

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
İŞLETME ENSTİTÜSÜ**

**TÜRK DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLERİNİN
AVRUPA BİRLİĞİ İLE TİCARETLERİNDE
KARŞILAŞTIKLARI GÜÇLÜKLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Semanur YALÇIN

Enstitü Anabilim Dalı: Uluslararası Ticaret

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ahmet Yağmur ERSOY


HAZİRAN – 2020

Semanur Yalçın tarafından hazırlanan “Türk Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliği İle Ticaretlerinde Karşılaştığı Güçlükler” başlıklı bu tez, 29/06/2020 tarihinde Sakarya Üniversitesi Lisansüstü Eğilim ve Öğretim Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yapılan Tez Savunma Sınavı sonucunda başarılı bulunarak, jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Ahmet Yağmur ERSOY
Sakarya Üniversitesi

Jüri Üyeleri: Dr. Öğretim Üyesi Esra DİL
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğretim Üyesi Metin SAYGILI
Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

 SAKARYA ÜNİVERSİTESİ	T.C. SAKARYA ÜNİVERSİTESİ İŞLETME ENSTİTÜSÜ TEZ SAVUNULABİLİRLİK VE ORJİNALLİK BEYAN FORMU	Sayfa : 1/1
Adı Soyadı	:	SEMANUR YALÇIN
Öğrenci Numarası	:	Y199056001
Enstitü Anabilim Dalı	:	ULUSLARARSI TİCARET ANABİLİM DALI
Enstitü Bilim Dalı	:	ULUSLARASI TİCARET BİLİM DALI
Programı	:	<input checked="" type="checkbox"/> YÜKSEK LİSANS <input type="checkbox"/> DOKTORA
Tezin Başlığı	:	TÜRK DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLERİNİN AVRUPA BİRLİĞİ İLE TİCARETLERİNDE KARŞILAŞTIKLARI GÜÇLÜKLER
Benzerlik Oranı	:	% 16
İŞLETME ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE		
<input checked="" type="checkbox"/> Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi beyan ederim.		
15 / 06 / 2020 İmza Öğrenci		
<input type="checkbox"/> Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Lisansüstü Tez Çalışması Benzerlik Raporu Uygulama Esaslarını inceledim. Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez çalışması ile ilgili gerekli düzenleme tarafımda yapılmış olup, yeniden değerlendirilmek üzere gsb@sakarya.edu.tr adresine yüklenmiştir.		
Bilgilerinize arz ederim.		
..... / / 2020 İmza Danışman		
Uygundur		
Danışman Unvanı / Adı-Soyadı: Doç. Dr. Ahmet Yağmur ERSOY Tarih: 15 / 06 / 2020 İmza: ayrsay		
<input type="checkbox"/> KABUL EDİLMİŞTİR <input type="checkbox"/> REDDEDİLMİŞTİR	Enstitü Birim Sorumlusu Onayı	
EYK Tarih ve No:		

ÖNSÖZ

Bu tezin yazılması aşamasında titizlikle takip eden ve bir baba edasıyla ilgilenen danışmanım Doç. Dr. Ahmet Yağmur ERSOY'a değerli katkı ve emekleri için içten saygı ve teşekkürlerimi sunarım. Tezimin her aşamasında desteğini esirgemeyen akademisyen arkadaşlarıma değerli katkılarından dolayı çok teşekkür ediyorum. Tezin yazılması esnasında her türlü desteği esirgemeyen sevgili eşim Hasan YALÇIN'a ve tüm hayatım boyunca desteklerini esirgemeyen annem Ayşe YAKIN ve babam Sait YAKIN'a emeklerinden dolayı şükranlarımı sunarım.

Semanur YALÇIN

29.06.2020

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iv
TABLO LİSTESİ	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1: DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLİĞİ	9
1.1. Uluslararası Girişimcilik	9
1.1.1. Küreselleşme	11
1.1.2. Ticari Milliyetçilik	11
1.1.3. Uluslararası Girişimciliğin Küreselleşme Ve Ticari Milliyetçilik İle Bağıntısı	12
1.2. Dış Ticaret Girişimciliği	14
1.2.1. Uluslararasılaşma	15
1.2.1.1. Uppsala Yaklaşımı.....	16
1.2.1.2. Yenilik Yaklaşımları.....	17
1.2.1.3. Ağ Yaklaşımı	19
1.2.1.4. Küresel Doğan İşletmeler Yaklaşımı.....	20
1.2.1.5. Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı	22
1.2.1.6. Dış Ticaret Girişimciliği Yaklaşımı	23
1.2.2. İktisadi Milliyetçilik.....	24
1.2.3. Dış Ticaret Girişimciliğinin, Uluslararasılaşma ve İktisadi Milliyetçilik ile Bağlantısı	25
1.2.4. İktisadi Milliyetçilik ve Ticari Milliyetçiliğin Karşılaştırılması	26
1.2.5. Dış Ticaret Girişimciliği ve Uluslararası Girişimciliğin Karşılaştırılması...	27
1.2.6. Dış Ticaret Girişimciliğinin Problemleri.....	28

BÖLÜM 2: AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRK DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLİĞİ 30

1.1. Avrupa Birliğinin Tarihi, Kuruluş Amacı.....	30
1.2. Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri.....	33
1.3. Gümrük Birliği Anlaşmasından Sonra Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri.....	37
1.4. Dış Ticaret Girişimciliğinin Avrupa Birliği Ekseninde Dezavantajları.....	42

BÖLÜM 3: TÜRK DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLERİNİN AVRUPA BİRLİĞİ ÖZELİNDE KARŞILAŞTIĞI DEZAVANTAJLAR 46

3.1 Araştırmanın Amacı.....	46
3.2 Araştırmanın Tasarımı.....	46
3.3 Araştırma Süreci.....	48
3.3.1 Araştırmanın Örneklemi.....	48
3.3.2 Veri Toplama Süreci.....	49
3.3.3 Mülakat Sorularının Hazırlanması.....	49
3.3.4 Mülakat Yapılacak Kişilerin Belirlenmesi.....	50
3.3.5 Verilerin Deşifre Edilmesi.....	50
3.3.6 Verilerin Geçerliliği ve Güven Vericiliği.....	50
3.3.7 Araştırmanın Analiz ve Bulguları.....	51
3.3.7.1 Katılımcılara Yönelik Bulgular.....	54
3.3.7.2 Katılımcıların Dış Ticaret Girişimcisi Olup Olmama Durumuna İlişkin Bulgular.....	56
3.3.7.3 Katılımcıların Üretim Merkezlerini Taşıma Konusunda Ekonomik Milliyetçi Bir Tavrı Sergileme Durumuna İlişkin Bulgular.....	57
3.3.7.4 Dış Ticaret Girişimcilerinin Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Bulgular.....	59
3.3.7.5 Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliği İle Ticaret Yaparken Karşılaştıkları Problemlere İlişkin Bulgular.....	62
3.3.7.6 Dış Ticaret Girişimcilerinin Rakipleri İle Mücadele Etme Yöntemlerine İlişkin Bulgular.....	64
3.3.7.7 Dış Ticaret Girişimcilerinin İhracat Yaptıkları Ülkelerde Karşılaştıkları Ticari Ve İktisadi Milliyetçi Önlemler Ve Bu Önlemlerle Mücadele Etme Yöntemlerine İlişkin Bulgular.....	66
3.3.7.8 Dış Ticaret Girişimcilerinin Yerli Korumacı Önlemlere Karşı Tutumlarına Yönelik Bulgular.....	68

3.3.7.9	Dış Ticaret Girişimcilerinin Gümrük Birliği Anlaşmasının Mevcut Durumuna Ve Düzenlenmesine Dair Tutumlarına Yönelik Bulgular	70
3.3.7.10	Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliğine Katılma Çabasına Karşı Tutumlarına Yönelik Bulgular	72
3.3.7.11	Dış Ticaret Girişimcilerinin 3. Ülkeler Ve Avrupa Birliği İle Yaptığı Ticaretin Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular.....	73
3.3.7.12	Dış Ticaret Girişimcilerinin Hedef Pazarlarına Yönelik Bulgular ...	75
3.3.7.13	İngiltere’ye İhracat Yapan Dış Ticaret Girişimcilerinin Brexit Sürecinden Etkilenme Durumuna Yönelik Bulgular.....	76
SONUÇ		78
KAYNAKÇA		82
EKLER		88
ÖZGEÇMİŞ		90

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
AET	: Avrupa Ekonomi Topluluğu
AKÇT	: Avrupa Kömür Çelik Topluluğu
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
EURATOM	: Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GB	: Gümrük Birliği
GBA	: Gümrük Birliği Anlaşması
STA	: Serbest Ticaret Anlaşması
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Yenilik Yaklaşımları	18
Tablo 2: Gümrük Birliğinin Türkiye Dış Ticaretine Etkileri	39
Tablo 3: Araştırmaya Yön Veren Literatür Vurguları İle Mülakat Soruları Arasındaki Bağlantı.....	53
Tablo 4: Katılımcı Firmalara İlişkin Bulgular	54
Tablo 5: Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler	55

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Araştırmada İzlenen Süreç	8
Şekil 2: Yıllara Göre İthalat İhracat ve Dış Ticaret Dengesi.....	41
Şekil 3: Yıllara Göre Avrupa Birliği İle Yapılan Dış Ticaret.....	42

Tezin Başlığı: Türk Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliği İle Ticaretlerinde Karşılaştıkları Güçlükler

Tezin Yazarı : Semanur YALÇIN **Danışman:** Doç. Dr. Ahmet Yağmur ERSOY

Kabul Tarihi : 29.06.2020 **Sayfa Sayısı:** viii (ön kısım) + 88 (tez) + 2 (ek)

Anabilim Dalı: Uluslararası Ticaret **Bilim Dalı:** Uluslararası Ticaret

Girişimcilik olgusu; teknolojik gelişmeler, iletişim imkânlarının artması, para ve bilgi akışının kolaylaşması gibi gelişmelerle birlikte ticaretin önündeki engelleri kaldırma politikalarının da katkısıyla sınırlarını aşmış ve uluslararası bir faaliyet halini almıştır. 1980’li yıllardan günümüze uluslararası girişimciliğin tanımlaması yapılmaya çalışılmıştır. Her defasında pratik ile teori örtüşmemiş tanımlara yeni kavramlar eklenmeye çalışılmıştır. Literatüre yeni giren ancak pratikte gelişmekte olan ülkelerin lokomotif aktörü olan, ülkeye döviz girişine destek olmak, istihdam sağlamak amacıyla hareket eden girişimcilerin faaliyeti olan dış ticaret girişimciliği çeşitli açılardan incelenmeye başlanmıştır.

Bu araştırma Türkiye’de yerleşik dış ticaret girişimcilerinin en büyük pazarımız olan Avrupa Birliği’ne yaptıkları ihracatlara engel teşkil eden problemleri ele almak, Gümrük Birliği anlaşmasında dış ticaret girişimcilerinin ihracatları için dezavantaj oluşturan problemleri çözmek için yapılması gereken değişiklikleri, dış ticaret girişimcilerinin bakış açısı ile belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada ayrıca Avrupa Birliği’ne katılımın gerekliliği tartışılmıştır.

Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde yerleşik dış ticaret girişimcileri oluşturmaktadır. Örneklem, kasti örnekleme yöntemi ile araştırmaya katılmayı kabul eden 10 adet dış ticaret girişimcisinden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak yarı biçimlendirilmiş mülakat tekniğinden yararlanılmıştır.

Araştırmanın sonucunda dış ticaret girişimcileri açısından Avrupa Birliğine üye olmaktan ziyade Gümrük Birliği Anlaşmasında, vize serbestisinin getirilmesi, hizmet ticaretinin serbest dolaşıma girmesi ve Gümrük Birliği üyeleri ile eşit haklara sahip olunması gibi değişiklikler yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret Girişimciliği, Uluslararası Girişimcilik, Avrupa Birliği, Gümrük Birliği

Title of the Thesis: The Difficulties of Turkish Foreign Trade Entrepreneurs in Trade With The European Union

Author: Semanur YALÇIN

Supervisor: Assoc. Prof. Ahmet Yağmur ERSOY

Date: 29.06.2020

Np: viii (pre text) + 88 (main body) + 2 (app.)

Department: International Trade

Subfield: International Trade

Phenomenon of entrepreneurship cross the limits and it has become an international activity in consequence of but technological developments, increased opportunities of communication and with the contribution of policies to remove barriers to trade. International entrepreneurship definition is attempted from the 1980's to the present. Every time theory with practice isn't coinciding, new concepts are tried to be added to the definitions. Foreign trade entrepreneurship which is a new issue on international entrepreneurship literature as an action of entrepreneurs who are the locomotive players of practically developing countries, that act with aim to support foreign currency inflow to the country foreign trade entrepreneurship has been examined from various perspectives.

This research was made to address problems that hinder export of foreign trade entrepreneurs in Turkey to our largest market Europe, determine from the perspective of foreign trade entrepreneurs changes that required solving the problems that prevent the export of foreign trade entrepreneurs in the Custom Union Agreement. The study also was discussed the necessity of participation in European Union. Sample of study create from foreign trade entrepreneurs in Istanbul City. The sample elected with method of intentional sampling and come out of 10 pieces foreign trade entrepreneurs that agree to participate. In the research was used semi-formed interview technique as data collection tool.

Result of the research land up that perspective of foreign trade entrepreneurs require changes such as lift visa requirements, free circulation for trade of service and to have equal right with others members of the unions in the Custom Unions Agreement rather than participation in the European union.

Keywords: Foreign Trade Entrepreneurship, International Entrepreneurship, European Union, Custom Union

GİRİŞ

Ticaret, bilindiği kadarıyla neolitik çağlardan beri ekonomik olduğu kadar sosyal nedenlerle de yaşamın bir parçası olmuştur. Çatışan kültürlerin, dinlerin, sosyo ekonomik davranışların etkileşime geçmesi, ortak yanlarının olması, ticari ilişkiler sayesinde. Yüzyıllar boyunca dünya üzerinde varlığını sürdüren ticaret yollarının, dünya tarihini şekillendirmede çok büyük etkisi olmuştur (Bozkurt,2009).

Ticaretin serüveni yüz yıllar boyunca gelişerek devam etmiştir. En büyük kırılmalardan biri sanayi devrimi ile gerçekleşmiştir. Sanayi devriminde fabrikalaşmanın önemi büyüktür. Ancak fabrikalaşmanın temel şartı büyük üretim makinalarının güç ihtiyacının karşılanabilmesine dayanmaktadır. Devrimin gerçekleşmesi üretim gücünün bedensel güç yerine termik makinaların ürettiği gücün kullanılması ile gerçekleşmiştir. Böylece büyük üretim makinalarından ekstra verim sağlanmıştır (Külcü, 2016).

Devrim, ilk olarak Birleşik Krallık'ta ortaya çıkmış, daha sonra Batı Avrupa'ya, Amerika'ya ardından dünyaya yayılmıştır. Buharlı makinelerinin üretimde kullanılması ve yeni buluşlar ile Avrupa'da ve Amerika'da özellikle büyük bir üretim artışı meydana gelmiştir.

Dünyanın güç dengesi değişmiş; teknolojiyi elinde tutan ve katma değerli ürün üreten ülkeler, zengin ülkeler olmuşlardır. Uzun yıllar korumacı önlemlerle sanayilerini geliştiren İngiltere, Amerika, Fransa, Almanya gibi ülkelerde yerel pazarlar doygunluğa ulaştıktan sonra, bu ülkeler ürünlerini satacak yeni pazarlar aramaya başlamışlardır. Bu gelişmelerle birlikte ticareti bir ülke içerisinde tutmak imkânsız olmuştur. Uluslararası ticaretin önündeki engelleri kaldırmak adına pek çok adım atılmıştır. Ülke birlikleri, sektörel birlikler, gümrük birlikleri gibi birleşmelerle ticaretin ivmesi arttırılmaya çalışılmıştır. Sanayileşmiş ülkeler korumacı politikalar takip ederken, geri kalmış ülkelere birleşme ve ticaret anlaşmaları ile serbest ticareti dayatmışlardır. Böylelikle sanayileşmiş ülkeler ürettikleri ürünleri satabilecekleri yeni pazarlara ulaşmada kolaylıklar sağlamışlardır.

Sanayi devrimi ve daha sonrasında devam eden bu teknolojik gelişmeler, iletişim ve haberleşme imkânlarının artması, para ve bilgi akışının kolaylaşması gibi gelişmelerle

birlikte girişimin meydana gelmesi ve etki alanı konusunda farklılıklar meydana getirmiştir.

Girişimcilik olgusu, ticaretin önündeki engelleri kaldırma politikalarının katkısıyla sınırlarını aşmış ve uluslararası bir faaliyet halini almıştır. Girişimciler de artık ulusal sınırların ötesinde faaliyette bulunmaya başlamışlardır.

Gelişmekte olan ülkelerin ulusal sınırların ötesine yaptıkları girişim faaliyetleri ile güçlü sömürgeci tarihleri sayesinde büyük ekonomik alt yapıya sahip gelişmiş ülkelerin ulusötesi girişim faaliyetleri farklılık göstermektedir.

Gelişmekte olan ülkeler statüsünde olan Türkiye'de dünyanın her yerini pazar olarak gören, dünyanın her yerinde katma değer yaratan uluslararası, küresel girişimciler olduğu gibi daha çok katma değer yaratma sürecini ülke içinde tutup ülke içinde istihdam sağlayan dış ticaret girişimcileri ile dış ticaretini şekillendirmektedir.

Siyasi ve ekonomik birleşmeler ile birlikte uluslararası ticaretin önündeki engelleri kaldırma konusunda ülkemizde en çok çaba harcanan ve bir parçası olunmak adına uzun yıllar ülke gündemini, siyasetini, ekonomisini ve hatta sosyal hayatını şekillendiren birleşme Avrupa Birliği (AB) olmuştur.

1996 yılında yürürlüğe giren Gümrük Birliği Anlaşması ile AB ülkeleri Türkiye'nin hem en büyük ithalatçısı hem de en büyük dış pazarı olmuştur. Ülkemizdeki sınırların dışına yapılan girişimlerin genellikle hedefi öncelikle AB ülkeleri olmuştur. O zamanın şartlarında oldukça yararlı olan Gümrük Birliğinin (GB) ülkemiz adına yeterliliği sorgulanır olmuştur. Zaman içerisinde bizim ülkemiz için dezavantajlı olan, lojistik problemler, güçlü rakipler ile iç pazarı paylaşmak zorunda kalma, hatta açık pazar olma, karar alıcı mercilere karşı yaptırım gerçekleştirilememesi gibi yönleri göze çarpmaya başlamıştır. Bu durumlar çalışmanın ilerleyen bölümünde detaylı biçimde ele alınacaktır.

Araştırmanın Problemi ve Amacı

Bu araştırmanın ana problemi “*Gümrük Birliği Anlaşması'nın, Türkiye'nin dış ticaret girişimciliği faaliyetlerine etkileri nelerdir?*” şeklinde ifade edilebilir. Çeyrek yüzyıl önceki siyasi ve ekonomik koşullarda imzalanmış olan Gümrük Birliği Anlaşmasının,

günümüzde hâlâ ekonomimiz ve dış ticaret girişimcilerimiz için yeterli olup olmadığını tartışmak ve bir çözüm önerisi sunmak önemlidir.

Gelişmekte olan ülkelerin iktisadi milliyetçi politikaları aracılığıyla uluslararasılaşma faaliyetlerini gerçekleştirebileceği girişim türü, dış ticaret girişimciliğidir (Ersoy, 2018). Dış ticaret girişimciliği literatüre nispeten yeni girmiş bir kavramdır. Dolayısıyla hakkında, Ersoy ve Saygılı (2017a, 2017b), Ersoy ve Saygılı (2018a, 2018b, 2018c), Ersoy vd. (2017), Ersoy ve Saygılı (2018), Ersoy (2018), Saygılı (2019), Ersoy ve Yalçın (2019) gibi oldukça az sayıda çalışma yapılabilmektedir. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, gelişmekte olan ülkeler statüsünde olan Türkiye'deki dış ticaret girişimcilerinin, Gümrük Birliği ile yapılan ticari faaliyetlerde gereken faydayı sağlamaları için ne gibi düzenlemeler yapılması gerektiğini ortaya çıkarmak, AB'ye katılımın gerekliliğini dış ticaret girişimcilerinin bakış açısıyla tartışmak ve dış ticaret girişimciliği üzerine, korumacı önlemlerin, ekonomik yaptırımların etkilerini incelemektir.

Bu kapsamda çalışmanın amacı, Gümrük Birliği Anlaşması'nın Türkiye ekonomisinde oldukça geniş bir yer tutan dış ticaret girişimciliği faaliyetleri üzerindeki etkilerini incelemek, varsa dezavantajlarını ortaya koymak ve bu dezavantajlara çözüm önerileri sunmaktır.

Araştırmanın Önemi

Bu çalışma uluslararası ölçekte faaliyet göstermeyen ve katma değer yaratma süreçlerini ülke içerisinde tutan ve dış pazarı AB olan dış ticaret girişimcilerinin yaptıkları dış ticaretin problemlerini ele almak ve çözüm önerisi sunmak açısından önem arz etmektedir.

1970'li yılların sonlarından itibaren oluşmaya başlayan "Uluslararası Girişimcilik" literatürü pek çok tanımlayıcı ve ayırt edici çalışma gerçekleştirilmiştir. Ancak uluslararası girişimcilik içinde özel bir çalışma alanı olan "Dış Ticaret Girişimciliği" oldukça yeni bir kavramdır. Nispeten yeni bir girişimcilik tanımı olan "Dış Ticaret Girişimciliği" konusunda oldukça az sayıda çalışma bulunduğu gözlenmektedir. Bu çalışmalar yapılan dek dış ticaret girişimciliği, uluslararası girişimciliğe ilişkin tanımlar kapsamında değerlendiriliyor ve bu çalışmalar dış ticaret girişimciliği için yetersiz kalmaktaydı. Son yıllarda gerçekleştirilen bu çalışmalar ile dış ticaret

girişimciliği olgusu literatürde yerini almaya başlamıştır. Bu alışma dış ticaret girişimciliği literatürüne sağlaması açısından önem arz etmektedir

Ayrıca bu çalışmanın odak noktası olan dış ticaret girişimciliğinin AB özelindeki dezavantajları konusunda bir çalışma mevcut değildir. AB'nin Türkiye açısından avantaj ve dezavantajları üzerine pek çok çalışma yapılmış ancak bu çalışmalarda dış ticaret girişimciliği ile ilişkisi ele alınmamıştır. Çalışmada dış ticaret girişimcilerinin AB pazarına yaptıkları uluslararası satışlar esnasında karşılaştıkları engelleri ve çözüm önerilerini içermektedir. Çalışma bu yönüyle özgün değere sahiptir.

Bu çalışmanın dış ticaret girişimciliği konusundaki gelecek çalışmalara kaynak sağlaması, literatürdeki dış ticaret girişimciliği konulu kaynak eksikliğine katkıda bulunması beklenmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Oldukça yeni bir araştırma alanı olan “Dış Ticaret Girişimciliği” ve bu kavramın farklı yönlerinin incelenmesi çok yönlü bir keşif alanı sunmaktadır. Ayrıca uzun yıllardır nihayete ermemiş bir süreç olan Avrupa Birliği'nin fayda sağlayıcı bir mercii olma durumu ve Türk girişimcileri için gerekliliği son dönemde yoğun şekilde sorgulanmaya başlamıştır. Bu araştırma piyasada aktif faaliyet yürüten dış ticaret girişimcilerinin AB kaynaklı problemlerini ele alacağından örnek olay çalışması şeklinde yürütölmüştür.

Türk dış ticaret girişimcilerinin AB özelinde yaşamakta olduğu problemleri tespit etme ve çözüm önerileri sunmaya yönelik bu çalışma için organizasyonların yakından incelenmesi, birincil ağızdan verilere ulaşılması, benzer örüntüler sunan verilerin analiz edilmesi ve raporlanması dolayısıyla elde edilecek ortak sorun ve özömlerin belirlenmesi elzemdir. Bu gibi bir veri elde etme ve analiz sürecini örnek olay çalışması ile gerçekleştirmek mümkündür.

Örnek olay çalışmaları nicel veya nitel bir yaklaşım ile gerçekleştirilebilmektedir. Çalışmanın özü itibari ile dış ticaret girişimcilerinin tecrübeleri ve uluslararası ticaret yaparken karşılaştıkları olumsuz durumlar ele alınacağından nitel bir araştırma tasarımından faydalanılması uygun görölmüştür.

Bu araştırmada dış ticaret girişimcilerinin AB özelinde yaşadığı, engel teşkil eden problemleri irdelemek, bunlara çözüm önerilerini tespit etmek adına çalışmanın evrenini AB ülkelerine ihracat yapan Türkiye'deki dış ticaret girişimcileri oluşturmaktadır.

Evrenin tamamına ulaşmanın imkânsız olması, zaman ve maddi kısıtlar göz önünde bulundurularak örneklem seçilmiştir. Belli bir grup üzerinden yrtlen bir çalışma deseni olan örnek olay yöntemine uygun şekilde çalışmanın rneklemi oluşturulmuştur. Örneklem seçiminde yaklaşık 15 milyonluk nüfusuyla Türkiye'nin ticaret ve sanayi bakımından lokomotif şehri olan İstanbul sınırları içerisinde yerleşik, AB ülkelerine ihracat yapan, on adet dış ticaret girişimcisi kasti olarak seçilmiştir. Katılımcılar uluslararası ticaret yapan girişimciler içerisinden, kasten dış ticaret girişimcisi olanlar seçilerek belirlenmiştir. Dolayısıyla kasti örnekleme yöntemi ile çalışmanın rneklemi oluşturulmuştur.

Nitel veri toplama tekniği ile yrtlen bir araştırmada katılımcılar ile birebir görüşmek ve onların görüşlerine ulaşmak, verdikleri cevapların sebeplerini irdelemek önem arz etmektedir. Bu bağlamda veri toplama yöntemi olarak, katılımcıların verdiği cevaplara göre yönlendirme yapabilmek adına yarı biçimlendirilmiş mülakat yöntemi seçilmiştir. Hazırlanan mülakat formu ile araştırmanın zaman ve bütçe kısıtı göz önünde bulundurularak Gümrük Birliği kapsamı içerisinde yer alan ürünlerin dış ticaretini yapan ve hali hazırda Avrupa Birliğine ihracat yapan on Türk dış ticaret girişimcisi ile grşmeler yapılmıştır. Araştırma bağlamında veri toplamak için kullanılması planlanan mülakat formunun yapısının hazırlanmasında Coşkun vd. (2015) ve Gürbüz ve şahin (2016) kaynaklarından yararlanılmıştır. Mülakatlar için dış ticaret girişimcileri ile yapılan mülakatlardan önce randevu alınmış ve grşmeler planlanan yer ve saatte gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar araştırmacının kendisi tarafından yapılmış ve mülakat sorularına verilen cevapların kayıt edilmesi için katılımcılardan izin alınmıştır. Hlihazırda ki dış ticaret girişimcileri ile gerçekleştirilen her bir mülakat ortalama 30-45 dakika sürmüştür. Mülakata katılacak olan dış ticaret girişimcisine, mülakat öncesinde konunun kapsam ve süreci hakkında tekrar bilgi verilmiştir.

Dokümanların karşılaştırılması ve karakterize edilmesi için kullanılan analiz tekniği içerik analizidir (Coşkun vd. 2015). Yıldırım ve şimşek'in (2016) belirttiği üzere içerik analizinde temel amaç toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere

ulaşmaktır. Bu çalışmada önceden belirlenmiş temalar, anahtar göstergeler yahut kavramlar belirlenerek veri analiz süreci başlamıştır. Bu çalışmada farklı katılımcılardan elde edilen verilerin kategorilere ayrılması ile elde edilen kavramların raporlanması şeklinde bir yol izlenmiştir. Katılımcıların görüşlerinin içeriklerini sistematik olarak tanımlayabilmek, analiz edilen verilerin daha sonraki çalışmalarda da kullanılabilmesini sağlamak amacıyla yönlendirici içerik analizine başvurulmuştur.

Araştırmanın Kısıtları

Araştırma AB'ye ihracat yapan ve dış ticaret girişimcisi olarak değerlendirilen firmalar üzerinden yürütülmüş ve on dış ticaret girişimcisi ile görüşülmüştür. Çalışmada Türkiye'deki üretim ve ticaret potansiyeli bakımından en büyük il olan İstanbul ilinde yerleşik dış ticaret girişimcilerine yer verilmiştir. Araştırmanın sorunsalı dış ticaret girişimciliğinin pratikte yaşadığı problemlerle ilgili olduğundan farklı kaynaklardan veri çeşitliliği sağlanamamıştır. Ayrıca zaman ve maddi kısıtlar dolayısıyla sadece on dış ticaret girişimcisi ile görüşülebilmüş ve bu görüşmelerden elde edilen veriler kullanılabilmiştir.

Bunların dışında Dış Ticaret Girişimciliği kavramı çok kısa süre önce literatüre girebilmiştir. Bundan dolayı bu kavramla ilgili az sayıda kaynak bulunuyor olması çalışma açısından bir kısıt oluşturmaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

Dış ticaret girişimcilerinin AB'den kaynaklı problemlerine ışık tutmak ve bu problemlere çözüm sunmak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Çalışma iki kavramın etkileşimi üzerinden ortaya çıktığından dolayı ilk iki bölüm bu kavramlar için sunulan kavramsal çerçeve/teorik arka plandan oluşmaktadır.

