girişimlerine aktif olarak katılım sağlamaktadır. Bu çerçevede, Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (RCEP) ve Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (ECO) öne çıkan iki önemli platformdur. Türkiye, bu ittifaklar aracılığıyla hem ticaret ağlarını genişletmeyi hem de bölgesel kalkınmayı hızlandırmayı hedeflemektedir (Bulut, Bayraktar ve Aslan, 2022: 385). RCEP, Asya-Pasifik bölgesinde dünya ticaretinin yaklaşık üçte birini kapsayan en geniş ekonomik ortaklıklardan biri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'nin bu anlaşmaya olan ilgisi, özellikle Doğu Asya pazarlarında rekabet gücünü artırma stratejisinin bir

parçası olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin Güneydoğu Asya ülkeleriyle STA'lar yoluyla kurduğu ilişkiler, RCEP'e yönelik stratejik yönelimin altyapısını oluşturmaktadır (Karayazı, 2019: 117; Dursun, 2020: 88). Öte yandan, ECO çerçevesinde Türkiye'nin Orta Asya ülkeleriyle olan ticari ilişkilerini derinleştirdiği ve bölgesel ekonomik iş birliği politikalarını güçlendirdiği görülmektedir (Yılmaz, 2022: 94). Türkiye'nin ECO içindeki rolü, sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel ve diplomatik bağların da gelişmesine katkı sunmaktadır. Özellikle Azerbaycan, Türkmenistan ve Özbekistan gibi ülkelerle yapılan STA'lar, ECO'nun ekonomik işlevselliğini artırmaktadır (Shikhaliyev, 2023: 89). 2025 yılı itibarıyla Türkiye, Karadağ ve Türkmenistan ile bölgesel ekonomik iş birliğini derinleştirmeye yönelik yeni girişimlerde bulunmuş; bu ülkelerle yapılan ticaret forumları ve STA müzakereleri, Balkanlar ve Orta Asya'daki ekonomik entegrasyon sürecini hızlandırmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025c).

1.8.3. Çok Taraflı Anlaşmalar

Türkiye, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) gibi çok taraflı ekonomik mekanizmalara aktif katılım sağlayarak küresel ticaret kurallarını benimsemekte ve adil ticaret prensiplerini desteklemektedir. Türkiye'nin DTÖ'deki rolü, dış ticaret politikalarının dünya genelinde düzenlenmesine katkıda bulunmakta ve ülkenin uluslararası müzakerelere etkin bir şekilde dahil olmasını sağlamaktadır (Karayazı, 2019: 120). DTÖ kapsamındaki faaliyetler, ticaretin serbestleştirilmesi, tarifelerin azaltılması ve ticaretin şeffaflaştırılması yönünde Türkiye'nin reformist yaklaşımını yansıtmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'nin dış ticaret rejiminde yaşanan yapısal sorunlar ve çözüm önerileri de DTÖ ilkeleriyle uyumlu şekilde ele alınmaktadır (Yılmaz, 2022: 94; Kızıler, 2022: 91). Ayrıca, Gümrük Birliği Anlaşması'nın güncellenmesi üzerine yapılan değerlendirmeler, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile olan ekonomik bağlarını daha ileri taşımayı hedeflediğini göstermektedir (Tümer ve Kazancı, 2022: 105). Bu güncelleme süreci, Brexit sonrası ticaret dengelerinin yeniden şekillenmesi ve Türkiye'nin AB ile olan ticaret hacmini koruma çabalarıyla da doğrudan ilişkilidir (Öztürk, 2023: 52).

Türkiye 2025 yılı itibarıyla, DTÖ reform sürecine dair görüşlerini uluslararası platformlarda daha güçlü şekilde dile getirmeye başlamış; özellikle dijital ticaret, hizmetler ticareti ve sürdürülebilir kalkınma başlıklarında çok taraflı iş birliğini artırma yönünde girişimlerde bulunmuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025).

1.8.4. İkili Anlaşmalar

Türkiye, dış ticaret stratejisinin önemli bir ayağı olarak, birçok ülkeyle ikili düzeyde ekonomik ve ticari anlaşmalar imzalamakta; bu anlaşmalar aracılığıyla yatırım ortamını iyileştirmeyi, ticaretin önündeki engelleri azaltmayı ve karşılıklı ekonomik ilişkileri derinleştirmeyi hedeflemektedir. Bu anlaşmalar, yalnızca mal ve hizmet ticaretini değil, aynı zamanda yatırım koruması, gümrük iş birliği ve teknik düzenlemeleri de kapsamaktadır (Ünlü, 2023: 324).

Bazı dikkat çekici örnekler şunlardır:

- Azerbaycan: Karabağ Savaşı sonrası dönemde iki ülke arasında imzalanan anlaşmalar, enerji ve ulaştırma sektörlerinde iş birliğini artırmış; ticaret hacmi önemli ölçüde genişlemiştir (Shikhaliyev, 2023: 6).
- Katar: 2024 yılında imzalanan sekiz yeni iş birliği protokolü, özellikle savunma sanayi, enerji ve finans alanlarında ortaklıkları güçlendirmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024b).
- Güney Kore: 2013'te yürürlüğe giren STA, yüksek katma değerli ürünlerin ticaretini teşvik etmiş ve iki ülke arasında teknoloji odaklı yatırımları artırmıştır (Dursun, 2020: 85).
- Amerika Birleşik Devletleri: Türkiye ile ABD arasında yürürlükte olan yatırım koruma ve ticaret iş birliği anlaşmaları, stratejik sektörlerde karşılıklı yatırımları desteklemektedir (Sandalcılar ve Cihan, 2022: 38).
- Özbekistan: 2023'te yürürlüğe giren Tercihli Ticaret Anlaşması, gümrük tarifelerinde indirimle giderek ticaretin kolaylaştırılmasına katkı sağlamıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023a).
- Pakistan: Aynı yıl imzalanan Mal Ticareti Anlaşması, tekstil ve tarım ürünleri başta olmak üzere birçok sektörde ticaretin önünü açmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023b).
- Birleşik Arap Emirlikleri: 2023'te yürürlüğe giren Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması, yatırım ortamını iyileştirmeye yönelik düzenlemeler içermekte ve ticaret hacmini beş yıl içinde iki katına çıkarma hedefi taşımaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2023c).
- Birleşik Krallık: Brexit sonrası dönemde 2023'te imzalanan yeni anlaşma, iki ülke arasındaki ticari sürekliliği güvence altına almıştır (Öztürk, 2023: 29).

- Ürdün: STA kapsamında yürütülen iş birliği, özellikle tarım ve tekstil sektörlerinde karşılıklı ticaretin gelişmesine olanak tanımıştır (Almasri, 2024: 40).
- İsrail: Siyasi dalgalanmalara rağmen sürdürülen ticari ilişkiler, ekonomik pragmatizmin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Demir ve Yayar, 2025: 182).
- Kuzey Makedonya: Türkiye'nin Balkanlar'daki ekonomik etkisini artırma stratejisi doğrultusunda, ikili anlaşmalar siyasi ve ekonomik bağları pekiştirmiştir (Yiğit, 2023: 2875).
- Mısır: STA'nın ihracatta uzmanlaşma üzerindeki etkileri, Türkiye'nin sektörel rekabet gücünü artırma çabasını yansıtmaktadır (Erkekoğlu ve Koçer, 2022: 939).

1.8.5. Ticaret Anlaşmalarının Türk Ekonomisi Üzerindeki Etkileri

Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası ticaret anlaşmaları, ekonominin çeşitli katmanlarında kalıcı ve çok yönlü etkiler doğurmaktadır. Bu anlaşmalar sayesinde Türkiye yalnızca ihracat hacmini büyütmeyle kalmamış; aynı zamanda küresel değer zincirlerinde daha etkin bir aktör haline gelmiştir. Yapılan STA'lar ve ikili anlaşmalar sayesinde ihracat pazarları çeşitlenmiş, yüksek teknoloji ve katma değerli ürünlerin payı artış göstermiştir (Bulut, Bayraktar ve Aslan, 2022: 378). Resmi verilere göre, ihracat hacminin 50 milyar \$'dan 264 milyar \$'a yükselmesi ve dış ticaretin GSYH içindeki payının %15'ten %25'e çıkması, bu anlaşmaların ekonomik yapıya etkisini açıkça ortaya koymaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2024). Bununla birlikte, uluslararası ticarete entegre olmanın getirdiği düzenleyici uyum süreçleri, teknik standartlara adaptasyon ve artan rekabet baskısı gibi zorlukların da göz ardı edilmemesi gerekmektedir (Şahin, 2023: 68; Kızıllar, 2022: 92). Ayrıca, Türkiye'nin ihracatta uzmanlaşma düzeyinin yükselmesi, Mısır ile yapılan STA örneğinde olduğu gibi sektörel derinleşmeyi teşvik etmektedir (Çiftçi, 2024: 55). Bu çerçevede, STA'ların yalnızca ekonomik hacmi değil, ürün çeşitliliğini ve dış ticaret kalitesini de artırdığı görülmektedir.

Bölgesel ticaret anlaşmaları, Türkiye'nin sadece coğrafi değil, aynı zamanda stratejik etki alanlarını da genişletmesine olanak tanımaktadır. Bu tür birliktelikler, Türkiye'nin çevre ülkelerle olan ilişkilerini kurumsallaştırmakta ve bölgesel kalkınmaya somut katkılar sunmaktadır. RCEP gibi girişimler, küresel değer zincirlerine entegrasyonu hızlandırırken, aynı zamanda Asya-Pasifik pazarına açılan yeni ticaret yollarını da Türkiye'nin kullanımına sunmuştur (Bulut, Bayraktar ve Aslan, 2022: 379).

Öte yandan, Türkiye'nin Afrika ülkeleriyle yürüttüğü STA'lar, sadece ekonomik verimliliği değil; aynı zamanda bölgesel kalkınma hedefleriyle uyumlu dış politika araçlarını da temsil etmektedir (Çiftçi, 2024: 50). Özellikle lojistik, tekstil ve gıda ürünleri gibi sektörlerde Türkiye'nin ihracat profili bu anlaşmalar sayesinde önemli kazanımlar elde etmiştir. Balkan ülkeleri ile imzalanan STA'lar da Türkiye'nin bölgesel büyüme vizyonunun bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Bu tür iş birlikleri hem yakın coğrafyada ekonomik bağımlılığı azaltmakta hem de Türkiye'nin bölgesel güvenlik politikalarını ekonomik araçlarla tamamlamasına olanak tanımaktadır (Koçer, 2024: 35; Yiğit, 2023: 2877).

1.8.6. Avrupa Birliği ve Gümrük Birliği İlişkileri

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ekonomik entegrasyon süreci, Gümrük Birliği Anlaşması'nın modernizasyon çalışmalarıyla yeni bir ivme kazanmıştır. Bu süreç, mevcut ticaret düzenlemelerini güncellemenin ötesinde; aynı zamanda dijitalleşme, yeşil dönüşüm ve hizmetler ticaretinde uyum gibi başlıkları da kapsamaktadır (Tümer ve Kazancı, 2022: 336). Özellikle Birleşik Krallık ile imzalanan STA, Brexit sonrası dönemde ticari sürekliliği koruma amacını taşımış ve Türk ihracatçıları için güvenli bir çerçeve sağlamıştır (Öztürk, 2023: 34). Anlaşmanın kapsamı, otomotiv, tekstil ve beyaz eşya gibi stratejik sektörlerdeki ticaretin istikrarına önemli katkılar sunmuştur. Bu dönemde Avrupa Birliği ile yürütülen temaslar, ticaretin hacminden ziyade niteliğini artırma arayışını ön plana çıkarmaktadır. Tarife dışı engellerin kaldırılması, dijital hizmetlerin entegrasyonu ve karşılıklı teknik düzenlemelerin uyumu, Türkiye'nin AB ile ilişkilerinde önümüzdeki dönemin belirleyici temaları arasında yer almaktadır.

1.8.7. İkili ve Çok Taraflı Anlaşmaların Yeri

Türkiye, ikili ve çok taraflı düzeyde imzaladığı anlaşmalar sayesinde yalnızca ekonomik etkileşimi artırmakla kalmamış; aynı zamanda diplomatik kapasitesini genişleten çok katmanlı ortaklıklar inşa etmiştir. Katar ile derinleşen çok boyutlu iş birlikleri, ticaretin ötesinde savunma, enerji ve altyapı alanlarında da entegrasyon sağlamıştır (Kinik, 2022: 29). Benzer şekilde, Güney Kore ile imzalanan STA, iki ülke arasında teknoloji, otomotiv ve beyaz eşya sektörlerinde karşılıklı yatırımların artmasına zemin hazırlamıştır (Dursun, 2020: 58). Azerbaycan ile ilişkiler de yalnızca ekonomik değil, stratejik bir perspektife sahiptir; Karabağ Savaşı sonrası dönemde imzalanan anlaşmalar enerji nakil hatları, ulaştırma projeleri ve ticaret koridorları ekseninde

şekillenmiştir (Shikhaliyev, 2023: 76). Diğer yandan, Ürdün ile yapılan STA gibi örnekler, siyasi istikrarsızlık dönemlerinde bile ekonomik iş birliğinin devam ettirilebildiğini göstermekte; bu yönüyle Türkiye'nin çok taraflı diplomatik becerisini yansıtmaktadır (Almasri, 2024: 66). Bu çerçevede, Türkiye'nin çok katmanlı anlaşma ağı, ekonomik kırılganlıkları azaltma ve stratejik çeşitlendirme hedeflerine hizmet etmektedir.

1.8.8. Türkiye'nin Ekonomik Dönüşümü ve Gelecek Perspektifi

Türkiye'nin uluslararası ticaret stratejileri, yalnızca ekonomik büyümeyi hedeflemekle kalmamış; aynı zamanda siyasi nüfuz alanlarını genişletme ve diplomatik ilişkileri pekiştirme amacı da taşımıştır. Bu çok boyutlu yaklaşım, ülkenin küresel sistemdeki konumunu yeniden tanımlamasına olanak tanımaktadır. Türkiye'nin ekonomik başarısına katkı sağlayan temel unsurlar aşağıda dört başlık altında özetlenebilir:

1. İhracatın Gelişimi: Türkiye'nin dış ticaret politikaları, ihracat hacmini artırmakla kalmamış; aynı zamanda ürün çeşitliliğini ve katma değeri yüksek sektörlerin payını da büyütmüştür. Örneğin, Mısır ile imzalanan STA'nın ihracatta uzmanlaşma endeksi (Es) üzerinden yapılan değerlendirmesi, belirli sektörlerde derinleşen ticari ilişkilerin ihracat performansını olumlu etkilediğini göstermektedir (Erkekoğlu ve Koçer, 2022: 74). Benzer şekilde, Azerbaycan ile Karabağ Savaşı sonrası dönemde gelişen ticaret ilişkileri, ihracatın bölgesel olarak da güçlendiğini ortaya koymaktadır (Shikhaliyev, 2023: 56).

2. Yeni Pazarların Keşfi: Türkiye, ikili ve bölgesel anlaşmalar yoluyla geleneksel pazarların ötesine geçerek Afrika, Orta Asya ve Güneydoğu Asya gibi bölgelerde yeni ticaret kanalları oluşturmuştur. Moğolistan örneği, STA'ların uzak coğrafyalarda bile etkili olabileceğini göstermektedir (Rai, 2022: 77). Ayrıca, Balkan ülkeleriyle yapılan STA'lar sayesinde Türkiye, Avrupa dışındaki pazarlarda da etkinliğini artırmıştır (Koçer, 2024: 75).

3. Ekonomik Entegrasyon: Türkiye'nin küresel ekonomiye entegrasyonu, sadece ticaret hacmiyle değil; aynı zamanda uluslararası normlara ve düzenlemelere uyum kapasitesiyle de ölçülmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin dış ticaret rejiminde yaşanan dönüşüm, hem bölgesel hem de çok taraflı anlaşmalarla desteklenmiştir (Yılmaz, 2022: 110). Kuzey Makedonya ile geliştirilen ilişkiler,

Türkiye'nin Balkanlar'daki ekonomik ve siyasi entegrasyon stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilmektedir (Yiğit, 2023: 2879).

4. Rekabet Gücünün Artışı: Türk işletmeleri, uluslararası standartlara uyum sağlama sürecinde üretim kalitesini artırmış ve dış pazarlarda daha güçlü bir konum elde etmiştir. Ürdün ile yapılan STA, bu bağlamda küçük ve orta ölçekli işletmelerin dış pazarlara açılmasında önemli bir rol oynamıştır (Almasri, 2024: 66). Ayrıca, Türkiye-İsrail ticari ilişkilerinin siyasi krizlere rağmen devam etmesi, Türk firmalarının esnekliğini ve rekabet gücünü koruyabildiğini göstermektedir (Demir ve Yayar, 2025: 183).

Bununla birlikte, Türkiye'nin dış ticaret politikaları yalnızca fırsatlarla sınırlı değildir; düzenleyici uyum, teknik standartlara entegrasyon ve artan küresel rekabet gibi zorluklarla da şekillenmektedir (Yılmaz, 2022: 102). Bu nedenle, dış ticaret rejiminin sürekli olarak güncellenmesi ve modernize edilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin çok yönlü ticaret anlaşmaları stratejisi, ülkenin hem bölgesel hem de küresel düzeyde daha etkin bir aktör haline gelmesini sağlamaktadır. STA'lar, DTÖ üyeliği, bölgesel ortaklıklar ve ikili anlaşmalar aracılığıyla Türkiye, ihracat potansiyelini genişletmekte ve ticaret engellerini azaltarak ekonomik büyümeye katkı sunmaktadır (Çiftçi, 2024: 55).

1.9 TÜRKİYE' DE İHRACATA VERİLEN DESTEKLER

Her ülke, ekonomik gelişimini sürdürebilmek için dış ticarete stratejik desteklere ihtiyaç duymaktadır. Türkiye'de ihracata yönelik destekler zamanla büyük önem kazanmış ve ülkenin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü artırmaya yönelik çeşitli mekanizmalar oluşturulmuştur. Türkiye'de ihracatçılara yönelik ilk resmi destek çerçevesi, 1923 yılında İzmir İktisat Kongresi sırasında oluşturulmuş olup, bu süreçte dış ticareti teşvik eden politikaların temelleri atılmıştır. Zaman içinde destek mekanizmaları genişletilmiş ve ihracat yapan firmalar için daha etkin yöntemler benimsenmiştir (Şahiner, 2022: 16). İlk somut teşviklerden biri, 1940 yılında devletin tekelinde bulunan üretim mallarının ihracatına yönelik vergi muafiyeti getirilmesi olmuştur. Bu uygulama, Türkiye'de ihracat desteklerinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Karabıyık, 2022: 28). Zamanla daha kapsamlı stratejiler geliştirilmiş ve ihracata dayalı sanayileşme modelinin benimsenmesiyle firmalar, uluslararası rekabete daha güçlü bir şekilde adapte

olmaya başlamışlardır (Saydam, 2022: 74). Mali teşvikler, vergi avantajları ve doğrudan destekler, işletmelerin dış pazarlarda daha rekabetçi hale gelmelerine yardımcı olmaktadır. İhracat destekleri kapsamında, Türk Eximbank'ın sunduğu finansman ve sigorta çözümleri büyük bir öneme sahiptir. Kurumun sağladığı kredi ve garanti imkanları, ihracatçılar için uluslararası ticarete karşılaşılabilecekleri riskleri minimize etmekte ve işletmelere güvenli bir ticaret ortamı sunmaktadır (Kar, 2023: 41). Bunun yanı sıra, Dahilde İşleme Rejimi, ihracat amaçlı üretimde kullanılacak hammaddelerin geçici olarak ithal edilmesine imkan tanımakta ve böylece ihracatçılar için maliyetleri azaltarak verimliliği artırmaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 37).

Son olarak, Türkiye'nin 1996 yılında Avrupa Birliği ile imzaladığı Gümrük Birliği anlaşması, ihracat politikalarının Avrupa standartları ile uyumlu hale getirilmesine önemli katkı sağlamıştır. Bu entegrasyon süreci sayesinde, Türkiye'nin ihracat destekleri güncellenmiş ve uluslararası pazarlarda rekabet gücünün artırılması sağlanmıştır (Sinay, 2021: 47).

Türkiye'de ihracatı teşvik etmek amacıyla Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan devlet yardımları rehberi, firmaların yüksek teknoloji, kaliteli ve katma değerli ürünler üretmesine olanak sağlayan kapsamlı bir destek programını içermektedir. Bu program, ihracat sürecindeki kritik aşamaları hedef alarak, firmalara üç temel düzeyde destek sağlamaktadır: ihracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma aşamaları. Söz konusu destekler, firmaların uluslararası pazarda rekabet avantajı kazanmalarını sağlamak üzere tasarlanmıştır (Süzer, 2019: 36). İhracata hazırlık aşamasında, firmalara uluslararası pazarlara giriş yapabilmeleri için gereken bilgi ve becerilerin kazandırılmasına yönelik çok çeşitli destekler sunulmaktadır. Karaman Organize Sanayi Bölgesi üzerine yapılan bir araştırmaya göre, bu tür desteklerin özellikle KOBİ'ler üzerinde ihracat performansını artırıcı etkileri olduğu gözlemlenmiştir (Şahiner, 2022: 17). Mikro ihracatta karşılaşılan zorlukların çözümü amacıyla geliştirilen destek programları da bu hazırlık aşamasına katkı sağlamaktadır (Saydam, 2022: 73). Pazarlama aşamasında ise firmalara, ürün ve hizmetlerini uluslararası pazarlarda tanıtabilmeleri için tanıtım, reklam ve fuar organizasyonlarına katılım gibi faaliyetlere yönelik teşvikler verilmektedir. Örneğin, Konya İmalat Sanayisi üzerine yapılan bir incelemede, pazarlama desteği alan firmaların, uluslararası müşteri ağlarını genişleterek ihracat hacimlerini artırdıkları belirtilmiştir (Karabıyık, 2022: 31). Türk Eximbank'ın sunduğu kredi ve sigorta ürünleri de bu

aşamada firmalara önemli bir finansal güvence sağlamaktadır (Kar, 2023: 44). Markalaşma aşamasında ise, firmaların uluslararası alanda marka bilinirliklerini artırmaları ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmeleri hedeflenmektedir. Bu aşamada sunulan destekler arasında marka tescili, patent başvuruları, tasarım tescili ve uluslararası kalite belgeleri gibi yardımlar bulunmaktadır. Dahilde İşleme Rejimi, bu süreçte üretim maliyetlerini düşürerek markalaşma çabalarına da dolaylı olarak destek olmaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 39). Türk firmalarının markalaşma yoluyla uluslararası arenada daha etkin bir konuma gelmeleri, hem uzun vadeli rekabet avantajı sağlamış hem de Türkiye'nin toplam ihracat kapasitesine olumlu katkılarda bulunmuştur (Sinay, 2021: 24).

Sonuç olarak, firmalara ihtiyaçlarına göre şekillendirilmiş bu destekler, yalnızca uluslararası pazarlara girişlerini kolaylaştırmakla kalmamış, aynı zamanda küresel rekabet koşullarında daha etkin olmalarına katkıda bulunmuştur. Türkiye'nin dış ticaret politikalarının stratejik bir unsuru olan bu teşvikler, ülke ekonomisinin büyümesine ve ihracat odaklı sanayileşme stratejilerinin başarısına temel oluşturmuştur.

Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (UR-GE Desteği): Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (UR-GE Desteği), Türk Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi aracılığıyla hayata geçirilen, Türk şirketlerinin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmayı hedefleyen kapsamlı bir programdır. Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesinde tanımlanan sınai ve ticari faaliyetlerde bulunan şirketlerin bu destekten yararlanabilmeleri mümkün olmaktadır. Programa başvurular, Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği gibi üst kurumlar ve organize sanayi bölgeleri, endüstri bölgeleri, sektör dernekleri gibi yerel yapıların yanı sıra imalatçıların kurduğu birlikler ve kooperatifler aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir (Şahiner, 2022: 19). Bu desteğin temel amacı, firmaların uluslararası pazarlara entegre olmasını sağlamak ve rekabet güçlerini artırmaktır. Yerel dinamiklerin harekete geçirilmesi ve kümelenme yaklaşımı temel alınarak, firmaların grup halinde daha etkin hareket etmeleri teşvik edilmektedir. Özellikle Karaman Organize Sanayi Bölgesi üzerine yapılan çalışmalarda, bu tür kümelenme odaklı desteklerin, ihracat potansiyelini artırdığı gözlemlenmiştir (Şahiner, 2022: 21). Mikro ihracatta karşılaşılan sorunların çözümü ve mikro ölçekte performansın artırılmasını hedefleyen modellerin geliştirilmesi bu programın diğer önemli unsurlarından biridir (Saydam, 2022: 75). Program çerçevesinde, şirketlere ihtiyaç analizi, istihdam, eğitim ve danışmanlık gibi pek çok alanda %75'e varan oranlarda mali

yardım sağlanmaktadır. Özellikle yurtdışı pazarlama desteği ve alım heyeti organizasyonlarına yönelik desteklerin firmaların uluslararası görünürlüğünü artırıcı etkileri bulunmaktadır. Konya imalat sanayisi üzerine yapılan bir çalışma, bu tür desteklerin, firmaların ihracat pazarlarını çeşitlendirmelerine yardımcı olduğunu göstermektedir (Karabıyık, 2022: 29). Bunun yanı sıra, Türk Eximbank'ın sağladığı sigorta ve kredi imkanları, firmaların finansal güvenliğini artırarak uluslararası ticarete karşılaşılabilecekleri riskleri minimize etmektedir (Kar, 2023: 47).

UR-GE programı, faydalanıcı kuruluşlara belirli limitler dahilinde mali yardımlar sağlamaktadır. İhtiyaç analizi, eğitim ve danışmanlık hizmetleri gibi alanlara %75 oranında destek verilmekte ve bu destek proje süresi (36 ay) boyunca 400.000 \$ ile sınırlandırılmıştır. Aynı zamanda, yurtdışı pazarlama desteği her bir program için 150.000 \$ ile sınırlıdır ve toplamda 10 program boyunca geçerlidir. Alım heyeti desteği ise %75 oranında olup, program başına 100.000 \$'lık limitlerle sunulmaktadır. Dahilde İşleme Rejimi, bu tür desteklerin üretim maliyetlerini düşürerek verimlilik ve rekabet avantajı yaratmasında dolaylı bir rol oynamaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 39). Markalaşma ve bireysel danışmanlık gibi destekler de şirketlerin küresel ölçekte marka bilinirliklerini artırmasına olanak tanımaktadır. Stratejik ticaret politikaları ışığında geliştirilen teşviklerin, Türk firmalarının uluslararası standartlara uyum sağlamasında ve toplam ihracat hacmini artırmasında büyük katkılar sunduğu ifade edilmiştir (Sinay, 2021: 47).

Sonuç olarak, UR-GE Desteği Türk firmalarının uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konuma gelmesine imkan tanıyan stratejik bir araç olarak kullanılmaktadır. Sunulan mali teşvikler, firmaların küresel rekabet avantajı elde etmelerinde kritik bir rol oynamakta ve Türkiye'nin ihracat odaklı sanayileşme stratejisine önemli bir destek sağlamaktadır.

Pazara Giriş Belgeleri Desteği: İlgili destek, Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesinde belirtilen ticari ve sınai faaliyetlerde bulunan şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet avantajı elde etmelerini desteklemek amacıyla sunulan kapsamlı bir programdır. Bu programa başvurabilmek için ilgili firmaların İhracatçı Birlikleri aracılığıyla taleplerini iletmeleri gerekmektedir. Türkiye'nin ihracat odaklı sanayileşme stratejileri doğrultusunda, bu destek programı, çevre, insan sağlığı, kalite ve güvenlik gibi kritik alanlarda akredite kuruluşlar tarafından düzenlenen belgelerin edinilmesini teşvik

etmektedir (Şahiner, 2022: 20). Bu program, uluslararası pazarlarda ticari varlığını güçlendirmek isteyen firmalara yönelik olarak tasarlanmıştır. Pazara girişte ihtiyaç duyulan sertifikasyon, analiz raporları, zorunlu kayıt ücretleri ve tarımsal ürünler için gerekli akreditasyon gibi işlemler, destek kapsamına alınmıştır. Mikro ihracatta karşılaşılan sorunlara yönelik geliştirilen modellerle de uyumlu olan bu teşvikler, özellikle KOBİ'lerin uluslararası rekabet gücünü artırmada etkili olmaktadır (Saydam, 2022: 73). Destek kapsamındaki harcamaların %50'si karşılanmakta ve firma başına yıllık toplam destek miktarı 250.000 \$ ile sınırlandırılmaktadır. Bu mali destek, özellikle yeni pazarlara açılmak isteyen ya da mevcut pazarlardaki konumunu güçlendirmeyi amaçlayan şirketler için önemli bir fırsat sunmaktadır (Karabıyık, 2022: 33). Ticaret Bakanlığı'nın bu program çerçevesinde sunduğu destekler, Türk Eximbank'ın kredi ve sigorta çözümleriyle tamamlanarak, işletmelere finansal güvence sağlamaktadır. Türk Eximbank'ın sunduğu bu mali araçlar, işletmelerin uluslararası alandaki risklerini azaltmakta ve pazara giriş süreçlerini hızlandırmaktadır (Kar, 2023: 49). Dahilde İşleme Rejimi çerçevesinde geliştirilen destekler, şirketlerin maliyetlerini düşürerek rekabet avantajı elde etmelerine de katkı sağlamaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 40).

Pazara Giriş Belgeleri Desteği, Türk Ticaret Bakanlığı tarafından, kalite ve güvenlik belgelerinin yanı sıra çevresel sertifikaların edinimini desteklemek amacıyla oluşturulmuştur. Bu destek, kalite belgeleri, insan sağlığı, can ve mal güvenliği gibi alanlarda uluslararası standartlara uygun sertifikaların edinilmesine yönelik yardımları içermektedir. Örneğin, kalite ve çevre sertifikasyonları kapsamında alınan belgelerin, ihracat yapan firmaların performansına olumlu katkılar sunduğu Konya imalat sanayisi üzerine yapılan araştırmalarda doğrulanmıştır (Karabıyık, 2022: 34). Program kapsamında desteklenen giderler arasında belgelerin hazırlanması, sertifikasyon ücretleri ve analiz akreditasyonu yer almakta olup, destek oranı %50 olarak belirlenmiştir. Bu teşvikler, Türk şirketlerinin uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmakla kalmayıp, küresel sahnede daha güçlü bir varlık göstermelerine de olanak tanımaktadır. Stratejik ticaret politikaları ışığında değerlendirildiğinde, bu tür desteklerin toplam ihracat hacmine olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir (Sinay, 2021: 46).

Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği: Bu destek, Türk Ticaret Bakanlığı tarafından, şirketlerin uluslararası piyasalara girişlerini kolaylaştırmak ve mevcut piyasalardaki etkinliklerini artırmak amacıyla sunulan kapsamlı bir programdır. Bu

program kapsamında, Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesinde tanımlanan kolektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler başvuruda bulunabilirler. Başvurular, şirketin bulunduğu şehirdeki Ticaret Bakanlığı bölge müdürlüklerine yapılmaktadır. Program, işletmelerin uluslararası pazarlardaki varlıklarını güçlendirmeleri için kapsamlı destekler sunmaktadır (Şahiner, 2022: 22). Programın temel amacı, ihracata yönelik yeni pazarlara erişim sağlamak ve mevcut pazar paylarını artırmak isteyen şirketlere gereken bilgi ve iş bağlantılarını sağlamaktır. Mikro ihracatta karşılaşılan yüksek maliyetlerin bir kısmını karşılayan bu destek, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) yurtdışı pazarlarda daha etkili faaliyet gösterebilmesine olanak tanımaktadır (Saydam, 2022: 31). Mikro ihracat üzerine yapılan araştırmalarda, bu tür pazarlama desteklerinin, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırarak yeni müşteri bağlantıları kurmalarına ve ihracat hacimlerini artırmalarına önemli ölçüde katkı sağladığı ortaya konulmaktadır (Saydam, 2022: 74). Program kapsamındaki mali destekler, şirketlerin yurtdışı gezilerine yönelik ulaşım, araç kiralama ve konaklama giderlerini içermektedir. Bu destek, en fazla iki şirket personeli için geçerli olup, ulaşım masrafları için maksimum 50.000 \$, konaklama giderleri için ise maksimum 150.000 \$ sınırlarıyla sınırlıdır. Türk Eximbank'ın sağladığı ek finansman ve sigorta çözümleri, yurtdışında gerçekleştirilen iş seyahatlerinin finansal risklerini azaltarak firmalara güvenli bir yatırım ortamı sunmaktadır (Kar, 2023: 51). Dahilde İşleme Rejimi çerçevesinde sağlanan desteklerle bağlantılı olarak bu tür pazarlama programlarının, firmaların ihracat süreçlerinde verimliliklerini artırdığı görülmektedir (Çökerdenoğlu, 2023: 43).

Sonuç olarak, Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği, Türk şirketlerinin uluslararası pazarlardaki konumlarını sağlamlaştıran stratejik bir destek mekanizmasıdır. Bu program, yeni pazarlara erişim ve iş bağlantılarının geliştirilmesi için hayati bir rol oynamakta olup, Türkiye'nin dış ticaret politikasına önemli katkılar sunmaktadır (Sinay, 2021: 46).

Rapor Desteği: İlgili destek, işletmelerin ve işbirliği kuruluşlarının yurtdışı pazarlara erişim stratejilerini oluşturmak için temin ettikleri analiz ve raporların finansal olarak desteklenmesini amaçlayan bir programdır. (Sinay, 2021: 47). Bu program, Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi tarafından yürütülmekte olup, firmaların ihracatta rekabet avantajı sağlamalarına katkı sunmaktadır (Süzer, 2019: 42). Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesinde belirtilen kolektif,

komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketlerinin yanı sıra Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, ihracatçı birlikleri ve organize sanayi bölgeleri gibi işbirliği kuruluşları da bu programa başvuruda bulunabilirler (Şahiner, 2022: 20). Rapor Desteği, uluslararası piyasalara yönelik sektör, marka ve ülke odaklı analiz raporlarının temin edilmesini içermektedir. Mikro ihracat kapsamında yapılan araştırmalarda, bu tür analizlerin, firmaların pazar odaklı stratejiler geliştirmesine yardımcı olduğu ve onların ihracat performanslarını artırdığı gözlemlenmiştir (Saydam, 2022: 75). Özellikle Konya İmalat Sanayisi üzerine yapılan çalışmalar, rapor desteğinin sunduğu avantajların, firmaların sektörel rekabetçiliğini artırmada etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Karabıyık, 2022: 39). Destek oranları, şirketler için %60 ve işbirliği kuruluşları için %75 olarak belirlenmiş olup, yıllık maksimum destek miktarı 200.000 \$ ile sınırlandırılmıştır. Türk Eximbank'ın sunduğu desteklerle birleştirildiğinde, bu program, firmaların uluslararası piyasalarda daha sağlam bir yer edinmesine olanak tanımaktadır (Kar, 2023: 53). Dahilde İşleme Rejimi gibi ilave teşvik programlarıyla uyum içerisinde çalışan Rapor Desteği, stratejik ticaret politikaları bağlamında ülke ihracatının güçlenmesine önemli katkılar sağlamaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 41).

Yurtdışı Şirket Alım Desteği: Bu alım desteği, Türk şirketlerinin uluslararası pazarlardaki varlıklarını genişletmek ve stratejik büyüme fırsatlarını değerlendirmek amacıyla hayata geçirilmiş kapsamlı bir teşvik programıdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi tarafından yürütülen bu program, şirketlerin yurtdışındaki işletmeleri satın alma süreçlerine yönelik danışmanlık ve mali giderleri desteklemektedir. Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesinde belirtilen kolektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler, bu desteğe başvurabilmektedir. Ayrıca, işbirliği kuruluşları olarak Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracatçı Birlikleri ve Organize Sanayi Bölgeleri gibi yapılar da başvuru yapma hakkına sahiptir (Şahiner, 2022: 23). Bu programın amacı, firmaların uluslararası piyasalarda varlıklarını artırarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlamaktır. Program kapsamında, danışmanlık hizmetleri ve satın alım sürecinde ortaya çıkan maliyetler %60 oranında desteklenirken, işbirliği kuruluşlarına yönelik destek oranı %75 olarak belirlenmiştir. Destek miktarı yıllık maksimum 200.000 \$ ile sınırlıdır. Mikro ihracatta karşılaşılan yüksek maliyetlerin yönetilmesine yönelik geliştirilen diğer teşviklerle uyum içerisinde olan bu destek, KOBİ'lerin global ölçekte daha aktif rol oynamasına olanak tanımaktadır (Saydam, 2022: 74).

Türk Eximbank tarafından sağlanan kredi ve sigorta imkanları, satın alım süreçlerinde finansal risklerin azaltılmasına katkı sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, Dahilde İşleme Rejimi kapsamındaki teşviklerle birleştirildiğinde, bu tür desteklerin ihracat odaklı stratejik büyümeye olan etkisi daha da artmaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 41). Bölgesel kalkınma hedefleri doğrultusunda, yurtdışı şirket alımları yoluyla elde edilen kazanımlar, Türkiye'nin ekonomik büyüme stratejilerini desteklemektedir (Sinay, 2021: 35).

Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği: Bu destek, ihracat hacmini artırmak ve Türk şirketlerinin uluslararası pazarlarda daha etkin olmasını sağlamak amacıyla tasarlanmış bir programdır. İşbirliği kuruluşlarının önderliğinde düzenlenen bu heyet ziyaretleri, Türkiye'nin ekonomik kalkınma hedeflerine katkı sunmaktadır. Program kapsamında, Türkiye İhracatçıları Meclisi, İhracatçı Birlikleri, Ticaret Odaları ve Organize Sanayi Bölgeleri gibi işbirliği kuruluşları başvuruda bulunabilmektedir (Süzer, 2019: 45). Bu destek programı, aynı sektörde faaliyet gösteren Türk firmalarının yurtdışındaki benzer işletmeleri ziyaret etmesini ve işbirliği fırsatlarını yerinde incelemesini teşvik etmektedir. Ziyaretler sırasında gerçekleştirilen organizasyon, toplantı ve tanıtım faaliyetleri, firmaların uluslararası pazarlara erişim imkanlarını genişletmektedir. Karaman Organize Sanayi Bölgesi üzerinde yapılan araştırmalarda, bu tür heyet ziyaretlerinin işletmeler arası bilgi alışverişini artırarak, sektörel rekabet gücünü geliştirdiği gözlemlenmiştir (Şahiner, 2022: 26). Program kapsamında, ulaşım, konaklama, tercümanlık ve tanıtım gibi maliyetlerin %50'si karşılanmakta olup, toplam destek miktarı 100.000 \$ ile sınırlandırılmıştır. Bu destek, işletmelere stratejik bilgi edinme ve yeni iş bağlantıları kurma fırsatları sunarak, uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konuma ulaşmalarını sağlamaktadır (Karabıyık, 2022: 41). Ayrıca, Türk Eximbank sigortalarının sunduğu finansal güvence, bu tür ticaret heyetleri ile yapılan yatırımların risklerini minimize etmektedir (Kar, 2023: 55). Stratejik ticaret politikaları çerçevesinde, Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği, Türkiye'nin ihracat hedeflerini gerçekleştirme yolunda kritik bir araçtır. Türk firmalarının yeni pazarlara erişim fırsatlarını artırarak, uluslararası sahnede daha rekabetçi bir duruş sergilemelerine imkan tanımaktadır (Sinay, 2021: 47).

