

GÜRBULAK SINIR KAPISINDAN GEÇİŞ YAPAN KİŞİLERİN BU KAPIDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN SINIR TİCARETİNİN BOYUTLARI İLE İLGİLİ BİLGİ, DÜŞÜNCE VE TUTUMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

(*) Uğur GÜLLÜLÜ
(**) Burcu CANDAN
(***) Şükrü YAPRAKLI
(****) Kerem KARABULUT

Özet: Sınır ticareti kara ve deniz sınırı olan ülkelerin sınır bölgelerinin kalkınmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirdikleri özel bir ticaret türüdür. Bizim ülkemizde ilk defa 1979 yılında İran'la yapılmıştır. Bu tür ticaret özellikle S.S.C.B'nin dağılmasından sonra daha önemli hale gelmiştir. Ülkemizin nispeten geri kalmış bir bölgesi olan Doğu Anadolu Bölgesi bu durumdan önemli bir avantaj yakalamıştır. Yakalanan bu avantajlar etkin ve rasyonel kullanılabilirse hem bölge hem de ülke kalkınmasına yararlı olacaktır.

Türkiye'nin en büyük doğu komşusu olup, ancak ekonomik ilişkileri özlenen boyutlara ulaşamamış İran'la ekonomik ve diplomatik ilişkilerin ve bu kapsamda sınır ticareti ve dış ticaretin canlandırılması giderek önem kazanmaktadır. Bu önemi nedeniyle, İran'la Türkiye arasındaki en işlek sınır kapısı olan Gürbulak sınır kapısından gerçekleştirilen ekonomik faaliyetler incelemeye değer bulunmuş ve bu gümrük kapısından 1-31 Mart 2005 tarihleri arasında yetkili makamların izniyle giriş ve çıkış yapan kişilerden kabul edenlere bir anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerden hareketle anılan sınır kapısından sınır ticareti kapsamında gerçekleştirilen alım-satım faaliyetlerinin pazarlama açısından değerlendirilmesi yapılmış, sorunlar belirlenmiş ve çözüm önerilerinde bulunulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre, geçiş yapanların en fazla tekstil-konfeksiyon ürünleri ticareti yaptıkları, Türkiye'yi bölgede lider ülke olarak kabul ettikleri ve Türk ekonomisinin iyi olduğu kanısında oldukları, diğer taraftan kapılardaki bürokratik engellerin, vergi resim ve harçların kaldırılmasını istedikleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sınır Ticareti, Gürbulak Sınır Kapısı

Abstract: Border trade is a private type of trade aiming to improve the areas and regions in the countries with a land and sea boundary. It was with Iran that such a trade was first carried out in our country in 1979. Such trade has gained particular importance since the dissolution of SSCB. Being a relatively underdeveloped region of our country, Eastern Anatolia has had a significant advantage and benefit from this case. Should such advantages be utilized effectively and rationally, they will be of great use both to the region and to the country as a whole.

In this context, it is of much importance that diplomatic relations and accordingly boundary trade should be revived and enlarged with Iran, the

(*)Prof. Dr. Atatürk Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

(**)Yrd.Doç.Dr. Kocaeli Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

(***)Yrd.Doç.Dr. Atatürk Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

(****)Yrd.Doç.Dr. Atatürk Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü

largest and most powerful neighbouring country of Turkey, with which economic relations are not at a desired level. For this very reason Gürbulak, the most functional frontier door between Turkey and Iran, has been chosen as a field of research in the present study. So, upon the consent and permission of the authorities, a questionnaire was applied to the volunteers who came in and went out of the abovementioned boundary door between 1 and 31 March 2005. Considering the data obtained, the economic activities within the scope of frontier trade at this door have been evaluated in terms of marketing; problems and troubles have been revealed and some solutions have been recommended.

Keywords: Border Trade, Gürbulak Customs

I.Giriş

Sınır ticareti kara ve deniz sınırı bulunan ülkelerin sınır bölgelerinin kalkınmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirdikleri özel bir ticaret türüdür. Ülkemizde ilk defa 1979 yılında İran'la yapılmıştır. Sınır ticareti, sınırların denizlerle çevrili bulunduğu yerleri de kapsamı açısından sınır ve kıyı ticareti olarak adlandırılmaktadır. Kıyı ticaretinin yapılmadığı yerlerde sadece sınır ticareti kavramı kullanılmaktadır.

1 Eylül 1993 tarih ve 21685 sayılı yayımlanan Resmi Gazetede “sınır ticareti; sınır ve kıyı illeri ile bunlara komşu illerin ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla karşılıklı olarak yapılan ticari işlemlerdir” şeklinde tanımlanmaktadır.

Ülkeleri sınır ticaretine yönelten nedenlerin başında; yakın komşuluk ilişkileri ve özellikle taşıma giderlerinden kaçınmak gibi unsurlar gelmektedir. Bununla birlikte ülkelerin etnik yapılarının ve buna bağlı olarak insanların biyolojik ve fiziksel özellikleri ile kültürel değerleri ve normlarının ticaret ve davranışları üzerinde etkili olması, ticari ilişkilerin geliştirilmesi açısından dikkate alınması gereken unsurlardır (Rossiter ve Chan, 1998; s.128). Benzer şekilde uluslar arası ticaretin geliştirilmesinde dil ve lehçe uyumunun da çok önemli olduğu yadsınamaz bir gerçektir (Bradley, 2002; s:99). Diğer taraftan bu ticaretin geliştirilebilmesi için Asya ülkelerinde ekonomik globalizasyonun etkilerinin ve çok uluslu firmaların bölgedeki istek ve çabalarının da dikkatle gözlenmesi gerekmektedir (Tan ve Lui, 2002; s.800). İhracat ve ithalat işlemlerinde uygulanan bazı formalitelerin bu tür ticarete uygulanmaması sınır ticaretinin önemini artırmaktadır. Örneğin, bu ticareti yapanlardan ithalatçı ve ihracatçı belgesi istenmemektedir (Seyidoğlu, 1992: s.770). Ancak bu ticareti yapabilmek için sınır bölgeleri ve mücavir bölgelerde oturulması gerekmektedir. Bu ticarete genellikle miktar sınırlamaları uygulanmaktadır.

