



1

DÜZELTME

Düzeltilme: Modern Tarife
Dışı Engel Olarak Sınırdaki
Karbon Düzenleme
Mekanizması

3

MAKALE

KOBİ'lerin İhracat
Davranışı ile İhracat
Yoğunluğu İlişkisi Üzerine
Bir Araştırma

31

MAKALE

4458 Sayılı Gümrük
Kanunu Uygulamalarının
Antrepo Rejimi ve
Dış Ticaret Açısından
İncelenmesi

46

MAKALE

Azerbaycan'ın
Yeşil Ekonomiye
Geçişi Hazırlığının
Değerlendirilmesi: "Yeşil
Gümrük" Kavramının
Hukuki Analizi

57

MAKALE

Yeşil Keynesçilik:
Sürdürülebilir Ekonomik
Büyüme ve Çevresel
Dönüşüm Üzerine
Betimsel Bir Analiz

70

MAKALE

Dijital Çağın Yeni
Paradigması: Sosyal
Medya Etkileyicilerinin
Vergilendirilmesi

Uluslararası Maliye ve Vergilendirme

Prof.Dr. Osman PEHLİVAN - Prof.Dr. Ersan ÖZ

ÇIKTI

www.gtmd.org.tr

ADRESİNDEN SATIN
ALABİLİRSİNİZ

250 TL.

Prof.Dr. Osman PEHLİVAN - Prof.Dr. Ersan ÖZ

Uluslararası Maliye ve Vergilendirme



GÜMRÜK VE TİCARET MÜFETTİŞLERİ DERNEĞİ SÜRELİ YAYINI

Yıl: 12 - Sayı: 37 - Mart 2025

ISSN 2667-7512

Gümrük & Ticaret Dergisi

Gümrük ve Ticaret Müfettişleri Derneği Adına İmtiyaz Sahibi

Dernek Başkanı

Ahmet METİN

Dernek Başkan Yrd.

Nadir ELİBOL

Genel Sekreter

Hasan CEYHAN

Editör

Prof. Dr. Ersan ÖZ

Editör Yrd.

Prof. Dr. İsa SAĞBAŞ

Maliye ve Kamu Yönetimi Alan Editörü

Doç. Dr. Ulvi SANDALCI, Doç. Dr. İsmail CİĞERCİ

Muhasebe-Finans

Prof. Dr. Tuğrul KANDEMİR

Alan Editörü (Hukuk)

Dr. Cansu Sevinç CEYHAN

Alan Editörü (Uluslararası Ticaret ve Gümrük)

Doç. Dr. M. Yunus ŞİŞMAN

Dil Editörü

Begüm YILDIRIM (Ticaret Müfettişi)

Dizgi-Mizanpaj-Baskı

Begüm YILDIRIM (Ticaret Müfettişi)

Yönetim Kurulu Üyeleri

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / Begüm YILDIRIM BAKIR

Mali İşler Müdürü / Mustafa Egemen KONAKLIOĞLU

Eğitim ve Mesleki Dayanışma / Erhan ERBİL

Mevzuat İzleme ve Değerlendirme / Muhammet TURSUN

Tanıtım ve Haberleşme / Adem DEMİRCİ

Sosyal İşler Sorumlusu / Güven DEMİR

Yayın Kurulu Üyeleri

Prof. Dr. Birol KARAKURT, Prof. Dr. Engin HEPAKSAZ, Prof. Dr. Hakkı ODABAŞ, Prof. Dr. Hüseyin ŞEN, Dr. İrfan KALPALI

Danışma Kurulu Üyeleri:

Prof. Dr. Osman PEHLİVAN, Prof. Dr. Şaban NAZLIOĞLU, Doç. Dr. Uğur AKKOÇ

Merkez

Gümrük ve Ticaret Müfettişleri Derneği

Aziziye Mahallesi Şair Nedim Sokak No: 7/10 Çankaya / ANKARA

İletişim

Süğütüzü Mah. 2179 Sok. No:2 Çankaya-ANKARA Tel: 0312 449 64 01-02 • Faks: 0312 449 65 05

info@gtmd.org.tr • www.gtmd.org.tr

İstanbul Temsilcileri

Hakan UÇAK & Faruk ŞEN & Adem DEMİRCİ

Yeşilköy Mah. Atatürk Cad. İDTM İş Blokları A1 Blok Kat:13 Bakırköy/İSTANBUL Tel: 0212 377 31 00-01-02 • Faks: 0212 377 31 25

İzmir Temsilcileri

Muhammet KAYA & Göksel ÇETİNKOL

Atatürk Caddesi No.107 Kat:6 Alsancak / İZMİR Tel: 0232 464 80 17-93 • Faks: 0232 464 01 49

Yapım

Alban Tanıtım

Tunalı Hilmi Caddesi Büklüm Sokak No: 45/3 Kavaklıdere / ANKARA Tel: 0.312 430 13 15- Faks: 0.312 434 04 13

www.albantanim.com.tr

Yayın Tarihi

Mart 2025

Dergimiz altı ayda bir yayımlanan HAKEMLİ DERGİ olup, yayın kuruluna ulaşan makaleler değerlendirilmek üzere en az iki hakeme iletilmekte olup makalelerin dergimizin sonunda yer alan hakem kurallarına uygun olarak düzenlenmesi gerekmektedir. Kabul edilen makalelere hangi sayıda yer verileceği editörün yetkisindedir. Makaleleri yayımlanan yazarlara telif ödenmemektedir. 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'na göre tüm hakları Gümrük ve Ticaret Müfettişleri Derneğine aittir. Dergide yayımlanan yazıların herhangi bir yayın kuruluşunca yayımlanması yayın kurulunun izniyle ve kaynak gösterilmesi kaydıyla mümkündür.

Dergimizde yayımlanan yazılar yazarların kendi görüşleri olup, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı ile Gümrük ve Ticaret Müfettişleri Derneğini bağlamaz.

İçindekiler

ARAŞTIRMA 1

Emre ÖZSALMAN, Ömer Faruk DERİNDAG

Düzeltilme: Modern Tarife Dışı Engel Olarak Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması

ARAŞTIRMA 3

Dilan AÇA, Abdulkadir BİLEN

KOBİ'lerin İhracat Davranışı ile İhracat Yoğunluğu İlişkisi Üzerine Bir Araştırma
A Study On The Relationship Between Export Behavior And Export Intensity Of SME Philosophy

ARAŞTIRMA 31

Osman Murat KOÇTÜRK, Yunus BAŞÜRÜN

4458 Sayılı Gümrük Kanunu Uygulamalarının Antrepo Rejimi ve Dış Ticaret Açısından İncelenmesi
An Examination of the Implementation of Customs Code No. 4458 in Terms of the Warehousing Regime and Foreign Trade

ARAŞTIRMA 46

Sevil HAZİYEVA

Azerbaycan'ın Yeşil Ekonomiye Geçiş Hazırlığının Değerlendirilmesi: "Yeşil Gümrük" Kavramının Hukuki Analizi
Assessing Azerbaijan's Preparedness for Transitioning to a Green Economy: A Legal Analysis of the "Green Customs" Concept

ARAŞTIRMA 57

İnan BOZKURT, Haluk TANDIRICIOĞLU

Yeşil Keynesçilik: Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve Çevresel Dönüşüm Üzerine Betimsel Bir Analiz
Green Keynesianism: A Descriptive Analysis on Sustainable Economic Growth and Environmental

ARAŞTIRMA 70

Sebiha Yıldız

Dijital Çağın Yeni Paradigması: Sosyal Medya Etkileyicilerinin Vergilendirilmesi
The New Paradigm Of The Digital Age: Taxation Of Social Media Influencers

Yazarlara Notlar

Emre ÖZSALMAN¹  Ömer Faruk DERİNDAG² 

1. Arş. Gör., İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, emre.ozsalman@inonu.edu.tr,
2. Dr. Öğretim Üyesi, İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, omer.derindag@inonu.edu.tr,

Düzeltilme Makalesi

Düzeltilme Yapılacak Makale Künyesi: Özsalman, E., & Derindağ, Ö. F. (2023). Modern Tarife Dışı Engel Olarak Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması. *Gümrük Ve Ticaret Dergisi*, 10(31), 31-42.

Düzeltilme Yapılacak Makale İnternet Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gumrukticaretdergisi/issue/76583/1252678>

Gümrük ve Ticaret Dergisi'nin 2023 yılı 31. sayısında yayımlanmış olan ve yukarıda bilgileri verilen makale için, yazarlar tarafından dergimize 21.11.2024 tarihinde düzeltme talebinde bulunulmuştur.



Düzeltilme Notu: Yayımlanan makalede Tablo 3'teki demir-çelik verileri ve Tablo 4'teki alüminyum verileri sehven birbirine yazılmıştır. Başka bir ifadeyle, Türkiye'nin AB'ye Alüminyum ihracatını gösteren veriler aslında Türkiye'nin AB'ye demir-çelik ihracatını yansıtmaktadır. Aynı şekilde Tablo 4'teki alüminyum değerleri de Türkiye'nin AB'ye demir-çelik ihracatını yansıtmaktadır. Bu sebepten, tabloların üzerlerindeki paragraflardaki yorumların da birbiri ile yer değiştirmesi gerekmektedir.

Düzeltilmiş Bölümlerin Nihai Hali

2.1.2 Demir- Çelik

Sanayi üretiminde ve birçok sektörde ara malı olarak kullanılması itibarıyla demir-çelik stratejik öneme sahiptir. SKDM kapsamında belirlenen 6 sektör içerisinde Türkiye'nin AB- 27'ye gerçekleştirmiş olduğu ihracat rakamı en yüksek olan ürün demir-çeliktir. Türkiye'nin toplam demir-çelik ihracatının yaklaşık %40'ını AB ile gerçekleştiriyor olması ülke ekonomisi için oldukça olumlu bir gösterge olmasının yanı sıra demir-çeliğin üretim sürecinde yüksek emisyon oranlarına sahip olması SKDM sürecinde Türkiye için büyük tehditler barındırmaktadır.

Tablo 3: Türkiye'nin Toplam Demir-Çelik İhracatı ve Toplam Demir-Çelik İhracatında AB-27'nin Payı

73 (Demir- Çelik)			
Yıllar	AB-27'ye Türkiye'nin toplam ihracatı (Milyon \$)	Türkiye'nin Dünya'ya Toplam İhracatı (Milyon \$)	Toplam Demir- Çelik İhracatımız İçerisinde AB-27'nin Payı (%)
2021	8.382.435	21.845.183	38,37%
2020	4.203.792	12.412.611	33,87%
2019	4.827.493	13.808.027	34,96%
2018	5.996.451	15.286.543	39,23%
2017	3.681.774	11.352.123	32,43%

Kaynak: TRADEMAP (2022)

2.1.3 Alüminyum

Türkiye'nin hem toplam alüminyum ihracatı hem de AB-27 ülkelerine yapmış olduğu alüminyum ihracatı 2020 yılı hariç yükseliş içerisindedir. Covid-19 salgının tüm dünyada üretimi negatif etkilediği göz önüne alındığında bu düşüş anlamlandırılmakla beraber 2021 yılında ise oldukça güçlü bir toparlanma gözlemlenmektedir. Türkiye'nin toplam alüminyum ihracatının yarıdan fazlasını AB-27 ile gerçekleştiriyor olması alüminyum sektöründe rekabetçi avantajın kaybedilmemesi adına karbon salımı azaltımı adına önlemler alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Tablo 4: Türkiye'nin Toplam Alüminyum İhracatı ve Toplam Alüminyum İhracatında AB-27'nin Payı

76 (Alüminyum)			
Yıllar	AB-27'ye Türkiye'nin toplam ihracatı (Milyon \$)	Türkiye'nin Dünya'ya Toplam İhracatı (Milyon \$)	Toplam Alüminyum İhracatımız İçerisinde AB-27'nin Payı (%)
2021	1.950.494	3.328.785	58,59%
2020	985.322	1.947.249	50,60%
2019	1.016.596	1.875.639	54,20%
2018	960.592	1.725.293	55,68%
2017	775.043	1.493.165	51,91%

Kaynak: TRADEMAP (2022)

Dilan AÇA* Abdulkadir BİLEN** 

* Sorumlu Yazar, Yüksek Lisans Öğrencisi, Dicle Üniversitesi, dilanok_6880@hotmail.com

** Prof. Dr., Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, abilen@dicle.edu.tr

KOBİ'lerin İhracat Davranışı ile İhracat Yoğunluğu İlişkisi Üzerine Bir Araştırma¹

Öz

İhracatın gelişimi ve devamlılığı için ihracat davranışları çok büyük önem taşır. Her işletme içinde bulunduğu özelliklere, yönetim birimlerinin ihracata bakışına, çevresel faktörlerin değişikliklerine göre farklı ihracat davranışları sergiler. Bu çalışma; ortaya çıkan ihracat davranışlarının işletmenin ihracat yoğunluğunu etkileyip etkilemediğini tespit etmek amacı yapılmıştır. Çalışma evrenini Diyarbakır'da bulunan ve ihracat yapan KOBİ'ler oluşturmaktadır. İhracat davranışlarını etkileyen; ürün fiyatlandırma, hammadde etkisi, yatırımın büyüklüğü, nitelikli personel, ürün farklılığı, nakliye süresi ve maliyeti, pazar büyüklüğü, devlet tarafından sağlanan teşvikler, ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti, ihracat bedelini tahsil edememe riski, dağıtım/pazarlama kanalları, rakiplerin durumu, yabancı dil bilen personel durumu, tüketici davranışı, çalışma sermayesi, bürokratik engeller, kur oranları ve Ar-Ge harcamaları gibi faktörlerin ihracat yoğunlukları ile ilişkisi değerlendirilmiştir. Çalışmanın örneklemini, Diyarbakır'da ihracat yapan 91 adet KOBİ oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmış olup, kullanılan anket soruları Diyarbakır'da ihracat yapan KOBİ'lere 2024 yılında uygulanmıştır. Bulguların analizi SPSS programı ile yapılmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre; ihracat yoğunluğu ile yatırımın büyüklüğü, nitelikli personel, nakliye süresi ve maliyeti, ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti, çalışma sermayesi, bürokratik engeller ve kur oranları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları genel olarak literatürdeki çalışmalara paralellik göstermiş olup, ihracat davranışı gösteren KOBİ'lerin ihracat yoğunlukları konusunda elde ettikleri bilgileri işletme faaliyetlerinin her alanında kullanacakları kanaati ile, ihracat yapmayan veya herhangi bir sebeple yapamayan KOBİ'lere olumlu rol model anlayışı geliştirecekleri düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, İhracat Davranışı, İhracat Yoğunluğu.

¹ Bu çalışma; Prof. Dr. Abdulkadir BİLEN danışmanlığında Dilan AÇA tarafından hazırlanan "KOBİ'lerin İhracat Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve İhracat Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Çözüm Önerileri Diyarbakır İli Örneği " adlı tez çalışması baz alınarak hazırlanmıştır.

A Study On The Relationship Between Export Behavior And Export Intensity Of SMEs

Abstract

Export behaviors are of great importance for the development and continuity of exports. Each enterprise exhibits different export behaviors according to its characteristics, the view of the management units on exports, and the changes in environmental factors. This study was conducted to determine whether the export behaviors affect the export intensity of the enterprise. The study population consists of exporting SMEs in Diyarbakır. The relationship between export intensity and factors affecting export behavior such as product pricing, raw material effect, size of investment, qualified personnel, product diversity, transportation time and cost, market size, incentives provided by the government, investment cost required for export, risk of not being able to collect the export price, distribution/marketing channels, competitors, foreign language speaking personnel, consumer behavior, working capital, bureaucratic obstacles, exchange rates and R&D expenditures were evaluated.

The sample of the study consists of 91 SMEs exporting in Diyarbakır. A questionnaire was used as the data collection method in the study, the survey questions used in this study were administered to exporting SMEs in Diyarbakır in 2024. The analysis of the findings was made with the SPSS program. According to the results of the analysis; it was determined that there is a significant relationship between export intensity and the size of the investment, qualified personnel, transportation time and cost, investment cost required by exports, working capital, bureaucratic barriers and exchange rates. The results of the research are generally in line with the studies in the literature, and it is thought that SMEs that show export behavior will use the information they have obtained about the export intensity of SMEs that show export behavior in all areas of their business activities and will develop a positive role model understanding for SMEs that do not export or cannot export for any reason.

Keywords: Export, Export Behavior, Export Intensity.

Extended Summary

The aim of this research is to determine the relationship between the factors affecting the export behavior of exporting SMEs in Diyarbakır and their export intensity and to offer solutions to increase export efficiency. Another aim of the research is to shed light on what should be done to increase the number of exporting SMEs in Diyarbakır by investigating which factors are affected by SMEs while performing export behavior. The main questions of the research are related to the factors affecting the export behavior of SMEs and the relationship between export behavior of SMEs and export intensity.

- What are the factors affecting the export behavior of SMEs?
- Does the export intensity of SMEs make a difference in their export behavior?
- What are the solutions to the problems experienced by SMEs while showing export behavior?

In the research; a literature review was conducted on exports, export behavior and export intensity. Theses, articles, books and journals related to the subject were utilized. It has been found that the results obtained are in parallel with similar studies. The population of the study, in other words, the main mass of the study, consists of 290 SMEs showing export behavior in Diyarbakır. The study sample consists of 91 exporting SMEs in Diyarbakır. As the data collection method in the study, online survey method was determined to be applied to SMEs engaged in export activities in Diyarbakır. The questionnaire form was created over the internet and the data were obtained by delivering it to SMEs via telephone and e-mail. Statistical Program for Social Sciences (SPSS) 22.0 was used for data analysis and 95% confidence interval was used. With the data obtained, the distribution of variables, validity and reliability of the measurement tools were analyzed. It was concluded that the data used

were normally distributed, reliable and valid.

When the assumptions and limitations of the study are evaluated, it is assumed that the respondents correctly understood the questions in the questionnaire and gave sincere and truthful answers to the questions. One of the most important limitations of the study is that there is no accepted factor affecting export behavior. Since SMEs have their own dynamics and conditions, all factors affecting export behavior may vary accordingly. In the study, the relationship between export intensity and the factors affecting the export behavior of SMEs such as product pricing, raw material effect, size of investment, qualified personnel, product diversity, transportation time and cost, market size, incentives provided by the government, investment cost required by export, risk of not collecting the export price, distribution/marketing channels, competitors, foreign language speaking personnel, consumer behavior, working capital, bureaucratic barriers, exchange rates and R&D expenditures was analyzed with the Chi-Square test. In the Chi-Square test, which is used to determine whether the relationship between two variables in the research is statistically significant, it is analyzed whether there is a significant relationship between two variables, whether the variables are independent of each other or whether the data of one variable show a significant difference according to different categories of the other variable.

The main reason for examining the relationship between the factors affecting the export behavior of SMEs and export intensity is to determine strategies that can transform SMEs' weaknesses into strengths and threats into opportunities by taking into account the factors that increase export efficiency. As a result of the analysis of the relationship between export intensity and export behavior of SMEs; a significant relationship was found between export intensity and size of investment, qualified personnel, transportation time and cost, investment cost required for export,

working capital, bureaucratic obstacles and exchange rates. It is recommended that exporting enterprises keep their financial adequacy under constant control against all possible risks (including epidemics, natural disasters, etc.). SMEs need to improve themselves by receiving support from people and organizations that are experts in their field and knowledgeable in exports in order to increase their export activities.

It is recommended that the management culture should be revised and all units related to export business and operations within the enterprise should be guided by regular trainings and meetings on export products and innovations to be made in these products (taking into account the knowledge that technology is in constant development). Today, due to the development of the internet, it should be ensured that enterprises make e-commerce and increase their e-commerce within the scope of solving many foreign trade problems. In particular, e-commerce applications that can market the products of SMEs should

be increased. The majority of the companies that participated in the research and stated that they are exporting have stated that they export directly with their own means. The fact that firms do not have sufficient information about export unions and the activities of these unions, as well as their inability to cooperate among themselves or their lack of experience in forming clusters, causes them to act individually in foreign trade. In order to reduce marketing problems in foreign trade, the number and functionality of export unions should be increased and sectoral unions should be established and their number should be increased. Increasing regional and sectoral cooperation among SMEs and training personnel who will guide SMEs in foreign trade and assume the role of business coaching will contribute positively to marketing problems, as well as to the solution of SMEs' lack of information on foreign trade, lack of qualified personnel, legislative obstacles and bureaucratic problems, management and organization problems

Giriş

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), dünya ekonomisinde çok önemli bir yere sahiptir ve özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerine katkıları dolayısı ile değeri gittikçe artmaktadır. Avrupa Birliğinde firmaların neredeyse %99'unu KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'lerin önemi, istihdamda meydana gelecek sürdürülebilir bir artış ve gelişen rekabetçi bir ekonomi için üye olan bütün devletler tarafından kabul edilmiştir. KOBİ'lerin karşılaştıkları sıkıntıları ve gereksinimlerini önemseyen, rekabet gücünü geliştirecek politikalar mevcuttur ve uygulanmaktadır (Çelik ve Akgemci, 2010:179). Amerika Birleşik Devletleri'nde de KOBİ'lere özel politikalar uygulayan; KOBİ'lere bilgi ve finansman hakkında destek veren, toplam 7 adet ofisten meydana gelen SBA (Amerika Küçük İşletme İdaresi) çalışmalarını devam ettirmektedir (Çelik ve Akgemci, 2010:179).

Dünya genelinde KOBİ kavramının kesin ve net bir tanımının bulunmaması ile birlikte, ülkelerin çoğunda nitel veriler yerine nicel veriler ele alınıp mali bilanço toplamı, çalışan sayısı ve net satış hasılatı üzerinden KOBİ tanımı yapılmaktadır (Mecek, 2020: 33; Zor, 2017: 9). Kurumlar KOBİ tanımı yaparken mutabakata varamadığından; 25.05.2023 tarihli, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" ile tek bir tanım yapılmıştır (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler Yönetmeliği, 2023). Mezkur yönetmelik Resmi Gazete de yayımlanarak, "250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu 500 milyon lirayı aşmayan ve yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birimler" olarak tanımlanmıştır.

İhracat faaliyetleri firmaların yurt dışı pazara açılmasının ilk aşaması olarak değerlendirilebilir. İhracat faaliyetleri ile birlikte firmalar, dış pazardaki müşterilerini tanıma olanağı elde etmekte, zaman

içinde pazarlama programlarını her ülkenin kendi ilgi ve gereksinimleri doğrultusunda uyarlama imkânına sahip olabilmekte ve ileriki dönemlerde yapılması muhtemel faaliyetler için dış pazar ile ilgili bilgi edinmeyi ve deneyim sahibi olmayı sağlayabilmektedir (Saritaş, 2012: 33). Bununla birlikte ihracatın (Pirtini ve Melemen, 2004: 4-5);

- Yeni iş gücü ortaya çıkmasına yardımcı olma,
- Teknoloji ile gelen yeniliklerin firma içinde geliştirilerek pazara sunulması,
- Toplum refahının ve hayat standardının daha iyi hale gelmesi,
- Yatırım fonları için potansiyeli ortaya çıkarma,
- Firmanın pazar içerisindeki payını ve kar oranını arttırması,
- Yeni etkinliklere ve ilgili sektörde en iyi olmayı hedefleme,
- Ülkeler arasında üretimde verimliliğin artması ve devamının sağlanması,
- İç pazara bağımlılık oranının düşmesi ve müşteri türlerinin farklılaşması,
- Ülkeler arasında hammadde gereksinimlerinin karşılanması gibi ülke ekonomisine yararları bulunmaktadır.

Resmi gazetede 6 Haziran 2006 tarih ve 26190 sayı ile yayımlanan ihracat yönetmeliğine göre "İhracat: Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veyahut müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemleri" ifade eder şeklinde tanımlanmaktadır (İhracat Yönetmeliği, 2023).

Tablo 1'de yer alan verilere göre; 2020 yılında Türkiye'de kayıtlı 3,2 milyon KOBİ olduğu, firmaların %99,8'inin KOBİ'lerden meydana geldiği, KOBİ'lerin toplam istihdamın %73,8'ini sağladığı, firmaların toplam cirosunun %64,5'inin, toplam ihracatın %56,3'ünün KOBİ'ler tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Tablo 1. 2020 KOBİ Verileri

3,2 Milyon KOBİ Türkiye'deki tüm işletmelerin %99,8'ini oluşturmaktadır.		
11,5 Milyon istihdam Türkiye'deki istihdamın %73,8'ini KOBİ'ler saşlamaktadır.	5,8 Trilyon TL Ciro Türkiye'deki işletmelerin toplam cirosunun %64,5'i KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.	101,8 Milyar \$ İhracat Toplam ihracatın %56,3'ü KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB], 2022.

KOBİ'lerin ihracata yönelmelerinin olası sebepleri aşıağıda maddeler halinde verilmiştir (Beşeli, 1997:36-39; Kırdar, 2005:233-245; Kamaşak ve diğ., 2008:115-132; Kozlu, 1998: 20-21):

- İç pazarın artık yeterli olmadığının ayırımına varılması ve iç pazarlara olan bağımlılıkları azaltmak,
- Ürün ve hizmet ihracı sonucu yeni iş olanaklarının doğması ile istihdamın artması,
- Ürün ve hizmet ihracı sonucu yeni iş olanaklarının doğması ile istihdamın artması,
- İşletmede meydana gelen üretim fazlalığının gelen talepler karşısında azalabilecek olması,
- İletişim ve ulaşım araçlarında meydana gelen gelişmelerin ileri seviyelere yükselmesi,
- Şirketlerin kar oranlarını ve satışlarını arttırmak istemesi,
- Uluslararası pazarlarda belli bir yere sahip olmak ve akabinde bu pazarda görülen ekonomik ve sosyo-kültürel avantajlar,
- Ülkeler arasında yapılan anlaşmalar ile çeşitli kolaylıkların sağlanması,
- Politik ve kültürel yatkınlıklar,
- Uluslararası pazarlardaki değişim ve gelişimlere ayak uydurarak rekabet edebileceğine olan güvenin gelmesi ve devamında elde edeceği avantajlar,
- Başarı şansı yüksek bir ürün ya da hizmete sahip olmanın verdiği avantaj,
- Yurt içi pazarlarda meydana gelen değişime

açık olan talebe karşı ortaya çıkan mevsimsellik etkisinin, uluslararası pazarlar vasıtasıyla ortadan kaldırılması yoluyla üretimin sürekli ve dengeli hale gelmesi.

Diyarbakır'da faaliyet gösteren işletmelerin büyük kısmını (yaklaşık % 98) KOBİ'ler oluşturur (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı [KOSGEB], 2023). Bu nedenle KOBİ'lerin Diyarbakır ihracatındaki yeri ve önemi çok büyüktür. Diyarbakır'dan ihracatın tamamına yakını (yaklaşık %98) KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir (Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası). En çok ihracat yapılan ülkeler Irak, Çin ve Rusya'dır. İhracat kalemleri arasında ilk üç sıra; demir ve demir dışı metaller, kimyevi maddeler ve madencilik ürünleridir (Türkiye İhracatçılar Meclisi [TİM], 2023).

Çalışma konusu olan ihracat davranışını etkileyen birçok etmen vardır. İşletmelerin dış ticaret konusundaki başarısı bu etmenlerden etkilenme oranında değişiklik gösterir. İhracat davranışını etkileyen faktörler makro ve mikro faktörler olarak gruplandırılabilir. Buna göre makro belirleyiciler; firmadan bağımsız ortaya çıkan ve kontrolünün firma tarafından sağlanamadığı faktörleri kapsamaktadır. Kontrol edilemeyen faktörlerin dışında işletmelerin denetiminde olan yani kaynağını firma özelliklerinden alan faktörler mikro faktörlerdir.

1. KOBİ'lerin İhracat Davranışları

Çalışma; Diyarbakır'da faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracat davranışlarını etkileyen faktörler

üzerine araştırma yapmak ve ihracat yoğunluğu ile ilişkisini tespit ederek, araştırma sayesinde literatürde gözden kaçmış olabilecek ihracat etkinliğinin artırılmasına yönelik çözüm önerileri sunarak ihracatın etkinliğinin iyileştirilmesinde faydalı olabilecek yeni fikirler sağlamak amacıyla hazırlanmıştır. Yapılan literatür taramalarında ihracat davranışı ile ilgili çalışmalar olduğu ancak Diyarbakır ilinde konu hakkında herhangi bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Ayrıca ihracat davranışını konu alan birçok çalışmada, ihracat yoğunluğu ve ihracat davranışı ilişkisinin çalışılmadığı tespit edilmiştir. İşletmelerin ihracat davranışlarının ihracat yoğunluklarına etkisinin öneminden bahisle; çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

İşletmelerin ihracat davranışı, uluslararası ticaretin arz yönü ile alakalıdır (Bilkey, 1978:33-46). İhracat davranışı, işletmenin ihracata başlama imkanı ve ihracat yapan işletmelerin ihracat eğilimi şeklinde tanımlanabilir (Wakelin, 1998:829-841; Basile, 2001:1185-1201). KOBİ'lerin ihracat davranışları aktif ve pasif olarak iki şekilde tanımlanmış ve KOBİ'leri ihracata yönlendiren faktörlerden nasıl ve ne derece etkilendikleriyle ortaya çıkmıştır (Günalan, 2003:72). KOBİ'ler aktif ihracat davranışı gösterirken, uzun dönemli planlama kabiliyeti ve bakış açısına sahip olmanın yanında, yurt dışı pazar olanaklarından faydalanarak başarısını sürekli hale getirmek için çalışır (Günalan, 2003:73). Pasif ihracat davranışında ise; işletme ihracat yapma düşüncesine sahip değilken, müşterilerden aldığı sipariş ile ihracata bir adım atar. İşletme bu adımdan genellikle kısa dönemli hedeflerini gerçekleştirmek için faydalanır ve bu davranış için gayret göstermesine gerek yoktur.

İşletmenin ihracat sürecinde farklı davranış biçimleri göstermesi, ihracattan elde ettiği tecrübe ve işletme yöneticilerinin ihracattan beklentilerinin gerçekleşip gerçekleşmemesine göre değişiklik gösterebilir. İhraç pazarlarından elde edilen pozitif geribildirim işletme yöneticilerinin ihracata devam

kararına ve ihracatı geliştirme yoluna girmelerine yol açarken, negatif geri bildirim ise işletmenin ihracatı iyi bir seçenek olarak görmemesine ve bunun sonucunda ihracattan vazgeçmesine yol açabilmektedir (Kavas, 1983:139-156).

İşletmelerin aktif ihracat davranışı mı yoksa pasif ihracat davranışı mı göstereceği işletme yöneticileri ile yakından ilgilidir. İşletmeler insanlar tarafından yönetilmektedir ve yöneticilerin kişilikleri, çevrelerindeki risk, olanak ve tehlikeleri algılayıp değerlendirebilmeleri, işletmelerin ihracat davranış kararına etki edecektir. İşletme yöneticilerinin yaşı, ihracata bakış açısı, yabancı dil bilgisi, kendine güveni ve pazar şartlarının yönetim üzerindeki etkisinin de ihracat geliştirme sürecinde önemli faktörler olduğu belirtilmiştir (Oktav, Kavas ve Tanyeri, 1990: 37)

2. İhracat Davranışı Karar Verme Sürecinde Etkili Olan Faktörler

İşletmelerin nasıl bir ihracat davranışı ortaya koyacağının belirlenmesinde, ihracat karar verme sürecinde etkili olan faktörler önemli rol oynar. Bu konuda yapılmış birçok çalışma bulunmakta ve çalışmalar neticesinde elde edilen bulguların birbirini destekler nitelikte olduğu görülmektedir.

Bir ekonomide faaliyet gösteren KOBİ'lerde ihracata yönelme gayreti iki grup faktörle açıklanabilir. Birinci grup faktörler, işletme içerisinden ve özelliklerinden kaynaklanan; işletmenin büyüklüğü, ürün çeşitliliği, işletmenin fiziksel ve finansal kaynakları, örgüt yapısı, yönetimin amaçları ve yöneticilerin özellikleri gibi konuları kapsayan mikro faktörlerdir. İkinci grup faktörler ise; işletme dışında ortaya çıkan ve işletme tarafından kontrol edilemeyen; döviz kurları, ekonomik ve ticari politikalar, teknolojik gelişmeler, iç ve dış pazardaki talep koşulları, ülkeler arası sermaye ve işgücü maliyet farklılıkları ve enflasyon oranlarındaki farklılıklar makro faktörler arasında sayılabilir (Kavas, 1983:139-156).

Ülkelerin ekonomik durumları, gelişmişlik seviyeleri, uluslararasılaşma faaliyetlerine bakış açıları aynı olmadığından, ayrıca işletmelerin büyüklükleri, faaliyet kolları ve sahip oldukları özellikler değişiklik gösterdiğinden, her bir işletme farklı ihracat davranışı sergilemektedir. İhracat davranışının belirlenmesinde etkili olan faktörler; mikro belirleyiciler (işletme özelliklerinden kaynaklanan) ve makro belirleyiciler (işletme dışında gelişen ve işletme yönetiminin kontrol edemediği) sınıflandırması altında Tablo 2' de gösterilmektedir (Çavuşgil ve Nevin, 1981:114-119; Aksoy, 2019:55-58; Kavas, 1983:142-144).

Tablo 2. İhracat Davranışının Belirleyicileri

MİKRO BELİRLEYİCİLER	MAKRO BELİRLEYİCİLER
İşletme yapısı (büyüklüğü, yaşı, kaynakları, faaliyette bulunduğu sektör)	İhracatçılar için vergi teşvikleri
İşletmenin rekabet avantajına sahip olması (fiyat, teknoloji veya benzersiz ürün)	Devlet teşvikleri
Karar vericilerin özellikleri ve ihracata karşı tutumu (ihracat tecrübesi, risk alabilmesi, ihracatı risk veya fırsat olarak görmesi)	Yabancı müşterilerden gelen beklenmeyen talepler
Hedef pazarların düzenli olarak ve sistematik bir biçimde araştırması	Döviz kuru politikaları
İşletmenin ihracata bağlılık derecesi	İç pazarda artan rekabet ve talep daralmaları
İhracatın toplam satışlar içerisindeki payı	Ülkelerin ekonomik durumları

Kaynak: Aksoy, 2019:56.

Tablo 2 verilerine göre ihracat davranışlarını belirleyen mikro faktörler;

- İşletme yapısı: Firma büyüklüğü; büyük firmalar genellikle daha fazla kaynak ve uzmanlığa sahip oldukları için ihracatta daha başarılıdır. Firma yaşı ve deneyimi; eski ve deneyimli firmalar, piyasa bilgisine ve uluslararası iş tecrübesine sahip oldukları için ihracatta daha etkili olabilirler. Firma yönetimi ve liderlik; ihracat odaklı bir vizyon ve liderlik, firmanın dış pazarlara açılma isteğini ve başarısını doğrudan etkiler.
- İşletmenin rekabet avantajına sahip olması: Ürün geliştirme ve yenilik yapma yeteneği, firmanın uluslararası pazarlarda rekabet edebilmesi için kritik bir faktördür. Teknolojik gelişmeler ve Ar-Ge yatırımları, ürün kalitesini ve müşteri beklentilerini karşılamada önemli rol oynar.
- Karar vericilerin özellikleri ve ihracata karşı tutumu: Mikro faktörler arasında en önemli olan faktörlerden biri olan karar vericilerin özellikleri ve ihracata karşı tutumları, özellikle ihracata başlama adımıyla çok önemlidir. Karar vericinin insiyatifine ve ihracata bakış açısına göre işletme ihracat davranışı gösterebilir veya iç satış şekline devam edebilir.
- Ürün ve hedef pazar stratejisi: Ürün kalitesi ve fiyatlandırma; ihracat yapılacak pazarlarda ürünün kalitesi ve uygun fiyatlandırması, başarı için temel gereksinimdir. Hedef pazar seçimi; pazar araştırması ve analizine dayalı olarak doğru pazar seçimi, firmanın ihracat başarısını doğrudan etkiler.
- İşletmenin ihracata bağlılık derecesi: İşletmelerin finansal durumları, uluslararası deneyimi, yasal düzenlemelerle ilgili bilgi düzeyi ihracata bağlılık derecesini belirleyen unsurlardır.
- İhracatın toplam satışlar içindeki payı: Bir firmanın uluslararası pazarlardaki etkinliğini

ve dış pazarlara kadar bağımlı olduğunu gösteren önemli bir performans göstergesidir. İhracatın toplam satışlar içindeki payını arttırmak, firmaların stratejik hedefleri arasında yer alır.

Tablo 2 verilerine göre ihracat davranışlarını belirleyen makro faktörler;

- İhracatçılar için vergi teşvikleri: Hükümetler, vergi indirimleri, sübvansiyonlar ve kredi destekleri gibi politikalarla ihracatı arttırmaya çalışır.
- Devlet teşvikleri: Serbest ticaret anlaşmaları, ülkeler arasındaki ticaretin önündeki engelleri kaldırarak ihracatı teşvik eder.
- Yabancı müşterilerden gelen beklenmeyen talepler: Uluslararası pazarlardaki talep seviyeleri, özellikle büyük ekonomilerdeki (ABD, AB, Çin vb.) ekonomik durgunluk veya büyüme dönemleri, ihracat talebini doğrudan etkiler.
- Döviz kuru politikaları: Bir ülkenin para biriminin değerinin artması (apresiyasyon) ihracatı zorlaştırırken, düşmesi (devalüasyon) ihracatı teşvik edebilir. Daha düşük döviz kuru, yerli ürünlerin yabancı pazarlarda daha ucuz hale gelmesini sağlar.
- İç pazarda artan rekabet ve talep daralmaları: İç pazarda meydana gelen yüksek rekabeti ve taleplerde meydana gelen azalmayı avantaja çevirmek için işletmeler ihracata yönelebilirler.
- Ülkelerin ekonomik durumları: Enflasyon oranı; yüksek enflasyon, ihracatçıların maliyetlerini arttırarak rekabet gücünü azaltabilir. Büyüme hızı (GSMH/GSYİH); Yüksek ekonomik büyüme, üretim kapasitesini arttırarak ihracata olumlu katkı sağlar. İşçilik maliyetleri; İşgücü maliyetlerinin yüksek olması, ürün maliyetini arttırarak rekabet gücünü düşürebilir.
- Leonideu ihracat karar verme sürecinde etkili olan faktörlerin üç temel kaynaktan ortaya

çıktığını savunmuştur (Leonideu, 1995:4-25);

- Karar verici: İşletme yöneticisinin bireysel özellikleri, uluslararası deneyimi, beklentileri ve kabiliyeti,
- Organizasyonun özellikleri: Organizasyonun amaçları, işletmenin kuruluş yeri, ürünlerin niteliği, işleminin yaptığı iş tecrübesi ve varsa daha önceki dışa açılma gayreti, hammadde bulunabilirliği,
- Çevresel faktörler: Ekonomik durum, ülkenin altyapı olanakları, devletin ihracat ile ilgili politikaları, üretim kaynaklarının bulunabilirliği.

3. KOBİ'lerin İhracat Davranışları İle İlgili Literatürde Yer Alan Çalışmalar

İhracat davranışı literatürü, özellikle KOBİ'lerin ihracat yapma eğilimlerini ve bu süreçte karşılaştıkları zorlukları anlamak için kapsamlı bir araştırma alanı oluşturur. Bu alandaki literatür, çeşitli teoriler, modeller ve faktörlerle zenginleştirilmiştir. KOBİ'lerin ihracat davranışlarını konu alan çalışmalarla ilgili yapılan literatür taramaları ve elde edilen sonuçlar kronolojik olarak verilmiştir.

Çavuşgil, (1976) 'İşletme özellikleri (örgütsel faktörler) ile ihracat davranışı arasındaki ilişki' adlı çalışmada; firma özellikleri ile ihracat davranışı arasındaki ilişkiyi incelemiş, firma büyüklüğünün ihracat davranışını etkilediğini ancak anlamlı bir ilişki kurulabilmesi için bu büyüklüğün satış miktarı ile ölçülmesi gerektiğini ileri sürmüştür. Bilkey ve Tesar, (1977) KOBİ'lerin ihracat davranışlarının bir aşama modeli desteğiyle açıklandığı çalışmada; ihracatın bir aşamasından diğer bir aşamasına geçildiğinde ihracat davranışının değişiklik gösterebileceği savunulmaktadır. Bulgular; işletmelerin ihracat geliştirme döneminin devam etme doğrultusunda olduğu, incelenen işletmelerin büyüklüğü açısından karar vericilerin kalitesi ve dinamizmi dikkate alındığında, 'boyut' kavramının ihracat davranışı için çokta önemli olmadığı öne sürülmüştür.

Çavuşgil ve Nevin, (1981) 'İşletme içi faktörlerin ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada, 473 adet üretici firmaya anket uygulanmış ve firmaların ihracat pazarlama davranışları "yöneticilerin beklentileri", "ihracat pazarlamasına olan kararlılığın seviyesi", "işletmenin diğerlerine göre farklılık gösteren avantajları" ve "yönetimsel arzu ve amaçların kuvvetli olması" olarak belirtilmiştir. Reid, (1983) 'İşletme özellikleri ile karar verici özelliklerinin ve devlet teşviklerinin ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışması sonucunda; ihracat davranışında en etkili olan faktörün ülke yöneticilerinin ihracat davranışını teşvik etmesi olduğu ortaya konmuştur. Kavas, (1983) 'İhracat davranışlarının makro ve mikro belirleyicileri' adlı çalışmasında, ihracat davranışını işletme düzeyinde açıklamak amacıyla bir model geliştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, devletin ihracat teşvik programlarının işletmeler üzerindeki etkinliğinin önemi vurgulanmıştır. Kedia ve Chhokar, (1985) 'Karar vericilerin tutum ve davranışlarının ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada, makine imalatı ve gıda işleme endüstrilerinde 49 ihracatçının ve 47 ihracatçı olmayan işletmenin yönetsel tutumlarını incelemektedir. Sonuçlar, ihracat yapan ve yapmayan işletmelerin ihracatın maliyetlerini ve risklerini farklı algıladıklarını göstermektedir.

Schlegelmilch, (1986) 'Ülkelere ve işletmelere özgü spesifik özelliklerin ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada, satış hacmi, ar-ge, ülke imajı, işletme imajı, teknolojik üstünlükler, yönetici özellikleri, işletme ölçeği, pazarlama araştırmaları, inovasyon, planlama ve kontrol gibi özelliklerin firmaların toplam satışları içindeki ihracatın payını artırdığı savunulmaktadır. Kaynak, Ghauri ve Bredenlów, (1987) 'Aktif ve pasif ihracat davranışı gösteren KOBİ'lerin ihracat motivasyonları' adlı çalışma İsveç'te farklı illerde faaliyet gösteren dört ihracatçı KOBİ üzerine yapılmıştır. Satışlarının %20'sinden azını ihracat aracılığı ile sağlayan firmaların ihracat davranışı olarak pasif, dış faktörlere odaklanan işletmelerin ise aktif ihracat davranışı sergilediği öne sürülmektedir. Jaffe, Nebenzahl

ve Pasternak (1989) 'İşletmelerin özellikleri, karar vericilerin ihracatla ilgili tutum ve davranışlarının KOBİ'lerin ihracat davranışları ile ilişkisi' adlı çalışmada; yetmiş beş İsrailli KOBİ üzerine yaptığı araştırmada başarılı olan ve olmayan ihracatçı işletmelerin davranışlarını inceleyerek, hangi faktörlerin ayırt edici olduğunu belirlemişlerdir.