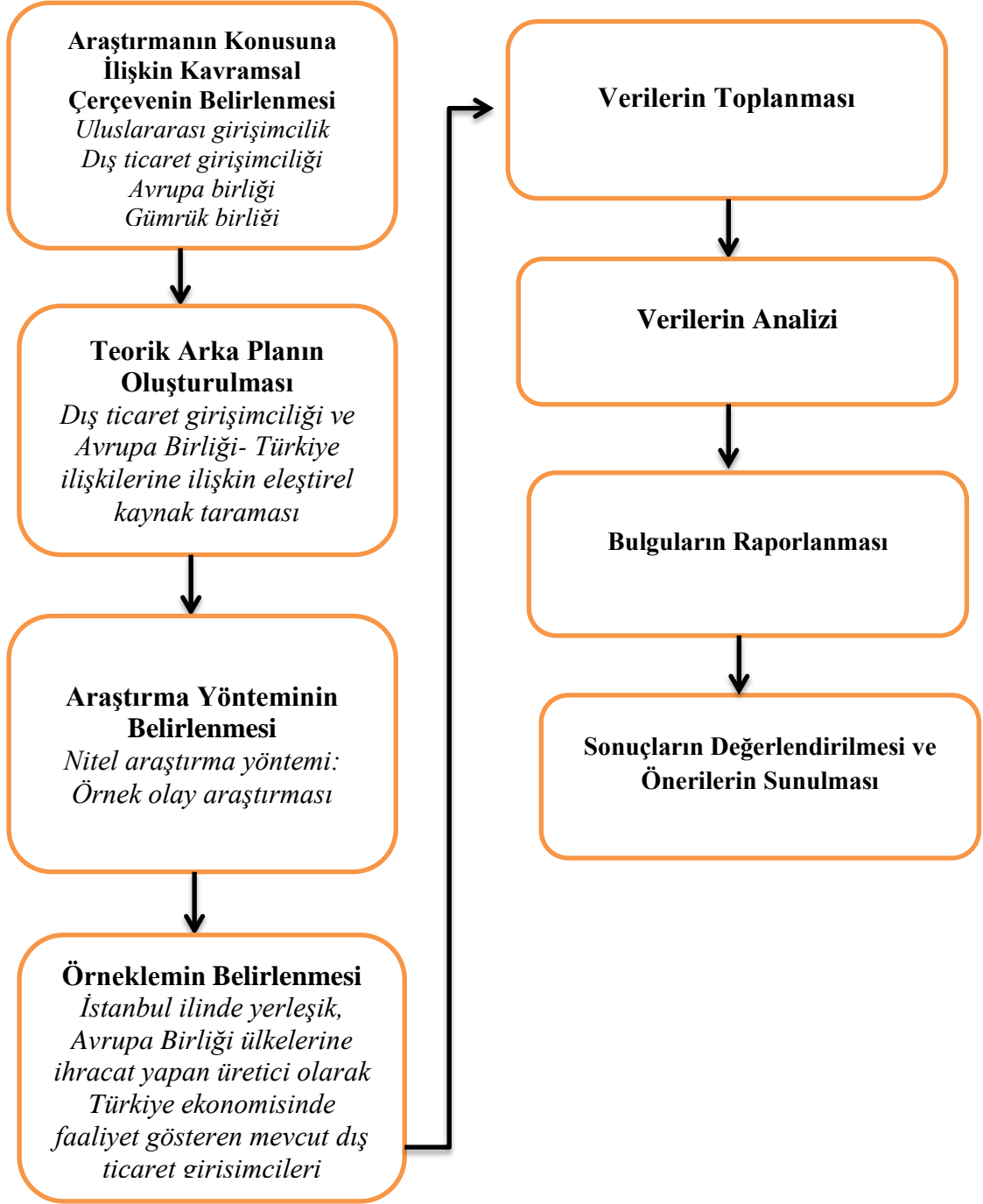
Çalışmanın birinci bölümünde, Dış Ticaret Girişimciliği kavramı ve kapsamına dair bilgiler sunulmaktadır. Bu çerçevede uluslararası girişimcilik kavramı, ideolojik temelleri ve dış ticaret girişimciliği kavramı ve ideolojik temellerine dair teorik bilgiler yer almaktadır. Bu kapsamda küreselleşme, ticari milliyetçilik, uluslararasılaşma ve iktisadi milliyetçilik kavramlarına dair bilgiler bulunmaktadır. Ayrıca yeni bir

girişimcilik terimi olarak Dış Ticaret Girişimciliğinin, Uluslararası Girişimcilik kavramından ayrılan yönleri irdelenmektedir.

İkinci bölümde, AB'nin kuruluş amacı kısaca tarihi ve Türkiye'nin birlik ile ilişkisi incelenmektedir. Ayrıca AB'ye üyelik başvurumuzdan bu yana ulaşılan önemli bir süreç olan Gümrük Birliği Anlaşmasının uluslararası ticaretimize olan etkisine yer verilmektedir.

Çalışmanın son bölümünü oluşturan üçüncü bölümde, çalışmanın amaçları doğrultusunda araştırmanın örneklemini oluşturan dış ticaret girişimcileri üzerinden yürütölen saha araştırması ve veri analizlerine yönelik bulgular yer almaktadır. Bu bölümde katılımcılara yönelik demografik bilgilere, faaliyette bulunulan sektör bilgilerine, çalışmanın amacına yönelik elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlerin yorumlarına yer verilmektedir.

Sonuç kısmında ise elde edilen bulgular eleştirel biçimde değerlendirilerek gelecek çalışmalar, uygulayıcılar ve akademisyenlere öneriler sunulmaktadır.



Şekil 1: Araştırmada İzlenen Süreç

BÖLÜM 1: DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLİĞİ

Üretim faaliyetlerinin artması yerel pazarların yetersiz kalması, teknolojinin ve para sistemlerinin gelişmesiyle, girişimciler yerel pazarları ile yetinmek yerine hitap ettikleri pazarlarını ulusal sınırların ötesine büyütmüş ve çeşitlendirmişlerdir. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine ideolojik ve politik altyapılarına ellerinde bulundurdukları güce göre ülkelerdeki girişimcilerin sınır ötesi girişim faaliyetleri farklılık göstermektedir.

Gelişmiş ülkeler dünyayı hedef pazarları olarak görürken, gelişmekte olan ülkelerin hedefi belirli bölgelerdir. Gelişmiş ülkeler, ulusötesi firmalarını ticari milliyetçi faaliyetlerle koruyup destekleyerek, küresel boyuta ulaşmış bu firmaları vasıtasıyla uluslararası girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere iktisadi milliyetçi faaliyetlerle sanayilerini dış rekabete karşı destekleyerek bu sanayilerdeki uluslararasılaşmış veya uluslararasılaşmakta olan girişimcilerle sınır ötesi girişimsel faaliyette bulunurlar. Ancak bu girişimcilerin yaptıkları faaliyetleri “Uluslararası Girişimcilik” tanımı karşılayamamaktadır. Bu girişimciler “Dış Ticaret Girişimciliği” kavramı ile açıklanabilmektedir. (Ersoy, 2018).

Çalışmanın bu bölümünde “Uluslararası Girişimcilik” ve literatüre yeni girmiş olan “Dış Ticaret Girişimciliği” kavramı karşılaştırılacaktır. Uluslararası girişimciliğin ticari milliyetçi önlemlerle küresel boyutlarda tezahür etmesine benzer şekilde, dış ticaret girişimciliğinin iktisadi milliyetçi faaliyetlerle uluslararasılaşması ele alınacaktır.

Bu bölümün amacı çalışmanın temeli olan “Dış Ticaret Girişimciliği” kavramını, “Uluslararası Girişimcilik” kavramı ile karşılaştırmalı olarak açıklamaktır.

1.1. Uluslararası Girişimcilik

Sanayi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, uluslararası girişimcilik faaliyetlerinde artış sağlamıştır. Uluslararası girişimcilik faaliyetlerinde yaşanan artış, akademik çevrelerin de ilgisini bu yöne çekmiştir.

Teorik uluslararası girişimcilik faaliyetlerinin başlamasının üzerinden çok uzun zaman geçtikten sonra girişimcilik tanımlarına 1980’li yıllarda uluslararası girişimcilik tanımları, McDougall (1989), McDougall ve Oviatt (1994), Zahra ve George (2002)

gibi yazarların çalışmaları ile eklenebilmiştir. Pratikte yapılan faaliyetleri anlamak adına teorik uluslararası girişimcilik faaliyetlerine sürekli yenileri eklenmiştir.

Birçok uluslararası girişimcilik tanımı bulunmaktadır. Günümüze değin yapılan uluslararası girişimcilik tanımlamalarının, pratikteki gelişmeleri tam anlamıyla yansıtamadığı görülmüş ve yenilenmeye çalışılmıştır. Bundan dolayı net bir uluslararası girişimcilik tanımı mevcut değildir (Tayauova, 2009).

Uluslararası girişimciliği ilk olarak McDougall (1989) ele almıştır.

“Uluslararası aktivitelerden satış elde etmeyen girişimciler yurt içi girişimcilerdir, toplam satışlarının yüzde beşimden fazlasını uluslararası faaliyetlerden elde eden girişimciler uluslararası girişimciler olarak tanımlanır” (McDougall, 1989: 387)

Yukarıdaki ifade ile uluslararası girişimci ile yurt içi girişimcinin farkını ortaya koymuştur. McDougall’ın Oviatt ile 1994 yılında yaptıkları çalışma ile bu farkı detaylandırmışlardır.

“Uluslararası girişimcilerin ayırt edici özelliği, başlangıç noktalarının uluslararası olmasıdır, gözle görünür şekilde kaynak taahhütlerinin (insan kaynağı, materyal, finans kaynağı, zaman gibi) birden fazla ulustan sağlanmasıdır” (McDougall ve Oviatt, 1994: 49).

Uluslararası girişimciler kendi faaliyetlerini başlangıçtan firmanın tüm operasyonlarına kadar uluslararası olarak görürler. Uluslararası Girişimcilik kuruluştan itibaren faaliyet alanını uluslararası alan olarak gören ve bu sayede uluslararası faaliyetler gerçekleştiren uluslararası yeni girişimlerin gelişimidir (McDougall, 1989). Uluslararası Girişimcilik, uluslararası iş, girişimcilik, stratejik yönetim teorilerini bütünleştirerek bir çatı altında sunmaktadır. Bu çatı; işlemlerin örgütlenmesi, farklı hükümet yapıları ile güven ilişkisi, yabancı lokasyon avantajları ve nadir kaynaklar üzerinde kontrolü ele geçirme olmak üzere dört ayaklı bir yapıdır. Bu yapı kaynakların kullanımından sağlanan rekabet avantajları ile üretim çıktılarının birden çok ülke pazarına satılmasına kadar bir organizasyonu kapsar. (McDougall ve Oviatt, 1994). Uluslararası Girişimcilik rekabet üstünlüğü sağlamak için işletmenin yerel pazarlarının dışında oluşan fırsatları keşfetme, kullanma ve buradan sağlanan kazanç ile işletme için değer yaratma amaçlı bir süreçtir.

Uluslararası girişimci bu süreçte yenilikçi proaktif ve risk üstlenen davranışlar sergiler. (Zahra ve George, 2002; Faiz, 2013)

Tayauova'nın (2009: 10) yaptığı ve önceki tanımların bir özeti olarak değerlendirilebilecek tanımına göre;

Uluslararası Girişimcilik, işletmenin (1) değer yaratma, kar elde etme veya büyüme gibi amaçları doğrultusunda (2) ulusal sınırların ötesinde oluşan fırsatları keşfederken ve kullanırken (3) yenilikçi, proaktif ve risk alma davranışları sergileyerek (4) örgüt kapsamında gerçekleştirdiği (5) bir süreçtir.

1.1.1. Küreselleşme

Bir girişimin tüm fonksiyonlarıyla dünya ölçeğinde planlanması, ürettiği hizmet yahut ürünün tüm dünyaya hitap etmesi, üretim, pazarlama, dağıtım, servis hizmetleri gibi fonksiyonların çok uluslu bir yapıda olması o girişimin küreselleşmiş bir girişim olduğunu gösterir.

Küreselleşme; sınır ötesi karşılıklı ekonomik bütünleşme, ulusal ekonomilerin dünya piyasalarına uyum sağlaması, toplum ve devletlerarasındaki iletişimin ve etkileşimin artmasıyla karşılıklı bağımlılığın artması sürecidir (Kıvılcım, 2013). Üretim ve tüketimin dünya ölçeğinde planlandığı, serbest rekabet ve piyasa düzeninin uluslar üstü kuruluşlar tarafından denetlendiği, kuralların uluslar üstü uygulandığı bir sistemdir (Kürkçü, 2013).

Uluslararası Girişimcilik; gelişmiş ülkelerin sınır ötesinde ticari milliyetçi tutum ile meydana getirdiği faaliyetleri, küreselleşme olgusu içinde gerçekleştirmeleri sonucunda ortaya çıkmaktadır. Uluslararası girişimciler, küreselleşmek için sınır ötesi faaliyetlerde bulunmaktadırlar (Ersoy, 2018).

1.1.2. Ticari Milliyetçilik

Günümüz ekonomilerinde gelişmiş bir ülke ile aynı değerde belki de daha yüksek sermayeye sahip küresel şirketlerin varlığı aşikârdır. Öyle ki çoğu zaman bir ülke ekonomisini sahip olduğu küresel şirketler yönlendirmekte, bazı ekonomik darboğazlarda kurtarıcı olabilmektedirler. Bu küresel şirketlerin çıkarlarının korunması,

amacıyla yapılan bir takım faaliyetler bulunmaktadır. Bu faaliyetleri ticari milliyetçilik kavramı ile açıklamak mümkündür.

Ticari milliyetçilik, gelişmiş ülkelerin küresel boyutlu firmalarının rekabet avantajlarını muhafaza etmek amacıyla sergilediği korumacı önlemlerdir. Küreselleşmeden kaynaklı meydana gelen saldırgan bir süreçtir. Gelişmiş ülkelerin hedef ülkelerdeki kendi çok uluslu şirketlerinin faaliyetleri vasıtasıyla hedef kitleyi şekillendirmek için asimetrik güç ilişkisi kurmak ve hâlihazırda sahip oldukları dış ticaret fazlasını kalıcı kılmak için sarf ettikleri çabadır (Ersoy, 2018). Saygılı (2019: 21) ticari milliyetçiliği şu şekilde açıklamaktadır:

“Uluslararası sermaye hareketlerinin lehtar tarafı gelişmiş ekonomilerdir. Dolayısıyla gelişmiş ekonomilerin alacaklarını güvence altına alma saiki ile hareket etmeleri kaçınılmazdır. Bu güvenceyi elde edebilmek ise sermaye hareketlerinin borçlusu konumunda olan geri kalmış ve geliştirmekte olan ekonomileri uluslararası sermayeye bağımlı kılmak ve bu bağımlılığın sürekli hale getirilmesini gerektirmektedir. Bahsi geçen bu asimetrik ilişkinin güçlü tarafı olan gelişmiş ekonomiler, özellikle geliştirmekte olan ekonomiler ile kendi lehlerine olan bağımlılık ilişkisinin devam etmesi için saldırgan ticari politikalar izleme eğilimindedir. Bu eğilim gelişmiş ekonomileri özellikle geliştirmekte olan ekonomilerdeki üretim ve tüketim kalıplarını bu asimetrik ilişkinin sürdürülebilmesi bağlamında kontrol altına almaya yönlendirmektedir. Bu durum ise politik karşılığını ticari milliyetçilik ile bulmaktadır.”

1.1.3. Uluslararası Girişimciliğin Küreselleşme Ve Ticari Milliyetçilik İle Bağlantısı

Sanayi Devrimi'nden sonra Avrupa kaynaklı başlayan bir serbest ticaret furyası günümüze değin tüm dünyayı sarmıştır. İngiltere başta olmak üzere Amerika ve diğer gelişmiş Avrupa ülkeleri geliştirmekte olan ülkelere sanayilerini geliştirmek maksadıyla, üretkenliklerini arttırmaları gerektiğini, geliştirmekte olan ülkeden gelişmiş ülke konumuna geçebilmeleri için girişimcilerinin rekabet etmesi gerektiğini bunun için de ticaretin önündeki engelleri kaldırmalarını tavsiye etmişlerdir. Bu konu sadece tavsiye olarak kalmamış Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ve Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel

Anlaşması (GATT) gibi resmi adımlar da atılmıştır. Ancak 2008 krizinden sonra Amerika'nın kendi otomotiv sanayiini desteklemesi ve birçok kalemdede korumacı önlemler almasıyla bu söylemler sorgulanmaya başlamıştır.

Serbest ticareti şiddetle tavsiye eden, teşvikler veren İngiltere'nin ve Amerika'nın tarihine bakıldığında gelişmekteyken serbest ticaret yerine korumacı önlemler ile sanayisini destekledikleri görülmektedir. Sanayisini geliştirmeye çalıştığı dönemde(1600-1700'lü yıllar) İngiltere, sınaı ürünlerde tarife oranları diğer rakiplerine göre 3-4 kat fazla olmuştur. İç ve dış pazarlarda kendi ürünleriyle rekabet eden sömürgelerinden, İngiltere ve başka ülkelere ihracatı yasaklamıştır. 19. yüzyıl boyunca Amerika dünyanın en korumacı ülkesi olmuş ve buna karşın en hızlı büyüyen ekonomisi olmuştur. Hamilton'un (1791) ifadesiyle "bebek endüstrilerini" çeşitli yöntemlerle destekleyerek korumuştur. Bu ülkelerin sanayileri uluslararası düzeyde bir rekabet gücü yakaladığında korumacılık onlar için gereksiz hale gelmiştir. Adam Smith'in meşhur Ulusların Zenginliği kitabında bahsettiği gibi "Korumaya ihtiyaç duymayan sanayilerin korunması, eski dinamizmlerini ve etkinlik düzeylerini düşürecektir". Rekabet gücü elde etmiş olan İngiltere ve Amerika için serbest ticareti benimsemek menfaat sağlamıştır. (Chang, 2015).

Bu gelişmelerden sonra endüstrileri rekabet üstünlüğü elde eden ülkeler için uluslararası girişimcilik kaçınılmaz olmuştur. Rekabetçi çevrelerdeki değişim ve küresel ekonominin bağımsızlığı, uluslararasılaşmayı ve küreselleşmeyi girişimci firmalar için cezbedici hale getirmektedir (Zahra ve George, 2002).

Ticari milliyetçi politikalarla girişimin desteklenmesi ve girişimin küresel boyutlara ulaştırılması, küresel piyasaya hitap etmesi uluslararası girişimin nihai hedefidir. Küreselleşme gelişmiş ülkelerin pazarı yönetme, pazarda kalıcı olma stratejisidir (Ersoy,2018). Gelişmiş ülkeler; çeşitli ekonomik tutumlarla koruyarak geliştirdikleri endüstrilerinin ürünü olan uluslararası girişimci ve nihayetinde ulus ötesi şirketleri aracılığıyla küresel pazarı yönetme, şekillendirme, dış ticaret fazlalarını kalıcı hale getirme ve asimetric güç ilişkilerini arttırmayı hedeflemektedirler.

Gelişmiş ülkeler; gelişmekte olan ülkelere serbest ticareti dayatarak (Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası ve DTÖ vasıtasıyla) asimetric güç ilişkilerini sürdürmeyi hedeflerler. Chang (2015: 108) bu konuyu şu sözlerle açıklamıştır;

“Gelişmekte olan ülkelerdeki endüstriler uluslararası rekabete çok erken dönemlerde maruz kalırlarsa varlıklarını sürdüremeyeceklerdir. Bu endüstriler, ileri teknolojilerde ustalaşarak etkili örgütler kurarak yeteneklerini iyileştirmek için zamana ihtiyaç duyarlar.”

Bu zamanı elde edemeyen gelişmekte olan ülkelerin gelişmeleri sekteye uğramıştır.

1.2. Dış Ticaret Girişimciliği

Uluslararası girişimciliğin kapsamında görülen ve aslında farklı bir uluslararasılaşma yaklaşımı olan dış ticaret girişimciliği konusunda literatürde oldukça az sayıda kaynak bulunmaktadır. Uluslararası girişimcilik kavramı ve bu kavram hakkında yapılan araştırmalarda, mevcut tanımlamaların pratikte görülen tüm durumları açıklayamadığı görülmüştür. Buradan yola çıkarak dış ticaret girişimciliği kavramına ulaşılmıştır.

Literatüre görece yeni girmiş bir uluslararasılaşma kavramı olan dış ticaret girişimciliği, gelişmekte olan ülkelerin dış ticaret yaparak kazanç elde etmesi ve bu parasal edinimi ülke içerisinde yeniden üretim yapmak, katma değer yaratmak amacıyla kullanması şeklinde açıklanabilmektedir. Böyle bir girişimde bulunan ve ülke dışına üretim faaliyetlerini çıkarmayı hedeflemeyen, kazancını iktisadi milliyetçi bir tutumla ulusal sınırları içerisinde değerlendirme niyetinde olan girişimcilere “Dış Ticaret Girişimcisi” denmektedir.

Dış ticaret girişimcileri, ülkelerin dış ticaretini ve dış ticaret hacmini arttırmaya yönelik girişimlerde bulunurlar. Bu amaçla hizmet ve üretim kaynaklarını koordine ve organize eden gerçek veya tüzel kişilerdir (Ersoy ve Saygılı, 2017a). Dış ticaret girişimcileri, girdikleri dış piyasanın siyasi, ekonomik, kültürel özelliklerini etkilerken kendileri de etkilenirler. Bu özelliklerinden dolayı dış piyasa ve yerel piyasanın etkileşim içerisinde olmalarında başrol oynarlar (Aksöz ve diğerleri, 2012).

Dış ticaret girişimciliği; sınır ötesine satış yapan, zamanla kazandığı para ile yurt içinde yeni katma değer yaratan sanayiciler tarafından gerçekleştirilen bir süreçtir. Sınır ötesinde katma değer yaratmayı amaçlamaz. Dış ticaret girişimciliği, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik milliyetçi politikalarının bir yansımasıdır. İhracat odaklı girişimcilik aktivitelerini içerir. Dış ticaret girişimciliği, mal ve hizmetlerin ülkeler arası kültürel farklılıklardan yararlanarak dış ticaret politikası amaçları doğrultusunda finansal ve

lojistik kanalların etkin bir biçimde kullanılarak uluslararası pazarlara ulaştırılması faaliyetidir.(Ersoy ve Saygılı, 2018a; Ersoy, 2018). Dış Ticaret Girişimciliği, dış ticaret açığı veren ve bu açığı azaltmayı uman ülkeler tarafından desteklenir (Ersoy, 2018). Söz konusu ülkeler, geliştirmek istedikleri endüstrileri için çeşitli teşvikler sağlamaktadırlar. Dış ticaret girişimciliği açısından muhtelif kurum ve kuruluşlar tarafından sağlanan destekler büyük önem arz etmektedir (Ersoy ve Saygılı, 2017b). Dış ticaret girişimciliği uluslararası pazarlardaki fırsatları görüp bu fırsatları hızlı ve etkili bir biçimde değerlendirmeyi gerektirmektedir (Ersoy ve Saygılı, 2017a).

“Dış ticaret girişimciliği gelişmekte olan ülkelerin iktisadi milliyetçi politikaları nihayetinde meydana gelmiş, ihracat yoluyla uluslararasılaşmayı hedefleyen girişimcilerin, bu ihracattan sağladıkları getiri ile yurt içinde yeni katma değer yaratma sürecidir. Bu süreçte dış ticaret girişimciliğinin nihai hedefi, ülkeye döviz girişi sağlayarak, ülke ekonomisine fayda sağlamak, ülkenin kalkınmasına yardımcı olmaktır. (Ersoy ve Yalçın, 2019: 284)

1.2.1. Uluslararasılaşma

Bir girişimin zaman içerisinde kurulduğu ülke sınırlarının dışına hitap etmesi, işletme fonksiyonlarının sınır ötesinde faaliyet göstermeye başlaması süreci uluslararasılaşma kavramı ile açıklanabilmektedir. Uluslararasılaşma kavramının temelinde işletmenin yurt dışı pazarlara açılması dolayısıyla ilk aşamada ihracat faaliyeti yer almaktadır (Altıntaş ve Özdemir, 2006). Uluslararasılaşma faaliyetleri; firmalara, bölgelere, ülkelere rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Karadağ, 2018).

Uluslararasılaşma kavramı genel olarak küçük ve orta boyutlu işletmelerin (KOBİ), yurt içi faaliyetlerini sınır ötesine taşıma süreçlerini ifade etmede kullanılır. Bu süreci Gürler, Taş ve Ersoy (2019: 84) aşağıdaki ifadeyle açıklamaktadırlar.

“İstisnaları olmakla birlikte (küresel doğan işletmeler gibi) iktisadi girişimler ilkin iç pazara yönelik ulusal işletmeler olarak ortaya çıkarlar. İç pazarda belli bir üretim ve satış hacmini yakalayan işletmeler zamanla daha büyük pazar fırsatları araştırmaya başlarlar ve ürünün özelliklerine ve kendi firma kapasitelerine göre farklı aşamalardan geçerek uluslararası pazarlarda rekabet etmeye çalışırlar.”

Uluslararasılaşma sürecini açıklamak üzere Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı ve Uluslararası girişimcilik yaklaşımından ayrı bir yaklaşım olarak literatüre yeni girmiş bir yaklaşım olan Dış Ticaret Girişimciliği Yaklaşımı'nın yanı sıra; Uppsala Yaklaşımı, Yenilik Yaklaşımları, Ağ Yaklaşımı ve Küresel Doğan İşletmeler Yaklaşımı gibi uluslararasılaşma yaklaşımları mevcuttur. Bu geleneksel uluslararasılaşma yaklaşımları (Küresel Doğan İşletmeler Yaklaşımı istisna olmak üzere) yerel girişimcilerin faaliyetlerini uluslararası piyasaya taşıma süreçlerini açıklamaktadır. Uluslararasılaşma yaklaşımları aşağıda ayrıntılı olarak incelenmektedir.

1.2.1.1. Uppsala Yaklaşımı

Uppsala Okulu adıyla anılan bu yaklaşım, işletmelerin uluslararasılaşma sürecini aşamalar halinde açıklamaktadır. Bu yaklaşıma göre uluslararasılaşma fikri, yerel sınırlara hitap eden girişimin gelişen süreçte kaydettiği ilerlemeler neticesiyle rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla uluslararasılaşması şeklinde gelişmektedir.

Johanson ve Wiedersheim 1975' te yaptıkları çalışma ile Uppsala Yaklaşımı'nı 4 aşamalı bir süreç olarak açıklamışlardır. Bu aşamalar aşağıdaki gibidir.

- Düzenli olmayan ihracat faaliyetleri,
- Bağımsız temsilci aracılığıyla ihracat (acenta),
- Dış ülkelerde açılan satış bürolarıyla yapılan ihracat,
- Yurt dışı üretim / imalat.

Bu yaklaşıma göre başlangıçta küçük çapta ihracat ile uluslararasılaşmaya başlayan girişimci ilerleyen süreçte bir temsilci aracılığıyla ihracat yapmaya devam eder. Tecrübe kazanan girişimci kendi temsilciliklerini açarak ihracat yapmaya devam eder. Son evrede ise üretim maliyetlerinin mevcut ülkeden daha düşük olduğu bir dış ülkede üretim yapmaya başlar. Taş, Cevrioğlu ve Bolel (2017)'e göre uluslararasılaşma sürecinde psikolojik olarak (dil, kültür, siyasal sistem, eğitim seviyesi ve endüstri gelişmişliği gibi benzerlikler) yakın hissedilen ülkelere yapılan uluslararası yatırımlar daha kolay gerçekleşmektedir.

1.2.1.2. Yenilik Yaklaşımları

Uppsala Yaklaşımı ile birlikte “Aşamalı Modeller” olarak anılan olarak anılan yaklaşımlara göre uluslararasılaşma süreci bir tür inovasyon gerçekleştirme silsilesi şeklinde açıklanmaktadır. Deneyim ile bilgi edinen girişimci uluslararasılaşma sürecini gerçekleştirmektedir. Bu yaklaşımlarda firmaların uluslararasılaşma süreci, öncelikle firma içinde yönetsel yeniliklerin getirilmesiyle başlamakta ve her aşama firma için yeni bir yeniliği ifade etmektedir (Knight ve Çavuşgil, 1996).

Yenilik Yaklaşımları Bilkey ve Tesar (1977), Cavusgil (1980), Czinkota (1982) ve Reid (1981)'in çalışmalarıyla açıklanmaktadır. Bu çalışmalara göre girişimin uluslararasılaşmasını açıklayan aşamalar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Yenilik Yaklaşımları

Bilkey ve Tesar (1977)	Çavuşgil (1980)	Czinkota (1982)	Reid (1981)
<ul style="list-style-type: none">• Yönetim sipariş almaya isteklidir fakat aktif ihracat yapmak için çaba göstermez• Yönetim aktif ihracat imkânlarını araştırır• Firma psikolojik olarak yakın olduğu ülkelere ihracat yapar• Firma deneyimli ihracatçıdır.• Yönetim psikolojik mesafesinin daha fazla olduğu ülkelere ihracat yapma olanaklarını araştırır.	<ul style="list-style-type: none">• Yerel pazarlama: Firma yalnızca kendi yerel piyasasına satış yapar.• İhracat öncesi safha: Firma ihracat olanaklarının bilgi ve değerlendirmelerini araştırır.• Deneyimsel ilişki: Firma, bazı psikolojik yakın ülkelere sınırlı bir temelde ihracat yapmaya başlar.• Aktif ilişki: yeni ülkelere direkt ihracat ve artan satış• Firma sınırlı kaynaklarını yönlendirmek için yerel ve uluslararası piyasa arasında kesin tercihte bulunur.	<ul style="list-style-type: none">• Tamamen ilgisiz firma• Kısmen ilgili firma• Araştıran firma• Deneyimsel firma• Deneyimli küçük ihracatçı• Deneyimli büyük ihracatçı	<ul style="list-style-type: none">• İhracat farkındalığı: seçenekleri görme ve ihtiyaçları canlandırma farkındalığı• İhracat niyeti: İhracata yönelik motivasyon tutum ve inanış• İhracat deneyimi: Sınırlı ihracatta kişisel deneyimler• İhracat değerlendirme: ihracat ile meşgul olmak• İhracatı kabullenme: İhracata adapte olma veya reddetme

Kaynak: Andersen, O. (1993). On The Internationalization Process Of Firms: A Critical Analysis, Journal of International Bussiness Studies, 24(2), 209-231

1.2.1.3. Ağ Yaklaşımı

Onur (2019) Uppsala ve Yenilik Yaklaşımları ile şebeke yaklaşımını firmanın uluslararasılaşması sürecindeki başarısı açısından karşılaştırıldığı zaman aşama yaklaşımlarının başarısını psikolojik yakınlık, pazar ve kültürel benzerlik ile ilişkilendirmiştir. Buna karşın Ağ Yaklaşımı açısından firmanın başarısını uluslararası pazarda kuracağı güçlü ilişkilere bağlamıştır. Bu bağlamda ağ yaklaşımı gerçek veya tüzel kişiler arasındaki ilişki ağlarından sağlanan faydayı odağına almaktadır.