Sınır ticaretini cazip hale getiren bir etken, ithalatta uygulanan %40 oranındaki vergi ve fon indirimidir (Sönmez, 1995: s.12). Gümrük vergisi uygulamasının en yaygın 2 amacı devlet hazinesine gelir sağlamak ve yerli sanayiye dış rekabetten korumaktır (Seyidoğlu, 2003: s.134). Sınır ticareti uygulamasının kabul edilmesiyle devlet birinci amacından kısmen vazgeçmektedir. Halen uygulanan sınır ticaretine ilişkin düzenlemeye göre, Doğu Anadolu Bölgesinde sınır ticareti yapmaya yetkili kılınan iller ve sınır kapıları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:

Tablo 1:Doğu Anadolu'da Sınır Ticareti Yapan İller ve Ticaret Yapılan Ülkeler

İller	Sınır Kapısı	Ticaret Yapılan Ülke
Ağrı	Gürbulak	İran
Van	Kapıköy	İran
Hakkari	Esendere	İran
İğdır	Dilucu	Nahcivan
Ardahan	Türkgözü	Gürcistan ve diğer ülkeler

Kaynak: Doğu Anadolu Projesi (DAP) Ana Planı İnşaat ve Ticaret Sektörü Mevcut Durum Analizi Taslağı, Haziran 1999.

10 Nisan 2003 tarih ve 25075 sayılı Resmi Gazete yayımlanan Sınır Ticaret Merkezleri (STM) kurulmasına ilişkin 2003/5408 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile; Artvin, Ardahan, Ağrı, Kars, İğdır, Van, Hakkari, Şırnak, Mardin, Şanlıurfa, Gaziantep, Kilis ve Hatay illerinde STM kurulması ayrıca bu illere komşu Erzurum, Muş, Bitlis, Siirt, Diyarbakır, Batman ve Adıyaman illerinin de “mücavir il” kapsamında uygulamadan yararlanmaları öngörülmüştür. Bu kararlar, sınır ticaretinin yeni bir boyut kazandığı görülmektedir. Bölgede Nahcivan, Gürcistan ve İran’la sınır ticareti yapma olanağı bulunmaktadır.

A.Araştırmanın Amacı ve Sınırları

Gürbulak sınır kapısı İran’la Türkiye arasındaki en işlek sınır kapısı olması sebebiyle araştırma alanı seçilmiştir. Bu kapıdan gerçekleştirilen ekonomik faaliyetleri pazarlama açısından değerlendirmek, sorunlarını belirlemek ve çözüm önerilerinde bulunmak araştırmanın temel amaçlarıdır.

B.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada 4 dilde hazırlanan, 20 soruluk bir anket uygulanmıştır. Ankette yer alan soruların ilk 8’i cevaplayıcıların demografik özellikleri, 6’sı bölgeden yapılan sınır ticareti ile ilgilidir. Son 6 soru ise Türkiye’den ticaret yapma nedenleri ile Türkiye’ye yönelik tutumları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Tutum belirlemeye yönelik sorular, 5’li likert ölçeği ile ölçülmüştür. Önceden hazırlanıp test edilen anketler, Mart-2005 ayı süresince, söz konusu sınır kapısından geçiş yapan kişilere kolayda örnekleme metodu ve gönüllülük esasına göre uygulanmıştır. Yetkili makamlardan alınan izin Mart 2005 ile sınırlı olması nedeniyle ancak bu ayda giriş-çıkış yapanlara anket uygulanarak 520 ankete cevap alınmış; eksik ve hatalı olarak doldurulan anketler elenerek, toplam 462 anket değerlendirilmiştir. Cevapların analizinde ortalamalar, crosstab, ve Z testi kullanılmıştır.

II.Bulgular ve Analiz

C.Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Cevaplayıcıların 5 yaş grubuna göre dağılımları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. En kalabalık grubu 25-34 yaş grubundakiler oluşturmaktadır. Dağılımın bu şekilde oluşmasında, bu yaş grubundakilerin kendi başına karar verebilen, yeniliklere açık, fiziki gücünün zirvesinde, sık seyahat edebilen, ticari risk üstlenebilen kişilerden oluşmasının etkili olduğu söylenebilir. Cevaplayıcıların % 85'i erkektir. Bölgedeki ticaret yapma koşulları göz önün alındığında dağılımın bu şekilde olması normal kabul edilebilir. Cevaplayıcıların büyük kısmı orta öğrenimlidir. Bölge ülkelerindeki eğitim düzeyleri dikkate alındığında bu durum da normal karşılanabilir. Gürbulak sınır kapısı İran ile Türkiye arasında yer aldığı için bu kapıdan geçiş yapanların büyük çoğunluğunun İranlı ve Türk vatandaşlarından oluşması yadsınacak bir sonuç değildir.

Tablo 2: Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Demografik Faktörler	Seçenekler	Sayı	Oran (%)
Yaş	18-24	107	23,2
	25-34	210	45,5
	35-44	92	19,9
	45-54	44	9,5
	55 ve +	9	1,9
Toplam		462	100,0
Cinsiyet	Kadın	67	14,5
	Erkek	395	85,5
Toplam		462	100,0
Eğitim Düzeyi	Tahsilsiz	12	2,6
	İlköğretim	101	21,9
	Orta öğretim	218	47,2
	Yüksek öğretim	131	28,3
Toplam		462	100,0
Uyruk	Türkiye	82	17,7
	İran	348	75,4
	Azerbaycan	11	2,4
	Ermenistan	4	0,9
	Rusya	9	1,9
	Gürcistan	2	0,4
	Diğer	6	1,3
Toplam		462	100,0