Weawer ve Pak, (1990) 'KOBİ'lerin ihracat davranışları ve belirleyicileri' adlı çalışmada; Koreli imalat işletmelerinin ihracat tutum ve davranışları hakkında bilgi sunulmaktadır. Çalışma, ihracat kararları üzerindeki en önemli etkinin ihracat ile ilgili bilgi araştırmak olduğuna dikkat çekmektedir. Moini, (1991) 'Karar vericilerin risk, kâr ve engeller ile ilgili tutum ve beklentilerinin, KOBİ'lerin ihracat davranışları ile ilişkisi' adlı çalışmasında; Wisconsin'de 118 küçük ölçekli imalat işletmesinin ihracatını etkileyen çeşitli faktörleri incelemiş ve işletmelerin ihracata katılımının iki yönüne odaklanmıştır. Birincisi, işletmelerin bazılarının neden ihracat davranışında isteksiz olduğu sorusu, ikincisi, küçük ölçekli işletmelerin ihracat faaliyetlerine engel olan faktörlerdir. Bonaccorsi (1992), firma büyüklüğü ve ihracat davranışı arasındaki ilişkiye yönelik yapmış olduğu araştırmada, firma büyüklüğünün ihracat eğilimiyle olumlu, ihracat yoğunluğuyla olumsuz bir ilişki içinde olduğu verilerini elde etmiştir. Katsikeas ve Morgan (1994) yaptıkları çalışmada 87 adet ihracat yapan firmanın ihracat problemleri algısını firma büyüklüğü ve ihracat pazar deneyimi açısından ele almıştır. Büyük ve ihracat deneyimi iyi olan firmalara oranla küçük ve ihracat deneyimi fazla olmayan firmaların ihracat problemlerini daha güçlü algıladıklarını ortaya çıkarmıştır. Calof, (1994) 'İşletme büyüklüğünün KOBİ'lerin ihracat davranışları ile ilişkisi' adlı Kanadalı üretici KOBİ'ler üzerine yapılan çalışmasında elde edilen verilere göre; büyük firmaların ihracat davranışı gösterme eğiliminin küçük firmalara oranla daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Chaudhry, (1996) 'Karar vericilerinin ihracata karşı tutumları ve devlet desteklerine olan

gereksinimleri ile ihracat davranışları arasındaki ilişki' adlı çalışmada; belirli ihracat uygulamalarıyla ilgili olarak iki yönetici grubu arasında belirli davranışsal farklılıkların bulunduğu sonucu ortaya koyulmaktadır. Crick ve Chaundhry (1996) makalesinde, Asya'da ihracat uygulamalarına ilişkin sonuçlara dikkat çekmekte olup, elde edilen verilere göre; Asya toplumlarında KOBİ'ler genelde bir ailenin en büyük ve erkek bireyi tarafından yönetildiği için firma yöneticisinin ihracat kararında kritik rolü olduğu vurgulanmıştır. Morgan, (1997) 'İhracat davranışını etkileyen faktörlerin sınıflandırılması: proaktif/reaktif' adlı çalışmada, işletmelerdeki karar vericilerin uyarıları yeterli derecede fark etmeleri halinde, ihracatı uygulanabilir olarak düşünebildiklerini savunmaktadır. Wakelin, (1998) 'İnovasyon kapasitesi ile ihracat davranışları arasındaki ilişki' adlı çalışmada; İngiltere'deki firmaların ihracat davranışlarının belirlenmesinde inovasyonun payı ele alınmaktadır. İnovasyon kapasitesinin, işletmelerin ihracat davranışlarını etkilediği savunulmaktadır. İlter, (1999) 'İşletme ölçeği ile ihracat davranışı arasındaki ilişki' adlı çalışmada; işletme büyüklüğünün ihracat davranışı üzerine etkisini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; Ege Bölgesi'ndeki farklı büyüklükteki firmaların işletme yöneticilerinin ihracata karşı tutumlarının benzer olmasından kaynaklı ihracat davranışları arasında belirgin bir fark bulunmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Barrios, Görg ve Strobl (2003) 'Ar-Ge faaliyetleri ile ihracat davranışı arasındaki ilişki' adlı 1990-98 yılları arasında İspanya'daki firmalar üzerine yapılmış olan çalışmada, bir işletmenin Ar-Ge faaliyetinin işletmenin ihracat davranışı üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Günelan, (2003) 'KOBİ'lerin ihracat davranışları ve belirleyicileri' adlı çalışmanın sonuçlarına göre; ihracat davranışlarını etkileyen en temel faktörün, yöneticilerin ihracata bakışı olduğu ve örneklemde yer alan KOBİ'lerin genellikle pasif ihracat davranışı sergiledikleri verileri elde edilmiştir. Gourlay, Seaton ve Suppakitjarak (2005) çalışmada; 1988'den 2001'e

kadarki yılları kapsayan İngiltere hizmet sektörü işletmelerinin ihracat davranışının belirleyicilerini incelemiş ve işletme büyüklüğünün, döviz kurunun ve araştırma yoğunluğunun ihracatçı olma ihtimalini yükselttiğini göstermektedir.

Calabrò vd., (2009) 'Karar vericilerin özellikleri ve ihracata yönelik tutumunun ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı Norveç'teki KOBİ'ler üzerine yapılan çalışmada; karar vericilerin özellikleri ve ihracata bakış açısının, ihracat davranışlarını önemli ölçüde etkilediği görüşü savunulmaktadır. Stoian (2010), çalışmada vaka analizi yöntemi ile dört işletmeyi incelemiş ve yenilikçi olma, risk alma, eğitim düzeyi, uluslararası bakış açısı gibi faktörlerin firmayı ihracata yönlendirmede etkili olduğu sonucuna varmıştır. Stoian ve Rialp- Criado, (2010) 'Karar vericilerin özellikleri ve ihracata yönelik algısının ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada elde edilen verilere göre; yenilikçiliğin, dil becerilerinin KOBİ'lerde ihracat davranışını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Qi, (2012) 'E-ticaretin ihracat davranışı üzerindeki etkisi' adlı çalışmada; e-ticaret uygulamalarının kabul görmesinin, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki üretici firmalar için dünya pazarlarında rekabet ve başarı şansını arttırdığını savunmaktadır. Phan (2013) çalışmada, faaliyetlerini Vietnam'da sürdüren KOBİ'lerden ihracat davranışı gösteren ve göstermeyen KOBİ'lerin tümüyle görüşmüş ve ihracata yönlendiren en önemli faktörün karlılık, en önemli ihracat engelinin ise ekonomik sıkıntılar olduğunu belirtmiştir. Bağcı, (2013) 'Parasal birlik ve maliyetlerin düşmesinin ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada elde edilen verilere göre; Almanya'da parasal birlik sağlandıktan sonra ihracat yapan firmaların arttığı savunulmakta ve maliyetlerdeki düşüşün KOBİ'lerin ihracat davranışlarını olumlu yönde etkilediği belirtilmektedir. Özeltürkay ve Çerçel (2014) Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet gösteren 49 firmaya ihracat engelleri ile ilgili yaptıkları çalışmalarında firmaların algıladıkları başlıca önemli engellerin; firmanın yurt dışı pazarlarını tanınamaması, firmanın ihracat yapmadaki

isteksizliği, uygun acentenin bulunamaması, yetersiz-deneyimsiz personeller ve yönetim olduğuna işaret etmiştir. Fakih ve Ghazalian (2014) Orta Doğu ve Kuzey Afrika bölgesinde yer alan üretici firmaların ihracat davranışlarını etkileyen faktörleri inceledikleri çalışmada; firma büyüklüğü, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ihracat davranışına ve ihracat yoğunluğuna pozitif yönde etkisi olduğu belirtilmiştir.

Rodil, Vence ve Sánchez (2016) 'İnovasyonun ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada elde edilen verilere göre; inovasyon ve ihracat arasında olumlu bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Paeleman, Fuss, Vanacker (2017) 'Finansal ve insan kaynakları bolluğunun, ihracat davranışı ile ilişkisi' adlı çalışmada elde edilen verilere göre, insan kaynakları bolluğu tek başına ihracat davranışını olumsuz bir şekilde etkilerken; finansal ve insan kaynakları bolluğu, ihracat davranışını olumlu bir şekilde etkilemektedir. Bianchi, (2019) 'KOBİ'lerin ihracat davranışlarını olumsuz etkileyen faktörler' adlı çalışmasında; Şili'de ihracat yapan ve ihracat yapmayan KOBİ'ler arasında farklılaşan temel faktörleri belirlemektir. Firmaların önündeki engeller; yönetimin bilgi ve tecrübe eksikliği, devlet desteğinin yetersiz olması, güvenilir distribütör bulmak ve finansal kaynak eksikliği olarak tespit edilmiştir.

4. Diyarbakır'da Faaliyet Gösteren İhracatçı KOBİ'ler Üzerine Bir Araştırma

Araştırma, Diyarbakır'da ihracat yapan KOBİ'lerin ihracat davranışlarını etkileyen faktörler ve ihracat yoğunluğu ilişkisini tespit etmek amacı ile gerçekleştirilmiştir.

4.1. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada yer alan bilgiler 2022-2024 yılları arasında toplanmıştır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak Diyarbakır'da ihracat faaliyeti

gösteren KOBİ'lere uygulanmak üzere çevrimiçi anket yöntemi belirlenmiştir. Kullanılacak anket formu internet üzerinden oluşturulmuştur. Uygulanacak anket soruları 2024 yılı ilk altı ayında KOBİ'lere telefon ve e- posta yoluyla ulaştırılarak çalışma verileri elde edilmiştir. Anket formu oluşturulurken literatürde bulunan çalışmalardan Kahraman (2015) ve Mihoğlu (2019)'un ölçeği araştırma konularının tutarlığı sebebiyle, üzerinde çalışmalar yapılarak kullanılmıştır. Yapılan çalışmada verilerin analizi için SPSS (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı) 22.0 kullanılmış ve güven aralığı olarak %95 değerinde çalışılmıştır.

4.2. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Anket katılımcılarının, ankette yer alan soruları doğru bir şekilde anladıkları, sorulara samimi ve gerçeğe uygun yanıtlar verdikleri varsayılmıştır. Çalışmanın en önemli kısıtlarından birisi ihracat davranışını etkileyen kabul görmüş bir faktörün bulunmamasıdır. KOBİ'lerin kendi dinamikleri ve koşulları olduğundan, ihracat davranışlarını etkileyen faktörlerin tamamı bu doğrultuda değişiklik gösterebilir. Yapılan araştırma kapsamı, zaman ve maliyet kısıtlarından ötürü sadece bir ilde ihracat yapan KOBİ'ler ile sınırlandırılmıştır. İleriki dönemde yapılması planlanan çalışmalarda, farklı illerdeki KOBİ'lerin çalışmaya dahil edilmesiyle kıyaslama yapılabilme olasılığı doğacaktır.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, bir diğer ifadeyle ana kütlelerini; Diyarbakır'da ihracat davranışı gösteren 290 KOBİ oluşturmaktadır. Hedef kitleye yönelik ihracatçı sayısına Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası verilerinden ulaşılmıştır.

Araştırmanın ölçüm araçlarının geçerliliği ve güvenilirliği çeşitli ölçümler yapılarak tespit edilmiştir. KMO test istatistiği için 0,5 üzeri değerler kabul görmektedir (Elma, 2019). Analiz sonucunda elde edilen değer 0,908 olarak ölçülmüştür. Bu değere göre analizde kullanılan

verilerin geçerli olduğu sonucu elde edilmiştir. Güvenilirlik testi için Cronbach's Alpha değeri 0,937 olarak bulunmuştur. Bulunan değer 0,7'nin üzerinde olması kabul görmektedir (Elma, 2019). Hesaplanan değerden araştırmada kullanılan verilerin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu verisine ulaşılır. Araştırmada anakütlenin tamamına veri toplama yöntemi olarak çevrimiçi anket yöntemi ile ulaşmak hedeflenmiştir. Araştırmamızda uygun veya elverişlilik örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem; araştırmaya hız kazandıran bir yöntemdir. Çünkü bu yöntemde araştırmacı, yakın ve erişilmesi kolay olan bir durumu seçer. Bu örneklem yöntemi çoğu zaman araştırmacının diğer örneklem yöntemini kullanma olanağının olmadığı durumlarda kullanılır (Kılıç, 2013;44). Örneklem büyüklüğü yeterliliğini tespit etmek için Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004) çalışmasından yararlanılmıştır. Bu çalışmada yer alan bilgilere göre 1000 evren büyüklüğüne sahip olduğunda 278 örneklem büyüklüğü genelleme yapabilmek için yeterlidir. Anketi Diyarbakır'da faaliyette olan ve ihracat davranışı gösteren 290 adet işletmeden, 91 işletme katıldığı için örneklem sayısı yeterlidir.

4.4. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde Diyarbakır'da ihracat yapan KOBİ'lerin ihracat davranışlarını etkileyen faktörlerin ihracat yoğunlukları açısından farklılıklarını tespit etmek amacı ile Ki-Kare Bağımsızlık testi uygulanmıştır. Araştırmada yer alan iki değişken arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığının tespiti için kullanılan Ki-Kare testinde diğer testlerden farklı olarak, ilişki kurulan değişkenlere ait verilerin her ikisi de sınıflama veya sıralama türünde veriler olabilir. Başka bir ifade ile, bu testte, iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı, değişkenlerin birbirinden bağımsız olup olmadığı veya bir değişkene ait verinin diğer değişkenin farklı kategorilerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği analiz edilir. Elde edilen değerlerin istatistiksel anlamlılık hesaplamalarında, sınır

değer olarak kabul edilen 0.05'den küçük olması ($p < 0.05$) iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, 0.05 değerinden büyük olması ($p > 0.05$) ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık olmadığını gösterir (Gürbüz, Şahin; 2018).

Ki-kare testi, gözlenen frekanslar (G) ile beklenen frekanslar (B) arasındaki farkın istatistik olarak anlamlı olup olmadığı temeline dayanır (Güngör; 2008). Ki-kare testinde, niteliksel olarak belirtilen veriler kullanılır. Ayrıca, ölçümle belirtilen sürekli değişkenler de belli bir dereceden az veya çok olarak nitelendirilerek ki-kare testi uygulanabilir. Veriler, oranlar veya yüzdelikler olarak ifade edilmişse testin uygulanması mümkün değildir. Ki-kare dağılımı, genellikle iki bağımsız niteliksel kriteri test etmek için kullanılır. Sıfır hipotezi (H_0), iki kriterin bağımsız olduğunu; araştırma hipotezi (H_A) ise, iki kriterin arasında ilişki olduğunu ifade eder (Güngör; 2008).

Ki-Kare Değerinin Hesaplanması:

$$\chi^2 = \sum \frac{(G - B)^2}{B}$$

Formülde;

χ^2 : Ki-Kare

G: Her bir gözeteki gözlenen frekans

B: Her bir gözeteki beklenen frekans

Test sonucu gruplar arasında fark bulunduğunda farklılığın nereden ileri geldiğini araştırmaya yardımcı olması bakımından ki-kare değerleri her satır için ayrı ayrı hesaplanır ve sonra bu değerler toplanarak toplam ki-kare değeri elde edilir.

Konu ile ilgili araştırılan hipotez aşağıda verilmiştir: H_4 : KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracat davranışlarını etkileyen faktörler birbirinden bağımsız değildir.

Bu hipotez, on sekiz alt hipotez ile test edilmektedir. Bu alt hipotezler:

H_{4a} : KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ürün fiyatlandırma birbirinden bağımsız değildir.

H_{4b} : KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile hammadde etkisi birbirinden bağımsız değildir.

H4c: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile yatırımın büyüklüğü birbirinden bağımsız değildir.

H4d: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile nitelikli personel birbirinden bağımsız değildir.

H4e: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ürün farklılığı birbirinden bağımsız değildir.

H4f: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile nakliye süresi ve maliyeti birbirinden bağımsız değildir.

H4g: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile pazar büyüklüğü birbirinden bağımsız değildir.

H4h: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile Devlet tarafından sağlanan teşvikler birbirinden bağımsız değildir.

H4ı: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti birbirinden bağımsız değildir.

H4k: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracat bedelini tahsil edememe riski birbirinden bağımsız değildir.

H4l: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile dağıtım/pazarlama kanalları birbirinden bağımsız değildir.

H4m: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile rakiplerin durumu bağımsız değildir.

H4n: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile yabancı dil bilen personel durumu birbirinden bağımsız değildir.

H4o: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile tüketici davranışı birbirinden bağımsız değildir.

H4p: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile çalışma sermayesi birbirinden bağımsız değildir.

H4r: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile bürokratik engeller birbirinden bağımsız değildir.

H4s: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile kur oranları birbirinden bağımsız değildir.

H4t: KOBİ'lerin ihracat davranışı ile Ar-ge harcamaları bağımsız değildir.

İhracat yoğunluğu ile ihracat davranışlarını etkileyen 18 madde arasındaki ilişki ayrı ayrı inceleneceğinden Ki-Kare testi kullanılmıştır.

Tablo 4. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Hammadde Etkisine İlişkin Bağımsızlık Testi

		ÜRÜN FİYATLANDIRMA					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARAR-SIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
“İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATISLARI İÇİNDEKİ PAY”	%10-%30	2	1	11	2	16	32	19,02	0,52
		28,6%	25,0%	34,4%	20,0%	42,9%	35,2%		
	%31-%50	2	1	4	1	9	17		
		28,6%	25,0%	12,5%	10,0%	23,8%	18,7%		
	%51-%70	2	1	3	4	5	15		
		28,6%	25,0%	9,4%	40,0%	13,2%	16,5%		
	%70-%90	0	0	2	2	2	6		
		0,0%	0,0%	6,3%	20,0%	5,3%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	3	1	2	6		
		0,0%	0,0%	9,4%	10,0%	5,3%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	1	1	9	0	4	15			
	14,3%	25,0%	28,1%	0,0%	10,5%	16,5%			
TOPLAM		7	4	32	10	38	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ürün fiyatlandırma arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 3 üzerinde gösterilmiş olup; $\chi^2 = 19,02$ istatistik değerinin 0,05 önem seviyesinde anlamsız olduğu tespit edilmiştir ($p > 0,05$). Başka bir ifade ile, ürün fiyatlandırma ile ihracat yoğunluğu birbirinden bağımsızdır.

Tablo 4. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Hammadde Etkisine İlişkin Bağımsızlık Testi

		HAMMADDE ETKİSİ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARAR-SIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		X²	P
“İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATISLARI İÇİNDEKİ PAY”	%10-%30	1	0	7	6	18	32	25,846	0,171
		14,3%	0,0%	29,2%	40,0%	42,9%	52,2%		
	%31-%50	2	1	4	1	9	17		
		28,6%	33,3%	8,3%	13,3%	23,8%	18,7%		
	%51-%70	2	1	3	4	5	15		
		42,9%	0,0%	12,5%	26,7%	11,9%	16,5%		
	%70-%90	0	0	2	2	2	6		
		0,0%	0,0%	8,3%	6,7%	7,1%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	3	1	2	6		
		0,0%	33,3%	4,2%	6,7%	7,1%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	1	1	9	0	3	15			
	14,3%	33,3%	37,5%	6,7%	7,1%	16,5%			
TOPLAM		7	4	32	10	42	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile hammadde etkisi arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 4 üzerinde gösterilmiş olup; $X^2=25,846$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,171 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğunun hammadde etkisinden bağımsız olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Yatırımın Büyüklüğüne İlişkin Bağımsızlık Testi

		YATIRIMIN BÜYÜKLÜĞÜ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KEŞİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KEŞİNLİKLE ETKİLİYOR		X²	P
“İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATISLARI İÇİNDEKİ PAY”	%10-%30	4	0	13	6	9	32	32,343	0,04
		66,7%	0,0%	46,4%	28,6%	27,3%	35,2%		
	%31-%50	1	2	1	6	7	17		
		16,7%	66,7%	3,6%	28,6%	21,2%	18,7%		
	%51-%70	1	0	2	4	8	15		
		16,7%	0,0%	7,1%	19,0%	24,2%	16,5%		
	%70-%90	0	0	1	1	4	6		
		0,0%	0,0%	3,6%	4,8%	12,1%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	1	3	2	6		
		0,0%	0,0%	3,6%	14,3%	6,1%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	1	10	1	3	15			
	0,0%	33,3%	35,7%	4,8%	9,1%	16,5%			
TOPLAM		6	3	28	21	33	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile yatırımın büyüklüğü arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 5 üzerinde verilmiş olup; $\chi^2=32,343$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,04 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile yatırım büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 6. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Nitelikli Personele İlişkin Bağımsızlık Testi

		NİTELİKLİ PERSONEL					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KEŞİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KEŞİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
“İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAY”	%10-%30	0	3	6	3	20	32	35,458	0,018
		0,0%	37,5%	28,6%	17,6%	46,5%	35,2%		
	%31-%50	1	2	2	6	6	17		
		50,0%	25,0%	9,5%	35,3%	14,0%	18,7%		
	%51-%70	1	3	1	3	7	15		
		50,0%	37,5%	4,8%	17,6%	16,3%	16,5%		
	%70-%90	0	0	3	0	3	6		
		0,0%	0,0%	14,3%	0,0%	7,0%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	0	3	3	6		
		0,0%	0,0%	0,0%	17,6%	7,0%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	9	2	4	15			
	0,0%	0,0%	42,9%	11,8%	9,3%	16,5%			
TOPLAM		2	8	21	17	43	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile nitelikli personel arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 6 üzerinde gösterilmiş olup yapılan incelemede; $\chi^2=35,458$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,018 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile nitelikli personel arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 7. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Ürün Farklılığına İlişkin Bağımsızlık Testi

		ÜRÜN FARKLILIĞI					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KEŞİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KEŞİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	1	2	8	8	13	32	28,122	0,107
		25,0%	33,3%	32,0%	38,1%	37,1%	35,2%		
	%31-%50	1	1	2	6	7	17		
		25,0%	16,7%	8,0%	28,6%	20,0%	18,7%		
	%51-%70	2	1	2	3	7	15		
		50,0%	16,7%	8,0%	14,3%	20,0%	16,5%		
	%70-%90	0	1	2	1	2	6		
		0,0%	16,7%	8,0%	4,8%	5,7%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	1	0	2	3	6		
		0,0%	16,7%	0,0%	9,5%	8,6%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	11	1	3	15			
	0,0%	0,0%	44,0%	4,8%	8,6%	16,5%			
TOPLAM		4	6	25	21	35	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ürün farklılığı arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 7 verileri üzerinde yapılan incelemede; $X^2=28,122$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,107 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile ürün farklılığı arasında anlamlı olmayan bağımsız bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 8. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Nakliye Süresi ve Maliyetine İlişkin Bağımsızlık Testi

		NAKLİYE SÜRESİ VE MALİYETİ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		X ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	3	1	5	10	13	32	41,025	0,004
		50,0%	25,0%	26,3%	47,6%	31,7%	35,2%		
	%31-%50	1	2	1	5	8	17		
		16,7%	50,0%	5,3%	23,8%	19,5%	18,7%		
	%51-%70	1	0	1	4	9	15		
		16,7%	0,0%	5,3%	19,0%	22,0%	16,5%		
	%70-%90	0	1	0	1	4	6		
		0,0%	25,0%	0,0%	4,8%	9,8%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	1	1	4	6		
		0,0%	0,0%	5,3%	4,8%	9,8%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	1	0	11	0	3	15			
	16,7%	0,0%	57,9%	0,0%	7,3%	16,5%			
TOPLAM		6	4	19	21	41	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile nakliye süresi ve maliyeti arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 8 üzerinde gösterilmiş olup yapılan incelemede; $X^2=41,025$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,004 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile nakliye süresi ve maliyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 9. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Pazar Büyüklüğüne İlişkin Bağımsızlık Testi

		PAZAR BÜYÜKLÜĞÜ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEM- İYOR	KARARSIZIM	ETKİLİ- YOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZ- İN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	0	2	8	10	12	32	23,719	0,255
		0,0%	33,3%	34,8%	47,6%	32,4%	35,2%		
	%31-%50	1	2	2	4	8	17		
		25,0%	33,3%	8,7%	19,0%	21,6%	18,7%		
	%51-%70	1	0	2	4	8	15		
		25,0%	0,0%	8,7%	19,0%	21,6%	16,5%		
	%70-%90	1	1	0	1	3	6		
		25,0%	16,7%	0,0%	4,8%	8,1%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	2	1	3	6		
		0,0%	0,0%	8,7%	4,8%	8,1%	6,6%		
BELİRT- MEMİŞ	1	1	9	1	3	15			
	25,0%	16,7%	39,1%	4,8%	8,1%	16,5%			
TOPLAM		4	6	23	21	37	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile pazar büyüklüğü arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 9 üzerinde gösterilmiş olup yapılan incelemede; $X^2=23,719$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde 0,255 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$).

Tablo 10. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Devlet Tarafından Sağlanan Teşviklere İlişkin Bağımsızlık Testi

		DEVLET TARAFINDAN SAĞLANAN TEŞVİKLER					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KEŞİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KEŞİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZ-İN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	4	4	8	2	14	32	30,581	0,061
		33,3%	66,7%	30,8%	15,4%	41,2%	35,2%		
	%31-%50	1	1	7	5	3	17		
		8,3%	16,7%	26,9%	38,5%	8,8%	18,7%		
	%51-%70	3	1	0	3	8	15		
		25,0%	16,7%	0,0%	23,1%	23,5%	16,5%		
	%70-%90	1	0	0	1	4	6		
		8,3%	0,0%	0,0%	7,7%	11,8%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	2	0	2	0	2	6		
		16,7%	0,0%	7,7%	0,0%	5,9%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	1	0	9	2	3	15			
	8,3%	0,0%	34,6%	15,4%	8,8%	16,5%			
TOPLAM		12	6	26	13	34	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

Tablo 10 sonuçlarına göre; $X^2=30,581$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,061 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile devlet tarafından sağlanan teşvikler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 11. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre İhracatın Gerektirdiği Yatırım Maliyetine İlişkin

		İHRACATIN GEREKTİRDİĞİ YATIRIM MALİYETİ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZ-İN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	1	2	14	2	13	32	40,742	0,004
		33,3%	50,0%	42,4%	13,3%	36,1%	35,2%		
	%31-%50	1	1	3	6	6	17		
		33,3%	25,0%	9,1%	40,0%	16,7%	18,7%		
	%51-%70	1	0	1	6	7	15		
		33,3%	0,0%	3,0%	40,0%	19,4%	16,5%		
	%70-%90	0	0	0	1	5	6		
		0,0%	0,0%	0,0%	6,7%	13,9%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	1	3	0	2	6		
		0,0%	25,0%	9,1%	0,0%	5,6%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	12	0	3	15			
	0,0%	0,0%	36,4%	0,0%	8,3%	16,5%			
TOPLAM		3	4	33	15	36	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 11 üzerinde gösterilmiş olup yapılan incelemede; $X^2=40,742$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,004 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 12. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre İhracat Bedelini Tahsil Edememe Riskine İlişkin Bağımsızlık Testi

		İHRACAT BEDELİNİ TAHSİL EDEMEME RİSKİ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		X²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	3	3	11	5	10	32	30,716	0,05
		27,3%	50,0%	37,9%	35,7%	32,3%	35,2%		
	%31-%50	1	2	4	2	8	17		
		9,1%	33,3%	13,8%	14,3%	25,8%	18,7%		
	%51-%70	2	1	2	3	7	15		
		18,2%	16,7%	6,9%	21,4%	22,6%	16,5%		
	%70-%90	2	0	0	2	2	6		
		18,2%	0,0%	0,0%	14,3%	6,5%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	3	0	2	1	0	6		
		27,3%	0,0%	6,9%	7,1%	0,0%	6,6%		
BELİRTMEMİŞ	0	0	10	1	4	15			
	0,0%	0,0%	34,5%	7,1%	12,9%	16,5%			
TOPLAM		11	6	29	14	31	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracat bedelini tahsil edememe riski arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 12'de verilmiş olup; $X^2=30,716$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,05 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p=0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile ihracat bedelini tahsil edememe riski arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 13. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Dağıtım/Pazarlama Kanallarına İlişkin Bağımsızlık Testi

		DAĞITIM PAZARLAMA KANALLARI					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	2	1	8	10	11	32	28,755	0,093
		28,6%	33,3%	30,8%	50,0%	31,4%	35,2%		
	%31-%50	2	2	2	3	8	17		
		28,6%	66,7%	7,7%	15,0%	22,9%	18,7%		
	%51-%70	1	0	2	4	8	15		
		14,3%	0,0%	7,7%	20,0%	22,9%	16,5%		
	%70-%90	0	0	2	1	3	6		
		0,0%	0,0%	7,7%	5,0%	8,6%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	1	0	1	2	2	6		
		14,3%	0,0%	3,8%	10,0%	5,7%	6,6%		
BELİRTMEMİŞ	1	0	11	0	3	15			
	14,3%	0,0%	42,3%	0,0%	8,6%	16,5%			
TOPLAM		7	3	26	20	35	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile dağıtım/pazarlama kanalları arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 13 verileri üzerinde incelenmiş olup; $X^2=28,755$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,093 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile dağıtım/pazarlama kanalları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 14. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Rakiplerin Durumuna İlişkin Bağımsızlık Testi

		RAKİPLERİN DURUMU					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KEŞİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KEŞİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	0	1	8	10	13	32	25,085	0,198
		0,0%	14,3%	26,7%	50,0%	41,9%	35,2%		
	%31-%50	1	3	5	3	5	17		
		33,3%	42,9%	16,7%	15,0%	16,1%	18,7%		
	%51-%70	1	2	5	2	5	15		
		33,3%	28,6%	16,7%	10,0%	16,1%	16,5%		
	%70-%90	0	0	1	1	4	6		
		0,0%	0,0%	3,3%	5,0%	12,9%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	1	1	3	1	6		
		0,0%	14,3%	3,3%	15,0%	3,2%	6,6%		
BELİRTMEMİŞ	1	0	10	1	3	15			
	33,3%	0,0%	33,3%	5,0%	9,7%	16,5%			
TOPLAM		3	7	30	20	31	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile rakiplerin durumu arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 14 üzerinde gösterilmiş olup; $X^2=25,085$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,198 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile rakiplerin durumu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 15. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Yabancı Dil Bilen Personel Durumuna İlişkin Bağımsızlık Testi

		YABANCI DİL BİLEN PERSONEL DURUMU					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KEŞİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KEŞİNLİKLE ETKİLİYOR		X²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	3	2	11	6	10	32	24,822	0,208
		33,3%	18,2%	33,3%	42,9%	41,7%	35,2%		
	%31-%50	2	4	5	2	4	17		
		22,2%	36,4%	15,2%	14,3%	16,7%	18,7%		
	%51-%70	2	2	2	3	6	15		
		22,2%	18,2%	6,1%	21,4%	25,0%	16,5%		
	%70-%90	0	1	3	0	2	6		
		0,0%	9,1%	9,1%	0,0%	8,3%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	1	2	1	2	0	6		
		11,1%	18,2%	3,0%	14,3%	0,0%	6,6%		
BELİRTMEMİŞ	1	0	11	1	2	15			
	11,1%	0,0%	33,3%	7,1%	8,3%	16,5%			
TOPLAM		9	11	33	14	24	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile yabancı dil bilen personel durumu arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 15'de verilmiş olup; $\chi^2=24,822$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,208 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile rakiplerin durumu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 16. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Tüketici Davranışına İlişkin Bağımsızlık Testi

		TÜKETİCİ DAVRANIŞI					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	0	5	8	11	8	32	30,863	0,05
		0,0%	50,0%	25,0%	52,4%	32,0%	35,2%		
	%31-%50	1	3	5	4	4	17		
		33,3%	30,0%	15,6%	19,0%	16,0%	18,7%		
	%51-%70	2	1	3	4	5	15		
		66,7%	10,0%	9,4%	19,0%	20,0%	16,5%		
	%70-%90	0	1	1	0	4	6		
		0,0%	10,0%	3,1%	0,0%	16,0%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	4	1	1	6		
		0,0%	0,0%	12,5%	4,8%	4,0%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	11	1	3	15			
	0,0%	0,0%	34,4%	4,8%	12,0%	16,5%			
TOPLAM		3	10	32	21	25	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile tüketici davranışı arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 16'da verilmiş olup; $\chi^2=30,863$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,05 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p=0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 17. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Çalışma Sermayesine İlişkin Bağımsızlık Testi

		ÇALIŞMA SERMAYESİ					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	3	1	10	4	14	32	41,002	0,004
		60,0%	20,0%	35,7%	20,0%	42,4%	35,2%		
	%31-%50	1	3	0	8	5	17		
		20,0%	60,0%	0,0%	40,0%	15,2%	18,7%		
	%51-%70	1	1	3	5	5	15		
		20,0%	20,0%	10,7%	25,0%	15,2%	16,5%		
	%70-%90	0	0	1	1	4	6		
		0,0%	0,0%	3,6%	5,0%	12,1%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	2	2	2	6		
		0,0%	0,0%	7,1%	10,0%	6,1%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	12	0	3	15			
	0,0%	0,0%	42,9%	0,0%	9,1%	16,5%			
TOPLAM		5	5	28	20	33	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile çalışma sermayesi arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 17'de verilmiş olup; $X^2=41,002$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,004 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile çalışma sermayesi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 18. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Bürokratik Engellerin Etkisine İlişkin Bağımsızlık Testi

		BÜROKRATİK ENGELLER					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	1	4	11	4	12	32	41,705	0,003
		25,0%	40,0%	36,7%	26,7%	37,5%	35,2%		
	%31-%50	2	2	4	5	4	17		
		50,0%	20,0%	13,3%	33,3%	12,5%	18,7%		
	%51-%70	0	2	1	2	10	15		
		0,0%	20,0%	3,3%	13,3%	31,3%	16,5%		
	%70-%90	0	2	1	0	3	6		
		0,0%	20,0%	3,3%	0,0%	9,4%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	1	0	1	3	1	6		
		25,0%	0,0%	3,3%	20,0%	3,1%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	12	1	2	15			
	0,0%	0,0%	40,0%	6,7%	6,3%	16,5%			
TOPLAM		4	10	30	15	32	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile bürokratik engeller arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 18'de verilmiş olup; $X^2=41,705$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,003 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile bürokratik engeller arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 19. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Kur Oranları Etkisine İlişkin Bağımsızlık Testi

		KUR ORANLARI					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	1	0	4	5	22	32	42,878	0,002
		50,0%	0,0%	21,1%	41,7%	38,6%	35,2%		
	%31-%50	1	1	1	5	9	17		
		50,0%	100,0%	5,3%	41,7%	15,8%	18,7%		
	%51-%70	0	0	1	1	13	15		
		0,0%	0,0%	5,3%	8,3%	22,8%	16,5%		
	%70-%90	0	0	1	1	4	6		
		0,0%	0,0%	5,3%	8,3%	7,0%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	0	0	1	0	5	6		
		0,0%	0,0%	5,3%	0,0%	8,8%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	0	0	11	0	4	15			
	0,0%	0,0%	57,9%	0,0%	7,0%	16,5%			
TOPLAM		2	1	19	12	57	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile kur oranları arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları aşağıda Tablo 19 üzerinde verilmiş olup; $X^2=42,878$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,002 olarak bulunmuş olup anlamlıdır ($p<0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile kur oranları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 20. İşletmelerin İhracat Yoğunluğuna Göre Ar-Ge Harcamalarının Etkisine İlişkin Bağımsızlık Testi

		AR GE HARCAMALARI					TOPLAM	Kİ-KARE TESTİ	
		KESİNLİKLE ETKİLEMİYOR	ETKİLEMİYOR	KARARSIZIM	ETKİLİYOR	KESİNLİKLE ETKİLİYOR		χ²	P
İHRACATIN İŞLETMENİZİN TOPLAM SATIŞLARI İÇİNDEKİ PAYI	%10-%30	2	2	9	10	9	32	28,621	0,095
		25,0%	50,0%	30,0%	52,6%	30,0%	35,2%		
	%31-%50	3	1	4	4	5	17		
		37,5%	25,0%	13,3%	21,1%	16,7%	18,7%		
	%51-%70	1	0	2	3	9	15		
		12,5%	0,0%	6,7%	15,8%	30,0%	16,5%		
	%70-%90	0	1	1	2	2	6		
		0,0%	25,0%	3,3%	10,5%	6,7%	6,6%		
	%90 VE ÜZERİ	1	0	3	0	2	6		
		12,5%	0,0%	10,0%	0,0%	6,7%	6,6%		
BELİRT-MEMİŞ	1	0	11	0	3	15			
	12,5%	0,0%	36,7%	0,0%	10,0%	16,5%			
TOPLAM		8	4	30	19	30	91		
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		

KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile Ar- Ge harcamaları arasındaki ilişki için yapılan Ki-Kare Testi Analiz sonuçları Tablo 20'de verilmiş olup; $X^2=28,621$ istatistik değeri 0,05 önem seviyesinde istatistiksel olarak 0,095 olarak bulunmuş olup anlamlı değildir ($p>0,05$). İşletmenin ihracat yoğunluğu ile Ar-Ge harcamaları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Çalışmamız sonucunda elde edilen hipotez sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 21. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Hipotez	Karar
H4a: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ürün fiyatlandırma arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4b: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile hammadde etkisi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4c: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile yatırımın büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4d: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile nitelikli personel arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4e: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ürün farklılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4f: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile nakliye süresi ve maliyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4g: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile pazar büyüklüğü arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4h: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile Devlet tarafından sağlanan teşvikler arasında anlamlı yönde bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4ı: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4k: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile ihracat bedelini tahsil edememe riski arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4l: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile dağıtım/pazarlama kanalları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4m: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile rakiplerin durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4n: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile yabancı dil bilen personel durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4o: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile tüketici davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.
H4p: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile çalışma sermayesi arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4r: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile bürokratik engeller arasında anlamlı ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4s: KOBİ'lerin ihracat yoğunluğu ile kur oranları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmiştir.
H4t: KOBİ'lerin ihracat davranışı ile Ar-ge harcamaları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul Edilmemiştir.

Elde edilen istatistiksel veriler ışığında; ihracat yoğunluğu ile yatırımın büyüklüğü, nitelikli personel, nakliye süresi ve maliyeti, ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti, çalışma sermayesi, bürokratik engeller ve kur oranları arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmada, KOBİ'lerin ihracat davranışını etkileyen faktörlerin ihracat yoğunluğu ile ilişkisi olup olmadığı sorgulanmıştır. Çalışma evrenini Diyarbakır'daki ihracatçı KOBİ'ler oluşturmaktadır. İhracat davranışlarını etkileyen faktörlerden; ürün fiyatlandırma, hammadde etkisi, yatırımın büyüklüğü, nitelikli personel, ürün farklılığı, nakliye süresi ve maliyeti, pazar büyüklüğü, devlet tarafından sağlanan teşvikler, ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti, ihracat bedelini tahsil edememe riski, dağıtım/pazarlama kanalları, rakiplerin durumu, yabancı dil bilen personel durumu, tüketici davranışı, çalışma sermayesi, bürokratik engeller, kur oranları ve Ar-Ge harcamalarının ihracat yoğunlukları ile ilişkisi değerlendirilmek istenmiştir. Çalışma örneklemini Diyarbakır'daki ihracat yapan 91 adet KOBİ'den oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan veriler anket yöntemi ile toplanmıştır ve araştırma sonuçları genel olarak literatürdeki çalışmalara paralellik göstermiştir.

Çalışma sonucunda, ihracat yoğunluğu ile yatırımın büyüklüğü, nitelikli personel, nakliye süresi ve maliyeti, ihracatın gerektirdiği yatırım maliyeti, çalışma sermayesi, bürokratik engeller ve kur oranları arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. İşletmeler özellikle ihracat yoğunluklarını etkilediklerini düşündükleri bu faktörler üzerinden giderek dış ticaret hacimlerini arttırmak için çaba göstermelidirler.

İhracat yapan işletmelerin yaşanabilecek tüm risklere karşı (salgın, doğal afet vb. dahil) finansal yeterliliğini sürekli kontrol altında tutması önerilmektedir. Yaşanabilecek finansal sorunlara karşı işletmelerin kurulmalarına, gelişmelerine ve ihracat etkinliklerinin artırılmasına yönelik kamu destekleri artırılmalı ve geçerlilik kazandırılmalıdır.

KOBİ'lerin ihracat etkinliklerini artırma konusunda, alanında uzman ve ihracatta bilgi sahibi kişi ve kuruluşlardan destek alarak kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Konuyla ilgili sanayi ve ticaret odaları ile birlikte KOBİ'lere seminer ve

eğitimlerin verilmesi ile ihracat konusunda daha çok bilgi sahibi olmaları sağlanabilir.

Yönetim kültürünün revize edilerek, işletme içerisinde yer alan ihracat iş ve işlemleri ile alakalı tüm birimleri düzenli eğitim ve toplantılarla ihracat konusu ürünler ve bu ürünlerde yapılacak yenilikler konusunda (teknolojinin sürekli bir gelişim içerisinde olduğu bilgisini de dikkate alarak) yönlendirmesi önerilmektedir.

İhracat yapmakta olan firmaların ihracat sorunları ile ilgili en önemli ihracat sorununun döviz kurlarındaki dalgalanmalar olduğunu belirtmişlerdir. Döviz kurlarının yükselmesi özellikle döviz ile alınan girdi fiyatlarını yükseltmektedir. Girdi fiyatları yükselen ürünlerin, nihai satış fiyatları artacaktır. Dış ticarete ürün fiyatlarının artırılması yoğun rekabet ortamından dolayı çok zordur. Firmaların girdi fiyatı artmış olmasına rağmen ürün fiyatını artıramaması kendileri için yıkıcı bir etkiye neden olabilmekte ve piyasadan silmeleri ile sonuçlanabilmektedir. Aynı şekilde döviz kurlarının düşmesi durumunda ürünlerinin satışını döviz üzerinden yapan firmaların satış değerlerinin düşmesine neden olacaktır.

Araştırmaya katılan ve ihracat yapmakta olduklarını belirten firmaların büyük bir bölümünün ihracatlarını doğrudan kendi imkanları ile yapmakta olduklarını belirtmişlerdir. Firmaların ihracat birlikleri ve bu birliklerin faaliyetleri ile ilgili yeterli bilgi sahibi olmamaları ayrıca aralarında işbirliği yapabilmeleri veya kümelenme oluşturma tecrübelerinin yeterli seviyede olmaması nedenleri ile dış ticarete bireysel hareket etmelerine neden olmaktadır.