Sektörel Alım Heyetleri Desteği: İlgili destek, yurtdışında ithalat yapan şirketlerin ve temsilcilerinin Türkiye'ye gelerek iş bağlantıları kurmalarını, ticari ilişkilerini güçlendirmelerini ve sektörel bazda incelemelerde bulunmalarını desteklemek amacıyla sunulan kapsamlı bir programdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü

Sektör Daireleri tarafından yürütülen bu program, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracatçı Birlikleri ve Ticaret ve Sanayi Odaları gibi işbirliği kuruluşlarına başvuru yapma hakkı tanımaktadır (Süzer, 2019: 47). Programın amacı, yurtdışından gelen firmaların Türk şirketleriyle birebir temas kurmalarını ve Türkiye'nin ticari potansiyelini tanımalarını sağlamaktır. Bu bağlamda, ziyaretler sırasında düzenlenen toplantılar, tesis gezileri ve tanıtım faaliyetleri, uluslararası işbirliklerini artırma fırsatı sunmaktadır. Bu tür destekler, KOBİ'lerin pazarlama kabiliyetlerini geliştirme ve iş ilişkilerini çeşitlendirme konusunda büyük önem taşımaktadır (Şahiner, 2022: 27). Mikro ölçekte faaliyet gösteren ihracatçıların karşılaştıkları yüksek maliyetlerin bu tür desteklerle hafifletilmesi de programın temel hedeflerinden biridir (Saydam, 2022: 74). Program kapsamında, ulaşım, konaklama, tercümanlık ve organizasyon gibi giderlerin %50'si desteklenmektedir. Her bir program için maksimum destek miktarı 75.000 \$ olarak belirlenmiş olup, program süresi boyunca 10 günlük bir periyot ile sınırlandırılmıştır. Dahilde İşleme Rejimi ile birlikte uygulanan bu tür teşviklerin, firmaların uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konum elde etmelerine katkı sağladığı görülmektedir (Çökerdenoğlu, 2023: 41). Türk Eximbank tarafından sunulan finansal araçlar, bu program kapsamında işbirliği kuruluşlarına ek finansman desteği sunmakta ve uluslararası ticareti teşvik etmektedir (Kar, 2023: 57). Sonuç olarak, Sektörel Alım Heyetleri Desteği, Türkiye'nin ihracat hedeflerine ulaşmasını destekleyen stratejik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Türk firmalarının uluslararası ticaret potansiyelini artırma ve güçlü iş ağları oluşturma yolunda bu program önemli bir rol oynamaktadır (Sinay, 2021: 47).

E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği: İlgili üyelik desteği, Türk şirketlerinin dijital pazarlarda daha aktif bir rol oynamalarını teşvik etmek amacıyla tasarlanmış bir destek programıdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi tarafından yürütülen bu program, şirketlerin internet üzerinden uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırmayı ve e-ticaret platformlarını daha etkin bir şekilde kullanmalarını hedeflemektedir. Başvurular Türkiye İhracatçılar Meclisi, İhracatçı Birlikleri, Organize Sanayi Bölgeleri gibi kuruluşlar aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Süzer, 2019: 48). Programın temel amacı, dijital ticaretin sağladığı avantajlardan faydalanarak Türk şirketlerinin küresel ölçekte rekabet avantajı elde etmesini sağlamaktır. Mikro ihracat üzerine yapılan araştırmalar, e-ticaret platformlarının KOBİ'ler için maliyet etkin bir çözüm sunduğunu ve yeni pazarlara erişimi hızlandırdığını ortaya koymaktadır (Saydam, 2022: 74). Konya İmalat Sanayisi üzerine yapılan çalışmalarda, e-ticaret desteklerinin firmaların dijitalleşme yoluyla ticari

kapasitelerini artırmalarında etkili olduğu vurgulanmıştır (Karabıyık, 2022: 43). Destek programı kapsamında, şirketlere e-ticaret platformlarına üyelik için yıllık maksimum 2.000 \$ sağlanmakta olup, destek oranı %80 olarak belirlenmiştir. Bir şirket, aynı platform için en fazla üç yıl boyunca bu destekten faydalanabilirken, işbirliği kuruluşları toplamda beş farklı proje yürütme hakkına sahiptir. Türk Eximbank'ın sağladığı ek finansman çözümleri, dijital pazarlarda faaliyet gösteren şirketlerin karşılaşılabileceği olası riskleri hafifletmektedir (Kar, 2023: 59). Bu tür destekler, dijital ticaretin Türkiye'deki KOBİ'ler arasında daha yaygın hale gelmesine de olanak tanımaktadır. Sonuç olarak, E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği, Türk şirketlerinin dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırarak, küresel pazarlarda daha geniş bir erişim sağlamalarına yardımcı olmaktadır. Dijital pazarlarda elde edilen başarıların, Türkiye'nin genel ihracat kapasitesine uzun vadede katkıda bulunacağı açıktır (Sinay, 2021: 47).

İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği: Bu alım desteği, Türk şirketlerinin küresel rekabet güçlerini artırmak ve ileri teknoloji ürünlerini ülkemize transfer etmek amacıyla tasarlanmış bir programdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi tarafından yürütülen bu program, şirketlerin yurtdışındaki ileri teknolojiye sahip firmaları satın alma süreçlerini desteklemektedir. Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesine uygun olarak sını ve ticari faaliyetlerde bulunan kolektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler bu programa başvurabilirler (Süzer, 2019: 49). Programın temel amacı, teknoloji transferini teşvik ederek Türkiye'nin yüksek katma değerli ürünler üretme kapasitesini artırmaktır. Destek unsurları arasında mali ve hukuki danışmanlık hizmetleri ile kredi faiz desteği bulunmaktadır. Danışmanlık hizmetleri için destek oranı %75 olarak belirlenmiş olup, yıllık destek limiti 500.000 \$'dır. Kredi faiz desteği, Türk Lirası cinsinden krediler için 5 puan, döviz cinsinden krediler için 2 puanlık indirim sağlamak ve toplamda 3.000.000 \$'a kadar destek vermektedir (Şahiner, 2022: 28). Bu destek, uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren firmaların teknolojik altyapılarını geliştirmelerine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Mikro ihracatta karşılaşılan sorunlara yönelik geliştirilen teşviklerle uyum içerisinde çalışan bu program, Türk şirketlerinin teknolojik bilgi birikimlerini artırmalarını ve küresel ölçekte daha rekabetçi hale gelmelerini desteklemektedir (Saydam, 2022: 75). Türk Eximbank tarafından sağlanan ek finansman çözümleri, teknoloji yatırımlarının finansal risklerini azaltarak şirketlerin sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmalarına katkı sağlamaktadır (Kar, 2023: 59). Sonuç olarak, İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği, Türkiye'nin teknoloji

odaklı kalkınma stratejilerinde kritik bir rol oynamaktadır. Dahilde İşleme Rejimi ve diğer teşviklerle birleştirildiğinde, bu programın Türk ihracat kapasitesine uzun vadeli olumlu etkiler sağlayacağı açıktır (Sinay, 2021: 47).

Küresel Tedarik Zinciri (KTZ) Yetkinlik Projelerinin Desteklenmesi: KTZ Desteği, Türk şirketlerinin Küresel Tedarik Zincirine (KTZ) dahil edilerek uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konuma gelmesini ve ekonomik kalkınmayı sağlamasını amaçlayan stratejik bir programdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi tarafından yürütülen bu program, firmaların KTZ'ye katılım sürecinde ihtiyaç duydukları mal ve hizmet alımlarını desteklemektedir (Süzer, 2019: 51). Destek kapsamındaki unsurlar arasında makine, ekipman ve donanım alımları, yazılım temini, yurtdışı ofis ve depo giderleri, eğitim ve danışmanlık hizmetleri, müşteri ziyaretleri ile sertifikasyon, test analiz ve ürün doğrulama harcamaları bulunmaktadır. Destek oranı proje bazlı olarak %50 olarak belirlenmiş olup, maksimum destek limiti 1.000.000 \$'dır. Bu tür yatırımlar, Türk şirketlerinin rekabet gücünü artırarak küresel tedarik zincirlerinde daha etkin bir şekilde yer almalarını sağlamaktadır (Şahiner, 2022: 30). Mikro ihracatta karşılaşılan sorunların çözümüne yönelik olarak geliştirilen modellerle uyumlu olan bu destek programı, aynı zamanda bölgeler arası kalkınma hedeflerine de katkı sunmaktadır. Bölgesel kalkınmada tedarik zincirine entegrasyonun önemine vurgu yapan araştırmalar, bu tür teşviklerin bölgesel ihracat performansına olumlu etkilerini ortaya koymaktadır (Saydam, 2022: 74). Dahilde İşleme Rejimi gibi teşviklerle desteklendiğinde, Türk Eximbank tarafından sağlanan finansal araçlar, tedarik zincirine katılım süreçlerinin hızlandırılmasında ve bu süreçteki finansal risklerin hafifletilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 41). Sonuç olarak, KTZ Desteği, Türk şirketlerinin küresel pazarlarda rekabet edebilirliklerini artırmak ve Türkiye'nin ihracat odaklı kalkınma stratejilerini desteklemek için önemli bir adım teşkil etmektedir. Programın uzun vadeli etkileri, uluslararası pazarlarda daha güçlü bir Türkiye'nin temellerini oluşturmaktadır (Sinay, 2021: 47).

Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği: Bu destek, Türk şirketlerinin uluslararası pazarlarda daha güçlü bir varlık göstermelerine katkı sağlamak amacıyla tasarlanmış kapsamlı bir programdır. İhracatçı Birlikleri'ne yapılan başvurular yoluyla, şirketlerin yurtdışındaki tanıtım, marka tescil ve kira maliyetlerinin bir kısmı karşılanmaktadır. Bu destek, Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş şirketlere yöneliktir (Süzer, 2019: 53). Program, şirketlerin uluslararası rekabet gücünü artırmayı hedefleyerek, yurtdışı pazarlarda tanıtım ve marka bilinirliği kazanma

abalarını desteklemektedir. Destek unsurları arasında yurtdışı birim kiralama, marka tescili, marka korunması ve tanıtım faaliyetlerine yönelik maliyetlerin karşılanması yer almaktadır. Örneğın, Karaman Organize Sanayi Bölgesi üzerine yapılan bir araştırma, benzer teşviklerin bölgesel ihracat performansını artırdığını ve firmaların yurtdışında daha geniş bir müşteri ağı oluşturmaya olanak sağladığını göstermektedir (Şahiner, 2022: 29). Destek oranları %50 ila %60 arasında değışmekte olup, yıllık 50.000 \$ ile 250.000 \$ arasında destek sağlanmaktadır. Yurtdışı birim kira desteğı, %40 ile %50 oranında olup, yıllık 75.000 \$’dan başlayarak 120.000 \$’a kadar çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, tanıtım faaliyetleri desteğı %60 oranında olup, ülke ve yıl bazında 150.000 \$ ile 250.000 \$ arasında değışen destek sağlamaktadır. Marka tescil desteğı ise %50 oranında ve yıllık 50.000 \$’a kadar destek sunmaktadır (Karabıyık, 2022: 42). Türk Eximbank’ın sağladığı ek finansman ve sigorta çözümleri ile desteklenen bu program, şirketlerin uluslararası pazarlardaki maliyetlerini düşürerek uzun vadeli rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olmaktadır (Kar, 2023: 61). Özellikle mikro ihracat yapan firmalar için, marka tescil işlemleri gibi yüksek maliyetli işlemleri kolaylaştırdığı belirtilmiştir (Saydam, 2022: 75). Sonuç olarak, Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteğı, Türk şirketlerinin küresel pazarlarda daha etkili bir şekilde yer almasını sağlayan stratejik bir araçtır. Programın, Türkiye’nin ihracat odaklı kalkınma stratejisine katkı sunduğı ve firmaların marka bilinirliğini artırdığı açıktır (Sinay, 2021: 49).

Türkiye Ticaret Merkezleri Desteğı: İlgili destek, Türk şirketlerinin yurtdışındaki pazarlara erişimini desteklemek ve küresel ticaretteki varlığını artırmak amacıyla tasarlanmış bir teşvik programıdır. Başvurular, Ticaret Bakanlığı Markalaşma ve Tasarım Destekleri Daire Başkanlığı’na yapılmakta olup, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ve diğeri işbirliği kurumları programdan faydalanabilmektedir (Süzer, 2019: 54). Programın temel amacı, yurtdışındaki pazarlara giriş sürecinde karşılaşılan maliyetlerin hafifletilmesi ve şirketlerin global rekabet avantajlarının artırılmasıdır. Program kapsamında bina satın alma, kira ödemeleri, tanıtım faaliyetleri, istihdam, kurulum ve dekorasyon giderlerine yönelik destekler sunulmaktadır. Konya İmalat Sanayisi üzerine yapılan araştırmalarda, bu tür desteklerin firmaların uluslararası müşteri ağı oluşturmalarına ve pazarlama stratejilerini güçlendirmelerine önemli katkılar sunduğı ortaya konulmuştur (Karabıyık, 2022: 45). Destek oranları %60 olup, bina satın alma için bir defaya mahsus 6.000.000 \$, yıllık kira ödemeleri için 1.500.000 \$, dekorasyon ve kurulum için 300.000 \$ destek sağlanmaktadır. Tanıtım faaliyetlerine yönelik destek ise yıllık 300.000 \$’la sınırlıdır.

Öncelikli ülkelerde kurulan ticaret merkezlerinde bu oran %75'e kadar yükseltilebilmektedir (Şahiner, 2022: 33). Bölgesel kalkınma hedeflerini destekleyen bu program, Türk şirketlerinin sürdürülebilir bir ticari altyapı oluşturmalarına imkan tanımaktadır. Türk Eximbank'ın sağladığı desteklerle birleştirildiğinde, Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği, Türk şirketlerinin global arenada rekabetçiliğini artırarak, Türkiye'nin ekonomik kalkınma hedeflerine doğrudan katkıda bulunmaktadır (Sinay, 2021: 51).

İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği: İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği, Türk Eximbank tarafından yürütülen ve ihracat yapan firmaların sigorta maliyetlerini azaltmayı hedefleyen bir programdır. Bu program, özellikle yüksek riskli pazarlarda faaliyet gösteren şirketlerin finansal güvenliğini artırmayı amaçlamaktadır. Türk Eximbank'a yapılan başvurular yoluyla işletmeler, bu programdan faydalanabilmektedir (Süzer, 2019: 55). Program, ihracat yapmak istenen ülkenin riskli olması veya ihracat hacminin yüksek olması gibi durumlarda devreye girmektedir. Destek unsurları arasında ihracatın sigortalanması, risk yönetimi ve yeni pazarlara erişimle ilgili maliyetlerin karşılanması yer almaktadır. Mikro ihracatta karşılaşılan zorluklara yönelik olarak da bu tür sigorta desteklerinin, küçük ölçekli firmaların ihracat işlemlerinde karşılaştıkları finansal riskleri azalttığı belirtilmiştir (Saydam, 2022: 74). Bu program, Türk şirketlerinin ihracat süreçlerini güvence altına alarak, uluslararası piyasalarda daha rekabetçi olmalarını desteklemektedir. Ayrıca, Dahilde İşleme Rejimi ve benzeri teşviklerle entegre bir şekilde çalışarak, ihracat performansını artırmaktadır. Karaman Organize Sanayi Bölgesi'nde yapılan bir çalışmada, Eximbank sigorta programlarının ihracatçı firmaların pazar erişimlerini önemli ölçüde kolaylaştırdığı görülmüştür (Şahiner, 2022: 35). Sonuç olarak, İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği, Türk şirketlerinin küresel pazarlarda sürdürülebilir büyüme sağlamalarına katkıda bulunmaktadır. Türkiye'nin ihracat hacmini artırmak ve uluslararası alanda daha güçlü bir ekonomik varlık oluşturmak adına kritik bir araçtır (Sinay, 2021: 53).

Alıcı Kredi Desteği: Kredi desteği, Türk şirketlerinin ihracatta sürdürülebilir büyüme sağlayabilmeleri ve daha rekabetçi bir yapıya kavuşmaları adına önemli bir finansman mekanizmasıdır. Türk Eximbank tarafından yürütülen bu program, Türkiye'den yatırım malı ithal eden yurtdışı alıcılara uygun kredi imkanları sunarak ihracat süreçlerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu program, ihracat yapan şirketlerin finansman ihtiyaçlarını karşılayarak onların yurtdışı pazarlarda daha etkin bir şekilde yer almalarına katkı sağlamaktadır (Süzer, 2019: 56). Program kapsamında, yatırım malı

özelliğinde olan ihracatlar için kredi desteği sağlanmaktadır. Bu destek, hem ihracatçı şirketlere finansman kolaylığı sağlamakta hem de uluslararası pazarlarda Türk ürünlerinin rekabet gücünü artırmaktadır. Mikro ihracatta karşılaşılan yüksek finansman maliyetlerinin bu tür kredi destekleriyle hafifletilmesi, küçük ölçekli ihracatçılar için büyük bir avantaj sunmaktadır (Saydam, 2022: 76). Ayrıca, Karaman Organize Sanayi Bölgesi'nde yapılan çalışmalarda bu tür desteklerin, ihracatçı firmaların yeni pazarlara erişimini kolaylaştırdığı ve ekonomik faaliyetlerini genişlettiği belirtilmiştir (Şahiner, 2022: 37). Sonuç olarak, Alıcı Kredi Desteği, hem Türk ihracatçılarının uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konum edinmesine hem de Türkiye'nin genel ihracat stratejilerinin geliştirilmesine katkı sağlayan stratejik bir araçtır (Sinay, 2021: 54).

Yurtdışı Fuar Destekleri: Yurtdışı Fuar Destekleri, Türk şirketlerinin yurtdışındaki fuarlara etkin bir şekilde katılımını teşvik ederek, ürün ve hizmetlerini uluslararası pazarlarda tanıtımalarına olanak sağlayan kapsamlı bir programdır. Bu destek, hem üretici firmaları hem de organizatörleri kapsamaktadır. Başvurular, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri'ne yapılmaktadır ve ilgili fuarlar, Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenerek ilan edilmektedir (Süzer, 2019: 57). Program, kira, ulaşım, taşıma ve stand giderlerinin karşılanmasını içermektedir. Genel Ticaret Fuarları için destek oranı %70, sektörel fuarlar için %50 ve prestijli fuarlar için %75 olarak belirlenmiştir. Karaman Organize Sanayi Bölgesi üzerine yapılan bir araştırma, fuar desteklerinin, firmaların yurtdışı pazarlarda iş bağlantıları kurmalarına ve ihracat hacimlerini artırmalarına önemli katkılar sunduğunu ortaya koymuştur (Şahiner, 2022: 39). Ayrıca, mikro ihracatta karşılaşılan operasyonel zorlukların, bu tür destek mekanizmalarıyla hafifletilebildiği gözlemlenmiştir (Saydam, 2022: 76). Sonuç olarak, Yurtdışı Fuar Destekleri, Türk şirketlerinin uluslararası pazarlarda daha geniş bir müşteri ağı oluşturmaya ve marka bilinirliğini artırmasına olanak tanıyan hayati bir teşvik mekanizmasıdır (Karabıyık, 2022: 46).

Yurtiçi Fuar Destekleri: İlgili destek, Türkiye'de düzenlenen fuarların uluslararası düzeyde tanıtımını yaparak, yabancı katılımcıların ilgisini çekmeyi amaçlayan bir programdır. İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri tarafından koordine edilen bu program, hem organizatörlere hem de katılımcılara yönelik teşvikler sunmaktadır. Türk Ticaret Kanunu hükümlerine göre kurulmuş ihracatçı firmalar, bu desteklerden yararlanabilmektedir (Süzer, 2019: 59). Program, yer kirası, stand masrafları ve tanıtım faaliyetleri için destek sağlamaktadır. Destek oranı %50 olarak belirlenmiş olup, katılımcılar için maksimum 38.000 TL, organizatörler için ise maksimum 222.000

TL destek sunulmaktadır. Dahilde İşleme Rejimi ve benzeri teşviklerle entegre çalışan bu destek mekanizması, Türk firmalarının ulusal ve uluslararası rekabet güçlerini artırmalarına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 50). Sonuç olarak, Yurtiçi Fuar Destekleri, Türk şirketlerinin uluslararası düzeyde rekabetçiliğini artırarak, Türkiye'nin ekonomik kalkınma hedeflerine katkı sunan değerli bir araçtır (Sinay, 2021: 56).

Tasarım Desteği: Tasarım Desteği, Türkiye'de yenilikçi bir tasarım kültürü oluşturmayı, bu kültürü uluslararası pazarlara taşımayı ve markalaşmayı teşvik eden kapsamlı bir programdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Markalaşma ve Tasarım Destekleri Dairesi tarafından yürütülen bu programa, Türk Ticaret Kanunu'nun 124. maddesi kapsamında sınai ve ticari faaliyetlerde bulunan şirketler, tasarımcı firmalar ve ofisler ile çeşitli işbirliği kuruluşları başvurabilmektedir (Süzer, 2019: 61). Programın temel amacı, tasarımı stratejik bir araç olarak kullanarak Türk firmalarının uluslararası arenada rekabet avantajı elde etmelerine katkı sağlamaktır. Bu kapsamda, tanıtım ve reklam giderleri, pazarlama faaliyetleri, istihdam maliyetleri, danışmanlık ücretleri, tasarım ve ürün geliştirme gibi çeşitli destek unsurları bulunmaktadır. Tanıtım ve reklam faaliyetleri için %50 oranında ve yıllık 300.000 \$'a kadar destek sağlanmaktadır. Tasarım yarışmalarında dereceye giren tasarımcıların yurtdışında eğitim ve yaşam masrafları da program dahilinde desteklenmekte olup, bu destek, tasarımcı başına aylık 1.500 \$'la sınırlıdır ve iki yıl süreyle geçerlidir (Şahiner, 2022: 31). Program çerçevesinde, tasarımcı firmalara ve tasarım ofislerine yönelik olarak reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yıllık 150.000 ile 300.000 \$ arasında değişen oranlarda desteklenmektedir. Ayrıca, kira, kurulum ve dekorasyon giderleri, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tescili gibi giderlere yönelik finansman sağlanmaktadır. Örneğin, tasarımcı mühendislerin brüt ücret giderleri için %50 oranında ve proje başına 1.000.000 \$'a kadar destek sunulmaktadır. Alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderleri ise proje başına 250.000 \$'a kadar karşılanmaktadır (Karabıyık, 2022: 48). Mikro ihracat üzerine yapılan araştırmalar, bu tür tasarım desteklerinin KOBİ'lerin yenilikçi ürün geliştirme süreçlerinde karşılaştıkları maliyet engellerini azaltarak, küresel ölçekte daha rekabetçi bir konuma gelmelerine yardımcı olduğunu ortaya koymaktadır (Saydam, 2022: 76). Dahilde İşleme Rejimi ile birlikte uygulanan bu destek mekanizmaları, üretim süreçlerinin modernize edilmesine ve tasarım odaklı katma değer yaratılmasına önemli katkılar sunmaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 52). Türk Eximbank tarafından sağlanan ek mali desteklerle birleştiğinde, bu program, firmaların uzun vadeli sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmalarını

sağlamaktadır (Kar, 2023: 64). Sonuç olarak, Tasarım Desteği, yenilikçi tasarım süreçlerini teşvik eden ve Türk firmalarının küresel pazarlarda daha güçlü bir konum edinmelerini sağlayan stratejik bir teşvik programıdır. Bölgesel kalkınma hedefleri doğrultusunda da desteklenen bu program, Türkiye'nin ihracat ve tasarım alanındaki başarılarını artırmayı hedeflemektedir (Sinay, 2021: 58).

Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality Desteği: Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality Desteği, Türkiye'nin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü artırmak ve Türk markalarının küresel düzeyde konumunu güçlendirmek amacıyla oluşturulmuş stratejik bir teşvik programıdır. Bu program, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), İhracatçı Birlikleri ve Türk Ticaret Kanunu çerçevesinde ticari ve sınai faaliyetlerde bulunan firmalar tarafından kullanılabilir. Ayrıca, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDS) gibi ticaret odaklı kuruluşlar da programdan yararlanabilmektedir (Süzer, 2019: 63). Programın amacı, Türkiye'nin markalaşma potansiyeli yüksek firmalarına finansal destek sağlayarak, küresel piyasalarda "Türk Malı" imajını pekiştirmek ve sürdürülebilir ihracat başarısı elde etmektir. Destek unsurları arasında patent, faydalı model, endüstriyel tasarım tescili, pazar araştırması raporları, test ve klinik test işlemleri, danışmanlık hizmetleri, marka tescil işlemleri, istihdam destekleri, tanıtım faaliyetleri, fuar katılımı ve franchise uygulamaları gibi geniş kapsamlı teşvikler bulunmaktadır (Şahiner, 2022: 34).

Turquality Programı kapsamında verilen desteklerin süreleri ve oranları aşağıdaki gibidir:

- **Tanıtım desteği:** %50 oranında olup, hedef pazar başına 5 yıl süreyle destek üst sınırı olmaksızın verilmektedir.
- **Marka tescil ve koruma desteği:** %50 oranında olup, hedef pazar başına 5 yıl süreyle sağlanmaktadır. Marka Programı kapsamında yıllık 200.000 TL'ye kadar destek verilmektedir.
- **Danışmanlık desteği:** %50 oranında olup, Turquality kapsamında yıllık 2.000.000 TL'ye kadar sağlanmaktadır.
- **İstihdam desteği:** %50 oranında olup, azami 10 kişi için ilk 5 yıl boyunca destek üst sınırı olmaksızın sağlanmaktadır.
- **Sertifikasyon desteği:** %50 oranında olup, yıllık 2.000.000 TL'ye kadar destek sunulmaktadır (Karabıyık, 2022: 49).

Mikro ihracatta karşılaşılan sorunların aşılmasında büyük rol oynayan bu destek programı, KOBİ'lerin uluslararası piyasalarda daha aktif olmalarına katkı sağlamaktadır. Özellikle Konya İmalat Sanayisi üzerine yapılan araştırmalarda, bu tür devlet teşviklerinin firmaların marka bilinirliğini artırdığı ve rekabet avantajı sağladığı ortaya çıkmaktadır (Saydam, 2022: 75). Ayrıca, Türk Eximbank tarafından sunulan ek finansman çözümleri ile birleştirildiğinde, Turquality programı Türk firmalarının küresel pazarlarda sürdürülebilir büyüme sağlamasına ve markalaşma süreçlerini hızlandırmasına katkıda bulunmaktadır (Kar, 2023: 66). Dahilde İşleme Rejimi gibi teşviklerle birleştirildiğinde, programın Türkiye'nin ihracat stratejisiyle uyumlu bir büyüme modeli sunduğu görülmektedir (Çökerdenoğlu, 2023: 54). Sonuç olarak, Turquality programı, Türk markalarının uluslararası pazarlardaki gücünü artırarak Türkiye'nin ihracat kapasitesini sürdürülebilir bir biçimde geliştiren stratejik bir destek sistemidir. Türkiye'nin markalaşmaya yönelik ihracat politikalarının temel taşı olarak değerlendirilen bu program, uzun vadede Türk ürünlerinin dünya çapında daha güçlü bir konum elde etmesine imkan tanımaktadır (Sinay, 2021: 60).

Alım Heyetleri ve Genel Ticaret Heyetleri: Alım Heyetleri programı, yurtdışındaki şirket temsilcileri ve iş dünyası liderlerinin Türkiye'ye davet edilerek yerli firmalarla iş bağlantıları kurmasını ve fuarlara katılım sağlamasını teşvik eden stratejik bir girişimdir. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Özel Nitelikli Alım Heyetleri tarafından koordine edilen bu program, organizatör birlikler ve kuruluşlar aracılığıyla yürütülmektedir (Süzer, 2019: 65). Programın temel amacı, Türkiye'deki üreticileri küresel alıcılarla buluşturarak ihracat hacmini artırmak ve uluslararası ticaretin gelişimine katkı sağlamaktır. Mikro ihracat üzerine yapılan araştırmalar, alım heyetlerinin küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'lerin) uluslararası müşteri ağlarını genişletmesine, ihracat süreçlerini hızlandırmasına ve yeni pazarlara açılmasına önemli ölçüde katkı sağladığını göstermektedir (Saydam, 2022: 78). Özellikle mikro ihracat yapan firmalar açısından, bu tür etkinlikler yeni pazarlara açılma fırsatı sunmakta olup, işletmelerin uluslararası düzeyde daha etkin rekabet edebilmelerine katkıda bulunmaktadır (Saydam, 2022: 76). Bu program çerçevesinde, yurtdışından gelen şirket yetkililerinin konaklama ve ulaşım giderleri desteklenmekte olup, firmaların küresel pazarlarda daha görünür hale gelmesi sağlanmaktadır. Türk Eximbank'ın finansal çözümleriyle birleştğinde, alım heyetleri etkinlikleri işletmelerin uluslararası ticarete sürdürülebilir büyüme sağlamalarını kolaylaştırmaktadır (Kar, 2023: 69).

Genel Ticaret Heyetleri ise, ihracatın artırılması ve yeni pazarlarda tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla oluşturulmuş geniş kapsamlı bir programdır. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü tarafından yönetilen bu program, öncelikli hedef pazarları belirleyerek Türk ihracatçılarının uluslararası arenada daha etkin rol almasını amaçlamaktadır (Süzer, 2019: 66). Programın temel hedefi, yüksek ihracat potansiyeli taşıyan ülkelere yapılan tanıtımları destekleyerek Türk firmalarının yeni pazarlara açılmasını sağlamaktır. Karaman Organize Sanayi Bölgesi'nde yapılan araştırmalarda, bu tür ticaret heyetlerinin firmaların ihracat performanslarına doğrudan etki ettiği ve uluslararası müşteri ağlarının genişlemesine önemli katkılar sunduğu görülmektedir (Şahiner, 2022: 60). Ayrıca, stratejik ticaret politikaları çerçevesinde bu heyetlerin, ihracatın sürdürülebilir büyüme sağlamasında kilit bir rol oynadığı ifade edilmektedir (Sinay, 2021: 66). Destek unsurları arasında organizasyon giderleri yer almakta olup, programın sunduğu finansal teşvikler, Türk firmalarının küresel pazarlarda rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olmaktadır. Türk Eximbank tarafından sağlanan ek krediler ve sigorta çözümleri ile birleştiğinde, Genel Ticaret Heyetleri programı Türkiye'nin dış ticaret hedeflerini destekleyen önemli bir mekanizma olarak öne çıkmaktadır (Kar, 2023: 72).

Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi: Bu programı, Türk ihracatçılarına vize prosedürleriyle zaman kaybetmeden uluslararası pazarlara ulaşma imkanı sunan özel bir uygulamadır. Bu program, son üç yıl içinde ihracat ortalaması 1.000.000 \$'ın üzerinde olan firmaların başvurabileceği bir teşvik mekanizmasıdır (Süzer, 2019: 66). Programın temel hedefi, Türk ihracatçılarının küresel pazarlarda daha rahat hareket edebilmesini sağlamak ve iş seyahatlerindeki bürokratik engelleri azaltmaktır. Konya İmalat Sanayisi üzerine yapılan çalışmalar, bu tür teşviklerin firmaların uluslararası pazarlara daha hızlı erişmesine katkı sunduğunu göstermektedir (Karabıyık, 2022: 63). Mikro ihracatta karşılaşılan lojistik ve seyahat engellerini aşmak adına bu pasaport desteğinin büyük fayda sağladığı gözlemlenmiştir (Saydam, 2022: 68). Sonuç olarak, Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi programı, Türk firmalarının küresel pazarlarda daha hızlı ve esnek hareket etmelerine olanak tanıyan önemli bir destek mekanizmasıdır. Türk Eximbank'ın sunduğu ek finansman araçlarıyla birleştiğinde, bu program ihracatçılara stratejik avantaj sağlamaktadır (Kar, 2023: 74).

Türk Eximbank Destekleri: Türk Eximbank, Türkiye'nin ihracatını desteklemek ve Türk firmalarının uluslararası arenada rekabet gücünü artırmak amacıyla oluşturulmuş kritik bir finansal yapılandırmadır. Bu kurum, ihracatçılara yeni pazarlara ulaşmaları için kredilendirme, sigorta ve rekabet avantajı sağlama gibi konularda destek sunmaktadır (Süzer, 2019: 67).

Türk Eximbank tarafından sağlanan destekler üç ana başlık altında toplanmaktadır:

- **İhracat Kredileri:** Türk ihracatçıların mal ve döviz kazandıran ihracat işlemlerini yüksek limitli, düşük maliyetli kredi imkanlarıyla desteklemektedir.
- **Alacak Sigortası:** Yurtdışındaki alacaklara karşı tahsilat güvencesi sunarak, firmaların ticari risklerini minimize etmektedir.
- **Uluslararası Krediler:** Türk firmalarının yurtdışındaki bankalar aracılığıyla ihracata yönelik alıcı kredisi sağlamasına imkan tanımaktadır (Kar, 2023: 76).

Özellikle Dahilde İşleme Rejimi ile uyumlu çalışan bu finansal mekanizma, Türk firmalarının küresel rekabet gücünü artırarak ihracat performanslarını iyileştirmekte ve uzun vadeli büyümeye olanak tanımaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 71). Stratejik ticaret politikaları ışığında değerlendirildiğinde, Eximbank desteklerinin Türkiye'nin ihracat stratejisine doğrudan katkı sunduğu ve uluslararası ticaret hacmini genişlettiği ifade edilmektedir (Sinay, 2021: 78). Sonuç olarak, Türk Eximbank'ın sunduğu kredi ve sigorta çözümleri, Türk firmalarının küresel pazarlarda güvenli ve sürdürülebilir bir büyüme sağlamalarına olanak tanımaktadır. Bu destekler, Türkiye'nin ihracat odaklı ekonomik kalkınma stratejisinde kilit bir rol oynamaktadır (Şahiner, 2022: 67).

Diğer Uygulamalar: Yukarıda yer alan ihracat destek programlarına ek olarak, Türkiye'de ihracatçıların rekabet gücünü artırmak ve uluslararası pazarlarda daha güçlü bir konum edinmelerini sağlamak amacıyla çeşitli destek mekanizmaları da sunulmaktadır. Bu mekanizmalar, şirketlerin ihracat süreçlerini daha verimli ve sürdürülebilir hale getirmeyi amaçlayan stratejik adımlar içermektedir.

Dahilde İşleme Rejimi (DİR): Bu rejim, ihracatçılara yönelik sağlanan en önemli teşviklerden biridir. Program, Türkiye'nin ihracat ürünlerindeki çeşitliliği artırmayı ve Türk firmalarının uluslararası pazarlarda rekabet avantajı elde etmelerini desteklemeyi hedeflemektedir. Bu teşvik sistemi, firmaların ithal ettikleri hammaddeleri veya yarı

mamulleri işleyerek katma değerli ürünlere dönüştürmelerine olanak tanımaktadır (Süzer, 2019: 68). DİR kapsamında sağlanan avantajlar arasında ithalatta gümrük ve eşdeğer vergilerden muafiyet, vergi, resim ve harç istisnası, yurt içi alımlarda KDV tecil-terkin uygulaması ve dünya piyasası fiyatlarıyla tarımsal hammadde temini gibi destek unsurları bulunmaktadır. Ayrıca, ürünlerin tamiri, montajı veya yenilenmesi gibi işlemlerde 12 ay süreyle Dahilde İşleme İzni (Dİİ) düzenlenmektedir. Karaman Organize Sanayi Bölgesi üzerine yapılan bir çalışmada, DİR'in ihracat yapan firmaların maliyetlerini azalttığı ve küresel rekabet gücünü artırdığı gözlemlenmiştir (Şahiner, 2022: 40). Bu sistemin, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) için de kritik bir öneme sahip olduğu, mikro ihracatta karşılaşılan yüksek maliyetleri hafiflettiği belirtilmektedir (Saydam, 2022: 75).

Hariçte İşleme Rejimi (HİR): İlgili rejim, serbest dolaşımda bulunan malların daha ileri teknolojiyle işlenmesi veya tamirat işlemlerinin gerçekleştirilmesi amacıyla geçici olarak yurtdışına ihraç edilmesini sağlayan bir uygulamadır. İşlenmiş ürünlerin tekrar serbest dolaşıma sokulmasına olanak tanıyan bu program, Türk şirketlerinin yüksek teknolojiye erişimini kolaylaştırmakta ve ihracat kapasitelerini artırmaktadır (Süzer, 2019: 69). Program, yurtdışında işlem gören mallar için gümrük vergilerinden muafiyet ve teminat avantajları sağlamaktadır. Bu destek, özellikle teknolojik yenilikler gerektiren sektörlerde faaliyet gösteren firmalar için önemli bir maliyet avantajı sunmaktadır. Dahilde İşleme Rejimi ile uyumlu çalışan HİR, üretim süreçlerini optimize ederek, firmaların global tedarik zincirlerine entegrasyonunu hızlandırmaktadır (Çökerdenoğlu, 2023: 59). Bu tür uygulamaların, Konya İmalat Sanayisi'nde faaliyet gösteren firmaların rekabet gücünü artırdığı ve üretim süreçlerini modernize ettiği belirtilmiştir (Karabıyık, 2022: 50).

Vergi, Resim ve Harç İstisnası: Bu istisna, ihracatçılara sağlanan önemli bir teşvik mekanizmasıdır. Programın amacı, Türk firmalarının yeni pazarlara açılmasını desteklemek ve uluslararası alanda daha rekabetçi hale gelmelerine olanak tanımaktır. Bu teşvikten, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerde bulunan tam mükellef firmalar faydalanabilmektedir (Süzer, 2019: 70). Destek unsurları arasında damga vergisi, harçlar ve Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV) istisnaları yer almaktadır. Mikro ihracat yapan firmaların karşılaştıkları operasyonel maliyetlerin azaltılmasında bu tür vergi muafiyetlerinin büyük bir kolaylık sağladığı belirtilmektedir. Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği üzerine yapılan bir

çalışmada, bu tür muafiyetlerin KOBİ'ler için bölgesel düzeyde ekonomik büyümeye katkı sağladığı vurgulanmıştır (Süzer, 2019: 71). Ayrıca, Türk Eximbank tarafından sağlanan krediler ve finansman çözümleri ile birleştiğinde, bu teşvik sisteminin ihracatçı firmalar üzerindeki mali yükleri azaltarak, uzun vadeli bir rekabet avantajı sunduğu ifade edilmektedir (Kar, 2023: 74). Sonuç olarak, Dahilde İşleme Rejimi, Hariçte İşleme Rejimi ve Vergi, Resim ve Harç İstisnası gibi destek mekanizmaları, Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırmak ve Türk firmalarının uluslararası pazarlarda daha etkin rol oynamalarını sağlamak için kritik birer araçtır. Bu teşviklerin, Türkiye'nin kalkınma hedefleriyle uyumlu bir şekilde ekonomik büyümeye olan katkıları büyüktür.

1.10. DIŞ TİCARET VERİLERİ

Dış ticaret, küresel ekonomik büyüme açısından temel bir rol oynamakta olup, modernleşme ve sanayileşme dinamikleri doğrultusunda ulusları şekillendirmiştir. Ekonomilerin uluslararası ticarete açılması, pazarların giderek daha fazla entegre olmasını sağlamış, malların, sermayenin ve teknolojinin dolaşımını kolaylaştırarak yeni kalkınma fırsatları yaratmıştır (Kızıler, 2022: 14-15). Dünya ticaretinin evrimi yalnızca büyük ekonomilerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda gelişmekte olan ülkeler tarafından benimsenen stratejileri de içermektedir. Bu ülkeler, piyasa dalgalanmaları, jeopolitik gerilimler ve dijital dönüşümler gibi çağdaş zorluklarla başa çıkmak için rekabet güçlerini artırmayı amaçlamaktadır.

1.10.1 Dünyada Dış Ticaret Verileri

Modernleşme süreci, sanayileşmenin etkisiyle tüm toplumları ve ülkeleri etkisi altına almıştır. Bu süreçte ülkeler, dünya ekonomilerini geliştirmek amacıyla dış ticarete açılmış ve teknoloji de önemli bir rol oynamıştır. Bu gelişmeler, ülkeler arası ilişkilerin genişlemesine ve kaçınılmaz kalkınmaya katkıda bulunmuştur. Dünya ticareti, uluslararası ve ikili işlemlerden etkilenmektedir. Her ülke kendi ekonomisini geliştirmek için çaba göstermekte ve gelişmekte olan ülkelerle rekabet edebilmek için yapısal reformlar ve neoliberal politikaları benimsemektedir (Kızıler, 2022: 14-15). Dış ticaret verilerinin incelenmesi, ekonomik büyümenin yanı sıra uluslararası ilişkilerin dinamiklerini anlamak açısından büyük önem taşır. Ülkeler arası ticaret, politik ilişkilerin gelişmesine katkıda bulunurken ekonomik bağımlılıklar da yaratır. Dış ticaret verileri, ithalat ve ihracat rakamları, ticaret dengeleri, en çok ticaret yapılan ülkeler ve ürün

grupları gibi unsurları içerir ve küresel ekonomik dalgalanmalar, ticaret politikaları ve gümrük tarifeleri tarafından şekillendirilir.