D. Cevaplayıcıların Türkiye'ye Geliş Amacı

Tablo 3'de görüldüğü gibi cevaplayıcıların % 34.2'si ticaret, % 52.4'ü turistik, % 0.9'u eğitim, % 1.3'ü spor ve % 11.3'ü çalışmak amacıyla Türkiye'ye geldiklerini ifade etmektedirler. En kalabalık grubu turistik amaçla geçiş yapanlar oluşturmaktadır. Bu durum, son yıllarda İranlıların turist olarak Türkiye'yi tercih etmeleri ve/veya karayoluyla Avrupa'ya giderken bu kapıyı kullanmalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 3: *Cevaplayıcıların Türkiye'ye Geliş Amaçları*

Geliş Amacı \ Sayı, Oran	Sayı	Oran (%)
Sınır ticareti	158	34,2
Turistik	242	52,3
Eğitim	4	0,9
Spor	6	1,3
Çalışmak	52	11,3
Toplam	462	100

Cevaplayıcıların Türkiye'ye geliş amaçları ile uyrukları birlikte değerlendirildiğinde aşağıdaki tabloda sunulan sonuçlara ulaşılmıştır. Tabloda sınır kapısından geçiş yapanların büyük çoğunluğunu İran vatandaşlarının oluşturduğu, bunları Türk vatandaşlarının izlediği, Azeri, Ermeni, Rus ve Gürcü vatandaşlarının kayda değer sayıda olmadıkları görülmektedir. Kapının coğrafi konumu bu dağılımı ortaya çıkarmıştır.

Tablo 4: *Cevaplayıcıların Uyruklarına Göre Türkiye'ye Geliş Amaçları*

Geliş Amacı \ Uyruk	Ticari		Turistik		Eğitim		Spor		Çalışma		Toplam	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Türk	28	17,8	34	14,0			1	16,7	19	36,5	82	17,7
İranlı	122	77,3	189	78,1	3	75,0	3	50,0	31	59,6	348	75,4
Azeri	2	1,3	4	1,7	1	25,0	2	33,3	2	3,9	11	2,4
Ermeni	3	1,8	1	0,4							4	0,9
Rus	3	1,8	6	2,5							9	1,9
Gürcü			2	0,8							2	0,4
Diğer			6	2,5							6	1,3
Toplam	158	100	242	100	4	100	6	100	52	100	462	100

E. Cevaplayıcıların Ticari Amaçla Türkiye'ye Giriş Sıklığı

Tablo 5: Ticari Amaçla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Giriş Sıklığı

Giriş Sıklığı	Sayı, Oran	Sayı	Oran (%)
Ayda Birden Fazla		93	59
Ayda Bir		31	20
Üç Ayda Bir		12	7,4
Altı Ayda Bir		10	6,2
Yılda Bir ve Daha Seyrek		12	7,4
Toplam		158	100

Yukarıdaki tablodan sadece ticari amaçla bu kapıdan geçiş yapanların giriş sıklığı incelendiğinde; % 59'unun ayda birden daha fazla, % 20'sinin ayda bir, % 7,4'ünün üç ayda bir, % 6,2'sinin altı ayda bir ve % 7,4'ünün ise yılda bir veya daha seyrek olarak geçişler yaptığı anlaşılmaktadır. Bu sonuç, cevaplayıcıların büyük bölümünün sınıra yakın yörelerde yaşayan, küçük ölçekli ticaret yapan ve bu nedenle sık sık geçiş yapan kişilerden oluştuğunu göstermektedir.

F. Cevaplayıcıların Türkiye'ye Giriş Yaptıkları Dönemler

Tablo 6: Cevaplayıcıların Türkiye'ye Giriş Yaptıkları Dönemler

Dönemler	Sayı, Oran	Sayı	Oran (%)
Yaz		105	22,7
Sonbahar		21	4,5
Kış		45	9,9
İlkbahar		70	15,2
Her Ay		200	43,2
Dini Bayram		21	4,5
Toplam		462	100

Cevaplayıcıların Türkiye'ye giriş yaptıkları dönemler incelendiğinde; % 22,6'sının yaz, % 4,5'inin sonbahar, % 9,9'unun kış, % 15,2'sinin ilkbahar aylarında, % 43,2'sinin her ay ve %4,5'inin sadece dini bayramlarda giriş yaptığı; sadece ticaret için geçiş yapanların ise %52'sinin yaz döneminde, diğerlerinin her ay geçiş yaptığı tespit edilmiştir.

G. Ticari Amaçla Gelenlerin Türkiye'den Satın Aldıkları ve Sattıkları Mallar

Tablo 7: Cevaplayıcıların Türkiye'den Satın Aldıkları ve Sattıkları Mallar

Sayı, Oran Mal Grupları	Türkiye'den Satın Alınan		Türkiye'ye Satılan	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Gıda Maddeleri	70	26,5	37	23,8
Tekstil-Konfeksiyon	120	45,5	65	41,7
Petrol	2	0,7	10	6,5
Mobilya	12	4,5	4	2,6
Altın			1	0,6
İnşaat Malzemeleri	5	1,8	1	0,6
Kozmetik	25	9,5	11	7,0
İlaç	4	1,5		
Kimyasal Maddeler	1	0,3	8	5,0
Elektronik	11	4,5	8	5,0
Orman Ürünleri	2	0,7	4	2,6
Nalburiye	12	4,5	7	4,6
Toplam	264	100	156	100

Gürbulak sınır kapısından sınır ticareti yapmak amacıyla geçiş yapan cevaplayıcıların Türkiye'den satın aldığı ve Türkiye'ye sattığı ürünlerin dağılımı Tablo 7'de sunulmuştur. Buna göre, cevaplayıcıların Türkiye'den sırasıyla en çok tekstil-konfeksiyon, gıda maddeleri, kozmetik, elektronik eşya, nalburiye, mobilya satın aldıkları belirlenmiştir. Türkiye'ye sattıkları ürünlere bakıldığında ise, sırasıyla tekstil-konfeksiyon, gıda maddeleri, kozmetik, petrol, elektronik eşya ve kimyasal maddeler şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 8: Uyruklarına Göre Cevaplayıcıların Türkiye'den Satın Aldıkları Mallar (Sayı)