Dış ticarete pazarlama sorunlarının azaltılabilmesi için İhracat Birliklerinin sayısı ve işlerliklerinin artırılması, sektörel birliklerin kurulması ve sayılarının artırılması gerekmektedir. Sektörel dış ticaret birlikleri ve şirketleri sayesinde aynı üretim faaliyetinde veya bu üretim faaliyetlerini tamamlayıcı sektörler arasında iş birliklerinin artması, dünya pazarlarına açılmaları, dış pazarlarda güçlerinin artması ve uzmanlaşmaları sağlanmış olacaktır.

Günümüzde internetin gelişmiş olması nedeni ile işletmelerin birçok dış ticaret sorununun çözümü kapsamında e-ticaret yapmaları ve e-ticaretlerini artırmaları sağlanmalıdır. Özellikle KOBİ'lerin ürünlerini pazarlayabilecek e-ticaret uygulamalarının artırılması sağlanmalıdır. KOBİ'lerin kısıtlı imkânlar ile ürünlerini başka ülkelere pazarlayabilmesi ve başka ülkelerde ürünlerine alıcı bulması zordur. E-ticaret sayesinde KOBİ'lerin ürünleri yüksek yatırım maliyetlerine katlanmak zorunda kalmadan birçok ülkeye kolaylıkla ihraç edilebilecektir. Dolayısıyla KOBİ'lerin dış ticarete payları ve etkinlikleri büyük oranda artmış olacaktır.

Anket katılımcılarının, ankette yer alan soruları doğru bir şekilde anladıkları, sorulara samimi ve gerçeğe uygun yanıtlar verdikleri varsayılmıştır. Çalışmanın en önemli kısıtlarından birisi ihracat davranışını etkileyen kabul görmüş bir faktörün bulunmamasıdır. Diğer bir kısıt ise; işletmenin ihracat yoğunluğunun cevaplayıcı tarafından bilinmiyor veya hatırlanmıyor olmasından kaynaklı, ihracat yoğunluğu ile ilgili soruları tahmine dayalı olarak cevaplandırmış olmasıdır. Yapılan araştırma kapsamı, zaman ve maliyet kısıtlarından ötürü sadece bir ilde ihracat yapan KOBİ'ler ile sınırlandırılmıştır. İleriki dönemde yapılması planlanan çalışmalarda, farklı illerdeki KOBİ'lerin çalışmaya dahil edilmesiyle kıyaslama yapılabilme olasılığı doğacaktır.

Elde edilen sonuçlar ve KOBİ'ler için sıralanan ihracat önerilerinin yanısıra; Diyarbakır'da bulunan ihracatçı KOBİ'lerin dış ticaret hacminin artırılması yönünde Diyarbakır Gümrük Müdürlüğü'nün ortaya koyduğu çalışmalar ve ticaret uygulamaları devam etmekte olup, bu durum ihracatçı KOBİ'lerin Diyarbakır Gümrük Müdürlüğü'nden ihracat yapma alışkanlıklarını arttırarak, özellikle ekonomik ve politik olarak Diyarbakır'a büyük katkılar sağlamaktadır.

Son olarak; bu çalışmada ihracat davranışı kavramının günümüzde var olan öneminden bahisle, önümüzdeki senelerde önem durumunun artarak devam edeceği düşünülmektedir.

İhracat kavramı değerini ve popülaritesini her dönem muhafaza edecektir. Bu nedenle ihracat alanında yapılmış ve yapılacak çalışmalar da benzer düzeyde öneme sahiptir. İhracat davranışı gösteren KOBİ'lerin ihracat etkinliklerinin artırılması konusunda elde ettikleri bilgileri işletme faaliyetlerinin her alanında kullanacakları kanaati ile, ihracat yapmayan veya herhangi bir sebeple yapamayan KOBİ'lere olumlu rol model anlayışı geliştirecekleri düşünülmektedir.

Kaynakça

Aksoy, B. (2019). Kobilerin İhracat Davranışları: Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektöründe Kobiler Üzerine Bir Araştırma. Konya.

Bağcı, K. (2013). Export Behavior Of German SMEs In The Eurozone. *International Economics and Economic Policy*, 10(4), 613–629. doi:10.1007/s10368-012-0227-2

Barrios, S., Görg, H. and Strobl, E. (2003). Explaining Firms' Export Behaviour: R&D, spillovers and the destination market. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 65(4), 475–496. doi:10.1111/1468-0084.t01-1-00058

Basile, R. (2001). Export Behaviour Of Italian Manufacturing Firms Over The Nineties: The Role Of Innovation. *Research Policy*, 30(8), 1185–1201. doi:10.1016/S0048-7333(00)00141-4

Beşeli, N. (1997). KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılabilmesi İçin Alternatif Yöntemler. *İGEME'den Bakış*, Nisan-Haziran, 36–39.

Bianchi, C. (2019). Investigating The Export Behavior Of Family SMEs From Chile: Environmental, Firm And Individual-level Factors. (Edited By: W. Newbury, L. Liberman, and M. Oliveira Jr.), *Contemporary Influences on International Business in Latin America*. Cham: Palgrave Macmillan (155–178). doi:10.1007/978-3-319-98340-0_7

Bilkey, W. J. (1978). An Attempted İntegration Of The Literature On The Export Behavior Of Firms. *Journal of international Business studies*, 9(1), 33–46.

Bilkey, W. J., Tesar, G. (1977), "The Export Behavior Of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms", *Journal Of International Business Studies*, Spring/Summer, vol 8, (93–98).

Bonaccorssi, Andrea (1992), "On The Relationship Between Firm Size and Export Intensity", *Journal Of International Business Studies*, issue 4, vol 23, (605– 635).

Calabrò, A., Mussolino, D. ve Huse, M. (2009). The Role Of Board Of Directors İn The

Internationalisation Process Of Small And Medium Sized Family Businesses. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 3(4), 393–411. doi:10.1504/IJGSB.2009.032259

Calof, J. L. (1994). The Relationship Between Firm Size and Export Behavior Revisited. *Journal of International Business Studies*, 25(2), 367–387.

Chaudhry, S. S. (1996). The Export Behaviour and Assistance Requirements of UK SMEs: The Effect of Ethnicity. Doctoral thesis. De Montfort University. <https://www.dora.dmu.ac.uk/bitstream/handle/2086/4121/391207.pdf?sequence=1>

Crick, D., ve Chaudhry, S. (1996). Export Behaviour of Asian and İndigenous-Owned SMEs in the UK Clothing İndustry: a research note. *International Journal of Entrepreneurial Behavior ve Research*. Vol. 2 No. 1, pp. 77–84. <https://doi.org/10.1108/13552559610110736>.

Çavuşgil, S. T. (1976). Organizational Determinants of the Firm's Export Behavior: An Empirical Analysis, Unpublished Ph.D. Dissertation, University of Wisconsin Madison, U.S.

Çavuşgil, S. T. ve Nevin, J. R. (1981). Internal Determinants of Export Marketing Behavior: an Empirical İntigation. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 114–119. <http://www.jstor.org/stable/31513222>

Çelik, A. ve Akgemci, T. (1998). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler. Ankara: Nobel Kitabevi. Çetin, C. (1996). Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi. İstanbul: Der Yayınları.

Diyanbakır Ticaret ve Sanayi Odası <https://dtso.org.tr/tr/index> (Erişim tarihi: 05.05.2024).

Elma, M. (2019). Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi: Teori ve Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Fakih, A. ve Ghazalian P. L., (2014). Which Firms Export? An Empirical Analysis for the Manufacturing Sector in the MENA Region. *Journal of Economic Studies*. 41 (5): 672 – 695.

Gourlay, A., Seaton, J. ve Suppakitjarak, J. (2005). The Determinants Of Export Behaviour in UK Service Firms. *The Service Industries Journal*, 25(7), 879–889.

Günalan, M. (2003). KOBİ'lerin İhracat Davranışları: Kahramanmaraş Tekstil Sektöründeki KOBİ'lerde Ampirik Bir Araştırma. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Gürbüz, Sait. ve Faruk Şahin. "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri." Ankara: Seçkin Yayıncılık 271 (2018).

İhracat Yönetmeliği (2006). T.C.Resmi Gazete, 26190, 6 Haziran 2006. Erişim Tarihi: 20.05.2023 <https://www.resmigazete.gov.tr/htm>

İlter, B (1999). Firma İhracat Davranışı ve Etkileyen Faktörler. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19–34.

Jaffe, E. D., Nebenzahl, I. D., ve Pasternak, H. (1989). The Export Behavior Of Small and Medium-Sized Israeli Manufacturers. *Journal of Global Marketing*, 2(2), 27–51.

Kahraman, A. Ü (2015, Kasım). Kobilerin İhracat Davranışını Etkileyen Faktörler: Aksaray Organize Sanayii Bölgesindeki Kobiler Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Konya.

Kamaşak, R., Çetin, M., Bulutlar, F. ve Ecevit, E. (2008). İhracatın Sürükleyici Gücü Olarak Tekstil Sektörü: Kahramanmaraş ili örneği. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 115–132.

Katsikeas, Constantine S. ve Robert E. Morgan., (1994), Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience' *Kuropean Journal of Marketing*, Cilt 28, No 5.

Kavas, A. (1983). Firma İhracat Davranışını Etkileyen Faktörler ve İhracat Pazarlaması Yönetimi (Kayseri Bölgesindeki İmalatçı - İhracatçı Firmalar Üzerinde Bir Araştırma). *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(5), 139–156.

Kaynak, E., Ghauri, P. N., ve Olofsson-Bredenlow, T. (1987). Export Behavior of Small Swedish Firms. *Journal of small business management*, 25(2), 26.

Kedia, B. L., ve Chhokar, J. (1985). The İmpact of Managerial Attitudes on Export Behavior. *American Journal of Small Business*, 10(2), 7–17.

Kılıç, S. (2013). Örnekleme Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44–6. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>

Kırdar, Y. (2005). Dış Pazarlara Yönelme Nedenleri ve Stratejileri Coca-Cola Örneği. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 233–245.

Kozlu, C. (1998). Uluslararası Pazarlama (4.Baskı). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı [KOSGEB], (2024). Erişim Tarihi: 20 Nisan 2023, <https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Bagimsiz/GEK.pdf>

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler Yönetmeliği. (2023). T.C. Resmi Gazete, 32201, 25 Mayıs 2023. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/05/20230525-6.pdf> (Erişim tarihi: 06.06.2023)

Leonidou, L. C. (1995). Export Barriers: Non-Exporters Perceptions. *International Marketing Review*, 12 (1): 4 - 25.

Mecek, G.(2020). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Uluslararası Tanımlama Ölçütleri ve Kavramlaştırılması. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 6 (1), s. 29-55.

Mihoğlu, A. B.(2019). KOBİ'lerin İhracat Davranışları: Konya Otomotiv Yan Sanayi Sektöründeki KOBİler Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Konya.

Moini, A. H. (1991). Export Behavior of Small Firms: The Impact of Managerial Attitudes. *The International Executive*, 33(2), 14-20.

Morgan, R. E. (1997). Export Stimuli and Export Barriers: Evidence From Empirical Research Studies. *European Business Review*, 9(2), 68-79. doi:10.1108/09555349710162571

Oktav, M., Kavas, A. ve Tanyeri, M. (1992). İhracatın Geliştirilmesi ve Ortak Pazarlama Grupları. Ankara: TOBB Yayınları.

Özeltürkay, Y. E. ve Çerçel, S. (2014). Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren Firmaların Karşılaştıkları İhracat Engelleri: Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2): 271-286.

Paeleman, I., Fuss, C. and Vanacker, T. (2017). Untangling the Multiple Effects of Slack Resources on Firms' Exporting Behavior. *Journal of World Business*, 52(6), 769-781. doi:10.1016/j.jwb.2017.06.007

Phan, A. H. (2013). An Exploratory Study into The Export Behaviour of Vietnamese Small and Medium Enterprises. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Weelington: Weelington Victoria Üniversitesi.

Pirtini, S. ve Melemen, M. (2004). İhracat Uygulamaları – Pazarlama Yönlü Bir Yaklaşım. İstanbul.

Reid, S. D. (1983). Managerial and Firm Influences on Export Behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 11(3), 323-332.

Rodil, Ó., Vence, X. and Sánchez, M. C. (2016). The Relationship Between Innovation and Export Behaviour: the Case of Galician firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 113, 248-265. doi:10.1016/j.techfore.2015.09.002

Sarıtaş, E. (2012). Uluslararası Pazarlamada İhracat Pazarlama Stratejileri ve Denizli Tekstil Sektöründe Bir Araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Denizli.

Schlegelmilch, B. B. (1986). Controlling Country-Specific and Industry-Specific Influences on Export Behaviour. *European Journal of Marketing*. Vol. 20 No. 2, pp. 54-71.

Stoian, M. C. (2010). Export Behaviour, International Marketing Strategy and Export Performance in Spanish Small and Medium Sized Enterprises. (Yayınlanmış Doktora Tezi) Barcelona: Autonomous University of Barcelona.

Stoian, M.-C. ve Rialp-Criado, A. (2010). Analyzing Export Behavior Through Managerial Characteristics and Perceptions: a Multiple Case-Based Research. *Journal of Global Marketing*, 23(4), 333-348. doi:10.1080/08911762.2010.504522

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB]. (2023). Erişim Tarihi 12.04.2023

<https://www.tobb.org.tr/KobiArastirma/Sayfalar/TRninkOBleriBulteni.php>

Türkiye İhracatçılar Meclisi [TİM]. (2023). Erişim Tarihi: 24.11.2023-03.03.2024 <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>

Wakelin, K. (1998). Innovation and Export Behaviour at the Firm Level. *Research Policy*, 26(7-8), 829-841. doi:10.1016/S0048-7333(97)00051-6

Weaver, K. M., ve Pak, J. M. (1990). Export Behaviour and Attitudes of Small-and Medium- Sized Korean Manufacturing Firms. *International Small Business Journal*, 8(4), 59-70.

Qi, W. (2012). E-commerce and Export Behavior: Evidence From Jiangxi firms. 2012 International Conference on Management Science & Engineering (19th). Dallas, USA:IEEE,153-158. <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?arnumber=6414176>

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Applied Scientific Research Methods. Ankara: Detay Publishing.

Zor, Ü. (2017). KOBİ'lerde Bütçe Uygulamaları: Belirleyici Faktörler Ve İşletme Performansına Etkisi. Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Osman Murat KOÇTÜRK* Yunus BAŞÜRÜN** 

* Sorumlu Yazar, Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, murat.kocuturk@cbu.edu.tr

** Bilim Uzmanı, Bağımsız Araştırmacı, yunusbasurun@windowslive.com

4458 Sayılı Gümrük Kanunu Uygulamalarının Antrepo Rejimi ve Dış Ticaret Açısından İncelenmesi

Öz

Ticaretin küreselleşmesi ile dünya dış ticareti rakamlarının katlanarak büyüdüğü son yıllarda uluslararası ticaretin ülkeler açısından önemi açıkça görülmektedir. Buna paralel olarak artan dış ticaretin yansıması olarak gümrük faaliyetlerinin de aynı hızda artması vazgeçilmez bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Gümrük faaliyetlerinin içerisinde bulunan Antrepo rejimi uygulamaları kapsamında ele alınan bu çalışmada ise, özellikle ithalatçı firmaların yürüttüğü işlemlere ve üretim aşamasında ara mamul ve hammadde tedarik sürecinde antrepo kullanımının önemine değinilmiştir. Üç bölümden oluşan bu çalışmanın birinci bölümünde; antrepo rejimi ile ilgili kavramların tanımlamalarına yer verilerek rejim kapsamında gerçekleştirilen işlemlerin akış süreci ve sistematüğinden bahsedilmiştir. İkinci bölümde ise, dış ticaret işlemlerinde antrepo kullanımı lojistik, depolama, konum, vergilendirme ve üretim alt başlıkları altında ele alınarak irdelenmiş ve ne gibi etkileri olduğuna değinilmiştir. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise, çalışmanın yöntemi olan derinlemesine mülakat tekniği ile gerçekleştirilen görüşmeler neticesinde katılım sağlayarak katkılarını sunan katılımcıların fikirleri aktararak dış ticaret alanında antrepo rejiminin oluşturduğu önemli etkilere değinilerek antrepo kullanımının avantaj ve dezavantajları yorumlanarak aktarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gümrük, Antrepo, Dış Ticaret.

JEL Sınıflama Kodları: B17, F10, N7

An Examination of the Implementation of Customs Code No. 4458 in Terms of the Warehousing Regime and Foreign Trade

Abstract

With the globalization of trade, the importance of international trade for countries has been clearly seen in recent years when world foreign trade figures have grown exponentially. In parallel with this, the increase in customs activities at the same pace as a reflection of the increasing foreign trade is an indispensable fact. In this study, which is addressed within the scope of the warehouse regime applications within customs activities, the importance of warehouse use in the processes carried out by importing companies and the supply of intermediate products and raw materials during the production phase has been addressed. In the first part of this study, which was prepared in three stages; definitions of concepts related to the warehouse regime were included and the flow process and systematics of the transactions carried out within the scope of the regime were mentioned. In the second part, the use of warehouses in foreign trade transactions was examined under the subheadings of logistics, storage, location, taxation and production and its effects were mentioned. In the third and last part of the study, the opinions of the participants who participated and made their contributions as a result of the interviews conducted with the in-depth interview technique, which is the method of the study, were conveyed and the important effects created by the warehouse regime in the field of foreign trade were mentioned and the advantages and disadvantages of warehouse use were interpreted and conveyed.

Keywords: Custom, Warehouse, Foreign Trade.

JEL Codes: B17, F10, N7

To Cite: Koçtürk O. M., Başürün Y. (2024). An Examination of the Implementation of Customs Code No. 4458 in Terms of the Warehousing Regime and Foreign Trade. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*. 12(37). 31-45. doi: 10.70490/gumrukticaretdergisi.1528475



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Extended Summary

Warehouses have great importance in terms of the protection and storage of materials during the supply chain. It provides the owner of the goods with time to eliminate any disruptions that may occur in the supply chain process. Starting from this, the study discusses the use of warehouses in the product supply chain during the import stage under the Warehouse Regime. The positive and negative effects of warehouse have been presented within the framework of laws and regulations. The main factors driving the use of warehouses in the production process have been explained with the support of the participants. Based on the results of the study, the importance of warehouses in terms of foreign trade has been emphasized.

This study investigates the importance of warehouses using different methods and analyses, building on previous sources, and offers a new perspective to the literature with its results. Within the scope of job descriptions, participants have been asked questions about the advantages and disadvantages of warehouse usage. It has been emphasized the differences in the system arising from the regime between the countries of the world and Turkey. As a result of the questions asked participants using the interview technique, the evaluations of the bonded warehouse structure and factors affecting the process in the supply chain are presented in the study.

Based on the findings of the study, the advantages of warehouses have been explained, including aspects of logistics, storage, and taxation processes. One of the key advantages highlighted is the indefinite storage benefit offered for goods. Another key finding of the study is the convenience provided in transit shipments in terms of foreign trade. Compared to other countries, the ability to store goods indefinitely in warehouses during trade delays makes it easier for owners to take action during commercial decision-making

processes. It also helps prevent losses that may occur during the process until reaching the supply point.

When evaluating the warehouse regimes of Turkey's neighboring countries, the similarity of their structure to that of our country contributes to strengthening commercial relations. The similarities in laws and regulations bring countries closer to each other in terms of foreign trade. Besides it creates a foundation for the development of commercial relations and increasing economic gains.

As well as its advantages, based on the information provided by the participants, the excessive legal obligations required when goods are placed in the warehouse are considered as a disadvantage. Additionally, the high guarantees required for goods to be placed in the warehouse act as a deterrent factor in the use of warehouses. Despite legal obligations and financial cost increases, it has been concluded that the positive effects on trade are more prominent.

Within the framework of the study, the creation of value-added products has also been addressed. The process allows for the creation of a final product with added value by securing the supply of raw materials and intermediate goods. The opportunity for indefinite storage provided by warehouses helps prevent the occurrence of external costs during the supply stage. This also helps prevent the consumer facing unwanted price increases when purchasing the final product. Regarding this, warehouses provide an opportunity to evaluate their impact on the supply-demand balance.

The results highlight the benefits provided by warehouses for both local and global economies. Especially in global competition, it is crucial that every development in the supply chain is directly linked to the product. The decisions made during the formation of the final product play a decisive role in the global market. At this stage, the contribution of warehouses to product efficiency

has been evaluated. As a result of the findings from the participants, highlighting the advantages has once again demonstrated the importance of warehouses.

The purpose of the study is to contribute to the literature on related topics and present current issues related to the subject in the sector. As a result of integrating the findings into foreign trade, the aim is to enhance the positive effects of warehouse usage through improved regulations in foreign trade. Participant insights play a crucial role in understanding the impact of warehouses in the economy.

Based on the conclusions, the study proposes several policy recommendations. Considering the importance of warehouses in the supply chain, encouraging an increase in their number lead to positive economic outcomes. Additionally, reducing the legal obligations and guarantee amounts that negatively impact warehouse usage enables the warehouse regime to operate more effectively. Additionally, efforts should be made to strengthen commercial relations considering the similarities in the warehouse regime with neighboring countries. Thus, it not only helps generate positive effects on the national economy but also enables the country to act as a competitive player in the global market.

Giriş

Antrepolar, bağlı bulunduğu gümrük müdürlüğü himayesinde ilgili Bakanlık makamınca işleticisine verilecek olan işletme izni ile faaliyet gösteren ve içerisinde yer alan eşyaların serbest hareket etme kabiliyetinin kısıtlandığı özel gümrüklü alanlar olarak adlandırılmaktadır. Üretim noktasında ara mamul veya hammadde ihtiyacının hâsıl olduğu noktalarda, dış tedarikçilerden destek almanın gerek lojistik gerekse finansal konularda yaşanması muhtemel olumsuz durumlarda antrepo kullanımlarının avantajı önem arz etmektedir. Gümrüklü antrepolar; açılış süreci ile başlayan ve işletildiği süre boyunca ve hatta kapatılması söz konusu olsa dahi kanun ve yönetmelik gereği yapmakla yükümlü olduğu görev ve sorumluluklar çerçevesinde faaliyet göstermektedir. Antrepoların özü gereği normal depolardan farklı olmasından dolayı işleyiş süreci, kişilerin yükümlülükleri ve hatta belirlenen alanlara girebilecek kişilerin bile kanun tarafından belirlenmiş olması gibi özellikleri buradaki faaliyetlerin ekonomik açıdan ne kadar büyük önem arz ettiğini açıkça göstermektedir.

Dış ticaretin canlı bir eylem olduğunu düşünülürse antrepoların bu canlılık altında kendini sürekli yenileyerek güncel tutma zorunluluğu bulunmaktadır denilebilir. Bu çalışmanın amacı çerçevesinde antrepolardaki işlemlerin yeknesaklıktan uzak sürekli değişen ve gelişen kanun ve yönetmelik maddeleri çerçevesinde nasıl yapılması gerektiğine ana hatlarıyla değinilmiştir. Buna bağlı olarak dış ticaret üzerinde ne gibi etkilerinin olduğu ve gerek üretim açısından gerekse katma değer açısından nasıl değerlendirilmeye alınması gerektiği aktarılmak istenilmiştir. Gümrük antrepo rejimini nevi bakımından aslında yapılmak istenilen işlemlerin başlangıcından itibaren sonlandırıldığı süreye kadar geçen zamanda kullanılan ara rejim olarak tanımlamak yanlış olmayacaktır. Ülkeler arası sınırlar her ne kadar belirgin bir şekilde sürekli karşımıza çıksa da dış ticaretin durdurulamayacak şekilde hızla büyüme göstermesi ve istenilen bir

eşyanın veya materyalin elde edilmesi bu sınırların aslında ortadan kalktığını açıkça göstermektedir.

Hazırlanan bu çalışma ile elde edilmek istenilen amaç ekonomik etkili bir rejim olan gümrük antrepo rejimi kapsamında antrepo kullanımının olumlu ve olumsuz yönlerini belirlemek olmuştur. Bu amaç doğrultusunda antrepo kullanımında belirleyici faktörleri tespit ederek bu faktörler üzerinde yoğunlaşarak değerlendirme yapılmıştır. Çalışma içerisinde yer alan başlıklar her ne kadar farklı konular altında yer alarak akademik çalışmalara konu edilmiş olsa dahi konu bütünlüğü açısından ortaya konulan bu çalışma ile daha kapsamlı bir şekilde konu tartışılmıştır. Bu özelliği ile kamu ve özel sektör kanallarının tecrübe

ve düşünceleri araştırmacının yorumlarıyla aktarılmıştır. Yurtdışı Ticaret Müşavirlikleri (18 ülke) ile yapılan görüşmeler neticesinde, Dünya ülkeleri ile kıyaslama yaparak Türkiye’de kullanılan gümrüklü antrepo sisteminin farklılıkları saptanmıştır. En önemli kriterlerden biri olan süresiz depolama özelliği ile birçok ülkeden ayrılan ve bu noktada firmalara zaman kazanımı anlamında önemli bir avantaj sağladığı görülmektedir.

1. Literatür İncelemesi

Literatür incelemesi yapılırken öncelikli olarak Türk dış ticaretinde antrepo rejimi uygulamaları kapsamında kullanılan sistemsal kavramlar ile konu derinliğini etkileyen konular araştırılmıştır. Aynı zamanda Ticaret Bakanlığı yurtdışı temsilcilikleri aracılığı ile antrepo rejim uygulamasının aktif olduğu ülke verilerine erişilerek bunların ışığında ülkeler nezdinde yer alan akademik yayınların bu çalışma ile kıyası yapılmaya çalışılmıştır.

Yılmaz ve Adıgüzel (2022) dış ticaretteki eylemlerin hangi kurallar çerçevesinde yürütüleceğini rejimler kapsamında değerlendirmiştir. Türkiye’nin gümrük rejimleri ile ilgili sorunların incelenmesi üzerine bir çalışma gerçekleştirmiştir. Mete ve Baday Yıldız (2017) gümrük rejimlerinden biri olan antrepo rejimi incelenirken gümrük rejimlerinde yaşanan veya yaşanabilecek olumsuzlukların

saptanmasından faydalanmıştır. Dahilde işleme rejimi kapsamında gerçekleştirilen dış ticaretin cari dengedeki etkisi üzerine araştırma yapmıştır. Çalışma neticesinde, dahilde işleme rejiminin olumlu etkisinin olduğu saptanmıştır. Cebeci ve Yılmaz (2013) Türk dış ticareti üzerinde dahilde işleme rejiminin etkilerini ortaya çıkaran çalışma hazırlamışlardır. Bu çalışma ile varılmak istenilen sonuç 1996-2011 yılları arasında DİR kapsamında yapılan ihracat ve ithalatın toplam dış ticaretteki payını inceleyerek Türk dış ticaretindeki önemine değinmek olmuştur.

Saraç (2010) KKDF'nin Türk ekonomisindeki önemini araştırmıştır. AB uyum sürecinde maliyetleri yükselttiği bilinen bu fonun bütçe gelirlerine ne gibi katkı sunduğunu ele almıştır. Gülerci (2021) antrepo rejimi kapsamında ele alınan gümrüksüz satış mağazaları hakkında; ticaret hukuku açısından bu mağazaların kurulması, faaliyete geçmesi ve hukuki niteliklerini ortaya koyan çalışma hazırlamıştır. Bayra (2020) Türkiye'de Serbest Bölgelerin Rolü ve Antrepo Rejimi adlı çalışmasında antrepoların maliyet avantajı sağladığını ve Türk dış ticaretine katkı sağladığına değinmiştir. Bundan dolayı yabancı firmaların da kullanımı arttıracak şekilde desteklenmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Özeroğlu (2011) dış ticarete dağıtım ve depolamanın küresel dünyaya açılma noktasında önem kazandığına değinerek antrepo rejiminin önemini ifade etmiştir. Yeni pazarlara açılma, hızlı hareket kabiliyeti, anlık müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilme gibi noktalarda dış ticarete antrepo uygulamasının ne denli önemli olduğuna dikkat çekmiştir. Arslandere ve Sayın (2020) küresel rekabet ortamında gelişen dış ticaret operasyonlarında önemli bir rol oynayan antrepoların güvenlik faktörüne değinerek alınması gereken tedbirlerin önem arz ettiğini ifade etmiştir.

Türkiye'de antrepo işletmeciliğinde büyük bir sorumluluk yüklenen işletici firmaların, bir benzeri Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan Yetkilendirilmiş Yükümlü Kılavuzu'nda (2016) da

ifade edildiği gibi antrepoda muhafaza edilen eşyadan işletici olarak sorumlu tutularak yaptırım uygulanabileceği ifade edilmiştir. Kalinicheva ve diğerleri (2016) antrepo rejimi kapsamında Türkiye'de faydalanılan elleçleme, numune alma gibi işlemlerin, eş değer bir şekilde yürütüldüğü Rusya'da da yapılan araştırma kapsamında önemli avantajlar olarak ele alındığı görülmüştür. Lokasyon konusunda kritik bir öneme sahip Türkiye'nin bu durumu avantaj olarak kullanması gerekmektedir. Bentyn ve diğerleri (2019) tarafından ortaya koyulan çalışmada da nitekim benzer bir lokasyona sahip Hırvatistan'ın AB üyeliğinden sonra birlik tarafından bu özelliğinin daha etkin kullanılması yapılan çalışma ekonomik katkısını ortaya çıkarmıştır.

2. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmada dış ticaret sektöründe antrepo kullanımının avantajları ve dezavantajları saptanarak değerlendirilmeye alınmıştır. Her geçen gün ticaretin globalleşerek hayatlarımıza daha fazla bütünüleşmiş bir şekilde gelişerek büyümesine ve bu bağlamda antrepo kullanımının oluşturduğu faktörlerin tespit edilerek pratikte doğurduğu sonuçlara dikkat çekilmek istenilmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemleri altında yer alan Derinlemesine Görüşme Tekniği Metodu kullanılmış, çalışmada antrepo kullanım kapsamında yer alan özel sektör paydaşları ile karar alıcı mekanizma olarak kamuda görevli yetkin kişiler ile gerek yüz yüze gerekse pandemi koşulları göz önünde bulundurularak online şekilde mülakatlar yapılmıştır. Araştırma kapsamında örneklemin belirlenmesindeki en önemli etken olarak antrepo kullanımını göz önünde bulundurulduğu için dış ticaret paydaşları daha özele indirgeyerek birebir bu kullanımdan etkilenen katılımcılar belirlenmeye çalışılmıştır. Yedi katılımcı ile oluşturulan örnekleme hem kamu alanından hem de özel sektör alanından katılımcılar seçilmiştir. (Tablo.1)

Araştırma kapsamı daha detaylı bilgi edinmek

üzere katılımcıların minimum 5 yıllık sektörel çalışmada bulunmaları ana kısıtlayıcı unsur olarak belirlenmiştir. Katılımcıların verdikleri bilgilerin paylaşılmasına onay vermelerine rağmen kimlik bilgileri etik açıdan gizli tutularak kodlama yöntemi ile verileri aktarılmaya çalışılmıştır. Kuramsal örnekleme metodu ile yapılan araştırmada elde edilmek istenilen bilgiler tekrarlayıcı olmaya başladığı esnada yapılan görüşmeler sonlandırılarak elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanmaya başlanılmıştır (Polat, 2022:13).

	Kodlama	Mesleki	Sektör
1	A	20 yıl	Kamu Görevlisi
2	B	9 yıl	Kamu Görevlisi
3	C	17 yıl	Dış Ticaret Şirketi (Beyaz Eşya Sektörü)
4	D	16 yıl	Ticaret Şirketi (Tekstil)
5	E	15 yıl	Ticaret Şirketi (Antrepo)
6	F	20 yıl	Dış Ticaret Şirketi (Gümrük Müşavirliği)
7	G	9 yıl	Emekli Kamu Görevlisi

3. 4458 Sayılı Gümrük Kanunu Çerçevesinde Antrepo Rejimi Uygulamaları

Ticaret; eşya ve hizmetlerin karşılıklı olarak alım/satım yolu ile değişimi olarak nitelendirilmektedir (Frieden ve Rogowski,1996:25). Buna bağlı kalarak uluslararası ticarete alışlagelmişin dışında bir yorum yapılacak olursa, gerçekleştirilmek istenilen ticaret faaliyetinin (eşya, hizmet alım/satım işlemi) ulusal konumdan alınıp uluslararası boyuta küresel hale geçirilmesidir denilebilir. Yani ülkeler arasında döviz karşılığında, taraf ülkelerin kendilerine has ürettikleri -elde ettikleri- eşya veya hizmetleri global hukuk ve gümrük normları çerçevesinde karşılıklı olarak değiştirme eylemidir.

Gümrük mevzuatı, gümrüksel faaliyetlerin hukuki normlar çerçevesinde belirli kriterlere bağlı kalarak nasıl yapılması gerektiği hususunu içermektedir. Bu kriterler; Kanun Hükümleri, Yönetmelik, Genelge, Bakanlar Kurulu Kararları ve Tasarrufları Yazıları içermektedir.

Gümrük Rejimi; söz konusu eşya ve/veya hizmetin Türkiye Gümrük Bölgesine giriş/çıkış işlemlerinin ilgili kanun çerçevesinde vergilendirilerek değerlendirilmesidir. 1996 yılında AB üye ülkeleri ile Gümrük Birliğine taraf olan ülkemizde gümrük rejimi içeriği uyumlaştırma çalışmaları neticesinde yeniden tasarlanarak şekillendirilmiştir. 8 farklı gümrük rejimini içeren Gümrük Rejimleri tablosu Şekil.1'de yer almaktadır.

Şekil 1: Gümrük Rejimleri Tablosu



Şekil.1 de yer alan Gümrük Rejimleri Tablosunda bulunan Gümrük rejimleri, ekonomik etkili olan ve olmayan rejimler olarak iki farklı kategoride incelenebilir;

Ekonomik Etkili Olmayan Gümrük Rejimleri Serbest Dolaşıma Giriş Rejimi, Transit Rejimi, İhracat Rejimi olarak ifade edilebilir. Ekonomik Etkili Gümrük Rejimleri ise Gümrük Kontrolü Altında İşleme Rejimi, Dahilde İşleme Rejimi, Hariçte İşleme Rejimi, Geçici İthalat Rejimi ve Gümrük Antrepo Rejimi olarak sıralanabilir.

4. Dış Ticaret ve Antrepolar

Antrepo gümrük ve ithalat vergilerine tabi olan ancak ödenmesi gereken tutarı henüz kesinleşmemiş olan eşyaların işlemlerinin tamamlanacağı süreye kadar devlet mekanizması

kontrolünde bulunan ve eşyanın serbest dolaşıma gireceği zamana kadar bekletildiği gümrüklü alanlardır. Ticaret Bakanlığı (2023) verilerine göre Türkiye’de bulunan antrepo çeşitleri Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Antrepo Çeşitleri

Genel Antrepo	Özel Antrepo
A Tipi	C Tipi
B Tipi	D Tipi
F Tipi	E Tipi

Tablo 2’ye göre antrepo çeşitleri Genel ve Özel Antrepolar olmak üzere ikiye ayrılmakta, genel antrepolar kendi içerisinde A, B ve F olarak, özel antrepolar ise kendi içerisinde C, D ve E tipi olarak gruplandırılmaktadır. Türkiye’de türlerine göre antrepo sayıları ise, aşağıdaki Tablo 3 de gösterilmektedir.

Tablo 3: Türlerine Göre Antrepo Sayıları

Antrepo Tipi		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022*
Genel Antrepo	A Tipi	601	603	578	606	601	598	607
	B Tipi	2	1	1	2	1	1	1
	F Tipi	2	2	2	1	1	0	0
Genel Antrepo Toplam		605	606	581	609	603	599	608
Özel Antrepo	C Tipi	429	375	367	364	348	332	347
	(GSM)**	175	175	250	287	280	272	283
	D Tipi	0	0	0	0	0	0	0
	E Tipi	4	3	3	3	1	1	1
Özel Antrepo Toplam		608	553	620	654	629	605	631
GENEL TOPLAM		1213	1159	1201	1263	1232	1204	1239

*07.10.2022 tarihi itibarıyla Ticaret Bakanlığı verileri esas alınarak araştırmacılar tarafından derlenmiştir.

**Gümrüksüz Satış Mağazaları değerlerini ifade etmektedir.

Tablo 3 göre genel antrepolar içerisinde en yaygın kullanım A tipi antrepo olarak karşımıza çıkarken özel antrepolar içerisinde ise en yaygın kullanım C tipi antrepo olarak görünmektedir. Buna karşın son verilere baktığımız zaman F tipi genel antrepo ile D tipi özel antrepo kullanımının ise sıfır olduğu görünmektedir. Ayrıca Bölge Müdürlükleri bazında antrepo sayıları ele alındığı zaman ise sayıların yoğun olduğu bölge müdürlüklerinin çoğunlukla sanayileşme oranının yüksek olduğu bölgeler ile limanların olduğu bölgeler gözlenmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2023).

5. Antrepoların Dış Ticarete Etkileri

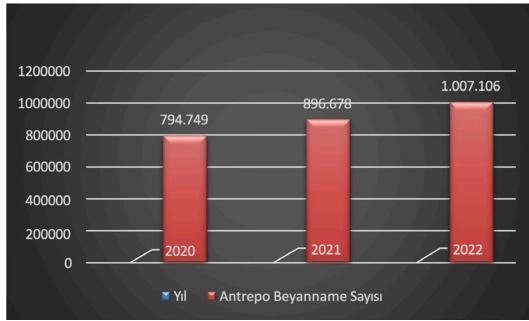
Ticaret eylemlerinde depolama faktörünün büyük bir öneme sahip olduğu kaçınılmaz bir gerçektir. Nitekim dış ticaret eylemlerinde ise antrepo kullanımının avantajlarından faydalanmak büyük önem arz etmektedir. Şekil 2’de Tedarik ve Antrepo süreci görülmektedir. Gösterildiği üzere bir zincirin halkaları gibi lojistik süreç kazanımı, depolama anlamındaki katkısı ve ithalat vergilendirmelerindeki etkisi gibi birçok başlık altında antrepo avantajlarını sıralamak bu bağlamda mümkündür.

Şekil 2: Tedarik ve Antrepo Süreci



Buna göre tedarikçi firmadan yola çıkan bir ürün, taşıyıcı firmaya ardından sınır kapısına, daha sonra antrepolara nakledilmektedir. İşlemleri tamamlanan mal ve eşyalar daha sonra antrepodan çıkarılarak işlemleri sonuçlandırılmaktadır.

Şekil 3: Antrepo Beyanname Sayıları



**Ticaret Bakanlığı verileri esas alınarak araştır-macılar tarafından hazırlanmıştır.*

Şekil 3'te görüldüğü üzere son 3 yıl içerisinde tescil edilen antrepo beyanname sayısında artış yaşanmıştır. Beyanname sayıları baz alınarak antrepo kullanım oranının yükseliş sergilemesi antrepoların dış ticarete önemli bir yer edindiğini göstermektedir.

6. Dünya Geneline Gümrüklü Antrepo Kullanımına Bir Bakış

Dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanılan antrepo sistemi ülkeler bazında Tablo 4'te gösterilmektedir.

6. Dünya Geneline Gümrüklü Antrepo Kullanımına Bir Bakış

Dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanılan antrepo sistemi ülkeler bazında Tablo 4'te gösterilmektedir.

		AVANTAJLAR									DEZAVANTAJLAR						
		Vergi Erteleme	Finansal Katkı	Stratejik Konum	Güvenlik	Tedarik Zinciri	Sınırsız Depolama	Kolay Ticaret	Stok Yönetimi	Ön İnceleme	Nakliye Maliyeti	Yüksek Depo Ücreti	Cezai Yaptırım	Süre Sınırlaması	Yasal Prosedürler	Güvenlik	Teknik Donanım
1	Almanya	+				+		+			+	+		+	+	+	
2	Avusturya	+	+	+	+							+	+	+	+		
3	Azerbaycan	TR benzeri bir uygulama yok.															
4	Belçika	+				+	+	+			+		+		+		
5	Çek	+		+				+			+		+		+		
6	Danimarka	+	+					+				+		+	+	+	
7	Fransa	+	+			+		+			+			+			+
8	Gürcistan	+	+					+				+		+		+	
9	Irak	TR benzeri bir uygulama yok.															
10	İngiltere	+			+			+							+		+
11	İran	+						+				+		+		+	
12	İspanya	+	+				+	+	+		+	+			+		
13	İsrail	+						+	+					+	+		
14	Polonya	+								+		+		+			
15	Rusya	+		+		+			+			+					+
16	Suriye	+						+								+	
17	Ukrayna	+			+			+		+					+	+	
18	Yunanistan	+	+					+				+	+	+	+	+	
		16	6	3	2	4	2	13	3	2	5	9	4	9	10	7	3

Tablo 4'e göre ülkelerin vergi erteleme ve kolay ticaret yapabilme avantajlarından faydalandığı görülmektedir. Yine aynı tablo incelendiğinde, yasal prosedürlerin çok fazla olması ve depo maliyetlerinin yüksek olması en önemli dezavantajlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülke analizlerinden elde edilmek istenilen sonuç, Türkiye'de kullanılan gümrüklü antrepo sisteminin diğer ülkeler ile kıyaslanarak ortak noktalarını ve farklılıklarını belirleyerek sistemi daha aktif bir şekilde kullanmak olmuştur. Ticaret Bakanlığı yurtdışı müşavirlikleri ile yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen bilgiler ile hazırlanan Tablo 4'te dezavantajlar arasında görülen en dikkat çekici özellik süre sınırlaması olmuştur. Ayrıca Türkiye'nin sınır komşu ülkeleri incelendiğinde birçoğunda benzer bir antrepo uygulamasının var olduğu görülmektedir. Buradan hareketle ikili dış ticaret faaliyetlerinde bulunan firmaların Türkiye'de kullandığı sistemin bir benzerinin karşı tarafta olması da oradaki ticari etkinliklerini daha etkin bir şekilde yürüteceğini göstermektedir. Farklı bir ülkenin gümrük kanunlarını tanıma ve ticareti hayata geçirme noktasındaki bu tarz benzerliklerin dış ticareti olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Görüşme analizlerinden elde edilmek

istenilen sonuç, Türkiye’de kullanılan gümrüklü antrepo sisteminin diğer ülkeler ile kıyaslanarak ortak noktalarını ve farklılıklarını belirleyerek sistemi daha aktif bir şekilde kullanmak olmuştur. Bu kapsamda elde edilen sonuçlar neticesinde dezavantajlar arasında görülen en dikkat çekici özellik süre sınırlaması olmuştur.

Dünya genelinde yaygın bir şekilde kullanılan antrepo sistemi ülkeler bazında ele alındığında sonuçlar dikkat çekici olmuştur. Her ülke kendi hukuk mevzuatı kapsamında antrepo sistemini uygulasa da AB üye ülkelerinin çoğunlukla AB mevzuatı kapsamında ortak bir çerçevede değerlendirilmektedir. Bu kapsamda Ticaret Bakanlığı yurtdışı müşavirlikleri ile yapılan görüşmeler neticesinde ele alınan ülkeler Almanya, Avusturya, Azerbaycan, Belçika, Çek, Danimarka, Fransa, Gürcistan, Irak, İngiltere, İran, İspanya, İsrail, Polonya, Rusya, Suriye, Ukrayna ve Yunanistan’dır.