Bu yaklaşıma göre firmaların uluslararasılaşma süreci, benzer konumdaki ilişki ağı içerisindeki aktörler ile kurduğu güven ilişkisi sayesinde başlamakta ve devam etmektedir. Bu ağdan kurduğu yeni bağlantılar aracılığıyla yeni aktörlerle farklı bir ülkedeki ilişki ağına dâhil olur ve orada faaliyet göstermeye başlarlar. Bu tür ilişki ağları firmaların rekabet avantajı elde etmesinde etkin rol oynamaktadırlar (Sakr ve Jordaan, 2016). Ağ Yaklaşımını Johanson ve Mattsson (2015) aşağıdaki üç aşama ile açıklamaktadır.

- Uluslararası genişleme aşaması
- Uluslararası pazara girme aşaması
- Uluslararası entegrasyon aşaması

Firmalar bir ağ ile iletişime geçtiklerinde işletmeler için soyut varlıklar olarak tanımlanan fonksiyonel bilgileri (üretim bilgisi, pazarlama bilgisi vd.) ağ içerisinde bulunmaktan faydalanarak elde etme şansı bulabilmektedirler (Johanson ve Mattsson, 1987).

Bu bağlamda firmaların dâhil oldukları ilişki ağındaki aktörlerin farklı ilişki ağları ile etkileşime geçmesi oldukça kolaylaşmaktadır. Buradan hareketle firmalar yeni ilişki ağları ile kendileri için daha optimize tedarikçiler, yeni pazarlar, uygun dağıtıcılar gibi birçok kaynağa erişebilmektedirler.

Uluslararasılaşma sürecini aşamalar halinde gerçekleşen bir faaliyet olarak ele alan Uppsala ve Yenilik Yaklaşımları, firmanın uluslararasılaşma sürecini sonradan değişen koşullar neticesinde gerçekleşen bir süreç olarak değerlendirmektedir. Yani bu yaklaşımlarda girişimci bir girişimde bulunurken uluslararasılaşmak niyetinde değildir.

Rekabet koşullarını arttırmak amacıyla uluslararasılaşmaktadır. Bu da uzun ve deneyimsel bir süreç olarak gerçekleşmektedir.

Bu tanımlamalar belli noktalarda eksik kalmaktadır. Bilinmektedir ki kurulduğu anda yahut çok kısa süre sonra uluslararasılaşan girişimler de mevcuttur. Kuruluş amaçları ulusal işletme olmak olan yahut kuruluşundan itibaren uluslararasılaşma niyetinde olan bu işletmeler Küresel doğan işletmeler yaklaşımı ile açıklanmaktadır.

1.2.1.4. Küresel Doğan İşletmeler Yaklaşımı

Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin ivme kazanmasından sonra şirketlerin uluslararasılaşma şekilleri farklılaşmaya başlamıştır. Klasik uluslararası yaklaşımlarının iddia ettiği tecrübe ve öğrenme aşamaları artık çağın gerekliliği olan hız kavramına uyum sağlayamamaya başlamıştır. Öyle ki teknolojinin sunduğu imkânlar neticesinde, bir firmanın uluslararası arenada faaliyet göstermesi için uzunca bir zaman gerektiren deneyim ve öğrenme süreçlerine gerek olmadığı gibi söz konusu işletmenin büyük bir sermaye yahut satış rakamına da ulaşması gerekmemektedir. Nitekim küçük ve orta boyutlu işletmeler (KOBİ), kurulmaları üzerinden çok zaman geçmeden uluslararası ticaret yapabilmektedirler.

Geleneksel uluslararasılaşma teorilerinin öngördüğü aşama aşama uluslararasılaşma sürecine karşı bir alternatif olarak işletmelerin belli bir olgunluğa erişmeksizin de yurt dışı pazarlarda faaliyette bulunabileceği tezini ileri süren Küresel Doğan İşletmeler Yaklaşımına göre, bir işletme kurulur kurulmaz yahut kurulduktan kısa süre sonra uluslararasılaşabilmektedir (Kalyoncuoğlu ve Üner, 2010).

Geleneksel uluslararasılaşma yaklaşımlarının aksine küresel doğan işletmeler, kuruluşlarıyla beraber veya kısa süre içerisinde dünyayı sınırlarından arındırılmış şekilde ele almakta ve diğer ülke pazarlarında faaliyette bulunabilmek için stratejiler geliştirmektedirler. Bu işletmeler üretim, pazar, kaynak tahsisi ve genel olarak katma değer yaratma faaliyetlerini iki veya daha fazla ülkede gerçekleştirirler. (Çavuşgil ve Knight, 2011).

1993 yılında Rennie Avusturalya'da yerleşik 300 işletme üzerinden gerçekleştirdiği çalışmasında, kuruluşları iki gruba ayırarak incelemiştir. Birinci grupta yer alan kuruluşlar yerel temelli kuruluşlar olarak adlandırılmış ve bu kuruluşların

uluslararasılaşma yolu klasik aşamalı uluslararasılaşma yaklaşımlarındaki aşamalara uygundur. İlk ihracatlarını ortalama olarak kuruluşlarından 27 yıl sonra gerçekleştirmişlerdir. Toplam satışlarının %20'si uluslararası satışlardan oluşmaktadır. Diğer gruptaki kuruluşlar ise küresel doğan olarak adlandırılmışlardır. Bu küresel doğan işletmeler, kuruluşlarından ortalama 2 yıl sonra uluslararası satış gerçekleştirmişlerdir. Yıllık satışlarının %70'i uluslararası satışlardan oluşmaktadır.

Yıllık ortalama satışları 16 milyon dolar olan bu küçük ve orta boyutlu işletmeler rahatlıkla küresel boyutlu firmalarla rekabet edebilmiş hatta rekabet üstünlüğü sağlayabilmişlerdir. Yüksek katma değerli ürün üretiyor olmaktan gelen bu başarılı işletmeler üzerine gerçekleştirilen çalışma neticesinde "Küresel Doğan" ifadesi literatüre girmiştir.

Uzunca bir süre uluslararası işletmecilik araştırmaları uluslararası işletmecilik piyasasını IBM, Sony, Siemens ve General Motors gibi büyük, oturmuş çok uluslu işletmelerin ellerinde tutuyor olmalarından dolayı gelişmiş çok uluslu işletmeler üzerinde durmuştur. Ancak bu tutum küresel doğan işletmelerin meydana çıkmasıyla geleneksel bakış açısında büyük değişim meydana getirmiştir (Çavuşgil, Knight ve Üner, 2011)

Küresel doğan işletmelerin ayırt edici özellikleri aşağıdaki gibidir (Çavuşgil, Knight ve Üner, 2011: 13):

- Kuruluşlarıyla beraber ve kuruluşlarını takip eden kısa süre içerisinde uluslararası pazarlarda bir hayli aktif olmak,
- Sınırlı miktarda finansal ve somut kaynaklara sahip olmak,
- Birçok farklı endüstri içinde yer almak,
- Yöneticilerinin güçlü bir uluslararası bakış açısına ve uluslararası girişimcilik yönelimine sahip olması,
- Sıklıkla farklılaştırılmış stratejiye başvurmak,
- Sıklıkla üstün ürün kalitesini vurgulamak,
- Gelişmiş iletişim ve bilişim teknolojilerinden yararlanmak,
- Diğer ülke pazarlarında dağıtım amaçlı olarak dışsal bağımsız aracılara kullanmak.

1.2.1.5. Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı

Uluslararasılaşma sürecinde ihracat temelli bir yaklaşım olarak dikkat çeken uluslararası girişimcilik yaklaşımı, daha çok gelişmiş ülkelerdeki girişimcilerin ulusal sınırların ötesine gerçekleştirdikleri ticari faaliyetleri içermektedir. Uluslararası girişimcilik, gelişmiş ülkelerin küreselleşme niyeti ile ulusötesi veya uluslararası gerçekleştirdiği bir girişim faaliyetidir. Ersoy (2018) uluslararası girişimcilik yaklaşımını gelişmiş ülkelerin piyasaları yönetme stratejisi olarak açıklamıştır.

Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı, zaman içerisinde gelişen değişen ve uygulamada gerçekleşen faaliyetlerle yeniden yeni açıklamalar eklenerek oluşan tanımlarla ifade edilebilmektedir. McDougall (1989) tarafından uluslararası girişimlerin geliştirilmesi olarak tanımlanmıştır. McDougall (1989)'a göre uluslararası girişimciler operasyonlarını başlangıçtan tüm operasyonlara kadar uluslararası görmektedirler. Oviatt ve McDougall (1994) ise Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı'nı kuruluşundan itibaren birçok ülkeden tedarik edilen kaynakların kullanılarak elde edilen çıktılarının çeşitli ülkelere satılması şeklinde gerçekleştirilen bir işletme organizasyonu olarak tanımlamışlardır. Aynı yıl Wright ve Ricks (1994) uluslararası girişimciliği ulusal sınırların ötesinde gerçekleşen firma düzeyindeki aktivitelerdir ve iş ve uluslararası çevreler arasındaki ilişkilere odaklanmaktadır şeklinde açıklamıştır. Oviatt ve McDougall (1997: 293) yılındaki çalışmalarıyla uluslararası girişimciliği,

“Ulusal sınırların ötesinde değer yaratmayı ve işletme organizasyonlarını büyütmeyi hedefleyen yeni ve inovatif faaliyetler”

olarak ifade etmişlerdir. McDougall ve Oviatt (2000: 903)

“Ulusal sınırların ötesinde, inovatif proaktif ve risk alan davranışların bir kombinasyonudur ve organizasyonlar içerisinde değer yaratmak amaçlanmaktadır ”

ifadesi ile tanımlarını revize etmişlerdir.

Ersoy ve Yalçın (2019: 284), uluslararası girişimciliği,

“Organizasyonların zamanla sınır ötesine taşınması, hatta üretim faaliyetlerinin dahi sınır ötesi çok uluslu bir yapıya bürünmesi, küresel

boyutlara taşınması hedefine ulaşmak için yapılan bir girişimcilik faaliyetidir.”

ifadesi ile açıklamışlardır.

Bu bağlamda Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı'nın odak noktasının, ulusal sınırların ötesinde değer yaratmak ve bu faaliyet sonrasında elde edilen çıktılarının birçok ülkeye satışını gerçekleştirmek, daha sonrasında ise edinilen parasal karşılıkları küresel boyutlarda değer yaratmakta kullanmak olduğu görülmektedir.

1.2.1.6. Dış Ticaret Girişimciliği Yaklaşımı

İşletmelerin uluslararasılaşma süreçlerini açıklayan uluslararasılaşma yaklaşımları, yaklaşık yarım asırlık bir süreden beri evrilerek oluşmaya devam etmektedir. Yukarıda görüldüğü gibi her yaklaşım uluslararasılaşma sürecini açıklarken diğerinin değinmediği noktalara değinerek, eksikliklerini tamamlayarak yahut farklı bir oluşumun uluslararasılaşma şeklini açıklayarak (Küresel Doğan İşletme Yaklaşımı gibi) meydana gelmektedir. Dış Ticaret Girişimciliği Yaklaşımı son yıllarda ileri sürülmüş bir yaklaşımdır ve diğer yaklaşımlar gibi bu yaklaşım da sektörde faaliyet gösteren bazı işletmelerin uluslararasılaşma şeklini açıklamaya çalışmaktadır.

Uzun yıllar süren uluslararası ticaretin serbestleşmesi politikalarından sonra son dönemde popülerliğini arttıran iktisadi korumacı eğilimler, sağlanan teşvikler ulusal girişimleri arttırmıştır. Bununla birlikte dış ticaret alanında yapılan teşvikler bu alanda yapılan yatırımları gün geçtikçe arttırmaktadır. Artan yatırımlar beraberinde dış ticaret girişimciliği terminolojisini getirmektedir (Ersoy ve Saygılı, 2017b). Örneğin; Türkiye’de 2000 yılından itibaren “2023 Hedefleri” adında bir strateji takip edilmektedir. Üretim potansiyelini arttırmak amacıyla izlenen bu stratejide üretim motivasyonu yerel tüketim dengesi sağlamak değil, yüksek ihracat geliri elde etmektir. Ancak yüksek üretim miktarı yüksek ihracat rakamı anlamına gelmemektedir. Üretilen mamul ancak doğru kanallar aracılığı ile uluslararası piyasaya satılabilmektedir. Bu kanalların en önemli kaynağı girişimcilik ve dış ticaret olarak ifade edilebilmektedir. Bu noktada şimdiye kadar genel girişimcilik kavramı arasında kaybolan “Dış Ticaret Girişimciliği” ifadesini kavramak ve bu kapsamda gereken çalışmaların yapılması son derece önemlidir (Ersoy vd. 2017).

Ersoy (2018: 952) Dış ticaret girişimciliğini aşağıdaki ifadeyle açıklamıştır;

“Dış ticaret girişimciliği, yerli sanayiler tarafından yaratılan katma değerlerin ulusal sınırların ötesinde satılarak, elde edilen parasal karşılıklarla yine ülke içerisinde yeni katma değerler yaratılması sürecidir. Dış ticaret girişimciliği ile ulusal sınırların ötesinde bir katma değer yaratmak hedeflenmemektedir. Ayrıca dış satım neticesinde elde edilen parasal karşılıkların ulusal sınırların ötesinde değerlendirilmesi amacı da söz konusu değildir.”

İhracat temelli bir uluslararasılaşma şekline sahip olan dış ticaret girişimcisi firmalar, yine ihracat temelli bir yaklaşım olarak uluslararasılaşma sürecini başlatan firmaların uluslararasılaşma şeklini açıklayan Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı ile aynı çatı altında tanımlanmaktaydı. Uluslararası girişimci firmalardan farklı misyon ve vizyona sahip dış ticaret girişimcisi firmaların ulusal sınırların ötesine açılma süreçleri de farklılaşmaktadır.

Ersoy (2018)'in yukarıda yer verilen tanımında ve daha önce değinilen dış ticaret girişimciliği başlığı altındaki muhtelif tanımlarda da görüleceği üzere dış ticaret girişimcilerinin uluslararasılaşma süreçleri, üretim ve değer yaratma süreçlerini ülke içerisinde tutmak kaidesiyle gerçekleşmektedir.

Ersoy ve Saygılı (2017b: 466), dış ticaret girişimcilerini aşağıdaki ifade ile açıklamaktadırlar:

“Dış ticaret girişimcisi, ülkelerin dış ticaretini ve dış ticaret hacmini arttırmaya yönelik olarak söz konusu hizmet üretim kaynaklarını koordine ve organize eden gerçek veya tüzel kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır.”

Dış ticaret girişimcileri ulusal sınırları içerisinde ürettikleri ürünleri ulusal sınırların ötesine satarak ve buradan elde ettikleri getiriye yeniden ulusal sınırlar içerisinde değer yaratmakta kullanarak faaliyetlerine devam etmektedirler.

1.2.2. İktisadi Milliyetçilik

Chang (2015) korumacılık ve serbest ticareti derinlemesine karşılaştırmış ve gelişmiş ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere serbest ticareti şiddetle tavsiye ederken kendilerinin tarihlerinde tam manasıyla serbest ticaret politikasını kullanmadıklarını, kendi

sanayilerini geliştirene kadar yüksek gümrük vergileriyle dış rekabete karşı koruduklarını belirtmektedir.

Gelişmekte olan devletler ekonomilerinde faaliyet gösteren ithal ikameci yerel üreticilerin endüstriyel gelişimlerine yardımcı olmak amacıyla onların yabancı rakipleriyle rekabet edecek seviyeye gelmelerine kadarki süreçte en azından yerel pazarlarını yerli üreticilere rezerve ederek gelişmelerine yardımcı olurlar. Bunları sübvansiyonlar, teşvikler diğer iadeler yoluyla ve ithalat vergilerini yükselterek gerçekleştirirler (Yılmaz ve Divani, 2018)

Gelişmekte olan ekonomilerin izlemeye çalıştığı korumacı politikalar iktisadi milliyetçilik kavramı ile açıklanabilmektedir. Küresel, çok uluslu aktörlerin karşısında asimetrik güç ilişkisinin edilgen tarafı olan gelişmekte olan ekonomiler, bu güç ilişkisinde denge sağlayabilmek adına savunmacı politikalar takip etmektedirler (Saygılı, 2019).

Ersoy (2018: 947) çalışmasında ekonomik milliyetçiliği aşağıdaki ifadeler ile tanımlamıştır:

“İktisadi milliyetçilik, ulusal ekonomilerin küreselleşmeden kaynaklı tehditlerden korunma çabası olarak tanımlanabilir”

Ersoy (2018: 952)

“Yerel endüstrileri ve yurt içi piyasayı dış rekabete karşı korumak iktisadi milliyetçilik olarak adlandırılmaktadır”

1.2.3. Dış Ticaret Girişimciliğinin, Uluslararasılaşma ve İktisadi Milliyetçilik ile Bağlantısı

Ülkelerin uluslararasılaşma süreci ve bu sürecin meydana gelmesi esnasında uygulanan stratejiler, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine, makroekonomik yapılarına göre çeşitlilik göstermektedir.

Ersoy (2018: 952), çalışmasında;

“Dış ticaret girişimciliği, iktisadi milliyetçilik olarak tanımlanan korumacı dış ticaret stratejilerinin bir sonucudur ve ekonomik terminolojide bir dış ticaret politikası olarak ele alınabilir. ”

Söylemiyle dış ticaret girişimciliğinin iktisadi milliyetçiliğin bir yansıması olduğunu ortaya koymuştur. Yukarıda bahsedilen küreselleşme, uluslararası girişimcilik ve ticari milliyetçilik arasındaki bağlantı, dış ticaret girişimciliği, uluslararasılaşma ve iktisadi milliyetçilik arasında da mevcuttur.

Dış ticaret açığı veren ve bu açığı kapatmak isteyen gelişmekte olan ülkelerin stratejisi olan dış ticaret girişimciliği, dış pazarlarda aktif satış yaparak ülkeye likidite sağlar.

Girişimciler devletten aldıkları destek ile zamanla uluslararasılaşırlar. Bu destek çeşitli sübvansiyonlar, bürokraside kolaylık, yabancı rakip endüstri için kota ve ek mali yükümlülük gibi çeşitli araçlar ile sağlanır. Burada devlet korumasının amacı ilk aşamada küreselleşmek değildir. Küresel firmaların ezici rekabet üstünlüğüne karşı girişimcileri korumaktır.

Uluslararası girişimciliğin, küreselleşme ve ticari milliyetçiliğin yansıması olduğu gibi dış ticaret girişimciliği de uluslararasılaşma ve iktisadi milliyetçiliğin yansımasıdır.

1.2.4. İktisadi Milliyetçilik ve Ticari Milliyetçiliğin Karşılaştırılması

Ticari milliyetçilik ve iktisadi milliyetçilik karşılaştırıldığında bu iki kavramın çok farklı amaçlara hizmet ettiği görülmektedir. Ticari milliyetçilik gelişmiş ülkelerin ulus ötesi firmaları vasıtasıyla küresel pazarı şekillendirme amacıyla yaptıkları makroekonomik faaliyetleridir. İktisadi milliyetçilik ise gelişmekte olan ülkelerin küreselleşme tarafından kaynaklanan tehditlerden korunma, endüstrilerini koruma çabasıdır (Ersoy, 2018).

Bu bağlamda iktisadi milliyetçi tavırlar, küreselleşmeden korunma ve yerel ekonomiyi güçlendirme çabası olarak ifade edilebilirken ticari milliyetçi davranış, küresel piyasayı yönetmek için gerçekleştirilen bir uğraş olarak ele alınabilmektedir.

Saygılı (2019: 18) çalışmasında bu iki politik yaklaşımı aşağıdaki şekilde ifade etmiştir:

“Uluslararası ticaretin politik yansıması ticari milliyetçilik, dış ticaretin politik yansıması ise ekonomik milliyetçiliktir. Bu iki politik argüman girişimciliğin ulusal sınırlar arasında mı yoksa ötesinde mi gerçekleştiğine bağlı olarak girişimciliğin uluslararasılaşması üzerinde önemli bir etkiye sahiptir”

1.2.5. Dış Ticaret Girişimciliği ve Uluslararası Girişimciliğin Karşılaştırılması

Dış ticaret girişimciliği ve uluslararası girişimcilik olguları arasındaki belirleyici ayırım iki kavramın da çıkış noktası olan üretim, katma değer yaratma süreçlerinin meydana geliş biçimi ve firmanın gelecek hedefleri ile açıklanabilmektedir. Bu ayırımı Saygılı (2019: 9) aşağıdaki şekilde açıklamıştır.

“Girişimcilik uluslararası boyutta ulus aşırı ve ulus ötesi düzeylerde ortaya çıkabilmektedir. Burada uluslararası ticari faaliyetin ulusal sınırlar arasında mı, yoksa ötesinde mi gerçekleştiği sorusu önem kazanmaktadır. Bu soruyu anlamlı kılan temel argüman katma değerın yaratılması ve yaratılan katma değerın değerlendiriliş biçiminin ulus aşırı ve ulus ötesi düzeylerde farklılaşmasıdır. Söz konusu farklılaşma dış ticaret kazançlarına yüklenen anlamla ve beklenen kazançların makro ölçekteki sınırlarıyla yakından ilişkilidir. Bu yaklaşım şu soruyu akla getirmektedir; katma değerın üretimi ulusal siyasi ve ekonomik sınırlarla mı, yoksa küresel boyutta bu sınırları aşan bir dürtüyle mi eyleme geçmektedir? Bu soruya cevap verebilmek için ise, ulusal ekonomilerin uluslararası ticarete yönelirken gerek firma düzeyinde mikro beklentilerinin gerekse ekonomi politikası ekseninde makro hedeflerinin bilinmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir”

Yukarıda Saygılı (2019)’nın ele aldığı şekliyle “Katma değerın üretimi ulusal siyasi ve ekonomik sınırlarla mı, yoksa küresel boyutta bu sınırları aşan bir dürtüyle mi eyleme geçmektedir?” sorusunun cevabı dış ticaret girişimciliği kavramının çıkış noktasını oluşturmaktadır. Yukarıdaki uluslararası girişimcilik tanımlarından ve politik-stratejik yaklaşımlarından anlaşılacağı üzere uluslararası girişimcilik ihracat temeli ile başlayıp sağlanan parasal karşılıkların gerek küresel ticari milliyetçi dürtülerle gerekse makroekonomik hedefleri ile yeniden katma değerın oluşturulması bağlamında bir ulusal sınırlama getirmemektedir. Uluslararası girişimcilikte ulus ötesi ticari faaliyet başladıktan sonra küreselleşme niyeti ile uluslararası girişimcilik eylemi başlamaktadır. Oysa dış ticaret girişimciliği tanımları, politik yaklaşımları, firma bazında mikro ve ekonomi bazında makro hedef ve tutumlarından anlaşılacağı gibi katma değerlerin ulusal sınırlar içerisinde üretilmesi, ulusal ekonomiye likidite sağlanması ve ulusal

istihdam sağlanması esastır. Dış ticaret girişimciliğinde uluslararasılaşma niyeti ve eylemi ulus ötesi ticareti başlatmaktadır.

Dış ticaret girişimcisi ilerleyen dönemde uluslararası girişimciye dönüşebilmektedir. Bu bağlamda anlaşılıyor ki uluslararası girişimcilik dış ticaret girişimciliğini kapsamaktadır.

1.2.6. Dış Ticaret Girişimciliğinin Problemleri

Dış ticaret girişimciliği hâlihazırda literatüre yeni girmiş bir kavram olduğundan dış ticaret girişimcilerinin faaliyetlerinde karşılaştığı engeller konusunda da çalışmalar oldukça azdır. Bu konuda Ersoy ve Saygılı (2018b ve 2018c) gibi çalışmalar mevcuttur. Dış ticaretin problemleri ise daha genel bir konu olup bizim çalışmamıza ışık tutacaktır.

Dış ticaret işlemleri ulusal ve uluslararası sözleşmelerden oluşan bir bütün olarak ele alındığında iç ticaret işlemlerine göre risk seviyesinin yüksek olduğu görülmektedir (Çalışkan, 2009).

Dış ticaret günümüzdeki ekonomik çalkantılar, yaşanan diplomasi krizleri, siyasi ve politik problemler ile birlikte büyük engellerle karşılaşmaktadır. Dolayısı ile dış ticaret girişimcileri de bu problemlerle başa çıkmak durumunda kalmaktadırlar.

Uluslararası pazarlara yayılmak isteyen işletmeler (dış ticaret girişimcileri), fırsat ve risklerini zamanında değerlendirmezler ise bu fırsatların pahalı sonuçlar doğurması kaçınılmaz olacaktır. Başka ülkelerin yasalarının ve paralarının kullanılması, ticaret sürecine banka, gümrük, nakliye şirketi, sigorta şirketi gibi araçların dâhil olması risk seviyesini arttırıcı unsurlardır (Duranoğlu, 2013).

Duranoğlu (2013) ve Çalışkan (2009) dış ticarete ilişkin riskleri aşağıdaki gibi sıralamaktadırlar;

- Ticari risk
- Politik risk
- Alıcı riski
- Ülke riski
- Taşıma/ hasar riski
- Reklamasyon riski

- Dokümantasyon riski
- Doğal riskler
- Sosyo- kültürel riskler

Ersoy ve Saygılı (2018b), çalışmalarında dış ticaret girişimcilerinin problemlerini ele almışlardır. Bu problemleri risk ve tehditler olarak iki kategoride incelemişlerdir. Buna göre dış ticaret girişimcilerinin risk unsurlarını; gümrük problemleri, ödeme problemleri, firmaya güven sorunu, en başta olmak üzere ülkeye yönelik problemler, suni talep problemi, kur farkı ve sözleşmeye yönelik problemler olarak değerlendirmişlerdir. Dış ticaret girişimciliğine yönelik tehdit unsurlarını ise yüksek rekabet, gümrük süreçleri ve pazarın değişkenliği başta olmak üzere, ülkenin siyasi yapısı, ekonomik dalgalanma ve müşteriye bağımlılık olarak değerlendirmişlerdir.

Ersoy ve Saygılı (2018c)'ya göre dış ticaret girişimcilerinin karşılaştığı engeller aşağıda sıralanmaktadır;

- Gümrük tarifeleri ve süreçleri konusundaki engeller
- Pazara giriş engelleri
- Türk girişimcisine yönelik güvensizlik
- Yabancı firmalarla rekabet edebilme sorumluluğu
- Türk malına yönelik olumsuz tutum
- Politik engeller
- Devlet teşviklerinden yararlanma güçlüğü
- Türkiye'nin yurt dışındaki olumsuz imajı

Çalışmamızın birinci bölümünde uluslararası girişimcilik ile dış ticaret girişimciliği ideolojik alt yapıları, kapsamaları, ulusötesi faaliyetlerinin boyutları karşılaştırılarak “Dış Ticaret Girişimciliği” kavramının doldurduğu boşluk ele alınmıştır. Mevcut dış ticaret girişimcilerinin yaşadığı problemler ikincil veriler kullanılarak belirtilmiştir. Bu bölümde çalışmanın temeli olan dış ticaret girişimciliği ayrıntılı olarak incelenmiştir.

BÖLÜM 2: AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRK DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLİĞİ

Gümrük Birliği Anlaşması ile Türkiye Cumhuriyeti'nin dış politikası, ekonomisi ve ticari seyri yön değiştirmiştir. Avrupa, Türkiye'nin en büyük pazarı olmasının yanında ayrıca en büyük ithalat ortağıdır. Çalışmanın 2. Bölümünde, Türkiye Cumhuriyeti'nin, kuruluşundan kısa süre sonra dâhil olmaya çalıştığı, tüm iktisadi, siyasi, hukuki ve sosyal, yasama ve yürütme faaliyetlerini entegre etmeye çalıştığı köklü bir birlik olan Avrupa Birliği'nin kuruluş amacı, tarihi ve Türkiye'nin AB ile ilişkisi ele alınacaktır. Gümrük Birliği Anlaşması'nın Türkiye dış ticareti üzerine olan etkilerine ve Türkiye dış ticareti üzerine dezavantaj oluşturabilecek etkilerine yer verilecektir.

Avrupa Birliği ile ilişkilerimiz de en son gelinen nokta, tam üyelik müzakereleridir. Gümrük Birliği Anlaşması ise birlik ile yaşanan süreçlerde ticaretimizde kırılma yaratan bir aşamadır. Bu anlaşma ile Türkiye'nin hem ithalatında hem de ihracatında artış meydana gelmiştir. Gümrük Birliği anlaşması imzalandığı zamanın şartlarına göre Türkiye için avantaj sağlamıştır, ancak günümüz şartlarında anlaşma maddelerinde değişikliklere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bölümün amacı Türkiye – Avrupa Birliği ilişkisini, Türk Dış ticaret girişimciliğinin Avrupa Birliğinden kaynaklı problemlerini ele almaktır.

Avrupa birliği, ulusal bütünlüğünü koruyan bağımsız devletlerin, iktisadi iş birliği ve bütünleşme oluşumlarının gelişim biçimidir (Rodoplu, 1996). Nihai hedefi siyasi ve askeri bütünleşmeye ulaşmaktır. Günümüzdeki çatışma ortamı, kopmalar ve ulusların milliyetçi tavırları, birliğin hedefine ulaşmasının oldukça güç olduğunu göstermektedir.