Yıllar içinde küresel ticaretin ve dünya GSYİH'sinin evrimi, genellikle küreselleşme olarak adlandırılan, küresel ölçekte artan bir bağlantıyı gözler önüne seriyor. Bu dönemde, küresel ticaret hacmi 7,9 kat artarken, dünya GSYİH'si 4,2 katına çıkmıştır (FMI, 2024a: 32). Küresel ticaret hacminin dünya GSYİH'sine oranla bu şaşırtıcı büyümesi, uluslararası ticaretin dünya ekonomisindeki artan önemini vurgulamaktadır. Bu bölümde, 2020'den 2024'e kadar olan dönemde dünya dış ticaret verilerini inceleyeceğiz.

Tablo 8, küresel ticaretin ve dünya GSYİH'sinin yıllar içindeki evrimini göstermektedir.

Tablo 8. Küresel Ticaret ve Dünya GSYİH'sinin Gelişimi

Yıl	Dünya GSYİH'si (2010 temel yıl 100 endeks)	Küresel Ticaret (temel yıl 100 endeks)
2020	370,6	671,3
2021	394,6	745,1
2022	408,2	786,8
2023	421,3	789,0
2024	436,0	822,0

Kaynak: FMI, World Economic Outlook, 2024.

Tablo 8'e göre 2020 ile 2024 arasında, küresel ticaret hacmi önemli ölçüde artmıştır. 2020 yılında, 2010 baz yılına göre endekslenen küresel GSYİH 370,6 olarak belirlenmiş; bunun karşısında küresel ticaret endeksi 671,3 değerinde gözlemlenmiştir. Bu fark, küresel ekonomide ticari faaliyetin göreceli önemini ortaya koymaktadır. 2020 yılı, birçok ülkede ekonomik daralma yaşanmasına sebep olan pandemiden etkilense de, zorunlu ticari işlemler ve tedarik zincirlerinin yeniden değerlendirilmesi sayesinde uluslararası ticaret yüksek seviyelerde seyretmiştir. 2021 yılında, küresel GSYİH 394,6'ya çıkarak 2020'ye göre yaklaşık %6,5'lik bir artış göstermiştir. Aynı dönemde, pandeminin etkilerinin azalması ve uluslararası piyasaların kademeli olarak tekrar açılması neticesinde küresel ticaret endeksi 745,1 seviyesine ulaşarak, ticari faaliyetin GSYİH artışından daha dinamik bir şekilde ilerlediğini ortaya koymuştur. 2022'de,

küresel GSYİH 408,2 değerine ulaşarak toparlanmasını sürdürmüş; ancak artış hızı 2021 yılına kıyasla daha ılımlı seyretmiştir. Buna karşın, küresel ticaret endeksi 786,8'e yükselmiş, böylece ekonomik toparlanmanın istikrarlı seyri içinde ticaret sektörünün güçlü bir dinamizm sergilediği anlaşılmıştır. 2023 yılında, küresel GSYİH 421,3 seviyesine çıkarak artışını sürdürürken, küresel ticaret 789,0 değerinde kalarak 2022'ye göre çok sınırlı bir yükseliş göstermiştir. Son olarak, 2024 yılında küresel GSYİH 436,0 seviyesine ulaşmış; bu durum 2023'e göre belirgin bir artışı işaret etmektedir. Benzer şekilde, küresel ticaret de ivme kazanarak 822,0 seviyesine yükselmiş ve uluslararası ticaret sektöründe kayda değer bir büyüme gözlemlenmiştir. Bu tablo, GSYİH ile ölçülen küresel ekonomik büyümenin nispeten istikrarlı ilerlediğini; uluslararası ticaretin ise konjonktürel koşullara karşı daha hassas olduğunu ve yıllar arasında önemli dalgalanmalar yaşadığını göstermektedir (FMI, 2024: 56).

Küresel ticaret, ağırlıklı olarak üç ana merkez etrafında yoğunlaşmaktadır: Avrupa, Asya-Okyanusya bölgesi ve Kuzey Amerika. 2023 yılında, Avrupa, küresel ihracatın %36,5'ini ve küresel ithalatın %36,4'ünü temsil ederken, Asya-Okyanusya bölgesi biraz daha düşük ancak yine de önemli bir paya sahipti.

Tablo 9. 2023 Yılında Ticaretin Coğrafi Dağılımı

Coğrafi Bölge	Küresel ihracattaki pay (%)	Küresel ithalattaki pay (%)
Kuzey Amerika	13,4	18,0
Güney Amerika, Orta Amerika ve Karayipler	3,4	3,4
Avrupa	36,5	36,4
BDT, dahil ortak ülkeler ve eski üyeler	2,6	2,1
Afrika	2,5	2,9
Orta Doğu	5,8	4,5
Asya-Okyanusya	35,9	32,7

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü (OMC). Dünyada Dış Ticaret Verileri: 2023 Yılında Ticaretin Coğrafi Dağılımı. Cenevre: Dünya Ticaret Örgütü Yayınları, 2024.

Küresel dış ticaret hacmi, ülkeler arasında gerçekleştirilen ihracat ve ithalatın toplam değerlerini bir araya getirerek uluslararası ticari akışların bütüncül ölçümünü sunmaktadır (Dünya Ticaret Örgütü (OMC), 2024: 15). Bu gösterge, küreselleşme

ortamında piyasaların rekabet gücünü ve ekonomiler arası entegrasyonu değerlendirmek bakımından son derece hayati bir öneme sahiptir; bu durum, uluslararası ticaretin temel göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ayrıca, küresel dış ticaret hacmi yalnızca sınır ötesi ticaretin dinamiklerinin kavranmasını sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ortaya çıkabilecek ticari dengesizlikleri öngörmeye ve ulusal ile uluslararası düzeyde ekonomik kalkınma stratejilerinin yönlendirilmesinde yol gösterici rol oynamaya olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, uluslararası ticaret eğilimlerinin analiz edilmesi ve uyumlu, sürdürülebilir bir büyümeyi destekleyen ekonomik politikaların geliştirilmesi hususunda vazgeçilmez bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 10. 2024 yılında dünyada en fazla dış ticaret hacmine (Bin ABD Doları) sahip 11 ülke.

Sıra	İhracatçı Ülke	Değer	Pay %	Sıra	İthalatçı Ülke	Değer	Pay %
1	Çin	3.575.457.663	15	1	ABD	3.359.310.385	14
2	ABD	2.064.516.772	8,6	2	Çin	2.587.295.232	10,8
3	Almanya	1.684.013.664	7,1	3	Almanya	1.425.209.578	5,9
4	Hollanda	725.520.286	3	4	Birleşik Krallık	815.579.239	3,4
5	Japonya	707.995.434	3	5	Japonya	743.267.456	3,1
6	Güney Kore	683.691.488	2,9	6	Fransa	740.387.893	3,1
7	İtalya	674.873.608	2,8	7	Hindistan	702.773.476	2,9
8	Meksika	669.295.575	2,8	8	Hong Kong, Çin	698.906.913	2,9
9	Hong Kong, Çin	640.570.014	2,7	9	Hollanda	636.885.898	2,7
10	Fransa	626.820.762	2,6	10	Güney Kore	632.098.015	2,6
29	Türkiye	261.801.501	1,1	21	Türkiye	344.017.272	1,4

Kaynak: Dünya Ticari İstatistik. Uluslararası Ticaret Verileri ve İstatistiksel Görünüm.
Adresi: <https://www.worldtradesstatistics.org> (08.02.2025)

Türkiye, Avrupa, Asya ve Orta Doğu'nun kesişim noktasında yer alan coğrafi konumu sayesinde uluslararası ticarete önemli bir avantaja sahiptir. Bu stratejik konum, ülkenin küresel ticaret üzerindeki etkisini kayda değer ölçüde artırmaktadır. 2024 yılı itibarıyla Türkiye, 261.801.501 bin Amerikan \$ değerindeki ihracat hacmiyle dünya ihracat sıralamasında 29. sırada, 344.017.272 bin \$ ithalat hacmiyle de dünya ithalat sıralamasında 21. sırada yer almaktadır. Dünya ticaretindeki payı nispeten sınırlı olsa da

Türkiye, ekonomik reformları ve pazar çeşitlendirme stratejileri sayesinde uluslararası ticarete giderek artan bir rol oynamaktadır. Bu konumunu daha da güçlendirmek amacıyla, inovasyon kapasitesini artırması, ihracat ürünlerinin katma değerini yükseltmesi ve ticaret ortaklarını daha fazla çeşitlendirmesi gerekmektedir (Kurtuluş, Uğur, 2022: 56).

1.10.2 Türkiye'nin Dış Ticaret Verileri

Bu başlık, Türkiye'nin son 60 yılı aşkın süredir dış ticaret alanında gösterdiği dönüşümü ve küresel ekonomiyle bütünleşme sürecini analiz etmektedir. Türkiye, 1960 yılından itibaren uygulamaya koyduğu beş yıllık kalkınma planları sayesinde dış ticaretini sistemli biçimde şekillendirmeye başlamış; ithal ikamesinden ihracat odaklı büyümeye geçişi kademeli olarak gerçekleştirmiştir (Süzer, 2019: 11). Ülke, kalkınma sürecinde sayısız zorlukla karşılaşmasına rağmen Avrupa ve Asya arasında jeopolitik bir köprü konumunda bulunması sayesinde önemli ticaret fırsatları elde etmiş; bu coğrafi avantajı, sanayi ve hizmet ihracatında ciddi kazanımlara dönüştürmeyi başarmıştır (Ünlü, 2023: 59). Ancak dünya ekonomisinde üst sıralarda kalıcı yer edinmek için sadece coğrafi konum yeterli değildir. Türkiye bu hedefe yönelik olarak yüksek katma değerli sektörlerde üretimi teşvik etmiş, dijitalleşme ve dış pazar çeşitlendirmesine öncelik vermiştir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2023: 18). Özellikle son yıllarda uygulanan stratejik ihracat teşvikleri ve eylem planları, bu dönüşümün taşıyıcı unsuru hâline gelmiştir (Sinay, 2021: 27). İhracat yapan firmalara verilen destekler, bu gelişimin somut örneklerinden biridir. Ancak mikro ölçekte faaliyet gösteren işletmeler hâlâ mevzuat, bilgiye erişim ve dijital altyapı sorunları gibi engellerle karşılaşmaktadır (Saydam, 2022: 42). Buna karşın işletmelerin sahip olduğu beşerî ve organizasyonel kapasite, bölgesel düzeyde ihracat performansını belirlemede etkili olmuştur (Çelik, 2023: 74). Aynı zamanda, Türkiye'nin ihracatında hızla büyüyen e-ticaret sektörü de güçlü ve zayıf yönleriyle birlikte değerlendirilmelidir. Dijital pazarlara entegrasyon süreci, maliyet avantajı sunsa da altyapı eksiklikleri ve yetersiz dijital okuryazarlık gibi zorlukları da beraberinde getirmiştir (Kadı, 2023: 36). Tüm bu gelişmeler ışığında ihracatın yalnızca makroekonomik göstergelere değil, aynı zamanda sosyal refahı etkileyen yönlerine de bakmak gerekir. Nitekim ihracattaki artış, sadece GSYİH'ye katkı sunmakla kalmayıp, aynı zamanda yoksulluğun azalması ve hane gelirlerinin yükselmesi gibi toplumsal faydalar da sağlamaktadır (Yıldırım, 2023: 51). Sonuç olarak Türkiye'nin dış ticareti, tarihsel derinliğe sahip kalkınma planları ile günümüzün dijitalleşme ve bölgesel

entegrasyon hedeflerini birlikte taşıyan çok boyutlu bir süreçtir. Bu sürecin devamlılığı, stratejik planlama, bölgesel destekler ve firmaların inovatif kapasitesiyle doğrudan ilişkilidir (Palacioğlu, 2023: 103).

Türkiye'nin 2020-2024 yılları arasındaki ticaret dengesi incelendiğinde, COVID-19 sonrası dönemde Türkiye, dış ticaret performansında güçlü bir direnç gösterdiği görülmektedir. 2020 yılında küresel kriz ortamına rağmen %1,9'luk büyüme kaydedilmiş; 2021'de ise %11,4'lük toparlanma ile ivme kazanılmıştır. 2022 ve 2023'te sürdürülebilir büyüme eğilimi %5,5 ve %5,1 oranlarıyla devam etmiş; 2024'te ihracat 261,7 milyar \$, ithalat ise 344 milyar \$ olmuş; ihracatın ithalatı karşılama oranı %76,1 olarak gerçekleşmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2024: 1). Bu veriler, dış ticaret açığına rağmen uygulanan ihracat odaklı politikaların etkili olduğunu göstermektedir. 2023 Türkiye İhracat Stratejisi, dijitalleşme ve katma değeri yüksek üretime geçişi hedefleyerek bu süreci desteklemektedir (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2023: 18). Ancak mikro işletmeler hâlâ mevzuat ve lojistik gibi önemli engellerle karşı karşıyadır (Saydam, 2022: 42). Özellikle teknoloji sektöründe kur riski ve dış pazar dengesizlikleri ihracat performansını olumsuz etkilemektedir (Şahin, 2023: 61). TRB1 bölgesinde yapılan araştırmalar, işletme kapasitesiyle ihracat başarısı arasında doğrudan ilişki olduğunu göstermektedir (Çelik, 2023: 74). E-ticaret ise düşük maliyetli erişim sağlamasına rağmen altyapı eksikliği nedeniyle sınırlı ilerleme kaydetmektedir (Kadı, 2023: 36). Sonuç olarak, Türkiye'nin dış ticaret dengesi; sadece rakamsal değişimlerle değil, aynı zamanda ihracat teşvikleri (Sinay, 2021: 27), bölgesel gelişim (Süzer, 2019: 11) ve ticaretin coğrafi yeniden yapılanması gibi faktörlerle şekillenmektedir (Ünlü, 2023: 59).

Tablo 11. 2020'den 2024'e kadar dış ticaret verileri (Bin ABD doları).

Yıl	İhracat	İthalat	Ticaret Dengesi	İhracatın İthalatı Karşılama oranı (%)
2020	169. 637. 755	219. 516. 807	-49. 879 .052	77,3
2021	225 .214. 458	271.425. 553	-46. 211. 095	83,0
2022	254. 169 .748	363. 710. 575	-109. 540. 827	69,9
2023	255. 627. 429	361. 966. 913	-106. 339. 484	70,6
2024	261. 788 .514	344. 012. 716	-82. 224. 202	76,1

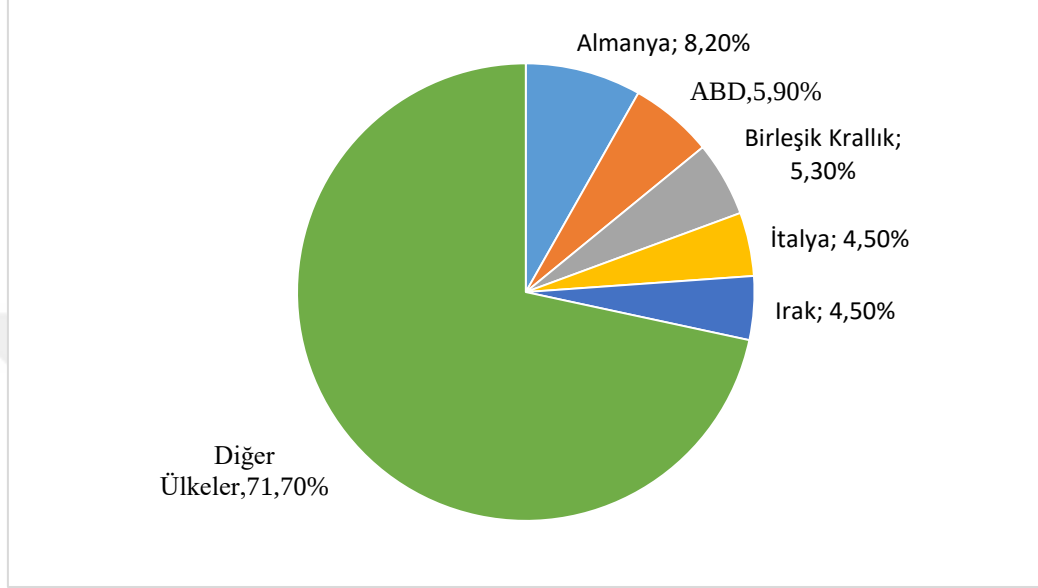
Kaynak: TÜİK, 2025.

2020 yılında, pandeminin zorlu koşullarına rağmen Türkiye ihracatı yaklaşık 169,64 milyar \$ seviyesinde kalmayı başarmış; ithalat ise 219,5 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Dış ticaret açığı bu yıl yaklaşık 49,9 milyar \$ olarak kayda geçmiştir. 2021’de ise 225,21 milyar \$’lık ihracat ve 271,43 milyar \$’lık ithalat rakamları ile görece bir toparlanma yaşanmıştır. Açığın daraldığı bu yılda karşılama oranı %83’e çıkmıştır. 2022’de hem ihracat hem de ithalatta belirgin artış gözlenmiş, ihracat 254,17 milyar \$’a, ithalat ise 363,71 milyar \$’a ulaşmıştır. Ancak bu artış ithalata daha fazla yansıdığı için dış ticaret açığı 109,5 milyar \$’a yükselmiş, ihracatın ithalatı karşılama oranı %69,9 seviyesine gerilemiştir. 2023 verileri, ihracatın 255,63 milyar \$, ithalatın ise 361,97 milyar \$ olduğunu göstermektedir. Bu durum dış ticaret açığının sürdüğünü ama bir miktar iyileşme yaşandığını göstermektedir. İhracatın ithalatı karşılama oranı %70,6’ya çıkmıştır. 2024 yılı için en güncel verilere göre Türkiye’nin ihracatı 261,79 milyar \$’a, ithalatı ise 344,01 milyar \$’a ulaşmış; dış ticaret açığı 82,2 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. 2024 yılında ihracatın ithalatı karşılama oranı %76,1’e yükselmiştir. Bu gelişme, önceki yıllara göre dış açıklığında belirgin bir iyileşme olduğunu göstermektedir (T.C: Ticaret Bakanlığı, 2025).

2025 yılı Türkiye’nin dış ticaret verileri incelendiğinde; küresel ekonomik belirsizliklerin ve bölgesel dalgalanmaların etkili olduğu bir dönemde Türkiye’nin dış ticaret performansında dikkat çekici gelişmelere sahne olmuştur. (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Ağustos 2025). 2025 yılı boyunca Türkiye’nin ihracat performansı dalgalı bir seyir izlese de, genel olarak üretim temelli ve sanayi ağırlıklı bir yapının güçlendiği gözlemlenmiştir. 2025 Ocak-Ağustos dönemi değerlendirme sonucuna göre; Türkiye’nin ihracat performansı genel olarak pozitif bir seyir izlemiş; özellikle Temmuz ayında ihracatın 24 milyar 938 milyon \$’a ulaşması, yılın en yüksek aylık ihracat değeri olarak öne çıkmıştır. Bu ayda dış ticaret açığının azalması ve karşılama oranının %79,4’e yükselmesi, dış ticaret açısından en avantajlı dönem olarak değerlendirilebilir. Ağustos ayında ise ihracat miktarındaki düşüşe rağmen enerji ve altın hariç kalemlerde dış ticaret fazlası verilmesi, yapısal dönüşümün sürdüğünü göstermektedir. Ağustos ayında ise Türkiye’nin ihracat performansı, küresel ticaret dinamikleriyle uyumlu olarak belirli bir ivme kaybı yaşasa da, ülke bazlı dağılımda geleneksel pazarlara olan yönelimin sürdüğü gözlemlenmiştir. Bu ayda en fazla ihracat gerçekleştirilen ülke, 1 milyar 773 milyon \$’lık hacimle Almanya olmuştur. Almanya’yı sırasıyla; 1 milyar 276 milyon \$ ile Amerika Birleşik Devletleri, 1 milyar 150 milyon \$ ile Birleşik Krallık, 979 milyon \$ ile İtalya ve

978 milyon \$ ile Irak takip etmiştir. Bu beş ülkeye yapılan ihracat, toplam ihracatın %28,3'ünü oluşturmuş; bu da Türkiye'nin dış ticaretinde Avrupa ve Kuzey Amerika eksenli stratejik yöneliminin devam ettiğini göstermektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025).

Şekil 1. Ükelere göre ihracat, Ağustos 2025



Kaynak: TÜİK, 2025b

Şekil 1’de 2025 Ocak- Ağustos döneminde Türkiye’nin ihracatında en önde gelen ülkeler yer almaktadır. Türkiye’nin ihracatında yine Almanya başı çekmiş; bu ülkeye yapılan ihracat 14 milyar 651 milyon \$’a ulaşmıştır. Almanya’nın ardından Birleşik Krallık’a 11 milyar 5 milyon \$, Amerika Birleşik Devletleri’ne 10 milyar 673 milyon \$, İtalya’ya 8 milyar 736 milyon \$ ve Irak’a 7 milyar 574 milyon \$’lık ihracat gerçekleştirilmiştir. İlk beş ülkeye yapılan ihracat, toplam ihracatın %29,6’sını oluşturmuş; bu oran, Türkiye’nin dış pazarlarda istikrarlı bir coğrafi dağılım sergilediğini ve geleneksel ticaret ortaklarıyla olan ilişkilerin güçlü biçimde sürdüğünü teyit etmektedir (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2025b).

Tablo 12. En Fazla İhracat yapan ilk 10 sektör (Bin ABD Doları)

Sektör	2023	2024	% Değişim
Otomotiv Endüstrisi	3.170.928	3.487.428	10,0
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	2.696.474	2.658.128	-1,4
Elektrik ve Elektronik	1.431.535	1.478.712	3,3
Çelik	1.347.375	1.446.369	7,3
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	1.449.997	1.262.830	-12,9

Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.116.050	1.138.861	2,0
Savunma ve Havacılık Sanayii	718.289	996.862	38,8
Demir ve Demir Dışı Metaller	949.119	974.852	2,7
Makine ve Aksamları	990.222	965.989	-2,4

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, TİM, 2025.

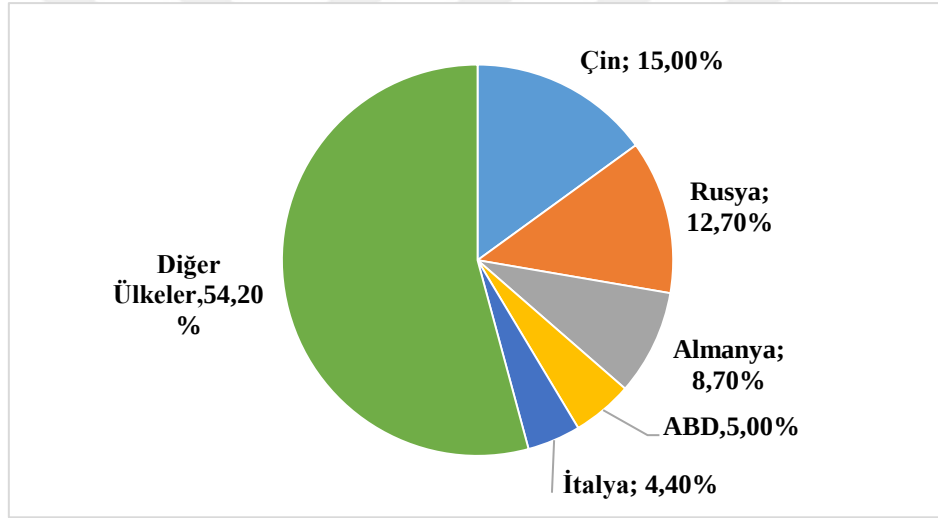
Tablo 12'ye göre, Türkiye İhracatçılar Meclisi (2025) tarafından yayımlanan verilere dayanarak, 2024 yılında Türkiye'nin ihracat performansı sektörel bazda hem çeşitliliği hem de dinamik dönüşümü yansıtmaktadır. En fazla ihracat gerçekleştiren sektör, 3,49 milyar \$'la otomotiv endüstrisi olmuştur. Bu sektör, 2023'e kıyasla %10'luk bir artış göstermiş ve liderliğini pekiştirmiştir. Türkiye'nin üretim kapasitesi ve Avrupa pazarlarıyla olan güçlü entegrasyonu, bu artışta belirleyici olmuştur. Öte yandan, savunma ve havacılık sanayii dikkat çekici bir yükseliş sergilemiş; 2023'e kıyasla ihracatını %38,8 artırarak 996,8 milyon \$'a ulaştırmıştır. Bu sıçrama, yerli savunma sanayisinin uluslararası alandaki konumunu güçlendirdiğini göstermektedir. Kimyevi maddeler ve mamulleri sektörü ikinci sırada yer almasına rağmen, %1,4'lük bir düşüş yaşamıştır. Benzer şekilde, hazır giyim ve konfeksiyon sektörü ihracatı da %12,9 oranında azalmış, bu düşüş sektördeki rekabet baskısını ve küresel talep daralmasını yansıtmıştır. Buna karşın, makine ve aksamları ihracatı %2,4 düşüşle 965,9 milyon \$'a gerilemiştir. Genel olarak tablo, yüksek katma değerli alanlarda (otomotiv, savunma, elektronik) yaşanan büyümeyi ortaya koyarken, geleneksel sektörlerdeki dalgalanmaların Türkiye'nin ihracat yapısını yeniden dengeleme ihtiyacına işaret ettiğini göstermektedir. Bu veriler, Türkiye'nin ihracatta çeşitliliği sürdürürken stratejik sektörlerle odaklanma eğilimini açıkça yansıtmaktadır.

2025 yılı Türkiye'nin dış ticaret verileri ithalat kapsamında incelendiğinde ise, ithalatta gözlemlenen yukarı yönlü eğilim, yılın ikinci yarısında da devam etmiştir. Ağustos ayında Türkiye'nin toplam ithalat hacmi içinde en büyük payı Çin Halk Cumhuriyeti almış; bu ülkeden yapılan ithalat 3 milyar 899 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Çin'i sırasıyla; 3 milyar 286 milyon \$'lık ithalatla Rusya Federasyonu, 2 milyar 258 milyon \$'la Almanya, 1 milyar 301 milyon \$'la Amerika Birleşik Devletleri ve 1 milyar 148 milyon \$'la İtalya takip etmiştir. Bu beş ülkenin toplam ithalat içindeki

payı %45,8'e ulaşmış; bu yoğunlaşma, Türkiye'nin ithalatında belirgin bir coğrafi kümelenmenin sürdüğünü göstermiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025).

Ocak- Ağustos dönemine bakıldığında ise Çin Halk Cumhuriyeti, 32 milyar 489 milyon \$'lık ithalat hacmiyle Türkiye'nin en büyük tedarikçisi olma konumunu korumuştur. Aynı dönemde Rusya Federasyonu'ndan 28 milyar 554 milyon \$, Almanya'dan 19 milyar 910 milyon \$, Amerika Birleşik Devletleri'nden 11 milyar 277 milyon \$ ve İtalya'dan 10 milyar 676 milyon \$'lık ithalat gerçekleştirilmiştir. İlk beş ülkenin toplam ithalat içindeki payı %43,2 olarak hesaplanmış; bu dağılım, Türkiye'nin üretim ve tüketim ihtiyaçlarını karşılamada belirli ülkelere olan bağımlılığının sürdüğünü ve dış ticaret stratejisinde bölgesel yoğunlaşmanın belirleyici bir unsur olduğunu ortaya koymuştur (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025).

Şekil 2. Ükelere göre ithalat, Ağustos 2025



Kaynak: TÜİK, 2025b

Sonuç olarak, 2025 yılı dış ticaret performansı, Türkiye'nin ihracatında yapısal güçlenmenin sürdüğünü; ancak ithalatta gözlemlenen artışla birlikte dış ticaret açığının büyüdüğünü ortaya koymuştur. Ocak-Ağustos döneminde ihracat, bir önceki yılın aynı dönemine göre %4,3 artarak 178 milyar 18 milyon \$'a ulaşırken; ithalat %5,6 artışla 238 milyar 159 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu süreçte dış ticaret açığı 60 milyar 140 milyon \$'a yükselmiş, ihracatın ithalatı karşılama oranı ise %74,7'ye gerilemiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025). Ağustos ayında ihracat %1,2 azalırken ithalat %3,9 oranında düşmüş; dış ticaret açığı %15,8 azalarak 4 milyar 211 milyon \$'a gerilemiştir. Aynı ayda ihracatın ithalatı karşılama oranı %83,8'e yükselmiş; enerji ve altın hariç kalemlerde bu oran %101,7'ye ulaşarak dış ticaret dengesinde olumlu sinyaller vermiştir. İmalat sanayi

ürünlerinin ihracattaki payının %94,9 seviyesinde sabit kalması ve yüksek teknoloji ürünlerinin payının %4,2'ye çıkması, Türkiye'nin katma değerli üretimle ihracatını desteklemeye devam ettiğini göstermektedir (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) , 2025b).



İKİNCİ BÖLÜM

MERMER SEKTÖRÜ

1. MERMER KAVRAMI VE TARİHİ

Mermer, kalker ve dolomitlerin ısı ve basınç etkisiyle yeniden kristalleşmesi sonucu oluşan bir başkalaşım kayacıdır. Bilimsel olarak, başkalaşım sürecine maruz kalmış ve bu süreç sonucunda kendine özgü kristal yapıya sahip bir karbonat kayacı olarak tanımlanır (Karabay, 2020: 3). Ticari olarak ise, standart boyutlarda bloklar halinde çıkarılabilen, yüzeyi işlenip parlatılabilen ve kaplama taş normlarına uygun her türlü doğal taş "mermer" terimiyle anılır (Apaydın, 2024: 6).

Antik Çağ'dan bu yana mermer, güzelliği ve dayanıklılığıyla çok değerli bir süs taşı olmuştur. Mermerin çıkarılması ve işlenmesi endüstrisi, dünya üzerindeki en eski endüstrilerden biridir ve bu, onun çağlar boyunca süregelen önemini göstermektedir. İlk insan uygarlıklarından itibaren mermer, binaların, evlerin ve çeşitli yaşam alanlarının inşasında kullanılmıştır. Yaşam standartları yükseldikçe, mermer estetik çekiciliği ve uzun ömürlülüğü nedeniyle tercih edilen bir malzeme haline gelmiştir. Hititler, Frigler ve İyonlar gibi birçok uygarlık, Anadolu'nun zengin doğal taş rezervlerinden faydalanmış ve mermeri saraylarında, tapınaklarında ve heykellerinde kullanmışlardır. Hititler örneğin, mermerle inşa edilmiş muazzam yapılar inşa ederek güçlerini ve ihtişamlarını yansıtmışlardır. Frigler ve İyonlar da bu asil taşı dini ve konut yapılarında kullanmışlardır. Bununla birlikte, mermerin kullanımı Hellenistik ve Roma dönemlerinde zirveye ulaşmıştır. Bu dönemlerde mermer, mezarların, sarayların, açık hava tiyatrolarının yanı sıra mücevher ve süs eşyalarının dekorasyonunda yaygın olarak kullanılmıştır. Yunanlar ve Romalılar, mermer oyma sanatını rafine ederek bugün bile hayranlık uyandıran eserler yaratmışlardır. Gaziantep'teki Yasemek'te MÖ 1600 civarında mermerin sanatsal kullanımı başlamıştır. Bu sanatsal uygulama, Arkaik Dönem'de (MÖ 1550-470) Efes'te, Helenistik Dönem'de (MÖ 300-30) Bergama'da ve Roma İmparatorluğu döneminde (MÖ 30-MS 395) Afrodisias'ta mermer okullarının kurulmasıyla önemli ölçüde gelişmiştir. Bu okullar, mermerin heykel ve süsleme tekniklerini mükemmelleştirerek sanat eserlerinde tercih edilen bir malzeme haline getirmiştir (Apaydın, 2024: 7).

Selçuklu ve Osmanlı imparatorlukları döneminde mermer, camilerin, hanların, sarayların ve hamamların inşasında geniş çapta kullanılmıştır. Bu dönemlerin ustaları, mermer işleme sanatını ustalıkla kullanarak bölgenin kültürel ve mimari mirasına katkıda

bulunmuşlardır. Özellikle camiler, ince işlenmiş mermerlerle süslenmiş olup, dini bağlılığı ve imparatorluğun zenginliğini göstermektedir (Apaydın, 2024: 8-9).

Yüzyıllar boyunca mermer, çeşitli değerler ve kavramlarla sembolik olarak ilişkilendirilmiştir. Tapınaklarda "Tanrılara Adanmışlık", piramitlerde "Ölümsüzlük", Tac Mahal'de "Aşk" anlamına gelmiştir (Duman, 2023: 7-8). Mısır'da "İhtişam ve Görkem" anlamına gelirken, Selimiye Camii ve Çin Seddi'nde "Korku"yu çağrıştırmıştır. Her uygarlık, mermerin tarihini ve anlamını zenginleştirerek ona kendi sembolizmini katmıştır.

Günümüzde mermer, inşaat sektöründe dünya genelinde en çok ticareti yapılan ürünlerden biridir. Kullanımı değişmiş olsa da, mermer hala estetik ve dayanıklılığı nedeniyle zenginlik ve refahın bir simgesi olarak kalmaktadır. Tapınaklarda, amfiteyatrolarda, arenalarda, saraylarda, hamamlarda, köprülerde, sarnıçlarda, camilerde, medreselerde ve çeşmelerde kullanılan mermer izleri, bu malzemenin tarih boyunca önemini göstermektedir. Geçmiş uygarlıklardan kalan kalıntılar, mermerin tapınaklar, amfiteyatrolar, arenalar, saraylar, hamamlar, köprüler, sarnıçlar, camiler, medreseler ve çeşmeler gibi sembolik yapıların inşasındaki önemini kanıtlamaktadır. Bu dönemlerin ustaları, mermerin estetik ve işlevsel özelliklerinden faydalanarak etkileyici güzellikte ve dayanıklılıkta eserler yaratmışlardır (Apaydın, 2024: 8). Böylece mermer, eski bir yapı malzemesi olarak, mimarlık ve sanatta hayati bir rol oynamaya devam etmektedir. Geçmiş uygarlıkları gelecekteki nesillere bağlayarak dünya kültürel mirasını kutlamaktadır. Çağlar ve kültürler boyunca bir zarafetle yolculuk yaparak, insanlık tarihinin paha biçilmez bir tanığı olarak kalmaktadır.

Jeolojik zenginliğin bir sonucu olarak doğal taşların bolluğu, bazı ülkelere mermer rezervleri açısından avantajlı bir konum kazandırmaktadır. Alp-Himalaya kuşağında yer alan ülkeler özellikle karbonat kayaçları açısından zengindir. Bu ülkeler arasında Portekiz, İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, İran ve Pakistan, çoğunluğu mermerden oluşan önemli karbonat kayaç rezervlerine sahip olup, çıkarma ve taş endüstrisi için önemli bir potansiyel sunmaktadır (Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, 2011). Bazı ülkelerde karbonat kayalarının yanı sıra, işletilebilir magmatik kaya (sert taşlar) rezervlerinin de bulunduğunu belirtmek önemlidir. Örneğin İspanya, Norveç, Finlandiya, Ukrayna, Rusya, Pakistan, Hindistan, Çin, Brezilya ve Güney Afrika gibi ülkeler geniş magmatik kaya rezervleriyle tanınmaktadır ve bu rezervler doğal taş endüstrisinde (Batı Akdeniz) önemli bir rol oynamaktadır (Kalkınma Ajansı, 2011). Üretim açısından Çin, gelişmiş endüstriyel altyapısı, azaltılmış işçilik maliyetleri, siyaset ve hükümet tarafından

maden endüstrilerine sağlanan sübvansiyonlar ve vergi indirimleri ve yatırımları sayesinde dünyanın önde gelen mermer ve doğal taş üreticilerinden biri olarak öne çıkıyor. Bu, güçlü iç talebin sayesinde mümkün oluyor. Ancak Türkiye dünya mermer rezervlerinin yaklaşık %40'ına sahip olup rezerv lideri konumunu korumaktadır. Türkiye, geniş mermer yatakları ve ürünlerinin yüksek kalitesi sayesinde mermer sektöründe hayati bir rol oynamaya devam ediyor, ancak ihracatta Çin onu geride bırakıyor. Çin, Hindistan, İtalya, Türkiye, Mısır, İspanya ve Brezilya birlikte bu sektörde önemli bir rol oynuyor ve küresel doğal taş üretiminin üçte ikisinden fazlasını oluşturuyor.

Bu ülkelerin rekabet avantajı genellikle elverişli jeolojilerine, doğal kaynakların bolluğuna ve mermer ve diğer doğal taşların madenciliği, işlenmesi ve ticaretini destekleyen iyi gelişmiş endüstrilerine bağlanmaktadır (Duman, 2023: 9).

2. DÜNYADA MERMER ÜRETİMİ

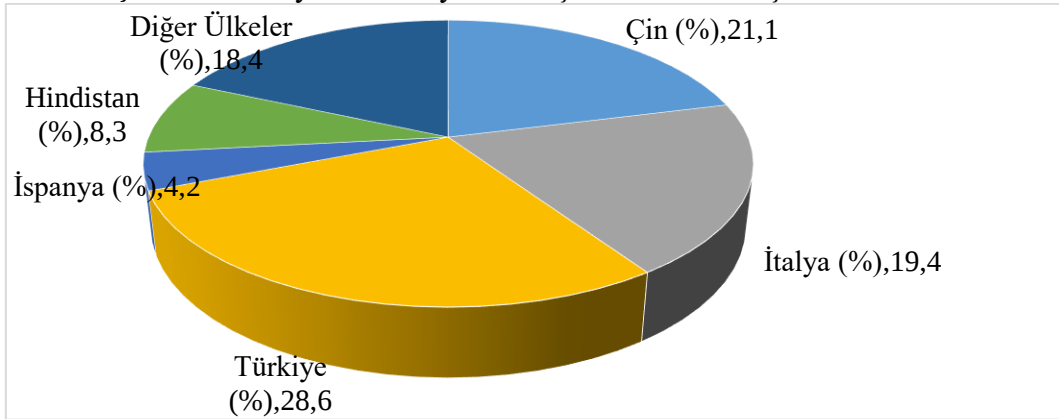
Dünya mermer üretimine dair rezerv miktarları konusunda kesin veriler bulunmamakla birlikte, mevcut çalışmalar rezervlerin büyük ölçüde Alp Kuşağı üzerinde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Ege Adaları, Anadolu Yarımadası, İran, Pakistan, Hindistan, Çin ve Himalaya kuşağını kapsayan bu geniş bölge, benzer jeolojik özellikler sayesinde zengin karbonat kaya (mermer, traverten, oniks ve kireçtaşı) rezervlerine sahiptir (Duman, 2023: 13). Özellikle Portekiz, İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, İran ve Pakistan gibi ülkeler bu alanda öne çıkarken, işlenebilir sert kayalar rezervlerine ise İspanya, Norveç, Finlandiya, Ukrayna, Rusya, Brezilya, Çin, Hindistan ve Güney Afrika gibi ülkelerde rastlanmaktadır. Bugün dünya mermer üretiminin yaklaşık %71'i Çin, Hindistan, İtalya, Türkiye, Brezilya, İspanya ve İran tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu küresel görünüm içerisinde Türkiye, sahip olduğu mermer rezervleri, üretim kapasitesi ve sektörel örgütlenmesiyle dikkat çekmektedir. Yaklaşık 1.500 doğal taş ocağı, 2.000 fabrika ve 9.000 atölye ile faaliyet gösteren mermer sektörü, doğrudan ve dolaylı olarak yaklaşık 300.000 kişiye istihdam sağlamaktadır (Apaydın, 2024: 17). Üretim coğrafyası açısından, Balıkesir, Afyon, Bilecik, Denizli ve Muğla gibi iller doğal taş üretiminin %65'ini karşılamakta olup; Bursa, Kırşehir, Sivas, Elazığ ve Bayburt gibi çok sayıda ilde ekonomik mermer yatakları yer almaktadır (Apaydın, 2024: 18). Ancak küresel rekabet gücünün sürdürülebilirliği yalnızca rezerv zenginliğiyle değil, aynı zamanda üretim verimliliğiyle de doğrudan ilişkilidir. Nitekim mermer üretiminde oluşan fire, bozuk mamul, kayıp zaman ve işlem hataları, üretim maliyetlerini ciddi biçimde etkilemektedir. Üretim sürecinde kullanılan ham madde, işçilik ve enerji girdilerinin

tamamı nihai ürüne dönüşmediğinden, bu farklar “üretim kaybı” olarak adlandırılmakta ve birim maliyetleri doğrudan yükseltmektedir (Özdemir, 2022: 38). Üretim kayıplarının önlenememesi, sadece ekonomik zarara değil, aynı zamanda sektörel verimlilikte gerilemeye de neden olmaktadır. Bu nedenle, mermer endüstrisinde verimliliği artırmaya ve kayıpları minimize etmeye yönelik süreç yönetimi ve teknik iyileştirme stratejileri giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Apaydın, 2024: 18).