Mallar	1*	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Uyruk	1*	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Türk	39	40	3	5		11	12	3	1	9	3	4
İran	139	259	8	14	7	6	55	7	3	26	4	19
Azerbaycan	5	7					5	1	1	1		
Ermenistan	1	3		2	2		1	2		1		2
Rusya F.	7	9					4	1				
Gürcistan	1	2					2					
Diğer	12	16		1	4		4		1	3		2

*: 1: Gıda maddeleri, 2: Tekstil-konfek., 3: Petrol, 4: Mobilya, 5: Altın, 6: İnşaat Mlz.,

7: Kozmetik, 8: İlaç,

9: Kimyasal Md., 10: Elektronik, 11: Orman Ürünleri, 12: Nalburiye

Tablodan görüleceği gibi Türk vatandaşlarının en çok tekstil-konfeksiyon, gıda maddesi, kozmetik ve inşaat malzemesi; İranlıların tekstil-konfeksiyon, gıda, kozmetik ve elektronik eşya; Azerilerin tekstil-konfeksiyon, gıda, kozmetik; Ermenilerin tekstil-konfeksiyon, mobilya, altın, ilaç ve nalburiye; Rusların tekstil-konfeksiyon, gıda ve kozmetik; Gürcülerin tekstil-konfeksiyon, kozmetik ve gıda maddesi; diğer ülke vatandaşlarının çoğunluğunun ise tekstil-konfeksiyon, gıda maddesi, altın ve kozmetik malzemesi satın aldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 9: Uyruklarına Göre Cevaplayıcıların Türkiye'ye Sattıkları Mallar (Sayı)

Mallar	1*	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Uyruk	1*	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Türk	8	6	3			1			4	4	2	
İran	28	56	7	4	1		10		4	6	2	7
Azerbaycan		1					1					
Ermenistan		2										
Rusya F.												
Gürcistan												
Diğer	1											

*: 1: Gıda maddeleri, 2: Tekstil-konfek., 3: Petrol, 4: Mobilya, 5: Altın, 6: İnşaat Mlz.,
7: Kozmetik, 8: İlaç,
9: Kimyasal Md., 10: Elektronik, 11: Orman Ürünleri, 12: Nalburiye

Tablodan görüldüğü üzere Türk vatandaşları Türkiye'ye en çok gıda maddeleri, tekstil-konfeksiyon, kimyasal madde, elektronik eşya ve petrol ile orman ürünleri satmaktadırlar. İranlılar sırasıyla tekstil-konfeksiyon, gıda maddeleri, kozmetik ürünler, petrol kömür ve elektronik eşya; Azerbaycanlılar tekstil-konfeksiyon ile kozmetik ürünleri; Ermenistan vatandaşları tekstil-konfeksiyon; diğer ülke vatandaşları ise gıda maddeleri satmaktadırlar. Bu kapıdan geçiş yapan Rusya Federasyonu ve Gürcistan vatandaşları Türkiye'ye herhangi bir ürün satmadıklarını belirtmişlerdir.

H.Cevaplayıcıların Türkiye ile Yaptığı Ticaretin Mal Gruplarına Göre Yıllık Ortalama Miktarı

Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi cevaplayıcılar Türkiye'den satın aldıkları tekstil-konfeksiyon, ilaç, kozmetik ve nalburiye gibi ürünler için daha fazla harcama yapmaktadırlar. Türkiye'ye sattıkları ürün gruplarının başında ise tekstil-konfeksiyon gelmekte, bunu petrol, orman ürünleri, inşaat malzemeleri ve kimyasal maddeler takip etmektedir. İran üzerinden Doğu Anadolu Bölgesi'ne çok miktarda Çin malı tekstil-konfeksiyon girmekte; inşaat malzemesi olarak mermer ve izolasyon malzemeleri ithal edilmektedir. Türkiye'den İran'a petrol ürünü olarak makine-motor yağları ve PVC ürünleri ihraç edilmektedir.

Tablo 10. Cevaplayıcıların Türkiye'den Yaptığı Ticaret Hacminin Mal Gruplarına Göre Dağılımı

Miktar Mal Grupları	Ortalama Türkiye'den Satın Alınan (\$)	Ortalama Türkiye'ye Satılan (\$)
Gıda Maddeleri	3875	1000
Tekstil-Konfeksiyon	393102	10549
Petrol	1161	8422
Mobilya	3400	3945
Altın	1500	2560
İnşaat Malzemeleri	1677	5331
Kozmetik	91978	2084
İlaç	155038	600
Kimyasal Maddeler	60326	4372
Elektronik Eşya	1173	3156
Orman Ürünleri	285	7238
Nalburiye	36889	4078

İ. Ticaret İçin Gelenlerin Türkiye'den Satın Aldıkları Mal Gruplarından Beğenileri

Gürbulak sınır kapısından ithal ve ihraç edilen ürünler 12 grupta toplanmış ve cevaplayıcıların bu ürün gruplarından en fazla hangisini beğendiklerini belirtmeleri istenmiştir. Cevaplayıcıların yanıtları uyruklarına göre aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 11: Cevaplayıcıların En Fazla Beğendikleri Mal Grupları

Mal Gr.	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*	8*	9*	10*	11*	12*
Uyruk												
Türk	13	8	2	4		1						
İran	17	76	18	25	1	1				1		2
Azerbaycan		2	1									
Ermenistan	3	2		1			1					
Rusya F.	1	2					1					
Gürcistan												

*: 1: Gıda maddeleri, 2: Tekstil-konftek., 3: Petrol ürünleri, 4: Mobilya, 5: Altın, 6: İnşaat Mlz., 7: Kozmetik, 8: İlaç,

9: Kimyasal Maddeler, 10: Elektronik, 11: Orman Ürünleri, 12: Nalburiye

Tablodan görüleceği üzere ticaret yapan Türk vatandaşları sırasıyla en çok gıda maddeleri, tekstil konfeksiyon, mobilya ve petrol ürünlerinden; İran vatandaşları tekstil konfeksiyon, mobilya, petrol ürünleri ve gıda maddelerinden; Azeriler tekstil konfeksiyon ve petrol ürünlerinden; Ermeniler gıda maddeleri ve tekstil-konfeksiyon ürünlerinden; Ruslar tekstil konfeksiyon ve gıda maddelerinden memnun olduklarını belirtmişlerdir.