1.1. Avrupa Birliğinin Tarihi, Kuruluş Amacı

Dünya ticaretini serbestleştirme çabaları II. Dünya Savaşı'ndan sonra hız kazanmış ve iki farklı şekilde kendini göstermiştir. Birincisi GATT ekseninde tarife oranlarının bütün üye ülkelerde indirilmesi, ikincisi ise birtakım ülkeler arasında oluşturulan ekonomik entegrasyonlardır. Ülkelerin ekonomik entegrasyonlar kurarak aralarındaki ticareti serbestleştirme çabaları “bölgesel yaklaşım” olarak ele alınmaktadır (Üçler, 2014). İki büyük dünya savaşından sonra birçok ülkede ekonomi yerle bir olmuştur.

Avrupa’da yıllardır yaşanan savaşların temel nedenlerinden olan kömür ve çeliğin üretimi ve pazarlanması konusunda ortak hareket etmek için 1951 yılında Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) kurulmuştur.

1951 yılında Avrupa Kömür Çelik Topluluğu (AKÇT) olarak kurulan birliğin tarihi, “Avrupa Birleşik Devletleri” hayalleri ile başlamıştır. Bu barışçı ve hümanist hayal, filozoflar ve önsüzü kimselerin düşüncelerinde yer almıştır. Avrupa’da yüzyıllarca kanlı savaşlar meydana gelmiştir. 1870-1945 yılları arasında Fransa ve Almanya üç kez savaşmış ve bu savaşlarda birçok insan yaşamını kaybetmiştir (www.ab.gov.tr, 2020). Bu felaketler üzerine bazı Avrupalı lider ve düşünürler, barışın sürdürülebilmesinin tek yolunun Avrupa ülkelerinin ortak değerler etrafında bir araya gelmesi ve özellikle refahı artıracak şekilde ekonomik alanda kuvvetli bir işbirliğinin başlatılması fikrini ortaya atmışlardır (Tepeli ve Aydın, 2015).

II. Dünya Savaşı’ndan sonra bu fikri gerçekleştirme çabası hız kazanmıştır. Zamanın Fransa dış işleri bakanı olan Robert Schuman 9 Mayıs 1950 tarihinde Avrupa Devletlerini kömür ve çelik üretiminde alınan kararları bağımsız ve uluslar üstü bir kuruma devretmeye davet etmiştir. Schuman Deklarasyonunun bir sonucu olarak 1951 yılında, Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda’dan oluşan 6 üye ile AKÇT kurulmuştur (www.ab.gov.tr, 2020).

Altı üye devlet, 1957’de işgücü ile mal ve hizmetlerin serbest dolaşımına dayanan bir ekonomik topluluk kurmaya karar vermişlerdir. Böylece kömür ve çeliğin yanısıra diğer sektörlerde de ekonomik birliği kurmak amacıyla, 1957’de Roma Antlaşması imzalanarak Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) kurulmuştur. AET’nin amacı malların, işgücünün, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaştığı bir ortak pazarın kurulması ve en nihayetinde siyasi bütünlüğe gidilmesidir. AET gibi, Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu (EURATOM) da 1 Ocak 1958 tarihinde yürürlüğe giren Roma Antlaşması ile kurulmuştur. Topluluğun amacı, nükleer enerjinin barışçıl amaçlarla ve güvenli biçimde kullanılmasını sağlamak amacıyla üye devletlerin araştırma programlarını koordine etmek olarak belirlenmiştir (http://europa.eu/, 2020).

1965 yılında imzalan Füzyon Antlaşması (Birleşme Anlaşması) ile yukarıda adı geçen üç topluluk (AKÇT, AET ve EURATOM) için tek bir Konsey ve tek bir Komisyon oluşturularak, bu topluluklar, Avrupa Toplulukları adı altında anılmaya başlanmıştır.

Takiben mamul mallarda gümrük vergileri 1 Temmuz 1968 yılında topluluk üyeleri için kaldırılmıştır (Tepeli ve Aydın, 2015).

Topluluğun ekonomik başarısı ile Birleşik Krallık, Danimarka ve İrlanda üyelik için başvuruda bulunmuştur. 1973 yılında topluluğa dâhil olmuşlardır. 1981'de Yunanistan, 1986'da da İspanya ve Portekiz'in de dâhil olmasıyla üye sayısı 12 ye ulaşmıştır.

Topluluk 1 Ocak 1993'e kadar tek pazar oluşturmayı kendisine hedef edinmiş ve 1987 yılında yürürlüğe giren Avrupa Tek Senedi ile Avrupa Topluluklarını kuran Antlaşmalar kapsamlı bir biçimde değişikliğe uğramıştır.

Berlin Duvarı'nın yıkılması, Sovyetler Birliği'nin dağılması ile Avrupa'nın siyasi yapısı baştan aşağı değişmiştir. 9-10 Aralık 1991'de Maastricht'te toplanan Avrupa Birliği Zirvesi'nde kararlaştırılan yeni bir antlaşmanın müzakerelerine başlanmıştır. Maastricht Antlaşması diğer adıyla Avrupa Birliği Antlaşması, 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu antlaşma ile 1999'a kadar parasal birliğin tamamlanmasına, Avrupa vatandaşlığının oluşturulmasına ve ortak dış ve güvenlik ile adalet ve içişlerinde işbirliği politikalarının meydana getirilmesine karar verilmiştir(www.ab.gov.tr,2020).

1995 yılında Avusturya, Finlandiya, İsveç'in; 2004 yılında Çek Cumhuriyeti, Estonya, Güney Kıbrıs Rum Yönetimi, Letonya, Litvanya, Macaristan, Malta, Polonya, Slovakya ve Slovenya'nın; 2007 yılında, Bulgaristan ve Romanya'nın ve 2013 yılında Hırvatistan'ın katılımıyla, AB'nin üye sayısı 28'e yükselmiştir

Birleşik Krallıkta 23 Haziran 2016 tarihinde yapılan referandum sonrasında, İngiltere AB'den ayrılma isteğini 29 Mart 2017 tarihinde kesinleştirmiş ve Brexit süreci başlamıştır. AB ile İngiltere arasındaki Brexit müzakereleri 14 Kasım 2018 tarihinde neticelenmiş ve Geri Çekilme Anlaşması üzerinde mutabakata varılmış olup Brexit 31 Ocak 2020'de gerçekleşmiştir. Brexit tarihi sonrasında Birleşik Krallığın AB'den ayrılması ile 31 Aralık 2020 tarihinde sona ermesi öngörülen 'Geçiş Dönemi' başlamıştır (<https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/brexit>, 2020).

1 Ocak 2002 tarihinden itibaren ortak para birimi Euro resmen tedavüle girmiştir. Avrupa Birliği'nin derinleşme sürecindeki son önemli aşama, 2007 yılında imzalanan ve 2009 yılında yürürlüğe giren Lizbon Antlaşması ile gerçekleşmiştir. Bu antlaşma ile temel olarak AB'nin karar alma mekanizmalarındaki tıkanıklıkların giderilmesi ve birliğin daha demokratik ve etkili işleyen bir yapıya kavuşması hedeflendi. Bu hedef

doğrultusunda kapsamlı değişikliklere gidilerek Avrupa Topluluğu'nu kuran Antlaşmanın adı "Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma" olarak değiştirildi (www.ab.gov.tr, 2020; http://europa.eu/, 2020).

1.2. Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri

Türkiye Cumhuriyeti kuruluşundan itibaren dış politikasını tüm komşu devletlerle iyi ilişkiler içerisinde bulunmak çerçevesinde şekillendirmeye çalışmıştır. Politik ve güvenlik amaçlı oluşumların tümüne katılmaya yönelmiştir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü gibi uluslararası örgütlenmelerin etkin bir üyesi olmuştur (www.ab.gov.tr, 2020; Kurt, 2007). Türkiye kalkınma sürecinin hızlanacağı düşüncesiyle 31 Temmuz 1959'da AET'ye ortaklık başvurusunda bulunmuştur (Uysal, 2001).

60 yıla yaklaşan bu süreçte Türkiye siyasi, idari, ekonomik pek çok çetrefilli sınavdan geçmiştir. Sonuca ulaşamayan Avrupa Birliği macerası bu süreçte çeşitli nedenlerle askıya alınmış, yeniden yürürlüğe koyulmuş, yeni boyutlar kazanmıştır.

Türkiye ile AB arasındaki ilişkilerinin hukuki temeli 1964 yılında yürürlüğe giren Ankara Anlaşmasıyla atılmıştır. Ankara Anlaşması, taraflar arasında kişi, mal, hizmet ve sermayenin serbest dolaşımını ve aynı zamanda Türkiye'nin AB'ye tam üyeliğini de öngören oldukça kapsamlı bir ortaklık belgesidir. Ortaklık Anlaşması, hazırlık, geçiş ve son dönem olmak üzere, Türkiye'nin AET ile ilişkilerini üç dönemde düzenlemiştir (Tepeli ve Aydın, 2015; www.ab.gov.tr, 2020).

Ankara anlaşmasının 3 dönemi Uysal (2001:142) şu şekilde özetlemiştir.

1) Hazırlık Dönemi: Anlaşmaya göre 5 yıl olarak öngörülen fakat grişmelerin uzaması nedeniyle 8 yıl sürerek 1 Aralık 1964 – 31 Aralık 1972 tarihleri arasını kapsayan bu dönemde, topluluk üstleneceği tek taraflı yükümlülüklerle Türk ekonomisini güçlendirmeyi ve GB'ye geçişe hazır duruma getirmeyi taahhüt etmiştir.

2) Geçiş Dönemi: 1 Ocak 1973'te Katma Protokol'n yürürlüğe girmesiyle başlayan bu dönemde taraflar karşılıklı ve dengeli yükümlülükler esasına dayanarak, sanayi ürünleri ticaretinde Gümrük Birliği'nin kurulmasını hedeflemişlerdir. Topluluk, pamuk ipliği, pamuklu dokuma ve rafine petrol

ürünleri hariç, Türk sanayi ürünlerine gümrük vergilerini ve kısıtlamaları derhal kaldırırken, bazı tarım ürünlerine de ithal kolaylıkları sağlamıştır. Türkiye ise AET menşeli sanayi ürünlerine uyguladığı gümrükleri kademeli şekilde 12 yılda kaldırmayı öngörmüş, korunması gereken hassas sanayi ürünleri içinse bu süreyi 22 yıla uzatmıştır.

3) Son Dönem: Türkiye ile AET arasındaki ortaklık ilişkisindeki son dönem Ankara Anlaşması'nın 5. maddesinde şu şekilde vurgulanır: "Son dönem Gümrük Birliğine dayanır ve akit tarafların ekonomi politikaları arasındaki koordinasyonun güçlendirilmesini gerektirir".

Ankara Anlaşması'nda öngörülen ortaklık rejimini yürütme görevi, Ortaklık Konseyine verilmiştir. Ortaklık Konseyi; Türk hükümet üyeleri, üye devletler temsilcileri ile Topluluk Konsey ve Komisyon temsilcilerinden oluşmuştur. Konsey, çalışmalarını Brüksel'deki sürekli yönetim organı durumundaki Ortaklık Komitesi aracılığıyla yürütür. Ayrıca Türkiye Büyük Millet Meclisi ve Avrupa Parlamentosunun on sekizer üyesinden oluşan Karma Parlamento Komisyonu da, tarafların siyasi diyalog platformu olup ortaklığın demokratik denetimini yapmakla yükümlü olmuştur. (Uysal, 2001).

13 Kasım 1970 tarihinde imzalanan ve 1973 yılında yürürlüğe giren Katma Protokol ile birlikte Ankara Anlaşması'nda öngörülen hazırlık dönemi sona ermiş ve "Geçiş Dönemi"ne ilişkin koşullar belirlenmiştir. Bu dönemde taraflar arasında sanayi ürünleri, tarım ürünleri ve kişilerin serbest dolaşımının sağlanması ve Gümrük Birliği'nin tamamlanması öngörülmüştür (www.ab.gov.tr, 2020).

Katma protokol de 9 temel konudan bahsedilmektedir (Kurul, 2018):

- Malların serbest dolaşımı
- Türkiye'nin ortak tarım politikasına uyumluluğu
- Topluluğa ithali özel düzene bağlı ürünlerin durumu
- Kişilerin serbest dolaşımı, v. Hizmetlerin serbest dolaşımı
- Yerleşme hakkı
- Ulaştırma
- Ekonomi
- Ticaret politikalarının yakınlaştırılması

Türkiye'nin yerine getirmesi gerekli olan hususları 5 yıllık bir süre için dondurması fikri, AET ülkeleri tarafından kabul edilmiş fakat Türkiye'nin gerçekleştirmesi gerekli olan birtakım zorunlulukların yerine getirilmemiş olduğu da hatırlatılmıştır. Bu doğrultuda Almanya Türk işçilerinin serbest dolaşım hakkını ileri bir tarihe ertelemek istemiş, Fransa ve İtalya ise tarım alanında sağlanmakta olan kolaylıkların geri alınmasını talep etmişlerdir. AET ile Türkiye arasındaki ilişkilerin kötüye gittiği bu süreçte Türkiye, ilişkileri yeniden normalleştirmeyi arzu ettiğini açıklamıştır. Bu doğrultuda, 1980'de AET ile Türkiye arasındaki ilişkiler normale dönmeye başlamış ve Süleyman Demirel döneminde tam üyelik başvurusunun en kısa zaman içerisinde gerçekleştirileceği belirtilmiştir. Ancak 12 Eylül 1980'de Türkiye'de gerçekleşen askeri darbe neticesinde tüm planlar ileri bir tarihe alınmıştır. 12 Eylül 1980 askeri darbesinin ardından ilişkiler resmen askıya alınmıştır. (Kurul, 2018).

1983 yılında Türkiye'de sivil idarenin yeniden kurulması ve 1984 yılından itibaren Türkiye'nin ithal ikameci politikaları hızla terk etmesi ile beraber Türkiye'nin dışa açılma süreci başlamıştır. Böylece 12 Eylül 1980 tarihinden itibaren dondurulmuş bulunan Türkiye-AET ilişkilerinin canlandırılması süreci başlamıştır. Türkiye, 14 Nisan 1987 tarihinde Ankara Anlaşması'nda öngörülen dönemlerin tamamlanmasını beklemeden, üyelik başvurusunda bulunmuştur. Komisyon, bu başvuru ile ilgili görüşünü 18 Aralık 1989'da açıklamış ve kendi iç bütünleşmesini tamamlamadan Topluluğun yeni bir üyeyi kabul edemeyeceğini belirtmiştir. Ayrıca Türkiye'nin Topluluğa katılmaya ehil olmakla birlikte ekonomik, sosyal ve siyasi alanda gelişmesi gerektiğini ifade etmiştir. Bu nedenle, üyelik müzakerelerinin açılması için bir tarih belirlenmemesi ve Ortaklık Anlaşması çerçevesinde ilişkilerin geliştirilmesi önerilmiştir (www.ab.gov.tr, 2020) .

Türkiye'nin tam üyelik başvurusunun kabul edilmemesinin ardından, ortaklık ilişkisinin son aşaması olan Gümrük Birliğine geçme konusunda çalışmalar başlatılmıştır. 9 Kasım 1992 tarihli Ortaklık Konseyi toplantısında Gümrük Birliğinin 1995 yılında gerçekleştirilmesi kararlaştırılmış, 1993 ve 1994 yıllarında yapılan teknik çalışmaların akabinde Ortaklık Konseyi'nin 6 Mart 1995 tarihli toplantısında Gümrük Birliğine 31 Aralık 1995 tarihi itibarıyla girilmesine ilişkin 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı kabul edilmiştir. Bu kararın Avrupa Parlamentosu'na sunulması sonrasında Avrupa Parlamentosu 13 Aralık 1995 günü yaptığı oylamada bu kararı onaylamıştır. 22 Aralık

1995 günü imzalanan metinle uygulamanın esasları belirlenmiştir. Böylece, 31 Aralık 1995 tarihinde Ankara Anlaşması'nın öngördüğü son aşama olan "son dönem" başlamış ve Türkiye, Avrupa Birliği ile Gümrük Birliğine girmiştir (Koç, 2001).

Gümrük Birliği iki veya daha fazla ülkenin kendi aralarında mevcut ticari faaliyetleri geliştirmek amacıyla, birbirlerinden ithal etmekte oldukları mal ve hizmetlere uyguladıkları gümrük tarifelerini ve miktar kısıtlamalarını kaldırarak ticareti serbestleştirmeleri üçüncü ülkelere ortak gümrük tarifesi uygulamaları sonucunda ortaya çıkan bir birlik olarak ifade edilmektedir (Seyidoğlu 2007: 319). Üçüncü ülkelerden üye taraflardan herhangi birinde serbest dolaşıma giren bir mal birlik içerisinde serbest dolaşabilmektedir. (Rodoplu, 1996). Gümrük Birliği Teorisine göre korumacılığın kaldırılmasıyla birlikte kısa dönemde hesaplanabilir statik etkiler meydana çıkmaktadır. Birliklerin ülkeler arası ticareti arttıracığı beklenmektedir. Uzun dönemde ise dinamik etkiler oluşmaktadır. Bu etkiler, artan rekabet ve yeniden yapılanma etkileridir ve hesaplanması zordur (Kızılatan vd. 2011). Bir tür iktisadi birleşme olan Gümrük Birliği anlaşmalarında temel amaç sürdürülebilir bir dış ticaret ilişkisine sahip olmaktır (Tunç, 2017).

Topluluk ve Türkiye arasında Gümrük Birliği oluşturulması Türkiye'yi tam üyelik düşüncesi için cesaretlendirmiş ancak, Helsinki Zirvesine kadar geçen Lüksemburg (1997), Cardiff (1998) ve Köhl (1999) Zirvelerinde Türkiye'nin tam üyelikle ilgili beklentileri gerçekleşmemiştir (Efendioğlu, 2011).

Türkiye-AB ilişkilerinin dönüm noktası, 10-11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de yapılan AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'dir. Helsinki Zirvesi'nde Türkiye'nin adaylığı resmen onaylanmış ve diğer aday ülkelerle eşit konumda olacağı açık ve kesin bir dille ifade edilmiştir. Helsinki Zirvesi'nde, diğer aday ülkeler için olduğu gibi Türkiye için de Katılım Ortaklığı Belgesi hazırlanmasına karar verilmiştir. Türkiye için hazırlanan ilk Katılım Ortaklığı Belgesi 8 Mart 2001 tarihinde AB Konseyi tarafından onaylanmıştır. Belgede yer alan önceliklerin hayata geçirilmesine yönelik program ve takvimimizi içeren Ulusal Program, 19 Mart 2001 tarihinde hükümetimiz tarafından onaylanarak Avrupa Komisyonu'na 26 Mart 2001 tarihinde tevdi edilmiştir.

17 Aralık 2004 tarihli Brüksel Zirvesi'nde, AB-Türkiye ilişkilerinde bir dönüm noktası daha yaşanmış ve Zirve'de Türkiye'nin siyasi kistasları yeteri ölçüde karşıladığı belirtilerek 3 Ekim 2005'te müzakerelere başlanması kararı alınmıştır.

3 Ekim 2005 tarihinde Lüksemburg'da yapılan Hükümetler Arası Konferans ile Türkiye resmen AB'ye katılım müzakerelerine başlamıştır. Yine aynı gün bir basın toplantısı düzenlenerek Türkiye için Müzakere Çerçeve Belgesi yayımlanmıştır. Böylece Türkiye ile AB arasındaki inişli çıkışlı ilişki, çok önemli bir dönüm noktasını aşarak yepyeni bir sürece girmiştir (www.ab.gov.tr, .2020).

Efendioğlu'na (2011) göre müzakere sürecinin 6 temel aşaması bulunmaktadır.

- Tarama süreci
- Müzakere pozisyonlarının hazırlanması
- Pozisyon belgelerinin AB dönem başkanlığına sunulması
- Müzakerelerin açılması
- Müzakerelerin tamamlanması
- Katılım anlaşmasının onay süreci

Katılım Müzakerelerinde mevcut durumda şu ana kadar 16 fasıl müzakerelere açılmış, bir tanesi geçici olarak kapatılmıştır (www.ab.gov.tr, 2020).

1.3. Gümrük Birliği Anlaşmasından Sonra Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri

Gümrük Birliği, Türkiye ekonomisinin 1980'lerde başlayan liberalizasyon uygulamalarının ardından ülke ekonomisinin bütününe etkileyen en önemli gelişme olmuştur (Kurul, 2018).

Türkiye'nin dış ticaret yapısı incelendiğinde iki temel değişim göze çarpmaktadır: İthal ikameci politikalar ve ihracata dayalı büyüme. Bir diğer değişim ise Türkiye ve AB arasında oluşturulan Gümrük Birliğidir. Türkiye ve AB arasında GB, Ortaklık Konseyinin 1/95 Sayılı Kararı ile 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren resmen başlatılmıştır. Kararın yürürlüğe girmesi ile işlenmiş tarım ürünleri ve sanayi ürünleri birlik sınırları içerisinde serbest dolaşıma girmiş, kömür çelik ürünlerinde menşe anlaşmasına dayalı tercihli rejim uygulanmaya başlamıştır. Türkiye GB'ye girmekle AB ile ithalatta ve ihracatta ortak kurallar, miktar kısıtlamalarının idaresi, haksız ticaret uygulamalarına

karşı önlemler ve STA'larla (Serbest ticaret anlaşması) benzer anlaşmalara tabi olunmuştur (www.mfa.gov.tr, 2020). GB'ye üye olup AB'ye üye olmayan tek ülke Türkiye Cumhuriyeti'dir.

1971'de "Geçici Anlaşma" ile AB, tekstil ve bazı petrol ürünleri dışında, Türkiye'den ithal ettiği sanayi malları üzerindeki tarifeleri ve diğer kısıtlamaları zaten kaldırmıştı. Fakat tekstilde ihracat kotaları ve petrol ürünlerinde de tarife kontenjanları uygulaması devam etmekteydi. Gümrük Birliği Anlaşması'nın imzalanması ile birlikte AB, Türkiye kaynaklı tekstil ve petrol ürünleri üzerindeki bu kısıtlamaları da kaldırdı. Sanayi malları ihracatımız içinde büyük bir paya sahip olması nedeniyle tekstil kotalarına son verilmesi Türkiye için büyük önem taşımaktadır (Seyidoğlu, 2007: 274).

Türkiye Gümrük Birliğine girmekle, organlarında yer almadığı bir dış örgütün tüm kararlarına uymayı önceden kabul etmiştir. Karşı oy verme, kabul etmeme ya da erteleme gibi hakları bulunmamaktadır. AB'nin üçüncü ülkelerle yaptığı ve yapacağı bütün anlaşmaları önceden kabul etmiştir (Ankara Anlaşması 16-55. Maddeleri). Herhangi bir dünya ülkesiyle AB'nin bilgi ve onayı dışında ticari anlaşma yapmamayı kabul etmekte, yapması durumunda birliğe anlaşmayı engelleme yetkisi vermektedir (56. Madde). AB'nin GB ile ilgili olarak alacağı bütün kararlara paralel kanunlar çıkarmayı önceden kabul etmektedir (8. Madde). İçinde hiçbir Türk hâkimin olmadığı Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın bütün hukuki kararlarına tam olarak uymayı önceden kabul etmiştir (64. Madde). Türkiye Gümrük Birliği'ne girmekle ulusal pazarlarını rekabet etmesinin çok zor olduğu Avrupa mallarına açmış, gümrük vergilerini sıfırlamış tüm fonlarını kaldırmıştır (Kurt, 2007).

Türkiye'nin hem AB üyesi ülkelere karşı hem de AB dışındaki ülkelere karşı uyguladığı dış ticaret politikası önlemlerinin değişmesine neden olmuştur. Türkiye, Gümrük Birliğine girmekle bağımsız dış ticaret politikası uygulama imkânını kaybetmiş; mevcut dış ticaret mevzuatını AB mevzuatıyla entegre ederek AB'nin üçüncü ülkelere karşı uyguladığı dış ticaret kısıtlamalarını ve ödünlerini aynen üstlenmiştir. Yine bu sürecin gereği olarak Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi (EFTA), İsrail, Makedonya, Hırvatistan, Bosna-Hersek, Fas, Filistin, Tunus, Suriye, Mısır, Gürcistan ve Arnavutluk'la serbest ticaret anlaşmaları imzalanmıştır. Gümrük Birliği ile birlikte gümrüklerin sıfırlanması Türk sanayini yoğun bir rekabetle karşı karşıya bırakmıştır. Yaşanan bu rekabete dayalı

ticaret süreci Türkiye'nin dış ticaretinin genel yapısında ve dağılımında önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Ayrıca Gümrük Birliği nedeniyle AB'nin birlik dışına uyguladığı ortak gümrük tarifesinin de üstlenilmiş olması Türkiye'nin AB dışındaki ülkelerle olan dış ticaretini de etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir (Kalaycı ve Artan, 2015).

Gümrük Birliği sonrasında Türkiye'nin ticari ilişkilerinin büyük bir artış gösterdiği İngiltere'nin 2016 yılında bir referandum ile ortaya attığı ve 2017 yılında kesinleştirdiği Brexit sürecinin başlaması ile Türkiye'nin bu ülke ile ticari ilişkileri de endişe oluşturmaya başlamıştır. 31 Ocak 2020'de başlayan geçiş süreci 31 Aralık 2020 tarihinde sona erecektir ve bu süre içerisinde Türkiye için Gümrük Birliği ortağı konumunu koruyacaktır. Geçiş dönemi boyunca AB ve Birleşik Krallık arasında geleceğe yönelik yeni bir ticaret anlaşması müzakereleri olacaktır. Bu müzakerelere paralel olarak Türkiye'de bir STA sürecini başlatmak üzere Birleşik Krallık ile tüm hazırlıkları yapmıştır (<https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/brexit>, 2020).

Gümrük Birliği'nin Türkiye ekonomisi üzerine etkilerini inceleyen pek çok çalışma yapılmış ve farklı sonuçlar elde edilmiştir. Yapılan bu çalışmalardan bazılarının sonuçları Tablo 2'de özetlenmiştir

Tablo 2: Gümrük Birliğinin Türkiye Dış Ticaretine Etkileri

Yıl	Yazar	Sonuç
2006	Murat Doğanlar, Harun Bal, Mehmet Özmen	İhracatın ve İthalatın fiyat esnekliklerinin Gümrük Birliği sonrasında azaldığı sonucuna ulaşılmıştır
2006	Daniele Antonucci, Stefano Manzocchi	Gümrük Birliğinin Türkiye-AB dış ticaretine ilave katkı sağladığına dair kanıt bulunamamıştır.
2007	Orhan Gündüz, Kemal Esengün	Gümrük Birliği'nin ilk yıllarında ithalatın ihracattan daha hızlı arttığı saptanmıştır.
2007	Levent Kösekahyaoğlu	Gümrük Birliğinin sonucunda ithalatın ürün dağılımında sadece küçük bir değişim yaşanırken, ihracatın yapısında çok önemli değişiklikler yaşanmıştır.
2007	Felicitas Nowak Lehmann, Dierk Herzer, Inmaculada Martinez Zarzoso	Gümrük Birliği Sonrasında Tarım Sektörü İhracatında Gözle Görülür bir artış gözükmemiştir. Sanayi mallarında ise hafif bir ihracat artışı olmuştur.
2007	Emine Bilgili	Türkiye'nin ihracat yapısında önemli bir değişim gözlenmemiştir.
2007	Ertuğrul Yıldırım, Cihan Dura	Türkiye'nin aleyhine olan ticaret yaratma etkisi olmuştur.