Mermer, yalnızca estetik bir yapı malzemesi olarak değil, aynı zamanda dayanıklılığı ve çok yönlü kullanımıyla dünya genelinde inşaat sektörünün vazgeçilmez unsurlarından biri hâline gelmiştir. Merdivenler, dış cephe kaplamaları, kaldırım taşları ve iç dekorasyon öğelerinde yaygın olarak kullanılan mermerin küresel ölçekteki talebi, görsel zarafetinin yanı sıra işlevselliğine de dayanmaktadır. Dünya mermer ticareti esas olarak üç ana ürün grubu üzerinden şekillenmektedir: blok mermer, mermer levha ve ebatlı (boyutlandırılmış) mermer. Blok mermer, işlenmemiş ham formuyla ticarete konu olurken; levha mermer, blokların çeşitli yüzey işlemleri (zımparalama, cilalama, fırçalama, daldırma vb.) sonrasında düz kesimli plakalara dönüştürülmesiyle elde edilmektedir. Ebatlı mermer ise belirli ölçülere uygun şekilde hazırlanmış, son kullanım için doğrudan uygulanabilir taş formudur (Duman, 2023: 14). Uluslararası pazarda alıcı profilleri ürün türlerine göre farklılık göstermektedir. Örneğin ABD, Birleşik Krallık, Japonya ve Avustralya, daha çok işlenmiş taş ve levha mermer ithalatında öne çıkarken, Çin ve Hindistan gibi ülkeler, yüksek üretim kapasitesi ve yeniden işleme altyapıları sayesinde blok mermer ithalatında başı çekmektedir (Duman, 2023: 14). Bu ticari dağılım, mermer ürünlerinin küresel tedarik zincirinde farklı aşamalarda yeniden değer kazandığını göstermektedir. Öte yandan, mermer ve doğal taş sektöründeki gelişmeler yalnızca görünür ticaretle sınırlı kalmamaktadır. Ticari işlemler, ikincil ticaret akımları ve uygulama projeleriyle birlikte değerlendirildiğinde, dünya genelinde mermer ekonomisinin 50 milyar \$’ı aştığı tahmin edilmektedir. Sadece doğrudan ithalat ve ihracat hacmi dahi 17 milyar \$’ı geçmektedir (Apaydın, 2024: 10). Ayrıca, son kırk yıl içinde doğal taş sektöründe yaşanan dönüşüm, yeni işleme teknolojilerinin devreye alınması ve uluslararası lojistik altyapının gelişmesiyle ivme kazanmıştır. Özellikle blok ve işlenmiş ürün elde edilmesine yönelik yatırımların yaygınlaşması ve bu alanlarda faaliyet gösteren üretim tesislerinin küresel ölçekte yayılması, mermerin dünya ticaretinde ayrıcalıklı konumunu pekiştirmiştir (Apaydın, 2024: 17).

Dünya genelinde kristalize kireçtaşları olarak bilinen mermerler, özellikle Alpin-Himalaya kuşağında yoğunlaşan jeolojik alanlarda yer almakta; bu alan Ege Adaları'ndan başlayıp Anadolu Yarımadası, Pakistan, Hindistan ve Çin'e kadar uzanan geniş bir mermer kuşağını kapsamaktadır (Duman, 2023: 17). Söz konusu bölgeler, yüksek kaliteli rezervleriyle küresel mermer ticaretinin ana tedarik alanlarını oluşturmaktadır. Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, dünya mermer ihracat hacmi 2020 yılında 6,42 milyar \$ iken, bu rakam 2024 yılı itibarıyla 7,61 milyar \$'a ulaşmıştır. Bu büyüme, işleme teknolojilerinin gelişimi, mimari taleplerin çeşitlenmesi ve doğal taş ürünlerine yönelik estetik beklentilerin artmasıyla doğrudan ilişkilidir. 2024 yılında, toplam ihracatın %41,9'u blok ve levha mermerlerden , %58,1'i ise işlenmiş mermer ürünlerinden oluşmaktadır. Ülkeler bazında değerlendirildiğinde, dünyada en fazla mermer ihracatı gerçekleştiren ilk beş ülke sırasıyla Türkiye (%28,6), Çin (%21,1), İtalya (%19,4), Hindistan (%8,3) ve İspanya (%4,2) şeklinde sıralanmakta olup, bu ülkelerin toplam dünya ihracatındaki payı %81,6'ya ulaşmaktadır. Geriye kalan tüm ülkeler, olarak sınıflandırıldığında, toplam ihracattaki payları %18,4 olarak hesaplanmaktadır (ITC, 2024). Öte yandan, , 2023 yılına dair değerlendirmesinde Türkiye, Çin ve İtalya'nın birlikte dünya mermer ihracatının %69,35'ini karşıladığını, Türkiye'nin tek başına %28,2'lik bir pay elde ettiğini vurgulamıştı. Bu karşılaştırma, Türkiye'nin sadece yerini korumakla kalmadığını, aynı zamanda 2024 yılında pazar payını hafifçe artırarak konumunu daha da sağlamlaştırdığını göstermektedir. Bu eğilimle birlikte, yalnızca dış ticaret hacmi değil, üretim yapısı da dönüşmektedir. Apaydın (2024) çalışmasında mermer üretimi sırasında ortaya çıkan çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi, sektörün ekonomik verimliliğini artırırken çevresel sorumluluk bilincini de güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Apaydın, 2024: 10).

Şekil 3. 2024 yılında dünyanın en çok mermer ihraç eden ülkeleri



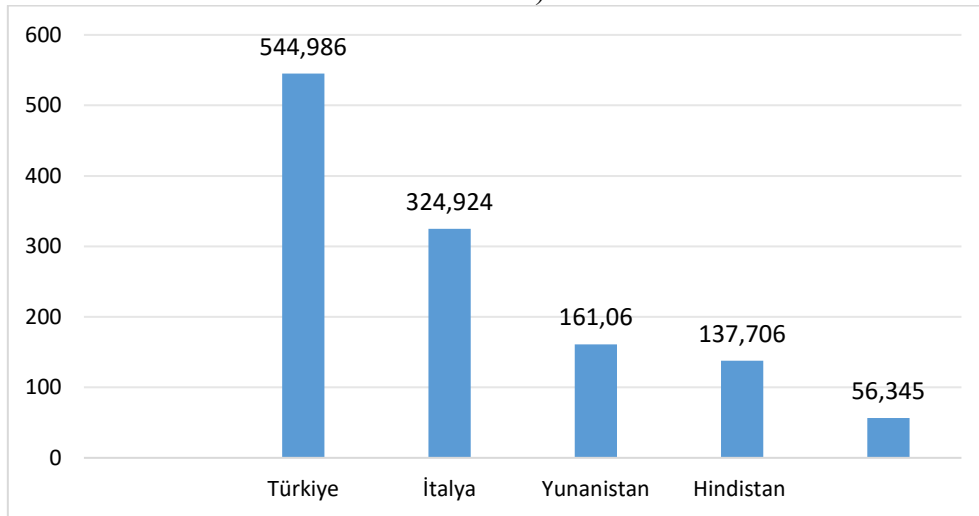
Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2024

İşlenmiş mermer, estetik değeri, dayanıklılığı ve özgün dokusuyla küresel ölçekte yüksek katma değer yaratan yapı malzemeleri arasında yer almaktadır. Ancak üretim kapasitesi, rezerv değerlendirme düzeyi ve teknolojik donanım açısından ülkeler arasında önemli farklar bulunmaktadır. Nitekim Duman (2023: 18), Türkiye, Yunanistan, İspanya, Portekiz, Çin, Hindistan ve Güney Kore gibi ülkelerin doğal taş kaynaklarını etkin şekilde işleterek dış pazarlara sunduklarını; buna karşın Rusya, Nepal, İskandinav ülkeleri ve bazı Orta Asya cumhuriyetlerinin zengin rezervlerine rağmen bu potansiyeli henüz harekete geçiremediklerini ifade etmektedir.

Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC, 2024) verilerine göre, dünya genelinde işlenmiş mermer ihracatı 2020 yılında 1 milyar 413 milyon \$ düzeyindeyken, bu rakam 2021’de 1 milyar 816 milyon, 2022’de 1 milyar 889 milyon, 2023’te 1 milyar 927 milyon \$’a ulaşmış; ancak 2024’te 1 milyar 465 milyon \$’a gerileyerek dikkat çekici bir düşüş sergilemiştir. Söz konusu daralmanın temel nedenleri arasında, enerji ve lojistik maliyetlerindeki artış, inşaat sektöründe yaşanan yavaşlama ve bazı pazarlarda görülen talepsizlik öne çıkmaktadır.

2020-2024 dönemi genelinde değerlendirildiğinde, Türkiye bu alandaki liderliğini korumuş; İtalya istikrarlı bir yükseliş sergilemiş, Hindistan ise her yıl hafif artışlarla küresel pazardaki görünürlüğünü güçlendirmiştir. Buna karşılık, Mısır ve İspanya gibi bazı ülkelerde ihracat değerlerinde kayda değer gerilemeler yaşanmıştır. Bu durum, işlenmiş mermer ihracatında yalnızca hammaddeye değil, aynı zamanda teknolojik yeterliliğe, üretim sürecindeki verimliliğe ve pazarlama stratejilerine duyulan ihtiyacın altını çizmektedir.

Şekil 4. 2024’ te Dünyanın En Çok İşlenmiş Mermer İhraç Eden 5 Ülkesi (Milyon ABD Doları)

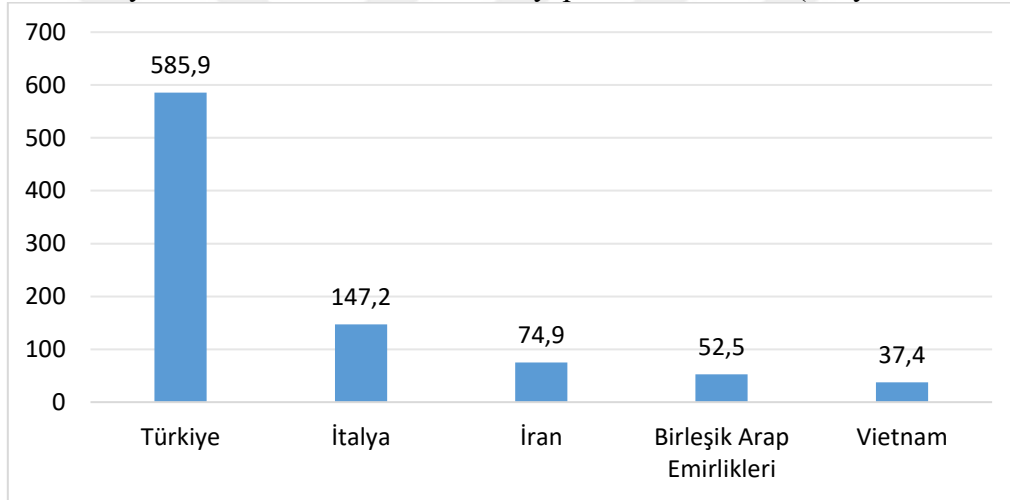


Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025

Levha mermer ihracatı, özellikle büyük ölçekli inşaat projelerinde tercih edilen yapısal ve estetik özellikleriyle, küresel doğal taş piyasasında kritik bir öneme sahiptir. Son yıllarda dünya genelinde inşaat ve altyapı yatırımlarında yaşanan artış, bu alandaki ihracat hacmini kayda değer biçimde etkilemiştir. Nitekim küresel veriler, bu artışın yalnızca dönemsel talep dalgalanmalarıyla sınırlı olmadığını, aynı zamanda üretim ve işleme teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak kalıcı hale geldiğini göstermektedir (Duman, 2023: 19-20).

Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, dünya genelinde levha mermer ihracatı 2020 yılında yaklaşık 948,3 milyon \$ seviyesindeyken, bu rakam 2024 yılı itibarıyla 1 milyar 266,7 milyon \$'a yükselmiştir. Bu yaklaşık %33,5'lik artış, hem gelişmekte olan ülkelerdeki altyapı ihtiyacının hem de estetik açıdan doğal malzeme kullanımına yönelik artan küresel eğilimin bir yansımasıdır.

Şekil 5. 2024 yılında Levha mermeri ihracatı yapan ilk 5 ilk Ülke (Milyon ABD Doları)



Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025

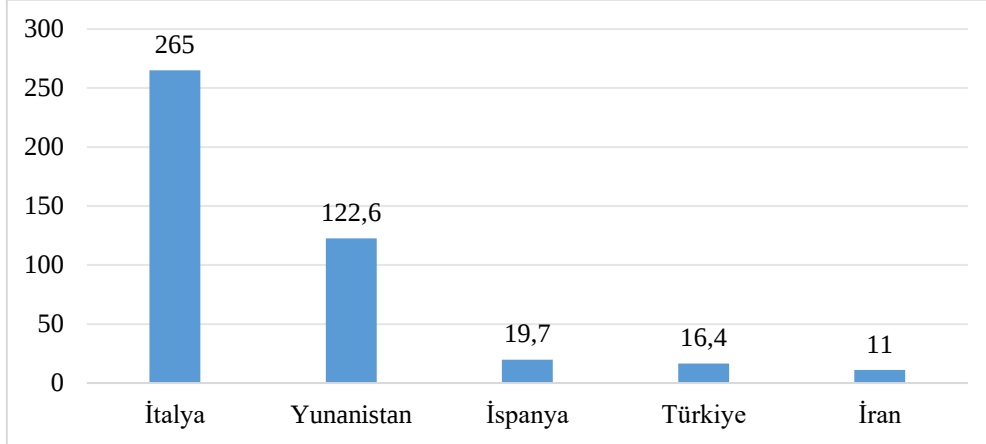
Bu grafik, Türkiye'nin liderliğini hâlâ sürdürdüğünü ancak 2023 yılına göre ihracatında yaklaşık %7,5 oranında bir düşüş yaşandığını göstermektedir (Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) , 2024). 2023 yılında 633,7 milyon \$ olan Türkiye'nin ihracatı, bu düşüşe rağmen dünya sıralamasındaki birinciliğini korumaktadır. Bu durum, özellikle enerji maliyetlerindeki artış, lojistik süreçlerdeki sıkışmalar ve kur baskılarının ihracata olası yansımalarıyla açıklanabilir. İtalya, 2023 yılında 122,9 milyon \$ olan ihracatını 2024'te 147,2 milyon \$'a çıkararak %19,7 oranında kayda değer bir büyüme gerçekleştirmiştir. Bu gelişme, İtalyan taş işçiliğinin hem geleneksel hem de modern pazarlarda sürdürülebilir bir talep gördüğünü kanıtlar niteliktedir. En dikkat çeken yükseliş ise İran'a aittir. 2020'de neredeyse ölçümlenemeyecek kadar düşük olan İran ihracatı, 2024 yılında yaklaşık 75 milyon \$'a çıkarak olağanüstü bir artış göstermiştir. Bu

sıçramanın ardında, bölgesel istikrar arayışları ile birlikte yapılan altyapı ve ihracat teşviklerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Buna karşın, bazı ülkeler sınırlı ölçüde ilerleme kaydedebilmiştir. Kuzey Makedonya gibi istikrarlı ancak küçük ölçekli üreticiler 2024 yılında 44,4 milyon \$'lık ihracatla varlığını sürdürmekte; Yunanistan gibi geleneksel üreticiler ise 2023'e göre sınırlı bir gerilemeyle 29,7 milyon \$'da kalmaktadır (ITC, 2024).

Genel itibarıyla değerlendirildiğinde, blok ve levha mermer ihracatındaki büyüme, küresel yapı sektörünün dönüşüm süreciyle paralellik göstermektedir. Ancak bu büyümeden istifade edebilmek, yalnızca rezerv miktarına değil; aynı zamanda işleme kapasitesi, lojistik kabiliyet ve uluslararası pazarlara entegrasyon becerilerine de doğrudan bağlıdır.

Blok mermer, doğal taş sektörünün en ham ve stratejik ürünlerinden biri olarak, küresel ticarete önemli bir yer tutmaktadır. Bu ürün grubu, genellikle işlenmemiş ya da yalnızca kaba kesimden geçirilmiş mermer kütlelerini kapsamakta olup, işleme tesislerine gönderilmek üzere ihraç edilmektedir. Duman (2023)'ın da belirttiği gibi, blok mermer ihracatı, ülkelerin taş rezervlerini değerlendirme kapasitesiyle doğrudan ilişkilidir (Duman 2023: 19-20). Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, dünya genelinde blok mermer ihracatı 2020 yılında 513,6 milyon \$ seviyesindeyken, bu rakam 2021'de 672,2 milyon \$'a ulaşmış; ancak sonraki yıllarda düşüş eğilimi göstermiştir (Uluslararası Ticaret Merkezi (İTC), 2024). 2024 yılı itibarıyla küresel blok mermer ihracatı 492,5 milyon \$ olarak kaydedilmiştir. Bu durum, işlenmiş ürünlere yönelimin artması ve bazı ülkelerdeki üretim kısıtlarıyla açıklanabilir.

Şekil 6. 2024 yılında Blok mermeri ihracat yapan ilk 5 Ülke (Milyon ABD doları)



Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025

Buna karşın, Türkiye'nin blok mermer ihracatı 2020 yılında 45,7 milyon \$ iken, 2024 yılı itibarıyla 16,4 milyon \$'a kadar gerilemiştir. Bu yaklaşık %64'lük bir düşüş,

Türkiye'nin blok mermer yerine daha fazla katma değerli işlenmiş ürün ihracatına yöneldiğini düşündürmektedir. Aynı şekilde, İran ve İspanya gibi ülkelerde de ihracat hacimlerinde dalgalanmalar gözlemlenmiştir. Bu grafik, blok mermer ihracatında geleneksel üretici ülkelerin konumlarını koruduğunu; ancak bazı ülkelerin stratejik olarak işlenmiş ürünlere yönelerek blok ihracatını azalttığını ortaya koymaktadır. Bu yönelim, hem ekonomik değer yaratımı hem de çevresel sürdürülebilirlik açısından sektörün dönüşümüne işaret etmektedir (Duman, 2023: 20).

Son yıllarda artan kentleşme, altyapı yatırımları ve büyük ölçekli konut projeleri, dünya genelinde mermer ithalatının dikkat çekici biçimde artmasına neden olmuştur. Mermer, özellikle estetik, dayanıklılık ve sürdürülebilirlik gibi özellikleri nedeniyle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde yapı sektörü açısından vazgeçilmez bir malzeme hâline gelmiştir (Duman, 2023: 21). Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, 2024 yılında küresel mermer ithalatının en yüksek olduğu beş ülke şunlardır: Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Hindistan, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri. Bu ülkeler, toplam dünya ithalatının yaklaşık %58,1'ini tek başlarına gerçekleştirmiştir. Bu oran, söz konusu ülkelerin hem iç talep büyüklüğünü hem de yapı sektörü içerisindeki önemini açık biçimde ortaya koymaktadır (Duman, 2023: 21). Sıralamanın başında yer alan Çin, kentsel dönüşüm programları ve altyapı yatırımları nedeniyle büyük miktarda blok ve işlenmiş mermer ithal etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri, özellikle lüks konut ve otel projelerinde mermerin iç mekân uygulamalarında yoğunlukla kullanılmasıyla yüksek ithalat hacmini korumaktadır (Özdemir, 2022: 27). Hindistan, hızlı nüfus artışı ve gelişen inşaat sektörü sayesinde üçüncü sırada yer alırken; Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri, kültürel ve mimari projelerle prestijli mermer tüketicileri arasında öne çıkmaktadır (Apaydın, 2024: 10). Bu ülkelerdeki ithalat eğilimleri, yalnızca ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda kaliteli ve sofistike yapı malzemelerine olan estetik yönelimleri de yansıtmaktadır. Nitekim İhracat Genel Müdürlüğü (2021: 14), bu ülkelerin ithalat kararlarında ürünün dayanıklılığı, homojenliği ve işlenme kabiliyeti gibi teknik kriterlerin belirleyici rol oynadığını vurgulamaktadır.

Sonuç olarak, 2024 yılı itibarıyla dünyada mermer ithalatı, yalnızca hacimsel değil; aynı zamanda kalite odaklı ve sektörel ihtiyaçlara göre şekillenen bir yapı kazanmıştır. Bu gelişme, ihracatçı ülkeler açısından sürdürülebilir üretim, lojistik esneklik ve teknik kalite standartlarına uyum bakımından stratejik bir rekabet alanı yaratmaktadır.

Levha mermer ticareti, son yirmi yılda küresel ölçekte önemli bir ivme kazanmıştır. Özellikle büyük ölçekli inşaat projeleri, altyapı yatırımları ve estetik yapı malzemelerine olan talep, bu ürün grubunun uluslararası ticaretteki hacmini belirgin biçimde artırmıştır. Duman (2023)'ın da belirttiği gibi, Çin bu süreçte yalnızca en büyük blok mermer ithalatçısı değil, aynı zamanda işlenmiş mermer ihracatında da lider konumundadır (Duman 2023: 24-25). Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, dünya genelinde levha mermer ithalatı 2020 yılında 1,49 milyar \$ seviyesindeyken, 2024 yılı itibarıyla bu rakam 1,62 milyar \$'a yükselmiştir (Uluslararası Ticaret Merkezi, 2024). Bu artış, küresel yapı sektöründeki dönüşümün ve doğal taşlara yönelik estetik tercihin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir (Silifke TSO, 2024: 13).

2024 yılı itibarıyla en fazla levha mermer ithalatı gerçekleştiren ilk beş ülke sırasıyla Çin (1.065,6 milyon \$), Hindistan (299,1 milyon \$), İtalya (27 milyon \$), Brezilya (15,6 milyon \$) ve Tayvan (15,6 milyon \$) olmuştur. Bu ülkeleri sırasıyla Mısır, Singapur, Tayland, Cezayir ve Endonezya takip etmektedir. Türkiye ise 2024 yılında 2,6 milyon \$'lık ithalatla 26. sırada yer almıştır. Çin'in liderliği, ülkenin devasa altyapı projeleri ve kentsel dönüşüm programlarıyla doğrudan ilişkilidir. Hindistan ise artan nüfusu ve kentleşme oranıyla birlikte, doğal taşlara olan talebini istikrarlı biçimde artırmaktadır. İtalya'nın ithalatı ise, ülkenin yüksek kaliteli mermer işleme kapasitesiyle bağlantılıdır; ithal edilen levhalar genellikle ileri düzey işleme teknikleriyle katma değerli ürünlere dönüştürülmektedir (Özdemir, 2022: 27). Brezilya, Tayvan ve Mısır gibi ülkelerdeki artışlar, bu pazarların büyüme potansiyelini ortaya koyarken; Singapur ve Tayland gibi şehir devletleri ve bölgesel merkezler, ithalatlarını daha çok iç mimari ve prestijli projelerde kullanmak üzere gerçekleştirmektedir (Apaydın, 2024:10). Bu veriler, levha mermer ithalatının yalnızca miktar bazında değil, aynı zamanda kullanım amacı, kalite beklentisi ve teknolojik altyapıya göre şekillendiğini göstermektedir. İhracat Genel Müdürlüğü (2021) tarafından hazırlanan sektörel raporda da belirtildiği üzere, ithalatçı ülkeler ürün seçiminde dayanıklılık, estetik uyum ve işlenebilirlik gibi teknik kriterleri ön planda tutmaktadır (İhracat Genel Müdürlüğü 2021: 14a).

Sonuç olarak, 2024 yılı itibarıyla levha mermer ithalatı, küresel yapı sektöründeki dönüşümle birlikte çeşitlenmiş; ithalatçı ülkelerin ekonomik yapıları, inşaat stratejileri ve estetik tercihleri doğrultusunda yeniden şekillenmiştir. Bu eğilim, üretici ülkeler açısından yalnızca arz değil, aynı zamanda kalite, sürdürülebilirlik ve lojistik esneklik açısından da yeni sorumluluklar doğurmaktadır.

Tablo 13. 2020-2024 dönemi Levha Mermer İthalatında önde gelen 11 Ülke (bin ABD Doları).

Sıra	İthalatçı Ülke	2020	2021	2022	2023	2024
1	Çin	1.140.830	1.598.917	1.145.049	997.912	1.065.560
2	Hindistan	130.415	223.821	325.709	323.894	299.145
3	İtalya	19.227	32.263	36.155	26.283	27.038
4	Brezilya	6.088	9.062	10.357	12.116	15.622
5	Tayvan	10.731	18.756	16.363	14.226	15.597
6	Mısır	1.308	1.632	6.393	6.232	15.221
7	Singapur	2.814	6.134	19.149	11.948	14.337
8	Tayland	10.220	10.302	19.234	14.016	13.423
9	Cezayir	15.997	14.902	13.452	14.362	11.852
10	Endonezya	6.841	68.21	10.038	7.174	10.520
26	Türkiye	3.097	3.045	4.208	3.991	2.579

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

İşlenmiş mermer, yüksek işçilik gerektiren ve estetik değeriyle öne çıkan bir yapı malzemesi olarak, doğal taş ithalatında ayrı bir yere sahiptir. Özellikle doğal taş rezervleri sınırlı olan veya işgücü maliyetleri yüksek ülkeler, bu ürün grubunu dış kaynaklardan temin etme eğilimindedir. Silifke Ticaret ve Sanayi Odası (2024) raporunda da belirtildiği üzere, bu eğilim yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda mimari tercihler ve teknik yeterliliklerle de şekillenmektedir (Silifke Ticaret ve Sanayi Odası 2024: 14). Uluslararası Ticaret Merkezi (2025) verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla dünyada işlenmiş mermer ithalatı gerçekleştiren ilk beş ülke sırasıyla Suudi Arabistan (369 milyon \$), Amerika Birleşik Devletleri (99 milyon \$), Birleşik Arap Emirlikleri (97,6 milyon \$), Irak (86,3 milyon \$) ve Fransa (52,2 milyon \$) olmuştur. Bu ülkeleri Hindistan, Birleşik Krallık, İsrail, Fas ve Libya takip etmektedir.

Tablo 14. 2020-2024 yıllarında İşlenmiş Mermer İthalatı yapan ilk 11 Ülke (Bin \$)

Sıra	İthalatçılar	2020	2021	2022	2023	2024
1	Suudi Arabistan	270.481	236.803	345.431	298.228	369.006
2	ABD	46.410	69.231	79.278	75.871	99.089
3	BAE	112.850	125.409	135.814	137.494	97.659
4	Irak	58.604	105.469	110.045	98.038	86.352
5	Fransa	50.157	64.173	70.394	56.898	52.207
6	Hindistan	21.473	30.913	42.612	47.262	43.182

7	Birleşik Krallık	18.749	21.780	32.073	36.423	39.991
8	İsrail	18.114	22.199	38.755	27.568	32.782
9	Fas	15.611	17.725	19.949	23.932	29.739
10	Libya	49.532	100.062	112.692	304.365	26.262
28	Türkiye	9.226	8.548	10.754	9.439	10.590

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

Tablonun başında yer alan Suudi Arabistan, 2024 yılında gerçekleştirdiği 369 milyon \$'lık ithalatla dikkat çekmektedir. Bu artış, ülkenin yürüttüğü büyük ölçekli konut ve altyapı projeleriyle doğrudan ilişkilidir. Amerika Birleşik Devletleri, lüks konut ve ticari yapı projelerinde mermerin iç mekân uygulamalarında yoğun biçimde kullanılması nedeniyle ikinci sırada yer almaktadır (Özdemir, 2022: 28). Birleşik Arap Emirlikleri ise prestijli mimari projeleriyle bu alandaki konumunu korumaktadır. Hindistan, 2024 yılında 43,1 milyon \$'lık işlenmiş mermer ithalatıyla altıncı sırada yer alırken, Fransa ve Birleşik Krallık gibi Avrupa ülkeleri de ithalatlarını sürdürmektedir. Bu ülkelerdeki ithalat eğilimleri, yalnızca yapı sektöründeki büyümeyi değil, aynı zamanda estetik ve teknik kalite beklentilerini de yansıtmaktadır (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021a: 15). Türkiye, 2024 yılı itibarıyla 10,6 milyon \$'lık işlenmiş mermer ithalatıyla 28. sırada yer almakta ve bu alanda sınırlı bir dışa bağımlılık göstermektedir. Bu durum, Türkiye'nin güçlü üretim altyapısı ve iç pazardaki işleme kapasitesiyle açıklanabilir. Ayrıca, Apaydın (2024) tarafından vurgulanan çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımları ve atıkların yapı malzemesi olarak değerlendirilmesi, Türkiye'nin ithalat ihtiyacını azaltan faktörler arasında değerlendirilebilir (Apaydın 2024: 11). 2024 yılı verileri, işlenmiş mermer ithalatında bölgesel farklılıkların ve ekonomik dinamiklerin belirleyici olduğunu göstermektedir. Özellikle Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde artan talep, bu ürün grubunun stratejik önemini pekiştirmektedir. Duman (2023) da bu eğilimi destekler şekilde, Çin'in ithalat liderliğinden çekilmesiyle birlikte yeni merkezlerin oluştuğunu ve pazarın yeniden şekillendiğini belirtmektedir (Duman, 2023: 24-25).

Sonuç olarak, işlenmiş mermer ithalatı, yalnızca ekonomik büyüme ile değil; aynı zamanda mimari tercihler, üretim maliyetleri ve sürdürülebilirlik politikalarıyla da doğrudan ilişkilidir. Bu bağlamda, üretici ülkelerin kalite, lojistik ve çevresel faktörleri dikkate alarak strateji geliştirmeleri kaçınılmaz görünmektedir.

2020- 2024 dönemi, küresel blok mermer ithalatında dalgalı ancak dikkat çekici eğilimlerin yaşandığı bir zaman dilimi olmuştur. Bu süreçte, ülkelerin ithalat hacimleri yalnızca inşaat sektöründeki büyümeye değil, aynı zamanda işleme kapasitesi, teknolojik

altyapı ve iç talep dinamiklerine göre şekillenmiştir (Silifke TSO, 2024:15; İhracat Genel Müdürlüğü, 2021a: 16).

Tablo 15. 2020-2024 yıllarında Blok Mermer İthalatı yapan ilk 11 Ülke (bin \$).

Sıra	İthalatçılar	2020	2021	2022	2023	2024
1	İtalya	51.415	92.624	79.405	57.893	77.837
2	Çin	90.060	103.592	71.646	62.906	65.828
3	Suudi Arabistan	10.242	6.503	14.525	14.922	22.216
4	Tayvan	21.718	24.483	19.641	16.034	18.319
5	Yunanistan	11.485	16.628	14.615	9.575	16.678
6	Mısır	39.085	78.640	80.481	73.430	16390
7	Cezayir	6.110	6.371	9.774	5.470	8.092
8	Tunus	1.345	1.813	1.092	491	6.294
9	Almanya	3.404	5.699	4.726	4.786	5.170
10	Ürdün	61	514	606	851	4.849
11	Türkiye	1.648	2.488	4.679	4.351	4.370

Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

Uluslararası Ticaret Merkezi (2025) verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla en fazla blok mermer ithalatı gerçekleştiren ülke İtalya olmuştur. İtalya, bu dönemde 77,8 milyon \$ değerinde ithalat yaparak listenin başında yer almıştır. Bu durum, ülkenin gelişmiş işleme altyapısı ve yüksek kaliteli ürün talebiyle doğrudan ilişkilidir. İtalya'yı sırasıyla Çin (65,8 milyon \$), Suudi Arabistan (22,2 milyon \$), Tayvan (18,3 milyon \$) ve Yunanistan (16,7 milyon \$) takip etmektedir. Çin'in ithalat hacmi, 2021 yılında ulaştığı 103,6 milyon \$'dan 2024'te 65,8 milyon \$ gerilemiş olsa da, hâlâ küresel blok mermer ticaretinde önemli bir aktör konumundadır. Bu düşüş, Çin'in iç üretim kapasitesini artırması ve bazı projelerde yerli kaynaklara yönelmesiyle açıklanabilir (Duman, 2023: 24). Mısır, 2024 yılında 16,4 milyon \$'lık ithalatla dikkat çekerken; Cezayir (8,1 milyon \$), Tunus (6,3 milyon \$), Almanya (5,2 milyon \$) ve Ürdün (4,8 milyon \$) gibi ülkeler daha sınırlı hacimlerde ithalat gerçekleştirmiştir.

Türkiye, 2024 yılı itibarıyla 4,4 milyon \$'lık blok mermer ithalatıyla 11. sırada yer almakta ve bu alanda oldukça sınırlı bir dışa bağımlılık göstermektedir. Bu durum, Türkiye'nin zengin doğal taş rezervlerine sahip olması ve blok mermer üretiminde güçlü bir altyapıya sahip olmasıyla açıklanabilir. Nitekim Türkiye, blok mermer ihracatında da uzun yıllardır lider ülkeler arasında yer almakta; Çin, Tayvan ve Mısır gibi ülkeler

Türkiye’den yoğun biçimde blok mermer ithal etmektedir (Spinetti, 2020: 88). Ayrıca, Apaydın (2024) tarafından vurgulanan çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımları ve üretim atıklarının yapı malzemesi olarak değerlendirilmesi, Türkiye’nin ithalat ihtiyacını azaltan yapısal faktörler arasında değerlendirilmektedir (Apaydın, 2024: 12). Özdemir (2022) ise üretim kayıplarının maliyet üzerindeki etkisine dikkat çekerek, ithalat kararlarında verimlilik ve fire oranlarının da belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır (Özdemir, 2022: 29).

Sonuç olarak, 2020- 2024 döneminde blok mermer ithalatı, ülkelerin ekonomik yapıları, üretim stratejileri ve mimari tercihlerine göre farklılaşmış; Türkiye ise bu tabloda güçlü üretim kapasitesi sayesinde ithalatçı değil, ihracatçı kimliğiyle öne çıkmıştır.

3. TÜRKİYE’DE MERMER ÜRETİMİ

Türkiye, sahip olduğu zengin jeolojik yapısı sayesinde dünya mermer rezervlerinin önemli bir bölümünü barındırmakta ve bu alanda dört bin yılı aşan üretim geçmişiyle öne çıkmaktadır (Ketin, 1983: 17). Marmara ve Ege başta olmak üzere birçok bölgede farklı renk, desen ve dokuya sahip doğal taşlar çıkarılmakta; bu çeşitlilik, Türkiye’yi küresel pazarda rekabetçi kılmaktadır (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 16). 2024 yılı itibarıyla ülkede binin üzerinde mermer ocağı faaliyet göstermekte olup, sektör hem istihdam hem de ihracat açısından stratejik bir konuma sahiptir (Silifke Ticaret ve Sanayi Odası, 2024:15). Ancak üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları ve teknolojik yetersizlikler, verimlilik üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır (Özdemir, 2022: 29). Bu bağlamda, modern işleme teknolojilerine geçiş ve üretim kayıplarının azaltılması sektörün sürdürülebilirliği açısından kritik önemdedir. Türkiye, yalnızca mermer değil; traverten, granit, oniks, bazalt ve andezit gibi birçok doğal taş türü açısından da zengin bir potansiyele sahiptir (Duman, 2023: 25). Bu kaynaklar, hem iç pazarda hem de başta ABD ve Çin olmak üzere dış pazarlarda yüksek talep görmektedir. 2023 yılında Türkiye’nin doğal taş ihracatı 1,9 milyar \$ olarak gerçekleşmiş; bu rakam, bir önceki yıla göre %7,6’lık bir düşüşe işaret etmiştir (Erol, 2024: 26). Sektördeki firmalar, dış ticarete ödeme ve teslim şekilleri konusunda da farklı stratejiler geliştirmekte; özellikle Bucak bölgesinde uygulanan modeller, sektörün dış ticaret yapısını anlamak açısından örnek teşkil etmektedir (Top, 2014: 33). Öte yandan, Afyonkarahisar gibi üretim merkezlerinde uygulanan mali teşvikler, yatırım ortamını güçlendirmekte ve bölgesel kalkınmaya katkı sunmaktadır (Erol, 2024: 27). Son olarak, mermer üretimi sırasında ortaya çıkan çamur

atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi yönündeki çalışmalar, çevresel sürdürülebilirlik açısından umut verici bir gelişme olarak öne çıkmaktadır (Apaydın, 2024: 11).

Türkiye, jeolojik yapısının çeşitliliği ve zenginliği sayesinde doğal taşlar açısından dünyanın en önemli rezerv alanlarından biri konumundadır. Anadolu'nun madencilik geçmişi M.Ö. 7000'li yıllara kadar uzanmakta olup, bu topraklar tarih boyunca doğal taş üretiminin beşiği olmuştur (Ketin, 1983: 17; Duman, 2023: 26). Bugün Türkiye, yaklaşık 5,2 milyar m³ (13,9 milyar ton) mermer rezerviyle dünya mermer rezervlerinin yaklaşık %40'ına sahiptir (Erol, 2024: 27). Bu rezervler, Anadolu ve Trakya boyunca geniş bir coğrafyaya yayılmış olup, Afyonkarahisar, Balıkesir, Denizli, Tokat, Bilecik, Muğla, Eskişehir ve Çanakkale gibi illerde yoğunlaşmaktadır (Silifke TSO, 2024:16). Türkiye'de 120'den fazla renk ve desen varyasyonuna sahip, 80'in üzerinde farklı yapıda mermer türü bulunmaktadır (Duman, 2023: 28). Bu çeşitlilik, Türk mermerini yalnızca ham madde olarak değil, aynı zamanda estetik ve mimari değer taşıyan bir ürün hâline getirmektedir. Dünya pazarında tanınan Supren, Elazığ Vişnesi, Afyon Şekeri, Denizli Traverteni, Milas Lilası gibi mermer türleri, hem iç pazarda hem de dış pazarda yüksek talep görmektedir. Örneğin, Afyon-İscehisar mermeri, Vatikan'daki Saint Pierre Bazilikası'nda; Elazığ Vişnesi, Beyaz Saray ve Avrupa parlamentolarında; Türk mermeri ise Disneyland gibi sembolik yapılarda kullanılmıştır (Erol, 2024: 28). Türkiye'de yaklaşık 1.500 doğal taş ocağı, 2.000'in üzerinde fabrika tipi tesis ve 9.000'den fazla küçük ve orta ölçekli atölye faaliyet göstermektedir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 16). Bu üretim altyapısı, hem istihdam hem de ihracat açısından ülke ekonomisine önemli katkılar sunmaktadır. Ancak üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları ve teknolojik yetersizlikler, sektörün verimliliğini olumsuz etkilemektedir (Özdemir, 2022:29). Öte yandan, mermer üretimi sırasında ortaya çıkan çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi yönündeki çalışmalar, çevresel sürdürülebilirlik açısından umut verici bir gelişme olarak değerlendirilmektedir (Apaydın, 2024: 12). Ayrıca, Bucak ve Afyonkarahisar gibi bölgelerde uygulanan ödeme-teslim modelleri ve mali teşvikler, sektörün dış ticaret yapısını ve yatırım ortamını güçlendirmektedir (Top, 2014: 33; Erol, 2024: 27). Sonuç olarak, Türkiye sahip olduğu rezerv büyüklüğü, çeşitliliği ve tarihsel birikimiyle yalnızca doğal taş üreticisi değil, aynı zamanda küresel ölçekte bir marka değerine sahip mermer ülkesi konumundadır.