Ülkemizde olduğu gibi eşyanın herhangi bir rejime tabi tutuluncaya kadar gümrük antrepo rejimi kapsamında süresiz şekilde bekletilmesi diğer ülkelerde belirli süreli olarak uygulanmaktadır. Bu kriterin ülkemizde kullanılması firmalara ticari eylemlerinde karar verme aşamasında önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Belirli bir süre sunarak ticari işlemlerin bu süre zarfında gerçekleştirilmesinin istenmesi ve buna bağlı olarak ani verilen kararların ortaya çıkması işletmeleri olumsuz yönde etkileyecektir. Ayrıca Türkiye’nin sınır komşu ülkeleri incelendiğinde birçoğunda benzer bir antrepo uygulamasının var olduğu görülmektedir. Buradan hareketle ikili dış ticaret faaliyetlerinde bulunan firmaların Türkiye’de kullandığı sistemin bir benzerinin karşı tarafta olması da oradaki ticari etkinliklerini daha etkin bir şekilde yürüteceğini göstermektedir. Farklı bir ülkenin gümrük kanunlarını tanıma ve ticareti hayata geçirme noktasındaki bu tarz benzerliklerin dış ticareti olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

1. Bulgular ve Tartışma

Araştırmaya katılan katılımcılar antrepo rejimi kapsamında gerçekleştirilen işlemlerde minimum beşer yıllık mesleki yetkinliklere sahip olan ve rutin iş akışları çerçevesinde bu uygulamadan faydalanan özel sektör çalışanları ile rejim kapsamında yapılan ve/veya yapılacak olan değişikliklerde karar alma mekanizmasında görev alan kamu görevlileri arasından seçilmiştir.

Araştırma sonucu elde edilen bulguların analiz kısmında araştırmacıların görüşlerine yer verirken kodlama yöntemi ile açıklamalar yapılmıştır.

Katılımcıların antrepo kullanımının avantaj ve dezavantajlarına yönelik sorulara verdiği yanıtlar kısaca özetlenmiştir.

A Katılımcısı *“Türkiye’ye getirilen eşya direk ithalata tabi tutulmayacak yani doğrudan doğruya serbest dolaşıma sokulmayacak ise belli bir teminat karşılığı antrepoda sınırsız bir şekilde depolanabilir. Dolayısıyla bu firmalara finansal bir avantaj sağlamaktadır. Eşya bozulmayan bir eşya ise ilerleyen zamanlarda beklide o eşyanın vergi oranları düşecektir veya eşyaya duyulan talep ilerleyen süreçte daha fazla olacaktır. Bunlarda farklı avantajlar sağlamaktadır. Eşyayı Türkiye’ye getirildiği esnada üretime sokmak istenilmeyebilir bu esnada antrepoda tutmak finansman anlamında da avantaj sağlamaktadır. Ayrıca ithalatını yaparak firmanın kendi deposunda bekletmesinden ziyade özelliği olan eşyalar için donatılmış antrepolarda eşyayı tutmak farklı bir avantaj sağlayabilir. Antrepo rejimi transit rejim gibi ara bir rejimdir. Ekonomik etkili bir rejim olduğu için ve bu kapsamda değerlendirilen eşyalar henüz vergisi ödenmediği için bir teminata bağlanmaktadır. Bu teminat ek bir gider kalemi olabilmektedir. Çalışan personelin bilinçli olmaması ve antrepodaki Eşyanın işlemleri bitirilmeden antrepodan çıkarılması adli ve idari yaptırımlar doğuracaktır. Buda bir dezavantaj olabilir.”*

Katılımcının görüşleri neticesinde; özellik arz eden eşyalara vurgu yapılarak firmaların kendi depolarında ekstra maliyet kalemleri oluşturmak yerine hazır teknik donanım ve araç gereç sahibi antrepoların kullanılması, önemli bir gider kalemini ortadan kaldıracaktır. Buna bağlı olarak da vergisel anlamda ikinci bir avantajın sunulması firmaların maliyet düşürücü unsurlarının başında yer almaktadır. Ayrıca finansal anlamdaki bir diğer kazanım ise lojistik maliyet açısından oluşacaktır. Nitekim limanlara yakınlığı ile önem arz eden antrepolara vurgu yapılması lojistik konumlandırma açısından büyük önem göstermektedir. Buna karşın adli bir süreç geçiren antrepo işletmesinin geçici olsa dahi eşya trafiğine kapatılma riski ile karşılaşma olasılığının yüksek olması ve bu bilinçle çalıştırılacak personele sahip olunmaması dezavantaj olarak karşımıza çıkacaktır.

B Katılımcısı *“Antrepo rejimi her şeyden önce ekonomik etkili bir gümrük rejimidir. Ekonomik etkili olması, ekonomik hayata etki eden bir gümrük uygulaması demektir. Yani şirketlerin, firmaların ekonomilerine etki eden bir rejimdir. Antrepo rejiminde eşya ithal edildiği*

zaman vergileri ödenmeden bu alanlarda muhafaza edilerek bekletilmektedir. Dolayısıyla vergisi ödenmeyen zaman dilimi içerisinde firmalar mali açıdan artış yaşamaktadır. Yani ithalat sırasında ödenmesi gereken vergi ödenmiyor ve daha sonra serbest dolaşıma giriş rejimi veya başka bir gümrük rejimine tabi tutulacağı zaman vergisel sorumluluk doğacağı için o tarihte vergi ödenerek eşyanın da antrepoda sınırsız bekleme hakkı saklı olduğundan ve eşya sahibinin eşya üzerinde bu süre boyunca tasarruf hakkı olacağından bu da ciddi bir avantaj sağlamaktadır. Vergiyi erteleme imkânının olması antrepo kullanımının en önemli artışı olacaktır. İkinci bir avantaj ise eşya fiilen TGB de ama vergileri ödenmemiş bir vaziyette de olsa istenildiği anda beyanname verilerek suretiyle eşyanın serbest dolaşıma giriş rejimine tabi tutularak yurtiçine kullanım amaçlı ithal edilmesine imkân tanınacaktır. Yani bu da eşyaya ihtiyaç duyulduğu zaman ulaşım süresinde, temin tedarik sürecinde ciddi bir avantaj sağlayacaktır.” Diğer bir avantaj ise eşyanın gümrük gözetimi ve denetimi altında olmak koşuluyla firmanın kendi antreposunda kendi himayesinde olmasıdır denilebilir. Firmalar kendi bünyelerinde eşyalarını muhafaza ederek olası bir zarar/zıyan durumunu ortadan kaldıracabileceklerdir. Buda farklı bir avantaj sağlamaktadır. Gümrük antrepo rejimi için sayılan bu avantajlar büyük ölçüde tercih konusunda yeterli sebep olacaktır.

Dezavantajları ise; antrepo yönetmek, kurmak ve işletmek hepsinde öte ciddi bir maliyet gerektirmektedir. Antrepo olarak işletilen sahanın tutulması, onun antrepo mevzuatına uygun bir şekilde hazırlanması, şartlara uygun hazırlandıktan sonra bunun muhafaza edilmesinin sağlanması, hepsinden önemlisi kamera kayıtlarının istenilen düzeyde ayarlanıp, hazırlanmış olması bu ciddi bir dezavantaj oluşturmaktadır. Çok ciddi bir maliyet unsuru ortaya çıkmaktadır. Çok ciddi bir gider kalemi oluşmakta ve bu durum firmalarda bazı ciddi bir masraf yüküne sebep olabilmektedir. Özellikle antrepo işletmeciliği yapan firmalarda ciddi bir masraf yüküne sebep olabilmektedir. Genel antrepolar için düşünüldüğünde eşyanın niteliğine ve özelliğine göre ciddi masraf kalemleri ortaya çıkmaktadır. Eşyanın muhafazası özellikle koşulların oluşturulmasını gerektirebilir. Özellikle hassas ürünlerde ve bunların muhafazası için de ciddi bir maliyete katlanmak gerekmektedir.”

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere katılımcı; antrepo rejimi kapsamında sınırsız bir süre ile bekleme hakkına sahip olan eşyanın vergilerinin ötelenerek daha sonra tahsil edilmesinin firmalara önemli bir katkı sunacağına değinmiştir. Bununla birlikte, eşya her ne kadar yurtdışındaki bir eşya

gibi değerlendiriliyor olsa dahi firmaların ihtiyaç duyması halinde temin ve tedarik sürecindeki hızın katkı sağlayarak üretime katkı sunacağını da ifade etmiştir. Yani firmaların kendi bünyelerinde bulunan antrepolarla eşyalarının kendi himayelerinde olması ve nihai ürüne ulaşma noktasında ihtiyaç duyulan ara girdilerin temininde lojistik süreç bakımından bir artış yaşanacaktır. Olumlu yönlerin yanı sıra antrepo kurmanın ve işletmenin zorluklarına da değinerek tesis kurulumunun yüksek tutarlı maliyetler içerdiğini ve bununla birlikte gümrük gözetimi ve denetimi altında bulunan eşyaların hareket kabiliyetinde görev alan nitelikli personellerin maliyetlerinin yüksek olması da dezavantaj olarak ifade edilmiştir.

C Katılımcısı “Antrepolar dış ticaretin ithalat ve ihracatın vazgeçilmez bir parçasıdır. Tedarik zinciri üzerinde aslında mal hareketinin durdurulduğu bir halkadır antrepo. Bu açıdan çok büyük önem arz etmektedir. İthalatçı tarafından bakıldığında antrepo, üretimde çok kritik bir noktaya sahiptir. Özellikle sipariş odaklı on time çalışan firmalarda malzemenin durduğu yani temel malzemenin üretildiği ara girdi malzemelerin bir nevi depolandığı yer olarak kullanılabilir. En büyük avantajlarından biri bu şekilde ifade edilebilmektedir. Şöyle ki eğer herhangi bir müşteri siparişi olduğunda firma o malzemeyi bir sonraki üretim için sınırsız bir süreyle antrepoda muhafaza etme hakkına sahip olmaktadır. Bu anlamda malzemenin gümrük vergisini ödmeden yani onun kati ithalatını yapmadan, stoklara almadan tutulan bir depolama sahası olarak düşünülebilir. Bir sonraki sipariş alındığında hemen gümrük işlemleri tamamlanarak, vergilerini ödeyip, millileştirerek malzeme stoklara alınıp firma stok maliyetlerine de bunu yansıtmadan on time üretime sokulabilmektedir. Bu açıdan büyük faydası var antreponun. Antrepolar bu açıdan üreticiyi çok olumlu yönde desteklemekte, üretim maliyetlerini düşürmektedir. Üretici firmalar açısından depolama maliyetlerini düşürdüğü ve stok giderlerini düşürdüğü için bu açıdan çok büyük etkisi olduğu söylenebilir.”

En önemli dezavantaj ise firma bünyesi dışında kullanımı yapılan antrepoların belirli bir fiyat tarifi olmamasından dolayı maliyet açısından yüksek tutarlı harcama kalemleri oluşturmasıdır. Limanlar ve geçici depolama alanları özellikle bu noktada fiyatlandırma açısından olumsuz etki göstermektedir. Ayrıca sipariş iptali durumunda ilgili eşya yeni bir üretimde kullanılmayacak ve tekrar iade edilemeyecek ise imha edilmek istenmesi esnasında oluşan masraflar ve bürokratik süreçler yaşanan dezavantajlar olarak gösterilebilmektedir. Bu süreçlerin kısaltılarak

daha pratik hale getirilmesi sanayiciler açısından daha olumlu sonuçlar doğuracaktır.”

Katılımcı tedarik zincirine vurgu yaparak antrepo kullanımının bu aşamada nedenli önem arz ettiğini vurgulayarak, sipariş odaklı üretimlerde ihtiyaç duyulan ara girdilerin tedarik sürecinde yaşadıkları zaman kazancının önemine değinmiştir. Bunun yanı sıra kendi firma bünyelerindeki alanları depolamaya ayırmak yerine üretim tesisi olarak kullanarak hem metrekare bazında kazanç elde ettiklerini hem de ödemekle yükümlü oldukları vergileri düşümlü şekilde gerçekleştirerek maliyet açısından artış yaşadıklarını ifade etmiştir. Üretim açısından bu kadar kritik bir şekilde kullandıkları antrepoların belirli bir ücret politikasına sahip olmamalarının firmalarının maliyetleri açısından kimi zaman olumsuz bir etkiye doğurduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte özellikle tasfiye işlemlerinde yaşadıkları bürokratik süreçlerin uzun sürmesi de katılımcının iş akış sürecinin uzamasına ve maliyetlerinin yükselmesine de sebebiyet veren bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

D Katılımcısı “Antrepo kullanımının en büyük avantajı transit ticaret yapma hakkının olması ve vergi avantajı sağlıyor olmasıdır. İthal edilen ürünleri millileştirmeden tekrar yurtdışındaki mağazalara sevk ediyoruz. Yapılan ithalatların minimum %75’i tekrar ihracata konu olduğu için maliyet açısından bir kazanç elde etmekte ve ihracat maliyetlerini düşürmekteyiz. Bu açıdan antrepo kullanımı büyük bir avantaj sağlamaktadır. Lojistik merkezlere yakın antrepo kullanımı ise ayrı bir avantaj sağlamaktadır. Firma olarak antrepolar ihracat amaçlı kullanıldığı için vergisiz işlemler yapabiliyor olunması Türkiye’nin dış ticaretine de avantaj sağlamaktadır. İhtisas gümrüklerindeki antrepoların doluluk oranlarının yüksek olması ithal olarak getirilen ürünlerin limanlarda uzun süreli beklemesine sebep olduğundan oluşan ardiye tutarları yüksek maliyetler oluşturmaktadır. Antrepolar serbest depolar gibi işlemediğinden sürekli gümrük müdürlükleri gözetimi ve denetimi altında olması kimi zaman bürokratik işlemlerin uzamasını ve iş akış hızını yavaşlatabilmektedir. 7/24 çalışan bir antrepoya sahip olmak bu aşamada süreci yavaşlatmaktadır. Bu çalışma saatlerine bağlı olarak da ek iş yükü oluşması firma açısından dezavantaj olarak bir maliyet kalemi oluşturmaktadır.”

Katılımcının deneyimlerini açıklayacak olursak; antrepo kullanım aşamasında yaptıkları ithalatların neredeyse tamamına yakın bir kısmını ihracat odaklı kullandıkları için vergisel anlamda büyük önem arz ettiği vurgulanmıştır. Bununla birlikte transit ticaret hacimlerinin yüksek olması da

antrepo kullanmalarının bir diğer önemli avantajı olmuştur. Bunun yanı sıra sektörel olarak ihtisas gümrükleri ile çalışmak zorunda olduklarından ötürü ihtisas gümrüklerine bağlı antrepoların doluluk oranlarının yüksek olması sebebiyle kimi zaman ithal yüklerini limanlardan çekmekte zorluk yaşadıklarını ve bunun bir sonucu olarak da yüksek tutarlı ardiye ücretleri ödemekle mali açıdan giderlerini arttırdığını ifade etmiştir.

E Katılımcısı “Ülkemizdeki antrepoların büyük bir kısmı serbest dolaşıma giriş maksatlı ve transit ticaret maksatlı kullanılmakta. Yani antrepo sayılarının az olması ve doluluk oranlarının yüksek olması eşya sahibi firmaları getirdikleri eşyaların ithalatını bir an evvel yapmak zorunda bırakmaktadır. Buna bağlı olarak da firmalar oluşan yüksek maliyet giderlerini satacakları ürüne yansıtarak nihai tüketiciye pahalı ürün satarak kapatmaya çalışmaktadır. Türkiye aslında aktarma istasyonu konumunda bulunan bir ülke konumuna sahiptir. Bu yüzden şu an ki antrepo sayısının minimum üç katına çıkarak transit ticaretten gelir elde etmek gerekmektedir. Antrepoculuğu en verimli bu şekilde kullanarak avantaj sağlamak mümkündür. Hiçbir sektöre zararı olmadan aksine sayılarının azalması ile ülke ekonomisinde büyük buhran yaşatabilecek kadar önem arz etmektedir. Örneğin Kuzey’de yaşanan mevcut savaştan dolayı oraya gitmesi gereken eşyalar lojistik açıdan ülkemizdeki antrepolarda istiflenerek zaman kazanımı ve maliyet gideri olarak avantaj sağlamaktadır. Antrepo kullanımının dezavantajı olarak ise antrepo sayılarının artması neticesinde devlet kanadının kontrol mekanizmasında oluşması muhtemel aksaklıklardır. Çünkü antrepo sayılarına bağlı olarak kamuda bir iş yükü oluşacak ve buna bağlı olarak da yapılacak denetimler için antrepo ile ilgili faaliyet gösteren her şubede ek bir personel gider kalemi ortaya çıkacaktır.”

Antrepo iş akış şemasında farklı birimlerde uzun yıllar görev yapan katılımcı antrepoların nedenli büyük bir öneme sahip olduğuna ısrarla vurgu yaparak aslında sayılarının çok daha fazla olmasına değinmiştir. Bununla birlikte Avrupa’da yoğun bir şekilde kullanılan D tipi antreponun ülkemizde faaliyet göstermeye başlaması gerektiğini savunarak bu sayede üreticiye finansal açıdan oldukça yüksek bir katma değer sunacağını ifade etmiştir. Ayrıca jeopolitik olarak çok önemli ve değerli bir konuma sahip Türkiye’nin aslında antrepo kullanımını transit ticaret çerçevesinde ele alarak yeniden değerlendirilmesi ile uluslararası arenada dış ticarete yön verecek kadar yüksek potansiyelin açığa çıkacağını ifade etmiştir.

F Katılımcısı “Antrepolarde eşyanın süresiz bekleme hakkı olduğundan yurtdışından getirilen bir eşyanın antrepo içerisinde bekletilmesi ve yeni bir müşteri bulunana kadar depolanması büyük bir avantajdır. Geçici depolama yerlerinde belirli süreler içerisinde eşyanın bir gümrük rejimine tabi tutularak çıkarılması gerekmektedir ancak antrepolarde böyle bir zorunluluk olmadığı için bu büyük bir avantaj olarak kullanılmaktadır. Geçici depolama yerleri kısa vadeli işlemler için kullanılmaya daha uygun olduğundan antrepolar kısa vadeli işlemler için değil daha uzun süreli beklemesi gereken eşyalar için kullanıldığından amacına daha uygun hizmet etmiş olacaktır.

Katılımcı F'nin aktardığı bilgiler neticesinde çıkarılan sonuç Türkiye'nin konum bakımından lojistik üssü olarak kullanılması ve buna bağlı olarak da transit ticaretin merkezi haline gelmesinin büyük bir kazanım olduğudur. Bununla birlikte antrepo çeşitlerinin aslında dış ticaret firmalarının ihtiyaçlarına göre şekillendiği ve antrepo kullanılma aşamasında öncelikli olarak ihtiyacın belirlenerek buna uygun bir antrepo türünün kullanılmasının hem iş takibi açısından hem de firmaya sağlayacağı maliyet avantajı açısından büyük katkı sağlayacağı önemle vurgulanmıştır. Bu şekilde antrepo kullanmanın ayrıca havalimanı ve gemi limanlarında oluşması muhtemel yüksek tutarlı ardiye ücretlerinin aza indirgenerek mali açıdan katkı sağlayacağı da açıkça ifade edilmiştir.

G Katılımcısı “Antrepoları iki yönden bakmak gerekir. Birincisi devlet kanalı yönünden, ikincisi ise özel sektör ticaret erbabı yönünden. Antrepolar her ne kadar TGB içerisinde bulunsun dahi içerisinde muhafaza edilen eşyalar vergileri bakımından yurtdışındaki eşyalar gibi değerlendirildiği için serbest dolaşıma gireceği zamana kadar devletin gözetimi altında bulunmaktadır. Eşya antrepoya alındıktan sonra; ithalat yolu ile serbest dolaşıma girmesi, bir başkasına devredilmesi, elleçleme işlemine tabi tutulması, transit ticaret kapsamında işlem görmesi veya mahrece iade edilmesi gibi işlemler öncesinde devletin gözetimi altında olduğundan ekonomik etki bakımından önemlidir. Özel sektör açısından olumlu tarafları ise eşyanın antrepoda süre sınırı olmadan bekleme hakkına sahip olmasıdır. Bu hak dış ticaret firmalarına finansal maliyet açısından olumlu bir katkı sunmaktadır. İlgili eşyaya ait vergi ödemeleri gerçekleşinceye kadar finansal güç elde etmek için antrepolar tercih edilmektedir. Özel sektör açısından olumlu tarafları ise eşyanın antrepoda süre sınırı olmadan bekleme hakkına sahip olmasıdır. Bu hak dış ticaret firmalarına finansal maliyet açısından olumlu bir katkı sunmaktadır. İlgili eşyaya ait vergi ödemeleri gerçekleşinceye kadar finansal güç elde etmek için antrepolar

tercih edilmektedir.”

Katılımcının ifade ettiği görüşlerinden de anlaşılabileceği üzere, antrepo kullanımı ticaret erbabına hem maliyet açısından bir avantaj sağlamakta, hem de transit ticaret kapsamında faaliyet gösterirken eşyanın elleçleme işlemi ile yeni bir kazanım elde etmesi açısından ne denli öneme sahip olduğunu sergilemektedir. Bununla birlikte antrepo rejimi kapsamında değerlendirilen eşyanın gözetim altında tutulmasının yaratacağı ekonomik etkiden ötürü önemi de açıkça ifade edilmiştir. Karşılaştırmalı Katılımcı Görüşleri Tablosu Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Karşılaştırmalı Katılımcı Görüşleri Tablosu

		A	B	C	D	E	F	G	
Avantajlar	Vergi/finans	*	*			*	*	*	5
	Teknik donanım	*				*			2
	Konum	*			*	*	*		4
	Taşımacılık maliyeti	*	*						1
	Süresiz depolama	*	*	*			*	*	5
	Tedarik süreci		*	*					2
	Güvenlik							*	2
	Transit ticaret/ihracat				*	*	*	*	4
	Elleçleme						*	*	2
	Ön inceleme	*					*	*	3
Dezavantajlar	Güvenlik	*							1
	Teminat	*	*						2
	Cezai yaptırım	*							1
	Maliyet		*						1
	Teknik donanım		*						1
	Depolama maliyeti			*					1
	Yasal prosedür			*	*	*			3

Buna göre katılımcı görüşlerini daha detaylı analiz etmek mümkündür. Katılımcıların antrepo çerçevesinde yürüttükleri görevleri gereği yönelttilen antrepo kullanımının avantajları nelerdir sorusuna verdikleri cevaplara bakıldığında; Firmalar lehine vergisel anlamda katkı sağlaması ve süresiz şekilde eşya depolanmasının mümkün olması en önemli kriterler olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılara antrepo kullanımının Türkiye dış ticaretini nasıl etkilediği sorusu yöneltildiğinde ise bir diğer avantaj kriterlerinden transit ticaretin

kolay bir şekilde yapılması ve antrepo kullanımının bu açıdan daha etkin kullanıldığı görülmektedir.

Antrepo kullanımının dezavantajları nelerdir sorusu yöneltildiğinde ise, katılımcıların nadir sorunlar ile karşılaştığı aslında antrepo kullanımının firma lehine büyük ölçüde katkı sağladığı görülmektedir. Ancak yasal prosedürlerin fazla olması ve antrepoya alınan eşyaya ait teminat tutarlarının yüksek olması bir olumsuzluk olarak ifade edilmektedir.

Sonuç

Dış ticaret, ülkelerin kalkınmasında, zenginleşmesine, yeni pazarlara açılıp uluslararası söz sahibi olmasına katkıda bulunmaktadır. Bu ticaret sürecinde de ülkelerin ticarette rol alan kurumları ve altyapıları büyük önem arz etmektedir. Bir eşyanın gümrük işlemleri süreci de bu hususta en önemli maddelerden biridir. Gümrüklerde uygulanan Antrepo işlemleri bu işlemlerin en önemlilerinden olup çalışmanın temelini oluşturmaktadır.

Dış ticaret faaliyetinde bulunan firmalar açısından sıkça karşılaşılan temel sorun vergilendirme olarak karşımıza çıkmaktadır. Tam olarak bu noktada antrepo kullanımının yaygınlaştırılması, vergileri erteleme imkânı sunduğu için önem arz etmektedir. Taşımacılık olarak düşünüldüğünde ise ihtiyaç duyulan eşyanın temin/tedarik aşamasında üretimde oluşması muhtemel gecikmeleri önlemek adına antrepo kullanımı önemli bir katkı sağlayacaktır. Hız faktörü her geçen gün firmalar açısından daha fazla önem kazanmakta ve firmaların sürekliliği noktasında etkin rol oynamaktadır. Antrepo kullanımı firmanın fiyat belirleme politikasında etkin bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Üretici firmaların tesislerinde özel depolama alanları kullanmak yerine her metrekaresinde üretim yapma arzusu hem katma değerli eşya üretilmesi hem de üretimin artması yönünde kritik bir değere sahiptir. Türkiye'nin dış ticaretinde ihracatın ne denli önemli olduğu ve artış gösterdiği açıkça bilinmektedir. Ancak artan ihracat değerlerinin ithalata bağlı bir şekilde artış göstermesi dolaylı yoldan dahi olsa antrepo kullanımının katkı sunacağını göstermektedir. Antrepo kullanımı dahilinde işleme rejimine benzer özellikte kullanılabildiğinden, önemli bir avantaj olmaktadır.

Tüm katılımcılar ile yapılan görüşmelere istinaden varılan sonuçlar, antrepo kullanım oranının yüksek olması üretici açısından her zaman finansal açıdan büyük katkı sağlayarak mali güç konusunda destekleyici olacağı kanaatine varılmıştır. Vergisel anlamda firmaların bütçelerinde oluşabilecek

yüksek miktarlara harcama kalemlerinde görülen düşüş ise nihai tüketiciye ulaşan ürün özelinde fiyatlara yansarak lehte bir durum sergilemektedir. Bununla birlikte, antrepo rejiminin ara rejim olmasından kaynaklı doğası gereği transit rejime de destek olması aslında hem firmalar açısından hem de ülke ekonomisine sağlayacağı katkı açısından büyük önem arz etmektedir.

Özellikle lojistik konumlandırmaları doğru yapılan antrepoların üretim sürecindeki zincir halkalarını birbirine bağlama noktasında, yine hem maliyet hem de zaman kazanımı açısından da değerini ortaya koymaktadır. Zaman kazanımı ile üretimdeki süreklilik devam edeceğinden ticaretin sektöre uğramaması da yine mali açıdan gider kalemlerinde azalma yaşanmasını sağlayacaktır. Ancak antrepoların ekonomik bağlamda sağladığı bu avantajları ele alırken hem işletici firma adına hem de kullanıcı firmalar adına yaşanması muhtemel olumsuzluklar göz ardı edilmeden gerekli önlemler kapsamında faaliyet göstermesi daha kapsamlı ve sürekli fayda sağlaması açısından kritik bir değere sahiptir. Nitekim çok basit görünmesi muhtemel antrepo sahasında çalışacak personel seçimi konusu, mevzuat gereği sağlamakla yükümlü teknik gerekliliklerin eksikliği veya yanlış tercih edilmesi bile ciddi yaptırımların uygulanmasına zemin hazırlayabilmektedir.

Sonuç olarak dış ticaret işlemlerine baktığımızda antrepo kullanımı firmalar açısından yüksek tutarlı harcama kalemlerini ortadan kaldırmaktadır. Bu maliyetlerin azaltılması antrepoların verimli ve etkin kullanımı aşamasında belirleyici faktör olmaktadır. Antrepoların dış ticarette aktif rol oynaması ve katma değerli ürün elde etme konusunda ekonomik etki yaratacağı yönündedir. Özellikle nihai ürüne erişimde maliyet düşürücü faktörlerin başında yer alan antrepolar bu etkileri sayesinde tüketiciye yansıyan fiyat bazında kritik bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca, Türkiye'nin jeopolitik konumunu göz ardı etmeden daha etkin bir şekilde kullanarak mevcut antrepo sayılarını arttırmaya yönelik bir girişimde bulunmak transit ticareti geliştirecektir. Bu gelişim ile AB ülkelerine kıyasla tedarik zinciri ve depolama alanlarında dış ticarete yön veren ülke olma özelliğini ortaya koyacaktır.

Bu veriler ışığında varılmak istenilen netice, antrepoların mevcut sistem içerisinde verimli kullanılıp kullanılmadığını tespit ederek küresel rekabet ortamında ülke ekonomisi adına ne gibi kazanımlar sağlayacağıdır. Mevcut antrepo sayılarının artırılmasının teşvik edilmesi ve yasal prosedürlerin daha aza indirilmesiyle kullanılan

antrepo sisteminin büyük ölçüde dış ticarete yön verecek kadar etkili bir rejim olduğu tespit edilmiştir.

Antrepoların ülke ekonomisi, küresel rekabet gibi alanlarda etkilerinin incelendiği çalışmanın literatür araştırmasında ülkemizde bu alanda yeterli çalışma olmadığı görüldüğünden, gelecek çalışmalarda rekabet ve teşvikler üzerine incelemeler yapılması ve ülke ekonomisine sağlanabilecek muhtemel faydalar ile ilgili çalışmalar yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- AEO Guidelines (2016) https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2017-03/aeo_guidelines_en.pdf (Erişim Tarihi: Ocak 2023)
- Arslandere, M. ve Sayın, A. A. (2020). Dış Ticarete Antrepoların Güvenli ve Etkin Yönetilmesi Kapsamında Kamera Sistemi Uygulamaları. *Turkish Studies Economy*, 749-766, 2.
- Bayram, O. (2020). Türkiye'de Serbest Bölgelerin Rolü ve Antrepo Rejimi. *Akademisyen Yayınevi*.
- Bentyn, Z., Luetić, A. ve Šerić, N. (2020). Hırvatistan Cumhuriyeti'nin lojistik performansına dayalı iş stratejilerinin geliştirilmesi. *Ekonomski Vjesnik/Econviews-Çağdaş İşletme, Girişimcilik ve Ekonomik Sorunların İncelenmesi*, 33 (1), 133-149.
- Cebeci, A. K. ve Yılmaz, M. (2013). Dahilde İşleme Rejimi ve Türk Dış Ticareti
- Frieden, J. A., & Rogowski, R. (1996). The impact of the international economy on national policies: An analytical overview. *Internationalization and domestic politics*, 15(1).
- Gülerci, A. F. (2021). Türk Hukukunda ve Karşılaştırmalı Hukukta Gümrüksüz Satış Mağazaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 23(2), 1057-1100.
- Kalinicheva, V., Dmitriev, S., Drigo, M., Kazimirova, N., Nikitina, A. and Igolnikova, I. 2016. Features Logistics Customs Warehouses in the Integration of the World Economy and the Globalization of Business. *International Review of Management and Marketing*, 6, 1S (Feb. 2016), 148-152.
- Mete, E. ve Yıldız, E. B. (2017). Dahilde işleme rejimi ve cari denge: Türkiye için sektörel bir analiz. *The Journal of International Scientific Researches*, 2(7), 38-51.
- Özeroğlu, A. İ. (2011). Dış ticaret ve antrepo rejimi. *Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (22), 33-38.
- Polat, A. (2022). Nitel Araştırmalarda Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Soruları: Soru Form ve Türleri, Nitelikler ve Sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>
- Saraç, M. (2010). Türkiye'nin KKDF gerçeği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (47), 153-172.
- Ticaret Bakanlığı, (2023) Antrepolar ve çeşitleri <https://ticaret.gov.tr/gumruk-islemleri>
- Ticaret Bakanlığı, (2023) Antrepo Sayıları <https://ticaret.gov.tr/data/62138a6a13b87612080b4e46/ANTREPO%20SAYILARI.pdf>
- Yılmaz, B. N. ve Adıgüzel, M. (2022). Türkiye'nin Gümrük Rejimi İle İlgili Sorunların İncelenmesi. *Working Paper Series*, 3(1), 25

Sevil Haziyeva* 

* Corresponding Author, LL.M Candidate, University of Saarland, heziyevasevil19@gmail.com

Azerbaycan'ın Yeşil Ekonomiye Geçiş Hazırlığının Değerlendirilmesi: “Yeşil Gümrük” Kavramının Hukuki Analizi

Öz

Önceki yıl Azerbaycan Cumhuriyeti, prestijli uluslararası iklim etkinliği olan COP29'a ev sahipliği yaparken eş zamanlı olarak 2024 yılını “Yeşil Dünya için Dayanışma Yılı” olarak ilan etmiştir. Bu önemli gelişmeler, özellikle ithalata bağımlı ekonomisi çerçevesinde Azerbaycan'ın gümrük uygulamalarının yeşil ekonomiye geçişi kolaylaştırma düzeyine ilişkin kritik bir soruyu gündeme getirmektedir: Azerbaycan'ın gümrük mevzuatı, yeşil ekonomiye geçişi desteklemeye ne ölçüde hazırdır? Bu çalışma, Azerbaycan gümrük otoritelerinin yeşil ekonomi ilkeleriyle uyum sağlama çabalarını incelemektedir. Mevcut çerçevenin avantajları ve sınırlılıkları ele alınarak, Dünya Gümrük Örgütü tarafından geliştirilen Yeşil Gümrükler Eylem Planı kapsamlı bir şekilde değerlendirilecektir. Bu plan, üye ülkeler için metodolojik rehberlik sağlamakta olup, çalışma Azerbaycan'daki mevcut gümrük uygulamalarının bu plana ne ölçüde uyum sağladığını analiz edecektir. Ayrıca, makale Azerbaycan'ın 2030 yılına kadar gerçekleştirmeyi hedeflediği Ulusal Kalkınma Önceliklerini değerlendirmekte ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek için gümrük otoritelerinin atması gereken adımları ortaya koymaktadır. Son olarak, mevcut Azerbaycan mevzuatı ayrıntılı bir şekilde incelenerek “Yeşil Gümrükler” sürecini ilerletmek için gerekli eylemler belirlenmekte ve bölgesel iş birliği için potansiyel fırsatlar önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gümrük, COP29, Yeşil Ekonomi, Çok Taraflı Çevre Anlaşmaları, Yenilenebilir Enerji, Dünya Gümrük Örgütü.

JEL Sınıflama Kodları: K32, P28.

Assessing Azerbaijan's Preparedness for Transitioning to a Green Economy: A Legal Analysis of the “Green Customs” Concept

Abstract

In the previous year, the Republic of Azerbaijan hosted the prestigious international climate event - COP29 while simultaneously designating 2024 as the “Year of Solidarity for the Green World.” These significant milestones prompt an essential inquiry into the preparedness of Azerbaijan's customs practices, particularly in its import-dependent economy: to what extent are Azerbaijan's customs regulations ready to facilitate a transition towards a “green” economy?

This study examines the efforts made by Azerbaijan's customs authorities to align with green economic principles. It will look at the advantages and limitations of the current framework and conduct a comprehensive review of the Green Customs Action Plan developed by the World Customs Organization. The plan provides methodological guidance to member countries, and this study will scrutinize how well current customs practices in Azerbaijan adhere to this plan.

In addition, the article assesses Azerbaijan's National Development Priorities to be accomplished by 2030 and outlines the steps customs authorities need to take to support sustainable development. Finally, the article thoroughly reviews current Azerbaijani legislation, outlining the necessary actions to progress “Green Customs” and suggesting potential opportunities for regional collaboration.

Keywords: Customs, COP 29, Green Economy, Multilateral Environmental Agreements, Renewable Energy, World Customs Organization.

JEL Codes: K32, P28.

To Cite: Haziyeva, S. (2025). Assessing Azerbaijan's Preparedness for Transitioning to a Green Economy: A Legal Analysis of the “Green Customs” Concept. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 12(37), 46-56. doi: 10.70490/gumrukticaretdergisi.1556767



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Introduction

In many developing countries working to ensure the transition to a "green" economy, it is possible to find the practice of "greening" customs operations, and that is called "Green Customs". What does "Green Customs" mean, and why is it important? "Green Customs" involves integrating environmental protection principles into customs practice to ensure environmental sustainability during customs procedures. The primary objective of Green Customs is to minimize environmental impact during customs operations.

The primary document that officially defines the term "Green Customs" and outlines the most important tasks to be accomplished in this field is the Green Customs Action Plan (after this, "Action Plan") (WCO, 2023, p.1). It was adopted at the 88th Session of the World Customs Committee Policy Commission and the 141st/142nd Session of the Council in 2023 (WCO Council Session, 2023). This document sets a 1-year short-term goal to prepare an Action Plan for implementing green customs practices, along with 3-year long-term goals (WCO, 2023, p.1). At the same time, in that plan, the term "Green Customs" is defined as follows (WCO, 2023, p.2): "Green Customs refers to the measures that Customs administrations can take or develop to reduce their own environmental footprint ("being"), to protect the environment and facilitate green trade ("doing"), and to test transformative ideas towards sustainability excellence ("innovating"), and by doing so drive progress on the related United Nations Sustainable Development Goals."

Here "Being" concerns measures to green the Customs administrations themselves, and "Doing" concerns Customs measures to "green" trade (WCO, 2023, p.2). "Innovating" points out innovative thinking and transformative measures in daily customs operations (WCO, 2023, p.2). Furthermore, generating environmental benefits through digitalization and paperless procedures, enforcing Multilateral Environment Agreements (MEAs) and domestic environment-related regulations, and implementing trade facilitation measures for environmentally friendly goods are considered the most common components of the definition of "Green Customs" (Qin, 2023, p.8).

Following the above, in this article, the work done in the Republic of Azerbaijan in all three directions defined in the Action Plan's "Green Customs"

concept – "Being", "Doing", and "Innovating" will be reviewed in detail, and existing shortcomings will be highlighted. Relevant suggestions about the role of "Green Customs" in the construction of the national environmental policy of the Republic of Azerbaijan, as well as the measures to be taken, will be given. Furthermore, the possibilities of regional cooperation in the "Green Customs" field of Azerbaijan will be explored, and proposals will be made regarding Azerbaijan's membership in relevant initiatives.

1. The Triadic Phases of Green Customs Formulation: An Analytical Framework

1.1. The "Being" Phase in the Formulation of Green Customs

As mentioned in the Introduction, the Action Plan developed by the World Customs Organisation (after this, "WCO") envisages three main phases for the formation of "Green Customs": "Being," "Doing," and "Innovating." The first phase of this plan, "Being," will be discussed in the current part of the article.

"At the national level, customs administrations are now key players in national environmental policy", said the Action Plan (WCO, 2023, p.1). The first step in establishing the discussed policy is to take appropriate measures in this field within the state institutions that must implement that policy. For this reason, "Being", the first phase in the transition to "Green Customs", is considered to be the "greening" of the customs authorities themselves. For this, in the "Being" phase, the measures, such as initiating Key Performance Indicators (KPIs) and tools to measure environmental performance, capacity building to "green" the customs administrations themselves, and familiarizing customs officials with measures such as sound environmental management principles are planned (WCO, 2023, p.3).

Concerning the indicated directions of activity, the most critical work done in the Republic of Azerbaijan from the aspect of "Being" can be considered the "Rules for using the electronic information system of customs authorities" approved by the Decision of the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan (Cabinet of Ministers, 2012). Adopting the mentioned Decision determined that the electronic exchange of documents and

information between the customs authorities and state authorities, authorized economic operators, business entities, and the customs authorities will be carried out (Cabinet of Ministers, 2012, art. 1.1.3). The Single Automated Management System (VAIS), as determined in Article 3.3 of the Decision, is to be created to implement this goal. This system provides document circulation between local customs agencies and electronic staff and manages enterprise resources (Cabinet of Ministers, 2012, art. 3.3). Creating such a system is one of the most critical steps taken to implement paperless technology within the customs administration, one of the main goals of “Green Customs”, that is, to “green” the customs administration itself (State Customs Committee, 2023).

On the other hand, gaps are felt in the measures taken to educate customs employees, considered one of the leading indicators of the “Being” phase. Thus, although some innovative measures such as the “Green Customs Initiative” and meetings with representatives of international organizations and officials of other countries have been held in this field, unfortunately, a legal and practical basis has not been created for increasing the knowledge of customs officials about “Green Customs” (State Customs Committee, 2024; State Customs Committee, 2022). This ignorance can be considered a violation of the requirements defined in the legislation regarding the education of employees by the heads of customs bodies. Thus, under clause 4 of the “Exemplary Internal Disciplinary Rules of Customs Authorities of the Republic of Azerbaijan” approved by order of the Board of the State Customs Committee, the executive officer should take all necessary measures to increase the required professional knowledge of employees under his leadership and for their proper assimilation of the requirements of the legislation (State Customs Committee, 2023). For this reason, it is necessary for the executives of the customs authorities to study the “Green Customs” practice in detail and to take measures for their subordinates to study it as well. The essence of this mechanism can be expressed with the words, “You Can’t Teach What You Don’t Know”, said Katharina Joyce Watson (Watson, 2018).

Another measure envisaged in the “Being” phase is the creation of Key Performance Indicators (KPIs) and tools to measure environmental

performance. According to the current information on the customs practice, although no measures have been taken in this direction other than the mechanism for the electrification of customs transactions, it will be helpful for the State Customs Committee to establish an internal Environmental Management System (EMS) specified in the ISO 14001 series of standards to further “green” its internal activity (Urban Environmental Management, 2015). So, the ISO 14001 voluntary environmental management standards and guidelines are intended to be practical, useful, and usable for companies or organizations of all sizes (Urban Environmental Management, 2015). Also, the implementation of ISO 14001 is cyclical, requiring the development of a comprehensive environmental policy, a planning process to operationalize the policy, its implementation and operation, checking and implementing corrective action if needed, and management review (Urban Environmental Management, 2015).

In countries such as Japan and Sweden, many government agencies and local self-government organizations have established this system in a multifaceted manner at the local level, which helps them adopt sustainable practices (Srinivas, 1999; Alpenberg & Wnuk-Pel, 2022). By following these practices, documenting the activity of the Committee under the requirements specified in the ISO 14001 certification and conducting audits related to EMS compliance within the institution will play a crucial role in the application of the knowledge gained in this field by the employees of the institution and in the transition of the Committee to the “Green Customs” system.

1.2. The “Doing” Phase in the Formulation of Green Customs

The “Being” phase of the Action Plan, which is related to the “greening” of customs authorities and the education of their employees, is followed by the “Doing” phase, which includes the implementation of country-wide measures in this area by the customs authorities who have adopted the “Green Customs” concept. In the Action Plan, that stage is characterized by preparing a package of measures related to “green” trade, establishing cooperation with other state institutions at the regional level, and raising awareness in this field (WCO, 2023, p.3).