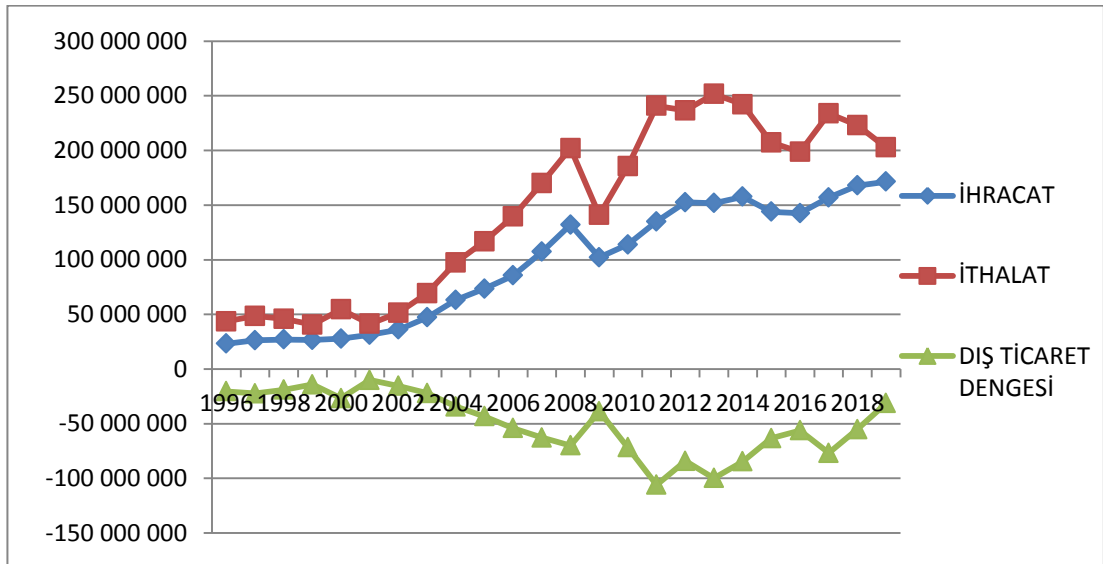
2008	Antonis Adam, Thomas Moutos	Türkiye Gümrük Birliği ilişkisinde AB-15 ülkeleri arasındaki ticaret üzerinde asimetrik etkileri olduğunu gösteren kanıt sağlanmıştır.
2009	Dilek Seymen	Gümrük Birliği'nin Türkiye ile AB arasındaki ticarete ülke kompozisyonu etkilerinin zayıf kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.
2009	Oğuzhan Türker	Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Rekabet Gücüne önemli bir katkı sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır.
2009	Cemalettin Kalaycı Seyfettin Artan	Türkiye'nin 15'li AB ile ihracatı önemli ölçüde artmıştır
2010	Ela Çolpan Nart	Dış Ticaret Hacmi artmış ve İhracat, İthalattan daha hızlı artmıştır.
2011	Seyhun Doğan, Sema Nur Soyyiğit Kaya	Gümrük Birliği Türkiye Dış Ticaretini Pay olarak etkilemezken kompozisyon olarak etkilemiştir
2012	Bilin Neyaptı, Fatma Taşkın ve Murat Üngör	Gümrük Birliği sonrasında reel kur politikası ticaret performansını artırmıştır
2013	Melih Özçalık, Ahmet Okur	AB 15 ülke temelinde tekstil ve Hazır Giyim sektöründe dış ticaret kazancı elde etmediği sonucuna ulaşılmıştır.
2014	Mehmet Şentürk	Anlaşmanın imzalanmasından sonra Türkiye'nin dış ticaret hacmi büyümüştür. Ancak 2008 krizi sonrasında AB ekonomisinde yaşanan daralmadan dolayı Türkiye'nin ithalat ve ihracatında AB ülkeleri dışındaki ülkeler öne çıkmıştır.
2015	Cihangir Cengiz Ömer Kurtbağ	Gümrük Birliği Anlaşmasının taraflar arasındaki ticaret hacmini artırdığı görülmektedir. Ancak daha ileri bir birleşme için aşılması gereken problemler mevcuttur.
2015	İlhan Güllü	Mevcut Gümrük Birliği Anlaşması Türkiye'nin dış ticaret açığını arttırmakta, ekonomide yeniden yapılanma durumunda hareket kabiliyetini kısıtlamakta, KOBİ'lerin rekabet gücünü zayıflatmaktadır.
2017	Hakan Tunç	Gümrük Birliği'nin Türkiye dış ticaretine olumlu katkı sağladığı ve gelecekte büyümenin devam edeceği algısının var olduğu tespit edilmiştir.
2017	Nur Dilbaz Alacahan Yağmur Akarsu	Türkiye, Gümrük Birliği ile birlikte olumlu ve olumsuz etkileri bir arada yaşamaktadır.
2018	İsmail Çifçi Ergin Uzgören Rabia İnci Özbek	Gümrük Birliği öncesi ve Gümrük Birliği sonrasında Türkiye'nin, AB ülkelerine kişi başına düşen milli gelir açısından yakınsadığı bulgusuna ulaşılmıştır.
2019	Sema Ay	Değişen ekonomik koşullar, Gümrük Birliği Anlaşmasının Türkiye açısından avantajlarını azaltmış en kısa zamanda iki tarafın da katılacağı müzakerelerin başlaması ve yol haritası belirlenmesi zorunlu hale gelmiştir.

Kaynak: Tabloda 2006-2013 yılları arasındaki verilerde “Tunç, H. (2017) ;Dış Ticaretin Gelişiminde Gümrük Birliği'nin Rolü, Bir Algı Araştırması, AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3. 1, 83-99” kaynağından yararlanılmıştır.

Gümrük Birliği Anlaşması'ndan sonra piyasadaki yüksek rekabetin sonucu olarak kaliteli ürünleri uygun fiyatlara satın almak mümkün olmuş ayrıca tüketici hakları daha iyi korunmaya başlamıştır. Türkiye gümrük süreçlerinin AB gümrük süreçlerine yakınlaşması amacıyla Dünya Bankası ile bir anlaşma yapılmış ve gümrük modernizasyonunun sağlanması amacıyla finansal yardım elde edilmiştir (Aydın,2015).

Gümrük Birliği Anlaşması'ndan sonra Türkiye dış ticaretinin durumunda anlamlı değişiklikler meydana gelmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2019)'dan alınan veriler incelendiğinde ihracat ve ithalat oranlarının artmış olduğu görülmektedir. Ancak engellenemez bir biçimde 1996 yılından bu yana, ithalat oranı ihracat oranından daima yüksek olmuştur.1995 yılında 21.637.041 bin dolar ihracat, 35.709.011 bin dolar ithalat gerçekleşmiştir. Gümrük Birliğinin yürürlüğe girdiği 1996 yılında ihracat artışı %7,3 iken ithalat artışı %22,2 olarak gerçekleşmiştir. Yerli üreticimiz orantısız rekabet koşulları ile karşı karşıya gelmiştir. Dolayısıyla dış ticaret açığı gittikçe büyümüştür. Bu durumda Gümrük Birliğinin Türkiye dış ticaretine faydası sorgulanır olmuştur.

Aşağıda bulunan Şekil 2'de Gümrük Birliği Anlaşmasının yürürlüğe girmiş olduğu 1996 yılından günümüze kadar Türkiye'nin ihracat ve ithalat miktarı ve dış ticaret dengesi yer almaktadır.

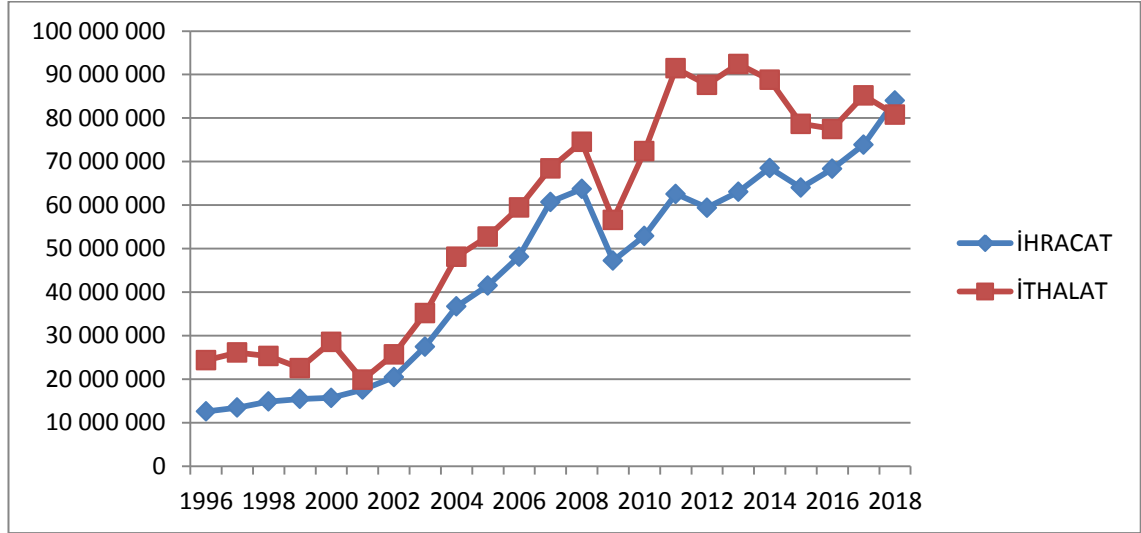


Şekil 2: Yıllara Göre İthalat İhracat ve Dış Ticaret Dengesi

Kaynak: TÜİK, Yıllara Göre Dış Ticaret, 2020

Gümrük Birliği anlaşmasından sonra Türkiye ile AB arasındaki dış ticarete de artış görülmüştür. Ancak yine AB'den yapılan ithalat AB'ye yapılan ihracattan fazla olarak gerçekleşmiştir.

Aşağıdaki Şekil 3'de Türkiye'nin AB'ye ithalat ve ihracat miktarı yer almaktadır.



Şekil 3: Yıllara Göre Avrupa Birliği İle Yapılan Dış Ticaret

Kaynak: TÜİK, Ülke Gruplarına Göre Dış Ticaret, 2020

1.4. Dış Ticaret Girişimciliğinin Avrupa Birliği Ekseninde Dezavantajları

AB - Türkiye ilişkilerine yeni bir soluk getiren Gümrük Birliği Anlaşması, yürürlüğe girdiğinden bu yana olumlu ve olumsuz pek çok eleştiri almıştır. Türkiye AB'ye üye olmadan Gümrük Birliğine dâhil olan tek ülkedir. Bu durumdan kaynaklanan yönetimin karar mekanizmasında yer alamamak, Gümrük Birliği kararlarında veto yetkisine sahip olamamak gibi bir takım problemler vardır. Ayrıca henüz kapılarını dünyaya yeni açmış gelişmekte olan bir ulus olarak Türkiye'nin korumacı politikalarından vazgeçerek gelişmiş Avrupa sanayisi ile rekabet etmek zorunda kalmasından dolayı da bazı güçlükler yaşanmıştır.

“Türkiye Gümrük Birliğine girmekle organlarında yer almadığı bir dış örgütün tüm kararlarına uymayı önceden kabul etmiştir” (Kurt, 2007: 27).

Aydın (2015) ve Şençalar (2013) çalışmalarında bu problemleri ayrıntılı olarak açıklamıştır. Buna göre Türkiye'nin AB ile olan en büyük problemi karar alma problemidir. Türkiye AB'ye tam üye olmadığı için karar alıcı değil karar uygulayıcı merciidir. GB ortak ekonomik ve ticari politikalar uygulamak için kurulmuştur. Türkiye'nin aleyhine bir karar alındığında veto etme yetkisi de yoktur. Örneğin Avrupa Birliği bazı ülkelerle STA imzalamış akabinde Türkiye de bu ülkelerle STA imzalamıştır. Bazı durumlarda AB ile STA yapan üçüncü ülke Türkiye ile STA yapmak istemezse Türkiye pazarı bu ülke mallarına açık olabilecektir. 2018 yılında uygulamaya koyulan ek mali yükümlülükler gibi küçük önlemler dışında yapılabilecek başka bir şey de kalmamıştır.

Gümrük vergilerinin kaldırılması, AB ile rekabet koşullarının eşitlenmesi ile Türkiye pazarı AB girişimcileri için niş pazar haline dönmüştür. Yüksek rekabetten dolayı birçok Türk firması küçülme yoluna gitmiş yahut kapanmıştır. Bundan dolayı işsizlik problemi ile karşı karşıya kalınmıştır. Ayrıca gelişmiş Avrupa sanayii ile rekabetin yanında Çin, Pakistan, Bangladeş gibi ülkelerden birliğe gelen ucuz girdi ile de rekabet etmek zorunda kalınmıştır. Türkiye'nin hammadde sektörü bu durumdan etkilenmiştir (Aydın, 2015).

Bazı sektörler de rekabet gücüne Gümrük Birliği sonrası olumlu katkı sağlarken (işlenmiş mallar ile makine ve ulaştırma araçları) birçok sektörde düşük rekabet gücü endeksleri meydana gelmiştir. Bu sektörler; canlı hayvanlar ve gıda maddeleri, içkiler ve tütün, akaryakıt hariç yenilmeyen maddeler, madeni yakıtlar yağlar vb. hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar ve mumlar; başka yerde belirtilmeyen kimya sanayi ürünleri ve çeşitli mamul eşyadır (Türker, 2015).

Türkiye'nin dış ticaret hacmi GB'ye girilmesi ile artmaya başlarken aynı zamanda dış ticaret açığı da yükselmiştir. Bu durum birliğe plansız girilmesinden kaynaklanmaktadır. GB'den sonra AB'den ithalatın, AB'ye ihracattan daha hızlı arttığı gözlemlenmiştir. Ekonomik daralmaların olduğu dönemde ihracatla birlikte ithalatın da azaldığı görülmektedir. Bu durum Türkiye'nin ithalatının üretim ve ihracata yönelik ara ve yatırım mallarından oluşuyor olmasından kaynaklanmaktadır. Artan ithalatın ihracat tarafından karşılanamaması dolayısıyla meydana gelen dış ticaret açığı ekonomi üzerinde baskı kurmaktadır (Şençalar, 2013).

Türkiye AB'nin uyguladığı gibi bazı üçüncü ülkelere tarife indirimleri uygulamaktadır. Bunun sonucunda da gümrük vergi kayıpları yaşamaktadır. Önceden ikili ve üçlü anlaşmalar ile dış politikasını şekillendiren Türkiye Gümrük Birliğine katıldıktan sonra bu anlaşmalar kaldırılmış ve Türkiye'nin bu ülkelerle dış ilişkileri etkilenmiştir (Aydın, 2015).

Sosyal ve ekonomik koşulları entegre etme amaçlı Türkiye'ye yapılacak olan finansal yardımların bir kısmı (4,453.9 Milyon Euro) 2014 yılında gerçekleşmiştir. Bir kısmını da 2020 yılında gerçekleştirecektir (<http://europa.eu/>, 2020). 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'na göre AB Türkiye'ye 4 finansal yardımda bulunmak zorundadır. Ancak üç protokol planlanabilmiştir. Dördüncü protokol Yunanistan'ın veto etmesinden dolayı planlanamamıştır. GB sürecinde ekonomik yardımlar Avrupa Yatırım Bankası Kredileri ile sağlanır ve burada amaç AB ve Türkiye arasındaki ekonomik farklılıkları azaltmaktır (Aydın, 2015).

Gümrük Birliği ile sanayi ve bazı işlenmiş tarım ürünleri serbest dolaşıma girerken emek, iş gücü ve girişimci için serbest dolaşım söz konusu olamamaktadır. Üretici için mallarının takibi zorlaşmaktadır (Şençalar, 2013) Avrupa Birliği ülkelerinin vizesi Türk iş adamları için oldukça pahalıdır. Bunun sebebi AB'nin göç alma gibi korkularıdır. Türkiye, Schengen bölgesi için stratejik bir alandır. Afrika'dan, Asya'dan, Orta Asya'dan göçmenler Türkiye üzerinden Yunanistan'a ulaşarak Avrupa'ya geçmeyi denemektedirler. Bu durum için alınan önlemler Türk iş adamları için problem oluşturmaktadır (Aydın, 2015).

Gümrük Birliği Anlaşması yalnızca sanayi mallarını içermektedir. Hizmet sektörü anlaşma kapsamında değildir. Bundan dolayı Türk karayolu taşıma araçları 3. ülke (ikili ilişki içerisinde bulunulmayan ülke) aracı olarak kabul edilmektedir. Taşıma kotaları Türk karayolu taşıma araçları için de geçerli olmaktadır. Türkiye'nin Güney Kıbrıs Rum Yönetimi'ni tanımaması sebebiyle yönetime kayıtlı olan ya da bir önceki durağı Rum Yönetimi olan gemiler ve uçaklar tarafından getirilen malların serbest dolaşımının kısıtlanması sebebiyle AB Türk araçlarına yaptırım mahiyetinde kota uygulamaya devam etmektedir. Bunların yapılmasının bir amacı da Türk nakliyecilerinin en büyük rakibi olan Bulgaristan Romanya ve Polonya menşeli taşımacılardır. Türkiye, AB menşeli taşıma araçları kullanmak ve Ro-Ro taşımacılığına yönelmek gibi önlemler

alsa da kotalar ve transit kısıtlamaları nedeniyle Türk ihracatı önemli kayıplar yaşamaktadır. (Ataseven ve Tunahan, 2015). Türk nakliyecileri Avrupa'ya ihracat yükü taşıyan araçlardan alınan geçiş ücretleri dolayısıyla büyük maliyetlere katlanmak durumundadırlar. Bunların yanında birde Avusturya tarafından yapılan Ro-La dayatması bulunmaktadır. Avusturya sınırlarından geçecek olan araçların yüklerini demir yolu ile geçirmeleri istenmektedir. İhracat maliyetlerini arttıran bu durum malların serbest dolaşımı ilkesine aykırı bir durumdur (UND, 2017).

Ele alınan problemler Türkiye ekonomisine, dış ticaretine olduğu gibi dış ticaret girişimciliğine de problem oluşturmaktadır. Bu bölümde Türkiye'nin Avrupa Birliğine üye olmadan Gümrük Birliğine üye olmasının oluşturduğu problemler ortaya konulmuştur. Önceki çalışmalarda görüldüğü kadarıyla Gümrük Birliği Anlaşmasının Türkiye açısından dezavantajlı olan tarafları mevcuttur.

BÖLÜM 3: TÜRK DIŞ TİCARET GİRİŞİMCİLERİNİN AVRUPA BİRLİĞİ ÖZELİNDE KARŞILAŞTIĞI DEZAVANTAJLAR

3.1 Araştırmanın Amacı

Araştırmanın birinci bölümünde gelişmekte olan ülkelerin makro iktisadi politikaları çerçevesinde korumacı tutumlarla desteklediği dış ticaret girişimciliği kavramı birçok boyutu ile incelenmiştir. Araştırmanın ikinci bölümünde Avrupa Birliği, oluşum süreci ve Türkiye Cumhuriyeti ile birlik arasında gelişen tüm süreçler ve bu süreçlerin Türkiye dış ticaretine etkileri incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise yapılan bu incelemeler ışığında gelişmekte olan ülkeler grubunda yer alan Türkiye Cumhuriyetinin ekonomik gelişme hedefleri doğrultusunda destek vermekte olduğu dış ticaret girişimcilerinin, Avrupa Birliği ile yürüttükleri iş ilişkileri, karşılaştıkları problemler ve dış ticaret girişimcilerinin bakış açısından çözüm önerileri ortaya konulmuştur.

Çalışmanın amaçları şu şekilde ifade edilebilir.

- Dış ticaret girişimcilerinin en büyük pazarı olan Avrupa'ya ihracat yaparken karşılaştıkları sorunları ortaya koymak,
- Gümrük Birliği Anlaşması'nın yeterliliğini ve AB'ye katılmanın gerekliliğini dış ticaret girişimcileri ile tartışmak,
- Dış ticaret girişimcilerinin AB'den kaynaklı sorunlarına çözüm önerisi sunmak.

3.2 Araştırmanın Tasarımı

Tikelden gelim mantığı ile kurgulanan literatür üzerine tümevarım mantığıyla yorumlanan çalışma Nitel araştırma deseninde tasarlanmış, örnek olay yöntemine göre yürütülmüştür.

Fen bilimlerindeki tek doğru bilgiyi kabul eden pozitivist paradigmaya karşın yirminci yüzyıldan bu yana sosyal bilimler yeni ve sosyal bilimin doğasına uygun bakış açıları geliştirmişlerdir. Bu bağlamda sosyal bilimciler tarafından nesnellikten çok bakış açısını ön plana çıkaran nitel çalışmalar tercih edilmiştir. Nitel araştırma yöntemi, sosyal olguları bağlı buldukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşımdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel araştırmada amaç, kişilerin hayatlarını nasıl anlamlandırdıklarıyla ilgili bir anlayış gerektirmektir. İnsanların deneyim yaşadığı

konuları nasıl yorumladıklarını tarif etmektir (Marriam, 2018). Bu nedenle nitel araştırma yöntemini seçen araştırmacı, araştırmanın konusu olan fenomenleri kendi doğal ortamlarında ele alır (Coşkun vd. 2015). Nitel araştırma yöntemi, araştırma yaklaşımını belirleyen ve araştırmanın çeşitli aşamalarının tutarlı olmasına olanak veren araştırmacının izlediği bir strateji olarak tanımlanabilmektedir. Araştırmanın odağı, veri toplama ve analiz yaklaşımlarını belirlemede araştırmacıya yön veren nitel araştırma desenleri araştırmacıya kesin sınırları olan bir yöntem sunmaz (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu desenlerden en çok tercih edileni örnek olay çalışmasıdır. Birçok nitel araştırma deseni mevcuttur. Çok yaygın bir nitel araştırma deseni olan örnek olay çalışmasını Marriam (2018: 40), sınırlı bir sistemin derinlemesine betimlenmesi olarak ifade etmiş ve aşağıdaki şekilde detaylandırmıştır;

“Vaka çalışması (örnek olay çalışması), bir araştırmanın nihai ürünü olarak, tek bir varlığın, olgunun ya da sosyal birimin kapsamlı ve bütünsel betimlemesini ve analizini içerir.”

Yin (2003), temel araştırma soruları “ Nasıl” veya “Neden” olduğunda araştırmanın odağı güncel konularla ilgili olduğunda diğer desenlere göre örnek olay çalışmasının daha uygun bir desen olduğunu belirtmiştir.

Örnek olay yönteminde bir ya da daha fazla organizasyon grup ya da topluluk hakkında belirli bir süre boyunca sistematik araştırmanın yürütülmesi ve analiz edilmesi esastır. Bu yöntem araştırmanın stratejisini ifade eder. Özellikle örgütlerdeki sosyal süreçlerin anlaşılmasında diğer yöntemlere göre daha başarılıdır (Coşkun vd. 2015).

Bu bağlamda araştırmanın temel problemi olan dış ticaret girişimciliğinin AB özelinde yaşadığı sorunlara çözüm önerileri sunmak olgusu için en uygun araştırma deseninin nitel araştırma deseni olduğu görülmektedir. Dış ticaret yaparken karşılaşılan problemlerin ne olduğunu, kaynağının neresi olduğunu ve nasıl bu problemlerin çözüme ulaşacağı sorularına cevap bulmak ve bu problemlerin bir dış ticaret girişimcisi grubu üzerinden değerlendirilmesi esas olduğundan örnek olay çalışması bu çalışma için uygun görülmüştür.

Saygılı (2019) ekonomik milliyetçilik bağlamında dış ticaret girişimcileri ve eğilimlerini ortaya koymak amacıyla yaptığı çalışmasında örnek olay çalışmasının araştırma kapsamına dâhil edilecek örneklem sayısı bakımından ele alan Yin (2003)’in

“tekli ve “çoklu” örnek olay tasarımları bakımından kendi çalışmasını değerlendirmiş ve aşağıdaki sözlerle ifade etmiştir:

“Örnek olayların bağlamsal koşullar ile ilişkisi ise çalışmaya dahil edilen örneklerin farklı bağlamsal koşulları ve alt analiz birimleri barındırıp barındırmadığını vurgulamaktadır. Bu ölçütler dikkate alındığında, örneklerin alt analiz birimlerini içerip içermemesi açısından “gömülü” ve “bütüncül” olacak şekilde ayrılmaktadır. Bu bağlamda bu çalışma, araştırma sorusu açısından benzer bağlamsal arka planlara sahip, dış ticaret yapan ve üretici/imalatçı olarak endüstride yer alan firmalar üzerine gerçekleştirileceğinden tekli örnek olay çalışması olarak tasarlanmıştır.”
(Saygılı, 2019: 33).

Bu bağlamda yapılan çalışma değerlendirildiğinde aynı gelişim ve uluslararasılaşma süreçlerine sahip dış ticaret girişimcisi firmaları hedefleyen bu çalışma da tekli örnek olay çalışması olarak değerlendirilmektedir. .

Genel olarak bir örnek olay araştırması; araştırmaya konu olacak olgunun ve örgütün belirlenmesi, seçilen organizasyonla bağlantı kurulması, literatüre bağlı olarak teorik çerçeve içerisinde verilerin toplanması ve verilerin analiz edilmesi aşamalarından oluşmaktadır (Coşkun vd. 2015).

3.3 Araştırma Süreci

Çalışmanın bu kısmında örneklem seçimi, veri toplama süreci, mülakat sorularının hazırlanması, katılımcıların belirlenmesi, verilerin deşifre edilmesi, verilerin geçerliliği ve güven vericiliğine yönelik bilgilere yer verilecektir.

3.3.1 Araştırmanın Örneklemi

Araştırmacının çalışma alanını oluşturan, yapılan çalışmanın genelleştirileceği gruba evren denilmektedir (Coşkun vd. 2015). Belirli bir evrendeki birimler arasından seçilen ve evreni temsil ettiği varsayılan daha küçük bir küme örneklem olarak adlandırılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2016:127). Örneklem seçiminde esas olan örnek kütlenin evreni temsil edebilir özellikte olmasıdır.

Bu bağlamda çalışmanın evrenini AB ülkelerine ihracat yapan Türk dış ticaret girişimcileri oluşturmaktadır. Araştırmacının kısıtlı imkânları nedeniyle araştırmanın örnekleme, kasti örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini Türkiye Cumhuriyetinde ekonominin kalbi konumundaki üretim ve ticaret potansiyeli açısından Türkiye'deki en büyük ili İstanbul ilinde yerleşik dış ticaret girişimcileri arasından örneklem seçilmiştir.

3.3.2 Veri Toplama Süreci

Çalışmanın problem ve amacına yönelik katılımcıların örgütsel, sektörel, satış yaptıkları ülkeler gibi özelliklerine göre değişken sorular yönlendirilmesi gerekmiştir. Görüşme (mülakat) yöntemi deneyimlerine, tutumlarına, görüşlerine, şikâyetlerine duygularına ve inançlarına ilişkin bilgi edinmede oldukça etkili bir yöntemdir (Briggs, 1986: aktaran, Yıldırım ve Şimşek, 2016: 129). Bu nedenler örnek olay yöntemi ile yürütülen çalışmada, nitel veri toplama araçlarından mülakat yöntemi ile veri toplanmıştır.

Bu çalışmada kullanılan birincil veriler dış ticaret girişimcilerinin karşılaşmış olduğu AB'den kaynaklı problemler, örgütün mevcut pazarlarına göre değişiklik gösterdiğinden yarı biçimlendirilmiş mülakat yöntemi ile çalışma yürütülmüştür.

Bu bağlamda çalışmada İstanbul ili sınırları içerisinde bulunan 10 farklı dış ticaret girişimcisi ile yarı biçimlendirilmiş mülakat yapılarak veriler toplanmıştır. Görüşme gerçekleştirilmeden önce katılımcılardan randevu alınmış, görüşmeler girişimcilerin ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeden önce çalışmanın amacı ve kapsamı ayrıntılı olarak açıklanmış cevapların sadece bilimsel çalışmalarda kullanılacağı belirtilmiştir. Katılımcılardan görüşme öncesinde ses kaydı almak için izin istenmiştir. Görüşmeler yaklaşık 25-65 dakika arasındaki zaman dilimlerinde gerçekleştirilmiştir.

3.3.3 Mülakat Sorularının Hazırlanması

Literatürden elde edilen veriler ve teorik altyapı ışığında daha önce dış ticaret girişimciliği konusunda yapılmış çalışmalardan yararlanılmıştır. Bunun yanısıra dış ticaret girişimciliği oldukça yeni bir literatür geçmişine sahip olduğundan geçmişte yapılan dış ticaret, uluslararası ticaret, Avrupa Birliği, Gümrük Birliği konulu çalışmalardan da faydalanılmıştır. Bu gibi çalışmalardan yararlanılarak araştırma sorularının temeli atılmıştır. Ayrıca alanında uzman 2 akademisyen ile görüşülerek 15

soruluk bir araştırma soru seti hazırlanmıştır. Bu sorular araştırma problemine yönelik, katılımcıların dış ticaret tecrübeleri doğrultusunda yanıtlayabilecekleri sorulardır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla yönlendirilen sorular da mevcuttur. Mülakat soruları katılımcının sektörüne, pazarına, tecrübelerine göre esnetilerek yarı biçimlendirilmiş şekilde sunulmuştur. Mülakat formu Ek 1’de yer almaktadır.

3.3.4 Mülakat Yapılacak Kişilerin Belirlenmesi

Veri toplama süreci katılımcıların belirlenmesi ile başlamaktadır. Yapılacak bu belirleme, araştırmacının neyi kimin bakış açısından öğrenmek isteğiyle doğrudan ilişkilidir (Torkul, 2019). Buradan hareketle mülakatın yapılacağı kişilerin sektördeki tecrübeleri ve konu ile ilgili bilgi düzeylerine göre belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca dış ticaret girişimciliği temeli ile hazırlanan bu çalışmada katılımcıların dış ticaret girişimcisi olması gerekmektedir. Katılımcıların dış ticaret girişimcisi olma durumu mülakat soruları ile test edilmiştir.

3.3.5 Verilerin Deşifre Edilmesi

10 katılımcı ile gerçekleştirilen mülakat süreci tamamlandıktan sonra elde edilen ses kayıtlarının yazılı veri haline dönüştürülmesi amacı ile her bir örnek olay görüşmesi tek tek deşifre edilmiştir. 10 örnek olayın toplam görüşme süresi yaklaşık 500 dakika sürmüştür ve her kaydın deşifresini araştırmacı kendisi gerçekleştirmiştir.

3.3.6 Verilerin Geçerliliği ve Güven Vericiliği

Nitel çalışmalarda geçerlilik ölçme aracının araştırmacının ölçmek istediği olguyu doğru ölçmesi ile ilişkilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Geçerlilik kavramı 2 aşamada açıklanmaktadır.

İç geçerlilik, araştırma bulgularının dış dünyadaki gerçekliğe uyup uymadığı sorunsalı ile ilgilidir. Dış geçerlilik, bir çalışmanın sonuçlarının farklı durumlara ne derece uygulanabileceği ile ilgilidir (Marriam, 2018: 203-214).

Veri toplama, analiz ve yorumlama süreçlerinde tutarlı olmak iç geçerliliğin sağlayıcısıdır. Aynı şekilde bir çalışma benzer durumlara ortamlara genellenebiliyor olması dış geçerliliğin sağlayıcısıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu bağlamda yapılan

çalışmanın amaçlar ile aynı doğrultuda ilerlemesi elzemdir. Çalışmanın geçerliliği alanında uzman 2 akademisyen tarafından değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonucunda çalışmanın geçerliliği teyit edilmiştir.

Güvenilirlik ise yapılan çalışmaların yinelenen bilirliliği ile ilgilidir. Ancak nitel çalışmalarda bu genel ifadeyi gerçekleştirebilmek güçtür. Bunun nedeni beşeri davranışların durağan seyretmemesidir (Marriam, 2018). Nitel araştırmanın güvenilirliğini arttırmak adına çeşitli aşamalarda kullandığı stratejileri daha belirgin hâle getirmesi ve başka araştırmacılar tarafından tekrar edilebilir hale getirmesi gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Nitel bir çalışmanın tekrarlanması aynı sonuçları ortaya çıkarmayabilir. Ancak bu herhangi bir çalışmanın değerini düşürmez. Çünkü aynı veriler hakkında sayısız yorum yapılabilir. Burada nitel araştırmalar için asıl soru ulaşılan sonuçların toplanan verilerle ne kadar tutarlı olduğudur (Marriam, 2018: 212) .