Türkiye, mermer üretiminde sahip olduğu doğal rezerv zenginliği, coğrafi çeşitliliği ve tarihsel birikimiyle küresel ölçekte stratejik bir konuma sahiptir. Özellikle

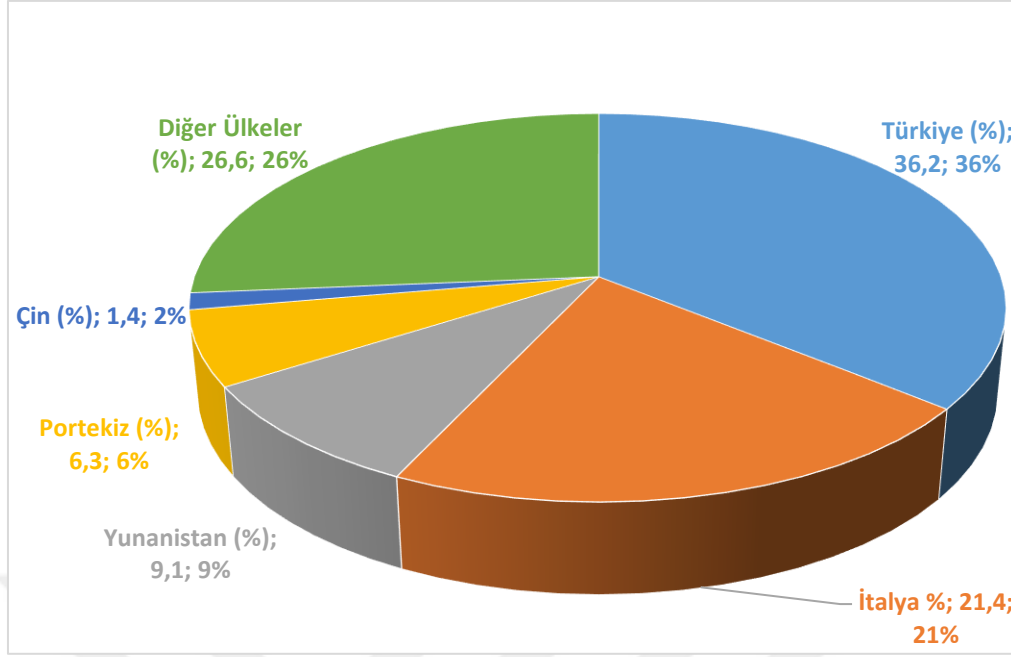
1985 yılında mermerin Maden Kanunu kapsamına alınmasıyla birlikte sektör, hem üretim hem de ihracat açısından hızlı bir büyüme sürecine girmiştir (Erol, 2024: 25). Bu dönemde açılan yeni ocaklar ve artan yatırımlar, sektörün kurumsallaşmasını ve uluslararası pazarlarda görünürlüğünü artırmıştır (Silifke TSO, 2024: 17). Bugün Türkiye, dünya mermer üretiminin yaklaşık %10,8'ini karşılamakta ve Çin ile Hindistan'la birlikte en büyük ocak taşı üreticileri arasında yer almaktadır (Duman, 2023: 28). Üretim altyapısı büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelere dayansa da, bu işletmeler hem ocakçılık hem de işleme faaliyetlerini entegre biçimde yürütebilmektedir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 17). Bu yapı, esnek üretim kabiliyeti ve bölgesel kalkınma açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Ancak üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları, maliyetleri artırmakta ve verimliliği düşürmektedir. Özellikle Denizli örneğinde yapılan saha çalışmaları, üretim kayıplarının işletme kârlılığı üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır (Özdemir, 2022: 29). Bu nedenle, modern kesim ve işleme teknolojilerine geçiş, sektörün sürdürülebilirliği açısından kritik bir gereklilik hâline gelmiştir. Ayrıca, üretim sırasında ortaya çıkan mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi yönündeki çalışmalar, çevresel sürdürülebilirlik ve kaynak verimliliği açısından umut verici gelişmelerdir (Apaydın, 2024: 12). Bu tür uygulamalar, sektörde döngüsel ekonomi anlayışının yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye'de mermerin kullanım alanları oldukça geniştir: inşaat, iç ve dış cephe kaplamaları, mezar yapımı, peyzaj düzenlemeleri ve kamusal alan tasarımları gibi birçok alanda tercih edilmektedir. Özellikle turizm bölgelerinde otel ve sosyal tesislerde mermer kullanımı yaygındır (Erol, 2024: 30). Bu talep, hem iç pazarda hem de ihracatta üretimi destekleyen önemli bir etkidir. Son olarak, Bucak gibi üretim merkezlerinde uygulanan ödeme ve teslim şekilleri, dış ticaretin yapısal dinamiklerini belirlemekte; Afyonkarahisar gibi bölgelerde sağlanan mali teşvikler ise yatırım ortamını güçlendirmektedir (Top, 2014: 33). Tüm bu unsurlar değerlendirildiğinde, Türkiye'nin mermer üretimi yalnızca ekonomik büyümeye değil, aynı zamanda istihdam, çevresel sürdürülebilirlik ve bölgesel kalkınmaya da doğrudan katkı sunmaktadır (Erol, 2024: 27).

1985 yılında mermerin Maden Kanunu kapsamına alınmasıyla birlikte Türkiye'de mermer çıkarımı ve üretimi ivme kazanmış; bu gelişme, ihracat rakamlarına da doğrudan yansımıştır (Duman, 2023: 29). Özellikle 2000'li yıllardan itibaren inşaat sektöründeki büyüme, altyapı yatırımları ve dış pazarlardaki talep artışı, Türkiye'yi dünya mermer ticaretinde öncü ülkelerden biri hâline getirmiştir. 2024 yılı itibarıyla Türkiye, dünya mermer ihracatının yaklaşık %37,5'ini gerçekleştirerek lider konumunu sürdürmektedir

(Uluslararası Ticaret Merkezi (İTC), 2024). Türkiye'nin mermer ihracat yapısı incelendiğinde, toplam ihracatın yarısından fazlasının blok mermer satışlarından oluştuğu görülmektedir (Erol, 2024: 29). Bu ihracatın önemli bir kısmı Çin'e yöneliktir. Çin'in yanı sıra Hindistan, ABD ve Avrupa ülkeleri de Türkiye'nin başlıca pazarları arasında yer almaktadır (Silifke TSO, 2024: 18). Türkiye'nin bu başarısında, üretim süreçlerinde kalite standartlarının yükseltilmesi ve teknolojik altyapının güçlendirilmesi belirleyici olmuştur (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 17). Ancak sektörün gelişimi yalnızca ihracat hacmiyle sınırlı değildir. Bucak gibi bölgelerde uygulanan ödeme ve teslim şekilleri, dış ticaretin yapısal esnekliğini artırmakta; Afyonkarahisar gibi üretim merkezlerinde sağlanan mali teşvikler ise yatırım ortamını desteklemektedir (Top, 2014: 33; Erol, 2024: 27). Öte yandan, üretim kayıplarının azaltılması ve fire oranlarının düşürülmesi yönündeki çalışmalar, sektörün kârlılığını doğrudan etkilemektedir (Özdemir, 2022: 30). Ayrıca, mermer üretimi sırasında ortaya çıkan çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi, hem çevresel sürdürülebilirlik hem de ekonomik verimlilik açısından sektörün dönüşümüne katkı sağlamaktadır (Apaydın, 2024: 12). Sonuç olarak, Türkiye'nin mermer ticaretindeki liderliği yalnızca rezerv zenginliğine değil; aynı zamanda kalite, teknoloji, lojistik esneklik ve çevresel duyarlılıkla şekillenen bütüncül bir stratejiye dayanmaktadır.

Türkiye, sahip olduğu zengin doğal taş rezervleri, üretim kapasitesi ve lojistik avantajları sayesinde 2024 yılı itibarıyla dünya mermer ihracatında %36,2'lik payla lider konumunu korumaktadır (Uluslararası Ticaret Merkezi, (İTCa) 2024). Bu oran, Türkiye'nin yalnızca üretim gücünü değil, aynı zamanda uluslararası pazarlardaki etkinliğini de yansıtmaktadır. Aynı yıl İtalya %21,4, Yunanistan %9,1, Portekiz %6,3 ve Çin %1,4 oranında ihracat gerçekleştirmiştir. Diğer ülkeler ise toplamda %25,6'lık bir paya sahiptir. Bu dağılım, Türkiye ve İtalya'nın sektördeki baskınlığını ortaya koyarken, küresel mermer ticaretinin çok merkezli yapısını da gözler önüne sermektedir (Silifke TSO, 2024: 19).

Şekil 7. 2024 yılında ülkeler bazında dünya mermer ihracatının payı



Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

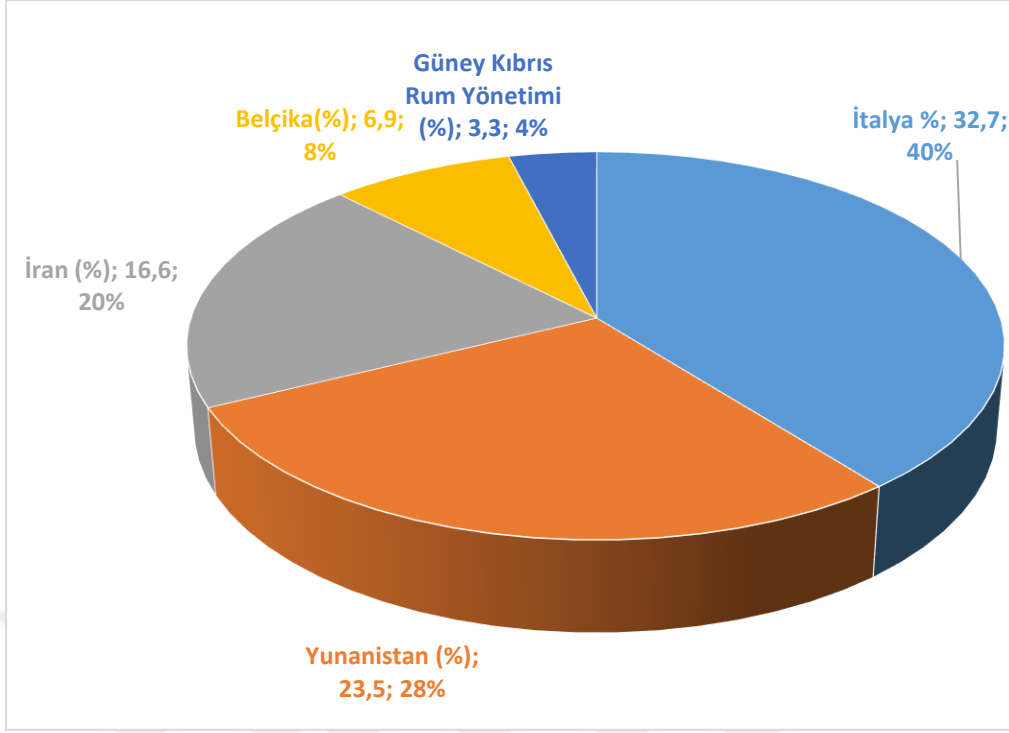
Türkiye'nin mermer ihracat yapısı incelendiğinde, toplam ihracatın yaklaşık %52'sinin blok mermer satışlarından oluştuğu görülmektedir. Bu blok ihracatının %86'sı tek başına Çin'e yapılmakta; bu da Türkiye-Çin ticari ilişkilerinin mermer sektörü özelinde ne denli güçlü olduğunu göstermektedir (Erol, 2024: 29). Türkiye'nin başlıca ihracat pazarları arasında Çin'in yanı sıra ABD, İtalya, Almanya, Japonya, Güney Kore, Mısır ve Birleşik Arap Emirlikleri yer almaktadır (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 18).

2024 yılı itibarıyla Türkiye'nin toplam doğal taş ihracatı 6,1 milyon ton karşılığında 1,87 milyar \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu ihracatın büyük kısmını işlenmiş mermer ve traverten gibi yüksek katma değerli ürünler oluşturmaktadır (Duman, 2023: 30). Türkiye'de 80'den fazla farklı yapıda ve 120'den fazla renk ve desende mermer türü bulunması, bu ürünlerin dünya pazarında geniş bir müşteri kitlesine ulaşmasını sağlamaktadır (Erol, 2024: 30). Ancak sektörün sürdürülebilir büyümesi için yalnızca ihracat hacmi değil, aynı zamanda üretim verimliliği ve çevresel duyarlılık da önem arz etmektedir. Özellikle üretim kayıplarının azaltılması (Özdemir, 2022: 30) ve mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi (Apaydın, 2024: 12), sektörün çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliğini destekleyen uygulamalardır. Ayrıca, Bucak gibi bölgelerde uygulanan ödeme ve teslim şekilleri (Top, 2014: 33) ile Afyonkarahisar'daki mali teşvikler (Erol, 2024: 27), ihracatçı firmaların rekabet gücünü artıran yapısal destekler arasında yer almaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin mermer

ihracatındaki liderliği yalnızca rezerv zenginliğine değil; aynı zamanda kalite, teknoloji, lojistik esneklik ve çevresel sorumlulukla şekillenen bütüncül bir stratejiye dayanmaktadır.

2020-2024 döneminde Türkiye'nin işlenmiş mermer ihracatı, küresel ekonomik dalgalanmalar ve pazar çeşitliliğindeki değişimlere bağlı olarak dalgalı bir seyir izlemiştir. Bu süreçte Türkiye, yüksek kaliteli üretim kapasitesi ve geniş rezerv gücüyle dünya mermer ticaretinde önemli bir aktör olmayı sürdürmüştür (Duman, 2023: 30). Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, Türkiye'nin işlenmiş mermer ihracatı 2020 yılında 1.648 bin \$ iken, 2024 yılı itibarıyla 4.370 bin \$ seviyesine ulaşmıştır. Bu artış, özellikle 2021 ve 2022 yıllarında yaşanan üretim ve lojistik zorluklara rağmen, sektörün toparlanma kapasitesini göstermektedir. Aynı dönemde İtalya 843 bin \$, Yunanistan 607 bin \$, İran 428 bin \$, Belçika 179 bin \$ ve Çin 70 bin \$ değerinde işlenmiş mermer ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu veriler, Türkiye'nin bu ürün grubunda birçok Avrupa ve Asya ülkesine kıyasla daha yüksek bir ihracat performansı sergilediğini ortaya koymaktadır (Silifke TSO, 2024: 19). Türkiye'nin ihracat yapısında blok mermerin hâlâ önemli bir paya sahip olduğu görölse de, işlenmiş ürünlerin sağladığı katma değer ve marka bilinirliği, sektörün stratejik yöneliminde belirleyici olmaktadır (Erol, 2024: 29). Özellikle ABD, Çin, Almanya ve Güney Kore gibi pazarlara yönelik işlenmiş ürün ihracatı, Türkiye'nin küresel rekabet gücünü artırmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı , İhracat Genel Müdürlüğü, 2021a: 18). Ancak üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları ve verimlilik kayıpları, sektörün kârlılığını olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, Denizli örneğinde yapılan saha çalışmaları, üretim kayıplarının maliyet üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymaktadır (Özdemir, 2022: 30). Öte yandan, mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi gibi çevresel sürdürülebilirlik uygulamaları, sektörün dönüşümüne katkı sağlamaktadır (Apaydın, 2024: 12). Afyonkarahisar'daki mali teşvikler (Erol, 2024: 27), ihracatçı firmaların dış pazarlarda daha esnek ve rekabetçi hareket etmelerine olanak tanımaktadır. Sonuç olarak, Türkiye'nin işlenmiş mermer ihracatı, yalnızca miktar bazında değil; aynı zamanda kalite, sürdürülebilirlik ve ticari esneklik açısından da gelişim göstermekte; bu da ülkenin küresel mermer ticaretindeki konumunu güçlendirmektedir.

Şekil 8. Türkiye'nin 2024 yılında işlenmiş mermer ihracatı yaptığı ilk 5 ülke (Bin ABD \$).

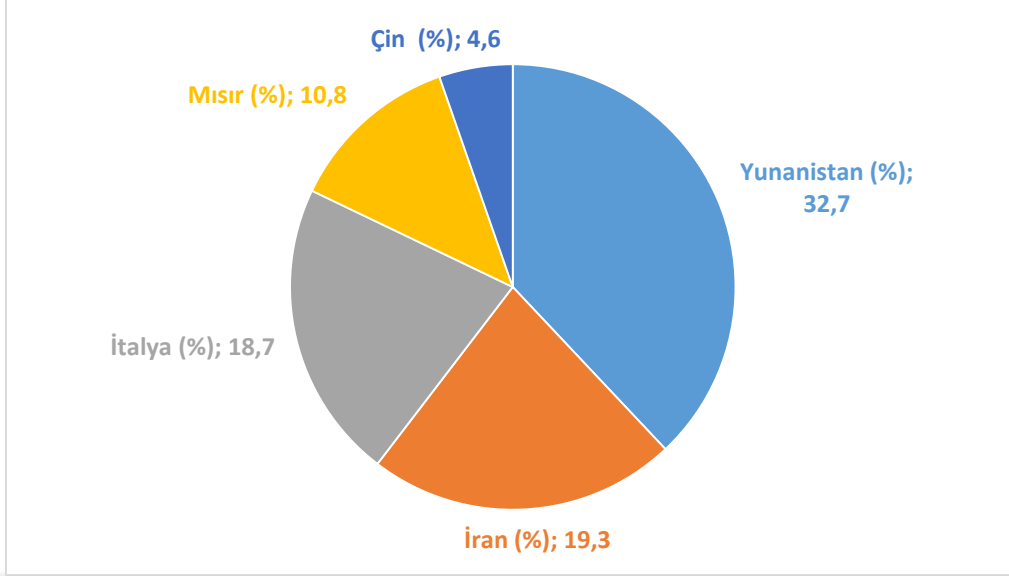


Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025a.

2024 yılı itibarıyla Türkiye'nin işlenmiş mermer ihracatında öne çıkan beş ülke toplamıdır. Bu dağılım, Türkiye'nin işlenmiş mermer ihracatında ağırlıklı olarak Akdeniz ve Avrupa pazarlarına yöneldiğini göstermektedir. Özellikle Avrupa Birliği içindeki mimari ve iç mekân dekorasyon projelerinde Türk mermerine olan talep, bu pazarlara olan ihracatın sürekliliğini desteklemektedir (Silifke TSO, 2024: 20; Duman, 2023: 30). Bu kapsamda, sektördeki firmaların hedef pazarlarda teknik beklentilere uygun ürün çeşitliliği sunması, Türkiye'nin küresel ticaretteki konumunu güçlendiren unsurlar arasında yer almaktadır. Bu veriler, Türkiye'nin işlenmiş mermer ihracatında ne kadar önemli bir oyuncu olduğunu ve bu beş ülkenin Türkiye'nin mermer ihracatındaki büyük paylarını göstermektedir. Türkiye'nin kaliteli mermerleri, bu ülkelerde inşaat ve dekorasyon alanlarında yaygın olarak kullanılmaktadır.

Türkiye, sahip olduğu zengin doğal taş rezervleri ve gelişmiş üretim altyapısıyla, dünya levha mermer ihracatında önde gelen ülkelerden biri konumundadır. Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, Türkiye'nin 2024 yılı levha mermer ihracatı 10,59 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu ihracatın büyük bölümü Avrupa ve Orta Doğu pazarlarına yönelmiştir.

Şekil 9. Türkiye'nin 2024'te mermer levha ihracatı yaptığı ilk 5 ülke (Bin ABD doları).



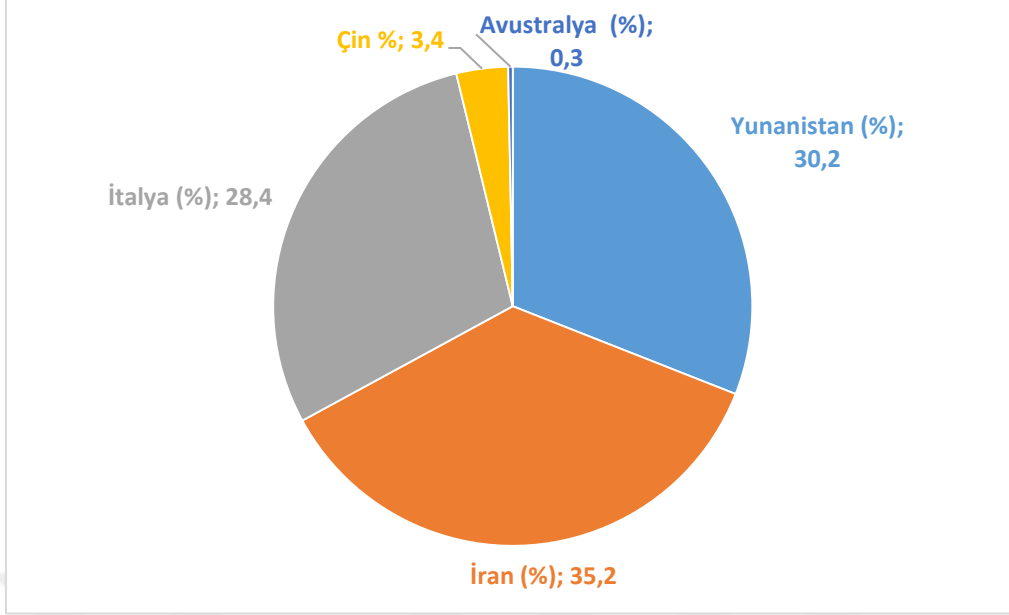
Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

2024 yılı itibarıyla Türkiye'nin levha mermer ihracatında dikkat çeken bir bölgesel yoğunlaşma göze çarpmaktadır. Uluslararası Ticaret Merkezi (2024) verilerine göre, toplam ihracatın %86'sından fazlası yalnızca beş ülkeye yönelmiştir. Bu ülkeler arasında Yunanistan 3,46 milyon \$'lık alımla ilk sırada yer alırken, onu İran (2,05 milyon \$) ve İtalya (1,98 milyon \$) takip etmektedir. Mısır 1,15 milyon \$'lık ithalatla dördüncü sırada yer alırken, Çin 484 bin \$'lık alımla beşinci sırada konumlanmıştır. Bu tablo, Türkiye'nin levha mermer ihracatında hem coğrafi yakınlık hem de ticari ilişkiler açısından belirli pazarlara odaklandığını göstermektedir (Silifke TSO, 2024: 21). Türkiye'nin bu ürün grubundaki ihracat yapısı, büyük ölçüde blok mermerin işlenerek yarı mamul hâline getirilmesine dayanmaktadır. Bu süreç, ürünün katma değerini artırmakla birlikte, üretim sırasında yaşanan fire oranları ve verimlilik kayıpları nedeniyle maliyet baskılarını da beraberinde getirmektedir. Özellikle Denizli bölgesinde yapılan saha çalışmaları, bu kayıpların işletme kârlılığı üzerindeki etkisini somut biçimde ortaya koymuştur (Özdemir, 2022: 30). Sektörün çevresel sürdürülebilirlik yönünde attığı adımlar da dikkat çekicidir. Mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi, hem çevresel etkiyi azaltmakta hem de kaynak verimliliğini artırmaktadır (Apaydın, 2024: 12). Öte yandan, Bucak gibi bölgelerde uygulanan ödeme ve teslim şekilleri (Top, 2014: 33) ile Afyonkarahisar'da sağlanan mali teşvikler (Erol, 2024: 27), ihracatçı firmaların uluslararası pazarlarda daha esnek ve rekabetçi hareket etmelerine olanak tanımaktadır. Tüm bu unsurlar değerlendirildiğinde, Türkiye'nin levha mermer ihracatı yalnızca miktar bazında değil; aynı zamanda kalite, lojistik avantaj ve

sürdürülebilirlik açısından da küresel ölçekte güçlü bir konumda yer almaktadır (Duman, 2023: 33; İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 19). Sonuç olarak, Türkiye'nin levha mermer ihracatı, yalnızca miktar bazında değil; aynı zamanda kalite, sürdürülebilirlik ve ticari esneklik açısından da gelişim göstermekte; bu da ülkenin küresel mermer ticaretindeki konumunu pekiştirmektedir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 19).

Türkiye, sahip olduğu zengin mermer rezervleri ve yüksek üretim kapasitesiyle, blok mermer ihracatında küresel ölçekte önemli bir aktör konumundadır. International Trade Center (2024) verilerine göre, Türkiye'nin 2024 yılı blok mermer ihracatı 4,37 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu ihracatın yaklaşık %35,2'si İran'a, %30,6'sı Yunanistan'a, %28,4'ü İtalya'ya, %3,4'ü Çin'e ve %0,3'ü Avustralya'ya yapılmıştır. Bu beş ülke, toplam ihracatın %98'inden fazlasını oluşturarak Türkiye'nin blok mermer ticaretinde bölgesel yoğunlaşmayı açıkça ortaya koymaktadır. Blok mermer ihracatının bu denli yoğunlaşması, hem lojistik avantajlar hem de hedef pazarlardaki işleme kapasitesiyle doğrudan ilişkilidir. Özellikle İran ve Yunanistan gibi ülkeler, Türkiye'den ithal ettikleri blok mermerleri kendi iç pazarlarında işleyerek yeniden ihraç edebilmektedir (Silifke TSO, 2024: 22). Türkiye'nin bu pazarlara yönelik ihracat stratejisi, blok mermerin yüksek hacimli ve düşük işçilikli yapısından kaynaklanan lojistik verimlilikle desteklenmektedir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 20). Ancak üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları, blok mermer ihracatında da maliyetleri doğrudan etkilemektedir. Özellikle Denizli ölçeğinde yapılan saha çalışmaları, üretim kayıplarının işletme kârlılığı üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymuştur (Özdemir, 2022: 31). Bu nedenle, blok mermer üretiminde verimliliği artırmaya yönelik teknolojik yatırımlar, ihracat performansının sürdürülebilirliği açısından kritik önemdedir. Ayrıca, Bucak bölgesinde uygulanan ödeme ve teslim şekilleri (Top, 2014: 34) ile Afyonkarahisar'daki mali teşvik uygulamaları (Erol, 2024: 28), ihracatçı firmaların dış pazarlarda daha esnek ve rekabetçi hareket etmelerine olanak tanımaktadır. Bu yapısal destekler, Türkiye'nin blok mermer ihracatında istikrarı korumasına katkı sağlamaktadır.

Şekil 10. Türkiye'nin 2024'te Blok mermer ihracatı yaptığı ilk 5 ülke (Bin ABD Doları).



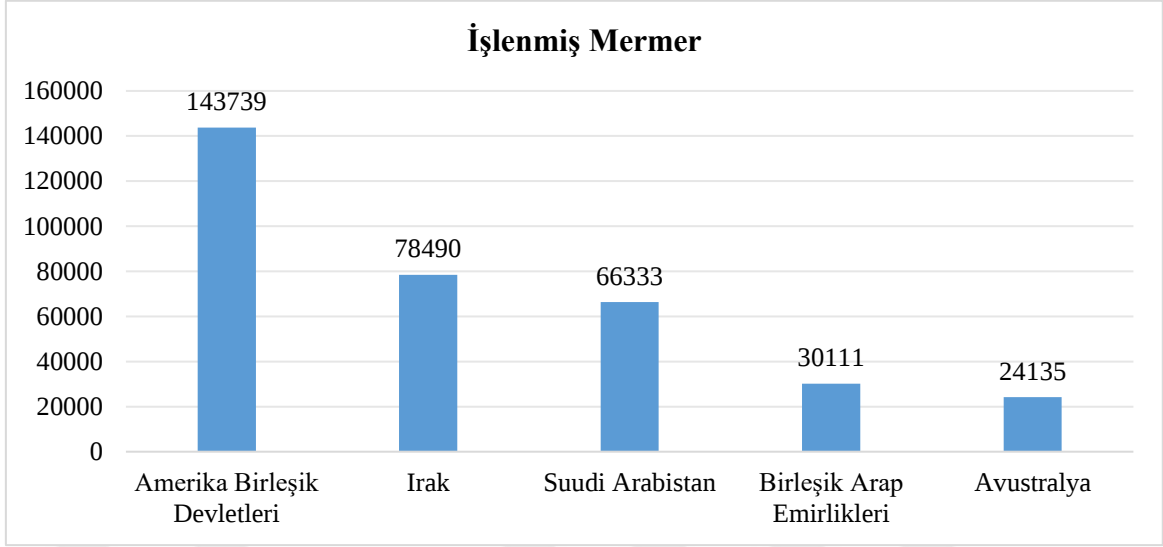
Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

Sonuç olarak, Türkiye'nin blok mermer ihracatı, yalnızca rezerv zenginliğiyle değil; aynı zamanda üretim verimliliği, lojistik strateji ve ticari esneklikle şekillenen çok boyutlu bir yapıya sahiptir. Bu yapı, Türkiye'yi küresel doğal taş ticaretinde sürdürülebilir bir liderliğe taşımaktadır.

Türkiye, dünya mermer üretiminde lider ülkelerden biri olmasına rağmen, iç pazardaki çeşitlilik ihtiyacını karşılamak amacıyla belirli oranlarda mermer ithalatı gerçekleştirmektedir. Uluslararası Ticaret Merkezi (2025) verilerine göre, Türkiye'nin toplam işlenmiş mermer ithalatı 585,9 milyon \$, levha mermer ithalatı 544,9 milyon \$ ve blok mermer ithalatı ise 16,4 milyon \$ olarak kaydedilmiştir.

İşlenmiş mermer ithalatında ilk sırayı Çin almış ve toplam ithalatın yaklaşık %63,4'ünü (371,7 milyon \$) gerçekleştirmiştir. Çin'i Hindistan (%24,2), Mısır (%2,3), İtalya (%1,9) ve Tayvan (%1,4) takip etmiştir. Bu dağılım, Türkiye'nin işlenmiş ürünlerde Asya merkezli tedarikçilere yöneldiğini göstermektedir (Silifke TSO, 2024: 23).

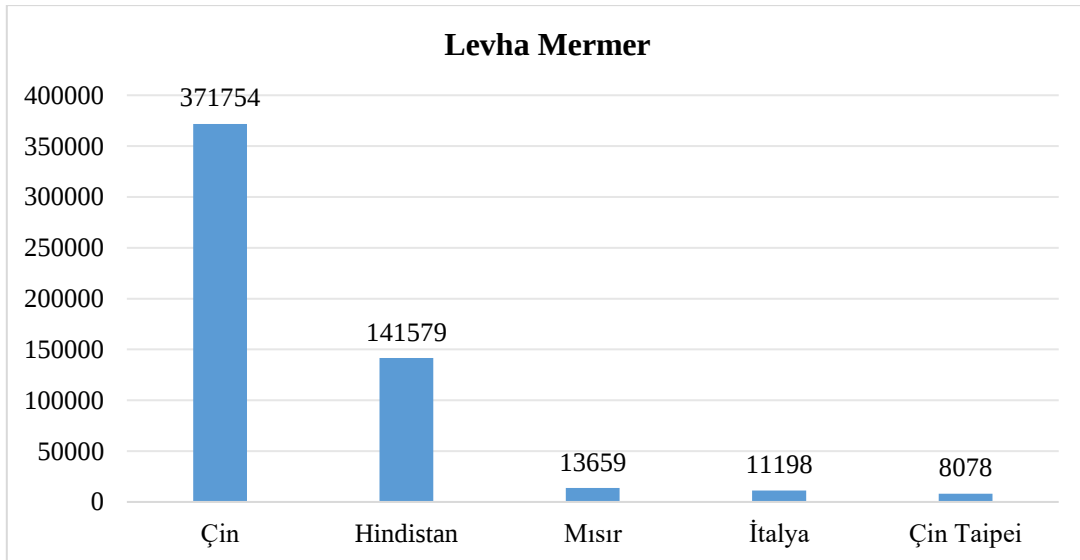
Şekil 11. Türkiye'nin 2024'te İşlenmiş Mermer İthal Ettiği İlk 5 Ülke (Milyon ABD Doları).



Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

Levha mermer ithalatında ise tablo daha dengelidir. 2024 yılında ABD %26,3'lük payla (143,7 milyon \$) ilk sırada yer alırken, onu Irak (%14,4), Suudi Arabistan (%12,1), Birleşik Arap Emirlikleri (%5,5) ve Avustralya (%4,4) izlemiştir (Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025). Bu veriler, Türkiye'nin levha mermer ithalatında hem komşu hem de uzak pazarlardan tedarik sağladığını göstermektedir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 21).

Şekil 12: Türkiye'nin 2024'te Levha Mermer İthal Ettiği İlk 5 Ülke (Milyon ABD Doları)

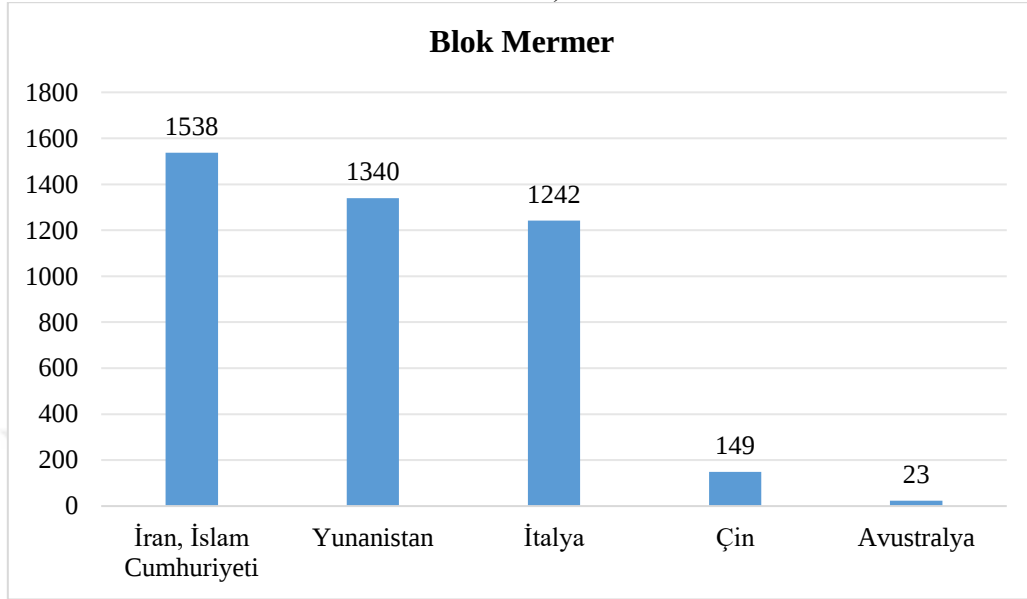


Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

Blok mermer ithalatında ise en büyük pay Mısır'a aittir. 2024 yılında Türkiye'nin blok mermer ithalatının %23,5'i (3,85 milyon \$) Mısır'dan yapılmıştır. Mısır'ı Çin (%22,9), İtalya (%16,0), Tayvan (%7,0) ve İspanya (%5,6) takip etmiştir (Uluslararası

Ticaret Merkezi, 2025). Bu tablo, Türkiye'nin blok mermerde daha çok Akdeniz ve Asya ülkelerine yöneldiğini ortaya koymaktadır (Duman, 2023: 33).

Şekil 13. Türkiye'nin 2024'te Blok Mermer İthal Ettiği İlk 5 Ülke (Milyon ABD Doları).



Kaynak: Uluslararası Ticaret Merkezi, 2025.

Her ne kadar Türkiye güçlü bir üretim altyapısına sahip olsa da, ithalatın devam etmesi; iç pazarda talep edilen özel renk, desen ve teknik özelliklere sahip taşların temin edilmesi açısından önemlidir. Ancak, Türk lirasının değer kaybı, ithalat maliyetlerini artırmakta ve yerli kaynaklara yönelimi teşvik etmektedir (Erol, 2024: 29). Ayrıca, Bucak bölgesinde uygulanan ödeme ve teslim şekilleri (Top, 2014: 34) ve Afyonkarahisar'daki mali teşvikler (Erol, 2024: 27), yerli üretimin rekabet gücünü artırarak ithalat bağımlılığını sınırlamaktadır. Bununla birlikte, üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları ve verimlilik kayıpları, ithalat kararlarını da etkileyebilmektedir. Özellikle Denizli örneğinde yapılan saha çalışmaları, üretim kayıplarının maliyet üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymuştur (Özdemir, 2022: 31). Ayrıca, mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi gibi çevresel sürdürülebilirlik uygulamaları, ithalata olan ihtiyacı azaltabilecek alternatif çözümler sunmaktadır (Apaydın, 2024: 12).

Sonuç olarak, Türkiye'nin mermer ithalatı, yalnızca dış ticaret dengesi açısından değil; aynı zamanda üretim stratejileri, kalite beklentileri ve sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda şekillenmektedir. Bu yapı, Türkiye'nin hem yerli üretimi desteklemesini hem de küresel tedarik zincirleriyle olan bağlarını sürdürmesini mümkün kılmaktadır.

4. AFYONKARAHİSAR'DA MERMER ÜRETİMİ

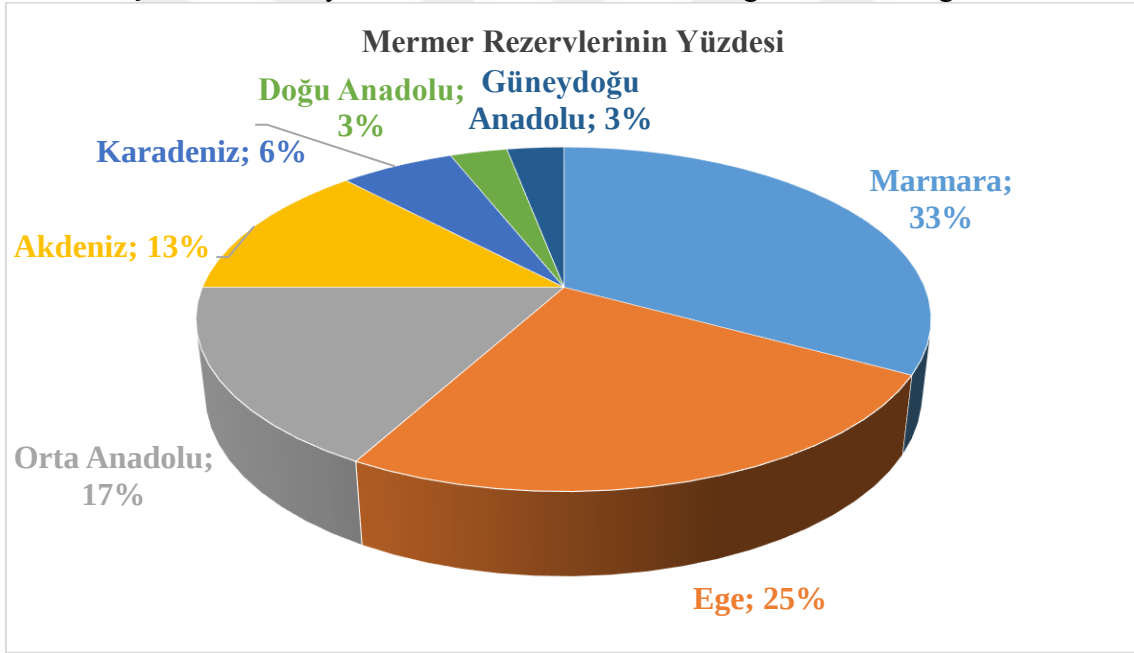
Afyonkarahisar, Türkiye'nin mermer sanayisinde tarihsel ve ekonomik açıdan stratejik bir merkez konumundadır. Türkiye'de mermer üretimi 1960'lı yıllarda sınırlı ölçekte başlamış; ancak 1986 yılında Maden Kanunu'nda yapılan reformla birlikte sektörde önemli bir dönüşüm yaşanmıştır. Bu yasal düzenleme, yatırımcıların sektöre girişini kolaylaştırmış ve mermer ocaklarının işletilmesini teşvik etmiştir (Erol, 2024: 25). Bu gelişmelerin ardından Afyonkarahisar, sahip olduğu zengin rezervler ve jeolojik çeşitlilik sayesinde mermer üretiminde öne çıkan illerden biri hâline gelmiştir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 17). Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren mermer işletmeleri, yalnızca ocakçılık değil; aynı zamanda işleme, ihracat ve lojistik alanlarında da entegre bir yapı sergilemektedir. Özellikle son yıllarda uygulanan mali teşvikler, bölgedeki yatırım ortamını güçlendirmiş ve üretim kapasitesini artırmıştır (Erol, 2024: 27). Bununla birlikte, üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları ve verimlilik kayıpları, sektörün kârlılığını doğrudan etkilemektedir. Denizli örneğinde yapılan saha çalışmaları, bu kayıpların maliyet üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymakta; benzer sorunların Afyonkarahisar'daki üreticiler için de geçerli olduğunu göstermektedir (Özdemir, 2022:30). Afyonkarahisar'daki firmalar, dış ticarete ödeme ve teslim şekilleri açısından da esnek modeller geliştirmiştir. Özellikle Bucak bölgesinde uygulanan ticaret yapıları, Afyon'daki ihracatçı firmalar için örnek teşkil etmekte ve uluslararası pazarlarda rekabet avantajı sağlamaktadır (Top, 2014: 33). Ayrıca, mermer üretimi sırasında ortaya çıkan çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi yönündeki uygulamalar, çevresel sürdürülebilirlik açısından bölgeye önemli katkılar sunmaktadır (Apaydın, 2024: 12). Sonuç olarak, Afyonkarahisar'da mermer sektörü, yalnızca doğal kaynak zenginliğiyle değil; aynı zamanda üretim teknolojileri, ticaret yapısı ve çevresel duyarlılığıyla da Türkiye'nin doğal taş sanayisinde öncü bir rol üstlenmektedir (Silifke TSO, 2024: 22).