The basis for the implementation of the “Doing”

phase can be found in "Azerbaijan 2030: National Priorities for Socio-economic Development" (after this, "National Priorities"), which is a brief overview of the country's "green" economy action plan approved by the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2021). In that document, one of the five National Priorities intended to be realized for the country's socio-economic development in the next decade is defined as "to be a country of clean environment and "green growth" (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2021). General measures such as increasing the share of green areas in the country, bringing unusable land areas into circulation, and meeting the demand for quality water by using water resources effectively have been determined to achieve the National Priority mentioned in paragraph 5 of the Act (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2021). As for the goals of "Green Customs", the following purposes related to the formation of an appropriate environment can be considered:

Mitigating Environmental Risks Associated with Economic and Demographic Growth –

After Azerbaijan gained its independence from the USSR, the development of the economy with the expansion of oil and gas exports has led to an increase in the number of import-export operations. Thus, from now on, customs operations are facing various risks due to the massive development of the economy. The concept of risk related to customs procedures has been defined in the Customs Code of the Republic of Azerbaijan: "Risk is the possibility of non-fulfillment of the requirements of the customs legislation" (Customs Code, 2011, art. 1.0.45). These risks can be attributed to the import and export of restricted or prohibited goods, illegal wildlife trade, and economic espionage. As they may massively harm human life, health, the environment, and state interests, customs authorities are taking multi-stage measures, from documentation control to on-site inspections, to prevent them. However, these long and complex customs procedures are considered one of the main obstacles to developing global trade and the "green" economy in modern times. For these reasons, the formation of the customs risk management system has become an essential issue for all countries in ensuring the security of customs operations. In general, customs risk management in the Republic of Azerbaijan is

formed and regulated by the following acts, such as the Kyoto Convention on the Simplification and Harmonization of Customs Procedures, the Customs Code, decisions of the Board of the State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan, as well as other normative legal documents. The specific regulation related to risks that may harm the environment can be found in the "Rules and forms of the application of the system of risk management in the system of customs authorities, and the management of general risks in the field of customs work" approved by the Board's decision (State Customs Committee, 2024, Appendix 3). Here, the risks that may harm the environment have been characterized as "significant" and "serious" risks (State Customs Committee, 2024, Appendix 3). It was also emphasized that appropriate measures should be taken immediately if those risks are detected (State Customs Committee, 2024, Appendix 3).

However, no matter how detailed and planned the customs risk management mechanism may seem, appropriate innovations are needed to adapt to the changes in customs operations worldwide, primarily due to the rapid development of trade. In general, if we look at both the text of the Kyoto Convention and the risk management system of the Republic of Azerbaijan, the electrification of the risk management process and the use of Information Technology are among the current trends. Using IT enables more rapid analysis of selectivity criteria than manually. Automation allows customs administrations to establish a national database of information so that all transactions and movements can be updated and used for rapid information sharing and identification of changing risk areas. For a greater integration of information technologies with the country's customs risk management system, several innovations have been introduced to the legislation of the Republic of Azerbaijan in recent years. For example, in 2016, Article 42 of the Customs Code was amended to require customs authorities to develop and use an electronic information system to assess and classify risk evaluation (Customs Code, 2011, art.42). Also, efficient electronic management of customs operations and risks through the Single Automated Management System (VAIS) has led to savings and reduction of environmental pollution. Using the mentioned system helps to electronic the essential areas of customs activity—the

stages of customs clearance, the legislative base of the State Customs Committee, and other activities (Cabinet of Ministers, 2012, art 2.1). In addition, making payments required for customs clearance electronically through banks or mail, as well as with plastic cards (Cabinet of Ministers, 2012, art 2.6), has significantly reduced the use of paper during customs operations by minimizing the submission of additional financial documents.

Although all these advancements are generally successful measures taken against the negative effects of customs risks, seeking better systems for monitoring and reviewing the risk management process should always be a focus in conditions where trade is becoming globalized and customs procedures are becoming increasingly complex. So, the more effective customs risk management is, the less environmental pollution will result from customs risks and the better “Green Customs” formation will be.

Enhancing the proportion of renewable energy sources within primary energy consumption and broadening the deployment of “green” technologies – favorable geographical position and climatic conditions allow the widespread use of ecologically clean renewable energy sources in Azerbaijan, as in the world’s developed countries (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2024). For this reason, it is of particular importance to develop and use “green” technology products in the country to obtain renewable energy and, at the same time, to stimulate the export of renewable energy products.

At the moment, the main direction of the energy policy of the Republic of Azerbaijan is to ensure the creation of new energy powers at the expense of renewable energy sources. The first legislative act forming this goal’s basis is the “State Program on the Use of Alternative and Renewable Energy Sources in the Republic of Azerbaijan”, approved by the President’s Decree (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2024). Also, in the Table of “Measures on the use of renewable energy sources” of the Program, the State Customs Committee is assigned to implement measures to stimulate the use of renewable energy sources (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2024). After the approval of the National Priorities, the work done in the energy field in Azerbaijan entered a new stage, and the “Law on the Use of Renewable Energy Sources

in the Production of Electricity” was adopted (“Law on the Use of Renewable Energy Sources,” 2021). Article 5 of the Law, which is related to the support mechanisms for using renewable energy sources in electricity production, provides for the formation of an appropriate simplified mechanism in this field by the Tax Code of the Republic of Azerbaijan and Laws “On Customs Tariff” (“Law on the Use of Renewable Energy Sources,” 2021). The term “simplified mechanism” practically refers to applying relevant tax benefits and customs exemptions. However, what tax benefits and exemptions from customs duties does the legislation provide to manage renewable energy sources effectively?

From tax concessions, firstly, according to Article 102.1.38 of the Tax Code, persons who have installed power plants to fully or partially supply electricity consumption are exempted from income tax on the income they get from transferring the electricity they produce up to the power limit of 150 kW (including 150 kW) to the electricity supply network. This concession to encourage electricity consumers to use renewable energy significantly impacts the increase in renewable energy production in the domestic market. However, the absence of any tax relief concerning producers of energy sources and consumers of electricity who produced more than 150 kW (including 150 kW) of electric energy harms the increase in the use of renewable energy in the domestic market. In addition, the lack of any provision in the Code on how taxes on the export of those energy sources are calculated and, in general, whether tax incentives are applied or not, creates a significant obstacle to the introduction of renewable energy into the international market and is an area that needs to be urgently regulated.

By custom exemptions, although the “Law on the Use of Renewable Energy Sources in the Production of Electricity” provides for the creation of a mechanism for making concessions in customs regulations and applied tariffs about renewable energy sources, neither the Customs Code nor the Law “On Customs Tariffs” provides a relevant regulation for this. For this reason, making changes in the most critical legislative acts regulating customs processes is one of the crucial steps to take toward implementing the National Priorities. In addition, some of the requirements for customs regulations on renewable energy sources were reflected in the Decision of the Cabinet of

Ministers "On rates of customs duties for export-import operations in the Republic of Azerbaijan" (Cabinet of Ministers, 1998). According to that Decision, importing devices applied in the field of renewable energy and their efficient use as pieces of equipment and accessories for their production have been exempted from customs duties based on the confirming documents of the State Agency for Renewable Energy Sources under the Ministry of Energy of the Republic of Azerbaijan. Thus, the procedure for bringing "green" technologies related to importing and producing renewable energy sources to the Republic of Azerbaijan is greatly simplified. However, as in the case of tax concessions, the Decision did not reflect the regulation on the customs tariffs applied during the export of those energy sources. For this reason, if the "greening" of the country's economy and an increase in budget revenues through the sale of renewable energy sources are aimed, then tax concessions and specialized customs tariffs should also be applied to export those energy sources.

Another important point related to renewable energy sources is the adoption of the Presidential Decree "On measures related to the creation of a "green energy" zone in the liberated territories of the Republic of Azerbaijan" (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2021). The order involves hiring a specialized international consulting company to prepare a concept and master plan for the "green energy" zone in the recently liberated areas. With this conception, contrary to the "fossil fuels" economy developed in the east of the country, in the Caspian coastal areas, a "green" economy will be formed in the west of the country.

All of these efforts to transition the economy of the Republic of Azerbaijan from its reliance on non-renewable energy sources such as oil and gas to the export of renewable energy sources are considered a modern and innovative step towards a "green" economy, similar to those taken by developed countries. In addition to the discussed points, to implement the "Doing" phase of the Action Plan, it is necessary to continue taking priority measures to create a "green energy" zone in liberated areas, ensure the creation of such zones in other areas of the Republic, and form a mechanism for the export of produced renewable energy sources.

Promoting the increased adoption of environmentally sustainable vehicles – It is well-known that vehicles running on fossil fuels such as gasoline and diesel have become very popular and massively consumed worldwide in the last century. However, in recent times, when people, non-governmental organizations, and states have taken into account the actions of environmental protection, we have been introduced to a new concept: Eco-friendly vehicles. These vehicles mainly include vehicles with an electric motor or hybrid (with both fossil fuels and an electric motor). This project, known to the world community for a long time, began gaining importance in the Republic of Azerbaijan after the National Priorities was approved. Thus, after the approval of those National Priorities, the "Road Map for 2022 on the stimulation and promotion of the use of environmentally friendly vehicles, conducting assessments, preparing and implementing proposals" was approved by the Commission on the Business Environment and International Ratings (Commission on the Business Environment and International Ratings, 2023, p.4). The "Road Map" outlines the main objectives of the sub-group led by the State Customs Committee. These objectives include promoting environmentally friendly vehicles, developing the required infrastructure to support their use, and conducting analyses and evaluations in the electric and hybrid vehicle sectors (Commission on the Business Environment and International Ratings, 2023, p.5).

Since the production and export of eco-friendly vehicles are not planned in the Republic of Azerbaijan, implementing the goals indicated in the Road Map is related to applying tax incentives and customs exemptions for importing those vehicles and their spare parts. According to Article 164.1.41 of the Tax Code of the Republic of Azerbaijan, the import of cars with electric motors is exempt from VAT starting from January 1, 2019, and their sale is exempt from January 1, 2022. At the same time, changes were made by Decision No. 411 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan, and the import customs duty rate of passenger cars with an electric engine up to 3 years past the factory release date was reduced to 0% (Cabinet of Ministers, 2022). Although the measures taken are innovative and encouraging, the most critical problem in this area is the excise duty rates. As mentioned earlier, electric vehicles are not manufactured in

the Republic of Azerbaijan but imported, so they are considered excise goods, and excise tax is paid upon import. According to Article 190.4.1-3, added to the Tax Code on January 1, 2022, the excise tax calculated on all cars, regardless of their eco-friendliness, was standardized, leading to an increase in the tax amount.

The table illustrates changes that may negatively impact the policy to promote eco-friendly vehicles. The disparity in excise tax rates paid when importing vehicles, particularly for those not subject to Value Added Tax, raises a critical question about the Road Map's effective implementation: how can such sharp variations

Object of taxation	The edition before the amendment to the Tax Code (January 1, 2022).	The edition after the amendment to the Tax Code (January 1, 2022).
When the engine displacement is up to 4,000 cubic centimeters	5600 manat + Per cubic centimeter for engine displacements ranging from 3,001 to 4,000 cubic centimeters - 13 manat	5600 manat + Per cubic centimeter for engine displacements ranging from 3,001 to 4,000 cubic centimeters - 15 manat
When the engine displacement is up to 5,000 cubic centimeters	18600 manat + Per cubic centimeter for engine displacements ranging from 4,001 to 5,000 cubic centimeters - 35 manat	20600 manat + Per cubic centimeter for engine displacements ranging from 4,001 to 5,000 cubic centimeters - 40 manat
When the engine displacement exceeds 5,000 cubic centimeters	53600 manat + Per cubic centimeter for engine displacements exceeding 5,000 cubic centimeters - 70 manat	60600 manat + Per cubic centimeter for engine displacements exceeding 5,000 cubic centimeters - 80 manat

in tax regulations for similar goods effectively encourage the import and production of electric vehicles? In this regard, the gradual increase of the excise tax rates applied to these vehicles should be considered unacceptable, and appropriate concessions in this area are desirable.

2. The “Innovating” Phase in the Development of Green Customs and Regional Cooperation Mechanisms

The last phase of the “Action Plan”, a mechanism prepared by the World Customs Organization, is the “Innovating” phase. Unlike the previous ones, this stage is focused on directing attention and resources to the needs of the (near) future, not on finding everyday solutions for the “greening” of customs processes (WCO, 2023, p.2). Also, this stage includes measures to foster innovative thinking that should be seen as immediate actions with a long-term result or impact (WCO, 2023, p.2). Although the measures envisaged in the Action Plan related to the “Innovating” phase are specific areas of activity that relatively limit the purpose of the phase (like forming cooperation for COP 28), in general, this phase aims to establish information cooperation in the field of green technology and innovative methods, and academic research on issues considered to be key topics in the field of “Green Customs” (WCO, 2023, p.3). It also contains essential regulations about sharing experiences on the impact of implementing mechanisms to reduce carbon leakage on customs (WCO, 2023, p.3).

As for applying innovative measures for enhancing “green” technology in the Republic of Azerbaijan, one of the most important is minimizing the use of paper using electronic systems such as VAIS. These systems, while stimulating the use of paperless technology, are an innovative solution that generally meets the requirements of the National Priorities and serves the purpose of “Green Customs”. At the same time, an innovative measure introduced to address carbon leakage, another important objective of this phase, is imposing a disposal fee within the Republic of Azerbaijan. This fee applies to passenger vehicles imported into the customs territory and are up to four years old from the date of production and release, as stipulated by the 2023 amendment to the Customs Code (Customs Code, 2011, art.233-1). This regulation aligns with the Republic of Azerbaijan’s “Law on Waste”, ensuring that the disposal fee is integrated into the customs clearance (“Law on Waste”, 1998, art. 14-1). The relevant experience is drawn from significant normative frameworks in this domain, specifically the European Parliament and Council Directive 2000/53/EC of 18 September 2000 on end-of-life vehicles, Japan’s Act on “Recycling, etc. of End-of-Life Vehicles” of 12 July 2002 (European Parliament, 2000; Act on Recycling of End-of-Life Vehicles, 2002). However, it is important to note that implementing a disposal fee alone is not sufficient to reduce carbon leakage. So, follow-up measures such as recycling end-of-life vehicles specified in the mentioned documents, and mainly issues of exporting expired cars or spare parts to a third country, should be investigated.

One of the most critical measures that can be taken in the Republic of Azerbaijan regarding the "Innovating" phase implementation for "Green Customs" purposes is to operate "greening" of customs operations. This needs to be based on the results of the 29th session of the Conference of the Parties to the UN Framework Convention on Climate Change (COP 29) held in Baku, which put a special focus on technology transfer concerning climate protection. According to the decision on the "Poznan strategic program on technology transfer" adopted during the conference, technology needs assessments should be conducted in developing countries, national adaptation plans and long-term strategies should be prepared, and regional climate technology transfer should be supported (Decision CP.29, 2024, art. 1-3). Regarding the Chairman of the State Customs Committee, Sahin Bagirov is also a member of the COP 29 Organizing Committee (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2024, art.1), enhanced regulation of green technology and import-export operations for customs purposes is vital in developing this "Innovating" phase in the future.

As for the importance of regional cooperation, no matter how many measures are taken by the member countries of the World Customs Organization to "green" customs operations locally, it is impossible to create the necessary environment for "Green Customs" without international and regional cooperation. In general, agreements on cooperation in environmental protection were concluded with the Republic of Azerbaijan and the Kingdom of Morocco, the Republic of Lithuania, and the Government of the State of Israel (Decree of the President of the Republic of Azerbaijan, 2023). Although the relevant agreements envisage cooperation between the parties in areas such as the promotion of environmental technologies, environmental impact assessment, and strategic environmental assessment, there are no provisions for cooperation in the field of customs affairs and the formation of "Green Customs". This case is a severe obstacle to not using regional cooperation in expanding "Green Customs" processes and increasing the scale of progress. For this reason, the relevant bodies should consider directly including the necessary provisions in the context of future multilateral agreements to establish a "Green Customs" system.

Furthermore, in the practice of "greening" customs activities, the Republic of Azerbaijan should also benefit from the experience of the European Union, which has an important place in practices related to environmental protection. In this regard, it is crucial to mention one of the latest changes of the Union called the "Carbon Border Adjustment Mechanism" ("CBAM") (European Commission, 2025). Simply put, this mechanism will apply additional import payments to carbon-intensive goods imported into the European Union to align the carbon prices of imports with the carbon prices for domestic production. Also, EU importers should inform the Union about the amount of embedded carbon emissions through the CBAM Registry, operated by the European Commission (European Commission, 2025). Thus, the Union will reduce the amount of carbon emissions entering its territory and at the same time encourage manufacturers of goods with high carbon leakage (cement, iron and steel, aluminum, fertilizers, electricity, and hydrogen) to use environmentally friendly methods.

At the same time, it is important to mention another innovative European Union customs regulation, the Emission Trading System. The System sets a certain limit on the greenhouse gases that companies can emit and allows companies that fall below the limit to trade their emission allowances ("cap and trade" system) (European Commission, 2024). This system, which includes a complex regulation of environmental, customs, and trade legislation, aims to reduce greenhouse gas emissions without harming business people, and even allowing them to benefit to a certain extent. This in itself makes environmental protection a branch of the economy.

Currently, the Republic of Azerbaijan is implementing a national strategy to reduce carbon emissions by 40 percent by 2050 (World Bank Group, 2023). However, there are no regulations for this purpose in the legislation. Since the Azerbaijani economy is import-based, implementing a similar practice to monitor imported carbon emissions and form emissions trading will play an important role in contributing to the national strategy of customs activities. At the same time, monitoring greenhouse gases entering the country will also serve the objectives of the "Doing" phase, helping to professionalize customs officers in green customs. Finally, reforming Azerbaijani legislation following

European Union practice will create conditions for increasing economic cooperation between the parties.

Given the far-reaching impact of “greening” customs activities on trade, the role of the World Trade Organization in this area should also be explored. In its essence, another essential step that can be taken on behalf of the Republic of Azerbaijan in the field of regional cooperation is to join the Environmental Goods Agreement initiative put forward within the framework of the World Trade Organization (WTO). Before discussing this topic, what Environmental Goods Agreements (EGAs) are should be clarified. These proposed agreements negotiated within the WTO framework aim to reduce or eliminate tariffs on environmental goods and services (Center for Strategic and International Studies, 2021). Intended measures within the scope of these agreements include goods and services that can help achieve environmental and climate protection goals, such as generating clean and renewable energy, improving energy and resource efficiency, controlling air pollution, managing waste, treating wastewater, monitoring the quality of the environment, and combatting noise pollution (WCO, 2014). Looking at history, on July 8, 2014, a group of WTO members launched plurilateral negotiations to establish the EGA, which seeks to promote trade in several key environmental products, such as wind turbines and solar panels (WCO, 2014). Since then, the number of participants has grown, with the current total representing 46 WTO members (WCO, 2014). Currently, the participants in these negotiations account for the majority of global trade in environmental goods. Still, it is not excluded that all members of the Organization will join this Agreement in the future. The Republic of Azerbaijan’s joining of such agreements and initiatives can make it a leader in green energy and green technologies in the Caucasus region in the future.

For Azerbaijan, another way to become a leader in formulating the “Green Customs” throughout the Caucasus region comes through the Garabagh Declaration adopted during the informal summit of The Organization of Turkic States, known as the Shusha Summit in 2024. According to this Declaration, Member States of the Organization need strengthened cooperation in customs operations while streamlining transport operations

and embracing digitalization, a hot topic for “green customs.” (Garabagh Declaration, 2024, par.5). Also, as the Baku-Tbilisi-Kars railway line is a part of the Silk Way and a carotid of transportation in the Caucasus, modernizing this line to make it more environmentally friendly will have a fundamental effect on the whole customs activities in the region (Garabagh Declaration, 2024, par.6). Thus, as the largest country in the Caucasus, Azerbaijan’s approach to “Green Customs” and cooperation strategies with neighboring countries have a vital role in shaping the future customs operations of the region.

For this reason, joining the existing EGAs and initiating these types of multilateral agreements with the regional neighbors, and countries in the Caucasus region (Armenia, Georgia) is an important way to realize Azerbaijan’s long-term green economy goals.

Conclusion

The work done so far in the “Green Customs” field in the Republic of Azerbaijan can be considered “acceptable” in general, considering the existing legislation and international standards. Thus, the rapid transformation of customs activities into electronic processes, state support for renewable energy sources, the development of “green” technology, and the policy of creating “green energy” zones are promising steps for the future. In addition, the measures above impose obligations on the customs authorities, such as making changes following the state policy in their future activities and establishing new strategic cooperation. Taking into account what was mentioned in the article, we can summarize the long-term and short-term goals that the customs authorities should achieve in the field of “Green Customs” construction as follows:

The first measure that should be taken is the establishment of the necessary mechanism for educating the executives of customs institutions about “Green Customs” practices and then transferring the knowledge they have gained to their subordinates;

At the same time, taking into account the requirements specified in the ISO 14001 certification by the State Customs Committee, the establishment of an internal environmental policy, the development of an environmental management system for staff following that policy,

and the adaptation of employees to the system should be ensured;

Customs authorities should identify the risks that may be encountered in customs operations related to the construction of "Green Customs" and develop effective mechanisms against them. They should also constantly monitor the risk management process.

Considering National Priorities, changes should be made in the most essential legislative acts regulating customs processes (Customs Code, Law "On Customs Tariffs" and others). In particular, a legislative mechanism related to the export of renewable energy sources should be developed, and taxes and customs duties to be applied should be determined. At the same time, the application of tax concessions and customs exemptions should be ensured in this area.

"Green energy" zones should first be established in the liberated Karabakh region to stimulate the economy and attract investors and then ensured in other areas of the Republic.

The production of eco-friendly vehicles should be encouraged, and the differences between the tax rates applied during the import of these vehicles should be eliminated. Also, appropriate mechanisms should be established to ensure the recycling of end-of-life vehicles.

The results of COP 29 as The Poznan decision, should be used to develop the measures for import-export operations of "green" technology and "green" energy, and discussions should be ensured within this context.

To expand the "Green Customs" movement, regional cooperation should be established. The Republic of Azerbaijan should join the Environmental Goods Agreements, and then the country should be an initiator in concluding such multilateral agreements in the Caucasus region. At the same time, collaboration with the European Union and the Organization of Turkic States should be developed to facilitate the "customs greening" process.

References

- "Law on the Use of Renewable Energy Sources in the Production of Electricity" of the Republic of Azerbaijan (2021). <https://e-qanun.az/framework/47842>. Date: 25.11.2024.
- "Law on Waste" of the Republic of Azerbaijan (1998). <https://e-qanun.az/framework/3186>. Date: 25.10.2024.
- Act on Recycling of End-of-Life Vehicles. (2002). https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/automobile/automobile_recycle/law_notice/pdf/english.pdf. Date: 25.10.2024.
- Alpenberg, J. & Wnuk-Pel, T. (2022). Sustainable strategy implementation in Växjö Municipality, Sweden. ScienceDirect. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652622030839>. Date: 25.10.2024.
- Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan. (1998). On rates of customs duties for export-import operations in the Republic of Azerbaijan. <https://e-qanun.az/framework/2762>. Date: 23.11.2024.
- Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan. (2012). Rules for using the electronic information system of customs authorities. <https://e-qanun.az/framework/24082>. Date: 24.11.2024.
- Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan. (2022). On amending the "Nomenclature of goods of foreign economic activity of the Republic of Azerbaijan, rates of import customs duties and rates of export customs duties" approved by Resolution No. 500 of the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan dated November 17, 2017. <https://e-qanun.az/framework/52727>. Date: 24.10.2024.
- Center for Strategic and International Studies. (2021). Environmental Goods Agreement: A new frontier or an old stalemate? <https://www.csis.org/analysis/environmental-goods-agreement-new-frontier-or-old-stalemate>. Date: 24.10.2024.
- Commission on the Business Environment and International Ratings. (2023). Stimulating and promoting the use of environmentally friendly vehicles. https://azranking.az/public/images/file_24.02.2023_5.pdf. Date: 24.11.2024.
- Customs Code of the Republic of Azerbaijan (2011). <https://e-qanun.az/framework/46957>. Date: 25.10.2024.
- Decision CP.29 (2024). Poznan strategic program on technology transfer. https://unfccc.int/sites/default/files/resource/cop29_auv_COP%20agenda%20item%202f_PSP.pdf. Date: 06.02.2025.
- Decree of the President of the Republic of Azerbaijan. (2021). Azerbaijan 2030: National priorities for socio-economic development. <https://e-qanun.az/framework/46813>. Date: 25.11.2024.

Decree of the President of the Republic of Azerbaijan. (2021). On measures related to creating a "green energy" zone in the territories freed from the occupation of the Republic of Azerbaijan. <https://e-qanun.az/framework/47397>. Date: 24.11.2024.

Decree of the President of the Republic of Azerbaijan. (2023). On approval of the Agreement on cooperation in environmental protection between the Government of the Republic of Azerbaijan and the Government of the State of Israel. <https://e-qanun.az/framework/54309>. Date: 24.11.2024.

Decree of the President of the Republic of Azerbaijan. (2023). On approval of the Agreement on cooperation in the field of environmental protection between the Ministry of Ecology and Natural Resources of the Republic of Azerbaijan and the Ministry of Environment of the Republic of Lithuania. <https://e-qanun.az/framework/54534>. Date: 24.11.2024.

Decree of the President of the Republic of Azerbaijan. (2023). On approval of the Memorandum of Understanding between the Government of the Republic of Azerbaijan and the Government of the Kingdom of Morocco on cooperation in the fields of environment and sustainable development. <https://e-qanun.az/framework/55858>. Date: 25.10.2024.

Decree of the President of the Republic of Azerbaijan. (2024). On the establishment of the Organizing Committee in connection with the 29th session of the Conference of the Parties to the United Nations Framework Convention on Climate Change (COP29), the 19th session of the Meeting of the Parties to the Kyoto Protocol, and the 6th session of the Meeting of the Parties to the Paris Agreement. <https://e-qanun.az/framework/56058>. Date: 25.11.2024.

European Commission, Directorate-General for Climate Action (2024). What is the EU ETS? An official website of the European Union. https://climate.ec.europa.eu/eu-action/eu-emissions-trading-system-eu-ets/what-eu-ets_en. Date: 06.02.2025.

European Commission, Directorate-General for Taxation and Customs Union (2025). Carbon Border Adjustment Mechanism. An official website of the European Union. https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism_en. Date: 06.02.2025.

European Parliament. (2000). Directive 2000/53/EC on end-of-life vehicles. Official Journal of the European Communities. https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:02fa83cf-bf28-4afc-8f9f-eb201bd61813.0005.02/DOC_1&format=PDF. Date: 24.11.2024.

Garabagh Declaration of the Informal Summit of the Organization of Turkic States (2024). https://www.turkicstates.org/u/d/temel_belgeler/garabagh-declaration.pdf. Date: 07.02.2025.

Qin, J. (2023). WCO Green Customs Strategy. World Customs Organization. https://www.carecprogram.org/uploads/Session-2_Jiabin-Qin_Green-Customs_ENG.pdf. Date: 23.11.2024.

Srinivas, H. (1999). Cities, Environmental Management Systems, and ISO 14001: A View from Japan. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/228604565>. Date: 24.11.2024.

State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan (2023). Sample internal disciplinary rules of the customs bodies of the Republic of Azerbaijan. <https://customs.gov.az/uploads/legislation/944/de7a63b478ad651c91f3e9389e978e71.pdf?v=1709640790>. Date: 24.11.2024.

State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan. (2022). 2022 chronicles. <https://customs.gov.az/uploads/international/2022/2022.pdf?v=1675167171>. Date: 24.11.2024.

State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan. (2023). Single Automated Management System (VAIS). <https://customs.gov.az/en/faydali/innovativ-layiheler/vais>. Date: 25.11.2024.

State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan. (2024). Green Customs initiative event was held. <https://customs.gov.az/az/faydali/xeberler/4027>. Date: 25.10.2024.

State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan. (2024). Rules and forms for applying the system of general risk management in the field of customs work and the system of risk management in the system of customs authorities. (2024). Appendix 3. <https://e-qanun.az/framework/57584>. Date: 25.10.2024.

Tax Code of the Republic of Azerbaijan. (2001). <https://e-qanun.az/framework/46948>. Date: 25.10.2024.

Urban Environmental Management. (2015). What exactly is ISO 14001? <https://www.gdrc.org/uem/iso14001/intro.html>. Date: 24.11.2024.

Watson, K.J. (2018). You Can't Teach What You Don't Know and You Can't Lead Where You Won't Go: Professional Development as Artists for Elementary Educators. Scholars Archive. <https://scholarsarchive.byu.edu/etd/6734>. Date: 24.11.2024.

WCO Council Session. (2023). Outcomes of the 2023 WCO Council Sessions: Election of a new WCO Secretary General and Chairperson of the WCO Council. <https://www.wcoomd.org/en/media/newsroom/2023/june/outcomes-of-the-2023-wco-council-sessions.aspx>. Date: 25.10.2024.

WCO. (2014). Environmental Goods Agreement. https://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/ega_e.htm. Date: 24.11.2024.

WCO. (2023). Green Customs Action Plan (Public version). <https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/key-issues/green-customs/gcap-public.pdf?la=zh-CN>. Date: 25.10.2024.

World Bank Group (2023). Azerbaijan - Report on the country's climate and development. World Bank Publications. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099112723163519124/pdf/P1790480e1dc1b01c0a48301909df4d8d4c.pdf>. Date: 06.02.2025.

İnan BOZKURT* Haluk TANDIRICIOĞLU** 

*Sorumlu Yazar, Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi Maliye Bölümü, inan.bozkurt@ogr.deu.edu.tr

**Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi Maliye Bölümü, haluk.tandircioğlu@deu.edu.tr

Yeşil Keynesçilik: Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve Çevresel Dönüşüm Üzerine Betimsel Bir Analiz

Öz

Artan karbon emisyonları sera gazı etkisi yaratarak ozon tabakasında hasara yol açmaktadır. Bu da beraberinde küresel iklim sorunlarını tetikleyerek ülke ekonomilerini bir dizi sorunla karşı karşıya bırakmaktadır. Keynesyen iktisat anlayışının post modern bir biçimi olan “Yeşil Keynesçilik” ekolojik sorunların çözümünde kamunun aktif rol üstlenmesi gerektiği düşüncesine dayanmaktadır. Yeşil Keynesçilik söz konusu sorunlara çözüm üretmek için eşzamanlı sürdürülebilir politikaların kombinasyonunu önermektedir. Bu kombinasyonun istihdamı artırarak sosyo-ekonomik problemlerin aşılmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle özellikle 2008 Mortgage krizinin ardından Yeşil Keynesçilik olgusunun daha fazla önem kazandığı bilinmektedir. Yeşil Keynesçilik yaklaşımı aynı zamanda ana akım iktisat anlayışının da bir eleştirisidir. Ana akım klasik iktisat anlayışına göre mevcut üretim tarzı kendi içinde gayet uyumlu bir yapıya sahiptir. Ancak hem sosyo-ekonomik krizler hem de iklim krizleri ana akım iktisat anlayışının sorgulanmasına neden olmuştur. Çalışma Yeşil Keynesçilik yaklaşımını teorik yönden ele almaktadır. Bu yaklaşımın kullanılmasına yönelik olarak, kamusal yatırımlar, yeşil altyapı, yeşil işler ve çevresel vergiler gibi araçlar çalışmada ele alınmaktadır. Bu çalışmanın amacı çevresel sorunlara müdahaleci devlet yaklaşımı ile çözümler üretilebileceğini ortaya koymaktır. Türkçe literatürde çok fazla çalışılmayan bir yaklaşımı ele alarak Türkçe literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Keynesçilik, Sürdürülebilir Çevre, Ekoloji, Keynesyen Politikalar.

JEL Sınıflama Kodları: E12, E60, Q50.

Green Keynesianism: A Descriptive Analysis on Sustainable Economic Growth and Environmental Transformation

Abstract

Increasing carbon emissions create a greenhouse effect, causing damage to the ozone layer. This, in turn, triggers global climate issues, placing national economies in a series of challenges. “Green Keynesianism,” a postmodern form of Keynesian economic thought, is based on the idea that the public sector should play an active role in addressing ecological problems. Green Keynesianism proposes a combination of simultaneous sustainable policies to tackle these issues. This combination is believed to be effective in overcoming socio-economic problems by increasing employment. Therefore, Green Keynesianism has gained greater importance, especially following the 2008 mortgage crisis. The Green Keynesian approach also serves as a critique of mainstream economic thought. According to the mainstream classical economic perspective, the existing production system is inherently well-balanced. However, both socio-economic crises and climate crises have led to a reassessment of mainstream economic principles. This study examines the Green Keynesianism approach from a theoretical perspective. It discusses tools such as public investments, green infrastructure, green jobs, and environmental taxes in the context of applying this approach. The aim of this study is to demonstrate that environmental problems can be addressed through an interventionist state approach. By exploring a perspective that has not been extensively studied in the Turkish literature, this study is expected to contribute to the Turkish academic discourse.

Keywords: Green Keynesianism, Sustainable Environment, Ecology, Keynesian Policies.

JEL Codes: E12, E60, Q50.

To Cite: Bozkurt, İ., & Tandircioğlu, H. (2025). Yeşil Keynesçilik: Sürdürülebilir Ekonomik Büyüme ve Çevresel Dönüşüm Üzerine Betimsel Bir Analiz. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*. 12(37), 57-69. doi: 10.70490/gumrukticaretdergisi.1611910



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Extended Summary

Increasing carbon emissions create a greenhouse gas effect, leading to damage to the ozone layer. This, in turn, triggers global climate issues, confronting national economies with a series of challenges. “Green Keynesianism,” a postmodern adaptation of Keynesian economic thought, is based on the idea that the public sector should play an active role in solving ecological problems. Green Keynesianism proposes a combination of synchronized sustainable policies to address these issues. This combination is believed to contribute to overcoming socio-economic problems by increasing employment. Therefore, particularly after the 2008 Mortgage Crisis, the significance of Green Keynesianism has grown.

The Green Keynesian approach also serves as a critique of mainstream economics. According to classical economic thought, the existing mode of production is inherently harmonious. However, both socio-economic crises and climate crises have led to the questioning of mainstream economic perspectives. This study examines Green Keynesianism from a theoretical perspective. Public investments, green infrastructure, green jobs, and environmental taxes are some of the tools considered in this study. The aim is to demonstrate that interventionist state policies can provide solutions to environmental problems. Since Green Keynesianism has not been extensively studied in Turkish literature, this research is expected to contribute to the field.

This study provides an overview of Green Keynesianism. The Keynesian economic approach is generally associated with economic stagnation. However, interventionist policies are not only employed to combat cyclical imbalances. By addressing Green Keynesianism from an environmental perspective, this study aims to offer an important contribution to the literature. First, the concept of Green Keynesianism is introduced. Then, the factors that strengthened Green Keynesianism after the 2008 crisis are examined. The study continues with a discussion of the criticisms directed at this approach. Subsequently, the political barriers to Green Keynesianism are analyzed. Finally, potential outcomes of Green Keynesianism are evaluated, and policy recommendations regarding its feasibility are provided.

Criticisms and political obstacles hinder the

widespread adoption of Green Keynesianism. Another challenge facing this approach is its inability to provide a clear answer to how costs will be addressed. Despite its challenges, this approach remains a relevant discussion point, particularly in countries where the state assumes an active role and responsibility. While Green Keynesianism promotes certain innovative technologies, it may overlook the high costs associated with these technologies and the limited access to them. In societies with lower income levels, access to innovative technologies becomes even more difficult. The debate over whether sustainable development is inclusive continues to grow, intensifying criticism. In the fight against global climate change, developed countries are expected to take a leading role. These leading roles are often assumed by core developed nations, which are expected to promote global awareness and efforts to reduce emissions. However, reducing emission volumes in less developed countries may hinder their economic development, further deepening global inequalities between core and peripheral nations.

Beyond environmental goals, Green Keynesianism aims to develop long-term policies that benefit society as a whole. This approach advocates for investments in the circular economy (waste management, recycling, and reuse) to prevent resource depletion. Encouraging public-private partnerships is crucial, as such collaborations can accelerate innovation and contribute to efficient resource utilization. Environmental education and awareness campaigns should be promoted to increase public consciousness about ecological issues, leading to greener shifts in production and consumption habits. Additionally, sustainable agricultural policies could improve access to healthy food. Moreover, investments in green technology R&D could play a vital role in achieving long-term environmental goals. Finally, strengthening international environmental governance mechanisms and fostering more effective collaborations among countries could yield stronger global results in combating the climate crisis.

As environmental crises intensify, notable examples of international cooperation have emerged. The 1972 Stockholm Conference, the 1992 Rio Earth Summit, the 1997 Kyoto Protocol, the 2009 Copenhagen UN Climate Summit, the 2012 Rio+20 UN Sustainable Development

Conference, and the 2015 Paris Climate Agreement are among the most significant global initiatives. However, current approaches make it difficult for these conferences to produce effective solutions to the climate crisis. Given that the current mode of production exacerbates the climate crisis and is at an impasse, more realistic solutions are needed

Giriş

Yeşil Keynesçilik, neoliberal politikaların yarattığı çevresel tahribatları ve sosyal eşitsizlik sorunlarını ortadan kaldırırken aynı zamanda iktisadi büyümeyi canlandırmayı ifade etmektedir (Goldstein ve Tyfield, 2018, ss. 75). Yeşil Keynesçilik kavramı Keynesyen görüşle ekolojiyi ve sürdürülebilirliği harmanlayan bir yaklaşımı tanımlamaktadır. Keynesyen yaklaşımın çevreye ve çevrenin sürdürülebilirliğine duyarlı olan versiyonu, Yeşil Keynesçiliktir. Bu yaklaşım ekonomik büyümenin çevresel sürdürülebilirlik ile uyumlu biçimde gerçekleşmesini ve toplumun tamamına yarar sağlayacak uzun dönemli politikalar üretmeyi amaçlamaktadır.

Yeşil Keynesçilik çevre sorunlarını çözmeyi hedeflerken istihdam sorununu da göz ardı etmemektedir. Yeşil Keynesçilik devletin gerektiği zaman çevresel krizlerin çözümünde rol alması gerektiğini savunarak neoklasik iktisattan ayrılmaktadır. Yeşil Keynesçilik ulaşmak istediği amaçlar için hükümetin öncülüğünde maliye ve para politikası araçlarını kullanarak ekonomik faaliyetlere müdahale edilmesi gerektiğini savunmaktadır. 2008 Küresel Ekonomik Krizinin doğurduğu istihdam sorunları ve çevresel hassasiyetlerin çok daha ön plana çıktığı üretim anlayışı Yeşil Keynesçilik anlayışının güçlenmesinin zeminini oluşturmuştur. Ancak Yeşil Keynesçilik çevre sorunlarının çözümüne yönelik çözüm önerilerine ilave olarak enerji, içme suyu, gıda sorunu ve doğal afetler vb. birçok başlıkla da ilgilenmektedir.

Bu çalışma, Yeşil Keynesçiliği ana hatlarıyla incelemektedir. Keynesyen iktisadi yaklaşım genelde durgunlukla birlikte anılmaktadır. Oysa müdahaleci yaklaşım sadece konjonktürel dengesizliklere mücadele için kullanılmamaktadır. Yeşil keynesciliği ele alan bu çalışma müdahaleci yaklaşımın çevresel perspektiften ele alması

yönüyle önem arz etmekte ve literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir. Çalışmada öncelikle Yeşil Keynesçilik kavramı ortaya konulmuştur. Daha sonra 2008 krizi sonrasında Yeşil Keynesçiliği güçlendiren unsurlar incelenmiştir. Çalışma bu yaklaşıma yönelik eleştirilerin ele alınmasıyla devam etmiştir. Akabinde Yeşil Keynesçiliğin önündeki siyasi engeller ele alınmıştır. Ardından Yeşil Keynesçiliğin olası sonuçları değerlendirilerek bu yaklaşımın uygulanabilirliğine yönelik politika önerileri ortaya konulmuştur.

1. Yeşil Keynesçilik Kavramı

Tarihsel iktisadi düşünce okullarını incelediğimizde J.M. Keynes ve Karl Marx'ın çağdaşı olan iktisatçılardan daha eleştirel bir perspektife sahip olduklarını gözlemlemekteyiz. Hem Keynes hem de Marx kapitalizmin dinamiğini anlamaya çalışmışlardır. Marx kapitalizmin periyodik krizlerinin kapitalist üretim tarzına içkin bir özellik olduğunu ifade etmiştir. Keynes ise devleti kapitalizmin değişken doğasına en iyi biçimde karşı koyabilecek bir aygıt olarak tanımlamıştır. Günümüzde iktisadi kriz tartışmalarının kapsamı genişleyerek kapitalizm ile doğa arasında yaşanan krizlere nasıl çözüm üretileceğine yönelik yeni yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır. Yeşil Keynesçilikte bu yaklaşımlardan birisini oluşturmaktadır (Custers, 2010, ss. 181). Yeşil Keynesyen düşüncenin tarihsel kökenleri 1929 krizine kadar gitmektedir. 1929 Kriz sonrasında gündem olan ve farklı teorilerin sonucu olarak Amerika Başkanı Roosevelt'in girişimleri ile ortaya çıkan yeni düzen¹, Yeşil Keynesyen düşüncenin ana omurgasını oluşturmaktadır (Thompson, 2008, ss. 5).

Yeşil Keynesçilik küresel ısınma ile bağlantılı çevresel sorunların çözümü yanında işsizlik gibi makroekonomik sorunları çözmeyi hedefleyen güncel bir yaklaşımdır. Yeşil Keynesçilik birbirinden oldukça farklı ve karmaşık olan bu sorunların çözümünü için kamu öncülüğünde çeşitli araçlar kullanılmasını önermektedir. Kullanılacak bu araçlar bir taraftan yenilenebilir enerji arzının artırılması, enerjinin daha verimli kullanılması, eko-endüstrilere geçişin sağlanmasında fayda sağlarken diğer yandan yenilenebilir enerjinin fosil yakıtlar ile rekabet gücünün artmasını sağlayarak enerjide dönüşümün hızlanmasına yardımcı olacaktır. Yenilenebilir enerji sektörünün gelişmesi

¹Franklin D. Roosevelt'in 1930'lu yılların sonlarında uyguladığı Yeni Düzen (New Deal) politikalarının çevresel boyutunu içeren bir kavram olarak bilinmektedir.

²Yeşil ekonomi en basit tanımıyla; insanın doğa üzerindeki yıkıcı müdahalelerini en aza indirmeyi ve bu sayede dünyadaki canlı yaşamın ve insan uygarlıklarının kalıcı olmasını sağlamayı amaçlayan, doğayla uyumlu olabilecek üretim-tüketim ilişkilerini temel alan ekonomik anlayıştır (Şahin, 2017:24).

ayrıca istihdamda da olumlu bir etki meydana getirecektir. İlave olarak eğitim ve sağlık gibi karbon nötr ve yüksek istihdam sağlama potansiyeli olan sektörlerin desteklenmesi gerekmektedir (Doğan, 2023, ss. 22).

Yeşil Keynesyen İktisat, çevre ekonomisiyle Keynesyen makroekonominin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Başka bir ifadeyle Yeşil Keynesyen İktisat da Yeşil İktisat gibi çevre ekonomisinin çatısı altında incelenmelidir. Bu özellikler sebebiyle Yeşil Keynesyen iktisat, Yeşil Ekonominin² bir diğer versiyonudur biçiminde tanımlamak mümkündür (Sweeney, 2015, ss. 12).