I. Ticari Amaçla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Türkiye ile Ticaret Yapma Nedenleri

Cevaplayıcıların Türkiye’den ticaret yapma nedenleri ile ilgili olarak 13 yargı geliştirilmiş ve bu yargılar likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Ölçekte çok önemli yargısı 1 değeri ile ifade edilirken hiç önemli değil yargısı için 5 değeri kullanılmıştır. Bu ölçmenin cevapları Tablo 12’de görülmektedir.

Tablo 12: *Cevaplayıcıların Türkiye ile Ticaret Yapma Nedenleri*

Sapma	Ortalama, Std.	Ortalama	Standart Sapma
Ticaret Yapma Nedenleri			
1. Yakınlık		1,57	0,79
2. Türkçe bilmek		1,64	0,96
3. Malları Tanımak		2,05	0,95
4. Türk Tüccarlarını Tanımak		2,23	0,96
5. Bol Çeşit-Ürün Olması		2,18	0,94
6. Fiyatların Uygunluğu		2,18	0,99
7. Türk Televizyonlarının Reklamları		2,49	0,94
8. Ürünlerin Kaliteleri		2,05	0,98
9. Para Transferinin Kolaylığı		2,18	1,04
10. Konaklama Hizmetlerinin İyi Oluşu		2,43	0,97
11. Ayak Bastı Parasının Olmaması		2,22	0,99
12. Yol Güvenliği		2,00	0,96
13. Malları Değiştirebilme İmkânı		2,37	1,02

Cevaplayıcıların Türkiye’den ticaret yapma nedenleri konusunda geliştirilen ifadelerin grup ortalaması, 2.12’dir. Ticaret yapma nedenleri ile ilgili ortalamaların grup ortalaması 2.12’den istatistiki bakımdan farklı olup olmadığını belirlemek için Z testi yapılmıştır. Z testi sonucunda 0.05 anlamlılık seviyesinde 4 değişken (1,7,10,13) genel ortalamadan anlamlı derecede farklı bulunmuştur. 1. değişken anlamlı derecede genel ortalamanın altında, 7,10 ve 13. değişken anlamlı derecede genel ortalamanın üzerinde çıkmıştır. Buna göre, cevaplayıcılar Türkiye’nin yakınlığının ticaret yapma açısından çok önemli olduğunu düşünmekte; Türk televizyonlarının reklamlarının, konaklama hizmetlerinin iyi olmasının ve malları değiştirebilme imkanının ise Türkiye’yle ticaret yapmada genel ortalamaya nispetle daha az önemli olduğuna inanmaktadırlar. Diğer değişkenlerin ise genel ortalamadan istatistiki açıdan anlamlı derecede farklı olmadıkları belirlenmiştir.

K. Ticari Amaçla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Bölgedeki Lider Ülke Algıları

Uluslararası pazarlamada ülkelerin ekonomik ve askeri gücü, coğrafik özellikleri, ürünlerinin kalitesi, din, dil ve kültür ortaklığı ile komşularıyla kurmuş oldukları siyasi ilişkiler çok önemlidir. Bu nedenle cevaplayıcılara nüfus, askeri ve ekonomik güç, siyasi rejim ve coğrafi büyüklük, pazarlama kolaylıkları, ürünlerinin kalitesini dikkate alarak bölge ülkelerinden hangisinin lider konumunda olduğunu belirtmeleri istenmiş, alınan cevaplar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 13: *Cevaplayıcılara Göre Bölgedeki Lider Ülke*

Ülkeler	Sayı	Oran
Türkiye	102	64,5
İran	48	30,5
Azerbaycan	4	2,5
Ermenistan	1	0,6
Rusya	2	1,3
Diğer	1	0,6
Toplam	158	100

Tablo 13'e göre, Gürbulak sınır kapısından geçen cevaplayıcıların çoğunluğu (% 64,5) Türkiye'yi bölgedeki lider ülke olarak görmektedir. Bu oran İran için % 30,5; Azerbaycan için % 2,5 'tir. Ermenistan için % 0,6; Rusya için ise % 1,3'tür. Cevaplayıcıların % 0,6'sı ise bölgedeki diğer ülkeleri lider ülke olarak görmektedirler.

Türkiye'yi lider ülke olarak kabul edenlerin uyruklarına göre dağılımı incelendiğinde Türklerin % 80'inin, İranlıların % 50'sinin, Azerilerin % 80'inin, Ermenilerin % 33'ünün, Rusların ise % 25'inin Türkiye'yi lider ülke olarak kabul ettikleri belirlenmiştir. İnceleme döneminde Gürbulak sınır kapısından geçiş yapan Türk vatandaşlarının oranı % 17,7'dir. Bu durumda cevaplayıcıların şoven duygularla değil, gerçekçi bir değerlendirmeye Türkiye'yi bölgenin lider ülkesi olarak kabul ettikleri ifade edilebilir.

L.Cevaplayıcıların Türkiye'nin Ekonomik Durumu Hakkındaki Değerlendirmeleri

Tablo 14: *Cevaplayıcıların Türkiye'nin Ekonomik Durumunu Değerlendirmeleri*

Değerlendirmeler	Sayı,Oran	Sayı	Oran
Çok İyi		65	14,1
İyi		227	49,1
Kararsız		142	30,8
Kötü		20	4,3
Çok Kötü		8	1,7
Toplam		462	100

Tablo 14'de görüleceği üzere araştırmaya katılan tüm cevaplayıcıların %14.1'i Türkiye'nin ekonomik durumunu çok iyi, % 49.1'i iyi, % 4.3'ü kötü, % 1.7'si de çok kötü bulduklarını ifade etmişlerdir. Bu konuda kararsız olanların oranı ise, % 30.8'dir.