Bu bağlamda yürütülen çalışmada izlenen stratejiler, yöntemler açıkça belirtilmiştir. Verilerin elde edilme aşamasından deşifre edilmesine, analiz aşamasından değerlendirme aşamasına kadar ayrıntılı şekilde araştırmacılara ve uygulayıcılara sunulmuştur.

3.3.7 Araştırmanın Analiz ve Bulguları

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi için yönlendirici içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. Yönlendirici içerik analizi yaklaşımı çalışmanın veri toplama ve verilerin analiz edilmesi aşamalarını yönlendiren (Taş vd. 2019) konu ile ilgili literatür vurgularından hareketle elde edilen bir çerçeve kapsamında veri yığımına ayıklama birleştirme işleminin yapılması şeklinde gerçekleştirilen bir nitel analiz yöntemidir. İçerik analizi katılımcılardan edinilen verilerin içeriklerini sistematik olarak tanımlamak amacıyla dokümanların kategorize edilmesi ve karşılaştırılması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Bu analiz yönteminde temel düşünce araştırma metnindeki pek çok ünitenin daha az sayıda içerik kategorisine indirgenmesidir (Coşkun vd. 2015).

Yönlendirici içerik analizinde temelde yapılan işlem birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım Ve Şimşek, 2016:

242). Araştırma tasarımına yön veren göstergeler ve temalar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3: Araştırmaya Yön Veren Literatür Vurguları İle Mülakat Soruları Arasındaki Bağlantı

Literatür Vurgusu/Arka Plan	Temalar	Mülakat Soruları
Dış ticaret girişimciliği; sınır ötesine satış yapan, zamanla kazandığı para ile yurt içinde yeni katma değer yaratan sanayiciler tarafından gerçekleştirilen bir süreçtir	Dış Ticaret Girişimciliği	Yurt dışına yaptığımız satışlardan elde ettiğiniz gelirleri nasıl faaliyetlerde değerlendiriyorsunuz?
Uluslararası girişimcilikte ulus ötesi ticari faaliyet başladıktan sonra küreselleşme niyeti ile uluslararası girişimcilik eylemi başlamaktadır	Dış Ticaret Girişimciliği Uluslararası Girişimcilik	Gelecek planlarınızda üretim merkezinizi AB ülkelerinden birine taşımak gibi bir hedefiniz var mı?
Dış ticaret girişimcileri uluslararası ticaret yapmalarına engel olan politik ve ekonomik pek çok problem ile karşılaşmaktadır.	Dış Ticaretin Problemleri	Dış ticaret girişimcisi olarak ne tür engellerle karşılaşıyorsunuz?
Türkiye'nin AB üyesi olamamasından kaynaklanan GBA uygulamalarında yaşanan sorunlar mevcuttur.	AB'den Kaynaklı Problem	AB ülkelerine yaptığınız ihracatta ne gibi problemlerle karşılaşıyorsunuz?
Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler tarafından alınan ticari veya milliyetçi önlemler ile ulus ötesi faaliyet gösteren firmalar mücadele etmek durumundadır.	Ticari – İktisadi Milliyetçilik	AB ülkelerine yaptığınız ticarete, rakiplerinize nasıl mücadele ediyorsunuz?
Gelişmiş ülkeler küresel boyuttaki firmalarının rekabet avantajını sürdürmek için korumacı önlemler alırlar. Gelişmekte olan ülkeler ise yerli üreticilerinin rekabet avantajını korumak için korumacı önlemler alırlar.	Ticari - İktisadi Milliyetçilik	İhracat yaptığınız ülkelerde, ülke yönetim ne gibi korumacı önlemler alıyor? Bu önlemlerle nasıl mücadele ediyorsunuz?
Türkiye gelişmekte olan ülkeler statüsündedir. Yerli üreticilerinin rekabet avantajlarını korumak için bir takım önlemler almıştır.	İktisadi Milliyetçilik	Cumhurbaşkanlığınca alınan korumacı önlemleri faydalı buluyor musunuz (ek mali yükümlülük) ?
GBA uluslararası ticaretin tüm kalemlerini kapsamamaktadır.	GBA'nın Yeterliliği	Gümrük Birliği anlaşmasının mevcut durumu ihracatınız için yeterli midir?
AB'ye katılmanın gerekliliği son dönemlerde sorgulanmaya başlamıştır	AB'ye Katılmanın Gerekliliği	Sadece Gümrük Birliği anlaşmasının bir tarafı olarak kalmamızın avantajı var mıdır?
AB'ye katılmanın gerekliliği son dönemlerde sorgulanmaya başlamıştır	AB'ye Katılmanın Gerekliliği	Sizce AB'ye katılım gerekli midir?

25 ile 65 dakika arasındaki uzunluklarda süren görüşmeler sonucunda elde edilen uzun ve karmaşık veriler, okuyucunun anlayabileceği ve araştırmacının yorumlayabileceği şekilde temalar halinde düzenlenmiş ve birleştirilmiştir. Hazırlanan mülakat soruları çerçevesinde 10 farklı görüşmeden elde edilen verilerden benzer temalar oluşturan veriler kategorize edilmiş ve yorumlanmıştır¹.

Yapılan analiz ve bulgular izleyen bölümlerde yer almaktadır.

3.3.7.1 Katılımcılara Yönelik Bulgular

Tablo 4'te araştırma kapsamında yer alan katılımcı firmalara ilişkin Bulgular bulunmaktadır.

Tablo 4: Katılımcı Firmalara İlişkin Bulgular

Katılımcı*	Kuruluş tarihi	Dış ticarete başlama tarihi	Sektör	Kuruluş amacı	Faaliyet ölçeği	Dış ticaret yaptığı ülke sayısı
K1	2003	2014	Ayakkabı	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	10
K2	1958	2000	Ayakkabı	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	15
K3	1989	1994	Makine imalatı	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	74
K4	1969	1997	Otocam	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	30
K5	1972	1984	Alüminyum profil	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	10
K6	1992	2011	Silah sanayi	Yurtiçi ticaret	Avrupa	1
K7	1980	1990	Alüminyum profil	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	30
K8	1989	1999	Isıtma-beyaz eşya	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	5
K9	1989	1992	Hazır yapı (prefabrik)	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	20
K10	2010	2010	Alüminyum mimari sistem (sistem evi)	Yurtiçi ticaret	Avrupa ve 3.Ülkeler	30

*Katılımcı: K1, K2... K10

Tablo 4'te yer alan bulgular incelendiğinde, en genç dış ticaret girişimcisi işletmenin 2010 yılında kurulmuş olduğu ve en yaşlı dış ticaret girişimcisi işletmenin 1958'de kurulmuş olduğu görülmektedir. Örneklemdeki firmaların ortalama yaşları 34 olup bu

¹ Çalışmanın veri toplama süreci Mart 2019 döneminde gerçekleştirilmiştir.

işletmelerden en uzun süredir dış ticaret yapan katılımcı 35 yıldır en kısa süredir dış ticaret yapan 5 yıldır dış ticaret yapmaktadır. Örneklemin ortalama dış ticaret yapma süresi 20 yıldır. Katılımcı firmalar yoğun olarak alüminyum sektöründe olup ayakkabı makine, silah sanayi, ısıtma - beyaz eşya, hazır yapı gibi sektörlerinde olanlarda mevcuttur. Dış ticaret girişimcilerinin faaliyette bulunduğu ölçeklere bakıldığında %90'ının Avrupa birliğinin yanında 3. ülkelerle de dış ticaret yaptığı görülmektedir. %1'inin ise sadece Avrupa'ya dış ticaretinin bulunduğu görülmektedir. Katılımcıların tamamının kuruluş amacının öncelikle yurt içinde faaliyet göstermek olduğu, zaman içerisinde dış ticarete yöneldiği görülmektedir. Katılımcı dış ticaret girişimcilerinin en fazla 74 ülke ile aktif ticaret içerisinde olduğu en az da 1 ülke ile dış ticaret yaptığı görülmektedir.

Katılımcılara ayrıca hangi yöntemlerle müşteri portföylerini oluşturdukları sorulduğunda katılımcıların çoğunluğunun sektör fuarlarına dâhil olarak müşteri portföyü oluşturdukları, bir kısmının bir aracı işletmenin yardımıyla müşterilerine ulaştıkları ve karşı ülkede bir müşterilerine bayilik vererek ulaştıkları, mevcut web sitelerinden ve reklamlardan ayrıca birebir müşteri ziyaretleri yaparak müşterilerine ulaştıkları bulgusu elde edilmiştir.

Aşağıda bulunan Tablo 5'te ise katılımcılara ilişkin demografik özellikler bulunmaktadır.

Tablo 5: Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Katılımcılar	Yaş	Eğitim Durumu	Cinsiyet
K1	26	Lisans	Erkek
K2	27	Ön Lisans	Erkek
K3	56	Lisans	Erkek
K4	50	Lisans	Erkek
K5	27	Yüksek Lisans	Erkek
K6	52	Lisans	Kadın
K7	40	Lisans	Erkek
K8	47	Lisans	Kadın
K9	34	Lisans	Erkek
K10	36	Lisans	Erkek

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların yaş ortalamasının 39,5 olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun üniversite seviyesinde eğitim aldığı ve katılımcıların %80'inin erkek %20'sinin kadın olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır.

3.3.7.2 Katılımcıların Dış Ticaret Girişimcisi Olup Olmama Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcıların dış ticaret girişimcisi tanımlamasına uygun olup olmama durumunu kontrol etmek amacıyla yatırım hedefleri, dış ticaretten elde ettikleri gelirleri nasıl değerlendirdikleri sorulmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun dış ticaret girişimcisi tanımlamasına uygun olarak -girdi maliyetini karşıladıktan sonra- yeniden katma değer yaratma sürecine ilişkin yurt içi yatırımlarını arttırdıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Yalnızca K1 katılımcısının yurt dışı üretim yatırımı yaptığı görülmektedir. K3, K6, K10 katılımcıları istihdamı artırma konusunda yatırım yaptıklarını ayrıca belirtmişlerdir. Katılımcıların cevapları aşağıda yer almaktadır.

Yatırım yapmaya çalışıyoruz... Kendi ham maddemizi yurt içinde kendimiz yapmaya başladık. Bayağı maliyetli bir yatırımdı bizim için hala da bitmedi devam ediyor. Ayriyeten Rusya da bir taban fabrikamız daha var. %20 ortağı olduğumuz. Şimdi bir de Ukrayna'da bir fabrika açmak istiyoruz yine büyük bir ortağımızla. Bu şekilde işimizi geliştirmeye çalışıyoruz. (K1)

Genellikle iç piyasaya mamul alımında kullanıyoruz. Ondan sonra yıl içinde kapasite, 1000 çiftse bunu 1500'e çıkarmak için geliştirmeler yapıyoruz. ARGE gelişimi, normal üretim gelişimi... (K2)

Şimdi tabi biz Türk firması olduğumuzdan dolayı, sattığımız veya ürettiğimiz makinaların fiyatlarını çok yüksek tutamıyoruz... Yurt dışına yaptığımız satışlardan elde ettiğimiz gelirlere ilk önce elemanlarımızın maaşını ödüyoruz, sonra üretimde kullandığımız malzemenin parasını ödüyoruz en son artan parayla da yatırım yapıyoruz. Biz 40 metrekare ile başladık. Şimdi yaklaşık 8000 metrekare alanda üretim yapıyoruz. 3 ortağımız bir elemanla başladık. Şimdi 90'a yakın elemanımız var. Zaman içinde elde ettiğimiz düşük karla gerçekleştirebildiğimiz yatırımlar bu kadar. (K3)

Tamamını kendi öz kaynaklarında kullanıyor. Yani başka bir yere hiçbir yatırım yapmıyor, tüm yatırımları kendi firmasının büyümesiyle ilgili yatırımlar yapıyor. Mesela şimdi buradan çok daha büyük bir tesisi Ankara da kurduk. Ankara Sincan Sanayi Bölgesinde buradan çok daha büyük bir fabrikamız var. Oranın kapasitesi şu anda belki burayı da geçti. (K4)

Öncelikle % 80 oranında ham maddeye gidiyor. Bazı giderler de çıktıktan sonra kalan kârımız şu anki ekonomik durum için söyleyeyim, baka kredisine gidiyor. O arta kalan para ile bir makine daha alınır, bu her zaman böyledir. (K5)

Üretim kapasitemizi arttırmaya çalışıyoruz. Makine ve çalışan sayımızı arttırmaya çalışıyoruz. (K6)

Genelde zaten elde ettiğimiz gelirin büyük bir kısmı hammadde alımına gidiyor zaten. Onun dışında, makine parkurunun yenilenmesi gibi veya ARGE çalışmaları gibi alanlarda kullanılıyor. (K7)

Yatırımlar yapıyoruz, üretim kapasitemizi arttırıyoruz. Yurt içinde, örneğin bir hat kuruyorsunuz, bir makine alıyorsunuz, kimseden destek alamıyorsunuz. Bir ürünün başka bir firmaya satışı için makine yatırımı gerekiyor. (K8)

Daha çok istihdam yani fabrika büyütüyoruz... Yerli yatırım yapıyoruz. Yurtdışında herhangi bir üretimimiz yok. Amacımız zaten Türkiye'ye faydalı olmak, Türk insanına faydalı olmak. Bu yüzden genelde belirli periyodlarla yatırım yaparız, fabrikalarımızı büyütürüz, yeni fabrikalar kurarız. (K9)

Biz kendi içimizde, ne kadar satış yaparsak, ihracat yaparsak öncelikle kadro büyüyor. 3 sene önce ben tek başıyım. Şu anda 7 kişiyiz. Bu bir süreç daha iyi satış yapıyoruz. Üretimimizi daha evvel 3 makinayla yapıyorken şu anda 8 makinayla yapıyoruz. Kapasitemizi arttırıyoruz. Daha iyi hizmet vermek için bir depo daha yaptık. Stok alanı yarattık. ERP sistemimizi geliştiriyoruz... Katma değer yaratma süreci tamamen burada, yurt içinde. (K10)

3.3.7.3 Katılımcıların Üretim Merkezlerini Taşıma Konusunda Ekonomik Milliyetçi Bir Tavır Sergileme Durumuna İlişkin Bulgular

Katılımcıların katma değer yaratma süreçlerini yurt dışına taşıma hedeflerinin olma durumu sorgulandığında, milliyetçi söylemlerle yurt içinde üretim merkezlerini tutma arzusunda olanlar ile yine üretim merkezinin yurt içinde olup, yalnızca satış temsilciliği kurmak isteyenlerin oranı eşit olduğu görülmektedir. K3, K6 ve K9 katılımcılarının

milliyetçi ifadelerle yurt içinde üretim yapma hedeflerinin olduğu görülmektedir. K4,K5 ve K8 katılımcılarının üretim merkezlerini yurt içinde tutarak yurt dışına yalnızca satış ofisi veya depo açma hedeflerinin olduğu, bunu yapma sebeplerinin pazara yakın olma gereksiniminden kaynaklandığı bulgusuna ulaşılmaktadır. K1 katılımcısının Avrupa müşteri sayısı çok fazla olmadığından ve K2 katılımcısının da maliyetleri arttıracığını düşündüğünden merkez taşıma hedeflerinin olmadığı görülmektedir. K10 katılımcısı ise Avrupa'da yabancı ortaklar ile kurulup Türkiye'ye taşınmış, ardından tamamen Türk firması haline dönüşmüş olduğu görülmektedir. Katılımcıların cevapları aşağıda yer almaktadır.

Bizim Avrupa'ya satışımız şu an zor gözüküyor neden diyecek olursanız, işte o algıyı yitiremiyorsunuz. Yani biz bir Türk firması olarak İtalya'da bir fuara katıldığımız zaman, gelenler oluyor ama bakıyoruz bir önceki fuara göre kaç kişi gelmiş, kırk kişi daha farklı kişiler kartvizitini bırakmış, numuneler istenmiş ama bunun geri dönüşleri olmuyor. (K1)

Şu an yok. Ama uzun vadeli düşünürsek Avrupa'da iş imkânı ya da iş kurulumu yüksek maliyetli. Örneğin Nike'ın Çin'de veya Vietnam'da ucuz işçi çalıştırdığı için prosedürleri var. Bizim buradan Avrupa'ya açılmamız, eksi olarak düşme ihtimalini göz önünde bulundurmamız lazım. (K2)

...Vallahi kimse kovmadıkça biz ülkemizde kalmayı isteriz. Ama kovulmayacağımızın garantisi de yok. Yoksa biz ülkemizi Türk insanıyla çalışmayı seviyoruz. (K3)

Şu an yok, iyi biliyorum şu an öyle bir şey yok. Ama şu olabilir, orada bir üretim merkezi değil de, bayilik sistemi kurulabilir. Şu anda da var aslında ama o kadar yoğun değil. Bulgaristan'da, Romanya'da bayilerimiz var ama bir üretim yok sadece pazarlama yapıyorlar. (K4)

Büyük bir ihtimalle yok. Ama şöyle olabilir bir ofis açılabilir... Satış ofisi evet. Bu % 90 Almanya menşeli olur ve belirli bir sistem oturduktan sonra olur. Beni şu an Türkiye de uyguladığım bir lisans var pencere kapı üzerine. Bu lisansı Almanya'daki bir firmadan temin ediyorum. Satış ofisimi kendim kurarak kendim orada satış yapabilirim. Ama tabi bu bir 5 senelik plan içerisinde yok. (K5)

Hayır, ben neden Avrupa'ya para kazandırırım ki? Neden orada istihdam sağlayayım? Ülkemde üretimime devam etmem benim için en uygun olanıdır. (K6)

Yok, önümüzdeki 5 yıl için öyle bir plan yok. (K7)

Olabilir, bir ürünümüz var. Bu üründe Türkiye pazarında iyiyiz. Teknik olarak, kalite olarak da iyiyiz. Avrupa'ya açılmak istiyoruz. Rakiplerimiz var İtalya'da. Ancak orada bize depo gerekiyor. Bu depo konusunda bir teşvik olayı var. Bunları araştırıyoruz. Oraya da bir firma açmamız gerekecek, buradan ürünleri oraya transfer edip, oradaki gücümüzü sağlamlaştırmamız gerekecek. Üretim merkezi değil sadece satış ofisi açmak, Planımız bu. (K8)

Yok. Dediğim gibi amacımız Türkiye'ye, Türk insanına faydalı olmak. (K9)

Aslında şöyle bir durum var, bu marka Almanya da doğuyor... Murat Bey sistemi oturtuktan sonra saraydan da ayrılarak 5 yıl önce fiziken Türkiye'ye gelmiş oluyor. Yani zaten doğuşu Avrupa'da, marka olarak Avrupa'da çıktı. Bunu yaparken de İspanyol ortak ve İtalyan firmanın mühendisleriyle birlikte yapıyor. Almanya'daki ofis kapanalı çok oldu şimdi tamamen Türkiye'de yerleşik. (K10)

3.3.7.4 Dış Ticaret Girişimcilerinin Karşılaştığı Sorunlara İlişkin Bulgular

Katılımcıların dış ticaret yaparken karşılaştıkları engeller sorgulandığında büyük çoğunluğun vize, algı, güven problemi yaşadığı görülmektedir. Bu problemi ülkelerin uyguladığı yaptırımlar, yüksek vergi oranları ve navlun fiyatlarının yüksek olmasının dış ticaret girişimcilerine engel olduğu bulgularına ulaşılmaktadır. . K5 katılımcısının iletişim problemi yaşadığı ve bazı ülkelere satış yaptığında malzemeyi güvenli şekilde teslim edemediği ve K8 katılımcısının İthalat esnasında yurt içi gümrükleme süreçlerinin uzunluğu tarafından engellendiği görülmektedir. K10 katılımcısının sektörel manada Türkiye'de standartların sadece kâğıt üzerinde uygulanması ve diğer ülke standartları ile uyuşmaması hasebiyle ve K6 katılımcısının ise gelişmiş silah sanayisinin her ülkede olmamasından dolayı pazarının sınırlı kaldığı görülmektedir. Katılımcıların cevapları aşağıda yer almaktadır.

Yanımızda götürmüş olduğumuz numuneler hava limanlarında çok büyük sıkıntılar yaratıyor. Gerekli proformaları yapsak bile bu ülkelerde giriş çıkışlar çok zor oluyor... Gerekli evrakları göstersen dahi yine rüşvet isteniyor. Rusya'da şöyle bir şey oluyor, yine proformanı yapsan, davetiyeyle bile gitsen, gümrük memurları davetiyeni görüyor, faturanı görüyor, birkaç kez uçaktan geri gönderildiğimiz oldu. Birde çoğu insan da kaçak yollarla ürünlerini gönderiyor. Biz masrafları karşılarken onlar rahat bir şekilde dolanabiliyor... Resmi satışlarımızın bedellerini tahsil edemediğimiz zamanlar oluyor. (K1)

... Özellikle güven problemi, vize problemi var birde... (K2)

...Yani sonuçta bana göre Türk girişimcisinin başındaki en büyük sorun vize sorunu. Biz belli bir miktar ihracat yaptığımızdan dolayı şirket olarak bir tane yeşil pasaportumuz var... Fakat buradaki en büyük suç buradaki AB ülkelerinin ya da diğer ülkelerin konsoloslukları değil bizim hükümetimiz. (K3)

Bu vergisel anlamda da oluyor, devletin vergi politikaları, gümrük politikaları, sübvansiyonlar, kotalar vd. her şirkette olduğu gibi bizde sıkıntı oluyor... Bazen gümrükte problem oluyor, onların gümrüğünde. Niye, çünkü mal Türkiye'den geldiği için. 60'lar, 70'ler ve devamında 80'lerden kalan bir kötü imajımız var bizim. Türk malları kalitesizdir bilmem ne diye. Bir de nakliye problemi var. Bazı firmalar bazı yerlere mal almak istemiyorlar. Bunlardan biri mesela Rusya. Bunun nedeni birincisi yolunun uzak olması, ikincisi gümrük mevzuatının orada bayağı bayağı çetrefilli olması... (K4)

Yurt dışında ciddi sorunlar oluyor. Ben hangi ülkeye mal sattıysam, hepsinde malzemenin içeri girişinde ciddi sorunlar oluyor. İletişim genelde mail üzerinden olduğu için kendini çok rahat ifade edemiyoruz... Nakliye fiyatları çok akıl almaz şekilde yüksek. İşin içine ne kadar fazla kişi girerse o kadar fazla kafada tilki dönüyor ve o kadar fazla sorun ortaya çıkıyor... Onun dışında yolda kaybolan malzeme de gördük. Malzemeyle birlikte kaybolan araçta gördük. (K5)

Aslında pek bir problem yaşamıyoruz. Her şey tıkırında gidiyor. Silah teknolojisi ürettiğimiz için gerekli izin ve belgeleri aldığımızdan dolayı bir sıkıntımız olmuyor. Ama vize herkesin kanayan yarası. Ben yılda 2 defa fuara gidiyorum firmamı temsilen ama ciddi artık yıldırıyorlar... Bakın benim ürünlerimi satabileceğim bir ülkede bir sanayi olması gerekiyor. Ben yarı mamul satıyorum. Dolayısıyla 3. Ülkelerde böyle bir şey söz konusu değil... (K6)

Yani şöyle söyleyeyim, malzeme sattığınız, ziyaret ettiğiniz ülkelerde ithalat vergileri ülkelere göre farklı farklı uygulanabiliyor. Örneğin, bir Afrika ülkesi Kamerun'a gittiğiniz zaman Fransız mallarına yerine göre sıfır vergi uyguluyor ama Türk mallarına daha fazla vergi uygulayabiliyor. Tabi ki onları kolay kolay kıramıyorsunuz... Döviz kuru farkları problem yaratıyor... En büyük problemimiz hammadde. Türkiye'de yeteri kadar hammadde olmadığı için, profil sektöründeki bütün firmalar hammaddesini ithal ediyor. (K7)

Ülkemizdeki yaşanan prosesler bizi gerçekten boğuyor. Örneğin ithalat aşamasında sıkıntılar ağır geliyor. Ürünü üretime katmam gerekiyor. Memurlar hantal çalışıyor... İthalat vergileri ağır geliyor... (K8)

Prestij engelleri, en önemlisi bu, güven. Güven sorunu en büyük sorun. Türkiye deyince algılar değişebiliyor, güvensiz ülke olarak bakılabiliyor. Mesafeden kaynaklı, termin sıkıntısı ve navlun fiyatları en büyük sorunumuz. (K9)

Maalesef Türkiye'deki inşaat kanunları Türkiye'de bile uygulanmıyorken, öyle bir zorunluluk sadece kâğıt üstünde var olduğundan dolayı, Avrupa'daki, Japonya'daki ya da Kanada'daki... Standartlara uyum sağlamamız zor oluyor. Her ürününüz için ve o ürününüzdeki ayrıntı değişikliği için yeniden sertifika almak zorundayız. (K10)

3.3.7.5 Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliği İle Ticaret Yaparken Karşılaştıkları Problemlere İlişkin Bulgular

Avrupa'ya ihracat yapan dış ticaret girişimcilerinin ticaretlerini engelleyen Avrupa'dan kaynaklı problemler sorgulandığında, çoğunluğun kota, lojistik problemleri nedeniyle engellendiği görülmektedir. Yine vize problemlerinin genel olarak engelleyici etki oluşturduğu tespit edilmektedir. Avrupa pazarındaki ülkelerin genellikle güçlü ülke olmasının ve süreçlerde yapıcı olmamasının engel teşkil ettiği görülmektedir. K9 kullanıcısı ülkedeki ırkçı baskılar nedeniyle engellendiğini ifade etmiştir. Makine sektöründe bulunan K3 katılımcısı ise makinaları Gümrük Birliğinde serbest dolaşırken hizmet sektörünü Gümrük Birliğinin kapsamamasından dolayı ticaretinin önünde engel oluşturduğunu vurgulamaktadır. Avrupa'da rekabetin çok güçlü olması, bürokrasinin yoğun olması, güvensizlik problemi, Avrupa'daki bazı ülkelerin keyfi gümrük uygulamaları ve ön yargıların AB'ye yapılan ticaretin önünde engel olduğu bulgusuna ulaşılmaktadır. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir.

Vize istiyoruz bize 6 aylık Schengen vizesi veriyorlar. Vize ile uğraş fuara git bir şey alamadan geri dön, çok fazla ülke var çok fazla Pazar var genellikle herkes İtalyan tabanlarını almak istiyor. İşte bu algıyı yönetmek biraz zor. Avrupa'da Türkiye Çin'den bir tık seviyede iyi üretim yapıyor algısı var. Biz yaptığımız kaliteli ürünlerle bu algıyı yavaş yavaş kırıyoruz... AB ye mal gönderirsek, çok fazla test istiyorlar çok fazla detay istiyorlar. Gümrüklerde turlarımız çok fazla bekletiliyormuş. Benim bir buçuk haftada gider dediğim tabanın iki hafta tırda bekletildiği oluyor. (K1)

AB de evraklar çok. Orta doğuda ihracatı daha kolay, girişimler daha kolay sağlanıyor. Ama Avrupa'da önce firmanın kimliği öncelikli olan, ikincisi dediğim gibi güven üçüncüsü de sizin onlara ne katacağınız... Şuradan, Yunanistan'dan, Bulgaristan'dan çıktığınız zaman lojistikçilerin en büyük sıkıntısı kuyruk beklemek. Biz zaten genelde denizyolu ile taşıyoruz. (K2)

Tek problem vize, servis veremiyorum zamanında, gecikmeli oluyor. Bunun dışında ne gümrüklerde bir sıkıntı yaşıyoruz Türk malı olmasından dolayı... Yani hiçbir sıkıntı yok bizim açımızdan. Çünkü zaten gümrük mevzuatı konulmuş benim önüme.(K3)

AB de gümrük mevzuatlarında yine problem yaşıyoruz. Birde şu var konjonktür dünya piyasasında çok güçlü ülkelerin hemen hemen hepsi AB de ve bu ülkeler sanayileşme ve ekonomide çok güçlü oldukları için biraz kendi dedikleri oluyor. AB ye yaptığımız ATR'lerde bazen problemler yaşıyoruz. O da neden o ülkelerin keyfe keder gümrük mevzuatları yüzünden. (K4)

Diğer ülkelerle karşılaştığımızda gerçekten ulaşım çok kolay Avrupa'ya. Ama istediği evraklar bakımından 1-2 evrak farklı oluyor. Genelde Avrupa ile çalışmak gerçekten çok büyük sorunlar doğurmuyor. Yaşadığımız pek bir problem yok. Ama Avrupa doymuş, Almanya'ya harcadığım satış pazarlama gücümü 3. Ülkelere harcasam, çok farklı yerlerde olurum (K5)

Hayır, hiçbir problemim yok. Malımı sattığımda paranın gelmesinde bir sıkıntım yok, izinlerim olduğundan gümrük problemim yok yine aynı sebepten taşıma problemim yok. İletişimim çok rahat. (K6)

Bir iki yıl önce bu ATR belgelerinin onaylarıyla ilgili bazı sıkıntılar yaşandı. Onu da bir şekilde Türkiye Cumhuriyeti ilgili makamları biraz daha düzgün bir iletişim sağlayarak AB ülkeleri gümrük müdürleriyle o sorun çözüldü yani ciddi bir sıkıntımız yok. Avrupa'da fiyat açısından daha ziyade lojistikçilerin yaşadığı problemler var. Kota getiriyor tır sayacı olsun gibi konularda onun dışında ciddi bir sorunumuz yok açıkçası. (K7)

Orada müşterilerimizin açıkçası biraz ön yargıları var. Her şeyi hazır istiyorlar önlerine. Bir gümrük hizmeti olayıyla bile ilgilenmiyorlar. Siz burada eliniz zayıf kaldığı için her şeylerine evet demek zorunda kalıyorsunuz (K8)

Yine milliyetçi bakış açısı... Özellikle Almanya'da karşılaştık bununla. Dolaylı yoldan geliyor kulağımıza. "Türkiye'den mal almayacaksınız şeklinde söylemlerle belediyeler, bazı kurumlar engel olabiliyormuş. Müşterimize psikolojik baskı yapılıyor. Bunu çok duyduk. Bunu Türk olmak, Müslüman olmak ya da Türkiye olmak olarak üçe ayırabiliriz. (K9)

Numune gönderdiğimizde yaşıyoruz. Siz buradan oraya bir tırı komple gönderdiğinizde metrekaşe başına 50 cent ödediğiniz nakliye bedeli,

numune gönderdiğinizde parsiyel olarak metrekare bedeli 3 dolarlara çıkıyor. Lojistik problemimiz var. (K10)

3.3.7.6 Dış Ticaret Girişimcilerinin Rakipleri İle Mücadele Etme Yöntemlerine İlişkin Bulgular

Dış ticaret girişimcilerinin pazarlarındaki rakipleri ile mücadele etme biçimleri sorgulanmış ve genel olarak düşük fiyatlı ve kaliteli ürün sunma stratejisi ve hızlı teslimat sağlamak kaydı ile rekabet ettikleri görülmektedir. K6, K4 katılımcılarının rakiplerinin üretemediği spesifik ürünler üreterek rekabet derken K1, katılımcısı çeşitlendirme yaparak rekabet ettiği görülmektedir. K9 katılımcısının ise Avrupa'da rekabet edemediği ancak diğer ülkelerde fiyat kalite ve hızlı çözümler gibi stratejilerle rekabet ettiği bulgularına ulaşılmaktadır. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir.