Bir başka anlatımla, Yeşil Keynesçilik, iktidarların tam istihdamı ve çevrenin sürdürülebilirliğini hedefleyen kamusal politikalar aracılığıyla ekonomiye müdahale etmesi biçiminde kavramsallaştırılabilir. Yeşil Keynesçilik, optimal kaynak dağılımını sağlayarak kaynak dağıtımının sürdürülebilir evresine geçmeyi hedeflemektedir. Bu müdahaleyi gerçekleştiren de kamunun bizzat kendisi olmaktadır (Tienhaara, 2018, ss. 5).

Diğer bir söylemle, Yeşil Keynesçiliğin temel motivasyonu, karbon emisyonu düşük olan endüstrileri ve yeşil dostu faaliyetleri özendirmek için siyasi erk aracılığı ile etkin bir talep yaratmak ve gezegenin yok olmasının önüne geçmektir (Blackwater, 2012, ss. 51). Ancak Yeşil Keynesçilik, çevresel politikaları uygularken gelir düzeyi açısından dezavantajlı olan gruplara olumsuz yansımaların olmamasına özen gösterilmelidir.

Yeşil Keynesçilik çevresel tehditlerle mücadelede devletin aktif bir makroekonomik politikayı benimsemesi gerektiğini ileri sürmektedir. Örneğin devlet kamu harcamalarını düşük karbonlu sanayilere ve ekolojik dostu faaliyetlere kanallandırmak ve ekolojik dostu faaliyetlere kanallandırmak mümkündür. Böylelikle ekonomiyi resesyondan, evreni ise yıkımdan kurtarmak mümkün hale gelecektir (Cömert, 2019, ss. 132).

Yaşanan ekolojik tehditlerin boyutlarının her geçen gün artması bu soruna çözüm üretmenin aciliyetini artırmaktadır. Özellikle insan kaynaklı çevresel felaketlerin artış göstermesi bilim çevrelerinde karbon emisyonlarının azaltılmasına yönelik uyarıların sertleşmesine neden olmuştur. Flora ve fauna çeşitliliğinin azalması, temiz içme sularının azalması, deniz kirliliği, balık türlerinin yok olması vb. sorunlar artık daha fazla tartışılır hale gelmiştir.

Günümüz dünya ekonomisi hem uzun süreli durgunluk hem de ekolojik bozulma ile karşı karşıyadır. Yaşanan ekonomik krizler ve ekolojik felaketler hâkim pozisyonda olan neo-klasik ekonomik modelin eleştirilerek yeniden değerlendirilmesine yol açmıştır. Neoklasik model kavramı ve bu kavramın temelleri birçok iktisatçı tarafından hala sorgulanmaktadır. Yeşil Keynesçilik 21. yüzyılın küreselleşmiş kapitalizminin artık yeni bir vizyon geliştirmesi gerektiğini savunmaktadır. Geliştirilecek yeni vizyon ekolojik olarak sürdürülebilir ve iktisadi olarak uygulanması mümkün olan bir paradigmanın unsurlarını içermelidir (Berr, 2015, ss. 460).

Dolayısıyla, yeşil yatırım hem ekonomiyi finansallaşmış kapitalizmin yıkıcılığından kurtarmanın hem de ekonomiye yeni bir ivme kazandırmanın anahtarıdır. Keynesyen çarpan mekanizması fikrine dayanan yeşil yatırım, sadece kısa vadeli büyümeye temel oluşturmak ile kalmayacak, aynı zamanda temel altyapı yatırımlarıyla ekonominin uzun vadeli sürdürülebilirliğinin koşullarına zemin hazırlayacaktır. Bu argümanlar doğrultusunda güncellenmiş Keynesyen Yeni Düzen çerçevesinde üç çözüm önerisi bulunmaktadır: i) ekonomiye talebin enjekte edilmesi, ii) Yeşil teknolojilerin hızlandırılması ve böylece ekonomiyi canlandırmak, iii) Geleneksel alışkanlıkları terk ederek ekonomik faaliyetlerin ekoloji üzerindeki baskılarını azaltmak şeklindedir (Blackwater, 2012, ss. 71). Yeşil Keynesçilik, çevreye yarar sağlayacak projelere yönelik kamu harcamalarının artmasını savunmaktadır.

Yeşil Keynesçilik, yeşil altyapıya yapılacak yatırımların ekonomiyi yeni yönlerde doğru genişleteceğini savunmaktadır. Bu düşünce küresel ekonominin gelecek zamandaki ilerlemesinin kesinlikle düşük karbonlu teknolojilerin hakimiyetinde olacağı önermesinden kaynaklanmaktadır. Bu görüşe göre hükümetler geleceğin endüstrilerinde Ar-Ge'ye yatırım yaparak ekonomisini küresel düzeyde rekabetçi duruma getirebilecektir (Blackwater, 2012, ss. 2-3).

Yeşil Keynesyen çalışmalar çoğunlukla neo-klasik politikaların çevresel felaketlere yol açan yıkıcılığını hafifletmeyi hedefleyen bir yaklaşımı içermektedir. Kamu ve özel kesimin güç dengelerinin devletin müdahaleci rolünün ön plana çıkartılmasıyla sağlanabileceğini savunmaktadır. Eğer söz konusu müdahaleler gerçekleşmez ise çevresel felaketlerin sayısında ve yoğunluğunda artış yaşanması

olasıdır. Örneğin Türkiye, İran, Mısır ve Meksika 2050 yılına kadar küresel ısınmanın yaratacağı kuraklık sonuçlarını yaşayacak ülkeler arasında yer almaktadır. Eğer bu senaryo gerçekleşirse söz konusu ülkelerde su kıtlığına bağlı olarak tarım alanlarının kullanılabilirliği sınırlı hale gelerek sürdürülebilir kalkınma imkansızlaşacaktır. Bu gelişmeler tarım sektöründe ciddi aksamalara yol açabilecektir (Kaya vd., 2024, ss. 56).

Yeşil Keynesçi olarak kategorize edilen güncellenmiş Keynesçiliğin üç tane yeni görevi bulunmaktadır.

Öncelikle fosil yakıtların yerine yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelinmelidir. Devlet bu anlamda teşvik edici (örneğin ihalelerde yeşil enerjiye geçmiş şirketlere öncelik vermek) bir rol üstlenmelidir.

İkinci görevse atık yakımının yerini geri dönüşüme bırakmasıdır. Geri dönüşüm sektörünün altyapısı geliştirilerek gelişimine katkı sağlanmalıdır. Elde edilecek vergi gelirlerinden belli bir pay geri dönüşüm sektörünün kalkınması için ayrılmalıdır. Fırınlarda atıkların yakılması hem karbondioksit miktarını düşürecek hem de geri dönüşüm aracılığıyla ekonomiye yeni kaynaklar kazandırılacaktır.

Custer'ın Keynesçiliğin güncellenmiş versiyonuna yüklediği bir diğer görev ise askeri harcamalarla ilgilidir. Askeri harcamaların büyük ve verimsiz harcamalar olduğundan yola çıkarak söz konusu harcamaların yerini sivil harcamalara bırakması gerektiğini ifade etmektedir. Yatırımlar yeşil enerjiye ve toplumun refah düzeyini artıracak sahalara yönlendirilmelidir (Custers, 2010, ss. 182-185).

2. Mortgage Finansal Krizinden Sonra Yeşil Keynesçilik

2007-2008 döneminde yaşanan küresel finansal krizden sonra Yeşil Keynesçilik olgusu önem kazanmıştır. Finansal krizin ardından Yeşil Yeni Düzen³ fikrini hayata geçirecek bir dizi öneri tartışılmıştır. Yeşil ekonominin bir parçası olan öneriler siyasi yelpazeye doğru yayılım

göstermiştir. Endüstriyel aşırılığın kontrolünün sağlanması, istihdam sorununa çözüm üretilmesi ve çevreci anlayışlar daha fazla gündeme gelmeye başlamıştır. Bu çerçevede çoğunlukla ekonomik büyümenin sağlanması ve teknolojik ilerlemenin gerçekleşmesi için yeşil teşviklerin uygulanması ön plana çıkarılmıştır. Bu durum sermayenin dinamizmini yenilenebilir enerji kaynaklara yönlendirmiştir. Daha temiz daha yeşil endüstrilere için öncelikle fosil yakıtlardan ve kirli endüstri kollarından uzaklaşmaya çalışılmıştır (Bina, 2013, ss. 1029).

Yeşil Keynesçilik yalnızca finansal akışları düzenlemekle ilişkilendirilen bir kavram değildir. Aynı zamanda devlet erkinin ekonomiye müdahil olmasını ve böylece kamu yararını desteklemeyi amaçlayan girişimlerde bulunmasını da içermektedir. İsminden de anlaşıldığı üzere, bu bakış açısı temellerini Keynesyen İktisadi yaklaşımdan almaktadır.⁴ Keynesyen yaklaşım eksik istihdam sorunu, altyapıyı geliştirme, emeği güçlendirme ve satın alma gücüyle desteklenen talebin artmasına yönelik çözüm önerileriyle gündeme gelmiştir.

Keynes önemli fikirleriyle dikkatleri üzerine çekmiş bir iktisatçıdır. Keynes'in görüşleri Almanya, İtalya ve Japonya gibi otoriter yönetime sahip ülkeleri bile etkisi altına almıştır. Keynes'in ilgi alanların çok farklı bir motivasyona sahip olan bu otoriter ülkeler efektif talebi artırarak yetersiz istihdam sorununa çözüm üretmeye çalışmıştır. Bahsedilen ülkeler Keynesyen yaklaşımın sayesinde kısa sürede işsizliğe çözüm bularak klasik iktisat okulunun liberal ekonomi anlayışının sorgulanmasına vesile olmuştur. Çünkü kısa sürede işsizliğe çözüm bulunması dünyada ses getiren bir gelişme olarak liberal ekonominin bir kez daha sorgulanmasına neden olmuştur (Delfaud, 2010, ss. 79).

Küresel ekonomik krizden hemen sonra Keynes'in fikirleri yeniden görünür olmaya başlamıştır. Ancak mevcut müdahaleci anlayış korunmakla beraber çevreci bakış açısı eklenerek Yeşil Keynesçilik ortaya çıkmıştır (Goldstein ve Tyfield, 2018, ss. 7). Bu yaklaşımla yeşil ekonomi, yeşil altyapı, sıkı çevresel regülasyonlar ve daha sık yapılacak

³Amerika ve diğer kimi devletlerde önerilen genellikle büyük ölçekte olan kamusal yatırımlar ve politikaları içeren programlardır. Green New Deal hem iktisadi toparlanmayı hem de çevresel sürdürülebilirliği sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca Yeşil Yeni Düzen'in iş olanakları yaratmak, dezavantajlı grupları korumak, gelir eşitsizliğini azaltmak ve su kıtlığını azaltmak gibi amaçları da bulunmaktadır (Özcan, 2019, ss. 1014). Söz konusu amaçlar Yeşil Yeni Düzen fikrinin Yeşil Keynesçilik ile kıyaslandığında daha kapsamlı bir çerçeve sunduğunu göstermektedir. Bir diğer uygulama örneği ise Avrupa Yeşil Mutabakatı (European Green Deal) olarak bilinen plandır. AB'nin, 2050 yılına kadar net sıfır karbon emisyonuna ulaşmayı hedeflediği bir plandır. Düzenleyici politikalar ve yeşil yatırımlar aracılığıyla sürdürülebilir büyüme teşvik edilir.

⁴Dünya'da özellikle 1940'lı yıllar Keynesyen görüşün kök salmasına tanıklık edilen bir dönemdir. Welfare-state ve Full-employment bu gerçeği tanımlayan sembolik iki kavramdır.

kirlilik kontrolleri vb. başlıklar güncel konular olarak tartışılmaya başlanmıştır.

Hükümetler ekonomik istikrarsızlık ve çevresel sürdürülebilirlik sorununun çözümü için aktif müdahaleyi bir politika aracı olarak benimseye başlamıştır. Hükümetler para ve maliye politikası uygulayarak ekonomiye müdahalelerini gerçekleştirmektedir. Ancak parasal müdahaleler ekonomik krizler karşısında bir dereceye kadar etkili olabilirler. Parasal müdahaleler belli sınırlılıklara sahiptirler. Para politikaları doğrudan istihdam fırsatı doğurmamaktadır. Ayrıca çevresel krizlere yönelik politika hedefleri bulunmamaktadır. Bu sebeplerden dolayı maliye politikaları daha etkili bir politika aracıdır. Maliye politikaları gelir eşitsizliği, tam istihdam ve çevresel sürdürülebilirlik konularına müdahale noktasında daha başarılı kabul edilmektedir. Bu noktada para politikaları sadece maliye politikasının tamamlayıcısı olarak kullanılmalı ve müdahaleci yaklaşımı kolaylaştıracak şekilde likidite bolluğu sağlamalı ve krizin aşılması için çözüm üretilmelidir. Çünkü resesyon ve işsizlik sorunlarına çözüm üretilmemesinin çevre üzerindeki baskıyı daha artırması olasıdır (Harris, 2013, ss. 4-5).

Yeşil Keynesçilik küresel sorunlarla mücadele eden bir perspektif ortaya koymaktadır. Yeşil Keynesçilik iki şekilde uygulanmıştır. Bu uygulamalardan birincisi, küresel ekonomik krizden sonra Çin, Japonya, Güney Kore ve ABD gibi ülkelerin liderliğinde yürütülen mali teşvik paketleridir. Uygulamalardan bir diğer ise “yeşil düzen” olarak adlandırılan yaklaşımdır. Bu yaklaşım enerji verimliliği, yenilenebilir enerji, sanayilerin geliştirilmesi, kamuya ekstra gelir kazandırılması gibi araçları kullanmaktadır. (Kaya vd., 2024, ss. 53).

3. Yeşil Keynesçiliğe Yönelik Eleştiriler

Yeşil Keynesçiliğe getirilen pek çok eleştiri söz konusudur. Bu eleştirilerden birisi, Custers tarafından dile getirilmiştir. Buna göre Custers’e göre, çevresel tahribatı engellemenin mümkün olan yöntemi küresel düzeyde sıfır büyüme ekonomisine geçmektir (Custers 2010, ss. 173). Bundan sonra fosil yakıtlara bağımlı olmayan ve küresel düzeyde birikim yapmayan bir ekonomiye geçiş vizyonu savunulmalıdır. Çevresel tahribatları engellemek

için sürekli büyüme fikri reddedilmelidir (Cömert, 2019, ss. 141).

Yeşil Keynesçi önerilerin birçoğu, Keynesçiliğin sosyo-ekolojik ve tarihsel olarak nasıl konumlanıp tekrarlanamaz olduğunu göz ardı etmektedir (Goldstein ve Tyfield, 2018, ss. 14). Esasen Keynesyen görüşün güncellenerek tekrardan canlandırılması ciddi eleştirilere neden olmuştur. Keynesyen düşünce doğası gereği hâkim iktisat anlayışına karşı çıkmak yerine sistemi düzeltmeye yönelik önerilerde bulunmuştur. Günümüzde Keynesçi anlayışın yeni versiyonun popüler olması tüketimin daha da artmasına yol açarak tüketime dayanan iktisadi faaliyetleri özendirerek uzun dönemde çevreyi olumsuz etkileyebilecektir (Cömert, 2019, ss. 141-142). Yeşil Keynesçi anlayışa yönelik diğer eleştiriler ise şöyle sıralanmıştır:

Kısa vadede büyük kamu yatırımları gerektirmesi nedeniyle yüksek maliyetlere yol açması.

Siyasi ve toplumsal desteği sağlama gereksinimi.

Mevcut ekonomik endüstriyel yapılarla uyumlu bir hale getirilmesi.

Yeşil Keynesçiliğe ilişkin eleştiri getiren bir diğer iktisatçı Green’ dir. Green Yeşil Yeni Düzen’ in güven verici olmadığını savunmakta ve bu yaklaşımın ekolojik sınırları inkar ettiğini ve kapitalist ülkelerin deneyimlediği ekonomik yükselişin, tüketim artışına neden olduğu bunun da karbon emisyonlarını artırdığı ve küresel iklim değişikliğine neden olduğunu vurgulamaktadır. Özetle bu yaklaşıma getirilen bir diğer eleştiri olarak, ekonomik büyümenin çevreye zarar vermeden sonsuza kadar devam edebileceğini varsayıldığı ve bu durumun imkansız olduğudur (Legiędź, 2023, ss. 162).

Ekolojik iktisatçılar, ekonominin Dünya’nın daha büyük ekosisteminin bir alt sistemi olarak ele alınmasının önemini belirterek doğal sermayenin korunmasını vurgulamaktadır. Bundan dolayı Yeşil Keynesçilik, toplam tüketim ve üretimi azaltmaya daha fazla odaklanmalıdır. Böylelikle büyümenin çevresel sınırlarına ilişkin farkındalığı hayata geçirmelidir (Legiędź, 2023, ss. 163).

⁵Küresel Güney kavramı ile genellikle düşük gelirli üçüncü dünya ülkeleri ifade edilmektedir. Afrika, Asya ve Latin Amerika ülkeleri Küresel Güney ülkeleri olarak kabul edilirler. Söz konusu ülkeler çevresel sorunlardan orantısız bir biçimde etkilenmektedirler. Bu ülkelerde gelir eşitsizliği ve yoksulluk en büyük problemlerdendir. Ancak Küresel Güney ülkeleri içerisinde iktisadi açıdan olumlu bir tablo çizen Çin gibi örneklerde yer almaktadır.

Yeşil Keynesçiliğe karşı bir diğer önemli itiraz ise, sürdürülebilir bir ekonomiye doğru küresel dönüşümü ele almada başarılı olamamasıdır. Çoğu yeşil yeni düzen programı ve Keynesçi makroekonomik model yerel, kapalı ekonomilere odaklanmış durumdadır. Fakat iklim değişikliği ile etkili bir biçimde mücadele etmek için sera gazı emisyonlarında kayda değer küresel azalmaya ihtiyaç vardır. Bazı ülkeler üretimi artırırken sera gazı emisyon hacmini azaltmayı başardılar. Fakat çalışmalar bunun çoğunlukla kirliliğin dış kaynak kullanımı ve Küresel Güney⁵⁷’de çevresel bozulmaya sebep olması yolu ile gerçekleştiğini göstermiştir. Küresel mali krizin ardından gelişmekte olan ülkelerin karşılaştığı olduğu birçok zorluğu hesaba katmak için Yeşil Yeni Düzen’ in küresel bir versiyonu için bir öneri ortaya çıktı. Bu ülkeler hem düşük karbonlu bir ekonomiye geçiş için gerekli kaynaklardan hem de gerekli teknolojiden de yoksun bulunmaktadır. Bundan dolayı, küresel Yeşil Yeni Düzen, gelişmiş ülkelerden yardım gerektirmektedir. Yeşil Yeni Düzen’in böyle küresel bir versiyonu, Küresel Güney’deki ülkelerin yüzleşmek zorunda olduğu dış ve iç yapısal faktörleri görmezden gelmektedir. Finansal ve teknolojik destek olsa dahi, kirliliğe neden olan endüstrilerin Küresel Güney’e taşınmasının baskın mekanizması sebebiyle başarılı bir geçiş söz konusu olmayabilir; bu durum da ekonomik ve çevresel sömürüyle sonuçlanabilmektedir (Legiędź, 2023, ss. 164).

Küresel iklim değişikliğiyle mücadelede özellikle gelişmiş ülkelerin öncü bir rol üstlenmesi beklenmektedir. Çoğunlukla da bu rolü gelişmiş merkez ülkeler üstlenmekte ve küresel düzeyde emisyon miktarının düşürülmesi yönünde bir duyarlılığı yaygınlaştırmaları beklenmektedir. Fakat az gelişmiş ülkelerin emisyon hacimlerini düşürmeleri ekonomik kalkınmaları önünde bir engel teşkil edebilir. Bu noktada merkez ve çevre ülkeler arasındaki küresel eşitsizlik derinleşebilir.

“Yeşil Keynesçilik yenilenebilir enerji kaynaklarını teşvik etmektedir. Fakat bu kaynakların ekonomik dalgalanmalara karşı kırılgan olması muhtemeldir. Bilhassa yenilenebilir enerji sektöründe, fiyat dalgalanmaları ve enerji üretiminde meydana gelecek kesintiler vb. problemler iktisadi istikrarı olumsuz etkileyebilir. Büyüme, fosil yakıtların yerine yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılmasıyla daha temiz ve daha yeşil bir biçimde

gerçekleşebilir. Enerji, faydalı bir işin çok önemli bir kaynağıdır. Büyüme, insan emeğinin tek başına yapamayacağı şeylerin fosil yakıtlar aracılığıyla gerçekleşmesi sayesinde mümkün olmuştur. Fosil yakıt kullanımına son vermenin emek üretkenliğini azaltma ve çıktıyı sınırlama gibi sonuçlar yaratması olasıdır (Kallis vd., 2018, ss. 296).

Yeşil Keynesçilik bir takım yenilikçi teknolojiler önerirken bu teknolojilerin yüksek maliyetli oluşunu ve söz konusu teknolojilere erişimin sınırlı olmasını göz ardı edebilmektedir. Özellikle gelir düzeyi düşük olan toplumlarda yenilikçi teknolojilere erişim çok daha zor hale gelebilmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın kapsayıcı olup olmadığı tartışması büyüyerek eleştirilerin dozunu arttırabilmektedir.

Keynesçi ya da post-Keynesçi politikaların uygulanması çalışma kapsamında belirlenen sorunlara ilave olarak finansmanla ilgili problemlere de yol açmaktadır. Çevre ülkeleri olarak ta adlandırılan üçüncü dünya ülkeleri dış borç bulma noktasında ciddi sorunlar yaşamaktadır. Bu ülkeler hem dış borç bulma gücünü hem de dış borcun taşıdığı riskler nedeniyle emisyonu tercih edebilmektedir. Ancak bu ülkelerdeki büyüyen bir bütçe açığı, para biriminin değer kaybetmesine, enflasyona, daha yüksek faiz oranlarına, sermaye kaçışlarına ve reel ücretlerde düşüşe neden olabilmektedir. Ancak bütün bu olumsuzluklar gelişmekte olan ülkelerin Keynesçi politikaları kullanamayacağı anlamına gelmemekte, fakat bu tür politikaların önemli sınırlamalarını kabul eden post-Keynesçi bakış açılarının kendi durumları için daha uygun olabileceğini savunmaktadır (Legiędź, 2023, ss. 164-165).

Yeşil Keynesçi anlayışa eleştirel perspektiften bakan birçok yaklaşım bulunmaktadır. Degrowth ve eko-sosyalizm bu yaklaşımlar içerisinde dikkat çeken eleştiriler yaklaşımlardır. Degrowth yani küçülme hareketi; mevcut üretim tarzının doğal kaynaklar üzerinde büyük bir baskı oluşturduğunu ve bu nedenle hem üretim hem de tüketim de küçülmeye gidilmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Eko-sosyalizm akımı da kapitalist üretim tarzının ekolojik dengeyi gözetmediğini ve daha eşitlikçi bir toplum için eko-sosyalizmin en iyi alternatif olduğunu savunmaktadırlar. Söz konusu yaklaşımlar Yeşil Keynesçilerin mevcut sistem içerisinde çözüm üretme anlayışını eleştirmektedirler. Onlara göre çevrenin sürdürülebilirliği kapitalist üretim tarzı içerisinde mümkün değildir.

4. Yeni Keynesyen Politikaların Önündeki Siyasi Engeller

Yeşil Keynesyen politikaların benimsenmesinin önündeki temel engel hükümet müdahalesinin iktisadi yapıda bozulmaya sebep olacağı algısıyla ilgilidir. Bu algı klasik ve neoklasik iktisadi ekolü benimseyenlerce güçlü bir biçimde desteklenmiştir. Bu bakış açısı başta Amerika'da liberal sağa eğiliminin artmasında ve milli ekonomi içinde kamu kesiminin payının azalmasında etkili olmuştur.

Bu görüşü savunanlara göre, piyasa ekonomisinin özünde kusurlu olduğunu ispatlayan hiçbir şey bulunmamaktadır. Çünkü neo-liberalizme kusur olarak atfedilenler aslında devlet denilen aygıtı atfedilmelidir (Goldstein ve Tyfield, 2018, ss. 7). Neoliberal argümanlar geliştirilerek piyasa ekonomisinin mükemmel olduğunu tanıtlamaya çalışan iktisatçılar ve politikacılar Yeni Keynesyen politikaların önündeki siyasi bariyerlerdendir.

Maliye politikalarının verimsizlik ve kaynak israfına yol açma ihtimali elbette ki bulunmaktadır. Fakat hükümetin eyleminin her zaman başarısızlığa yol açacağı algısı çevresel sorunlara çözüm üretme ihtimalini zorlaştırmaktadır. Ayrıca siyasetin içerisinde vergi kelimesi geçen hemen her şeye gösterilen alerjik reaksiyon da başarılı olabilecek maliye politikasını kısıtlamaktadır. Elbet söz konusu engellerin aşılması çok kolay değildir. Para ve maliye politikasının mantıklı bir bileşimi hem işsizliğe hem de karbon emisyonunun azaltılması dahil olmak üzere ekolojik önceliklere cevap verme konusunda dikkate değer bir potansiyel içermektedir. Bu yüzyılın iktisadi ve ekolojik problemlerine çözüm geliştirebilmemiz için Keynesyen politika önlemlerini daraltmak yerine genişletmek gerekmektedir (Harris, 2013, ss. 13).

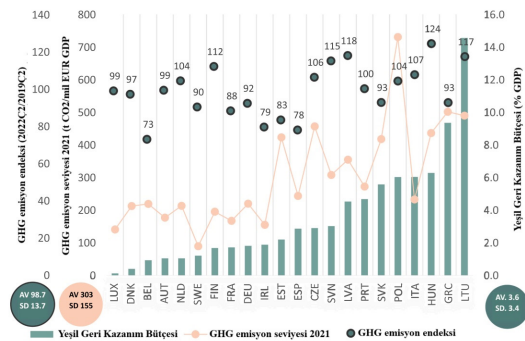
5. Yeşil Keynesçiliğin Uygulanmasına Yönelik Araçlar

Yeşil Keynesçilik, sürdürülebilir bir ekonominin koşullarını yaratmak için kendine özgü araçlar sunmaktadır. Bu çerçevede, kamu harcamaları, yeşil işler, çevresel vergiler, doğal kaynaklarda sürdürülebilirliğin sağlanması ve yeşil tahviller gibi başlıklar öne çıkmaktadır. Söz konusu başlıklar aşağıda detaylı bir biçimde ele alınmaktadır.

5.1. Kamu Harcamaları

- Yeşil Keynesçi politikanın sahip olduğu araç seti hem genişletici hem de daraltıcı önlemleri içermektedir. Bu politikalar şunları içerebilir (Harris, 2013, ss. 13) :
- Sağlık harcamaları ve idari alandaki gereksiz harcamaları sınırlayacak reformlar yapmak,
- Kamusal harcamaların kayda değer bir bölümünün çevreyi koruyacak projelere yönlendirilmesi.
- Uzun vadede sürdürülebilir ekonomik büyümenin ve istihdam yaratmanın mümkün olabilmesi. Bu nedenle uzun vadeli kamusal yatırımların efektif bir biçimde planlanması
- Fosil yakıtlardan uzaklaşmayı teşvik ederek yenilenebilir enerji kaynaklarına ve sürdürülebilir ulaşım sistemlerine yönelik yatırımların planlanması.
- Sermaye kazançlarına daha yüksek oranda vergiler uygulaması ve
- Çevresel tahribatlara karşı bekleyen en acil çözümlerden biri olan sera gazı emisyonlarının azaltılmasıdır. Aşağıda yer alan Şekil 1 de yeşil geri kazanım bütçeleriyle sera gazı emisyon salınımı arasında ilişki açıklanmaktadır.

Şekil 1. Yeşil geri kazanım bütçeleri ve sera gazı emisyonları



Kaynak: Prime vd., 2024.

Şekil 1'de yer alan veriler incelendiğinde yeşil bütçelerin ve döngüsel ekonomiye geçiş yönünde alınan önlemlerin şekilde ele alınan ülkelere karbon salınımına yansımalarının eş anlı olmadığı

görülmektedir. Bunun temel sebebi ülkelerin bir yandan yeşil ekonomiyi desteklerken bir yandan fosil yakıt kullanımına devam etmeleridir. Örneğin Belçika'da gerçekleşmiştir. Belçika'nın yeşil ulaşım ve döngüsel ekonomiye yönelik yatırımları sera gazı emisyonlarında %1'lik etkileyici bir azalmaya neden olurken Finlandiya'da aynı dönemde sera gazı emisyonlarında %12'lik bir artış yaşanmıştır. Söz konusu örnek, yeşil politikanın sera gazı emisyonları üzerindeki etkisini analiz ederken, endüstri türleri, politika etkinliği, enerji harcamaları, çevre dostu teknolojilerin kullanımı, hava durumu modelleri ve doğal afetler gibi birçok faktörü göz önünde bulundurarak kapsamlı bir yaklaşım benimsemenin zorunlu olduğu göstermektedir (Primc vd., 2024, ss. 3).

Yine Şekil 1'de yer alan Macaristan, Letonya, Litvanya, İtalya, Çek Cumhuriyeti ve Slovenya gibi ülkeler yeşil toparlanma girişimleri için ortalamanın üzerinde mali kaynak ayırmalarına rağmen, pandemi sırasında sera gazı emisyonlarında artış yaşadığı gözlemlenmektedir. Bu artışın nedeni, belirli endüstrilere önemli ölçüde bağımlı olmak, çevresel düzenlemelerin yetersiz kalması, altyapıyı geliştirme üzerindeki kısıtlamalar ve sosyoekonomik değişkenlerin etkileşimi gibi birkaç temel faktöre bağlanabilir. Ayrıca, ekonomiler büyüdükçe, başta fosil yakıtlar olmak üzere, enerji tüketiminde tipik olarak bir artış yaşanmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının giderek daha fazla benimsenmesine rağmen, fosil yakıtların yaygınlığını koruması sera gazı emisyonlarının azalması önünde engeldir. Benzer şekilde, ulaşım faaliyetleri de sera gazı emisyonlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Özellikle karayolu taşıtları bu konuda önemli bir rol oynamaktadır (Primc vd., 2024, ss. 4).

Daha önce de ifade edildiği gibi, Yeşil Keynesçilik, çevrenin sürdürülebilirliğini ve iktisadi büyümeyi birlikte değerlendiren ekonomik politik bir yaklaşımdır. Bu açıdan, yeşil altyapının geliştirilmesi ve kamusal yatırımların artırılması yeşil Keynesçilik için önem arz etmektedir. Devletin ekolojik sorunlarla mücadelede çözüm üretecek hamlelerde bulunması sürdürülebilir bir çevre için kritik önem arz etmektedir. Kamusal harcamaların bir kısmının yeşil projelere ayrılması kısa ve uzun vadede pozitif etkilere neden olmaktadır. Kısa vadede ekonomik büyüme teşvik edilerek istihdam artırılırken uzun vadede doğal kaynaklar

korunarak iklim değişikliğiyle mücadelenin zemini hazırlanmaktadır. Yeşil alt yapı harcamaları özel sektörü de yönlendirmektedir. Özetle, Yeşil Keynesçilik yaklaşımı ekolojik sürdürülebilirlik ve ekonomik büyüme arasında bir denge kurmaya özen göstermektedir.

5.2. Yeşil İşler

Yeşil işler, çevre kalitesini koruyan ve bu kalite düzeyini artıran, gelecek dönemlerde ekosistem üzerinde hasar bırakacak faaliyetlerden kaçınan işler biçiminde tanımlanabilir. Literatürde henüz ortak bir yeşil iş tanımlaması bulunmamaktadır. Günümüzde çevreyi korumaya çalışan birçok meslek grubu vardır. Ancak bu meslek gruplarının tamamını yeşil iş olarak tanımlanmamaktadır. Yeşil işlerin çevreyi koruyan bir yanının olması önemlidir, fakat yeterli değildir. Yeşil işlerin çevreci olmasının yanı sıra düzgün işler⁶ olarak da kabul görmesi gerekmektedir. Yeşil işler, emeği ile geçinen kesimlere sağlıklı çalışma ortamları sunan, insani koşullarda bir ücret, işçi haklarına karşı saygılı ve kendilerini etkileyen kararlara katılım olanağı sağlayan işlerdir (ILO, 2013, ss. 23).

Genellikle yeşil işlerin; eko-sistemi ve biyolojik zenginliği korumaya yardım etmesi, verimli stratejiler yolu ile enerji, malzeme ve su tüketimini düşürmesi, sera gazı emisyonunun azaltılması, her türden atık ve kirlilik üretiminin asgari düzeye düşürülmesi ve önlenmesi olmak üzere başlıca dört temel özelliğe sahip olması gerekir. Bu bağlamda ele alınırsa, bir işin "yeşil iş" biçiminde tanımlanması için nihai olarak çevresel bir mal ya da hizmet üretme gerekliliği bulunmaktadır (Özsoy, 2016, ss. 58).

Hem yeşil işlerin tanımı ve neleri kapsadığıyla ilgili hem de istihdam üzerinde ne gibi etkiler meydana getireceğine yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Daha iyimser bir yaklaşım sergileyenler yeşil işlerin istihdam oranını artıracağı yönünde görüşler sunmaktadır. Yeşil ekonomiyi destekleyecek yeni iş alanları oluşturmak ve işsizlik sorununa çözüm üretebilmek için ekolojiye duyarlı sektörlerde istihdam artırıcı çalışmalarda bulunmanın önemli olduğu belirtilmektedir. Ancak kimi iktisatçılara ve maliyecilere göre istihdam etkisi nötrdür. Onlara göre mevcut işlerde çalışanlar yeşil iş kapsamındaki işlere geçiş yaparlar ve böylece istihdam üzerinde herhangi bir değişim söz konusu olmaz. Dolayısıyla bu yoruma göre mavi yaka

⁶İngilizce'den karşılığı "decentjobs" şeklindedir.

çalışanları yeşil yaka çalışana dönüşeceklerdir. Diğer yandan emek gücüne becerilerin kazandırılması ile hali hazırdaki işlerin yeşil işe dönüştürülmesi de benzer etki doğuracaktır. Yeşil işlerin istihdam oranı üzerindeki etkisinin negatif olacağını savunan karamsar görüşler de mevcuttur. Bu görüşü savunanlara göre, yeşil işler bazı işlerin yok olması, dolayısı ile mevcut işgücünün işsiz kalmasına neden olabilecektir (Özsoy, 2016, ss. 58).

5.3. Çevresel Vergiler:

Vergilerin iklim değişikliğiyle mücadelede araç olarak kullanılması kamu gelirlerinde artışa neden olmaktadır. Kamunun yetkisini kullanarak topladığı vergiler güncelliğini koruyan etkili ve işlevsel bir araçtır. İklim değişikliğiyle mücadele özellikle karbon vergisinin popüler bir vergi olduğu bilinmektedir. Karbon vergisinde “kirliten öder” ilkesi geçerlidir. Söz konusu ilkeyi kısaca kirliliğe sebep olan tarafın kirliliğin giderilmesinde katlanılacak maliyetleri üstlenmesidir. Yeşil Keynesçiliği güçlendiren bir araç olarak çevre vergileri iki şekilde uygulanmaktadır. Bunlar:

- Karbon vergisi vb. vergiler aracılığıyla kirlilik yaratan faaliyetlerin azaltılması ve
- Yeşil yatırımları özendirmek için vergi indirimleri, muafiyetleri ve çeşitli sübvansiyonların sağlanmasıdır.

Çevreci vergiler bir taraftan negatif dışsallığın finansman aracı iken bir taraftan çevreci yaklaşımları savunan girişimciler bir ödül mekanizmasına dönüşebilmektedir. Yani, vergiler negatif dışsallığa neden olan eylemleri cezalandırırken çevreci anlayışları teşviklerle desteklemektedir. Böylelikle negatif dışsallıklarla sürdürülebilir kalkınma arasındaki dengeyi göz önünde bulunduran, girişimcilerin yatırım kararlarına yön veren bir “vergi iklimi” sağlanacaktır. Çevreci verginin ana hedefi, fosil yakıtların tüketimini ve yatırımını sınırlandırmak ve çevre dostu olarak bilinen yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelik yatırımlarıya özendirmektir. Girişimciler için fosil yakıtlar üzerinden alınacak vergiler maliyetlerinin artışı manasına gelmektedir. Bundan dolayı sanayi üretiminde enerji giderleri toplam giderler içinde bir kalem olarak dikkat çekmektedir. Böylece yatırım konusunda kararsızlık yaşayacak olan girişimciler daha az maliyete katlanmak için yeşil enerjiye yöneleceklerdir (Kaya vd., 2024, ss. 57-58).

Ülke uygulamalarını incelediğimizde ülkelerin

genellikle karbon vergisi yerine petrol ve motorlu taşıtlar vergilerini tercih ettiklerini gözlemlenmektedir. Karbon vergisi doğrudan karbondioksit salımını azaltacak bir etkiye sahipken motorlu taşıtlar gibi vergiler karbondioksit salımı üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Buna rağmen karbon vergisi bir çevre vergi politikası olarak ülkeler tarafından yeteri kadar tercih edilmemektedir. Örneğin ekoloji üzerinde oldukça fazla baskı meydana getiren ABD, Rusya, Çin ve Hindistan gibi ülkelerin karbon vergisine karşı direnç içinde oldukları gözlenmektedir. Türkiye’de çevre vergisi uygulamasına petrol üzerinden alınan özel tüketim vergisi ve yüksek motor hacimli vergilerin kullanılması sınırlandırılmaya çalışan Motorlu Taşıtlar Vergisi’ de örnek olarak verilebilecektir. Bu vergilerle doğaya verilen zararlar kısmen içselleştirilebilmektedir (Şen ve Sağbaş, ss. 460-461).

5.4. Doğal Kaynaklarda Sürdürülebilirliğin Sağlanması:

Doğal kaynakların sürdürülebilirliği için gerekli düzenlemeler ve politikalar oluşturulması günümüzde her devlet için bir zorunluluk haline gelmektedir. Biyoçeşitliliğin korunması, ekolojik sorunların çözülmesi ve küresel iklim değişikliğiyle mücadele edilmesi en öncelikli politika önlemleri arasında yer almaktadır. Yaşanan olumsuzluklar en bariz sonucuyla küresel iklim değişikliği sorununa neden olmaktadır. Sürekli biçimde artan ortalama sıcaklıklarla öldürücü etkisi bulunan ısı dalgaları, çok şiddetli yağışlar ve sel gibi aşırı hava olaylarının sayısında meydana gelen artışlar kontrolsüz seviyelere ulaşmış durumdadır ve önlem alınmaz ise bu olumsuz seyir artarak devam edecektir (Spence, 2007, ss. 57).

Ülkeler zaman kaybetmeden doğal kaynakların korunmasına yönelik de politikalar geliştirilmelidir. Biyoçeşitliliğin korunması ve sürdürülebilir doğal kaynaklar meselesi Yeşil Keynesçiliğin merkezinde yer alan konulardır. Çünkü iktisadi büyümenin uzun dönemde sürdürülebilirliği isteniyorsa ekosistem dengesinin korunması zaruridir. Bu açıdan, hükümetlerin çevreyi kirliten endüstri kollarına müdahale ederek birtakım önlemler alması gereklidir. Bu önlemler ekonomi büyürken ekolojik ayak izini azaltabilir.

Küresel iklim değişikliği sorunu artık bir realitedir ve olumsuz etkileri gün geçtikçe artış göstermektedir. Küresel iklim değişiklikleri canlı yaşamını ve

iktisadi faaliyetleri olumsuz etkilemektedir. Bu gelişmelerden dolayı Yeşil Keynesçilik devletin müdahil olup çevre dostu teknolojilere yatırım yapılması yönünde çalışmalar yürütmesini savunur.

5.5. Yeşil Tahviller

Yeşil tahviller çevresel projelerin finansmanına katılma olanağı veren ve ekoloji üzerindeki baskıyı azaltmayı amaçlayan borçlanma tahvilleridir. Söz konusu tahvillerin ihracına 2007 yılından sonra başlamıştır (Jun, Kaminker, Kidney ve Pfaff, 2016, s.4).

Yeşil tahviller kapsamında kazanılan gelirler çevreyi korumak amacıyla kullanılmakla birlikte yeşil dönüşüm için de kullanılabilir. Böylelikle karbon emisyon hacmini düşürmek gibi hedeflere ulaşmak konusunda daha başarılı olunabilir. Yeşil tahviller hem kamu kurumları tarafından hem de finans kuruluşları tarafından ihraç edilebilirler. Örneğin ülkemizde ilk kez 2016 yılında Türkiye Sınai Kalkınma Bankası tarafından yeşil tahvil ihraç edilmiştir (Kandır ve Yakar, 2017:160-161).

Son dönemlerde yeşil tahviller yeşil yatırımların finanse edilmesi için önemli bir araç haline geldi. Yeşil tahviller, çevresel açıdan yarar sağlayan projeler için sermaye sağlamak üzere tasarlanmış olan Uluslararası Sermaye Piyasası Birliği (ICMA) tarafından belirlenen Yeşil Tahvil ilkelerine uygunluk göstermektedir. Yeşil tahviller genellikle doğal kaynakların yok olması, küresel iklim değişikliği, biyolojik çeşitliliğin azalması gibi sorunların yanı sıra su, hava ve toprak kirliliği gibi temel sorunları ele almaktadır. Söz konusu tahviller proje tahvilleri ya da bir proje tarafından destek gören varlığa dayalı menkul kıymetler olabilir. Yeşil tahvil ihraç edenler uluslararası kuruluşlardan yerel hükümetlere ve firmalara kadar uzanabilir. Yeşil tahvil piyasası kapsam ve boyut olarak sürekli bir biçimde büyümektedir. Yeşil tahviller, geleneksel olarak hissedarlar üzerindeki etkilere odaklanan ve kurumsal yönetime katkıda bulunan bir borçlanma aracıdır (Cheong ve Choi, 2020: 178). Yeşil tahviller yeşil etiketli projelere uygun finansman sağlarken tahvili ihraç edenler ve bu tahvilleri satın alanlara çevreci bir prestij kazandırmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus projenin gerçek anlamda yeşil olmasıdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde proje gerçek manada çevreci olmasa da öyleymiş gibi gösterilebilmekte diğer bir ifadeyle yeşil yıkama (green washing) sorununa neden olabilmektedir.