Sadece ticaret için geçiş yapan kişilerin uyruklarına göre aynı konudaki değerlendirmesi oran olarak aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tablo incelendiğinde Gürbulak sınır kapısından geçiş yapan Türklerin % 26'sının Türkiye'nin ekonomik durumunu çok iyi, % 44'ünün iyi, % 15'inin kötü, İranlıların % 12'sinin çok iyi, % 48'inin iyi, % 2'sinin kötü, % 2'sinin ise çok kötü, Azerilerin % 50'sinin iyi, Ermenilerin tamamının iyi olarak değerlendirdikleri görülmektedir.

Tablo 15: *Ticaret Amacıyla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Uyruklarına Göre Türkiye'nin Ekonomik Durumunu Değerlendirmeleri*

Değerlendirme (Oran)	Çok İyi	İyi	Kararsız	Kötü	Çok Kötü
Ülkeler					
Türkiye	26	44	15	15	
İran	12	48	36	2	2
Azerbaycan		50	50		
Ermenistan		100			
Rusya F.			100		

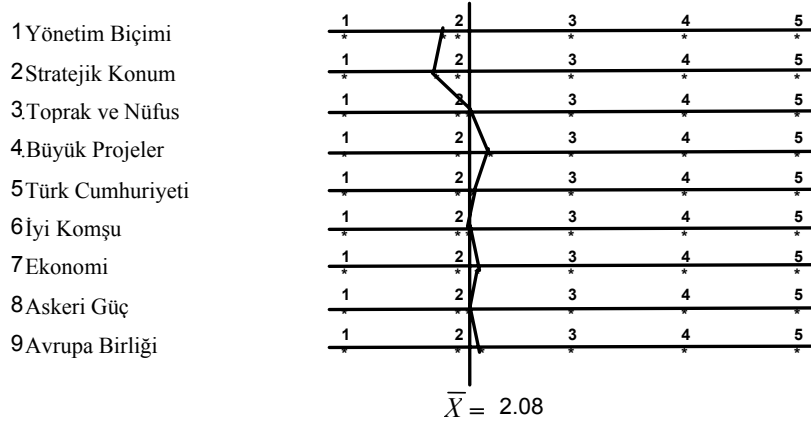
Tabloda görüldüğü gibi Gürbulak sınır kapısından ticaret amacıyla geçiş yapan çeşitli ülke vatandaşlarının çoğunluğu Türkiye'nin ekonomik durumunu iyi olarak değerlendirmektedirler. Kötümserlerin oranı çok düşüktür. Ankete cevap veren 2 Gürcistan vatandaşı ise turistik amaçla Türkiye'ye geldikleri için bu değerlendirmeye dahil edilmemişlerdir.

M.Cevaplayıcıların Türkiye'yi Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Bölgedeki Etkinliği Açısından Değerlendirmeleri

Tablo 16. *Cevaplayıcıların Türkiye'yi Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Bölgedeki Etkinliği Açısından Değerlendirmesi*

Özellikler	Ortalama, Std. Sapma	Ortalama	Standart Sapma
1. Yönetim Biçimi		1,9333	0,93457
2. Stratejik Konum		1,8184	0,88595
3. Toprak ve Nüfus		2,0626	0,91156
4. Büyük Projeler Geliştirme		2,2441	0,91086
5. Türk Cumhuriyetleri ile İlişkiler		2,1663	0,90018
6. İyi Komşuluk İlişkileri		2,0858	0,89679
7. Ekonomik Güç		2,1777	0,92686
8. Askeri Güç		2,0837	0,03661
9. Avrupa Birliği Üyeliği		2,1193	0,09103

Cevaplayıcıların sahip olduğu özelliklerine göre; sosyo-ekonomik kalkınma ve bölgedeki etkinliği açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri istenmiştir. Bu değerlendirme Likert ölçeğine göre yapılmıştır. Ölçekte 1 çok önemli, 5 hiç önemli değil olarak ifade edilmiştir. Değerlendirme sonuçları Tablo 16 ve Şekil 1'de sunulmuştur. Cevaplayıcıların yukarıdaki özelliklere verdiği cevapların genel ortalaması 2.08'dir. Her bir özelliğe verilen ortalama değerlerin genel ortalamadan istatistik olarak farklı olup olmadığını belirlemek amacıyla Z testi yapılmıştır. Bu test sonucunda 0.05 anlamlılık düzeyinde 3 değişken genel ortalamadan farklı çıkmıştır. Birinci ve ikinci değişken ortalamasının altında, 4. değişken ise ortalamasının üzerinde bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, cevaplayıcılara göre; Türkiye'nin yönetim biçimi, stratejik-coğrafik konumu ve sosyo-ekonomik gelişmişliği bölgedeki etkinliği açısından çok önemli görülmektedir. Türkiye'nin büyük projeler geliştirme konusunda yetersiz olduğu ifade edilebilir, zira BTC petrol boru hattı projesi dışında bölge ülkelerini kapsayan bir başka proje uygulaması henüz yoktur.



Şekil 1: Cevaplayıcıların Türkiye'yi Sosyo Ekonomik Kalkınma ve Bölgedeki Etkinliği Açısından Değerlendirmelerinin Profili

Gürbulak sınır kapısından sadece ticaret amacıyla geçiş yapan kişilerin Türkiye'yi sosyo ekonomik gelişmişliği ve bölgedeki etkinliği açısından değerlendirmeleri istenmiş ve alınan cevaplar Tablo 17'de gösterilmiştir.