...Bizim piyasamız, zenne, çocuk, merdane (ayakkabı boyut türleri). Çocuk ve zenne piyasasına fazla firma girmek istemez. Çünkü bu seriye girdiğiniz zaman 18'den 40'a kadar yapmak zorundasınız. Biz çocuk piyasasında ufak ufak giriyoruz. Ama bayan erkek tabanlarında biraz zorlanıyoruz. Bunların alternatifleri kendi ülkelerinde çok fazla var. Hızlı çözüm için buraları tercih ediyorlar. Ama çocuk olayına gelirsek, bizim modellerimiz, fiyatlarımız iyi geliyor... (K1)

... Biz kalitemizi öne tutmak istiyoruz. Hani fiyatı düşürüp müşteriyi cezbetmek yerine kaliteyi sunup, bu şekilde çekmeye çalışıyoruz... (K2)

Fiyat ve kaliteye mücadele ediyoruz. Kendi sektörümüzde ilk 3 firmadan biriyiz. Kalitemizi onlarınkinden daha kötü olduğunu düşünmüyoruz. Sadece biz değil müşterilerimiz de düşünmüyor. Fiyatlarımız onlardan çok daha cazip. İşin gerçeğini söylemek gerekirse onlar bizimle mücadele etmeye çalışıyorlar. (K3)

Bu ülkelerin yaptığı şeylerle şöyle mücadele ediyoruz; birincisi fiyat olarak, ikincisi kalite olarak, üçüncüsü de dünya standartlarından alınan belgelerle. Birincisi fiyat, ikincisi kalite, üçüncüsü çeşitlilik ile. Çeşitlilikten kastım, biz piyasadaki bütün araçların her türlü camını yapıyoruz. Çeşitlilik açısından Avrupa'da belki bizim kadar çeşite giren, zor parçaları üreten

*firma yoktur. Dördüncüsü de dünya standartlarından alınan belgelerle.
(K4)*

Fiyatta oynama çok yapamıyoruz ama orada kalite her zaman ön plana çıkıyor. O yüzden belirli firmalarla ihracat yaparken Türkiye'deki özel numuneler ki ben bunu aracı kurumlara gönderiyorum, bakın benim numunem bu, bu senin yurt dışına satacağın malzemenin bire bir aynısı diyorum. (K5)

Bizim rakiplerimiz genelde standart üretimi olan parçaları üretiyor. Bizse daha önce üretimi yapılmamış, ya da üretimi çok zor olan ürünleri dahi uygun fiyatlara üretilip satabiliyoruz. İşçilik maliyetlerimiz de düşük olduğundan yabancı rakiplerimizle mücadele edebiliyoruz. (K6)

Köklü bir firma olduğumuzu belirtiyoruz. Onun dışında, mevcut kalite sertifikalarımız var, Avrupa'dan aldığımız. Onları anlatıyoruz. Fabrikamızı gezdiriyoruz. Teslim süreleri gibi detaylarla kendimizi öne çıkarmaya çalışıyoruz. Yurt dışı fuarları da var, onları aksatmıyoruz. Bütün iletişim satış kanallarını kullanmaya çalışıyoruz. Kalite, fiyat ve teslim süresini kullanarak öne çıkıyoruz. Bir de tabii firmanın bir marka bilinirliği var Saray olarak sektörün ilk 5 firması arasına giriyoruz (K7)

Fiyatla, işçilikle, kaliteyle ve doğru zamanda yollamakla. Şu an ürünümüzün öncelikle fiyatı araştırılıyor. Biliyorsunuz Türkiye'de işçilik ucuz. O var ama bu sadece yetmiyor. Kalitede de olması gerekiyor. Ürünümüzün kalite testlerinden geçmesi gerekiyor. Ne yapıyoruz? Mesela benim en çok dikkat ettiğim şey, hizmet kalitesi... (K8)

Mücadele etmek zor oluyor, aslında edebiliyoruz diyemem. Bu yüzden Avrupa'ya ihracatlarımızın az olmasının sebebi bu. Avrupa'da da çok sayıda üretici var. Avrupalı mesafe olarak daha uzak olan Türkiye'den almaktansa Avrupalı satıcıyı tercih ediyor. Ama 3. Ülkelerde fiyat, kalite, ve hızlı çözümler sunarak rekabet avantajı sağlıyoruz. (K9)

Mücadele etmekte bayağı zorlanıyoruz. Bizim yaptığımız işi yapan firmaların çoğu, en az 50 yıldır bu işi yapan ve nerdeyse her ülkede merkezi olan, her merkezi için bölgesel üreticisi olan firmalar... Birincisi fiyat,

ikincisi bizim rakiplerimizin teslim tarihleri 6 ay bir yıl, çok yoğunluktan, mecburen bize dönüyorlar, biz çok hızlı çözüm sunabiliyoruz. Birde sistem satan firmalardan vidasına kadar almak durumunda kalıyor müşteriler. 10 cente alacağı vidayı oradan 60 cente alıyorlar. Pencerenin kolunu, aksesuarını farklı farklı markalardan takıyorlar. İş bittiğinde benimle arasında fiyat farkı oluyor. (K10)

3.3.7.7 Dış Ticaret Girişimcilerinin İhracat Yaptıkları Ülkelerde Karşılaştıkları Ticari Ve İktisadi Milliyetçi Önlemler Ve Bu Önlemlerle Mücadele Etme Yöntemlerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların karşılaştıkları iktisadi milliyetçi ve ticari milliyetçi politikalarla mücadelesi incelendiğinde 4 katılımcının sektörlerinde böyle bir engelleme ile karşılaşmadığı yahut böyle bir uygulamaya maruz kaldığının farkında olmadığı tespit edilmektedir. Katılımcılardan K7 ve K4'ün müşterisi ile anlaşma yoluna gidip ürünün engeli aşmasını sağladığı, yine K5, K10 ve K8 katılımcılarının bu yaptırımlar dolayısıyla müşterilerini kaybettiği görülmektedir. K7 ve K 10 katılımcılarının ise ürün çeşitlendirerek ihraç ülkesini ellerinde tuttukları tespit edilmektedir. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir.

Karşı ülkelerin ne yaptığı hakkında bir bilgin yok. (K1)

Bu konuda fazla bir bilgin yok, genelde ülkelerin değil de firmaların birbirine karşı aldığı önlemler olabiliyor. Tabi siyasi olaylar farklı olabilir.(K2)

Açık söylemek gerekirse ben şimdiye kadar öyle bir şey görmedim. Göremekten kastım şuydu. Hiç bir bayim ya da hiç bir müşterim bana bu güne kadar senin malını gümrükten çekmekte zorlanıyorum demedi. Türk firması olduğumuzdan dolayı bir problem yaşamadık. (K3)

Bir dönem İtalya ürettiğimiz ürünlere Türk menşelidir ibaresi yazdığımızda sıkıntı çıkardı. Müşterimizle şöyle bir yola gittik, damgasız göndermeye devam ettik. (K4)

Bunun en yakın örneğini Amerika'yla birlikte yaşadık. Direkt sektör olarak alüminyum ve çeliğe gümrük vergisi getirildi. Çok yüksek derece de %100

oranında arttırdılar. Biz müşterimizi kaybettik bu yüzden, başka ülkelerde de var, gerçekten müşteriye güveniyorsak ve müşteri sağlam bir müşteriye, artan vergiyi yarı yarıya bölüşmek gibi bir yöntemimiz oluyor. (K5)

Benim çalıştığım sektör ile ilgili böyle bir şey ile karşılaşmadım. Ama diğer sektörlerde var mı bilmiyorum. (K6)

Bundan 10 yıl önce, Rusya dedi ki ben zaten hammadde ihraç ediyorum, bir şekilde üreticimi destekleyim Türkiye'den başka ülkelere profil alıyorum, almayıp üretiyim param bende kalsın dedi. Bir önlem aldılar, ciddi oranda. Kamerun'da bize vergi uygularken Fransız malına vergi uygulanmıyor. Bu konuda bir şey yapamıyoruz açıkçası ama Ürün çeşitliliği olduğu için x ürünüyle giremezsek y ürünüyle giriyoruz. Çeşitlendirme yaparak giriyoruz.(K7)

İran ile yaşadık bunu çok kötü oldu. Ülke kendi parasını korumak için dış alımlarını durdurdu. Bizim de malımız elimizde kaldı. Tamamen ülkeyi kaybettik. Çok konuştuk, yazıştık, çok çabaladım ama olmuyor. Avrupa'nın birçok yerinde Alımları durdurdular. Ürünler bekledi. Sözleşmede sipariş iptallerine karşı koruma altına almıştım 3 aylık. Sonrasında devamı olmadı. (K8)

Belki vergiler olabilir... Örneğin Cezayir bizden aldığında %15 vergi koyuyor, ancak AB ülkelerinden aldığında sıfır vergi. Çok büyük bir engel. Bununla ilgili bir önlem alamıyorum. Bu bireysel olarak mücadele edebileceğimiz engel değil, devlet düzeyinde bir şeyler yapılabilir. Belki bununla ilgili yazışmalar yapılabilir uzun dönemli. (K9)

Çok önceden %5 vergisi olan bir ülkenin önce 10'a sonra orada bir üretim başladıktan sonra üreticiyi korumak için, örneğin Cezayir'de, 2 renkte sürekli üretim olduğundan dolayı, sadece 2 renge bile ekstra vergi koyuyorlar. Sonuçta ürünü yine satıyorsunuz, katma değerli halini yasaklıyorsa, boyalı, aksesuarlı yasaklıyorsa ham gönderiyoruz, daha düşük kar elde ediyoruz. (K10)

3.3.7.8 Dış Ticaret Girişimcilerinin Yerli Korumacı Önlemlere Karşı Tutumlarına Yönelik Bulgular

Cumhurbaşkanlığı tarafından 2018 Temmuz ayından bu yana yürürlükte olan korumacı önlemlere karşı tutumları incelendiğinde katılımcıların %40'ının önlemleri olumlu karşıladığı, %30'unun olumsuz,% 20'sinin konu hakkında bilgi sahibi olmadığı, görülmektedir. K8 katılımcısının ithalatta destek beklediği, K5 katılımcısının geç kalınmış bir uygulama olarak gördüğü tespit edilmektedir. Ayakkabı sektöründe olan K1 ve K2 katılımcılarının sektörel yaptırımını olmadığı ancak K10 katılımcısının ise uygulamaları yetersiz bulduğu, kendi sektörüne de korumacı önlem alınmasını istediği görülmektedir. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir.

İthalatta ekstra vergi gelmedi bize. Bizim yapmış olduğumuz ham maddenin ana ürünleri ülkemizde üretilmiyor. Mecbur yurt dışından alıyoruz. Zamanında Mıya firması Çanakkale tarafında yapmaya çalışmış ancak kapatmak zorunda kalmış. (K1)

Evet, kesinlikle yerinde bir karar. Tabi firma mamul hammadde olarak alıyor üretiliyor ve satıyor. İç piyasaya destek veriyorsun ama iç piyasanın kaynağı ithalat. İthalat kesildiğinde zarar göreceksin ve haklı olarak kapatacak firmayı. Bu sefer istihdam azalacak. (K2)

Yani işte bende isterim tekstil ürünlerini Türkiye'den almak, arabam yerli olsun isterim yani. Kullanıyoruz. Kullanmak zorundayız çünkü Türkiye'de üretilmiyor. Hatta bazen Türkiye'de üretilen ürünleri bile bazen ithal etmeyi tercih ediyoruz, çok fazla ihracat yaptığımızda dolayı. Örneğin çelik Türkiye'de çok üretilen bir şey. Türkiye çelik üretiminde dünyanın sayılı ülkelerinden birisidir. Fakat çoğu, bir zamanlar Amerika'ya gidiyordu. (K3)

Bunlar gerekli ama bazen iş yükü çıkaran şeyler de oluyor. İşte en başta dediğim gibi gümrük vergilerinde işlem sıralarında daha sadeleştirilirse, daha aktifleştirilirse, bence en önemli olan birde şu, gümrüklerde çalışanlar bu işlere bence vakıf değiller. (K4)

...Sadece kendi sektörüm için konuşuyorum, diğer sektörlerde de böyle mi bilemiyorum. Bizim sektörümüzde yeteri kadar kaliteli yerli ham madde yok. İki seçenek var. Ya kaliteli hammadde üretirsin bana satarsın ben çok mutlu

olumum. Büyük bir tantanadan gürültüden kurtulurum. Ya da ithalatımı benim rahatlatırsın ben ithal ederim, anında ihraç ederim. Sana yine artı değer sağlarım. Ama şu an öyle değil. Gerçekten üretimin %80'i ithal hammadde, ihracatında tamamı ithal hammadde ile yapıldığından yararlı bulmuyorum. Bu önlemleri 90'lı yılların ortasında alsaydık ki alüminyum sektörünün yavaş yavaş kıvılcımlandığı zamanlar, aradaki zamandan dolayı çok daha verimli olurdu. (K5)

Açıkça söylemek gerekirse, bu konu hakkında bilgim yok. Sadece yerli üreticiyi korumak amacıyla alınmış bir önlem olduğunu düşünüyorum. Bizi etkileyen bir durum olmadı. (K6)

Tabi aslında bazı konularda faydalı olabilir ama alüminyum sektörü açısından baktığın zaman, zaten önce ürün ithal edilecek, profil haline getirecek, geri satacak. Biz tabi mevcut malzemeyi ithal ederken bazı vergileri veriyoruz ama bizim firma olarak dâhilde işleme izin belgemiz var. (K7)

Olumlu bulmuyorum açıkçası. Bizim kullandığımız ürünlere bir yükümlülük getirilmedi şu an. Ancak hükümetin bize destek olması gerekiyor. Malzeme getirirken şu problem, gümrükteyken bu problem... Ben kaç milyon dolarlık iş bağıyorum, kaç kişi benim işletmemden ekmek yiyor (K8)

Benim üretimimi etkileyen bir şey olmadı. Çok az ithalatımız var zaten. Faydalı buluyorum tabi ki yurt dışından almak yerine yerli üreticiyi fiyatı ne olursa olsun korumak faydalı olur. Bazı ürünler var ki yurt dışından almamak için %100-200 vergi bile koyulabilir. Karşı değilim, bu aslında yerli üreticiyi korumak ve yerli üreticinin ürettiği ürünü arttırmada etkili bir yöntemdir. (K9)

İş hammaddeye gelince, Türkiye'deki alüminyum üretimi Türkiye sektörünün %20sine ancak yetmektedir. Sen ithal ham maddeye vergi getirirsen, üreticinin rekabet gücünü engellemiş olursun. Sistem alımına yasak getirirse mesela, benim yerli satışım artar. (K10)

3.3.7.9 Dış Ticaret Girişimcilerinin Gümrük Birliği Anlaşmasının Mevcut Durumuna Ve Düzenlenmesine Dair Tutumlarına Yönelik Bulgular

Katılımcıların büyük çoğunluğunun Gümrük Birliğine dâhil olmaktan ve Gümrük Birliği anlaşmasının sunmuş olduğu fırsatlardan dolayı memnun olduğu ancak, anlaşma şartlarının revize edilmesi gerektiğini tavsiye ettiği görülmektedir. Katılımcıların %50'si vizelerin kaldırılmasının ticaretin önünü açacağı düşüncesinde olduğu görülmektedir. K5 ve K10 katılımcıları Gümrük Birliğinin şu halini yeterli görmektedir. K4 katılımcısı ise AB'nin kendi içindeki imtiyazlarının Türkiye'ye de sunması gerektiğini savunmaktadır.

İhracat yapmadan öncelikle belgeleri yolluyorsun, formülleri yolluyorsun, izin alıyorsun, gidiyorsun tekrar bekleme süreci tekrar kontrol süreci, bu kontrol süreçleri de kısa sürmüyor yani. Herkes ihracat yapmaya çalışıyor. Yani bu süreçler biraz sancılı geçiyor... AB için farklı belgeler hazırlıyorsun birde o ülkeler için farklı belgeler hazırlıyorsun... AB en azından lojistik firması ile halletsin işini. Biz sadece lojistik firması ile muhatap olalım...(K1)

Sadece vize problemi ayrıca birde karayolunun önü açılırsa yeterli olur. (K2)

... Gümrük Birliğinde, serbest mal dolaşiyor, hizmet dolaşamıyor. Malımın bakım onarım hizmetini zamanında yapamıyorsam o mal serbest dolaşmıyor demektir... AB biriyle Serbest Ticaret Anlaşması (STA) imzaladığı zaman, bizde otomatikman onlarla STA imzalamış gibi oluyoruz. Ama o ülke bizim mallarımızı alırken tarife, vergi uyguluyor. O dönemde göz ardı etmek zorundaydılar. Kozumuza bakıp revize ettirmemiz gerekiyor. (K3)

Yok, hayır ben memnun değilim, genişletilmeli. O konuya bayağı hâkim olduğum için söylüyorum. Biz üvey evlat gibiyiz Gümrük Birliğinde. AB kendi içinde yaptığı kolaylaştırma her ne ise bunların birçoğuna bizi dâhil etmiyor. AB ye girme yasalarında olduğu gibi Gümrük Birliğinde de kısıtlıyız. Avrupa'nın kendi içinde birbirine tanıdıkları hakları bizlere de versinler. (K4)

Bir eksikliğini şahsen görmedim. Ona takıldığım bir nokta hiçbir zaman olmadı.(K5)

Öyle özellikle söyleyebileceğim bir şey yok. Tabi vize konusu dâhil edilse güzel olur. Çünkü ben bir yıl içerisinde çok kez Almanya'ya gitmek durumunda kalıyorum ve prosedürler beni bıktırıyor... Evet, bunun dışında problemsiz şekilde satışlarımızı gerçekleştirabiliyoruz. (K6)

Yeterli evet, yani biz uzun yıllardır Avrupa ile çalışıyoruz ciddi bir sıkıntı yaşamadık. ATR belgesi de kullanıyoruz büyük avantajlar sağlıyor. (K7)

Şu an rahat akıyor. Bir sıkıntı yaşamıyorum açıkçası. Vize problemi var. Bizim temel amacımız pazar payını arttırmak ve bunun devamlılığını sağlamak. Bunun için gerektiğinde aksiyon alabilmemiz gerekiyor. Bir sorun olduğunda kısa sürede çözüm üretmem gerekiyor. Vize protokolü yüzünden çözümler gecikiyor ve her iki taraf içinde ekonomik ciddi kayıplar doğuruyor. İşlemler her geçen gün ağırlaşıyor. Vize alabilmek için tüm mal varlığınızı kişisel verilerinizi ortaya koymak zorundasınız. Bakışınıza duruşunuza konuşmanıza hatta cilt tonunuza dikkat ediyorlar. Cilt tonuna göre değerlendirme yapmak ne kadar etik? (K8)

Yeterli, AB ülkeleriyle çok fazla ihracatımız yok ama tabi ki Gümrük Birliğinde olmanın faydaları var. Bizden aldıkları ürünlerde vergi ödemiyorlar. İhracatçı gözüyle bakıyorum. Fayda sağlıyor bize... Var, Gümrük Birliğiyle ne kadar alakalı bilmiyorum ama seyahat serbestisi, vizelerin kalkması. Türkiye'nin ihracatını arttıracaktır, Avrupa'yla olan ilişkilerinde. Bu gün kendimizden örnek verecek olursak, Avrupa'daki bir müşteri ile görüşmeye gitmemiz gerekecek olursa karşımıza önce vize problemi çıkıyor. Vizeyi alabilmek için 1-1,5 ay sürüyor. Bu benim açımdan bir onur kırıcı, iki zaman kaybı. (K9)

Benim müşterim ithalat vergisi vermeyip sadece KDV veriyor bu iyi bir şey. Keşke farklı ülkelerle de olsa. Sonuçta bir sınırlama yok, kota yok, vergi yok daha ne yapabilirsiniz ki? Teşvik verecek halleri yok. Gayet yeterli bence.(K10)

3.3.7.10 Dış Ticaret Girişimcilerinin Avrupa Birliğine Katılma Çabasına Karşı Tutumlarına Yönelik Bulgular

AB'ye girilmesi gerekip gerekmediği konusunda bir sorgulama yapıldığında katılımcıların %70 inin katılımı gereksiz bulduğu ve Gümrük Birliğinin yeterli olduğunu düşündüğü tespit edilmiştir. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir.

Bence gerek yok, Yani bize bir katkı sağlayacağını düşünmüyorum. Ne olur, giriş çıkışlar daha kolay olur. İyi yanı bu sadece... Gümrük Birliğinin bir tarafı olarak kalmamız bira iyileştirmelerle yeterli. Rusya, Çin, Asya ülkeleriyle daha fazla iş yapmaya kalkışsak daha iyi becerebiliriz. Avrupa birliği zaten tok...(K1)

Şu an için problem yok gibi Gümrük Birliği ile iyiyiz... AB ye girersek artısı da olacak eksisi de olacak her türlü. (K2)

Ben Türkiye'nin AB'nin üyesi olmasını isterim. Eşit ve onurlu bir üyesi olmasını arzu ederim. Bundan kastım şu dur. Bu gün AB de Bulgarlar, Romenler veya diğerleri ne kadar eşitse o kadar eşit olmasını isterim. Ama olmuyorsa da yapacak bir şey yok. Benim gördüğüm kadarıyla bu gidişle üye de olamayacağız. (K3)

Yok, hayır gerekli değil. Çok milliyetçi bir insan değilim ama oldum olası taraftarı olmadım. Çok da gerek değil. Sadece alım satım, hani diyoruz ya dünya globalleşiyor. Her yerde ulaşabiliyoruz. Sadece onu sağlarsalarsa bu yeterli olur. (K4)

Sektör olarak kesinlikle katılmalyız. Bu bana emin olun hem üretimde hem ihracatta farklı teşvikler sunulacaktır. Çünkü ben biliyorum ki Fransa'dan bir malzeme Almanya'ya giderken bizdeki gibi problemlerle karşılaşmıyor. (K5)

Bu şekilde Gümrük Birliği Anlaşması ile devam etmemiz gayet iyi bence Avrupa birliği gereksiz zaten. Bize hiçbir şey katmayacak. Kaynaklarımı ben neden onlarla paylaşayım ki? (K6)

Yani ben çok gerekli olarak görmüyorum ama o standartları civardaki, orta doğudaki ülkelerden bir adım önde olabilmemiz için, tabi ki de kültürel

açıdan demiyorum ama eğitim sağlık ve başka konularda örnek almamız gerektiğini düşünüyorum... İnsan sermayemizi güçlü tutmamız lazım. (K7)

Böyle de gidiyor. Belki daha hızlı olurdu tıkanmalar yaşanmazdı ama şimdi de büyük sorun yaşamadım. (K8)

Bence gereklidir. Daha güçlü olabilmek için gereklidir. Tek başımızayız, tek başımıza savaşmak zordur. Mutlaka bir birliğin içerisinde olmamız gerekir. Bu da sanırım 50'li yıllarda başladı maceramız. Kanunlarımız uygunlaştırılmaya devam ediyor. AB de olmak hemen hemen aynı kurallarla yönetilmek lehimize olacaktır 3. ülkelerle karşılaştırılınca. (K9)

Bana göre hem artıları hem eksileri var, bizim içinde onlar için de. Ben çok girebileceğimizi zannetmiyorum. Ama ticaret olarak baktığımız zaman çok faydası olur. Gümrük Birliği anlaşmamız olduğu için ticaretle ilgili de, girmemize gerek yok bence.(K10)

3.3.7.11 Dış Ticaret Girişimcilerinin 3. Ülkeler Ve Avrupa Birliği İle Yaptığı Ticaretin Karşılaştırılmasına Yönelik Bulgular

Katılımcıların AB ile yaptığı dış ticarete 3. Ülkeler ile yaptığı ticaretten daha güvende hissettiği görülmektedir. K2 katılımcısı AB ile çalıştığında iletişim kurmakta zorlanırken K10 katılımcısı AB ile daha kolay iletişim kurduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların cevapları aşağıdaki gibidir.

Ukrayna çok basit, Rusya çok basit... Faturasını keserim sözleşmesini yaparız. Parayı çıkartırlar, lojistik firmasına yüklerim ve o mal gider, yolda bir şeyle karşılaşmaz. Ve giderken de zaten Bulgaristan Romanya tarafından dönüp gidiyor. Madem bu belgeler gerekli değil bu kapılardan geçerken, neden ben teslim adresi AB olduğunda Bulgaristan kapısında daha fazla aranyorum? (K1)

Üçüncü ülkeler daha kolay, daha iletişim kuvvetli oluyor. Avrupa'da hiyerarşik sistem var. Bir yer ile geçmek istediğimizde birinden izin alacaksın, diğerinden izin alacaksın... Ama diğer ülkelerde öyle bir şey yok. Direkt yetkili kişiyle görüşebiliyorsun ama Avrupa'da ulaşmak bile zor oluyor. (K2)

AB bizim için çok daha kolay, ihracat yapması, mal göndermesi vb. servis konuları hariç, diğer ülkelerden çok daha kolay. En büyük sıkıntıyı biz eski Sovyetlerden ayrılan ülkelerden yaşıyoruz. Onlar hala ilginç, aşırı bürokratik durumları olan gümrük süreçleri gerçekleştiriyorlar. (K3)

Kolaylık şu, bir kere sağlamlık var. AB'yi ne kadar yersek te sağlamlık var. Orada malını gönderdiğinde paranın geleceğini biliyorsun. Orada fazla paran veya malın batmaz. Ama 3. Ülkelerde olabilir ki biz bunu yaşadık. (K4)

Paranın akışı 3. Ülkelerle yaparken çok büyük sıkıntı. Çoğu ilkede farklı ülkeden konulan ambargolar var. Paranın akışı üzerinden sorun teşkil ediyor. . Diğer örnek Fas'a giden malzemelerde kaybolma gibi problemler yaşıyor. Avrupa'da para akışında kesinlikle bir problem yok, yollar çok daha kontrollü. (K5)

Başta şöyle anlatayım Avrupa'ya olan ticaretimizde her şeyi usulünce yaptığımız için ve karşımızdaki partnerlerimizde usulünce yaptıkları için oldukça kolay ve rahat geçiyor süreçler. Ancak üçüncü ülkelerde büyük bir iş disiplini sorunu yaşıyoruz. (K6)

AB'ye yapılan ihracatlarda fazladan bir özen gösteriyorduk. Bir süre sonra bu özen bir standarda döndü. AB'nin bizi zorlaması bizi eğitti. Şimdi standart olarak her müşterimize aynı kalitede ürün sunuyoruz... 3. Ülkelerle de herhangi bir sorun yaşamıyoruz. Öncesinde soruyoruz özel bir durum olup olmadığını. (K7)

3. ülkelerde bir takım vergiler artıyor biliyorsunuz gümrük vergileri ve benzeri. Fakat oradaki insanların operasyonlara yaklaşımları daha hızlı. İş birliği yapıyorlar. Topun altına giriyorlar. Avrupa'da iş rahat akıyor ama top bizde hep. Bizim çok sorumluluğumuzda oluyor tüm süreç. (K8)

Tek farkı iletişim. Çok kolay iletişim kurabiliyorum. Daha sistematik orta doğu ve Afrika insanı gibi değil. Orta doğu ve Afrika'da genellikle telefonlara çıkmayabilirler, yazışmalara cevap vermeyebilirler, keyfi gelirse cevap verebilirler. Avrupa'da ticaret daha ciddi. Eğitim seviyesinin de

yüksek olmasından dolayı daha yoğun iletişim oluyor. Var olan bilinçten dolayı çok kolay ve hızlı çözüme ulaşıyoruz. (K9)

Hem makinam hem elemanım boşa kalmıyor. İşçilik ucuz burada, kendime göre pahalı satsam bile onlara göre, Avrupa'ya göre ucuz oluyor. Afrika'ya satarken pahalı kaçıyorum ama oraya da daha çok bitmiş ürün satmaya çalışıyorum. Eğitimler vererek, bitmiş ürün almazlarsa garanti vermeyeceğimi söyleyerek ikna ediyorum. Avrupa'yı fiyat avantajımla, Afrika'yı ise işçiliğimin kaliteli olmasıyla elde ediyorum.(K10)

3.3.7.12 Dış Ticaret Girişimcilerinin Hedef Pazarlarına Yönelik Bulgular

Katılımcıların hedef pazarları sorgulandığında hedef pazar araştırmayıp mevcut pazarda derinleşmek ve kapasite arttırmak isteyenlerin ağırlıkta olduğu görülmektedir. K1 katılımcısının Avrupa pazarını hedeflediği, K4 katılımcısının batı Afrika pazarını hedeflediği, K8'in Rusya pazarını hedeflediği K9 un Güney Amerika'yı K10 un ise soğuk ülkeler olan Moğolistan ve Kuzey Amerika'yı hedeflediği görülmektedir. K3 katılımcısının ise ulaşmadığı pazarın kalmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların cevapları aşağıda yer almaktadır.