6. Yeşil Keynesçi Politikaların Olası Sonuçları

Yeşil Keynesçi politika birleşimi nasıl bir sonuca ulaştırır konusu tartışılmaya devam eden güncel konular arasında yer almaktadır. Bu politikaların olası sonuçlarını aşağıdaki gibi maddeleştirmek mümkündür (Harris, 2013, ss. 14) :

- Kamu sektöründe işe alımların artması,
- Finansmanı kamu tarafından karşılanan bina güçlendirme çalışmaları,
- Yükseköğrenim yatırımları ile birlikte artış gösteren Ar-Ge harcamaları,
- Toplu taşımanın teşvik edilmesi ve altyapı yatırımlarının hızlandırılması,
- Karbon vergisinden elde edilen gelirlerin enerji verimliliği için geri dönüştürülmesi,
- Karbon vergisi ya da eşdeğeri vergilerin yaygınlaşması.
- Karbon ticaret sisteminin daha fazla sektöre ve ülkeye yayılmasını sağlayarak küresel ölçekte karbon emisyonlarının azalmasına katkıda bulunması
- Yenilenebilir enerji kaynaklarının özendirilmesi,
- Enerji verimliliğinin artırılması ve
- Sürdürülebilir tarım politikası vb. yeşil işlere yönelik politikalar geliştirilmesi (yani yeşil istihdamın yaratılması) hem istihdam artışını sağlayabilir hem de çevresel hedeflere varılmasını sağlayabilir.

Uluslararası Düzeyde:

- Yenilenebilir enerji yatırımlarına yönelik bir Küresel Yatırım Fonu kurulması
- Tarım ve ormancılık da dahil olmak üzere, üçüncü dünya ülkelerine dönük karbon kredileriyle sanayileşmiş ülkeler için entegre emisyon üst sınırlarının belirlenmesi
- Az gelişmiş ülkeler için fikri mülkiyet hakları ve Dünya Ticaret Örgütü sübvansiyon kurallarından feragat ile verimlilik ve yenilenebilir enerji teknolojisi transferinin gerçekleşmesi şeklinde ifade edilebilecektir.

- İlave olarak Yeşil Keynesçi vizyon da günümüzde karşı karşıya kalınan resesyon, borç krizi ve ekolojik tehditler gibi problemlerin çözümüne de yardımcı olabilecektir.

Sonuç

Yeşil Keynesçilik, Keynes'in maliye politikasının sürdürülebilir çevreyi içeren amaçlar ile günümüze uyarlanmış biçimi olarak, sürdürülebilir kalkınmayı özendirirken ekolojik dönüşümü de merkeze alan bir yaklaşım olarak bilinmektedir. Bu yaklaşım Mortgage krizi gibi finansal krizlerden sonra devletin görünen eline ihtiyaç olduğunu savunurken, yine devletin yeşil teknolojilere ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapmasını çevresel sürdürülebilirlik açısından önemli görmektedir. Özellikle yeşil politika önerileri hem merkez hem de çevre ülkelerde ekoloji ve büyüme dengesini gözeterek önemli bir yol haritası olarak belirmektedir.

Yeşil Keynesçilik yaklaşımında çevresel amaçlara ilave olarak toplumun tamamına yarar sağlayacak uzun dönemli politikalar üretmek başlıca amaçlardandır. Bu yaklaşımda,

Döngüsel ekonomi (atık yönetimi, geri dönüşüm ve yeniden kullanım) yatırımları özendirilerek kaynak tüketiminin önüne geçilmelidir.

Kamu-özel sektör iş birliklerinin teşvik edilmesi önem arz etmektedir. Söz konusu işbirliği inovasyonun hızlanmasına ve etkin kaynak kullanımına katkı sağlayacaktır.

Çevresel eğitim ve bilinçlendirme kampanyaları yapılmalıdır. Ekoloji alanında toplumsal bilincin artması vatandaşların üretim ve tüketim alışkanlıklarında çevreci değişikliklere yol açabilecektir.

Tarımda sürdürülebilirlik politikaları ile sağlıklı gıdaya erişim imkanlarında artış imkanı sağlanabilecektir

Yeşil teknolojiye yönelik Ar-Ge yatırımlarının yapılması ile uzun dönemde çevresel hedeflere ulaşmada çok önemli bir rol oynayabilecektir

Uluslararası çevresel yönetim mekanizmalarının güçlü hale getirilmesi ve ülkeler arasında daha efektif iş birliklerinin yapılmasıyla, iklim krizine karşı küresel ölçekte daha güçlü bir sonuçlar alınabilecektir. Uluslararası çevresel yönetim mekanizmalarının güçlü hale getirilmesi ve ülkeler arasında daha efektif iş birliklerinin yapılmasıyla, iklim krizine karşı küresel ölçekte daha güçlü bir sonuçlar alınabilecektir. Çevresel krizlerin artışıyla beraber ülkeler arası iş birliklerine örnek gösterilebilecek pratikler gerçekleşmiştir. 1972'de Stockholm Konferansı, 1992'de Rio Dünya Çevre Kalkınma Konferansı, 1997'de Kyoto Protokolü, 2009'da Kopenhag BM İklim Zirvesi, 2012'de Rio+20 BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı ve 2015 yılında yapılan Paris Çevre Anlaşması uluslararası iş birliğine örnek olarak verilecek pratiklerdendir. Ancak söz konusu konferansların bugünkü yaklaşımlarla iklim krizine çözüm üretebilmesi güç görünmektedir. Mevcut üretim tarzının iklim krizini derinleştirdiği ve büyük bir çıkmaz yaşadığı gerçeği göz önünde bulundurularak daha gerçekçi çözümlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Ancak modele yönelik eleştiriler ve siyasi engeller Yeşil Keynesçiliğin yaygın bir biçimde benimsenmesini zorlaştırmaktadır. Bu görüşün benimsenmesinin önündeki bir diğer engel özellikle maliyetlere nasıl çözüm üretileceğine net cevap verememesidir. Sahip olduğu güçlülere rağmen bu yaklaşım özellikle devletin aktif rol ve sorumluluğa sahip olduğu ülkelerde uygulanabilirliği tartışılması gereken bir yapı sergilemektedir.

Kaynakça

- Berr, E. (2015), "Sustainable Development in a Post Keynesian Perspective: Why Eco-development is Relevant to Post Keynesian Economics", *Journal of Post Keynesian Economics*, 37, 459-480.
- Bina, O. (2013). "The Green Economy and Sustainable Development: An Uneasy Balance? Environment and Planning C: Government and Policy, 31(6), 1023-1047.
- Blackwater, B. (2012), "Two Cheers for Environmental Keynesianism", *Capitalism Nature Socialism*, 23(2), 51-74.
- Blackwater, B. (2012). The Contradictions of Environmental Keynesianism, <https://climateandcapitalism.com/2012/06/14/the-contradictions-of-environmental-keynesianism/> (Erişim Tarihi: 23.08.2024)
- Cheong, C., Choi, J. (2020). Green Bonds: a Survey. *Journal of Derivatives and Quantitative Studies*, 28(4), 175-189.
- Cömert, M. (2019). Revival of Keynesian Economics or Greening Capitalism: "Green Keynesianism". *Sosyoekonomi*, Vol. 27(42), 129-144.
- Custers, P. (2010). The Tasks of Keynesianism Today: Green New Deals As Transition Towards a Zero Growth Economy?, *New Political Science*, 32(2), 173-191.
- Delfaud, P. (2010). Keynes ve Keynesçilik. Dost Kitabevi Yayınları.
- Doğan, M. (2023). Çevresel Krize Kamusal Bir Yanıt: Yeşil Keynesçilik. www.researchhgate.net
- Goldstein, J., Tyfield, D. (2018). Green Keynesianism: Bringing the Entrepreneurial State Back in (to question)?. *Science as Culture*, 27(1), 1-25.
- Harris, J.M. (2013). Green Keynesianism: Beyond Standard Growth Paradigms. *Global Development And Environment Institute Working Paper No. 13-02*.
- ILO (2013). Sustainable Development, Decent Work and Green Jobs, International Labour Conference, 102nd session, Report V, Genova.
- Jun, M., Kaminker, C., Kidney, S., Pfaff, N. (2016). Green Bonds: Country Experiences, Barriers and Options, G20 Green Finance Study Group Report.
- Kallis, G., Kostakis, V., Lange, S., Muraca, B., Paulson, S., Schmelzer, M. (2018). Annual Review of Environment and Resources Research On Degrowth. *Annu. Rev. Environ. Resour.* 43:291-316.
- Kandır, S. Y. ve Yakar, S. (2017). Yeşil Tahvil Piyasaları; Türkiye'de Yeşil Tahvil Piyasasının Geliştirilebilmesi için Öneriler, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 26, Sayı 2, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/416189>, 159-175.
- Kaya, M.G., Peksen, F., Yıldız, Y. (2024). In Smuggle With Climate Change, Extra-Budgetary Fund Application As An Instrument of Green Keynesian Economic Policy. *Eurasian Research Journal Erj*, Vol. 6, No. 1, Pp. 51-63 , Winter 2024.
- Legiedz, T. (2023). The Ecological Boundaries of Green Keynesianism. *International Journal Of Public Administration, Management and Economic Development*. Vol. 8 No.2.
- Özsoy, C.E. (2016). Yeşil İşler ve İstihdam Olanakları Üzerine Bir Tartışma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8(1) . 51-59.
- Özcan, K.Y. (2019). Yeşil Yeni Düzen ve Yeşil Büyüme Bağlamında Kayseri, Sakarya, Hatay ve Samsun Örnekleri, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi Cilt 23, Sayı 3, 1013-1031, 2019.
- Primc, K., Zabavnik, D., Dominko, M., Slabe-Erker, R. (2024). Green financing for cutting emissions and simultaneous economic upturn in the European Union: Myth or reality?, *Sustainable Futures* 8 (2024).
- Şen, H., Sağbaş, İ. (2016). Vergi Teorisi ve Politikası, Ankara.
- Spence, C. (2007). Küresel Isınma – Sağlıklı Bir Dünya İçin Çözümler. Pegasus Yayınları.
- Sweeney, Sean (2015). "Green Capitalism Won't Work." *New Labor Forum*, 24(2): 12-17.
- Şahin, Ü. (2017). Yeşil Düşünceden Yeşil Ekonomiye" Yeşil Ekonomi. Editörler Ahmet Atıl Aşıcı – Ümit Şahin. Yeni İnsan Yayınevi.
- Thompson, Sean (2008). The Limits of Green Keynesianism. Retrieved from <https://climateandcapitalism.com/2008/10/09/the-limits-of-green-keynesian-ism/#more-552>. Erişim Tarihi: 01.09.2024
- Tienhaara, K. (2018). Green Keynesianism and the Global Financial Crisis, by Routledge, Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN and by Routledge 711 Third Avenue, New York, NY 10017.
- Ünlükaplan, İ. (2010), Kriz Kuramları, Modelleri ve Tarihsel Süreçte Krizler, S. Karahan (Ed.), Küresel Kriz ve Türkiye içinde (ss. 1-37). Karahan Yayınları.

Sebiha Yıldız* 

*Dr., Bağımsız Araştırmacı, Dr.sebihayildiz@hotmail.com

Dijital Çağın Yeni Paradigması: Sosyal Medya Etkileyicilerinin Vergilendirilmesi¹

Öz

Günümüz teknoloji çağı, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte her alanda kendini hissettirmiştir. Özellikle insanların hayat tarzı, iş hayatı ve toplumsal yaşamı, bu değişimden en önce etkilenenler arasındadır. Teknolojide yaşanan hızlı ilerlemeler ve internetin yaşamın tüm alanlarına girmesi hem sosyal hem de iş hayatına yeni kavramlar kazandırmıştır. Bunlardan biri de sosyal medya etkileyicileri (Influencer)'dir. Sosyal medya etkileyicileri kurduğu bağlantı ve ağlarca güçlendirilmiş sosyal medyada aktif olarak bulunan ciddi etkilene gücüne sahip kişilerden oluşmaktadır. Sosyal medya platformlarının gün geçtikçe artması bu sosyal ağı milyarlarca insanın kullanmasına ve içerik oluşturmalarına imkân tanımıştır. Sosyal medya platformları kullanıcı sayısının artması, çoğu içerik üreticisi için kazanç kapısı haline gelmiştir. Birçok içerik üreticisi yaptığı paylaşımlarla gelir elde etmektedir. Bu ekonomik faaliyetlerin yeni olması bunların nasıl vergilendirileceği konusunu gündeme getirmiştir. Ülkeler bu tür gelir elde edenleri hangi tür vergiye tabi tutacağı konusunda ciddi oranda zorlanmaktadır. Bundan dolayı sosyal medya etkileyicilerinin vergi karşısındaki durumunun incelenmesinin yararlı olacağına inanılmaktadır. Türkiye'de ve dünya ülkelerinde sosyal medya etkileyicilerinin sosyal ağlar üzerinden elde ettiği kazançlar farklı vergi uygulamalarına tabi tutulmuştur. Özellikle Türkiye'de sosyal medya platformları üzerinden elde edilen gelirlerin kolaylıkla vergilendirilebilmesi için vergiden istisna edilmesine ve belirli miktarda kadar stopaj yoluyla vergilendirilmesi öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Etkileyicileri, Sosyal Medya Etkileyicilerinin Vergilendirilmesi

JEL Sınıflama Kodları: H20, K34, M10

The New Paradigm Of The Digital Age: Taxation Of Social Media Influencers

Abstract

Today's technological age has made itself felt in every field with the developments in information and communication technologies. Especially people's lifestyle, business life and social life are among the first to be affected by this change. Rapid advances in technology and the penetration of the internet into all areas of life have brought new concepts to both social and business life. One of these is social media influencers (Influencers). Social media influencers (Influencers) consist of people who are actively on social media and have serious influence power, strengthened by the connections and networks they establish. The increasing number of social media platforms has allowed billions of people to use this social network and create content. The increase in the number of users of social media platforms has become a source of income for most content producers. Many content producers earn income through their posts. The fact that these economic activities are new has brought up the issue of how they will be taxed. Countries have serious difficulties in determining what type of tax to subject those who earn this type of income to. Therefore, it is believed that it would be useful to examine the status of social media influencers in terms of tax. In Turkey and in other countries around the world, the income earned by social media influencers through social networks has been subject to different tax practices. In particular, in Turkey, it has been envisaged that income earned through social media platforms will be exempted from tax and taxed through withholding tax up to a certain amount so that it can be easily taxed.

Keywords: Social Media, Social Media Influencers, Taxation of Social Media Influencers

JEL Codes: H20, K34, M10

¹Bu çalışma "Dijital Çağın Yeni Paradigması: Sosyal Medya Etkileyicileri (Influencer) ve İçerik Üreticilerinin Vergilendirilmesi," başlığıyla Saraybosna'da düzenlenen Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi'nde (24-25 Ekim 2024) özet bildirisi olarak sunulmuştur.

To Cite: Yıldız, S. (2025). Dijital Çağın Yeni Paradigması: Sosyal Medya Etkileyicilerinin Vergilendirilmesi. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 12(37), 70-80. 10.70490/gumrukticaretdergisi.1616918



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Extended Summary

The age of digital technology has become an inseparable part of our lives day by day. Information technologies are one of the most important technologies preferred recently to facilitate people's work and transactions. The concept of social media, which emerged in coordination with digital technological developments, is one of the media platforms that allow users to communicate with each other instantly. Social media is among the concepts that are increasingly important in many areas of our daily lives. Social media was first created to share people's feelings, thoughts, pictures, videos, etc. with their friends. With the increase in the number of people using social networks, many companies and organizations have preferred social media platforms to increase awareness of their products and services. Companies have designed web-based addresses to be used on all digital platforms.

The modern world is in a revolution in the way of content production. Social media platforms have become the center of modern communication. The ways of using social networks vary depending on the type, intentions and purposes of the organizations. Social media and advertising activities are of vital importance for businesses in the marketing process. Through social media, companies can market their products by promoting them. In this sense, social media influencers are preferred in the advertising of products. Social media influencers are people who share by attracting people's attention and influencing them. Social media influencers are defined as a new type of independent, third-party supporter who directs the behavior of the target audience using blogs, tweets and other social media tools. Social media influencers play important roles in shaping people's thoughts, behaviors and attitudes. People generally take people they are influenced by and whose thoughts they care about as role models. In this sense, social media influencers have an important place in increasing the recognition of companies and firms by advertising them. Social media content producers are seen to produce many contents according to their professional experience, education and interests. Most of the content they produce serves the purpose of generating income. Social media influencers generally attract the attention of their followers and produce content in line with their followers' requests. Most of what they produce is aimed at

financial gain. Social media influencers can promote any product and play an active role in the marketing of that product. Social media influencers earn income in various ways by converting the attention of social media users into money. The business models behind the monetization of social media content are constantly changing. The increase in the number of social media platforms has enabled many content producers to earn income using this network. Social media influencers earn income in many areas, including advertising, product promotion and marketing. These earnings can be in kind or cash. Regardless of how influencers earn income, they need to be evaluated in terms of income tax. This situation has brought to the agenda the issue of taxation of income earned through social media platforms. Determining the type of income and taxation is a complex issue for many digital content producers. Because social media influencers earn income from many areas such as different types of income (advertising income, sponsorships, marketing income). It is extremely important to examine the tax situation of social media influencers who produce content on social media networks, which are added every day. World countries have serious difficulties in taxing the income earned by social media influencers. For this reason, many international countries have included tax regulations concerning social media content producers in their tax laws.

In this study, the concept of social media and social media influencers (Influencer) is first explained. The study then addresses the income sources of social media influencers and examines the tax situation of social media influencers. Finally, the study mentioned the taxation of social media influencers in selected world countries.

Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler insanların yaşam tarzlarında birçok değişikliğe sebep olmuştur. Bu değişiklikler insanlara yeni iş alanları ve kariyer fırsatları sunarak onların yaşamlarını kolaylaştırmıştır. İnsanların yaşamlarını kolaylaştıran teknolojik gelişmelerin en önemlisi internettir. İnternet teknolojisi, yaşamın tüm alanlarına yayılarak birçok sektörü etkisi altına almıştır. Bu teknoloji günümüzde milyarlarca insanın kullandığı yaşamın vazgeçilmez unsurları arasında yer almaktadır. İnternet teknolojisi, bireylerin fiziksel varlığa ihtiyaç duymadan her türlü mal ve hizmeti almasına ve satmasına imkân tanımaktadır. Bu teknolojiden yararlanan bireyler; mekan, zaman veya atmosfer kısıtlamaları olmadan çeşitli kaynaklara erişebilmektedir. Teknoloji ve internetin yaygınlaşması yeni kavramları ortaya çıkarmıştır. Bu kavramlardan biri de sosyal medya kavramıdır. Günümüz teknoloji çağında, yaşam tarzının en önemli parçası haline gelen sosyal medya, kullanıcıların birbirleriyle etkileşim kurmasını sağlayan en büyük platformlardan biridir. Sosyal medya, farklı coğrafyadan bireyleri birbirine bağlayan modern iletişim kurma şekillerine verilen isimdir. Modern dünya iletişim kurma ve içerik üretme şekillerinde bir devrim sürecindedir. Bu yeni ekosistem alışlagelmiş iş modellerini değiştirmekte ve farklı kariyer şekilleri ortaya çıkarmaktadır. Özellikle sosyal platformlar üzerinden ortaya çıkan içerik üretme yarışı insanların klasik kariyer anlayışını dönüştürmektedir. İçerik üreticileri insanlara benzersiz ve faydalı içerikler sunarak onları etkilemektedir. Viral videolardan sponsorlu gönderilere kadar birçok içerik üretimi insanların dikkatini çekmektedir. Bu içerikler onların kariyerlerini yükseltirken bir yanda da onlara gelir sağlamaktadır. Dijital içerik üreticileri kendi kişisel markalarını yaratarak dünya genelinde izleyicilerin beğenisine sunmaktadır. Çoğu şirket içerik üreten ünlü bloggerler ve fenomenler aracılığı ile ürünlerinin tanıtımını yapmaktadır. İçerik üreticilerinin farklı kaynaklardan gelir elde etmesi toplumda vergi sorununu gündeme getirmiştir. Vergi, birçok gelir türü ve vergi kesintilerini kapsamasından dolayı karmaşık bir konudur. Dijital içerik üreticileri için vergileme; konumlarına, iş yapılarına ve gelir kaynaklarına göre değişmesinden dolayı daha da karmaşık haldedir. Dünya devletleri sosyal medya etkileycilerinin elde ettikleri gelir ve gelirin vergilendirilmesi konusunda ciddi zorluklarla karşı karşıyadır. Dijitalleşme ile birlikte sosyal medya ve sosyal medya etkileycilerinin popülaritesi hızlı bir

şekilde artmaktadır. Bu nedenle farklı şekillerde gelir elde eden sosyal medya etkileycilerinin vergi karşısındaki durumu oldukça kritiktir. Çünkü sosyal medya etkileycileri; reklam geliri, sponsorluklar, pazarlama gelirleri gibi birçok alanda gelir elde etmektedirler. Bu anlamda çoğu ülke sosyal medya içerik üreticileri ve etkileycilerini kapsayan vergisel düzenlemeler yapmaktadır. Bu çalışmada ilk olarak sosyal medya kavramı açıklanmış sonrasında, sosyal medya platformları üzerinden kişi ve firmaların reklamını yapmak ve içerik üretmek amacıyla gelir elde eden sosyal medya etkileycilerinin vergilendirilmesi konusu ele alınarak değerlendirilmiştir. Daha sonrada çalışmada seçilmiş dünya ülkelerinde sosyal medya etkileycilerinin vergisel durumuna yer verilmiştir.

1. Sosyal Medya Kavramı

Teknolojide yaşanan hızlı ilerlemeler ve internetin yaşamın tüm alanlarına girmesi hem sosyal hem de iş hayatına yeni kavramlar kazandırmıştır. Bu anlamda ortaya çıkan sosyal medya, internet temelli kullanıma dayalı sosyal ağlardan oluşan, toplum için vazgeçilemeyen uygulamalardan biridir (Çalışkan ve Mencik,2015,s.257). Sosyal paylaşım ağları en temel manasıyla bilgisayar ağlarını ve kurumsal bilgisayar sistemlerini birbirine bağlayan elektronik iletişim ağı olarak ifade edilmektedir. Bu ağlar, internet teknolojisinin gelişmesine paralel olarak insanları sanal dünyada birleştiren internet tabanlı hizmetler (Web) olarak bilinmektedir. Sosyal medyanın temeli Web 2.0'a dayanmaktadır. Web 2.0 teknolojisi aracılığı ile kullanıcılar erişim sağladıkları sitelere yorum yapabilmekte ve içerik oluşturabilmektedir (Gürsoy Atar ve Gürsoy Ulusoy,2020,s.927-928). Cambridge sözlüğünde yer alan tanıma göre sosyal medya, web sitelerini ve bilgisayar programlarını ifade etmektedir. Ayrıca internet aracılığı ile bilgi ve iletişimi kolaylaştıran tüm uygulamalara verilen isimdir (Daria,2024,s.4). Sosyal medya en genel anlamıyla internet kullanıcılarının birbirleri ile çevrimiçi iletişim kurmalarını sağlayan, içerik paylaşımı ve kişisel yorumlara dayalı ağ siteleri olarak ifade edilmektedir. Sosyal medya içerisindeki sosyal ağlar sayesinde kişiler, profil bilgilerini paylaşabilir, özel veya çevrimiçi mesajlar gönderebilir, fotoğraf ve video paylaşımı yapabilirler (Özdemir vd., 2014,s.59). Sosyal medya, internet aracılığı ile gelişen ve ilerleyen bir iletişim teknolojisidir. Kullanıcılar tarafından içeriklerin oluşturulmasına yarayan ve farklı grupları içerisinde barındıran

bir tür iletişim aracıdır. Kişiler sosyal medya aracılığı ile düşüncelerini paylaşabilir ve bloglar halinde onu tartışmaya açabilir. Ayrıca bu platform birçok ürün ve hizmete ait bilgilerin bulunduğu, şirketlerle iletişimi kolaylaştıran çoğu faktörü de içinde barındırmaktadır. Sosyal medya, çevreden siyasete, teknolojiden eğlenceye kadar tüm toplumu etkileyen ve düşüncelerini değiştiren bir mekanizmadır. Ülke gündemlerinin belirlenmesinde hızlı bir araç olarak görev yapmaktadır. Bunların yanında teknolojik güncellemeye imkân tanınması, çoklu kullanıma açık olması ve sanal paylaşımı desteklemesinden dolayı yoğun ilgi görmüştür (Erol ve Hassan,2014,s.805). Sosyal medya, geniş bir tüketici tabanına sahip, insanlara çok daha hızlı ulaşabilen ve geleneksel araçlara göre tanınırlıkta daha etkili olan bir uygulamadır (Kaabi,2023,s.15). Bu uygulama ile zaman ve mekân sınırından bağımsız mobil tabanlı, paylaşımlar yapılabilir. Bu anlamda sosyal medya, en yüksek derecede paylaşımın yapıldığı, çevrimiçi medyanın yeni ürünü olarak ortaya çıkan yenilikçi düşüncelerden biridir (Vural ve Bat,2010,s.3351). Kişisel deneyimler, görüşler, öneriler, seçilen müzikler ve makalelerin paylaşıldığı sosyal medya türleri giderek artış göstermektedir. Sosyal medyanın gelişiminde, internetin yaygın hale gelmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerine duyulan güven, bu teknolojilerin gündem yaratma başarısı ve çeşitli yazılımların geliştirilmesi gibi birçok faktör etkili olmuştur (Çelik,2014,s.31). Sosyal medya platformları dört ortak özelliğe sahiptir. Bu özellikler;

- Sosyal medya kullanıcıları, çeşitli medya türlerinde içerik oluşturup içeriklere katkı sağlayabilirler
- Sosyal medya kullanıcıları, içerikleri etkileyebilirler
- Sosyal medya kullanıcıları, içeriği aktif oylama veya pasif kullanımı tercih edebilirler
- Sosyal medya kullanıcıları, diğer kullanıcılar ile dostluk ve arkadaşlık bağları kurarak sosyal medya ağları kurabilirler

şeklinde açıklanmaktadır. Sosyal medya, bireylere kişisel fikirlerini, bilgilerini ve tecrübelerini küresel çapta dünyaya duyurma fırsatı tanımaktadır (Öztürk ve Talas,2015,s.108-113).

1.1. Sosyal Medya Araçları

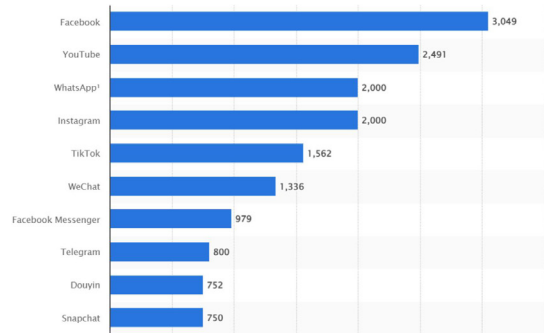
Sosyal medya araçları, dijital veri tabanları aracılığı

ile kullanıcılar ile iletişim kurulmasını sağlayan ve içerik üretimine imkân tanıyan internet siteleri olarak bilinmektedir. Sosyal medya araçları, internet vasıtasıyla bireylerin buluşmasını, tanışmasını ve iletişim kurmasını kolaylaştırmaktadır. Bu platformları kişiler, tekel olarak içerik üretimi yaparak da kullanabilmektedir (Susur ve Tamer Gencer,2021,s.78). Günümüz teknoloji çağında birçok sosyal medya aracı mevcuttur. Bu araçlar aşağıda sıralanmıştır:

- Bloglar
- Mikrobloglar
- Wikiler
- Sosyal İşaretleme
- Sosyal Ağlar (Instagram, Facebook,Twitter,Tik Tok)
- Medya Paylaşım Siteleri
- Sanal Dünyalar

Sosyal medya aracılığı ile bireyler ilgilendikleri konuları, görüntüleri ve ses dosyalarını diğer kişilerle anlık olarak paylaşabilmektedir (Öztürk ve Talas,2015,s.108-113). Sosyal medya araçları içerisinde en çok kullanılan uygulama Facebook uygulamasıdır (Genç,2010,s. 484). Dünya genelinde birçok sosyal medya platformu kullanılmaktadır. Bu platformlardan bazılarının aylık olarak kullanımı şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1. 1 Ocak 2024 Tarihi İtibari İle Dünya Çapında Aktif Aylık Sosyal Medya Kullanıcı Sayıları (Milyon)



Kaynak: Daria,2024,s.5

Şekil 1’de 1 Ocak 2024 tarihi itibari ile dünya genelinde aktif aylık sosyal medya kullanıcı sayıları yer almaktadır. Özellikle sosyal platformlar

içerisinde Facebook, Youtube, Instagram ve Whatsap uygulamalarının yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu uygulamalar içerisinden en fazla kullanılan sosyal medya platformu Facebook uygulamasıdır. Şekil 1’de yer alan bilgilere göre dünya genelinde çok fazla sosyal medya kullanıcısının olduğunu ve bu platformlara duyulan ilginin her geçen gün arttığını söylemek mümkündür.

2. Sosyal Medya Etkileyicileri Kavramı

Sosyal medya etkileyicileri “Sosyal medyanın kendilerine verdiği imkânlar sayesinde hazırladıkları içeriklerle insanların ilgisini çeken ve internet ağı üzerinden bilinirliklerini artıran kimseler” olarak tanımlanmaktadır. Bu kişiler teknolojiyi en iyi şekilde kullanan ve sosyal medya platformları aracılığıyla para kazanan kimselerdir (Ergün,2022,s.394). Sosyal medya etkileyicileri, internet ortamında paylaşmak amacıyla içerik üreten kişi olarak da tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle sosyal medya etkileyicileri, insanların güvenini kazanan, ürünleri ve hizmetleri kullanarak tüketicilerin davranışlarını etkileyen bireylere verilen isimdir (Vega vd.,2024,s.73). Freberg vd., 2011’e göre Sosyal medya etkileyicileri “bloglar, tweetler ve diğer sosyal medya araçlarının kullanımı yoluyla hedef kitlenin tutumlarını şekillendiren yeni bir tür bağımsız üçüncü taraf destekçi” olarak da ifade edilmektedir. Çalışmalara göre etkileyiciler, kurduğu bağlantı ve ağlar tarafından güçlendirilmiş sosyal medyada, sürekli aktif olmakta ve bu sebeple ciddi etki alanı yaratmaktadır. İnsanlar genellikle kendilerine yakın hissettiği, güvendiği ve rol model aldığı sosyal medya etkileyicilerini desteklemektedir. Etkileyiciler herhangi bir markanın reklamını yapabilir, bir kuruluşun popülaritesini arttırabilir ve firmaların sosyal medya temsilciliğini üstlenebilirler. Birçok kurum ve kuruluş genellikle günlük hayattaki deneyimlerle bağlantılı olarak şirketlerinin reklamlarını bu kişiler üzerinden yapmaktadır. Sosyal medya etkileyicileri, firmalar için iyi bir reklam alternatifi olduğu gibi yanlış bilgi ve olumsuzluklarda da kötü sonuçlara yol açabilmektedirler. Bu durum kuruluşlar için tehlike oluşturabilecek niteliktedir (Deborah vd.,2019,s.1). Bireylerin mesleki deneyimlerine, kariyerlerine veya ilgi alanlarına göre, blog yazımı, sosyal medya içerikleri, web sitesi içerikleri gibi alanlarda dijital içerik üretimi yapması mümkündür (Ağyıldız,2024). Sosyal medya etkileyicileri genellikle sosyal medya vasıtasıyla insanların ilgisini çeken paylaşımlar yapıp, onları etkileyen ve takipçi olarak çok büyük

bir kitleye hitap eden kişilerden oluşmaktadır. Sosyal medya etkileyicilerinin özel yaşamları, kendilerine has siteleri ve söylemleri daima insanlar tarafından merak edilmiş ve takip edilmiştir (Ergün,2022,s.394). Etkileyiciler genellikle takipçilerin dikkatini çekerek, takipçilerin görüş ve önerileri doğrultusunda içerik üretmektedir. Ürettiği şeylerin çoğu maddi kazanç sağlamak içindir. Sosyal medya etkileyicileri reklam, ürün tanıtımı ve pazarlama da dahil olmak üzere birçok alanda kazanç elde ederler. Sadece ticari kazanç elde etmek için değil, siyasi, sosyal ve kültürel konularda da gündem yaratarak toplumu yönlendirmeleri mümkündür (Belli vd.,2021,s.69-71). Etkileyiciler tarafından kullanılan, onaylanmış ürünler kişiler üzerinde çok etkili olmaktadır. Herhangi bir markanın etkileyiciler tarafından tavsiye edilmesi o ürünün satılmasında ve o markanın farkına varılmasında ciddi rol oynamaktadır (Anggadha ve Rosdiana,2020,s.112). Sosyal medya etkileyicileri, belirli bir konu üzerinden edindikleri uzmanlık ve bilgileri takipçileriyle paylaşabilirler. Sosyal medya etkileyicileri mega etkileyiciler, makro etkileyiciler, mikro etkileyiciler ve nano-etkileyiciler olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır. Bunlardan mega etkileyiciler, takipçi sayısı 1 milyon ve üzeri takipçi sayısına sahip kişiler, makro etkileyiciler takipçi sayısı 100.000 ile 1 milyon arası takipçisi olanlar, mikro etkileyiciler 10.000 ile 100.000 arası takipçiye sahip olanlar ve nano etkileyiciler ise 10.000 ‘den az takipçiye sahip olan kişilerden oluşmaktadır. Etkileyiciler; yetkisi, bilgisi, konumu ve takipçi sayısı ile ilişkisi sebebiyle insanların satın alma kararlarını etkileme gücüne sahiptirler. Influencerler kişi sayısı bakımından geniş bir kitleye hitap eden takipçileriyle genellikle sosyal bağ kurmuş kişilerden oluşmaktadır. Kişiler karar alma ve karar verme süreçlerinde kendilerine rol model olarak sosyal medya etkileyicilerine bakmaktadır. Sosyal medyayı kullanan etkileyiciler takipçilerin dikkatini çekmek için belirli bir konu üzerinden düzenli olarak içerik yayınlarlar. Bu durum geleneksel reklamcılık anlayışına alternatif bir reklam anlayışı ortaya çıkarmıştır (Vaidya ve Karnawat,2023,s.81-82).

2.1. Sosyal Medya Etkileyicilerinin Gelir Kaynakları

Sosyal medya kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Ocak ayı 2024 verilerine göre dünya genelinde sosyal medya kullanıcı sayısı 5,17 milyar olarak kaydedilmiştir (Statista, 2024). Bu rakam toplam dünya nüfusunun%62,3’üne tekabül etmektedir. Dünya nüfusunun yarsından

fazlasına denk gelen bu oranın büyümesinde özellikle tanınmış sosyal medya yıldızları veya tanınmış halk figürlerinin etkisi büyüktür. Sosyal medya platformları, kullanıcıların dikkatini paraya çevirme ve çeşitli yollardan gelir elde etme aracıdır. Sosyal medya etkileycileri, canlı alışveriş ve yaygın şirket yöntemleri gibi yeni trendleri ortaya çıkaran kişilerdir. Markaların gelir elde etmek için tercih ettikleri en birincil iş stratejisi etkileşimdir. İçeriklerin paraya dönüştürülmesinin ardındaki iş modelleri sürekli olarak değişmektedir. Sosyal medya etkileycilerinin gelir kaynaklarını beş kategoriye ayırmak mümkündür. Bunlar; etkileyici pazarlama, reklam gelirleri, abonelik/tekonleştirme/kitle fonlaması, doğrudan satış ve yaratıcı fonlar şeklindedir. Bunların yanında reklam hizmetleri, doğrudan veya dolaylı olarak ödemelerde diğer gelir kaynakları arasındadır. Örneğin; sponsorluklar, bağlı kuruluş pazarlaması ve takas kayda değer sözleşmesel faaliyetlerdir. Platformlar diğer taraftan reklam vermek isteyenlerin reklamlarını algoritma tarafından yönetilen bir reklam kütüphanesine yerleştirmelerine yardımcı olur. Örneğin, youTube kullanıcıları bir kaplama, görüntüleme veya eğer materyallerinden gelir elde etmek istiyorlarsa video reklamı veya sponsorlu kartları kullanmaktadır. Etkileycilerin doğrudan kendi ürününü satması ve tanıtması doğrudan satış olarak tanımlanmaktadır. Etkileyciler doğrudan kendi ürünlerini veya markalarını yaratarak onun tanıtımını yapabilmektedir. Etkileyciler söz konusu bu ürünleri çevrimiçi mağazaları kullanarak nakliye vasıtasıyla veya sosyal medya platformlarında sergileyerek satabilmektedir. Tik tok Creator Fund gibi dijital platformlar yeni para kazanma türlerinden biridir. Burada platformlar parayı doğrudan yaratıcıya vermektedir. Bu yaklaşım marka araçlarını içermemektedir. Sosyal medya içerik üreticilerinin para kazanmaları çeşitli faktörlere bağlıdır. Bu faktörler, etkileycilerin sosyal medya platformlarındaki etkinlik düzeyi ile abone tabanının büyüklüğü ile ilgilidir. Yani takipçi sayısı ile yapılan sözleşmenin büyüklüğü arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya platformları, içerik üreticileri ve etkileycileri için çeşitli yollardan para kazanma fırsatları yaratmaktadır. Instagram, rozetler, abonelikler, markalı içerikler, instagram reels'deki reklamlar, bonuslar, hediyeler, bahşişler ve profil reklamları bunlara örnek gösterilebilir. Benzer şekilde TikTok, markaları tanıtmakta bir dizi gelir getirici özellik sunmaktadır (Daria,2024,s.11-14). Yine bunların yanında etkileycilerin para kazanma yollarından biride sosyal ticarettir (Goanta ve

Bertaglia,2023,s.247). İçerik üreticileri şirketlerin ürünlerine yönelik şirketlerle yaptıkları reklam anlaşmalarına da güvenebilirler. İçerik üreticileri, şirketten doğrudan maaş olarak veya dolaylı olarak ürün olarak gelir de elde edilebilirler. Örneğin; YouTube kanalında makyaj videoları oluşturan bir içerik üreticisi izlenme sayısına göre YouTube'dan para kazanabilir ve videoda ürünlerini kullandığı için makyaj şirketinden de yine para ödemesi talep edebilir. Bu faaliyetlerden elde edilen kazançların hepsi içerik üreticilerinin ne kadar hızlı büyüdüğünü ve geliştiğini ortaya koymaktadır (Morris,2024,s.258).

3. Sosyal Medya Etkileycilerinin Vergilendirilmesi

Sosyal medya platformlarının dünyada hızlı bir şekilde gelişimi insanları bu sürece adapte olmaya zorlamıştır. Bu anlamda iş hayatında birçok yeni kavram ve meslekler ortaya çıkmıştır. Sosyal medya etkileycileri bu mesleklerden biridir (Türkay,2023). Sosyal platformların gelişmesinin bir sonucu olarak, şu anda birçok kişi mesleğini içerik üreticisi olarak değiştirmektedir. Bu profesyonel geçiş daha çok milenyum yaş kategorisindeki kişiler tarafından yapılmaktadır. Milenyum yaş gurubundakiler sosyal medyayı sadece eğlence ve anıları paylaşmak için değil, aynı zamanda gelir elde etmek için de kullanmaktadır (Syailendra vd.,2023,s.401). Sosyal medya platformları sayısının her geçen gün artması bu ağı milyonlarca kişinin kullanmasına ve içerik üretmesine olanak tanımıştır. Birçok içerik üreticisi kullanıcı sayısının artmasına bağlı olarak bu platformu çok sık kullanmakta ve gelir elde etmektedir. Sosyal medya platformlarından elde edilen gelirlerin hepsi gelir vergisi uygulaması bakımından "ticari kazanç" olarak değerlendirmeye alınmalıdır. Ancak kişinin ticari kazanç olarak vergiye tabi olması mükellefiyet kaydı, defter tutma, beyanname verme gibi çoğu vergisel sorumluluğun doğmasına neden olmaktadır. Bu nedenle sosyal medya platformlarından gelir elde edenlerin vergilendirilmesinin daha basit, anlaşılabilir ve kolay uygulanabilmesi amacıyla bu gelirlerin istisna edilmesi ve belli bir tutara kadar stopaj yoluyla vergilendirilmesi için 2021 yılında Resmi Gazetede yayımlanan 7338 sayılı kanunda düzenleme yapılmış ve 2022 'de uygulamaya koyulmuştur (Hellaç,2024). Bu kanundan sonra 26.09.2024. tarihinde Resmi Gazetede yayımlanan 325 Seri No' lu Gelir Vergisi Tebliğinde 7491 sayılı Kanunun 7. Maddesi sosyal içerik üreticiliği,

internet ve benzeri elektronik ortamlar üzerinden sunulan hizmetler ile mobil cihazlar için uygulama geliştiriciliğinde kazançlar üzerine uygulanan istisnası düzenlendiği 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunun mükerrer 20/B maddesinde yapılan değişiklikler yer almaktadır. Buna göre “İnternet ve benzeri elektronik ortamlar üzerinden metin, görüntü ses, video gibi içerikleri paylaşan sosyal içerik üreticisi gerçek kişilerin yapmış oldukları bu faaliyetlerden elde ettikleri kazançları” ve bu ortamlar üzerinden verilen bireysel kurs, eğitim, veri işleme ve geliştirme, ürün tanıtımı gibi hizmetlerden sağlanan kazançlar ile akıllı telefon veya tablet gibi mobil cihazlar için uygulama geliştirenlerin elektronik uygulama paylaşım ve satış platformları üzerinden elde ettikleri kazançlar gelir vergisinden istisna” tutulmaktadır. Kişilerin bu istisnadan yararlanabilmesi için Türkiye’de kurulu olan bankalarda bir hesap açılarak bu faaliyetlere ilişkin tüm hasılatın münhasıran bu hesap üzerinden tahsil edilmesi gerekmektedir. Bankalar bu amaçla açılan hesaplara aktarılan hasılat tutarı üzerinden aktarım yaptığı tarihten itibaren %15 oranında gelir vergisi tevkifatı yapmak ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun 98 ve 119’ uncu maddelerindeki hususlar kapsamında vergiyi beyan edip ödemekle yükümlüdürler. Bu tutar üzerinden 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun 94’üncü madde kapsamında ayrıca tevkifat yapılması söz konusu değildir. Mükelleflerin birinci fıkra kapsamı dışında başka faaliyetlerden elde ettiği kazanç veya iratların bulunması istisnadan yararlanmaya engel bir durum teşkil etmemektedir. Ayrıca birinci fıkra da yer alan kazançları toplamı 103. maddede yazılı tarifenin dördüncü gelir diliminde yer alan tutarı aşanlar ile faaliyete ilişkin tüm gelirlerini ikinci fıkra da yer alan şartlara göre tahsil etmeyenler bu istisnadan yararlanamayacaklardır. Bu durumda olanların, 94’üncü maddenin birinci fıkrası kapsamında tevkifat yapma yükümlülüğü bulunmamaktadır (Gelir Vergisi Genel Tebliği, 7491 Sayılı Kanun’un 7. Maddesi (Seri No:318)’nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ Seri No:325.). Bankalar hesaplarına aktarılan paranın miktarını, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun 98 (Muhtasar Beyanname) ve 119’uncu (Vergi Tevkifatının Yatırılması) maddelerindeki durumlar kapsamında beyan ederek ödemek zorundadırlar. İlgili düzenlemeye göre %15’lik vergilendirme için 2024 yılı için gelirin 3.000.000 TL’ye kadar olması gerekmektedir. Bunlardan yola çıkılarak, düzenli olarak sosyal medya platformlarından gelir elde eden ve serbest olarak çalışan (freelancer) kişilerin 3.000.000 Türk lirasına kadar olan gelirlerinde

defter tutma, makbuz düzenleme, aylık olarak beyanname verme gibi birtakım sorumlulukları bulunmamaktadır. Ancak kazançlarının %15’ini bankalar vasıtasıyla devlete stopaj vergisi olarak ödeme zorunluluğu vardır. Bu durum kazanç elde edenlerin vergi usulsüzlüklerini azaltmada etkili olmuştur. Günümüzde internet ortamında ne tür faaliyetlerin reklam geliri kapsamına girdiğinin tespit edilmesi güçleşmiştir. Çünkü paranın da dijitalleştiği ödemelerin para yerine kripto para olarak da alınabileceği bir dijital çağda yaşanmaktadır. Bu noktada dijital platformlarda ortaya çıkabilecek alternatif ödeme seçenekleri için vergilendirmeye ilişkin düzenlemelerin gerekliliği ortaya çıkmıştır (Ergün,2023,s.399; Gelir İdaresi Başkanlığı, 2024).