4.1 AFYONKARAHİSAR MERMER REZERVİ

Türkiye'nin mermer rezervleri, bölgesel dağılım açısından oldukça çeşitlidir. Marmara Bölgesi %33 ile ilk sırada yer alırken, Ege %25, İç Anadolu %17, Akdeniz %13, Karadeniz %6 ve Doğu ile Güneydoğu Anadolu bölgeleri %3'lük paylara sahiptir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 14). Bu genel tablo içinde Afyonkarahisar, TR33 bölgesinde (Manisa, Uşak, Kütahya) yer alan iller arasında öne çıkmakta; bölge rezervlerinin

yaklaşık %73'üne, Türkiye genelinin ise %11'ine tek başına sahiptir (Duman, 2023: 39). Afyonkarahisar'ın bu güçlü konumu, şehrin jeolojik yapısının sunduğu farklı renk, desen ve kristal yapısına sahip mermer çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Özellikle İscehisar ilçesi ve Organize Sanayi Bölgesi, mermer üretimi ve işlenmesinde bölgenin lokomotif alanlarıdır (Silifke TSO, 2024: 24). 1980 öncesinde genellikle işlenmemiş olarak ihraç edilen Afyon mermeri, 1983 sonrası teknolojik yatırımlar sayesinde işlenmiş ürün hâline gelmiş ve bu dönüşüm, bölgeye yeni yatırımcıların ilgisini çekerek katma değeri artırmıştır (Duman, 2023: 40). 2008 yılı itibarıyla şehirde faaliyet gösteren 294 mermer firması, TR33 bölgesindeki toplam işletmelerin %59,5'ini oluşturmuştur (Duman, 2023: 40). Bu oran, Afyonkarahisar'ın sektördeki üretim ve istihdam gücünü açıkça ortaya koymaktadır. Ayrıca, bölgede uygulanan mali teşvikler, yatırım ortamını desteklemekte ve yeni ocakların açılmasını kolaylaştırmaktadır (Erol, 2024: 27).

Şekil 14. Türkiye’de Mermer Rezervlerinin Bölgelere Göre Dağılımı

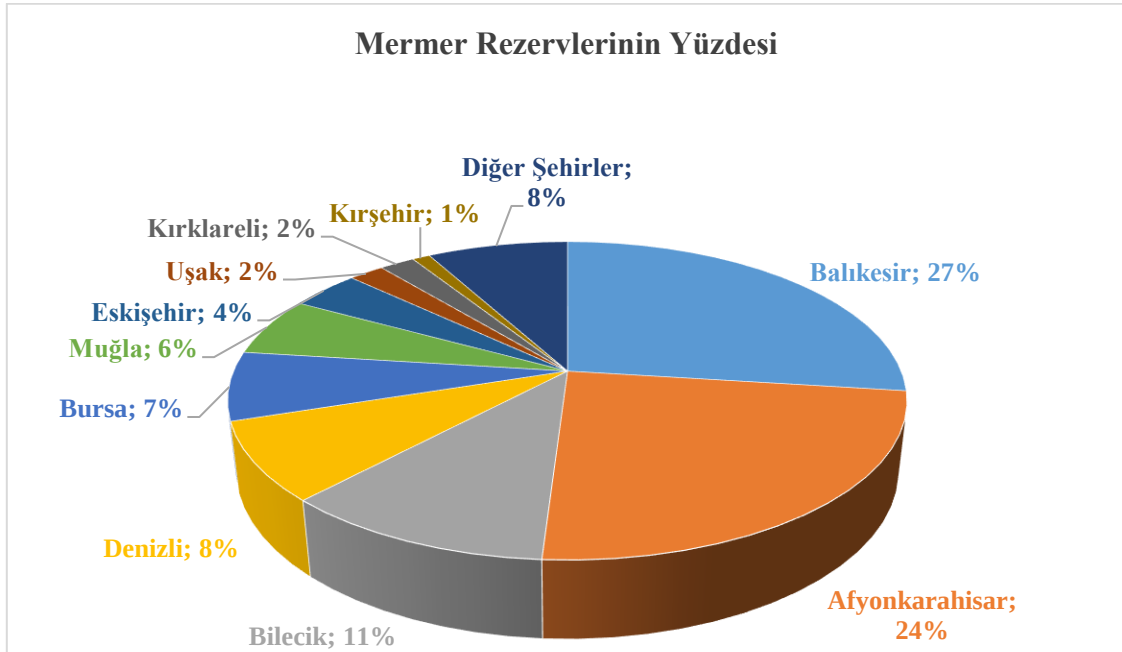


Kaynak: Duman, 2023: 39

Türkiye’de mermer rezervlerinin coğrafi dağılımı, ülkenin jeolojik çeşitliliğini yansıtan dört ana bölgeye ayrılmaktadır: Marmara, Orta ve Kuzey Anadolu, Batı Anadolu ve Güney Anadolu. Bu bölgeler arasında Balıkesir (%27) ve Afyonkarahisar (%24), sahip oldukları rezerv büyüklüğü ve ocak yoğunluğu ile öne çıkmaktadır (Duman, 2023: 40). Özellikle İscehisar ilçesi ve Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesi, yalnızca üretim değil, aynı zamanda işleme ve ihracat faaliyetlerinin de merkezinde yer almaktadır (Silifke TSO, 2024: 24). 1980’li yılların başına kadar Afyonkarahisar’dan çıkarılan mermerler çoğunlukla işlenmeden ihraç edilmekteydi. Bu durum, dönemin teknolojik

altyapısının yetersizliğinden kaynaklanıyor ve rezervlerin ekonomik potansiyelinin tam anlamıyla değerlendirilememesine neden oluyordu. Ancak 1983 sonrası dönemde, bölgedeki teknolojik yatırımların artmasıyla birlikte işlenmiş mermer üretimi başlamış; bu da hem ürün çeşitliliğini artırmış hem de bölgeye yeni yatırımcıların ilgisini çekmiştir (Duman, 2023: 40). Bugün Afyonkarahisar'daki birçok firma, yalnızca mermer işlemekle kalmayıp, aynı zamanda kendi işleme makinelerini üretme kapasitesine de sahiptir. Bu gelişme, bölgenin dışa bağımlılığını azaltmakta ve yerli teknolojinin sektöre entegrasyonunu güçlendirmektedir (Erol, 2024: 27). Mermer endüstrisinin bölgedeki sermaye birikimi ve teknolojik dönüşümü, doğrudan bu yatırımların niteliğiyle ilişkilidir (İhracat Genel Müdürlüğü, 2021: 18). Ancak, üretim süreçlerinde yaşanan fire oranları ve verimlilik kayıpları hâlâ önemli bir sorun alanı olarak varlığını sürdürmektedir. Özellikle Denizli örneğinde yapılan saha çalışmaları, bu kayıpların maliyetler üzerindeki etkisini açıkça ortaya koymakta; benzer dinamiklerin Afyonkarahisar için de geçerli olduğu değerlendirilmektedir (Özdemir, 2022: 30). Öte yandan, mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi gibi çevresel sürdürülebilirlik uygulamaları, rezerv kullanımında yeni bir yaklaşım sunmaktadır (Apaydın, 2024: 12). Sonuç olarak, Afyonkarahisar yalnızca rezerv büyüklüğüyle değil; aynı zamanda teknolojik yetkinliği, üretim altyapısı ve çevresel duyarlılığıyla Türkiye'nin mermer sektöründeki stratejik merkezlerinden biri hâline gelmiştir.

Şekil 15. Türkiye’de Mermer Rezervlerinin İllere Göre Dağılımı



Kaynak: Duman, 2023: 40

4.2 AFYONKARAHİSAR MERMER KAYNAKLARININ DAĞILIMI

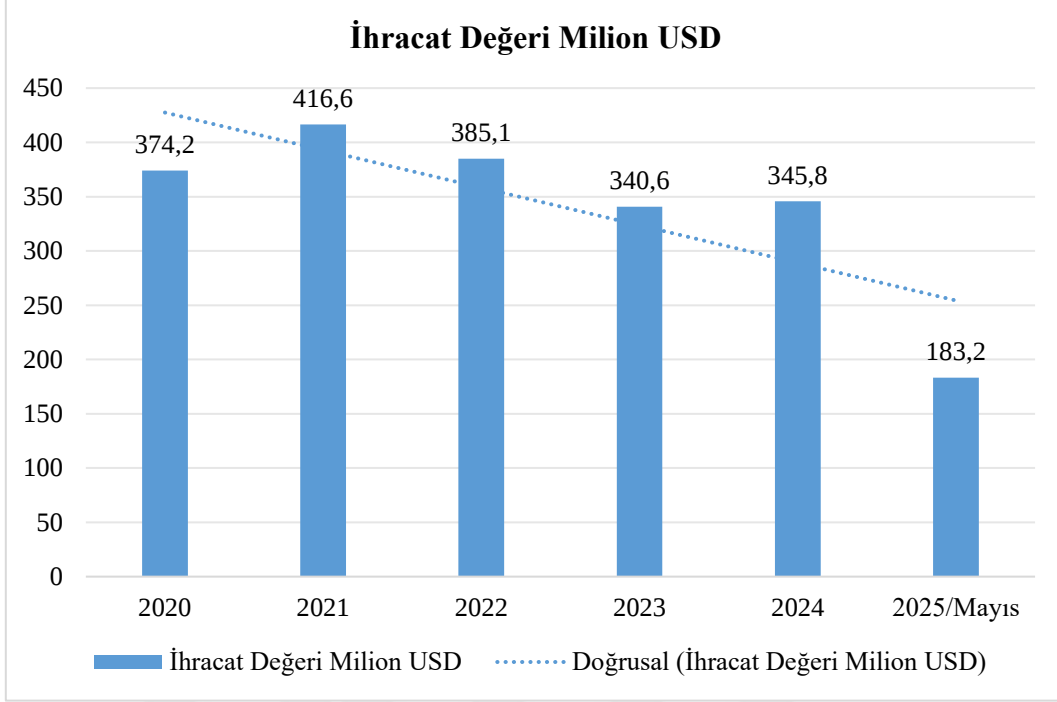
Afyonkarahisar, Türkiye'nin mermer üretiminde yalnızca rezerv büyüklüğüyle değil, aynı zamanda üretim ve işleme altyapısıyla da öne çıkan bir merkezdir. Şehirde mermer faaliyetlerinin yoğunlaştığı iki ana bölge bulunmaktadır: İscehisar ilçesi ve Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesi. Bu iki alan, hem tarihsel miras hem de modern sanayi kapasitesi açısından birbirini tamamlayan bir yapı sunmaktadır (Duman, 2023: 39). İscehisar, antik dönemlerden bu yana mermer üretiminin sürdüğü, iki bin yılı aşkın geçmişe sahip bir merkezdir. Bu bölgeden çıkarılan mermerler, Roma ve Bizans dönemlerinden günümüze kadar pek çok anıtsal yapıda kullanılmış; estetik ve dayanıklılığıyla uluslararası pazarda da yüksek talep görmüştür (Silifke TSO, 2024: 25). Günümüzde İscehisar, yalnızca Afyonkarahisar'ın değil, Türkiye'nin mermer ihracatında da stratejik bir rol üstlenmektedir (Duman, 2023: 40). Afyonkarahisar Organize Sanayi Bölgesi ise, modern mermer işleme teknolojileriyle donatılmış tesisleriyle dikkat çekmektedir. 1980 öncesinde işlenmeden ihraç edilen mermerler, 1983 sonrası teknolojik yatırımlar sayesinde işlenmiş ürün hâline gelmiş; bu dönüşüm, bölgeye yeni yatırımcıların ilgisini çekerek katma değeri artırmıştır (Erol, 2024: 27). Bugün birçok firma, yalnızca mermer işlemekle kalmayıp, aynı zamanda mermer işleme makineleri üretimi de gerçekleştirmekte; bu da bölgenin dışa bağımlılığını azaltmaktadır (Duman, 2023: 41). Afyonkarahisar'daki bu iki merkez, yalnızca üretim değil, aynı zamanda ihracat, istihdam ve teknoloji geliştirme açısından da bölgesel kalkınmanın itici gücü hâline gelmiştir. Özellikle mali teşviklerin etkisiyle yatırım ortamı güçlenmiş; firmalar, uluslararası pazarlarda daha rekabetçi bir konuma ulaşmıştır (Erol, 2024: 28). Ayrıca, üretim süreçlerinde yaşanan fire oranlarının azaltılması yönündeki çabalar, kaynakların daha verimli kullanılmasına katkı sağlamaktadır (Özdemir, 2022: 30).

Sonuç olarak, Afyonkarahisar'da mermer kaynaklarının coğrafi dağılımı yalnızca fiziksel bir yoğunlaşmayı değil; aynı zamanda tarihsel birikim, teknolojik dönüşüm ve ekonomik değer üretimini temsil etmektedir.

5. AFYONKARAHİSAR İHRACAT DEĞERLERİ

Son beş yıllık dönemde Afyonkarahisar ili ihracat performansı açısından dikkat çekici dalgalanmalar yaşamıştır. Şekil 16'da Afyonkarahisar ilinin 2020 ile 2025 yılları (Ocak-Mayıs dönemi) arasındaki ihracat değerlerinin milyon ABD \$'ı cinsinden yıllara göre değişimi yer almaktadır.

Şekil 16. Afyonkarahisarın İhracat Değeri (2020-2025)



Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2025.

Şekil 16'ya göre 2020 yılında, ilin ihracatı 374,2 milyon \$ seviyesindeyken, bu rakam 2021 yılında %17,8 artışla 416,6 milyon \$'a yükselmiştir. Bu artışta, özellikle Amerika Birleşik Devletleri, Fransa ve Çin gibi ülkelerden gelen mermer talebinin yüksekliği etkili olmuş; söz konusu üç ülke, yılın toplam ihracatının yaklaşık %42'sini oluşturmuştur (Duman, 2023: 41). Ancak, 2022 yılında ihracat 385,1 milyon \$'a gerileyerek hafif bir düşüş göstermiştir. Bu düşüş trendi 2023 yılında da devam etmiş, ihracat 340,6 milyon \$'a kadar düşmüştür. Bu durumun nedenleri arasında küresel lojistik zorluklar ve geleneksel pazarlardaki talep daralması sayılabilir. 2024 yılında ise kısmi bir toparlanma yaşanmış ve ihracat 345,8 milyon \$ seviyesine ulaşmıştır. Bu toparlanma, sektörün dengelenme çabasının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. 2025 yılının ilk beş ayına ait veriler incelendiğinde, ihracatın 183,2 milyon \$'a ulaştığı görülmektedir. Bu rakam, yılın kalan aylarında benzer bir seyir izlenmesi halinde 2022 seviyelerine yaklaşılabileceğini ve yeniden büyüme trendine girilebileceğini göstermektedir (Türkiye İhracatçılar Meclisi. (TÜİK). 2025b).

Tablo 16. Afyonkarahisar'ın 2024 yılında Türkiye ihracatındaki sıralaması

Sıra	İl	İhracat Tutarı (Bin ABD Doları)
1	İstanbul	125. 874. 272
2	İzmir	16 .884. 813
3	Kocaeli	13 .185. 405

4	Bursa	12.357.300
5	Ankara	14.987.480
6	Gaziantep	10.309.390
7	Mersin	8.281.568
8	Sakarya	6.592.677
9	Denizli	4.417.099
10	Kayseri	3.750.522
41	Afyonkarahisar	345.847

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2025.

Tablo 16’da 2024 yılında Türkiye’de en yüksek ihracat gerçekleştiren ilk 10 il ile birlikte Afyonkarahisar’ın sıralaması yer almaktadır. Türkiye genelinde 81 ilin ihracat performansları karşılaştırıldığında, Afyonkarahisar ili 345,8 milyon \$ ihracat hacmiyle 41. sırada yer almaktadır (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2025).

Tablo 17. Afyonkarahisar’ın 2025 yılı Ocak- Haziran dönemi ihracatında en çok ihracat yapılan ilk 10 ülke (Bin ABD Doları)

Sıra	Ülke	Tahmini Değer
1	ABD	36.500
2	Fransa	20.100
3	Çin	18.900
4	Almanya	15.200
5	İsrail	11.800
6	Kuveyt	10.900
7	Irak	9.400
8	Belçika	7.600
9	Hollanda	6.900
10	Avustralya	6.300

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2025.

Tablo 17’de Afyonkarahisar’ın 2025 yılı Ocak- Haziran dönemi ihracatında en çok ihracat yapılan ilk 10 ülke yer almaktadır. Verilere göre en fazla ihracatın ABD’ye yapıldığı görülmektedir.

Tablo 18’de 2023-2024 döneminde Afyonkarahisar’ın ihracat performansında öne çıkan ilk beş sektör yer almaktadır.

Tablo 18. Afyonkarahisar’ın 2023- 2024 döneminde ihracat performansında öne çıkan ilk beş sektör

Sıra	Sektör	2023 - Değer	2024 - Değer
1	Madencilik ürünleri	215 .300	238. 900
2	Kimyevi maddeler ve türevleri	18 .400	21. 100
3	Su ürünleri ve hayvansal mamuller	17 .900	19 600
4	Yaş meyve ve sebzeler	14 200	16 800
5	Demir ve demir dışı metaller	13 900	15 100

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği, 2025.

Tablo 18’ göre, mermer ihracatının lokomotifi olan madencilik sektörü, 2024 yılında 238,9 milyon \$’ı ile liderliğini sürdürmektedir. Bu değer, 2023’teki 215,3 milyon \$’lık ihracatla karşılaştırıldığında %11’lik bir artışa işaret etmektedir. İlk beş sektörün tamamında gözlemlenen yıllık pozitif büyüme, ilin ihracat yapısında hem sektörel çeşitlenme hem de ekonomik dayanıklılık eğiliminin güçlendiğini göstermektedir. Kimyevi maddeler ve mamulleri sektöründe ihracat, 2023’tte 18,4 milyon \$ iken 2024’tte 21,1 milyon \$’a yükselmiş ve %14,7 oranında artmıştır. Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörü, 2023’tte 17,9 milyon \$’dan, 2024’tte 19,6 milyon \$’a ulaşarak %9,5 büyüme göstermiştir. Aynı şekilde, demir ve demir dışı metaller alanında da 13,9 milyon \$’dan 15,1 milyon \$’a çıkan ihracat hacmi, %8,6’lık bir artışı temsil etmektedir. Ancak en dikkat çekici büyüme, yaş meyve ve sebze sektöründe gerçekleşmiştir. Bu alandaki ihracat, 2023’teki 14,2 milyon \$’dan 2024’tte 16,8 milyon \$’a yükselmiş ve %18,3 oranında artmıştır. Bu ivmeli yükseliş, büyük ölçüde lojistik altyapıdaki gelişmeler ve yeni pazarlara açılım stratejilerine dayandırılabilir.

5.1 AFYONKARAHİSAR’IN MERMER İHRACATI

Afyonkarahisar, Türkiye’nin en köklü mermer işleme merkezlerinden biri olarak, binlerce yıllık zanaatkârlık kültürünü günümüz ihracat dinamikleriyle başarıyla harmanlamaktadır. Alp Kuşağı üzerinde yer alması sayesinde önemli doğal taş rezervlerine sahip olan il, Türkiye'nin toplam doğal taş ihracatında istikrarlı şekilde ilk üç içinde yer almaktadır.

Afyonkarahisar, geleneksel üretim bilgisini modern teknolojiyle birleştirerek Türkiye'nin en önemli mermer merkezlerinden biri olma konumunu sürdürmektedir. Tablo 19’da Afyonkarahisar’ın 2020-2022 yılları arası doğaltaş ihracatı ve Türkiye sıralaması yer almaktadır.

Tablo 19. Afyonkarahisar’ın 2020-2022 Yılları Arası Doğaltaş İhracatı ve Türkiye Sıralaması

Yıl	İhracat Tutarı (Dolar)	Türkiye Sıralaması	Türkiye Payı (%)
2020	198.671.069	3	%11,44
2021	245.571.546	3	%11,74
2022	234.889.514	3	%11,20

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri, 2025.

Tablo 19’a göre Afyonkarahisar’ın doğal taş ihracatı 2020 yılında 198,6 milyon \$ (153,4 milyon \$ işlenmiş, 45,2 milyon \$ blok) iken, 2021 yılında 245,6 milyon \$’a (192,8 milyon \$ işlenmiş, 52,7 milyon \$ blok) yükselmiştir. Bu dönemde %11,74 pazar payı ile Türkiye üçüncülüğünü koruyan il, işlenmiş mermer ağırlıklı ihracatıyla katma değerli üretim stratejisini başarıyla yansıtmıştır (Duman 2023: 46). 2022 yılında doğal taş ihracatı 234,9 milyon \$’a gerilese de Afyonkarahisar Türkiye genelindeki 3. sırasını ve %11,20’lik pazar payını korumuştur. Madencilik ürünleri bazında bakıldığında ise 2022’de %23,2 artışla 246,94 milyon \$’lık bir performans sergilenmiş; ancak 2023 yılında sektör ihracatı %9,9 azalarak 211,4 milyon \$’a gerilemiştir (Ege İhracatçıları Birliği, 2025). Güncel verilere göre; 2024 yılında 112,7 milyon \$ olarak kaydedilen ihracat rakamları, 2025 yılının Ocak-Mayıs döneminde bir önceki yılın aynı dönemine (91,5 milyon \$) kıyasla %23,1’lik bir artış göstererek toparlanma eğilimine girmiştir.

Afyonkarahisar, özellikle doğal taş alanındaki güçlü altyapısı, tarihsel birikimi ve üretim kapasitesiyle Türkiye’nin ihracat yapısında stratejik bir yere sahiptir. Binlerce yıllık mermer zanaatkârlığı, günümüz teknolojileriyle bir araya gelerek ilin yüksek katma değerli ürün ihracatında söz sahibi olmasını sağlamıştır. İscehisar gibi tarihsel üretim merkezleriyle Organize Sanayi Bölgesi gibi modern sanayi alanlarının entegrasyonu, Afyonkarahisar’ı sektörde öne çıkan bir oyuncu hâline getirmiştir.

2020 -2022 döneminde, Türkiye’nin doğal taş ihracatında her yıl ilk üç içinde yer alan Afyonkarahisar, bu süreçte ulusal ihracatın %11,2 ila %11,7’sini tek başına karşılamıştır. Mermerin lokomotifi olduğu madencilik sektörü, 2024 yılı itibarıyla 238,9 milyon \$’lık ihracatla ilin dış ticaret performansının temelini oluşturmuştur. Buna ek olarak, kimyevi maddeler, yaş meyve ve sebzeler, su ürünleri ve metal dışı ürünlerde kaydedilen büyümeler, ilin sektörel çeşitliliğini artırarak ihracat yapısını güçlendirmiştir. 2025’in ilk beş ayında ise 183,2 milyon \$’lık toplam ihracat hacmi yakalanmış; yıl sonunda büyümenin yeniden hız kazanabileceği sinyali vermiştir (Türkiye İhracatçıları Meclisi, 2025b).

Sonuç olarak, Afyonkarahisar yalnızca ihracat miktarıyla değil, aynı zamanda istikrarlı büyümesi, katma değeri yaratma kapasitesi ve sektörel çeşitlenmesiyle Türkiye'nin ihracat gücüne nitelikli bir katkı sunmaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde özellikle mermer sektörü ile birlikte diğer sektörlerde yaşanan problemlere dair mevcut literatüre yer verilmektedir. Mermer sektöründe ihracat sürecini etkileyen engeller, literatürde farklı disiplinler ve yöntemlerle ele alınmış; bu engellerin sektörel rekabet gücü üzerindeki etkileri çok boyutlu biçimde değerlendirilmiştir. Aşağıda yer alan çalışmalar, araştırmamızda odaklanılan sekiz temel kriter (enflasyon, ürün kalitesi, fiyat /maliyet, performans-verimlilik, üretim kapasitesi, politik-jeopolitik problemler, finansal durum, teknoloji) çerçevesinde incelenmiş ve her biri ilgili kriterlerle ilişkilendirilerek sunulmuştur.

Eraslan vd., (2008) Bilecik bölgesinde mermer sektörü üzerine yaptığı çalışmada uluslararası rekabetçiliği etkileyen sektörel sorunları araştırmıştır. Çalışmada, üretim kapasitesi, maliyet yapısı, ürün kalitesi, teknolojik altyapı ve politik-jeopolitik faktörler gibi unsurların sektörün dış pazarlardaki rekabet gücünü doğrudan etkilediği vurgulanmıştır. Özellikle üretim sürecindeki verimsizlikler, yüksek maliyetler ve teknolojik yetersizlikler ihracat performansını sınırlayan temel engeller olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, dış ticaret sürecinde karşılaşılan politik ve jeopolitik belirsizliklerin, firmaların uluslararası pazarlara erişimini zorlaştırdığı ifade edilmiştir.

Arteaga-Ortiz ve Fernández-Ortiz (2008) küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat sürecinde karşılaştığı engelleri inceledikleri çalışmalarında, özellikle finansal kısıtlar ve işletme performansının dış pazarlara açılmada belirleyici faktörler arasında yer aldığını vurgulamışlardır. Çalışmada, finansmana erişim zorlukları, yetersiz üretim verimliliği ve teknolojik altyapı eksiklikleri, ihracat faaliyetlerini sınırlayan başlıca unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, enflasyon ve döviz kuru dalgalanmalarının maliyet yapısını bozarak ihracat kararlarını olumsuz etkilediği ifade edilmiştir. Bu bulgular, çalışmamızda ele alınan finansal durum, performans-verimlilik, teknoloji ve enflasyon kriterleriyle doğrudan ilişkilidir.

Çakır (2014) İncehisar ilçesindeki mermer sanayisini ele aldığı çalışmasında, sektörel planlama eksikliklerini ve üretim altyapısında karşılaşılan temel sorunları detaylı biçimde incelemiştir. Yerel işletmelerle yapılan görüşmeler ve saha gözlemleri sonucunda, özellikle teknolojik altyapı eksiklikleri, yüksek üretim maliyetleri ve sınırlı üretim kapasitesinin sektörün gelişimini olumsuz etkilediği ortaya konmuştur. Çalışmada

ayrıca enflasyonun yatırım kararları üzerindeki baskısı ile politik belirsizliklerin dış pazarlara erişimi zorlaştırdığı vurgulanmıştır. Bu bulgular, çalışmamızda ele alınan teknoloji, maliyet, üretim kapasitesi, enflasyon ve politik-jeopolitik problemler kriterleriyle doğrudan ilişkilidir.

Çarıkçı (2015) Türkiye'nin zeytinyağı ihracatında hedef pazarların belirlenmesine yönelik çalışmada çok kriterli karar verme tekniklerinden AHP yöntemini kullanmıştır. Literatür taraması ve sektör temsilcilerinden elde edilen veriler doğrultusunda yapılan analizlerde, maliyet yapısı, ürün kalitesi ve işletme performansı gibi kriterlerin ihracat stratejilerinde belirleyici rol oynadığı ortaya konmuştur. Çalışmada ayrıca teknolojik altyapının yetersizliği ile finansal kaynaklara erişim güçlüğü, ihracat başarısını sınırlayan temel engeller arasında gösterilmiştir. Elde edilen bulgular, maliyet yapısı, ürün kalitesi, işletme verimliliği, teknolojik yeterlilik ve finansal istikrar gibi unsurların ihracat sürecindeki belirleyici rolünü açıkça ortaya koymaktadır.

Güneri (2019) Türk kanatlı hayvancılık sektöründe ihracat hedef pazarlarının belirlenmesine yönelik çalışmada, bulanık çok kriterli karar verme yaklaşımını kullanmıştır. Sektörel veriler ve uzman görüşlerine dayalı analizlerde, üretim kapasitesi, maliyet yapısı ve teknolojik altyapı gibi kriterlerin ihracat stratejilerinde belirleyici rol oynadığı ortaya konmuştur. Çalışmada ayrıca enflasyonun maliyet yapısını bozarak karar alma süreçlerini zorlaştırdığı, politik belirsizliklerin dış pazarlara erişimi sınırladığı ve finansal istikrarsızlığın yatırım kararlarını olumsuz etkilediği vurgulanmıştır. Çalışmada ortaya konan bulgular, üretim kapasitesi, maliyet yapısı, teknolojik altyapı, enflasyonist baskılar, politik-jeopolitik belirsizlikler ve finansal koşullar gibi kriterlerin ihracat sürecindeki belirleyici etkilerini desteklemektedir.

St-Pierre, Boutary, Razafindrazaka ve Monnoyer (2020) Madagaskar'daki küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat sürecinde karşılaştığı dışsal engeller üzerine yaptığı çalışmada ülke algısının ve pazarlık gücünün ihracat performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Saha verilerine dayalı analizlerde, politik ve jeopolitik belirsizlikler, finansal istikrarsızlık ve iletişim eksiklikleri gibi faktörlerin firmaların dış pazarlara erişimini sınırladığı vurgulanmıştır. Ayrıca, ürün kalitesinin uluslararası pazarlarda güven inşa etmede kritik rol oynadığı ve teknolojik altyapı eksikliklerinin rekabet gücünü zayıflatığı belirtilmiştir. Bu bulgular, çalışmamızda ele alınan politik-jeopolitik problemler, finansal durum, iletişim, ürün kalitesi ve teknoloji kriterleriyle örtüşmektedir.

Çakıroğlu (2021) Türkiye'de faaliyet gösteren çok uluslu işletmelerin uluslararası pazarlara giriş stratejilerini belirleyen faktörleri, Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

yöntemiyle değerlendirdiği doktora tezinde, karar vericilerin stratejik tercihlerini etkileyen temel unsurları ortaya koymuştur. Araştırma kapsamında işletme yöneticileri ve akademisyenlerle yapılan görüşmeler sonucunda, yatırım riski, finansal yapı ve ev sahibi ülke pazar koşulları gibi faktörlerin strateji seçiminde belirleyici rol oynadığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada, teknolojik altyapı eksikliklerinin ve politik belirsizliklerin firmaların pazara giriş kararlarını doğrudan etkilediği vurgulanmıştır. Çalışmada ortaya konan veriler, yatırım riski, finansal yapı, hedef pazar dinamikleri, teknolojik yeterlilik ve politik-jeopolitik istikrarsızlık gibi unsurların dış pazarlara giriş stratejileri üzerinde belirleyici etkiler yarattığını göstermektedir.

Çelik (2022) Türkiye-Fransa mermer ihracatında optimal taşıma rotalarının belirlenmesi üzerine yaptığı çalışmada, AHP ve TOPSIS yöntemlerini bir arada kullanarak lojistik karar süreçlerini analiz etmiştir. Afyonkarahisar'dan Lyon'a mermer taşıyan beş farklı rota; maliyet, transit süresi ve çevresel etkiler (emisyon) gibi kriterler doğrultusunda karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, maliyetin lojistik tercihlerde öncelikli bir unsur olduğunu; performans-verimlilik ve teknolojik altyapının ise karar sürecini destekleyici faktörler olarak öne çıktığını göstermektedir. Ayrıca çalışmada, üretim kapasitesinin lojistik planlamada stratejik bir rol oynadığı ve politik-jeopolitik risklerin taşıma rotası seçiminde dikkate alınması gereken önemli bir değişken olduğu vurgulanmıştır.

Pıçak, Yıldırım ve Demir (2022), Diyarbakır mermer sektörünün mevcut durumu üzerine yapılan alan araştırmasında, bölgedeki üretici firmaların yapısal eksiklikleri, düşük üretim kapasitesi ve yetersiz teknoloji altyapısını araştırmışlardır. Yüzyüze yapılan görüşme sonucunda, firmaların performanslarını artırmak için kamu desteklerinin ve yeniden yapılanma stratejilerinin hayata geçirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, politik belirsizliklerin ve finansal yetersizliklerin sektörel gelişimi olumsuz etkilediği ifade edilmiştir.

Özkan (2023), İzmir Mermer Fuarı'nda gerçekleştirilen anket çalışmasına dayalı araştırmasında, makro çevresel faktörlerin doğal taş sektöründe satış, pazarlama ve ihracat üzerindeki etkilerini analiz etmiştir. Katılımcı görüşlerine dayanan bulgular, teknoloji takibi, enflasyon, politik istikrar ve enerji maliyetlerinin firmaların dış pazarlardaki performansını doğrudan etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca yüksek işçilik maliyetleri ile finansman erişimindeki zorlukların ihracat kararlarını sınırlayıcı unsurlar arasında yer aldığı belirtilmiştir. Çalışma, firmaların kriz senaryoları geliştirerek makroekonomik değişkenleri stratejik planlamalarında dikkate almalarının gerekliliğini

vurgulamaktadır. Bu değerlendirmeler, çalışmamızda ele alınan teknoloji, enflasyon, politik-jeopolitik problemler, maliyet ve finansal durum kriterleriyle örtüşmektedir.

Duman (2023), Afyonkarahisar mermer sektörünü katma değer üretimini bağlamında incelemiştir. 60 firma ile yapılan anketler sonucunda pazarlama sorunlarının ortak olduğu tespit edilmiştir. Uluslararası fuarlara katılımın ihracat performansını artırdığı, başarılı pazarlama yapan firmaların ise pandemiden daha az etkilendiği görülmüştür. Üretim kapasitesi, teknoloji kullanımı ve ürün kalitesi gibi kriterlerin katma değer yaratımında belirleyici olduğu vurgulanmıştır.

Karataş (2023), Türkiye ile diğer OECD ülkelerinin makroekonomik performansını COPRAS ve MAIRCA yöntemleriyle karşılaştırmalı olarak analiz etmiş; enflasyon, büyüme oranı, kişi başı gelir ve yüksek teknoloji ihracatı gibi göstergeleri CRITIC yöntemiyle ağırlıklandırmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Türkiye'nin yüksek enflasyon oranı, düşük kişi başı gelir seviyesi ve sınırlı yüksek teknoloji ihracatı nedeniyle genel sıralamada alt segmentte yer aldığı gözlemlenmiştir. Çalışma, makroekonomik istikrarın ihracat kapasitesi üzerinde yapısal bir etki yarattığını ve bu tür göstergelerin stratejik planlamada göz ardı edilemeyecek kadar kritik olduğunu ortaya koymaktadır.

Süygün ve Can (2025), Mut ilçesindeki zeytinyağı işletmelerinin ihracatını etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Görüşme ve döküman öncelemesi ile veriler toplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, ekonomik belirsizlik, üretim maliyetleri, sermaye yetersizliği ve nitelikli personel eksikliği gibi sorunlar ön plana çıkmıştır. İhracat özelinde ise teşvik eksikliği, ambalaj tedariği, yabancı dil problemi ve rekabetçi olmayan kur gibi faktörler belirleyici olmuştur. Web sitesi analizleri, teknoloji ve dijital pazarlama eksikliklerini ortaya koymuştur. Bu çalışma, bölgesel ihracat potansiyelinin artırılması için çok kriterli stratejik planlamaya ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Literatür taraması, mermer sektörü özelinde ihracat engellerine ilişkin çalışmaların çoğunlukla betimleyici nitelikte kaldığını, buna karşın engellerin önem derecelerinin sistematik biçimde ağırlıklandırılmadığını göstermektedir. Bu eksiklik, firmaların hangi sorunlara öncelik vermeleri gerektiğini belirlemelerini güçleştirmekte ve kamu politikalarının odak noktalarının netleşmesini engellemektedir. Bu bağlamda FUCOM yöntemi, söz konusu boşluğu doldurmaya elverişli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Karar vericilerin sezgisel değerlendirmelerini tutarlılığa dayalı bir matematiksel modele dönüştüren FUCOM, karar sürecinin kalitesini artırmakta; firmaların kendi deneyimlerine dayalı olarak öncelikli sorunları belirlemesine imkân

tanıdığı için saha uygulamalarına da yüksek ölçüde uyum göstermektedir. Literatürdeki mevcut çalışmalar, ayrıca, mermer sektöründe ihracat sürecini etkileyen engellerin çok boyutlu ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymakla birlikte, bu engelleri nesnel biçimde sıralayan ve önem derecelerini analiz eden yaklaşımların sınırlı kaldığını göstermektedir. Bu boşluğu gidermek amacıyla yürütülen araştırmada, Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren firmalardan elde edilen saha verileri doğrultusunda sekiz temel ihracat engeli tanımlanmış ve bunların FUCOM yöntemiyle ağırlıklandırılması amaçlanmıştır. Böylece saha gerçekliği ile teorik modeli bütünleştiren ve hem akademik çalışmalar hem de karar vericiler için uygulanabilir nitelikte bir çerçeve oluşturulmuştur.

Bu literatür taraması ve saha bulguları doğrultusunda çalışmanın temel araştırma soruları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Afyonkarahisar’daki mermer ihracatçılarına göre en kritik ihracat engelleri nelerdir?
- Bu engeller FUCOM yöntemi kullanılarak nasıl sıralanabilir ve ağırlıklandırılabilir?
- Elde edilen sıralama ile firmaların ihracat performansları (büyüme, pazara giriş ve sürdürülebilirlik) arasındaki ilişki nasıl kurulabilir?

Çalışmadan elde edilen bulguların, işletmeler ve ilgili kurumlar için öncelikli müdahale alanlarının belirlenmesine katkı sunması ve böylece ihracat stratejilerinin daha etkili biçimde şekillendirilmesine olanak sağlaması beklenmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

İHRACATTA KARŞILAŞILAN PROBLEMLERİN ÖNEM DERECELERİNİN ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME YÖNTEMİ İLE BELİRLENMESİ: MERMER SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

Mermer sektörü, Türkiye sanayisinin temel bileşenlerinden biri olarak uzun yıllardır hem yerli hem de uluslararası pazarlarda önemli bir konuma sahiptir. Afyonkarahisar, Bilecik ve Denizli gibi bölgeler, yüksek nitelikli jeolojik rezervleri ve mermeri katma değeri yüksek ürünlere dönüştürebilen sanayi altyapıları sayesinde sektörde öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, güçlü bir üretim yapısına rağmen uluslararası pazarlara erişim sürecinde yerel işletmelerin karşılaştığı çeşitli yapısal sorunlar ve dışsal faktörler, rekabet gücünü sınırlayan unsurlar arasında yer almaktadır.

İhracat süreci doğası gereği doğrusal bir şekilde ilerlememekte; mermer sektöründe faaliyet gösteren firmalar, küresel rekabet koşullarında varlık göstermeye çalışırken çok boyutlu sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu sorunlar, firmaların ticari performansını zayıflatmakta ve stratejik karar alma süreçlerinde belirsizliklere yol açmaktadır. Bu doğrultuda gerçekleştirilen bu araştırmanın temel amacı, söz konusu engelleri tanımlamak ve bu engellerin göreceli önemlerini Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden FUCOM (Tam Tutarlılık Yöntemi) kullanarak sistematik biçimde analiz etmektir.

Çalışmada, Afyonkarahisar'daki mermer ihracatçısı firmaların karşılaştığı temel sorunlar saha verileriyle değerlendirilmiştir. Döviz kuru dalgalanmaları, yüksek enflasyon, artan üretim maliyetleri, kapasite sınırlılıkları ve teknolojik yetersizlikler gibi yapısal problem alanları, firma ziyaretleri ve yönetici görüşmeleri aracılığıyla belirlenmiştir. Bu çok boyutlu sorunların analitik bir çerçeveye oturtulması amacıyla FUCOM yöntemi tercih edilmiştir. Pamučar, Stević ve Sremac (2018) tarafından geliştirilen bu yöntem, kriterlerin uzman görüşlerine göre önem sırasına konulmasına ve bu sıralamanın tutarlılığının test edilmesine olanak tanımakta olup, Uslu ve Erdebilli (2024) tarafından yapılan çalışma da dahil olmak üzere farklı sektörlerde başarıyla uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında firmalar tarafından en kritik görülen sekiz kriter belirlenmiştir: enflasyon, ürün kalitesi, fiyat-maliyet yapısı, performans-verimlilik, üretim kapasitesi, politik-jeopolitik problemler, finansal yapı ve teknoloji. Bu kriterler,

literatürde yer alan önceki sektör araştırmaları ile saha görüşmelerinden elde edilen bulgular doğrultusunda seçilmiştir. Kriterler ikili karşılaştırmalarla değerlendirilmiş, öncelik oranları belirlenmiş ve Excel Solver kullanılarak ağırlıklar hesaplanmıştır. Böylece saha verileri analitik bir modele dönüştürülmüş; karar verici aktörlere uygulanabilir, önceliklendirilmiş ve stratejik planlamaya katkı sunan bulgular elde edilmiştir.