Tablo 17: Ticari amaçla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Türkiye'yi Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Bölgedeki Etkinliği Açısından Değerlendirmeleri

Özellikler	Ortalama, Std.Sapma	Ortalama	Standart Sapma
1.Yönetim Biçimi		1,90	0,90
2.Stratejik Konum		1,80	0,85
3.Toprak ve Nüfus		2,07	0,94
4.Büyük Projeler Geliştirme		2,17	0,86
5.Türk Cumhuriyetleri İle İlişkiler		2,12	0,87
6.İyi Komşuluk İlişkileri		2,10	0,90
7.Ekonomik Güç		2,22	0,93
8.Askerî Güç		2,01	1,01
9.Avrupa Birliği Üyeliği		2,13	1,10

Ticaret amacıyla geçiş yapan cevaplayıcıların verdiği cevapların genel ortalaması 2,05'dir. Her bir özelliğe verilen ortalama değerlerin genel

ortalama olan 2,05’den istatistik olarak farklılığını belirlemek amacıyla Z testi yapılmış ve bu test sonucunda genel ortalama açısından 0.05 anlamlılık düzeyinde 3 özellik farklı çıkmıştır. Başka bir deyişle Türkiye’nin yönetim biçimi, stratejik konumu ve ekonomisi istatistiki açıdan anlamlı derecede genel ortalamadan farklıdır. Buna göre Türkiye’nin yönetim biçimi ve stratejik konumu genel ortalamanın altında, yani çok önemli bulunmuş, ekonomisi ise genel ortalamanın üstünde, yani genel ortalama açısından daha az önemli olarak değerlendirilmiştir. Diğer değişkenlerin genel ortalamadan istatistiki açıdan anlamlı derecede farklı olmadıkları belirlenmiştir.

N. Bölgedeki Ekonomik İlişkilerin Geliştirilmesinde Önemli Görülen Unsurlar

Tablo 18: Ticaret Amacıyla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Bölgede Ekonomik İlişkilerin Geliştirilmesinde Önem Verdikleri Unsurlar

Unsurlar	Ortalama	Sıralama
1. Giriş Çıkışlarda Vergi, Resim ve Harçların Kaldırılması	1,35	1
2. Bölgedeki Ülkelere Yatırım Yapma	1,90	3
3. Bürokratik İşlemlerin Azaltılması	1,87	2
4. Karayollarının Geliştirilmesi	2,62	4

Cevaplayıcılara göre, Türkiye’nin bölge ülkeleriyle ekonomik ilişkilerinin geliştirilmesinde yapılması gereken en önemli şey; giriş çıkışlarda alınan vergi, resim ve harçların kaldırılmasıdır. Cevaplayıcılar, bürokratik işlemlerin azaltılmasını ikinci derecede önemli olarak görmektedirler, Türkiye’nin bölgedeki ülkelere daha çok yatırım yapmasının ilişkileri geliştireceği üçüncü sırada önemli bulunurken, karayollarının geliştirilmesi dördüncü sırada önemli olarak değerlendirilmiştir.

Elde edilen bu sonuçlar, Ağrı Alt Bölgesi’nde dış ticaret yapan firmalara yönelik uygulamalı olarak yapılan bir çalışmada “bölgedeki ticarete karşılaşılan en önemli problemlerin neler” olduğuna yönelik olarak sorulan soruya verilen cevaplarla da örtüşmektedir (Karabulut; 2005: 141). Bu çalışmada;

- Bezdirci bir yoğunlukta evraka dayalı işlemlerin olması (bürokrasi),
- Sınır kapılarındaki alt yapı yetersizlikleri,
- Yüksek vergi ve fon kesintileri,

bölgedeki ticari faaliyetlerde karşılaşılan en önemli üç problem olarak belirlenmiştir.

O. Ticari Amaçla Geçiş Yapan Cevaplayıcıların Türkiye'den Ticaret Yapma Nedenlerine İlişkin Değerlendirmeleri

Araştırmada ticari amaçla sınır kapısından geçiş yapan cevaplayıcıların Türkiye ile ticaret yapma nedenlerinin önem düzeyleri hakkındaki düşünceleri 5'li likert ölçeği kullanılarak sorulmuş ve elde edilen cevaplar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 19. *Cevaplayıcıların Uyruklarına Göre Türkiye'den Ticaret Yapma Nedenlerine İlişkin Değerlendirmeleri*

Ortalama*	Türkiye	İran	Azerb.	Ermeni.	Rusya
Ticaret Yapma Nedenleri					
1. Yakınlık	1,69	1,57	1,00	1,66	1,00
2. Türkçe bilmek	1,57	1,64	1,50	3,33	1,00
3. Malları Tanımak	1,53	2,14	2,50	2,00	1,00
4. Türk Tüccarlarını Tanımak	2,12	2,25	2,00	2,00	2,50
5. Bol Çeşit Ürün Olması	1,84	2,26	2,50	1,50	2,00
6. Fiyatların Uygunluğu	2,00	2,19	3,00	2,50	2,00
7. Türk Televizyonlarının Reklamları	2,08	2,56	3,00	2,50	2,50
8. Ürünlerin Kaliteleri	1,69	2,13	2,00	1,50	2,00
9. Para Transferinin Kolaylığı	2,38	2,14	2,00	1,50	2,00
10. Konaklama Hizmetlerinin İyi Oluşu	2,26	2,46	2,50	2,50	2,50
11. Ayak Bastı Parasının Olmaması	2,00	2,29	2,00	1,50	1,66
12. Yol Güvenliği	1,84	2,04	2,00	1,50	2,50
13. Malları Değiştirebilme İmkânı	2,23	2,41	2,00	2,00	2,00
Genel Ortalama	1,95	2,17	2,15	1,96	1,92

*: 1: Çok Önemli; 2: Önemli; 3: Kararsız; 4: Önemli Değil; 5: Hiç Önemli Değil

Tablodan görüleceği üzere, yakınlık ve para transferinin kolaylığı İranlılar açısından; diğer tüm faktörler ise, Türkler açısından daha önemli kabul edilmiştir. (Gürbulak sınır kapısından ticaret yapmak amacıyla geçiş yapan Azeri, Ermeni, Rus, Gürcü ve diğer ülke vatandaşlarının toplam sayısı (8) çok az olduğu için analizin dışında tutulmuş, Türkiye'den ticaret yapma nedenlerine ilişkin değerlendirmeler Türk ve İran vatandaşları esas alınarak yapılmıştır.)