Katma Değer Vergisi Açısından Bakılacak Olunursa; 7338 sayılı Kanun’un 55’inci maddesi ile 3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu’nun (“3065 sayılı Kanun”) “Sosyal ve Askeri İstisnalarla Diğer İstisnalar” başlıklı 17’nci maddesinin “Diğer istisnalar” alt başlığının (a) bendinde değişiklik yapıldığı görülmektedir. Söz konusu değişiklik ile 193 sayılı Kanun’un “Sosyal içerik üreticiliği ile mobil cihazlar için uygulama geliştiriciliğinde kazanç istisnası” başlıklı mükerrer 20/B maddesi uyarınca vergiye tabi tutulan kazançlara ilişkin teslim ve hizmetler Katma Değer Vergisi (KDV) yönünden istisna kapsamına alınmıştır. Bu kapsamda alınan düzenlemeye göre istisna 1/1/2022 tarihinden itibaren söz konusu madde çerçevesinde vergiye tabi tutulan kazançlara konu teslim ve hizmetlere uygulanacaktır. İlgili maddeye göre 1 Ocak 2022 tarihinden itibaren, internet ortamındaki sosyal ağ sağlayıcıları üzerinden metin, görüntü, ses, video gibi içerikler paylaşan sosyal içerik üreticilerinin bu faaliyetlerinden elde ettikleri ile akıllı telefon veya tablet gibi mobil cihazlar için uygulama geliştirenlerin elektronik uygulama paylaşım ve satış platformları üzerinden elde ettikleri 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu’nun mükerrer 20/B maddesi kapsamında vergilendirilen kazançlara konu teslim ve hizmetler KDV’den istisna edildiği anlaşılmaktadır. Başka taraftan istisna tutarını aşan gelir vergisine tabi olunması halinde ise istisnayı aşan kısım için KDV mükellefiyeti ortaya çıkacaktır (Yurttakal ve Yıldız,2024,s.130).

3.1.Seçilmiş Dünya Ülkelerinde Sosyal Medya Etkileycilerinin Vergilendirilmesi

Sosyal medya etkileycilerinin sosyal platformlardan elde ettikleri kazançlar hem Türkiye de hem de

dünya ülkelerinde farklı vergi rejimlerine göre düzenlenmiştir. Seçilmiş bazı dünya ülkelerinde sosyal medya etkileyicilerinin vergi karşısındaki durumu aşağıda yer almaktadır.

Finlandiya: Finlandiya ülkesinde sosyal medya üzerinden elde edilen gelirlerin vergilendirilmesi diğer gelir türleriyle aynı özelliğe sahiptir. Bu gelirler herhangi bir vergi yasaları ve düzenlemeleri ile özel bir vergiye tabi değildir. Ancak, tüm gelirler genel vergi yasalarına ve kesintilere tabi tutulmaktadır. Kişilerin sosyal medya faaliyetlerinden elde ettiği gelirlerinin vergilendirilmesi, sosyal medyada ne kadar aktif olduğuna bağlıdır. Sosyal medya etkileyicilerinin sosyal medya aracılığı ile elde ettiği herhangi bir gelir ister bireysel, ister nakit isterse de parasal değeri olan menfaatler şeklinde olsun, gelir vergisine tabi tutulmaktadır. Yani sosyal medya platformlarından elde edilen gelirler, vergi matrahının belirlenmesine gerek kalmadan normal vergi kurallarına göre vergilendirilmektedir. Hatta bazı harcamalar için vergi idaresinden vergi indirimi talep edilebilmektedir. Sosyal medya etkileyicileri faaliyetlerini bizzat veya kendi şirketi aracılığıyla yürütmektedir. Finlandiya vergi idaresine göre, sosyal medya etkileyicilerinin vergilendirilmesi gereken olası gelirleri;

- Ticari faaliyetler için maddi ödül
- Hediye ve ürün hediyeleri
- Seyahat, kupon veya bilet gibi başka bir tazminat türü
- Diğer müşterilere verilmediği takdirde önemli indirimler
- Yayın geliri
- Yabancı web sitelerinden elde edilen gelir

şeklinde sıralamak mümkündür (Daria, 2024, s.15-18).

Filipinler: Filipinler’de sosyal medya etkileyicileri genellikle gelir vergisi ve işletme vergisi, yani KDV veya yüzdelik vergi ödemekle yükümlüdürler. Sosyal medya etkileyicileri (şirketler ve ortaklıklar hariç) vergi bakımından serbest meslek sahibi kişiler veya ticaret veya işletmeyle tek başına uğraşan kişiler olarak sınıflandırılmaktadır. Kazançları genel anlamda işletme geliri olarak kabul edilmektedir. Sosyal medya etkileyicilerinin; Youtube ortak programı, sponsorlu sosyal ve blog gönderileri, görüntülü reklamcılık, marka temsilcisi/elçisi olma, bağlı kuruluş pazarlaması, ürün gruplarının

ortak yaratılması, kendi ürünlerinin tanıtımı, fotoğraf-video satışları, dijital kurslar, abonelikler, e-kitaplar, podcast’ler ve web seminerleri gibi çeşitli kaynaklardan elde ettiği gelirleri, gelir vergisi kapsamında vergilendirilmektedir. Ayrıca sosyal medya etkileyicileri YouTube ve diğer sosyal medya platformlarından ürün tanıtımı karşılığında almış oldukları ürünler de aynı şekilde vergiye tabi tutulmaktadır. Etkileyicilerin reklam karşılığı almış olduğu ürünün o zamanki piyasa değeri neyse onu gelir olarak beyan etmesi gerekmektedir. Sosyal medya etkileyicileri gelir vergisine tabi olan vergilendirilebilir gelirlerini hesaplarken brüt gelirlerinden gerekli iş giderlerini düşme hakkına sahiptir. Bu giderler şunlardır; film masrafları, bilgisayar ekipmanı, abonelik ve yazılım lisans ücretleri, internet ve iletişim giderleri, ev ofis giderleri (kira ve kamu hizmetleri), ofis malzemeleri, seyahat veya ulaşım giderleri, video düzenleme, kostüm tasarımı, reklam ve pazarlama, amortisman giderleri, banka masrafları ve nakliye ücretleridir. Söz konusu sınıflandırılmış kesintiler yerine sosyal medya etkileyicilerinin %40 isteğe bağlı olarak standart kesintilerden yararlanması da mümkündür. Ayrıca sosyal medya etkileyicileri işletme vergisi olarak da KDV veya yüzdelik vergi ödemek zorundadırlar. Genel olarak etkileyiciler KDV’ye kaydı bulunan bir vergi mükellefi ise veya KDV’ye kaydı yoksa ancak belirli bir yılda vergiye tabi brüt satışları veya brüt gelirleri 3 Milyon KDV tutarını geçerse KDV uygulanmaktadır. Aksi halde etkileyiciler yüzdelik vergi ödemek zorundadır. Brüt satışları veya brüt hasılatları ve diğer faaliyet dışı gelirleri 3 Milyon TL’lik KDV sınırını geçmeyen serbest meslek sahipleri, kademeli gelir vergisi oranları ve yüzdelik vergi yerine, 250.000,00 TL’yi aşan brüt satışları veya hasılatları ve diğer faaliyet dışı gelirleri üzerinden %8 oranında vergi vermek durumunda kalacaklardır. Karma gelir elde eden (yani hem tazminat geliri hem de iş geliri elde eden) sosyal medya etkileyicileri için tazminat geliri her zaman kademeli gelir vergisine tabi olmaktadır (Dykimching, 2024).

Endonezya: Endonezya Vergiler Genel Müdürlüğü’nden yapılan açıklamaya göre sosyal medya platformları üzerinden içerik üreten ve reklam yapan sosyal medya etkileyicilerinin vergi ödemesi gerekmektedir (Kristiana, 2022, s.571). Endonezya’da sosyal medya etkileyicileri gelir vergisine tabi tutulmaktadır (Prihatiningtias ve Karo, 2021, s.143). Endonezya hükümetinin sosyal medya etkileyicileri için herhangi bir özel vergi yasası bulunmamaktadır. Ancak bu

durum etkileyicilerin vergi yükümlülüğünün olmadığı anlamına gelmemektedir. Sosyal medya etkileyicilerinin gelirleri için Endonezya hükümetine vergi beyannamesi vermesi gerekmektedir. Bu beyannameler sponsorluklar, ürün onayları ve diğer tazminat biçimleri gibi faaliyetleri kapsamaktadır. Endonezya hükümetinin vergi oranları incelendiğinde genel olarak vergilerin düşük olduğu görülmektedir. Elde edilen gelirlerin büyük bir çoğunluğundan %5 kişisel gelir vergisi alınmaktadır. Endonezya hükümeti yabancıları ülkelerine çekebilmek amacıyla düşük oranda vergi oranları uygulamaktadır (Hooda,2024).

Hindistan: Hindistan'da sosyal medya etkileyicilerinin yapmış oldukları faaliyetlerden elde ettikleri gelirler düzenli gelir kaynağı ise ülkede geçerli olan gelir vergisi kurallarına göre vergilendirilmektedir. Sosyal medya, içerik üreticilerine çevrimiçi varlıklardan kazanç sağlamak için değişik yollar sunmaktadır. Ancak tüm sosyal medya gelirleri için gelir vergisi kuralları aynı olmamaktadır. Gelirin kaynağına ve niteliğine göre farklı gelir türleri ve farklı vergi oranları uygulanmaktadır. Örneğin; Reklam gelirleri, sponsorlu gönderiler ve ortaklık pazarlaması gibi faaliyetlerden elde edilen gelirler, gelir vergisi uygulanabilir vergi dilimine göre vergilendirilmektedir. Bu vergilendirme, içeriğin oluşturulması sırasında yapılan harcamalar düşüldükten sonra kârın vergilendirilmesi şeklinde olmaktadır. Ancak etkileyicilerin bağış olarak elde ettiği gelirlerden içeriğin oluşturulması sırasında oluşabilecek herhangi bir harcama için kesintinin yapılması mümkün değildir. Hindistan'da gelir vergisi kapsamında bir vatandaş yılda 20 lacs rupiden veya özel kategorilerdeki eyaletlerde 10 lacs rupiden fazla kazanıyorsa mal ve hizmet vergisi kapsamında beyanname vermesi gerekmektedir. Yine yıllık olarak ciro/satışlardan bağımsız olarak kendi eyaleti dışındaki eyaletlerde hizmet sunan etkileyicilerinde sosyal medyadan elde ettikleri gelirler için beyanname vermesi şarttır. Hindistan'da sosyal medya etkileyicileri için mal ve hizmetler üzerinden alınan vergi oranı %18'dir. Hindistan vergi yasasına göre sosyal medya etkileyicilerinin 20 lacs rupiyi aşan ödüller, hediyeler ve ikramiyeleri kapsayan gelirleri için 1 Temmuz 2022'den itibaren %10 oranında stopaj uygulanması öngörülmüştür (Chettiar,2023).

Sonuç

Küreselleşmenin yaşandığı günümüz çağında teknolojik gelişmeler, pazarlama tekniklerinde, özellikle sosyal medyanın kullanımında birtakım değişikliklere yol açmıştır. Sosyal medya platformlarının genişlemesiyle birlikte, önemli sayıda kişi kariyerlerini içerik yaratıcısı olmak için yeniden şekillendirmiştir. İnternet teknolojisinin yaşamın tüm alanlarına girmesi, sosyal medya platformlarına olan ilgi ve alakayı artırmıştır. İnternetin yararları hem bilgisayar teknolojisi alanında hem de yeni kazanç sağlama konusunda ortaya çıkmıştır. Kullanıcı sayısının artmasına bağlı olarak birçok yeni sosyal platformlar oluşturulmuştur. Sanal dünya, insan hayatının çeşitli yönlerinde çeşitli faydalar ve yeni fırsatlar sağlamıştır. Bu fırsatları içinde barındıran sosyal medya insanlar için önemli bir sosyalleşme aracıdır. Sosyal platformlar arasında yer alan sosyal medya, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarına yarayan en etkili araçlardan biridir. Sosyal medya aracılığı ile reklam, tanıtım ve tanınırlık çalışmaları yapılmaktadır. Sosyal medya etkileyicileri, dijital platformları kullanarak birçok konuda içerik üreten kişilere verilen isimdir. Sosyal medya etkileyicileri, sosyal ağları kullanarak insanları etkilemeye çalışmaktadır. Bu kişiler izleyicilerin algısını istenilen tarafa çekmede ustaca hareket ederler. Sosyal medya etkileyicileri, dijital platformlar üzerinden ürünlerin tanıtımını yaparak ve çeşitli dijital içerikler oluşturarak gelir elde etmektedir. Sosyal medya platformları aracılığıyla mal ve hizmetlerin ticarileştirilmesi ve tanınmış etkileyicilerle iş birliği yapılması önemli miktarda parasal gelir elde edilmesini sağlamıştır. Bu durum sosyal ağlar üzerinden elde edilen gelirlerin nasıl vergilendirileceği konusunu gündeme getirmiştir. Türkiye'de sosyal medya platformlarından elde edilen gelirlerin daha kolay vergilendirilebilmesi amacıyla gelirlerin vergiden istisna edilmesi ve belirli tutara kadar stopaj yoluyla vergilendirilmesi esas alınmıştır.

Bu bağlamda 2024 yılında 325 Seri No'lu Gelir Vergisi Tebliğinde yapılan değişiklik ile 7491 sayılı Kanunun 7. maddesi sosyal içerik üreticiliğinin vergilendirilmesi konusunu ele almaktadır. Buna göre kişilerin açtıkları banka hesaplarına aktarılan tutarlar üzerinden aktarım tarihinden itibaren %15 oranında gelir vergisi tevkifatı yapılmaktadır. Yasa kapsamında, 2024 yılında, ilgili kişilerin dijital kanallardan elde ettikleri gelirin 3 Milyon Türk Lirasını aşması halinde ise vergi mükellefi

sayılacaklar ve istisnadan faydalanması mümkün olmayacaktır. KDV açısından ise 3065 sayılı kanun kapsamında “Diğer istisnalar” başlığında vergiye tabi tutulan kazançlara ilişkin teslim ve hizmetler katma değer vergisi yönünden istisna kapsamına alındığı görülmüştür. Seçilmiş dünya ülkelerinde ise sosyal medya etkileyicilerinin yapmış oldukları faaliyetlerin ülke bazında bir vergisel karşılığının olduğu bilinmektedir. Çalışmada ele alınan Finlandiya, Filipinler ve Endonezya ülkelerinde sosyal medya etkileyicilerinin genellikle ülkelerinde yer alan vergi yasalarıyla ilişkili olarak düşük oranda vergi ödedikleri görülmektedir. Finlandiya’da sosyal medya etkileyicilerinin her türlü içerik üretimi, reklam, tanıtım ve nakit olmayan gelirlerinde ülkede yer alan gelir vergisi kurallarına göre vergilendirilmiştir. Ayrıca ülkede yer alan gelir vergisi kurallarına göre de yapmış olduğu harcamalar için vergi indiriminden yararlanması mümkündür. Filipinler’de sosyal medya etkileyicileri gelir vergisi ve işletme vergisi, yani KDV veya yüzdeler vergi gibi çeşitli vergilere tabidir. Sosyal medya etkileyicileri, belirlenen yılda brüt satışları veya brüt gelirleri 3 Milyon KDV tutarını aşması halinde KDV tabi tutulmaktadır. Endonezya sosyal medya etkileyicileri için ayrı bir vergi yasası bulunmamakta, etkileyiciler ülkede yer alan gelir vergisi kuralları çerçevesinde vergilendirilmektedir. Hindistan’da ise sosyal medya etkileyicileri gelir vergisi kapsamında sosyal medyadan elde ettikleri kazançlar üzerinden %18 oranında mal ve hizmet vergisi ödemektedir.

Kaynakça

- Ağyıldız,T.S(2024).Dijital içerik Üreticisi Nedir?dijital içerik nasıl üretilir?. [\(3.11.2024\)](https://www.ticimax.com/blog/dijital-icerik-ureticisi-nedir-dijital-icerik-nasil-uretilir#:~:text=Dijital%20i%C3%A7erik%20%C3%BCreticisi%2C%20internet%20ortam%C4%B1nda,alanlara%20dijital%20i%C3%A7erik%20%C3%BCretimi%20yapabilmektedir.(3.11.2024))
- Anggadha,F. ve Rosdiana,H.(2020). Analysis of Efforts to Increase Social Media InfluencersIncome Taxes in Endorsement Activities. Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal),10(2),111-117.
- Belli, L., Zingales, N. ve Curzi, Y. 2021. Glossary of Platform Law and Policy Terms. FGV Direito Rio. Rio de Janeiro.URL: [\(5.10.2024\)](https://aura.abdn.ac.uk/bitstream/handle/2164/20136/0_MIOLO_Glossary_of_Platform_Law_digital.pdf?sequence=1#page=70.,(5.10.2024)).
- Çalışkan,M. ve Mencik,Y.(2015).Değişen Dünyanın Yeni Yüzü Sosyal Medya. Akademik Bakış Dergisi, (50),254-276.
- Çelik,S.(2014).Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri. Erciyes İletişim Dergisi,3(3),28-42.
- Chettiar,B.(2023).Income Tax On Social Media Influencers Income: What You Need To Know?. [\(13.11.2024\)](https://www.equentis.com/blog/income-tax-on-social-media-income/.(13.11.2024)).
- Daria.K.(2024).Taxation of Social Media Content Creators and Influencers. Haaga-Helia University of Applied Sciences Haaga-Helia Bachelor’s Degrees Thesis.
- Deborah,A., Michela,A. ve Anna,C.(2019). How to quantify social media influencers: An empirical application at the Teatro alla Scala.Heliyon.5. [\(https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01677\)](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01677).
- Dykimching,E.T(2024).BIR Reminds YouTubers and Other Social Media Influencers to Pay Their Taxes. [\(https://cruzmarcelo.com/bir-reminds-youtubers-and-other-social-media-influencers-to-pay-their-taxes/.\(8.11.2024\)](https://cruzmarcelo.com/bir-reminds-youtubers-and-other-social-media-influencers-to-pay-their-taxes/.(8.11.2024)).
- Ergün,Y.(2022).Sosyal Medya İçerik Üreticilerinin Vergilendirilmesi. Legal Mali hukuk Dergisi,18(206),391-406.
- Erol,G. ve Hassan,A.(2014).Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,7(31),805-812.
- Freberg,K., Graham,K., McGaughey,K., ve Freberg.L.(2011).Who Are The Social Media Influencers? A Study Of Public Perceptions Of Personality.Publ. Relat. Rev. 37 (1) : 90-92.
- Gelir İdaresi Başkanlığı,2024, www.gib.gov.tr
- Gelir Vergisi Genel Tebliği (Seri No:318)’nde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ Seri No:325,T.C Resmi Gazete No: 32674, 26 Eylül 2024.
- Genç, H. (2010). İnternetteki Etkileşim Merkezi Sosyal Ağlar ve E-İş 2.0 Uygulamaları. Akademik Bilişim '10 – XII. Akademik

Bilişim Konferansı Bildirileri, 481-487.

Goanta,C. ve Bertagia,T.C. (2023). Digital Nfluencers, Monetization Models And Platforms As Trans-Actional Spaces. Brazilian Creative Industries Journal. 3(1),246-259.

Gürsoy Atar,Ö. ve Gürsoy Ulusoy,Ş.(2020). Sosyal Medyada Ördek Sendromu: Instagram Üzerinden Bir Değerlendirme,19(39),925-951.

Hellaç,F.A.(2024). Sosyal Medya İçerik Üreticileri İle Uygulama Geliştiricilerinin Elde Ettiği Kazançların Vergilendirilmesi. <https://hellac.com/blogdetay/sosyal-medya-icerik-ureticileri-ile-uygulama-gelistiricilerinin-elde-ettigi-kazanclarin-vergilendirilmesi>. (6.10.2024).

Hooda,R.(2024).How Are Social Media İnfluencers Taxed Abroad?. <https://www.captureaccounting.com/how-are-social-media-influencers-taxed-abroad>,(8.11.2024).

Kaabi,A.(2023). Investigating The Tax Challenges of Introducing VAT in Saudi Arabia: The Case of Social Media Influencers and Word-of-Mouth E-Marketing. University of Limerick Doctor Degrees.Saudi Arabia.

Kristiana,I.(2022). Taxation of Income Tax on Instagram Celebrities Endorsement Service in Indonesia. International Journal of Scientific and Research Publications,12(7),570-574.

Morris,B.(2024). Tiktok, Copyright, And Justice. Journal Of Law, Technology, & The Internet,15(2),249-282.

Özdemir,S.S.,Özdemir,M.,Polat,E. ve Aksoy,R.(2014). Sosyal Medya Kavramı ve Sosyal Ağ Sitelerinde Yer Alan Online Reklam Uygulamalarının İncelenmesi. Electronic Journal of Vocational Colleges,4(4),58-64.

Öztürk,MF. ve Talas,M.(2015).Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. Journal of World of Turks,7(1),101-120.

Prihatiningtias,Y.W., ve Karo,G.N.P.(2021). The income tax

compliance of social media influencers during COVID-19 pandemic: An exploratory study. : Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen,18(2),137-163.

Syailendra,M.R., Aprilia,İ.S., ve Yuan,L.Y.(2023). Mposition Of Income Tax On Tiktokers' Endorsment Income Based On Indonesia Tax Regulation In 2023. National Accredited Journal, 23(2),401-415.

Statista,(2024). Number Of Social Media Users Worldwide From 2017 To 2028. <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>.(17.02.2025).

Susur, M. ve Tamer Gencer, Z. (2021). Sosyal Medya Araçlarının Yaygın Kullanımın Pazarlamanın Dijitalleşmesi Üzerindeki Rolü. Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi, 3(1), 74-92.

Türkay,İ.(2023).Sosyal Medya Fenomenleri ve Youtuberler Vergi Ödüyormu ?. <https://nazaligundem.com/tr/yayinlar/sosyal-medya-fenomenleri-ve-youtuberlar-vergi-oduyormu?onlyTm=&tm=->. (6.10.2024).

Vaidya,R.D. ve Karnawat,T.(2023). Conceptualizing influencer marketing: a literature review on the strategic use of social media influencers. International Journal of Management, Public Policy and Research, pp. 81-86. URL: <https://www.ijmpr.org/index.php/IJMPR/article/view/140/89>. (5.10.2024).

Vega, L.L., Rocca, G.A., Alcívar, E.E.,Ortega, R.S., ve Romero, A.V. (2024). Tax implications of influencer income in Peru through social media platforms. Amazonia Investiga,13(79),71-81.

Vural,Z.B. ve Bat,M.(2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. Journal of Yasar University,20(5),3348-3382.

Yurttakal,C. ve Yıldız,S.(2024). Son Mevzuat Değişiklikleri Çerçevesinde Türkiye'de Sosyal Medya Fenomenlerinin Vergilendirilmesine İlişkin Genel Değerlendirme. BİL TÜRK Ekonomi ve İlişkili Çalışmalar Dergisi,6(2),121-135.

GÜMRÜK VE TİCARET SÖZLÜĞÜ

Erhan ERBİL*

Yasin ATALAY**

İhrakiye

Ülkenin karasuları ve/veya karasuları bitişiğinde deniz vasıtalarına veya hava meydanlarında yerli ve yabancı uçaklara vergili veya vergisiz sağlanan akaryakıtı ve madeni yağı ifade eder.

Gümrüklü Saha

Gümrük idaresinin denetim, kontrol, yetki ve sorumluluğunda bulunan; kara, demiryolu, hava gümrük kapıları, iç gümrükler ile diğer yer ve sahalarda fiziki olarak etrafından ayrılmış veya böyle addedilen yerleri; deniz gümrük kapılarında ise bu yerlerle birlikte ilgili liman yönetmelikleri ile belirlenen liman sahası ve demirleme sahalarını kapsayan deniz ve kıyı alanlarını ifade eder.

Pan Avrupa Akdeniz Menşe Kümülayon Sistemi (PAAMK)

Türkiye Cumhuriyeti, Avrupa Topluluğu, EFTA Devletlerinden oluşan Pan Avrupa Menşe Kümülayon Sistemine dahil ülkeler, Faroe Adaları ile Cezayir, Mısır, İsrail, Lübnan, Ürdün, Fas, Suriye, Tunus, Batı Şeria ve Gazze Şeridi'nden oluşan Akdeniz ülkeleri arasında aynı menşe kuralları ile menşeli olmayan girdiler için öngörülen gümrük vergilerinin geri ödenmesi veya muafiyet getirilmesini yasaklayan hükümleri içeren serbest ticaret anlaşmaları kapsamında yapılan tercihli ticarete, sisteme taraf ülkeler menşeli girdilerin diğer taraf ülkelerce serbestçe kullanılmasına ve üretilen eşyanın söz konusu ülkelerin tercihli rejiminden yararlanabilmesine ve bu şekilde mevcut üretim kaynaklarının birleştirilmesine olanak tanıyan ticaret sistemini ifade eder.

Görgü Raporu

Gümrük müdürlüğü tarafından antrepo olarak açılmak ve işletilmek üzere hazırlanan yer için görgü raporu düzenlenir. Görgü raporu; söz konusu yerin Gümrük Yönetmeliği Ek-80'in II. ANTREPOLARDA ARANACAK ŞART VE NİTELİKLER bölümünde belirtilen şart ve nitelikleri taşıyıp taşımadığının ve eşyanın güvenli bir şekilde muhafazasını sağlayacak durumda olup olmadığının yetkilendirilmiş gümrük müşaviri tarafından yapılan tespitine ilişkin tüm bilgileri, antreponun özelliğine göre bulunması öngörülen koşulları, antrepo alanının tam adresini ve özellik arz eden eşyanın depolandığı antrepolarda Ek-80'in II. Bölümü'nün B kısmında belirtilen şart ve nitelikleri taşıyıp taşımadığı hususlarını kapsamaktadır.

**Yetkilendirilmiş
Yükümlü Sertifikası
Başvurusu İçin
Aranacak Mali
Yeterlilik Koşulu**

Başvuru sahibinin mali yapısının başvuru yılından önceki üç yıl esas alınmak suretiyle, yeminli mali müşavir tarafından incelenerek, olumlu görüşle rapora bağlanmış olması gerekir. Ocak ilâ Mart ayları içerisinde yapılacak başvurularda bir önceki yıla ilişkin mali tabloların tamamlanamamış olması halinde, yeminli mali müşavir tarafından yapılacak incelemede başvuru yılından önceki ikinci, üçüncü ve dördüncü yıl esas alınır. Bu maddenin uygulanmasında, mali yeterlilik, başvuru sahibinin iştigal ettiği iş alanının özellikleri de göz önüne alındığında, taahhütlerini karşılamaya yeterli bir mali durumda bulunmasını ve hakkında iflas veya konkordato işlemleri başlatılmamış olmasını ifade eder.

**Uzlaşmanın Vaki
Olmaması**

Uzlaşma komisyonu teklifinin yükümlü tarafından kabul edilmediği durumu ifade eder.

**Bağlayıcı Tarife
Bilgisi**

Bağlayıcı Tarife Bilgisi, eşyanın Türk Gümrük Tarife Cetvelinde sınıflandırılmasına ilişkin olarak, kişinin yazılı talebi üzerine Müsteşarlıkça veya Müsteşarlık tarafından yetkilendirilmiş gümrük ve muhafaza başmüdürlüklerince verilen idari karardır.

Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu

Esnaf ve sanatkârlar odaları, birlikleri ve federasyonları arasında birliği temin, gelişme ve ilerlemeyi sağlamak ve genel olarak esnaf ve sanatkârların çalışmalarını meslekî yönden ve kamu yararına uygun olacak şekilde düzenlemek ve bu hususta gerekli görülecek her türlü tedbiri almak ve teşebbüste bulunmak, meslekî eğitimlerini geliştirmek, esnaf ve sanatkârları yurt çapında ve uluslararası düzeyde temsil etmek, sorunlarının çözümü için ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde gerekli girişimlerde bulunmak, ulusal ekonomideki gelişmelere paralel olarak lüzumlu görülecek meslekî tedbirleri almak ve Bakanlık tarafından esnaf ve sanatkârlarla ilgili verilecek görevleri yapmak üzere kurulmuştur.

Ticari Vekil

İşletme sahibinin, kendisine ticari temsilcilik yetkisi vermeksizin, işletmesini yönetmek veya işletmesinin bazı işlerini yürütmek için yetkilendirdiği kişidir. Bu yetki, işletmenin alışılmış bütün işlemlerini kapsamaktadır. Ancak, ticari vekil açıkça yetkili kılınmadıkça, ödünç olarak para veya benzerlerini alamaz, kambiyo taahhüdünde bulunamaz, dava açamaz ve açılmış davayı takip edemez. İşletme sahibi veya ticari temsilci tarafından atanabilir, tescil ile ilan edilmezler ve vekilin yetkisi işletmenin olağan işleriyle sınırlı bulunmaktadır.

Tüketici Kredi Sözleşmeleri

Tüketici kredisi sözleşmesi, kredi verenin tüketiciye faiz veya benzeri bir menfaat karşılığında ödemenin ertelenmesi, ödünç veya benzeri finansman şekilleri aracılığıyla kredi verdiği veya kredi vermeyi taahhüt ettiği sözleşmeyi ifade eder. Tüketici kredisi sözleşmesi yazılı olarak kurulmadıkça geçerli olmaz. Geçerli bir sözleşme yapmamış olan kredi veren, sonradan sözleşmenin geçersizliğini tüketicinin aleyhine olacak şekilde ileri süremez. Kredi verenin ve varsa kredi aracısının, tüketiciye, teklif ettikleri kredi sözleşmesinin koşullarını içeren sözleşme öncesi bilgi formunu, sözleşmenin kurulmasından makul bir süre önce vermesi zorunludur.

Komandit Şirket

Ticari bir işletmeyi bir ticaret unvanı altında işletmek amacıyla kurulan, şirket alacaklarına karşı ortaklardan bir veya birkaçının sorumluluğu sınırlandırılmamış ve diğer ortak veya ortakların sorumluluğu belirli bir sermaye ile sınırlandırılmamış şirkettir.

YAZARLARA NOTLAR

Gümrük ve Ticaret Dergisi, akademik ve pratik makalelere yer veren 3 ayda bir elektronik ortamda (e-dergi) yayınlanan periyodik süreli bir yayındır. Gümrük Ticaret Dergisindeki yayınlanacak makaleler hakem sürecine tabidir ve Derginin ULAKBİM TR dizininde (Sosyal ve Beşeri Bilimler veri tabanında) yer alması için gözlem süreci devam etmektedir.

Gümrük, iç ve dış ticaret, Türkiye ve Dünya ekonomisi, küreselleşme, yönetim, denetim, şirketler hukuku, gümrük-vergi-iç-dış ticaret hukuku, ödemeler dengesi vb alanlardan yazı kabulü yapılmaktadır.

Dergiye gönderilecek yazılar Türkçe ve İngilizce olabilir. Dergiye gönderilecek olan çalışmalar daha önce bir yerde yayınlanmamış olmalıdır. Dergi için makale yazım ve gönderme kuralları aşağıda açıklanmıştır.

MAKALE YAZIM KURALLARI

1. Hazırlanan çalışmaların İngilizce başlığı, en çok 100 kelime uzunluğunda İngilizce ve Türkçe özetleri ile JEL Classification Code yer almalıdır. Anahtar kelimeler İngilizce ve Türkçe olarak belirtilmelidir.
2. Yazılar, A4 boyutunda kâğıdın bir yüzüne bir buçuk (1,5) satır aralığı kullanılarak, Times New Roman karakterinde, 12 punto ile yazılmalıdır.
3. Giriş ve sonuç başlıkları hariç olmak üzere, bölüm ve alt bölümler numaralandırılır, her numaradan sonra ilgili bölüm ve alt bölümlerin başlığı yazılır.
4. Bölümler sırasıyla (1., 2., 3., ...) şeklinde numaralanırken, alt bölümler ve onların altındaki diğer alt bölümler; 1.1., 1.1.1., 1.2., 1.2.1., 1.2.2., 2.1., 2.1.1., 2.1.1.1., 2.1.1.2., gibi birden çok haneli olarak numaralandırılır.
5. Makalelerde makale başlığı dahil tüm başlıkların sadece ilk harfleri büyük yazılır.
6. Bölüm başlıkları ile tablo, grafik ve şekil başlıkları koyu yazı karakteriyle yazılır, bunun dışında içerikte, dip notlarda ve kaynakçada koyu yazı karakteri kullanılmaz.
7. Tablo ve şekillere başlık ve numara verilmeli, başlıklar tabloların üzerinde, şekillerin ve grafiklerin altında yer almalı, kaynaklar ise tablo ve şekillerin altına yazılmalıdır.
8. Sayfa numaraları parantez, çizgi vb. işaretler kullanılmadan kâğıdın altına ve sayfa yönüne göre sağa/sola yazılır.
9. Tarihler; gün, ay ve yıl rakamla, aralarına (/) işareti konularak yazılır (Örn: 22/11/2013). Yüzdeli ifadelerde ise yüzde işareti (%) ile rakam arasında boşluk bırakılmaz (Örn: %45).
10. Rakamlarda ondalık kesirler virgülle, dört ve dörtten çok rakamlı sayılar sondan sayılmak üzere üçlü gruplar halinde nokta ile ayrılmalıdır. Denklemlere verilecek sıra numarası parantez içinde sayfanın sağında yer almalıdır. Denklemlerin türetilişi, yazıda

açıkça gösterilmemişse, yazı danışma kurulu üyelerinin değerlendirmesi için, türetme işlemi bütün basamaklarıyla ayrı bir sayfada verilmelidir.

11. “Kaynakça” bölümü, APA (American Psychological Association, 2001: 5. baskı) kurallarına uygun olacak şekilde aşağıdaki örneklerde gösterildiği gibi ve alfabetik sırayla yapılmalıdır:

Kaynak Gösterimi İçin Örnekler:

KİTAPLAR:

- Ceyhan S. ve Atay H. (2008), Açıklamalı İçtihatlı 5607 Sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu, Beta Yayınevi, Ankara.

DERGİLER:

- Özsoy, H.H.M. ve Gümüş, M. (2012), “Dış Ticaret ve Büyüme İlişkisi”, Gümrük ve Ticaret Dergisi, Sayı: 80, ss.29-33.

DERLEMELER:

- Unal, Emre (der.) (2010), “Medya Etiği 2010.” Gümrük ve Ticaret Dergisi, 4(2); 45-55

DİĞER KAYNAKLAR:

- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2001), 2002 Yılında Para ve Kur Politikası ve Muhtemel Gelişmeler, Basın Duyurusu, 2 Ocak, Ankara, <http://www.tcmb.gov.tr>.
- Demircioğlu, E. (2005), “Çin’in Ekonomik Yükselişi”, UEAP DiscussionPaper, 1748, Uluslar arası Ekonomik Araştırmalar Platformu, Adana
- 12.... Dergisinde kaynaklara göndermeler dipnotlarla değil, metin içinde, sayfa numaralarını da içererek, aşağıda gösterildiği gibi yapılmalıdır:
 -belirtilmiştir (Göktaş, 1982:210-5).
 -ÖZ (1970a:15-20) ileri sürmektedir.
 - (Gupta vd., 1982:286-7),

MAKALE GÖNDERME KURALLARI

“Gümrük ve Ticaret Dergisinin hakemli makale kabul, takip ve değerlendirme süreçleri online olarak DergiPark web sitesi üzerinden yürütülmektedir. Bu kapsamda DergiPark web sitesine üye olunduktan sonra hakemli makalelerin bu site üzerinden gönderilmesi, yazarların ORCID bilgilerine de yer verilmesi gerekmektedir. ORCID, Open Researcher ve Contributor ID’nin kısaltmasıdır. ORCID, Uluslararası Standart Ad Tanımlayıcı (ISNI) olarak da bilinen ISO Standardı (ISO 27729) ile uyumlu 16 haneli URI’dir. <http://orcid.org/register> adresinden bireysel ORCID için ücretsiz kayıt oluşturulabilir. Her türlü sorunuz için info@gtmd.org.tr, o.akcayli@gtb.gov.tr veya ersanoz@gmail.com adreslerinden destek alınabilir.”



PC Gümrük Külliyyatı

Gümrük ve Dış Ticaret Mevzuatı Bilgi Bankası

- Risk Havuzu ile İthalat/İhracat kritiğini GTİP üzerinden araştırma imkanı,
- Tarife Cetveli (Avrupa Birliği Tarife Cetveli Uygulamaları Dahil),
- Bağlayıcı Tarife Bilgileri (BTB'ler, Mülga/Mer'i dahil),
- Menşei, Kıymet ve GTİP üzerinden kişisel kritik arşiv sistemi,
- 250 Bin Kelime/Kavram İngilizce-Türkçe Terimler Sözlüğü
- Mer'i Mülga mevzuat metinlerinden atıf yapılan ilgili mevzuata link verilmiş, arama motoru kademeli kullanıma açılmış, anlık duyurular ana ekran üzerinden hizmete sunulmuş, kullanım filmleri ile faydada optimum seviye hedeflenmiş, mobil kullanım zenginliği ile "mevzuat cepte" sloganı ile her geçen gün gelişmeye devam eden MEVZUAT DANIŞMANINIZ.



Yeni Faaliyet Alanlarımız



MEVZUAT EĞİTİMLİ SORU BANKASI
Her daim güncel mevzuat anlatımlı soru bankasından 3 yıl mevzuat güncelleme takibine ne dersiniz?



GÜMRÜK TARİFE BİLGİ EDİNME
Yazılı GTİP taleplerinin karşılanması.



MÜTALAA / İTİRAZ / SAVUNMA
Bir de bizim fikrimizi alın!



Bir dünya mevzuat avucunuzun içinde!



**PC GÜMRÜK
DANIŞMANLIĞI**
www.pcgumruk.com

Program Yapımcısı
Osman ERDOĞAN
Gümrük Müdürü
osman-pw@hotmail.com



ARSLAN YAZILIM
www.arslanet.com



ÜNSPED GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ



2021 İÇİN BİZ

Kurumsal Yönetimde Süreklilik

2015 KARNE NOTUMUZ

2015'teki ilk başarı adımımızda en büyük destekçilerimiz birbirimiz olurken bu yolda hep birlikte ilerlemeye devam edeceğiz.

2016 KARNE NOTUMUZ

İkinci adımı, birinci adımdan daha büyük atarak 2016'da çalışmalarımızın sonucunda başarılı bir yıl hepimiz için bir ödüldür.

2017 KARNE NOTUMUZ

Toplumu bilgilendirme faaliyetlerimiz bizi daha başarılı yaptı.

2018 KARNE NOTUMUZ

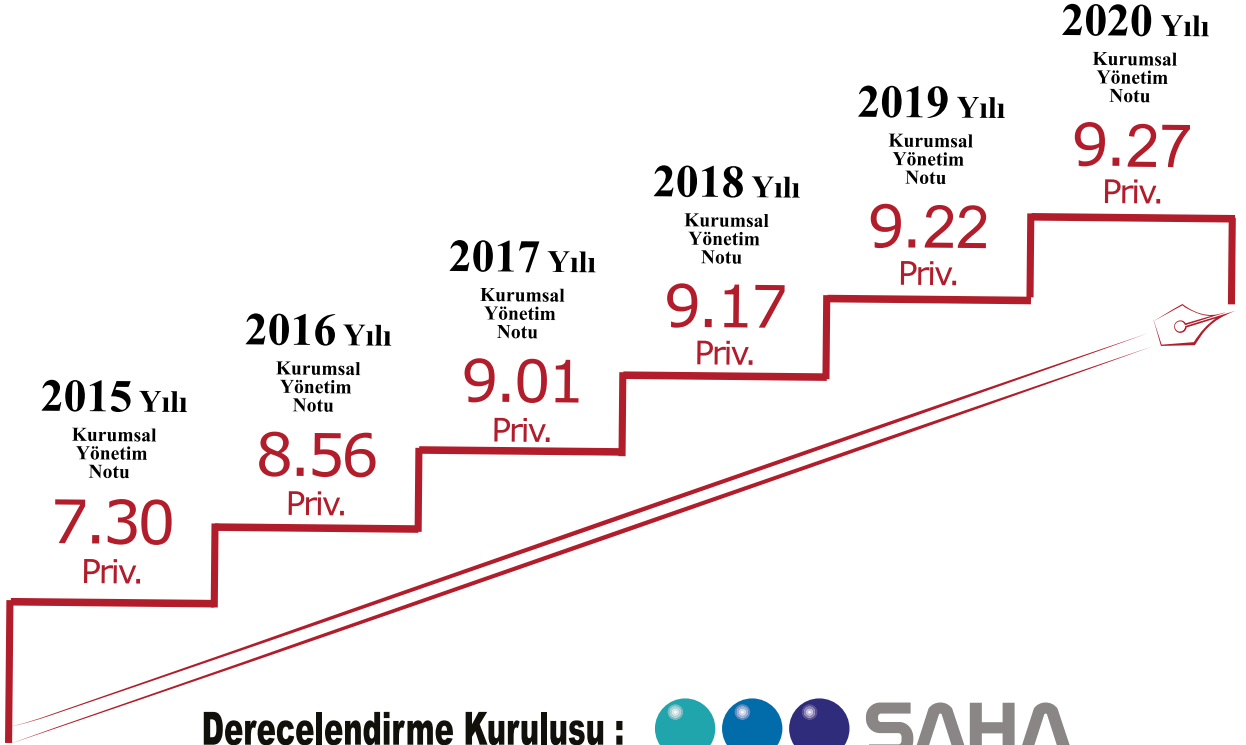
Dün bitti!
Bugün hep birlikte yarın için çalışıyoruz!

2019 KARNE NOTUMUZ

Durmadık !

2020 KARNE NOTUMUZ

Yarın bugünden daha güzel olacak



Derecelendirme Kuruluşu : 

Kurumsal Yönetim ve Kredi Derecelendirme Hizmetleri A.Ş.