1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

1.1. ARAŞTIRMA EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Güçlü bir teorik çerçeve oluşturmak amacıyla yürütülen literatür taramasında Google Akademik, YÖK Ulusal Tez Merkezi ile uluslararası ticaret ve sektörel yönetim alanında uzmanlaşmış akademik dergilerden yararlanılmıştır. Tarama süreci, 2008–2025 yılları arasında yayımlanmış tezleri, bilimsel makaleleri, uygulama odaklı raporları ve saha gözlemlerini kapsamaktadır. Çalışmada literatür seçimi yapılırken aşağıdaki ölçütler dikkate alınmıştır:

- Mermer sektörüne veya benzer ihracat odaklı alanlara (örneğin zeytinyağı, mobilya, gıda sanayi) doğrudan uygulanabilirlik,
- Yöntemsel açıdan katkı sunan çalışmaların tercih edilmesi (saha araştırmaları, çok kriterli karar verme uygulamaları, karşılaştırmalı analizler),
- İhracat engellerine mevzuat, ekonomik koşullar, lojistik ve insan kaynağı gibi farklı boyutlarıyla ışık tutma kapasitesi.

Literatür taraması sonucunda belirlenen kriterler, Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren yedi mermer ihracatçısına sunulmuş ve her bir kriterin önem düzeyi, firmaların deneyimlerine dayalı olarak 1 ile 10 arasında puanlanmıştır. Bu değerlendirme, saha gerçekliğini doğrudan yansıtan ve karar destek sürecine temel oluşturan bir veri seti ortaya koymuştur. Tablo 20, kriterlerin tamamını ve firmalardan elde edilen toplam puanlara göre belirlenen önem düzeylerini göstermektedir.

Tablo 20: İhracatta karşılaşılan problemlerin önem düzeylerine göre gruplandırılması

No	Kriterler/Problemler	Toplam	Önem Düzeyi
1	Enflasyon	56	Yüksek
2	Ürün Kalitesi	54	Yüksek
3	Fiyat Maliyet	47	Yüksek
4	Performans - verimlilik	47	Yüksek

5	Üretim kapasitesi	47	Yüksek
6	Politik ve jeopolitik problemleri	46	Yüksek
7	Finansal durum	40	Yüksek
8	Teknoloji	40	Yüksek
9	Nitelikli iş gücü eksikliği	39	Orta
10	Güvenirlilik	36	Orta
11	Kur Riski/ döviz dalgalanmaları	35	Orta
12	Teslimat	33	Orta
13	Teknik Yeterlilik	33	Orta
14	Hizmet kalitesi	33	Orta
15	Ödeme tahsilat Riskleri	30	Orta
16	Esneklik	26	Orta
17	Coğrafi konum	26	Orta
18	Gümrük mevzuatı ve bürokratik engeller	16	Düşük
19	Lojistik ve taşımacılık Sorunları	15	Düşük
20	Ticaret Anlaşmazlıkları ve hukuki sorunlar	13	Düşük
21	Kültürel farklılıklar/ iletişim sorunları	10	Düşük
22	Yasal düzenlemeler/ teknik normlara uygunluk	0	Düşük
23	Uluslararası standartlara uyum kapasitesi	0	Düşük
24	Uluslararası fuarlara katılım	0	Düşük
25	Uluslararası pazarlama yetkinliği	0	Düşük
26	Dijitalleşme/ e-ticaret/ çevrimiçi görünürlük	0	Düşük
27	Stratejik bilgiye erişim/ rekabet analizi	0	Düşük
28	Pazar giriş stratejisi	0	Düşük
29	Ürün inovasyonu ve farklılaşma	0	Düşük
30	Marka imajı / Menşe ülke algısı	0	Düşük

Firmalardan krelde edilen puanlar doğrultusunda kriterler üç ana önem grubuna ayrılmıştır:

- **Yüksek önem düzeyi:** 40 puan ve üzeri alan kriterler (toplam 8 adet). Bu kriterler, çalışmanın metodolojik analizinin temel odağını oluşturmaktadır.
- **Orta önem düzeyi:** 20–39 puan aralığında yer alan kriterler (toplam 9 adet). Bu kriterler, analiz sürecinde destekleyici unsurlar olarak değerlendirilmiştir.

- **Düşük önem düzeyi:** 1–19 puan aralığında kalan kriterler (toplam 13 adet). Bu kriterler literatürde yer almakla birlikte, firmalar tarafından öncelikli sorun alanları olarak görülmemiştir.

Bu çalışmada, 40 puan ve üzeri değerlendirilen yüksek öneme sahip problemler analize dahil edilmektedir. Bu kapsamda firmalardan birebir alınan geri bildirimler doğrultusunda, aşağıdaki sekiz kriter mermer sektöründeki ihracatçıların en çok karşılaştığı sorunlar olarak belirlenmiştir.

Tablo 21. Çalışmada ele alınan problemler

No	Kriterler	Literatür
1	Enflasyon	Kokarcalı ve Köksal, 2022; Özkan, 2023; Karataş, 2023
2	Ürün Kalitesi	Süygün ve Can, 2025; Çakır, 2014; Pıçak, Yıldırım ve Demir, 2022; Özkan, 2023
3	Fiyat Maliyet	Çelik, 2022; Özkan, 2023; Duman, 2023; Arteaga-Ortiz ve Fernández-Ortiz, 2008; Süygün ve Can, 2025
4	Performans - verimlilik	Duman, 2023; Çakır, 2014; Özkan, 2023; Pıçak, Yıldırım ve Demir, 2022
5	Üretim kapasitesi	Duman, 2023; Çakır, 2014; Pıçak, Yıldırım ve Demir, 2022; Süygün ve Can, 2025
6	Politik ve jeopolitik problemleri	Özkan, 2023; St-Pierre, Boutary, Razafindrazaka ve Monnoyer, 2020
7	Finansal durum	Kokarcalı ve Köksal, 2022; Arteaga-Ortiz ve Fernández-Ortiz, 2008; Süygün ve Can, 2025; Karataş, 2023
8	Teknoloji	Özkan, 2023; Çelik, 2022; Çarıkçı, 2015; Güneri, 2019; Süygün ve Can, 2025

Bu sorunlar, çalışmanın FUCOM modeli kapsamında değerlendirilecek ve firmaların verdiği yanıtlar doğrultusunda ağırlıklandırılacaktır.

1.2. VERİ ANALİZİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER

Toplam Tutarlılık Yöntemi (FUCOM), öznel karar verme süreçlerinde kriterlerin önem ağırlıklarının hesaplanmasında kullanılan bir yöntem olup, Pamučar, Stević ve Sremac (2018) tarafından geliştirilmiştir. Doğrusal programlama temeline dayanan bu modelin uygulanabilmesi için iki temel koşulun sağlanması gerekmektedir:

(1) Kriterler arasındaki ağırlık ilişkileri, uzmanlar tarafından belirlenen tercih oranlarına eşit olmalıdır.

(2) Kriterler arasında matematiksel geçişlilik (transitivite) sağlanmalıdır.

Model çözüldükten sonra, elde edilen ağırlıkların uzman değerlendirmeleriyle ne ölçüde uyumlu olduğunu test etmek amacıyla Toplam Tutarlılık Sapması (TTS) değeri hesaplanmaktadır. Bu değer, hesaplanan ağırlıkların uzmanların sezgisel tercihleriyle ne ölçüde örtüştüğünü göstererek modelin güvenilirliğini değerlendirmeye olanak tanır (Pamuçar, Stević ve Sremac, 2018: 5-6). FUCOM yöntemi; az sayıda karşılaştırma ile yüksek tutarlılık sağlaması, hata payı üzerinden ağırlıkların güvenilirliğini test edebilmesi ve karar vericilerin sezgisel yargılarını matematiksel bir yapıya dönüştürebilmesi açısından öne çıkmaktadır. Sofuoğlu (2020), FUCOM'un üretim ortamına bulanık mantıkla entegre edilmesi durumunda, belirsizlik altında dahi tutarlı sonuçlar verdiğini ortaya koymuştur (Sofuoğlu, 2020: 3-4). Bu çalışmalar, FUCOM'un yalnızca teorik bir yöntem olmadığını, aynı zamanda somut karar verme süreçlerinde etkili bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda, çalışmamızda Afyonkarahisar'daki mermer ihracatçıların karşılaştığı sorunlara çözüm önerileri geliştirmek amacıyla FUCOM yöntemi uygulanmıştır. Yöntemin uygulama adımlarına geçmeden önce, karar vericilerin ikili karşılaştırmalarda kullandığı ölçek aşağıda sunulmuştur.

Adım 1 kapsamında, karar vericiler değerlendirme kriterlerini önem derecelerine göre en yüksekte en düşüğe olacak şekilde sıralar. FUCOM yönteminin ilk uygulama adımı, karar vericilerin uzmanlıklarına dayanarak değerlendirme kriterlerini önem derecelerine göre sıralamalarıdır. Bu sıralama, en yüksek öneme sahip kriterden başlanarak en düşük öneme sahip olana doğru yapılır. Böylece, ağırlık katsayılarının beklenen değerlerine göre düzenlenmiş kriter listesi oluşturulur ve bu yapı Eşitlik (1) ile ifade edilir. Burada k sembolü, ilgili kriterin önem derecesini temsil etmektedir.

$$C_{j(1)} > C_{j(2)} > \dots > C_{j(k)} \quad (1)$$

Eğer karar vericiler birden fazla kriterin aynı düzeyde önemli olduğunu belirtmişse, bu durumda Eşitlik (1)'de kullanılan ">" sembolü yerine "=" sembolü kullanılarak eşit önem düzeyleri matematiksel olarak gösterilir. Bu yaklaşım, modelin hem uzman yargılarını hem de yapısal tutarlılığı doğru biçimde yansıtmayı sağlar.

Tablo 22. İkili Karşılaştırma Ölçeği

Önem Düzeyi	Tanım
1	Eşit önemli
2	Çok çok az önemli
3	Biraz önemli
4	Orta düzeyde önemli
5	Önemli
6	Daha Önemli
7	Çok Önemli
8	Çok çok fazla Önemli
9	Aşırı önemli

2. VERİLERİN ANALİZİ VE ELDE EDİLEN BULGULAR

Bu bölümde çalışma kapsamında FUCOM yönteminin uygulama adımları ile elde edilen sonuçlar sunulacaktır. “İhracatta karşılaşılan problemlerin önem derecelerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile belirlenmesi: Mermer Sektörü Örneği” başlığı altında yürütülen analizde, Afyonkarahisar’daki mermer ihracatına ilişkin sorunların önem düzeylerini değerlendirmek amacıyla karar kriterleri belirlenmiştir. Söz konusu kriterler, ilgili literatür taraması ve bölgedeki 7 mermer girişimcisinin uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulmuştur. Elde edilen değerlendirme kriterleri aşağıdaki Tablo 23’te sunulmaktadır.

Tablo 23. Çalışmada Kullanılan Kriterler

Sembol	Kriter
K1	Enflasyon
K2	Ürün Kalitesi
K3	Fiyat Maliyet
K4	Performans - verimlilik
K5	Üretim kapasitesi
K6	Politik ve jeopolitik problemleri
K7	Finansal durum
K8	Teknoloji

Adım 2: Kriterlerin karşılaştırmalı öncelik değerleri ile öncelik vektörlerinin hesaplanması. Belirlenen kriterlerin karşılaştırmalı öncelik değerleri esas alınarak,

değerlendirme kriterlerine ait karşılaştırmalı öncelik vektörü Eşitlik (2) yardımıyla oluşturulur.

$$\Phi = (\varphi_{1/2}, \varphi_{2/3}, \varphi_{3/4}, \dots, \varphi_{k/(k+1)}) \quad (2)$$

Eşitlikte yer alan $\varphi(C_i/C_j)$ değeri $C_{j(k)}$, ilgili kriterin $C_{j(k+1)}$ değerine göre sıralama üstünlüğünü ve göreceli avantajını ifade etmektedir. FUCOM yönteminde kriterler arasındaki ikili karşılaştırmalar; ondalık değerler, tamsayılar veya önceden tanımlanmış bir değerlendirme ölçeği kullanılarak gerçekleştirilebilir. Bu esneklik sayesinde uzmanların sezgisel yargıları, matematiksel modele tutarlı biçimde aktarılabilir.

Analizin uygulama sürecinin ilk aşamasında, mermer ihracatçısı firmalar tarafından sektörel uzmanlıklarına dayanarak önem düzeyi yüksek bulunan kriterler bir tablo halinde sıralanmıştır. Ardından, karar vericiler tarafından her bir kriterin göreceli önemini ifade etmek amacıyla 1 ile 9 arasında ikili karşılaştırma ölçeği kullanılmıştır (1: en düşük önem, 9: en yüksek önem).

Karşılaştırmalar, kriterlerin göreceli önem düzeylerine göre yapılmış olup, her bir kriterin diğerlerine kıyasla ne derece öncelikli olduğu uzman görüşleri doğrultusunda belirlenmiştir. Aşağıdaki tabloda, karar vericiler tarafından yapılan kriter sıralamaları ve karşılaştırma değerleri sunulmaktadır.

Tablo 24. Kriter karşılaştırma

Karar Vericiler	Sıralama
Firma 1	Kriterler $k_1 = k_2 > k_3 = k_4 = k_5 = k_6 > k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 9 9 8 8 8 8 7 7
Firma 2	Kriterler $k_1 = k_2 > k_3 = k_4 = k_5 = k_6 > k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 8 8 7 7 7 7 6 6
Firma 3	Kriterler $k_1 = k_2 > k_3 = k_4 = k_5 = k_6 > k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 8 7 6 6 6 7 5 5
Firma 4	Kriterler $k_1 > k_2 > k_3 = k_4 = k_5 > k_6 = k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 7 6 5 5 5 4 4 4
Firma 5	Kriterler $k_1 = k_2 > k_3 = k_4 = k_5 = k_6 > k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 7 7 6 6 6 6 5 5
Firma 6	Kriterler $k_1 = k_2 > k_3 = k_4 = k_5 > k_6 = k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 9 9 8 8 8 7 7 7
Firma 7	Kriterler $k_1 = k_2 > k_3 = k_4 = k_5 = k_6 > k_7 = k_8$
	$(\bar{\omega}_{C_{j(k)}})$ 8 8 7 7 7 7 6 6

Uzmanlar tarafından gerçekleştirilen değerlendirmeler sonucunda, kriterler arasındaki karşılaştırmalar karar verme sürecinde en belirleyici olan unsurun tespit edilmesini sağlamıştır. Tüm uzman görüşleri doğrultusunda, enflasyon (K1) kriteri oybirliğiyle en önemli faktör olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle yapılan tüm ikili karşılaştırmalar, enflasyon kriteri referans alınarak gerçekleştirilmiş ve karşılaştırmalar 1 ile 9 arasında değişen bir ölçek üzerinden yapılmıştır; bu ölçek, 1 en düşük önemi, 9 ise en yüksek önemi temsil etmektedir. Uzmanların ifade ettiği yargılara göre enflasyon, diğer kriterlere kıyasla daha yüksek bir öneme sahiptir. Buna göre, ürün kalitesi (K2) kriterine göre 3 kat, fiyat/maliyet (K3) kriterine göre 4 kat, performans ve verimlilik (K4) kriterine göre 5 kat, üretim kapasitesi (K5) ve politik-jeopolitik problemler (K6) kriterlerine göre 6 kat, finansal durum (K7) kriterine göre 7 kat ve son olarak teknoloji (K8) kriterine göre 8 kat daha önemli olarak değerlendirilmiştir. Bu karşılaştırmalar, FUCOM modelinin kurulmasında temel alınmış ve kriterler arası tutarlılığın sağlanmasına yönelik matematiksel geçişlilik koşulları doğrultusunda analiz süreci başlatılmıştır.

$$\begin{aligned} \varphi_{C1/C2} &= \frac{3}{1} = 3 & \varphi_{C2/C3} &= \frac{4}{3} = 1,33 & \varphi_{C3/C4} &= \frac{5}{4} = 1,25 \\ \varphi_{C4/C5} &= \frac{6}{5} = 1,2 & \varphi_{C5/C6} &= \frac{6}{6} = 1 & \varphi_{C6/C7} &= \frac{7}{6} = 1,17 \\ \varphi_{C7/C8} &= \frac{8}{7} = 1,14 \end{aligned}$$

Bu aşamada, FUCOM yöntemine uygun olarak, kriterler arasındaki tercih oranlarını ifade eden $\varphi(C_i/C_j)$ biçimindeki tutarlılık koşullarının sağlanması gerekmektedir. Bu oranlar, örneğin $\varphi(C1/C2) = 3$, $\varphi(C1/C3) = 4$, $\varphi(C1/C4) = 5$ şeklinde ifade edilmekte olup, uzmanların kriterler arasındaki göreceli önem yargılarını temsil eder. Modelin kurulumu sırasında, bu karşılaştırma oranlarının matematiksel olarak korunması zorunludur. Dolayısıyla, uzman değerlendirmelerine dayalı olarak belirlenen bu oranlar, kriter ağırlıklarının hesaplanmasında temel alınmalı ve modelin yapısal tutarlılığı bu oranlara göre sağlanmalıdır.

Adım 3: Kriterlere ait önem ağırlıklarının belirlenmesi ve hesaplanması.

Yöntemin son aşamasında, değerlendirme kriterlerine ait nihai önem ağırlıkları $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ değeri üzerinden hesaplanır. Bu hesaplamada elde edilen ağırlık katsayılarının, aşağıda belirtilen iki temel koşulu sağlaması gerekmektedir.

Koşul 1: Adım 2’de tanımlanan gözlemlere dayanarak, kriterler arasındaki karşılaştırmalı öncelik oranlarının $(\varphi_{k/(k+1)})$, ağırlık katsayıları arasındaki oranlara eşit olması gerekmektedir. Bu ilişki, Eşitlik (3) ile matematiksel olarak ifade edilmektedir.

$$\frac{w_k}{w_{k+1}} = (\varphi_{k/(k+1)}) \quad (3)$$

1. Koşul: Kriterler arasındaki ağırlık katsayılarının oranı, uzmanlar tarafından belirlenen görelî tercih oranlarına eşit olmalıdır.

Uzman 1’in değerlendirmelerine göre, kriterler arasındaki önem ilişkileri doğrultusunda oluşturulan karşılaştırma oranları, ağırlıkların hesaplanmasında doğrudan referans alınmıştır. Bu oranlar, her bir kriterin değerine göre ne derece önemli olduğunu ifade etmekte olup, modelin matematiksel tutarlılığını sağlamak için ağırlık katsayıları bu oranlara uygun şekilde belirlenmiştir.

$$\begin{array}{ccccc} \frac{w_1}{w_2}=3 & \frac{w_2}{w_3}=1,33 & \frac{w_3}{w_4}=1,25 & \frac{w_4}{w_5}=1,2 & \frac{w_5}{w_6}=1 \\ \frac{w_7}{w_6}=1,17 & \frac{w_7}{w_8}=1,14 & \text{olur.} & & \end{array}$$

Koşul: Hesaplanan nihai ağırlık katsayılarının, kriterler arasındaki matematiksel geçişlilik ilkesine uygunluk göstermesi zorunludur, dolayısıyla $\varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} = \varphi_{k/(k+2)}$ şeklinde bir sıralama söz konusuysa, aynı zamanda $\varphi_{k/(k+1)} = \frac{w_k}{w_{k+1}}$ ve $\varphi_{(k+1)/(k+2)} = \frac{w_{k+1}}{w_{k+2}}$ olduğu için $\frac{w_k}{w_{k+1}} \otimes \frac{w_{k+1}}{w_{k+2}} = \frac{w_k}{w_{k+2}}$ eşitliği sağlanmalıdır. Bu matematiksel geçişlilik ilişkisi, Eşitlik (4) ile ifade edilmektedir.

$$\frac{w_k}{w_{k+2}} = (\varphi_{k/(k+1)}) \otimes (\varphi_{(k+1)/(k+2)}) \quad (4)$$

Tam tutarlılığın sağlanabilmesi, yalnızca kriterler arasındaki geçişlilik ilkesinin eksiksiz biçimde yerine getirilmesiyle mümkündür. Bu doğrultuda, hem Eşitlik (3)’te tanımlanan karşılaştırmalı öncelik oranı:

$$\frac{w_k}{w_{k+1}} = \varphi_{k/(k+1)} \text{ hem de Eşitlik (4)’te ifade edilen matematiksel geçişlilik koşulu: } \frac{w_k}{w_{k+2}} =$$

$\varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)}$ eksiksiz biçimde sağlanmalıdır. Bu iki koşul yerine getirildiğinde, ağırlık katsayılarına ait Toplam Tutarlılık Sapması (TTS) değeri: $\chi = 0$ olarak hesaplanır ve böylece maksimum düzeyde tutarlılık elde edilmiş olur. Bu tutarlılığın sağlanabilmesi için, ağırlık katsayılarının $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ değerinin minimizasyonunu garanti etmelidir.

Yani hem $\left| \frac{w_k}{w_{k+1}} - \varphi_{k/(k+1)} \right| \leq \chi$ ve $\left| \frac{w_k}{w_{k+2}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| \leq \chi$ koşullarının gerçekleşmesi

gerekmektedir. Bu durum, modelin hem uzman yargılarına hem de matematiksel mantığa tam uyumlu olduğunu gösterir.

Sonuç olarak, değerlendirme kriterlerine ait nihai ağırlık katsayılarının hesaplanmasında kullanılacak olan Doğrusal Programlama (DP) modeli, aşağıda yer alan Eşitlik (5) ile tanımlanabilir $\min \chi$

$$\begin{aligned} \left| \frac{w_{j(k)}}{w_{j(k+1)}} - \varphi_{k/(k+1)} \right| &\leq \chi, \forall_j \\ \left| \frac{w_{j(k)}}{w_{j(k+2)}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| &\leq \chi, \forall_j \\ \sum_{j=1}^n w_j &= 1, \forall_j \\ w_j &\geq 0, \forall_j \end{aligned} \quad (5)$$

Bu model, hem uzmanların ifade ettiği tercih oranlarını $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ hem de matematiksel tutarlılık koşullarını en düşük sapma $TTS(\chi)$ ile sağlayacak şekilde yapılandırılmıştır. Böylece kriter ağırlıkları, hem sezgisel hem de analitik olarak geçerli bir temele oturtulmuş olur.

2. Koşul: Kriterlere ait nihai ağırlık katsayıları, matematiksel geçişlilik (transitivite) koşulunu sağlamalıdır.

Uzman 1'in değerlendirmelerine göre, kriterler arasındaki önem ilişkileri belirli oranlarla ifade edilmiştir. Bu oranlar, her bir kriterin diğerine göre ne derece öncelikli olduğunu gösterirken, aynı zamanda modelin tutarlılığını korumak için matematiksel geçişlilik ilkesine uygun olmalıdır. Bu doğrultuda, kriterler arasında kurulan karşılaştırma yapısının, hem uzman yargılarına hem de matematiksel mantığa uygun şekilde modellenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, elde edilen ağırlıklar karar sürecinde geçerliliğini yitirebilir.

$$\frac{w_1}{w_2}=4 \quad \frac{w_2}{w_3}=1,667 \quad \frac{w_3}{w_4}=1,5 \quad \frac{w_4}{w_5}=1,4 \quad \frac{w_5}{w_6}=1,167 \quad \frac{w_6}{w_7}=1,143 \text{ olur.}$$

Uzman 1 tarafından yapılan değerlendirmeler doğrultusunda, kriterlerin ağırlıklandırılmasına yönelik bir modelin oluşturulması mümkündür. Bu model, karar programlama (DP) ilkelerine dayalı olarak yapılandırılmakta olup, uzman tercihlerini sayısal ve tutarlı değerlere dönüştürmeye olanak tanıyan matematiksel denklemler aracılığıyla ifade edilmektedir. Böylece, sezgisel yargılar sistematik bir yapıya kavuşturularak karar sürecine metodolojik bir temel kazandırılmaktadır.

$$\left| \frac{w_1}{w_2} - 4 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_2}{w_3} - 1,667 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_3}{w_4} - 1,5 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_4}{w_5} - 1,4 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_5}{w_6} - 1,167 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_6}{w_7} - 1,143 \right| \leq \chi$$

$$\left| \frac{w_7}{w_6} - 1,17 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_7}{w_8} - 1,14 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_1}{w_2} - 4 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_2}{w_3} - 1,667 \right| \leq \chi$$

$$\left| \frac{w_3}{w_4} - 1,5 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_4}{w_5} - 1,4 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_5}{w_6} - 1,167 \right| \leq \chi \quad \left| \frac{w_6}{w_7} - 1,143 \right| \leq \chi$$

$$\sum_{j=1}^8 w_j = 1, \quad w_j \geq 0, \quad \forall_j$$

Excel çözücüsü (Solver) yardımıyla oluşturulan modelin çözümü, her bir değerlendirme kriterine ait öncelik ağırlıklarının belirlenmesini sağlamıştır. Elde edilen bu ağırlıklar, uzmanlar tarafından ifade edilen tercihleri yansıtmakta ve Afyonkarahisar'daki mermer ihracatçısı firmaların karşılaştığı engellerin göreceli önemini ortaya koymaktadır. Sonuçlara göre, Enflasyon kriteri 0,4236 ağırlık değeriyle açık ara en yüksek öneme sahip olup, sektörel kaygıların merkezinde yer aldığını doğrulamaktadır. Bu kriteri sırasıyla Ürün Kalitesi (0,1412), Fiyat/Maliyet (0,1059), Performans ve Verimlilik (0,0847), Üretim Kapasitesi (0,0706), Politik ve Jeopolitik Problemler (0,0605), Finansal Durum (0,0605) ve Teknoloji (0,0529) takip etmektedir. Bu optimizasyon süreci, her bir uzman değerlendirmesi için ayrı ayrı uygulanmış; elde edilen ağırlıklar daha sonra ortalama alınarak yerel ağırlıklar hesaplanmıştır. Uzman bazlı ağırlıklar ve toplulaştırılmış değerler Tablo 25'te ayrıntılı şekilde sunulmuştur. Ayrıca, tüm modellerde Tutarlılık Katsayısı (TTS) = 0 olarak bulunmuş; bu durum, yapılan karşılaştırmaların iç tutarlılığını ve kullanılan metodolojinin sağlamlığını açık biçimde teyit etmektedir.

Tablo 25. Kriterlerin Ağırlıkları ve Sıralamaları

Kriter	Firma 1	Firma 2	Firma 3	Firma 4	Firma 5	Firma 6	Firma 7	Yerel Ağırlıklar	Sıra
Ürün Kalitesi	0,1412	0,1817	0,1382	0,0725	0,0699	0,1002	0,1013	0,1150	3
Fiyat Maliyet	0,1059	0,0727	0,1382	0,1208	0,1398	0,2003	0,4052	0,1690	2
Finansal durum	0,0605	0,0909	0,0518	0,0906	0,1048	0,0668	0,0579	0,0748	5
Performans - verimlilik	0,0847	0,0727	0,0829	0,0604	0,0599	0,0445	0,1013	0,0724	6
Teknoloji	0,0530	0,0519	0,0461	0,0518	0,0524	0,0572	0,0507	0,0519	8
Enflasyon	0,4236	0,3635	0,4145	0,3624	0,4194	0,4007	0,1351	0,3599	1

Üretim kapasitesi	0,0706	0,1212	0,0691	0,1812	0,0839	0,0501	0,0810	0,0939	4
Politik ve jeopolitik problemleri	0,0605	0,0454	0,0592	0,0604	0,0699	0,0801	0,0675	0,0633	7

Afyonkarahisar'daki mermer ihracatçısı firmalar için gerçekleştirilen FUCOM analizine göre, en yüksek yerel ağırlıkla öne çıkan kriter Enflasyon olmuş ve %35,99'luk değeriyle ilk sırada yer almıştır. Bu kriteri sırasıyla Fiyat Maliyet (%16,90), Ürün Kalitesi (%11,50), Üretim Kapasitesi (%9,39), Finansal Durum (%7,48), Performans ve Verimlilik (%7,24), Politik ve Jeopolitik Problemler (%6,33) ve Teknoloji (%5,19) takip etmektedir. Bu dağılım, firmaların karar alma süreçlerinde özellikle makroekonomik istikrarı, maliyet kontrolünü ve ürün kalitesini öncelikli gördüklerini; operasyonel ve stratejik faktörlerin ise bu temel unsurların ardından geldiğini göstermektedir.

2.1. DUYARLILIK ANALİZİ

WASPAS yöntemi, çok kriterli karar verme süreçlerinde birden fazla alternatifin bütüncül biçimde değerlendirilmesine imkân tanıyan entegre bir tekniktir (Zavadskas vd., 2012). Yöntem, Ağırlıklı Toplam Modeli (WSM) ile Ağırlıklı Çarpım Modeli'ni (WPM) bir araya getirerek her bir alternatif için dengeli ve güvenilir bir bileşik performans puanı üretmektedir. Bu birleşik yapı, hem doğrusal hem de çarpımsal etkileri dikkate alması sayesinde tekil modellere kıyasla daha sağlam ve tutarlı sonuçlar sağlar (Saparauskas vd., 2011).

Bu çalışmada duyarlılık analizinde WASPAS yönteminin tercih edilmesinin temel nedeni, yöntemin hesaplama kolaylığı sunmasının yanı sıra sonuçların istikrarını değerlendirmeye elverişli olmasıdır. Özellikle kriter ağırlıklarındaki değişimlere karşı sistemin duyarlılığını ölçmede WASPAS, metodolojik esneklik ve analitik tutarlılık sağlamaktadır. Ayrıca yöntemin Excel ortamında uygulanabilir olması, pratik kullanım kolaylığı sunarak analiz sürecinin daha hızlı ve etkin bir şekilde yürütülmesine katkı sağlamıştır (Chakraborty ve Zavadskas, 2014).

Tablo 26. Duyarlılık Analiz Sonuçları

Sıralamalar					
Kriter	$\lambda = 0$	$\lambda = 0,25$	$\lambda = 0,50$	$\lambda = 0,75$	$\lambda = 1$
Ürün Kalitesi	3	2	2	2	2

Enflasyon	1	1	1	1	1
Performans - Verimlilik	6	4	4	4	4
Fiyat Maliyet	2	3	3	3	3
Üretim Kapasitesi	4	5	5	5	5
Finansal Durum	5	7	7	7	7
Teknoloji	8	8	8	8	8
Politik ve Jeopolitik Risk	7	6	6	6	6

Tablo 6’da, λ parametresinin 0, 0,25, 0,50, 0,75 ve 1 değerleri için elde edilen kriter sıralamaları sunulmaktadır. Bu bağlamda $\lambda = 0$, çalışmanın temel yöntemini oluşturan FUCOM yaklaşımıyla elde edilen sıralamayı; $\lambda = 1$, WSM (Ağırlıklı Toplam Yöntemi) sonuçlarını; $\lambda = 0$ ise WPM (Ağırlıklı Çarpım Yöntemi) çıktısını temsil etmektedir. Ara λ değerleri ise WASPAS yönteminin her iki yaklaşımı birleştiren hibrit yapısını yansıtmaktadır.

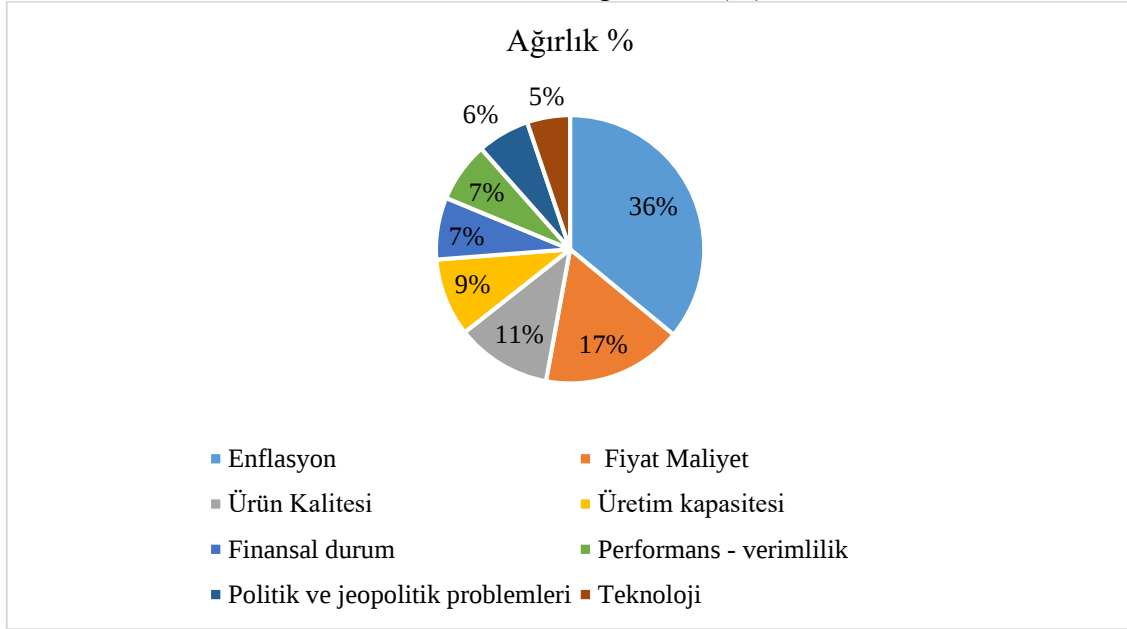
Duyarlılık analizi sonuçları, kriter sıralamalarında belirli düzeyde değişiklikler meydana geldiğini göstermektedir. Örneğin, Ürün Kalitesi kriteri FUCOM sıralamasında üçüncü sırada yer alırken, WASPAS yönteminin tüm λ değerlerinde ikinci sıraya yükselmiştir. Benzer şekilde Performans–Verimlilik kriteri, FUCOM’da altıncı sıradayken WASPAS uygulamalarında dördüncü sıraya çıkmıştır. Buna karşın Enflasyon kriteri, tüm λ değerlerinde istikrarlı bir biçimde birinci sıradaki konumunu korumuştur. Teknoloji kriteri ise hem FUCOM hem de WASPAS sıralamalarında son sırada yer alarak herhangi bir değişim göstermemiştir. Bu bulgular, modelin bazı kriterler açısından duyarlı olduğunu, bazılarında ise oldukça kararlı bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Özellikle üst sıralarda yer alan Enflasyon kriterinin sabitliği, modelin bu alandaki değerlendirmelerinin sağlam ve farklı ağırlıklandırma yaklaşımlarına karşı dirençli olduğunu göstermektedir. Buna karşılık Ürün Kalitesi ile Performans–Verimlilik kriterlerindeki değişkenlik, kriter önemlerinin kullanılan yöntemle bağlı olarak farklılaşabileceğine işaret etmektedir.

Genel olarak bazı kriter sıralamalarında ağırlıklandırma yaklaşımına bağlı olarak değişiklikler gözlemlense de modelin bütüncül yapısını koruduğu ve kriterlerin göreceli önemlerinin güvenilir temellere dayandığı anlaşılmaktadır.

3. TARTIŞMA

Uzman görüşleri doğrultusunda analiz sonuçlarına göre elde edilen bulgular Şekil 17’de yer almaktadır.

Şekil 17. Kriter ağırlıkları (%)



Şekil 17’deki dağılıma bakıldığında, enflasyon kriteri yaklaşık %36 ağırlıkla listenin en üst sırasında yer almıştır. Buna karşılık, teknoloji kriteri %5 ile en düşük ağırlığa sahip kriter/problem olmuştur.

Tablo 27. Kriterlerin önem düzeylerine göre dağılımı.

Kriter	Ağırlık %	Sıra	Önem Düzeyi
Enflasyon	36	1	Yüksek
Fiyat-Maliyet	17	2	Orta
Ürün Kalitesi	11	3	
Üretim kapasitesi	9	4	Düşük
Finansal durum	7	5	
Performans - verimlilik	7	6	
Politik ve jeopolitik problemleri	6	7	
Teknoloji	5	8	

Tablo 26 incelendiğinde, yalnızca bir kriterin %35’in üzerinde yer aldığı ve bu nedenle yüksek düzeyde önem taşıdığı görülmektedir. Bu kriter, %36 ile enflasyon olup, analizde en öncelikli unsur olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca, fiyat-maliyet (%17) ve ürün kalitesi (%11) kriterlerinin %9–%15 aralığında yer aldığı ve dolayısıyla orta düzeyde

önem taşıdığı anlaşılmaktadır. Geriye kalan beş kriterin; üretim kapasitesi (%9), finansal durum (%7), performans-verimlilik (%7), politik ve jeopolitik problemler (%6) ve teknoloji (%5), %9'un altında kaldığı ve bu nedenle düşük düzeyde önem taşıdığı tespit edilmiştir.

Bununla birlikte, en yüksek ve en düşük ağırlıklar arasındaki farkın %31 olduğu belirlenmiş; bu durum, karar vericilerin kriterlere verdikleri önemin ne denli farklılaştığını açıkça ortaya koymaktadır. Söz konusu dağılım, firmaların hangi alanlara öncelik verdiğini ve hangi konuları geri planda bıraktığını anlamak açısından önemli bir gösterge niteliği taşımaktadır.

Yapılan analiz doğrultusunda, uzmanların kriterlere verdikleri önem derecelerine göre oluşan sıralamaya ilişkin değerlendirmeler aşağıda sunulmuştur.

Yüksek Düzey Önem Taşıyan Kriterler

- **Enflasyon (Kriter 1 - %36):** Enflasyon kriteri, %36'lık ağırlığıyla analizde en üst sırada yer almıştır. Bu oran, firmaların ekonomik istikrarsızlık karşısında ne denli hassas olduklarını açıkça ortaya koymaktadır. Döviz kurlarındaki dalgalanmalar ile enerji ve hammadde maliyetlerindeki artışlar, uzun vadeli fiyatlandırma stratejilerini zorlaştırmakta ve ihracatçıların kârlılık hesaplarını doğrudan etkilemektedir. Söz konusu durum, özellikle doğal taş gibi sermaye yoğun sektörlerde maliyet kontrolünün önemini daha da artırmaktadır. Elde edilen bulgular, Kokarcalı ve Köksal (2022) ile Karataş (2023) tarafından yapılan çalışmalarla da uyum göstermektedir.

Orta Düzey Önem Taşıyan Kriterler

- **Fiyat-Maliyet (Kriter 2 - %17):** Fiyat-maliyet kriteri, %17'lik ağırlığıyla analizde ikinci sırada yer almaktadır. Bu oran, firmaların üretim ve lojistik maliyetlerini kontrol altında tutma çabalarının ne denli öncelikli olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Enerji fiyatlarındaki artış, işçilik giderleri ve taşımacılık maliyetleri, ihracatçıların fiyatlandırma stratejilerini doğrudan etkilemekte; bu durum, dış pazarlarda rekabet gücünü zayıflatmakta ve kârlılık oranlarını düşürmektedir. Özellikle doğal taş gibi ağır ve hacimli ürünlerin taşınmasında maliyet yönetimi, firmalar açısından stratejik bir zorunluluk haline gelmektedir. Elde edilen bulgular, Süygün ve Can (2025) ile Özkan (2023) tarafından yapılan çalışmalarla uyum göstermektedir.
- **Ürün Kalitesi (Kriter 3 - %11):** Ürün Kalitesi kriteri, %11'lik ağırlığıyla analizde üçüncü sırada yer almaktadır. Bu oran, firmaların uluslararası pazarlarda rekabet

güçlerini artırmak amacıyla kaliteye verdikleri önemin ne denli belirleyici olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Ürünün fiziksel özellikleri kadar işlenme kalitesi, dayanıklılığı ve estetik değeri de tercih edilme oranını doğrudan etkilemekte; bu durum, dış pazarlarda marka algısını güçlendirmekte ve müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Özellikle doğal taş gibi görsel ve yapısal özelliklerin ön planda olduğu ürünlerde kalite yönetimi, firmalar açısından stratejik bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır. Elde edilen bulgular, Duman (2023) ile Pıçak, Yıldırım ve Demir (2022) tarafından yapılan çalışmalarla da paralellik göstermektedir.