III.Sonuç ve Öneriler

Gürbulak Sınır Kapısında yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; anketimizi cevaplayanların çoğunluğunun 25-34 yaş grubunda (%45.5), erkek (%85.5), ortaöğrenimli (%47.2) ve İran vatandaşı (% 72.5) olduğu belirlenmiştir. Cevaplayıcıların çoğunluğu (%49.8) Türkiye'ye yılda 1-5 kez

arasında geldiklerini belirtmişlerdir. Ticaret için gelenlerin oranı; (%34.2)'dir. Cevaplayıcıların Gürbulak sınır kapısından giriş sıklığına bakıldığında; çoğunluğunun her ay birden fazla (% 43.2) bu sınır kapısından giriş yaptığı görülmüştür. Cevaplayıcıların büyük kısmı (% 71.4) Türkiye'den tekstil-konfeksiyon ürünü almakta ve yine Türkiye'ye tekstil-konfeksiyon ürünleri satmaktadırlar. Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise; cevaplayıcıların Türkiye'den satın aldıkları mal gruplarından tekstil-konfeksiyon, gıda maddeleri, petrol-kömür, altın ve kozmetik ürünlerinden daha fazla memnun olduklarıdır. Gürbulak sınır kapısından en fazla tekstil-konfeksiyon ve gıda maddeleri ihraç edildiği dikkate alınır, sonucun bu şekilde çıkması doğal karşılanmalıdır. Cevaplayıcıların Türkiye'den ticaret yapma nedenlerine göre dağılımına bakıldığında, "yakınlık", "Türkçe bilme" ve "Malları tanıma"nın en önemli nedenler oldukları ortaya çıkmıştır. Gürbulak sınır kapısından geçenlerin çoğunluğunun İran vatandaşı olması, bu ülkede çok sayıda Azeri Türkü'nün yaşaması ve Gürbulak'ın İran'la komşu olması bir arada düşünüldüğünde bu sonuçlar olağan karşılanmalıdır.

Araştırma sonuçlarına göre; cevaplayıcıların çoğunluğu (% 55.2) Türkiye'yi bölgede lider ülke olarak görmekte ve Türkiye'nin ekonomik ve sosyal durumunu iyi bulmaktadır (%49.1).

Cevaplayıcılar Türkiye'yi sosyo-ekonomik gelişmişlik, bölgedeki etkinliği açısından da değerlendirmişler; Türkiye'nin yönetim biçimini, stratejik ve coğrafi konumunu çok önemli bulduklarını ifade etmişlerdir. Ulaşılan sonuçlardan birisi de cevaplayıcıların Türkiye'nin bölge ülkeleriyle ekonomik ilişkilerin geliştirilmesinde, geçişlerden alınan vergi, resim ve harçların kaldırılmasını en önemli unsur olarak görmeleridir.

Cevaplayıcıların uyruklarına göre satın aldıkları mal gruplarından memnuniyet dereceleri arasındaki farklılık olup olmadığı araştırıldığında, tekstil-konfeksiyon ürünlerinden Ruslar'ın, petrol-kömür ürünlerinden Azerbaycanlı'ların, Gıda ürünlerinden ise Ermeni ve Gürcü'lerin daha fazla memnun oldukları belirlenmiştir.

Elde edilen sonuçlara dayanarak, Gürbulak sınır kapısındaki geçişlerden alınan vergi, resim ve harçların kaldırılması, bürokratik işlemlerin azaltılıp kolaylaştırılması acil bir önlem olarak düşünülmelidir. Ayrıca yol güvenliği konusunda da gerekli hassasiyetin elden bırakılmaması önerilir. Türkiye'den çoğunlukla tekstil-konfeksiyon ve gıda ürünlerinin satın alındığı ve en çok bu ürünlerden memnun olduğu dikkate alınır, Gürbulak ve Doğu Beyazıt'ta yeni lojistik merkezlerinin oluşturulmasının, kuruluş aşamasında bulunan sınır ticaret merkezinin tekstil-konfeksiyon ürünleri alanında bir takım ayrıcalıklarla donatılmasının ve bu ürünlerin dağıtım kanallarının geliştirilmesinin uygun olacağı ifade edilebilir. Bu sınır kapısından geçen cevaplayıcıların yaklaşık %34'ünün ticaret nedeni ile giriş-çıkış yaptıkları göz önüne alındığında, Gürbulak sınır kapısının ticaret ağırlıklı bir kapı olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan tüccarların görüş ve düşüncelerinin dikkate alınmasının sorunların

çözümünde ve fırsatların değerlendirilmesinde daha yararlı olabileceği kanısındayız. Cevaplayıcıların uyruklarına göre, Türkiye’den ticaret yapma nedenleri arasında önemli farklılıklar belirlenmiştir. Uluslararası pazarlama faaliyeti yapan işletmelerin bu farklılıkları dikkate alan pazarlama stratejileri geliştirmeleri önerilebilir.

Kaynaklar

- Badley, Frank, 2002. Uluslar arası Pazarlama Stratejisi, Türkçeye Çeviren: İçlem Er, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul
- Doğu Anadolu Projesi (DAP) Ana Planı İnşaat ve Ticaret Sektörü Mevcut Durum Analizi Taslağı, Haziran 1999.
- Karabulut, Kerem, 2005. Doğu’da Yakalanan Kalkınma Fırsatı:Ticaret –Bir Alt Bölge Uygulaması-, Atlas Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Rossiter, John.R., Alvin M. CHAN, 1998. “Ethnicity in Business and Consumer Behavior”, Journal of Business Research, Vol:42, s.127-134.
- Resmi Gazete, 10 Nisan 2003 ve Sayı: 25075.
- Resmi Gazete, 1 Eylül 1993 ve Sayı: 21685.
- Seyidoğlu, Halil, 1992. Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük, Güzem Yayınları.No:4, Ankara.
- Seyidoğlu, Halil, 2003. Uluslar arası İktisat; Teori, Politika ve Uygulama, 15. Baskı, Güzem Yayınları, İstanbul
- Sönmez, Muammer, 1995. “Sınır ve Kıyı Ticareti”, Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tan, Thomas Tsu Wee, Tan Jee LUI, 2002. “Globalization and Trends in International Marketing Research in Asia”, Journal of Business Research, Vol:55, s.799-804.