Avrupa'ya girmek istiyoruz, çünkü Avrupa'nın içerisindeki imalattan çok daha uyguna satıyoruz. Karlarımız da kötü değil... (K1)

Mevcut pazarlarda kapasite arttırmak ve daha doğrusu uzmanlaşmak hedefimiz var. Alternatif pazar araştırmıyoruz şu anda. (K2)

Bizim, anladığım kadarıyla hedef pazarımız kalmadı. Yeni Zelanda'da bayimiz var, Singapur'da da, Amerika'da da, Meksika'da da var... O yüzden yeni bir pazar arayışımız yok. Siparişlerimizle zaten doluyuz. İnşallah da aramak zorunda kalmayız. (K3)

Çalışmalarımızın devam ettiği ülkeler genelde batı Afrika ülkeleri, Fildişi sahilleri, Senegal Angola var. Senegal'e şu an numune camlar gönderiyoruz ama şu anda bir dönüş yok. Angola da fuara katıldık. Hedefimiz var. Bir hedefimiz de yine İran, Irak o pazarlar. Oralarda müşteri ara ara bulabiliyoruz ama süreklilik olmuyor. Onları aşarsak belki olabilir. (K4)

Teklif gelirse değerlendiririz. Çok daha avantajlı ve mantıklı olacaktır Afrika ve Türki cumhuriyetler. (K5)

Şu an için bir çalışmamız yok. Bulduğumuz pazarlar için üretimimizi arttırmaya çalışıyoruz. Kapasite iyileştirme çalışmalarımız var gündemimizde. (K6)

Biraz daha fazla satış yapmak istiyoruz açıkçası Avrupa'da. Şu an için hedefimiz o. Birde ülkedeki durumdan dolayı ihracatı mevcut pazarda arttırmak istiyoruz. Üretimimiz %50-%50 şuan, ihracatın payını arttırmak istiyoruz. Türkiye'de inşaat sektörü yoğun tabi son zamanlarda durağanlaştı. (K7)

Ülke olarak değerlendiriyoruz. Numune gönderdik Rusya'ya yanıt bekliyoruz ama şu an bizim hedeflerimiz var. Önce o hedeflerimize ulaşmak istiyoruz. Bir ürünümüzle Türkiye'de çok iyiyiz, o ürünle Avrupa'ya girmek istiyoruz. İki ürünümüz var. Biriyle Avrupa'da ilerliyoruz bayağı bir yol aldık. Rakiplerimizi geçmek istiyoruz. (K8)

Güney Amerika... Oldukça zor bizim için. Fuarlarla, pazar araştırmalarıyla oraya ulaşmaya çalışıyoruz. Hedef pazarımız orası ama hala bizim pazarımız Ortadoğu ve Afrika ama alternatif olarak güney Amerika'yı eklemek istiyoruz. (K9)

Şu an geliştirdiğimiz sistemlerle Moğolistan Rusya kuzey Avrupa gibi soğuk ülkelere çok daha rahat girebileceğiz. (K10)

3.3.7.13 İngiltere'ye İhracat Yapan Dış Ticaret Girişimcilerinin Brexit Sürecinden Etkilenme Durumuna Yönelik Bulgular

İngiltere ile çalışan dış ticaret girişimcilerinin Brexit'in gerçekleşmesi durumunda her ihracatlarında hangi bir aksama olmayacağı bulgusuna ulaşılmıştır.

Zannetmiyorum. Yine aynı gider. Sonuçta fiyat olarak baktığımızda Paunda dönecek para birimleri. (K2)

Zannetmiyorum. Yani olursa Türkiye İngiltere'yle Gümrük Birliği gibi bir şey imzalayabiliyor. Bize bir engel olacağını zannetmiyorum. (K3)

Aşılamayacak bir sorun olacağını düşünmüyorum. (K4)

Bir sorun olacağını zannetmiyorum, İngiltere'nin sektördeki 1 numaralı tedarikçisiyiz. Yeni anlaşmalar yapılır halledilir. (K8)

SONUÇ

Türkiye'nin en büyük pazarı ayrıca en büyük ithalatçısı AB'dir. Birlik ile ilişkilerimizin ticaretimizi en çok şekillendirdiği dönem, Gümrük Birliği Anlaşması'nın yürürlüğe girdiği 1996 yılından bu zamana kadar olan dönemdir.

Bu çalışmanın amacı dış ticaret girişimcilerinin AB'den kaynaklanan ve dış ticaret girişimcilerine engel teşkil eden problemleri ortaya koymak ve bu engelleri kaldırma yolunda çözüm önerileri sunmaktır. Bu bağlamda bu çalışmanın örneklemini oluşturan Gümrük Birliği Anlaşmasından yararlanarak ihracat yapan dış ticaret girişimcilerinin görüşleri alınmış ve çözüm önerileri sorgulanmıştır. Ayrıca AB ile iş yapmak ve diğer ülkeler ile çalışmak arasındaki farklar sorgulanmıştır.

Çalışmanın örneklemini oluşturan dış ticaret girişimcileri, ayakkabı, makine, hafif silah, otocam, alüminyum profil, ısıtma- beyaz eşya, hazır yapı ve alüminyum mimari sistemler sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Tamamı uluslararası ölçekte satış yapan dış ticaret girişimcileridir. Katılımcı firmalar ortalama 20 yıldır dış ticaret yapmaktadırlar. Genellikle üniversite seviyesinde eğitim almışlardır. Katılımcıların yaş ortalaması 40 olup %80'i erkek, %20'si kadındır.

Araştırmanın örneklemini oluşturan dış ticaret girişimcilerine ilişkin bulgular Türk dış ticaret girişimcilerine genellediğinde; ilerleyen dönemlerde yurt dışına bayilik vermek, satış ofisi yahut depo açmak suretiyle pazara yakın olmak ve hızlı çözüm üretmek amacıyla oldukları görülmektedir. Bunu yapmak istemelerindeki bir diğer amaç, lojistik problemler ile zaman kaybı yaşamak istememeleridir. Gümrük Birliği Anlaşması ile serbest dolaşım hakkı kazanan ürünlerin dağıtımını konusunda Türk dış ticaret aktörleri açısından büyük problem yaşanmaktadır. Dış ticaret girişimcileri de bu problemlere alternatif çözümler (depo, satış bürosu açmak gibi) bulmaya çalışmaktadırlar. Bunun dışında katma değer yaratma süreçlerini yurt içinde tutmak ve bu suretle Türk vatandaşlarına istihdam sağlamak, ülke ekonomisine katkıda bulunmak, dış ticaret açığını azaltmak gayeleri ile faaliyet göstermektedirler.

Dış ticaret girişimcileri, kaliteli üretim yaparak ve bu kaliteli üretimden elde edilen ürünleri, Türkiye'de işçiliğin ucuz olmasından dolayı, düşük fiyatlara satarak, ürün

yelpazelerini geniş tutarak ve rakiplerine nazaran hızlı teslimat yaparak rekabet avantajı sağlamaktadırlar.

Dış ticaret girişimcileri mevcut pazarlarında derinleşmek istemekte, alternatif pazar arayanlar ise daha çok 3. Ülkelere (Türkiye ile STA yapmamış ülkeler), yönelmiş bulunmaktadır.

Her ne kadar rekabet avantajı sağlayabilseler de ihracat yaptıkları ülkelerdeki iktisadi milliyetçi ve ticari milliyetçi korumacı önlemlerle mücadele edememektedirler. Dünya üzerinde rekabet avantajını sağlayan, katma değeri yüksek ürünler üreten veya özellikli ara mamul üreten dış ticaret girişimcileri her hangi bir engelleme ile karşılaşmamaktadırlar. Bazı girişimciler ise ticari milliyetçi yahut iktisadi milliyetçi engellemeler hakkında hiçbir fikre sahip değillerdir.

Türkiye'de dış ticaret girişimcilerinin tamamı üretiminde ithal ham madde ve/veya yarı mamul kullanmaktadır. İthalata gelen her korumacı önleme hareketi sektörel olarak üreticiyi sarsmaktadır. Türk dış ticaret girişimcilerinin geneli, ülkemizde iktisadi milliyetçi tavırla alınan koruma önlemlerini olumsuz karşılamaktadır.

Türkiye'deki dış ticaret girişimcilerinin Avrupa Birliği ülkelerinde daha aktif faaliyet göstermesine engel olan başlıca problemler bürokrasi karmaşası, vize alma sürelerinin uzun olması, geçmişten gelen kalite algısı, ülkeye duyulan güvensizlik, lojistik maliyetler, ani kanun değişiklikleri, gümrük süreçlerindeki rüşvet taleplerine uzanan iş yavaşlatma faaliyetleri, bazı ülkelerle iletişimin güç olması ve çalışma disiplinlerinin uygunsuzluğu olarak sıralanabilir.

Avrupa ülkelerine yapılan ihracatlarda dış ticaret girişimcilerinin en büyük problemleri; GB'ye hizmet ticaretinin serbest dolaşımının dâhil olmaması dolayısıyla lojistik faaliyetlerin 3. Ülkeler ile eş değer muamele görmesi ve bundan kaynaklı olarak ulaşım, ürün teslimatı gibi faaliyetlerde gecikmeler yaşanması,

Vize alma sürelerinin uzun olması dolayısıyla servis bakım hizmetlerinin ve müşteri ziyaretlerinin gecikmesi, olası karmaşıklıklarda hızlı aksiyon almanın imkânsızlaşması,

Dünya üzerinde siyasi, ekonomik manada en güçlü ülkelerin çoğunluğu Avrupa'da bulunmaktadır. Bu ülkelerdeki firmaların görece güçlü olması dolayısıyla, güç dengesizliği oluşmaktadır. Dış ticaret girişimcileri bu güçlü ülkelerdeki güçlü firmalarla

çalışırken, iş yükünün çoğunluğunu üstlerine almak durumunda kalmaktadırlar. Dış ticaret girişimcilerinin tüm uluslararası ticari süreçlerde sorumluluğu üstlenmek zorunda kalması, şeklinde sıralanabilir.

Bunlara ek olarak, kalite algısı, güvensizlik, ön yargı, ırkçılık, bürokrasinin karmaşıklaşması ve pazarın doymuş olması problemler arasında yer almaktadır. Bazı özellikli sektörlerde olan dış ticaret girişimcileri ise servis bakım hizmeti vermediklerinde, gerekli izinleri aldıklarından dolayı hiçbir problem yaşamadan faaliyetlerini sürdürebilmektedirler.

Dış ticaret girişimcileri için AB'ye katılmak yerine Gümrük Birliği Anlaşması'nın bir tarafı olarak kalmak yeterlidir. Gümrük Birliği Anlaşması'nın mevcut durumu, dış ticaret girişimcilerinin Avrupa ülkelerine ihracat yapması için yeterlidir. Ancak Gümrük Birliğine birkaç düzenleme getirilmesi gerekmektedir. Gümrük Birliği kapsamında hizmet ticaretinin serbest dolaşabilmesi ve vize sorununun çözülmesi AB'den kaynaklı engelleri aşmak için yeterlidir.

Dış ticaret girişimcileri AB ülkeleri ile çalışırken daha kolay iletişim kurabilmekte, onlara satış yaptıkları vakit, ödemenin yapılacağından emin olabilmekte ve disiplinli çalıştıkları için planlı ilerleyebilmektedirler. Bunlardan dolayı dış ticaret girişimcileri AB ülkeleri ile çalışmayı daha kolay ve güvenli bulmaktadırlar.

Bu bağlamda dış ticaret girişimcileri için;

Uluslararası ticaretin en önemli aracı faaliyeti olan lojistik problemlerinin aşılması rekabet koşullarını eşitlemek konusunda oldukça faydalı olacaktır.

Gelişmiş ülkelerin pazardaki asimetric rekabet avantajlarını korumak maksadı ile aldığı ticari milliyetçi önlemler ve gelişmekte olan ülkelerin uluslararası arenada faaliyet gösteren girişimcilerinin rekabet avantajlarını korumak maksadı ile almış olduğu iktisadi milliyetçi önlemler konusunda Türk dış ticaret girişimcilerinin bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Sözleşme yaparken haklarını garanti altına almaları konusunda yetkili mercilerce uyarıcı bilgilendirici faaliyetlerde bulunulması gerekmektedir.

Aynı şekilde dış ticaret girişimcilerinin, yerli iktisadi milliyetçi koruma önlemleri hakkında bilinçlendirilmesi, devletin bunu ne için yaptığı, neyi hedeflediği dış ticaret girişimcilerine açıkça anlatması gerekmektedir.

Araştırmacılar için;

Araştırmacıların gelecek araştırmaları için AB ile yapılan anlaşmaları, kazanılmış hakları incelemeleri dış ticaret girişimcileri için ticaretin önünü açmada faydalı olacaktır.

Bu araştırma kapsamında yürütölen veri toplama süreçleri Mart 2019 döneminde gerçekleşmiştir. Dolayısı ile bulunduğumuz döneme gelinene dek ön görölməsi olanaksız bir takım küresel felaket yaşanmıştır (Covid- 19 kaynaklı pandemi ilan edilmesi). Bu bağlamda aynı katılımcılar ile tekrar aynı sorular ışığında göröşmeler gerçekleştirilmesi durumunda oldukça farklı sonuçlar elde edilebileceği tahmin edilmektedir. Buradan hareketle araştırmacıların günümüz koşullarına göre yeni bir araştırma gerçekleştirmesi, Türk dış ticaret girişimcilerinin AB ile yaptıkları ticaretlerinde yaşadığı güçlükler bağlamında yeni sonuçlar ortaya çıkarabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aksöz, E. O., Adaçay F. R., Kozak R., Esen E. & Bakır H. (2013), *Dış ticarete girişimcilik*. 2, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını
- Altıntaş, H. & Özdemir E. (2006). İhracat işletmelerinin uluslararasılaşması : Türkiye’de faaliyet gösteren KOBİ’lere yönelik bir araştırma, *Sosyal Bilimler Dergisi*, (6)1, 183 - 204.
- Ataseven, R. ve H. Tunahan, (2015). Gümrük Birliği Anlaşmasının önemli bir asimetrisi olarak karayolu taşıma kotaları. *Journal Of Management, Marketing And Logistics* (2)2, 84-93.
- Ay, S. (2019). Türkiye’nin Avrupa Birliği çıkmazı: Gümrük Birliği Anlaşması çerçevesinde değerlendirmeler, *TESAM Akademi Dergisi*, 6(2). 161-174.
- Aydın, M. (2015). *The positive and negative effects of Customs Union on Turkey*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bozkurt, N. (2009). Ticaretin felsefesi, tarihçesi ve etikle olan sıkı bağına ilişkin bazı saptamalar, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, (1)1, 153-179.
- Cengiz, C. (2015). Türkiye-AB Gümrük Birliği’nde yaşanan güncel sorunlar ve bunlara olası çözüm önerileri, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 6(2), 1-33.
- Chang, H.J. (1997). *Sanayileşmenin gizli tarihi*. E. Akçaoğlu (çev.), 6. Baskı, Ankara: Efil Yayınevi.
- Coşkun, R., Altunışık R.. & Yıldırım E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, (8. Baskı), Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çalışkan, A.E. (2009) *Dış ticaret işlemlerinde risk yönetimi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuşgil, T. & Knight, G. A. (1996). The born global firm: A challenge to traditional internalization theory. *Advances in International Marketing*, 8, 11-26.
- Çavuşgil, T., Knight G. & Üner M. (2011). *Türkiye’de küresel doğan işletmeler*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Çifçi, İ., Uzunören, E. & Özbek İ.R. (2018). Gümrük Birliği Anlaşması Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne yakınsamasını sağladı mı?. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(4), 106-128.
- Dilbaz Alacahan, N. & Akarsu, Y. (2017). Avrupa Birliği ortak dış ticaret politikasının Türkiye Ekonomisi üzerine etkileri, *Journal of Life Economics*, 4(1). 25-38.

- Duranoğlu, A. (2013). *Lojistik ve dış ticarete risk ve riskten kaçınma yolları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Efendioğlu, B. K. (2011). *Türkiye ve Avrupa Birliği arasındaki Gümrük Birliğinin Türk dış ticareti üzerine etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İzmir.
- Ersoy, A. Y., Saygılı, M., Doygun, U. & Gürler, G. (2017). The effect of entrepreneurial personality traits on foreign trade entrepreneurship tendencies: the case of potential foreign trade entrepreneurs. *The Journal of Academic Social Science*, 58, 287-302.
- Ersoy, A.Y. & Saygılı, M (2018b). Dış ticaret girişimciliğini etkileyen faktörler üzerine bir araştırma, *International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series VII. IBANESS Congress Series-Tekirdağ*. 54-60
- Ersoy, A.Y. & Saygılı, M, (2017b). *Devlet teşviklerine ilişkin bilgi düzeyi ve dış ticaret girişimcilik eğilimi: Potansiyel dış ticaret girişimcileri rneği*, Current Debates In Business Studies. Londra: IJOPEC Publication Limited.
- Ersoy, A.Y. & Saygılı, M, (2018a). Dış ticaret girişimciliğini tanımlamak: Keşfedici bir araştırma, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, (16)32, 421- 436.
- Ersoy, A.Y. & Saygılı, M, (2018c). *Dış ticaret girişimcilerinin karşılaştıkları engeller ve üzüm nerileri*, International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series VII. IBANESS Congress Series-Tekirdağ. 44-53
- Ersoy, A.Y. & Saygılı, M. (2017a). *Dış ticaret girişim farkındalığı ve dış ticaret girişimcilik eğilimi üzerine bir araştırma*, 8. Balkanlarda Srdrlebilir işbirliği Bildiriler Kitabı. Tekirdağ.
- Ersoy, A.Y. (2018). Foreign trade entrepreneurship: Concept, scope and theory, *The Most Recent Studies In Science And Art*, (1).1, 947 – 954.
- Ersoy, A.Y. ve Yalm, S. (2019). Dış ticaret girişimcilerinin Avrupa Birliği zeline karşılaştıkları engeller, *Turkish Studies Economics, Finance, Politics*, (14).2, 279-293.
- Europa Union. (2019). *The History Of The European Union*, Erişim Adresi: https://europa.eu/european-union/about-eu/history_en (Erişim Tarihi: 18/02/2020).
- Faiz, E. (2013). *Uluslararası girişimcilik yöneliminin proaktiflik boyutu: Küresel doğan işletmeler üzerine bir araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güllü, İ. (2015). Türk dış ticaretinin serbestleştirilmesi bağlamında Türkiye-AB Gümrük Birliği uygulamasının rolü: teorik bir bakış açısı, *Niğe İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(4), 159-175.

- Gürbüz, S. & Şahin F. (2016). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, felsefe yöntem-analiz, Gözden Geçirilmiş ve Güncellenmiş 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürler, G. Taş, A. & Ersoy, A.Y. (2019). *Girişimcilik temel kavramlar ve bir süreç önerisi*. 1. Baskı, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Johanson, J. & Mattson, L.G. (1987). Interorganizational relations in industrial systems—A network approach compared with the transaction cost approach, *International Studies of Management and Organization*, 17(1), 3-19.
- Kalaycı, C. ve S. Artan, (2010). Gümrük Birliğinin Türkiye'nin dış ticaretine etkileri: Panel veri analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (27), 301-314
- Kalyoncuoğlu, S. & Üner, M. M. (2010). Küresel doğan işletme kavramı ve işletmelerin küresel doğmasına etki eden kurucu/üst düzey yönetici özellikleri üzerine karşılaştırmalı bir araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 1-42.
- Karadağ, H. (2018). Küçük ve orta ölçekli işletmelerde uluslararasılaşma: Küresel doğan işletmelerin süreç, strateji ve örgütsel yetkinlikleri üzerine bir değerlendirme, *Beykoz Akademi Dergisi*, (6).2, 142-157.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme kavramı ve küreselleşme sürecinin gelişmekte olan ülke Türkiye açısından değerlendirilmesi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, (5)1, 219–230.
- Kızılatan, A., M. Ersungur ve Ö. Polat, (2011). Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Avrupa Birliği İle ihracat ve ithalatına etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (22) 1, 83-99.
- Koç, Y. (2001). *Türkiye – Avrupa Birliği İlişkileri*. Ankara :Türk-İş Eğitim Yayınları.
- Kurt, M. (2007). Gümrük Birliği Kazanım mı Kayıp mı? *Eski Yeni Dergisi*. (3). 5, 22-29
- Kurul, S. (2018). *Türkiye – AB ilişkilerinde yaşanan sorunlar bağlamında uludağ üniversitesi öğrencilerinin AB algısı*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Külcü, R. (2016). Sanayi Devriminden 1700 yıl önce yapılmış erken bir keşif: Heron'un buhar türbini (Aerolipie), *Akademia Sosyal Bilimler Dergisi*, (1).2, 32-39
- Kürkçü, D. (2013). Küreselleşme kavramı ve küreselleşmeye yönelik yaklaşımlar, *The Turkish Online Journal Of Design Art And Communication*, (3)2, 1-11.
- Marriam, S.B. (2018). *Nitel araştırma* (çev.) (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık
- McDougall, P. P. & Oviatt B. M. (1994). Toward a theory of international new ventures, *Journal of International Business Studies*, (1)1, 45–64.

- McDougall, P. P. (1989). International versus domestic entrepreneurship: New venture strategic behavior and industry structure, *Journal of Business Venturing*, (4).6, 387-400
- McDougall, P. P. ve Oviatt, B. M. (2000). Interanational Enrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43(5), 902-906.
- Onur, T. (2019). *Aile işletmelerinde büyüme ve uluslararasılaşma üzerine nitel bir araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Oviatt, B. M. & McDougall, P. P. (1997). Challenges for internationalization, process theory: The case of international new ventures. *Management International Review*, 37, 85-99.
- Rodoplu, G. (1996). Gümrük Birliği ve Türkiye, Süleyman Demirel Üniversitesi *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (1)1, 1-6.
- Sakr, M. Ve Jordan, A. (2016). *Emerging multinational corporations: Theoretical and conceptual framework. Economic Research Southern Africa (ERSA) is a research programme funded by the National Treasury of South Africa*.
- Saygılı, M. (2019). *Ekonomik milliyetçilik temelinde dış ticaret girişimciliği: Nitel bir araştırma*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi: Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Seyidoğlu, H. (2007). *Uluslararası iktisat teori politika ve uygulama*. İstanbul: Güzem Yayıncılık.
- Şençalar, A. İ. (2013). *Türkiye'nin Gümrük Birliğine geçişi ve Gümrük Birliğinin Türk dış ticaretindeki yansımaları (1990- 2009)*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şentürk, M. (2014). Gümrük Birliği üyeliğinden günümüze Türkiye'nin dış ticareti üzerine bir inceleme, *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 5(1), 127-142.
- Taş, A., Öztürk, O. Ve Arslan, K. Stratejik yönetim çalışmalarının örgüt içi güç örüntüsünü şekillendirmedeki rolü: kamu kurumları üzerinde çoklu örnek olay incelemesi, *İşletme Bilimi, Dergisi*, 7 (1), 1-32
- Tayauova, G. (2009). *Uluslararası girişimcilik ve stratejik adaptasyon: Kırgızistan'da faaliyet gösteren Türk işletmelerine yönelik bir araştırma*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TC Dış İşleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. (2020). *Avrupa Birliğinin Tarihçesi*, Erişim Adresi: https://www.ab.gov.tr/_105.html (Erişim Tarihi: 08.04.2020)

- TC Dış İşleri Bakanlığı. (2019). *Türkiye – AB İlişkilerine Genel Bakış*, Erişim Adresi: (<http://www.mfa.gov.tr/turkiye-ab-iliskilerine-genel-bakis.tr.mfa>) (Erişim Tarihi: 10/02/2020).
- TC Ticaret Bakanlığı. (2020). *Brexit Süreci Kapsamında Türkiye-Birleşik Krallık Ticari İlişkileri*, Erişim Adresi: <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/brexit> (Erişim Tarihi: 08/04/2020)
- Tepeli, E. & Aydın A. (2015). Avrupa Birliği ve Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerinin gelişme trendi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (5).1, 29-44.
- Torkul, B. (2019). Lokal bilimsel çalışmalar bağlamında üniversite-sanayi iş birliğinin işletme performansı üzerindeki rolü. *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, (7). 1, 75-94.
- Tunç, H. (2017). Dış ticaretin gelişiminde Gümrük Birliğinin rolü, bir algı araştırması, *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, (3) 1, 83-99.
- Türker, O. (2015). Gümrük Birliği sonrası Türkiye'nin dış ticaretinin rekabet gücü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 32, 281-302.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2020). *Yıllara Göre Dış Ticaret*, Erişim Adresi: <http://tuik.gov.tr/Start.do> (Erişim Tarihi: 22/02/2020).
- Uluslararası Nakliyeciler Derneği (2017). UND'nin Sesi. Sayı 433 S.26
- Uysal, C. (2001). Türkiye – Avrupa Birliği ilişkilerinin tarihsel süreci ve son gelişmeler. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. (1).1, 140-153.
- Uysal, C. (2001). Türkiye – Avrupa Birliği ilişkilerinin tarihsel süreci ve son gelişmeler, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 1, 140-153.
- Üçler, Y.T. (2014). Gümrük Birliği'nden sonra Türkiye – AB ilişkileri, *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (14).27, 204:231.
- Wright, R. W. & Ricks, D. A. (1994). Trends in International business research: twenty five years later. *Journal of Business*, (25), 687-701.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, (10. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yılmaz, M. ve E. Divani, (2018). Ticaret savaşları, ekonomik milliyetçilik, yeni merkantilizm ve Dünya Ticaret Örgütünün işlevsizliği, *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (1).1, 10 - 24.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research design and methods*. Third Edition, London: Sage Publications, Thousand Oaks.

Zahra, S. A. ve G. George, (2002). *International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda, strategic entrepreneurship: Creating an integrated mindset*. Strategic Management Series, Oxford. 255-288.

EKLER

DIŞ TİCARET GİRİŐİCİLİĐİNE İLİŞKİN MÜLAKAT FORMU

Değerli Katılımcı, bu mülakat formu dış ticaret yapan mevcut dış ticaret girişimcilerinin “AB ülkelerine dış ticaret yaparken karşılaştıkları problemleri ortaya koymak ve bir çözüm önerisi getirmek” amacıyla oluşturulmuŐtur. Mülakatta yer alan sorulara verilen cevaplar sadece bilimsel bir araştırma amacıyla kullanılacaktır. Söz konusu mülakat yaklaşık 30 dakika sürecektir. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Demografik Sorular?

Cinsiyetiniz:

Yaşınız:

Eğitim durumunuz:

Firmaya İlişkin Sorular

Soru1. Firmanız ne kadar süredir faaliyet göstermektedir?

Soru2. Dış ticaret yaptığınız sektör hakkında bilgi verebilir misiniz?

Soru 3. Ne kadar süredir dış ticaret yapıyorsunuz?

Soru 4. Dış ticaret yapma süreciniz nasıl geliŐti (kuruluş amacı dış ticaret mi)?

Soru5. Hangi ülkelerle dış ticaret yapıyorsunuz?

Soru 6. Müşteri portföyünüzü kendiniz mi geliŐtiriyorsunuz? Yoksa müşteri çıktıkça mı ticaret yapıyorsunuz?

Dış ticaret girişimciliğinin problemlerine yönelik sorular:

Soru 1. Yurt dışına yaptığınız satışlardan elde ettiğiniz gelirleri nasıl faaliyetlerde değerlendiriyorsunuz? (yeniden katma değer yaratma, yatırım hedefleri)

Soru 2. Gelecek planlarınızda üretim merkezinizi AB ülkelerinden birine taşımak gibi bir hedefiniz var mı?

Soru 3. Dış ticaret girişimcisi olarak ne tür engellerle karşılaşıyorsunuz?

Soru 4. AB ülkelerine yaptığınız ihracatta ne gibi problemlerle karşılaşıyorsunuz?

Soru 5. AB ülkelerine yaptığınız ticarete, rakiplerinize nasıl mücadele ediyorsunuz?

Soru 6. İhracat yaptığınız ülkelerde, ülke yönetim ne gibi korumacı önlemler alıyor?

Soru 7. Bu önlemlerle nasıl mücadele ediyorsunuz?

Soru 8. Üretiminde ithal hammadde ve yarı mamul kullanıyor musunuz?

Soru 9. Cumhurbaşkanlığınca alınan korumacı önlemleri faydalı buluyor musunuz (ek mali yükümlülük) ?

Soru 10. Gümrük Birliği anlaşmasının mevcut durumu ihracatınız için yeterli midir?

Soru 11. Sadece Gümrük Birliği anlaşmasının bir tarafı olarak kalmamızın avantajı var mıdır?

Soru 12. Değiştirilmesini önerdiğiniz bir iyileştirme var mıdır?

Soru 13. Sizce AB'ye katılım gerekli midir?

Soru 14. 3. Ülkelerle yapılan ticaret ile kıyaslandığında AB ile yapılan ticaretin ne gibi farkları vardır (kolaylık / zorluk)?

Soru 15. Alternatif pazarları değerlendiriyor musunuz? Hedef pazarınız neresidir?

ÖZGEÇMİŞ

Çalışmanın yazarı Semanur YALÇIN, 15 Nisan 1993 yılında Kastamonu'nun Tosya ilçesinde doğmuştur. İlk ve orta öğrenimini İstanbul'da tamamlamıştır. 2016 yılında Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olmuş ve 2019 yılında Sakarya Üniversitesi, Uluslararası Ticaret Bölümü'nde Yüksek Lisans yapmaya başlamıştır. Evli ve İstanbul'da yaşamaktadır.