Düşük Düzey Önem Taşıyan Kriterler

- **Üretim Kapasitesi (Kriter 4 - %9):** Bu kriter, %9'luk ağırlığıyla analizde dördüncü sırada yer almıştır. Söz konusu oran, firmaların talep karşısında üretim esnekliği sağlama kapasitelerini görece sınırlı değerlendirdiklerini açıkça ortaya koymaktadır. Kapasite artırımı ve altyapı yatırımlarındaki yetersizlikler, ihracat hacminin genişletilmesi ve teslim sürelerinin kısaltılması açısından önemli birer kısıt oluşturmaktadır. Özellikle işlenmesi zaman alan doğal taş ürünlerinde üretim kapasitesi, dış pazarlarda rekabet gücünün sürdürülmesi için stratejik bir gereklilik haline gelmektedir. Elde edilen bulgular, Duman (2023) ile Özkan (2023)'ün çalışmalarındaki sonuçlarla örtüşmektedir.
- **Finansal Durum (Kriter 5 - %7):** %7'lik ağırlığıyla analizde beşinci sırada yer alan bu kriter, firmaların sermaye yapısı, nakit akışı ve krediye erişim gibi finansal unsurların ihracat performansı üzerindeki etkisini sınırlı düzeyde algıladıklarını göstermektedir. Özellikle KOBİ niteliğindeki mermer işletmeleri için finansal kaynaklara erişim, dış pazarlara açılma kapasitesini doğrudan şekillendiren temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte bulgular, firmaların finansal istikrarı önemli görmekle birlikte, enflasyon ve maliyet artışları gibi daha baskın risklere odaklandığını göstermektedir. Sonuçlar, Karataş (2023) ile Süygün ve Can (2025)'in çalışmalarındaki bulgularla paralellik taşımaktadır.
- **Performans - Verimlilik (Kriter 6 - %7):** %7'lik ağırlığıyla analizde altıncı sırada yer alan bu kriter, firmaların üretim süreçlerinde verimlilik artışı ve kaynak optimizasyonuna yeterince odaklanmadığını ortaya koymaktadır. Oysa üretim verimliliği, maliyetlerin düşürülmesi ve teslim sürelerinin kısaltılması bakımından ihracat başarısının kritik bir unsurudur. Özellikle yüksek hacimli üretim gerektiren doğal taş sektöründe dijitalleşme ve yalın üretim tekniklerinin uygulanması, operasyonel etkinliği artırmak açısından stratejik bir zorunluluk niteliği taşımaktadır.

Elde edilen bulgular, Duman (2023) ile Özkan (2023)'ün çalışmalarındaki sonuçlarla uyumludur.

- **Politik ve Jeopolitik Problemler (Kriter 7 - %6):** Bu kriter, %6'lık ağırlığıyla analizde yedinci sırada yer almıştır. Söz konusu oran, firmaların dış çevre koşullarına karşı müdahale imkânlarını sınırlı görmeleri nedeniyle bu tür riskleri karar alma süreçlerinde daha düşük öncelikli değerlendirdiklerini göstermektedir. Ancak uluslararası ticaretin yapısı gereği, siyasi istikrarsızlıklar, bölgesel çatışmalar, gümrük politikalarındaki değişiklikler ve diplomatik gerilimler ihracat rotalarını doğrudan etkileyebilmektedir. Dış pazarlara yüksek derecede bağımlı olan doğal taş sektöründe jeopolitik gelişmeler, stratejik planlama sürecinde göz ardı edilmemesi gereken riskler arasında yer almaktadır. Bulgular, Özkan (2023) ile Süygün ve Can (2025)'in çalışmalarındaki tespitlerle örtüşmektedir.
- **Teknoloji (Kriter 8 - %5):** %5'lik ağırlığıyla analizde son sırada yer alan teknoloji kriteri, firmaların dijitalleşme, otomasyon ve yenilikçi üretim uygulamalarına henüz yeterli yatırım yapmadıklarını ve geleneksel üretim yöntemlerini sürdürme eğiliminde olduklarını göstermektedir. Oysa teknolojik yatırımlar, hem üretim kalitesini yükseltmek hem de lojistik süreçleri hızlandırmak açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Özellikle katma değerli doğal taş ürünlerinin uluslararası pazarlarda rekabet edebilmesi için dijital altyapının güçlendirilmesi stratejik bir zorunluluk haline gelmiştir. Elde edilen bulgular, Duman (2023) ile Özkan (2023)'ün çalışmalarındaki sonuçlarla benzerlik göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma, Afyonkarahisar'daki mermer ihracatçısı firmaların dış pazarlara açılma süreçlerinde karşılaştıkları temel sorunları belirlemek ve söz konusu sorunların görece önem düzeylerini ortaya koymak amacıyla Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinden FUCOM yaklaşımını kullanarak gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması ve saha verilerine dayalı olarak belirlenen sekiz ana kriter, uzman görüşleri doğrultusunda değerlendirilmiş ve analitik bir modele dönüştürülmüştür. Yapılan analizler sonucunda, mermer sektöründe ihracatı etkileyen faktörlerin önem derecelerinin belirgin şekilde farklılaştığı görülmüştür.

Elde edilen bulgulara göre enflasyon, %35,99'luk ağırlığıyla sektördeki en kritik sorun alanı olarak öne çıkmıştır. Bu sonuç, firmaların makroekonomik istikrarsızlık, maliyet öngörülemezliği ve döviz kuru dalgalanmaları karşısında yüksek düzeyde kırılganlık yaşadığını göstermektedir. Fiyat-maliyet yapısı (%17) ve ürün kalitesi (%11) ise orta düzeyde önem taşıyan kriterler olarak sıralanmıştır. Bu iki unsur, sektörün rekabet edebilirliğini doğrudan etkileyen temel bileşenler olup, özellikle uluslararası pazarlarda fiyat baskısı ve kalite beklentilerinin işletmeler için belirleyici olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte, üretim kapasitesi, finansal durum, performans-verimlilik, politik-jeopolitik problemler ve teknoloji kriterlerinin %5-%9 bandında yer alması, firmaların operasyonel ve stratejik boyuttaki bazı sorunları görece daha düşük öncelikli değerlendirdiğini göstermektedir. Bu dağılım, firmaların özellikle makroekonomik riskler ile maliyet kaynaklı baskılara odaklandığını; buna karşılık dijitalleşme, kapasite yönetimi ve dış çevre koşulları gibi faktörlerin geri planda kaldığını ortaya koymaktadır.

Çalışmada gerçekleştirilen duyarlılık analizi, kriter sıralamalarının farklı ağırlıklandırma modelleri altında büyük ölçüde tutarlı olduğunu göstermiştir. Enflasyon kriterinin tüm senaryolarda birinci sırada yer alması, modelin sağlamlığını teyit eder niteliktedir. Ürün kalitesi ile performans-verimlilik kriterlerinde gözlenen sıralama değişimleri ise, bazı faktörlerin değerlendirme yöntemine bağlı olarak farklılaşabildiğini göstermiştir. Genel olarak sonuçlar, modelin kararlı ve güvenilir bir değerlendirme ortaya koyduğunu kanıtlamaktadır.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, hem firma düzeyinde hem de sektör politikaları açısından aşağıdaki öneriler sunulabilir:

1. Enflasyon ve Maliyet Baskılarına Yönelik Stratejiler: Firmaların döviz kuru dalgalanmalarına karşı korunmak amacıyla fiyat sabitleme politikaları geliştirilmelidir.

Ayrıca vadeli işlemler, döviz bazlı sözleşmeler ve finansal türev araçlardan yararlanılması önem arz etmektedir. Erken uyarı sistemleri kurulmalı ve ekonomik göstergeler yakından izlenmelidir. Kaynak optimizasyonu sağlanmalı, enerji verimliliği artırılmalı ve dijitalleşme yatırımları teşvik edilmelidir. Lojistik maliyetleri düşürülmeli, yalın üretim teknikleri benimsenmelidir. Enerji maliyetlerinin azaltılmasına yönelik olarak güneş enerjisi sistemleri gibi alternatif enerji yatırımları teşvik edilmelidir. Üretim maliyetlerini düşürmeye yönelik yalın üretim teknikleri ve süreç iyileştirme uygulamalarının yaygınlaştırılması önerilmektedir.

2. Ürün Kalitesi ve Katma Değerli Üretimin Artırılması: Firmaların proses iyileştirme, kalite kontrol mekanizmaları ve yüksek standartlı işleme teknolojilerine yatırım yapmaları beklenmektedir. Uluslararası standartlara uygun sertifikasyon sistemleri (CE, ISO vb.) yaygınlaştırılmalı, müşteri geri bildirim mekanizmaları kurularak küresel marka algısı güçlendirilmelidir. Tasarım, kesim teknolojileri ve yüzey işlemede inovasyona dayalı ürün geliştirme faaliyetleri desteklenmelidir.

3. Üretim Kapasitesi ve Operasyonel Verimliliğin Artırılması: Küçük ve orta ölçekli mermer işletmelerinin modern ekipmanlara erişimi için düşük faizli yatırım kredileri sağlanmalıdır. Üretim planlama yazılımlarının kullanımı yaygınlaştırılmalı; stok yönetimi, hammadde tedariği ve iş gücü planlamasında dijitalleşme artırılmalıdır. Kapasite kullanım oranlarını yükseltmek için firmalar arasında kümelenme ve ortak üretim altyapıları geliştirilmelidir. Bu kapsamda üretim tesislerinin dijital izlenebilirliği sağlanmalı, talep tahminlerine göre kapasite planlaması yapılmalıdır.

4. Finansal Dayanıklılığın Güçlendirilmesi: KOBİ'lerin kredi erişimini kolaylaştırmak amacıyla teminat mekanizmalarının güçlendirilmesi ve kredi garanti fonlarının yaygınlaştırılması önemlidir. Döviz gelirlerinin dengelenmesi için yeni pazar arayışları desteklenmeli ve risklerin dağıtılması sağlanmalıdır. Alternatif finansman kaynaklarına erişim sağlanmalı, Kredi Garanti Fonu gibi desteklerden yararlanılmalı ve risk skorlaması sistemleri kurulmalıdır.

5. Jeopolitik Risklerin Yönetilmesi: Firmaların dış ticaret istihbaratına erişimi güçlendirilerek riskli bölgeler, alternatif rotalar ve uygun navlun seçenekleri hakkında düzenli bilgilendirme yapılmalıdır. Lojistik merkezlerin çeşitlendirilmesi ve ihracat koridorlarının genişletilmesi stratejik önem taşımaktadır. Bu kapsamda ihracat rotaları çeşitlendirilmeli, alternatif pazarlara erişim stratejileri geliştirilmelidir. Ayrıca dış ticaret anlaşmaları ve diplomatik ilişkiler yakından takip edilmelidir.

6. Teknolojik Yatırımların Artırılması: CNC kesim, otomasyon ve yapay zekâ destekli kalite kontrol araçlarına yönelik yatırımlar teşvik edilmelidir. E-ihracat altyapılarının kurulması, çevrimiçi katalog ve sanal showroom uygulamalarının yaygınlaştırılması önerilmektedir. Üretim otomasyonu, yapay zeka destekli kalite kontrol sistemleri ve dijital lojistik çözümleri entegre edilmelidir.

Yukarıda yer alan önerilerin yanında bütünsel risk yönetimi kapsamında kriterler arası etkileşimler dikkate alınarak entegre stratejiler geliştirilmelidir.

Bu çalışmanın bulguları, belirli metodolojik ve ampirik kısıtlar çerçevesinde değerlendirilmelidir. İlk olarak, araştırma Afyonkarahisar ilindeki mermer ihracatçısı firmalarla sınırlı tutulmuştur. Dolayısıyla elde edilen sonuçlar, Türkiye'nin diğer mermer üretim bölgeleri için doğrudan genellenemeyebilir. Farklı bölgesel koşullar, firma büyüklükleri ve pazar dinamikleri kriterlerin önem düzeylerinde değişikliklere yol açabilir. İkinci olarak, kriter ağırlıkları uzman görüşlerine dayalı olarak belirlenmiştir. Nitel değerlendirmelere dayanan bu süreç, uzmanların deneyim, algı ve beklentilerinden kaynaklanabilecek öznel unsurlar içerebilir. FUCOM ve WASPAS yöntemleri analitik bir yapı sunsa da, karar vericilerin sezgisel yaklaşımları analiz sonuçlarını sınırlı ölçüde etkileyebilmektedir. Üçüncü olarak, çalışma yalnızca belirlenen sekiz kriter üzerinden yürütülmüştür. Mermer ihracatını etkileyebilecek diğer faktörler-örneğin lojistik altyapı sorunları, çevresel düzenlemeler, iş gücü niteliği, sürdürülebilirlik uygulamaları veya pazarlama stratejileri- analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. Bu durum, modelin açıklayıcılık gücünü belirli ölçüde sınırlandırmaktadır. Dördüncü olarak, çalışma kesitsel nitelikte olup veriler belirli bir dönem aralığını temsil etmektedir. Enflasyon, döviz kuru ve jeopolitik riskler gibi zaman içinde hızla değişebilen makroekonomik göstergeler göz önünde bulundurulduğunda, kriterlerin göreceli önem düzeyleri farklı dönemlerde değişiklik gösterebilir. Son olarak, duyarlılık analizi belirli λ değerleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Farklı ağırlıklandırma kombinasyonlarının veya alternatif çok kriterli karar verme tekniklerinin kullanılması hâlinde kriter sıralamalarında çeşitli farklılıklar ortaya çıkabilir. Bu kısıtlar dikkate alındığında, çalışma sonuçlarının sektörün genel sorunlarını anlamada önemli bir çerçeve sunduğu, ancak gelecekte daha geniş kapsamlı, farklı yöntemlerle desteklenmiş ve daha çeşitli örneklemeleri içeren araştırmalara ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgular, mermer sektörü ve ihracat performansı alanındaki araştırmalar için önemli bir temel sağlamaktadır. Gelecek araştırmalar kapsam genişletilerek daha geniş örneklem grupları ile sonuçların genellenebilirliği artırılabilir.

Ayrıca, AHP, BWM, SWARA, DEMATEL veya MACBETH gibi alternatif ÇKKV yöntemleri kullanılabilir. Hatta hibrid ÇKKV modelleri (örneğin FUCOM–TOPSIS, BWM–WASPAS) kullanılabilir. Bununla birlikte uzman görüşlerindeki belirsizlikleri daha iyi yakalamak amacıyla bulanık FUCOM, gri FUCOM veya sezgisel bulanık modellerle analizler yürütülebilir. Gelecek araştırmalarda bu kriterlerin firma kârlılığı, ihracat hacmi, rekabet gücü ve sürdürülebilirlik performansı üzerindeki etkileri ekonometrik yöntemlerle test edilebilir. Politika etki analizleri kapsamında Devlet teşvikleri, mali destek programları ve sektörel politikaların ihracat üzerindeki etkileri, çok kriterli karar verme teknikleriyle değerlendirilebilir. Dinamik zaman serisi analizleri kapsamında, enflasyon, döviz kuru ve enerji maliyetleri gibi makroekonomik göstergelerin sektöre etkisi uzun dönemli zaman serileri üzerinden modellenebilir.



KAYNAKÇA

- Almasri, S. M. S. (2024). *Türkiye-Ürdün Serbest Ticaret Anlaşması Karşılıklı Ticarete Etkili Oldu Mu?, Was the Turkey-Jordan Free Trade Agreement Effective in Bilateral Trade?*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, Sakarya.
- Alpaslan, S. (2004). *İhracatçı Birliklerinin Hukukî Rejimi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Ankara.
- Apaydın, A. (2024). *Mermer çamur atıklarının yapı malzemesi üretiminde değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Isparta.
- Arteaga-Ortiz, J., & Fernández-Ortiz, R. (2008). Des obstacles à l'exportation chez les petites et moyennes entreprises: une proposition intégrative. *Revue internationale PME*, 21(2), 9-42.
- Aslan, G. (2022). *Passing of Risk under The United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods and INCOTERMS 2020*. Master Thesis, University of Amsterdam, Law School, Amsterdam.
- Başarır, E. (2024). *Vergilemede uluslararası bilgi değişimi: Türkiye açısından bir değerlendirme*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı, Bursa.
- Bayram, M. (2019). *İhracatta akreditiflerin etkisi: Ege bölgesi örneği*, (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi), Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Manisa.
- Bayramov, E. (2024). *Türkiye’de Dış Ticaretin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Uluslararası Ticaret ve Para Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- Belali, L., & Asmani, L. (2023). *Les procédures douanières dans le commerce international cas du port d'Alger (Epal)* (Yayınlanmamış Doktora tezi), Université Mouloud Mammeri).
- Bellone, F., & Guillou, S. (2011). Innovation et primes à l'exportation: une analyse empirique sur données d'entreprises françaises. *Economie & Prévision*, 197-198(1), 45-61.
- Boumrar, F., & Chabane, S. (2022). *Le financement des opérations du commerce extérieur: cas étude comparative entre le crédit documentaire et la remise documentaire au sein de la BEA agence de Tizi Ouzou*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Université Mouloud Mammeri, Faculté des Sciences Économiques, Tizi Ouzou.
- Bouزيد, K., & Ait Aoudia, K. (2023). *Les moyens de paiement et de financement du commerce international: cas de la BADR 580 Tizi-Ouzou*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Université Mouloud Mammeri, Faculté des Sciences Économiques, Tizi Ouzou.
- Bulut, E., Bayraktar, Y., & Aslan, Ç. (2023). Bölgesel Ticareti Artırma Çabalarına Yeni Bir Soluk: RCEP Anlaşması, Tehditler, Fırsatlar. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27(2), 377-394.
- Chakraborty, S., & Zavadskas, E. K. (2014). Applications of WASPAS method in manufacturing decision making. *Informatica*, 25(1), 1-20.
- Cihan, K. A., & Sandalcılar, A. R. (2021). Serbest Ticaret Anlaşmalarının Türk Dış Ticaretine Etkileri. *International Journal of Economic & Administrative Studies*, (33).

- Çakır, M. (2014). *İscehisar ilçesinde mermer sanayisi ve planlama önerileri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Çakıroğlu, M. (2021). *Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejilerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Çarıkcı, B. (2015). *Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı hedef pazarlarının çok kriterli karar verme teknikleriyle belirlenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, M. (2022). *Türkiye-Fransa Mermer İhracatında Optimal Rotanın Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Belirlenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı, Çanakkale.
- Çelik, M. (2023). *Gümrükleme yöntemlerinin Türkiye'nin dış ticaretine etkileri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, M., & Gültekin, Y. (2022). Türkiye-Fransa mermer taşımacılığında optimal rotanın çok kriterli karar verme yöntemi ile belirlenmesi. *Journal of Transportation and Logistics*, 7(2), 233-259.
- Çiftçi, F. (2024). 2000'li yıllarda Türkiye-Afrika ülkeleri arasında imzalanan serbest ticaret anlaşmalarının ekonomik büyümeye etkisi. *Sosyal Bilimler Akademik Gelişim Dergisi (Sobag)*, 2(1), 48-64.
- Çökerdenoğlu, M. (2023). *Dahilde işleme rejimi'nin Türkiye ihracatı üzerine etkisi: imalat sanayi ihracatı üzerine bir uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Damar, A. (2019). Role of Turkish exporters' associations in total export of Turkey. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 2(3), 1-22.
- Demir, D., & Yayar, R. (2025). Siyasi krizlerin gölgesinde Türkiye-İsrail ticari ilişkileri üzerine bir değerlendirme. *Erciyes Akademi*, 39(1), 180-205.
- Demir, Ş., Pıçak, M., & Yıldırım, M. (2022). Diyarbakır mermer sektörünün mevcut durumu ve sorunları üzerine alan araştırması. *Turkish Business Journal*, 3(6), 29-49.
- Duman, M. (2023). *Investigation of the value added in the marble sector: Evidence from Afyonkarahisar marble sector*. Master's Thesis, Dokuz Eylül University, Institute of Social Sciences, Department of International Business and Trade, İzmir.
- Dumlu, H. (2025). CILOS ve WASPAS bütünleşik yaklaşımı ile bir lojistik firması için karayolu taşıma aracı seçimi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 600-617.
- Dursun, A. (2020). *Türkiye ve Güney Kore arasında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA)'nın Türkiye'nin Güney Kore ile dış ticaretine etkisinin incelenmesi: ARDL Yaklaşımı*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ufuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dünya Ticaret Örgütü (OMC). (2024). *Dünyada Dış Ticaret Verileri: 2023 Yılında Ticaretin Coğrafi Dağılımı*. Cenevre: Dünya Ticaret Örgütü Yayınları.
- Ege İhracatçılar Birliği (EİB). (2025). *Afyonkarahisar İhracat Raporu ve Doğaltaş Sektörü*. İzmir: EİB Yayınları.
- Eller, G. (2023). *A Broad Approach to Incoterms: Changes Brought Within Incoterms 2020 and Comparative Analysis of Their Application Under Several Judgements*. Master's Thesis, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Eraslan, H., İpçioğlu, İ., Haşit, G., & Erşahan, B. (2008). Bilecik bölgesi mermer sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi: sektörel sorunlar ve çözüm önerileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 193-217.
- Erik, A. B. (2021). *Incoterms 2020'nin Incoterms 2010 ile farklarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Erkekoğlu, H., & Koçer, E. (2022). Türkiye ile Mısır Serbest Ticaret Anlaşmasının Türkiye'nin dış ticaretine etkileri: İhracatta uzmanlaşma (ES) endeksi uygulaması. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 938-950.
- Erol, M. F. (2024). *Mermer sektöründe mali teşvikler: Afyonkarahisar incelemesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Ertem, Ü. (2015). *Dış ticaret işlemleri*. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- FMI. (2025). *World Economic Outlook*. Washington D.C.: International Monetary Fund Publications.
- Gürsoy, Y. (2012). *Dış ticaret işlemleri yönetimi*. Ekin Kitabevi, Bursa.
- Güneri, M. N. (2019). *Türk kanatlı hayvancılık sektörü ihracatında hedef pazarlarının bulanık çok kriterli karar verme yaklaşımıyla belirlenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- İncenacar, T., & Koç Konu, A. (2018). *Türkiye'nin dış ticareti üzerinde serbest ticaret anlaşmalarının etkileri*. In *International Caucasus-Central Asia Foreign Trade and Logistics Congress Proceeding Book*, UKODLK, September (pp. 7-8).
- İpek, H. (2015). *Uluslararası ticaret, Türkiye-Türkmenistan ilişkileri ve taşımacılık uygulamaları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kabakuş, M. N. (2015). *İhracatçı birliklerinin muhasebe sisteminde yaşanan sorunlar ve çözüm önerileri ile bir yönetmelik önerisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kadı, O. (2023). *Türkiye'nin ihracatı içerisinde e-ticaretin SWOT analizi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.
- Kama, A. (2023). *Dış ticaret işlemlerinin uluslararası muhasebe ve finansal raporlama standartlarına göre muhasebeleştirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kar, A. İ. (2023). *İhracatta Türk-Eximbank sigortaları ve Türk-Eximbank sigortalarının işletmelerin ihracat performansı üzerine etkileri: İhracatçı Türk işletmeleri üzerine ampirik bir çalışma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karabay, B. (2020). *Mermer sektöründe üretim kayıplarının maliyetlere etkisi: Van ilinde bir uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Karabıyık, M. (2022). *İhracat teşviklerinin Konya imalat sanayisi açısından değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Karataş, A. (2023). Türkiye ve diğer OECD ülkelerinin makroekonomik göstergeler açısından çok kriterli karar verme yöntemi ile analizi. *International Journal of Academic Value Studies*, 7(2), 260-277.
- Karayazı, M. (2021). *Turkey's free trade agreements and its impact on foreign trade*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Kaya, F. (2013). *Dış ticaret işlemleri yönetimi*. Beta Yayınevi, Ankara. ISBN: 9786053779780.
- Khennache, K., & Melbouci, D. (2023). *Le financement d'une opération du commerce extérieur par un crédit documentaire: cas de BNA Tizi-Ouzou, Agence 581*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Université Mouloud Mammeri, Faculté des Sciences Économiques, Tizi Ouzou.
- Kınık, H. (2022). Türkiye'nin çok boyutlu dış politikasına bir örnek: Türkiye-Katar ilişkilerinin gelişimi. *Journal of Peace Research & Conflict Resolution / Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 10(1).
- Kırcıcek, T., & Ozparlak, G. (2023). The essential role of international trade on economic growth. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 10(4), 191-202.
- Kızıler, N. (2022). *Dış ticaret ve gümrük anlaşmazlıkları: cezalar ve çözüm yollarının yapısal eşitlik modeli ile analizi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Kokarcalı, U., & Köksal, M. (2022). Türkiye'de doğal taş sektörü ihracatını etkileyen makroekonomik faktörler. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 4(2), 183-198.
- Konate, S., & Namuleme, M. (2023). *Les modes de paiements et le rôle bancaire dans le processus de déroulement des transactions à l'international: cas d'une opération d'importation financée par crédit documentaire au sein de la Gulf Bank*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Université Mouloud Mammeri, Faculté des Sciences Économiques, Tizi Ouzou.
- Kurtuluş, H. U. (2023). *Türkiye'de turizm ve ihracat ilişkisi (2002-2021)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Küsmez, Y. N., & Öcal, O. (2016). *Dış ticarette ödeme ve teslim şekilleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD). (2025). World Trade Statistics, 2024. Paris: OECD Publications.
- L'Organisation mondiale du commerce (OMC). (2025). *Rapport sur le Commerce Mondial*, 2024. Genève: OMC Publications.
- Dünya Ticaret Örgütü (OMC). (2024). *Dünyada Dış Ticaret Verileri: 2023 Yılında Ticaretin Coğrafi Dağılımı*. Cenevre: Dünya Ticaret Örgütü Yayınları.
- Özdemir, M. (2022). *Mermer sektöründe üretim kayıplarının maliyetlere etkisi: Denizli ölçeğinde bir uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Öğüt, İ. D. (2021). *Çalışanların empatik eğilim düzeyleri ile örgüt ikliminin çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmesi: Akdeniz İhracatçı Birlikleri üyeleri örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Özkan, Ş. (2022). *Gümrük mevzuatı çerçevesinde ithalat ve ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilme uygulamaları*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Muhasebe Finansman Bilim Dalı, Konya.
- Öztürk, S., Ve, U. T., & Boztaş, A. (2021). Türkiye-Avrupa Birliği ticari ilişkilerinde Brexit etkisi. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 77-95.
- Palacioğlu, T. (2024). Türkiye Cumhuriyeti'nin yüz yılında dış ticaretin gelişimi. *Avrasya Dosyası*, 14(2), 190-230.

- Pamućar, D., Stević, Ž., & Sremac, S. (2018). A New Model for Determining Weight Coefficients of Criteria in MCDM Models: Full Consistency Method (FUCOM). *Symmetry*, 10(9), 393.
- Pıçak, M., Yıldırım, M., & Demir, Ş. (2022). Diyarbakır mermer sektörünün mevcut durumu ve sorunları üzerine alan araştırması. *Turkish Business Journal*, 3(6), 29-49.
- Polat, E. (2013). *Türkiye’de halı sektörünün ithalat ihracat dengesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Bilim Dalı, Gaziantep.
- Rai, A. (2022). *Serbest ticaret anlaşmalarının dış ticarete etkisi: Moğolistan örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Samah, R. (2023). *Les dispositifs d’appui local à l’exportation des produits en Algérie*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Université Mouloud Mammeri, Faculté des Sciences Économiques, Tizi Ouzou.
- Santosa, D. B. (2018). Does export promotion policy benefit for ASEAN economic development? *International Journal of Trade and Global Markets*, 11(1-2), 3-11.
- Saparauskas, J., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2011). Selection of façade’s alternatives of commercial and public buildings based on multiple criteria. *International Journal of Strategic Property Management*, 15(2), 189-203.
- Saydam, S. G. (2022). *Mikro ihracatta karşılaşılan sorunlar ve mikro ihracat performans ölçüğünün geliştirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Shikhaliyev, F. (2023). *Türkiye-Azerbaycan dış ticaret ilişkileri ve Karabağ Savaşı sonrası gelişmeler*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Silifke Ticaret ve Sanayi Odası. (2021/2024). *Doğal taşlar sektör raporu 2023*. Güncellenmiş baskı 2024. Silifke: Silifke Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları.
- Silifke Ticaret ve Sanayi Odası (Silifke TSO). (2024). *2024 yılı mermer ve doğal taş sektörü raporu*. Silifke: Silifke Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları.
- Sinay, M. (2021). *Stratejik ticaret politikası teorileri ışığında ihracat teşviklerinin performansı: Türkiye örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Sofuoğlu, M. A. (2020). Fuzzy applications of FUCOM method in manufacturing environment. *Politeknik Dergisi*, 23(1), 189-195. ISSN: 1302-0900 (Print), ISSN: 2147-9429.
- Somuncu, K. (2009). *Uluslararası ticaretin temelleri*. İrem Yayınevi, Ankara.
- St-Pierre, J., Boutary, M., Razafindrazaka, T., & Monnoyer, M. C. (2020). Barrières exogènes et difficultés à l’exportation de PME malgaches: l’influence du pays d’origine. *Management International*, 24(3), 31-45.
- Süygün, M. S., & Can, M. (2025). Zeytinyağı işletmelerinin sorunları ve ihracat potansiyelleri üzerine bir araştırma: Mersin ili Mut ilçesi örneği. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 31(1), 189-203.
- Süzer, A. Y. (2019). *Bölgesel kalkınmada ihracat teşviklerinin etkinliği: Karaman ili örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Şahin, A. (2007). *İhracat prosedürlerini biliyor musunuz?* T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Yayınları, Ankara.
- Şahin, M. (2023). *Küreselleşmenin gümrük vergilerine etkisi: Türkiye örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Şahiner, S. (2022). *İhracat teşviklerinin firmaların ihracat performanslarına etkisi: Karaman Organize Sanayi Bölgesi örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Şirinpınar, A. (2012). *Dış ticarete akreditif işlemlerinde operasyonel risklerin önlenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. (2023). *Türkiye İhracat Stratejisi Raporu*. Ankara: T.C. Ekonomi Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, Maden, Metal ve Orman Ürünleri Dairesi. (2018). *Doğal taşlar sektör raporu*. T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları, Ankara
- T.C. Ticaret Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü. (2021). *Türkiye'nin Dış Ticaret ve Mermer Sektörü Raporu*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü. (2021a). *Türkiye'nin ihracat pazarları ve sektörel dağılım raporu 2021*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2023). *Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2023a). *Pakistan ile mal ticareti anlaşması: Tekstil ve tarım ürünlerinde ticaretin geliştirilmesi*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2023b). *Türkiye Cumhuriyeti ile Özbekistan Arasında Tercihli Ticaret Anlaşması*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2023c). *Türkiye Cumhuriyeti ile Birleşik Arap Emirlikleri arasında kapsamlı ekonomik ortaklık anlaşması*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024). *Resmî verilere göre ihracat hacminin artışı ve dış ticaretin GSYH içindeki payı*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024a). *Türkiye ile Azerbaycan'ın Ekonomik Ortaklık Anlaşması*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024b). *Türkiye ile Katar Arasında İmzalanan İş Birliği Protokolleri*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2024c). *Kenya ile Serbest Ticaret Anlaşması: Tarım, Tekstil ve Yapı Sektörlerinde Ticaretin Desteklenmesi*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025a). *Venezuela ile Serbest Ticaret Anlaşması: Enerji ürünleri, inşaat hammaddeleri ve sanayi mamulleri*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025b). *Türkiye'nin dış ticaret raporu*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025c). *DTÖ reform sürecine dair Türkiye'nin görüşleri: Dijital ticaret, hizmetler ve sürdürülebilir kalkınma*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025d). *Türkiye, Karadağ ve Türkmenistan ile bölgesel ekonomik iş birliği: Ticaret forumları ve STA müzakereleri*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025e). *Tayland ile Serbest Ticaret Anlaşması: Elektronik ve otomotiv sektörlerinde karşılıklı fırsatlar*. Resmî Yayın, Ankara.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2025f). *Ocak-Ağustos dönemi dış ticaret değerlendirme raporu*. Ankara: T.C. Ticaret Bakanlığı Yayınları.
- Top, F. (2014). *Dış ticarete ödeme ve teslim şekilleri: Bucak mermer sektörü örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Touhouche, R., & Ali, I. (2023). *Analyse de l'évolution des exportations hors hydrocarbures (2015-2020)*. *Les Cahiers du Mécas*, 19(1).

- Traiyarach, S., & Banjongprasert, J. (2022). The impact of export promotion programs on export competitiveness and export performance of craft products. *Journal of Marine Science and Engineering*, 10(7), 892.
- Tulgay, A. A. (2019). *Uluslararası ticarete incoterms 2010 deniz ve iç su yolu taşımacılığı teslim şekilleri düzenlemelerine yönelik inceleme*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tümer, T., & Kazancı, B. A. (2022). Türkiye ve Avrupa Birliği arasında gümrük birliğinin güncellenmesine ilişkin genel bir değerlendirme. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 8(2), 333-348.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM). (2025). *Türkiye ihracat raporu: sektörel performans ve değerlendirme*. İstanbul: TİM Yayınları.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM). (2025a). *2025 yılı ihracat verileri ve sektörel performans raporu*. İstanbul: Türkiye İhracatçılar Meclisi Yayınları.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM). (2025b). *Türkiye ihracat raporu: Afyonkarahisar ili ihracat değerleri*. İstanbul: TİM Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2025). *Türkiye iller bazında ihracat verileri*. Ankara: TÜİK Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2025a). *2025 yılı dış ticaret verileri ve ihracat istatistikleri*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2025b). *2025 yılı dış ticaret verileri raporu*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2025c). *Ocak-Ağustos dönemi Türkiye ihracat verileri*. Ankara: TÜİK Yayınları.
- Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC). (2024). *Global marble trade statistics 2024*. Cenevre: International Trade Centre Yayınları.
- Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC). (2025). *Global marble trade statistics 2025*. Cenevre: International Trade Centre Yayınları.
- Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC). (2025a). *Dünya mermer ithalat ve ihracat verileri 2024*. Cenevre: ITC Yayınları.
- Uslu, G., & Erdebilli, B. (2022). Examination of fire station location selection using the FUZZY FUCOM method. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 37(3), 848-860.
- Ünlü, İ. (2023). Türk dış ticaretinin değişen coğrafyası (1980-2021). *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27(2), 319-334.
- Üstün, C. (2025). KOBİ'ler için mikro ihracatta elektronik pazaryeri seçimi: Sezgisel bulanık kümeler ve hiyerarşik WASPAS yöntemi ile örnek bir uygulama. *Uluslararası Ticaret ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 45-62.
- Yiğit, M. (2023). Nüfuz alanı bağlamında Türkiye-Kuzey Makedonya ilişkileri (2010-2020). *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(5), 2870-2886.
- Yıldırım, S. C., & Özkan, T. (2023). The effect of macro environmental elements on sales, marketing and export in the natural stone (marble) sector in Türkiye. *PressAcademia Procedia*, 17(1), 73-77.
- Yılmaz, B. N. (2022). *Türkiye'nin dış ticaret rejimleri ve yaşanan sorunlar*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Ana Bilim Dalı, Uluslararası Ticaret ve Avrupa Birliği Hukuku Programı, İstanbul.
- Zavadskas, E. K., Turskis, Z., Antucheviciene, J., & Zakarevicius, A. (2012). Optimization of weighted aggregated sum product assessment. *Elektronika ir Elektrotechnika*, 122(6), 3-6.

EKLER

Çalışmada Başvurulan Veri Toplama Aracına Ait Örnek Form:



T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ANKET FORMU



Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı

1. Çalışmanın Başlığı

Mermer sektöründe ihracatta karşılaşılan problemlerin önem derecelerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemi ile belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul BAYAT

Hazırlayan: Koulouthoune ANZİDİNE

Yıl: 2025

Tahmini Anket Süresi: Yaklaşık 10 -15 dakika

2. Anketin Amacı

Bu anket, Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren 7 mermer işletmesinin ihracat süreçlerinde karşılaştıkları engelleri katılımcıların doğrudan deneyimlerine ve sektörel algılarına dayanarak **tanımlamak, önceliklendirmek ve ağırlıklandırmak** amacıyla hazırlanmıştır.

3. Hedef Katılımcı Grubu

Afyonkarahisar'daki mermer sektöründe ihracat yapan işletmelerin yöneticileri veya üst düzey çalışanları.

4. Bilgilendirilmiş Onam

Katılımcıya Not:

Bu çalışmaya katılımınız gönüllüdür. Veriler yalnızca akademik amaçlarla, anonim ve gizli şekilde kullanılacaktır. Katılımınızı herhangi bir gerekçe göstermeksizin istediğiniz zaman sonlandırabilirsiniz.

Aşağıdaki kutucuğu işaretleyerek bu çalışmaya katılmayı kabul etmiş olursunuz:

[] Yukarıdaki bilgileri okudum, anladım ve çalışmaya katılmayı kabul ediyorum.

5. Anket Yapısı

Bölüm A - Genel Bilgiler

Sorular	
Firma Adı	
Firmadaki Göreviniz	
Sektördeki Deneyim Süresi (yıl)	
Faaliyet Gösterilen Bölge	

Bölüm B - İhracat Engelleri (Likert Ölçeği: 1-10)

1 = Hiç önemli değil, 10 = Çok önemli

Aşağıdaki her bir faktörün mermer ihracatında ne derece engel oluşturduğunu kendi deneyiminize göre değerlendiriniz:

N o	KRİTERLER	FİRMA 1	FİRMA 2	FİRMA 3	FİRMA 4	FİRMA 5	FİRMA 6	FİRMA 7	Topla m
1	Ürün Kalitesi								
2	Fiyat Maliyet								
3	Teslimat								
4	Esneklik								
5	Finansal durum								
6	Performans - verimlilik								
7	Teknoloji								
8	Teknik Yeterlilik								
9	Hizmet kalitesi								
10	Çoğrafi konum								
11	Güvenirlilik								
12	Üretim kapasitesi								
13	Gümrük mevzuatı ve bürokratik engeller								
14	Kur Riski/döviz dalgalanmaları								
15	Kültürel farklıklar/ iletişim sorunları								
16	Lojistik ve taşımacılık Sorunları								
17	Ticaret Anlaşmazlıkları ve hukuki sorunlar								
18	Ödeme tahsilat Riskleri								
19	Politik ve jeopolitik problemleri								
20	Nitelikli iş gücü eksikliği								
21	Enflasyon								
22	DİĞER....								

Bölüm C - Engellerin Ağırlıklandırılması

Yukarıdaki kriterler arasından **sizin için en önemli olan 8 tanesini** seçiniz.

Her birine **1 ile 10 arasında** bir önem puanı veriniz:

No	Kriterler	Önem Puanı (1-10)
----	-----------	-------------------

1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

Bölüm C'deki önem puanlarına göre FUCOM mantığını takip ederek bu tabloyu doldurunuz:

Her bir kriter ile en önemli kriter arasındaki karşılaştırmaları 1-9 arasında değerlendiriniz. (1: en düşük, 9: en yüksek)		
En önemli kriter 2. kriterden	3	Daha önemlidir.
En önemli kriter 3. kriterden	4	Daha önemlidir.
En önemli kriter 4. kriterden	5	Daha önemlidir.
En önemli kriter 5. kriterden	6	Daha önemlidir.
En önemli kriter 6. kriterden	7	Daha önemlidir.
En önemli kriter 7. kriterden	7	Daha önemlidir.
En önemli kriter 8. kriterden	8	Daha önemlidir.

Bölüm D - Açık Uçlu Öneriler

Yukarıda seçtiğiniz 8 kriterin iyileştirilmesi veya çözümü için neler önerirsiniz?

Açık yanıt:

6. Veri İşleme Süreci

Toplanan veriler anonim ve toplu şekilde analiz edilecektir. Katılımcıların isimleri veya kişisel bilgileri hiçbir şekilde paylaşılmayacaktır.