

KOBİ'LERİN ULUSLARARASI TİCARETTE KARŞILAŞTIĞI TARİFE DEZAVANTAJLARI

Hasan Parıltı¹

Özet

Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde faaliyet gösteren KOBİ'ler, faaliyet gösterdikleri ülkelerin istihdam ve GSYİH'larına önemli katkılar yaptıkları halde, dünya ticaretine katılım düzeyleri oldukça sınırlı kalmaktadır. KOBİ'lerin uluslararası ticaret sahnesine çekilmesine ülkelerin makroekonomik istikrarı açısından büyük bir önem atfedilmektedir. Bunların uluslararası ticarete açılmasının önünde, birçok engel yanında, yüksek düzeyde gümrük tarifeleri ve tarife benzeri mali yüklerler mevcuttur. Fakat önlerine yüksek gümrük duvarları örenler, KOBİ'lerin kendileridir. Çoğunlukla kendi ülkelerinde ithal ikamesi endüstrilerinde faaliyet gösteren KOBİ'ler, yüksek lobi güçleri sayesinde, hükümetlerinden tarifeler ve tarife dışı yollarla koruma desteği almaktadırlar. KOBİ'lerin bu kısır döngüden çıkarılabilmesi için ülkelerin kendi inisiyatifleri ile korumacılıkla mücadele etmesi mümkün değildir. Bu bağlamda hükümet inisiyatifleri yerine DTÖ şemsiyesi altında çok taraflı bir girişim göz önünde bulundurulmalıdır.

Anahtar kelimeler: KOBİ, Tarifeler, Tarife dışı önlemler, Ticaret politikası, Korumacılık, Lobicilik.

Jel sınıflaması: F10, F53, F68

Tariff Disadvantages of SMEs in International Trade

Abstract

Although SMEs working both in developed and developing countries contribute a lot to employment and GDP of the countries they operate, their participations in international trading activities remain modest. Great importance are attached to bringing them international play field from the viewpoint of macroeconomic stability of the world economy. In the process of internalization, SMEs encounter a lot of obstacles such as high level customs tariff and quasi tariff financial burdens, as well as other non-tariff barriers. But who creates these obstacles are SMEs themselves. SMEs most of whom operate in import substitution industries in their home country receive tariff protection support from their governments, thanks to their high lobbying power. In order for SMEs to be able escape from this vicious cycle, it is impossible for countries to fight with the protectionism in their own initiatives. In this regard, instead of governments' initiatives, a multilateral initiation under the WTO umbrella could be considered.

Key words: SME, Tariffs, Non-tariff measures, Trade policy, Protectionism, Lobbying.

Jel classification: F10, F53, F68

¹ Dr., Haliç Üniversitesi İşletme Fakültesi, hasanparilti@gmail.com

1. Giriş

Dünya ticareti hem ticarete konu olan mallar bakımından hem de ticaret yapan firmalar bakımından önemli bir değişim geçirmektedir. Sermaye gereksinimi yüksek, finansal yönetimi zor, tedarik, pazarlama, lojistik ve diğer operasyon alanlarında yüksek düzeyde yetkinlik gerektirdiğinden, geçmiş dönemlerde (münhasıran 1980 öncesi) sadece büyük işletmeler uluslararası ticaret alanında faaliyet gösterebiliyordu. Günümüzde ticari engellerin dramatik bir şekilde aşağı çekilmesi, lojistik çözümlerindeki ilerlemeler, telekomünikasyon ağları ve bilgi işlem teknolojileri sayesinde kurulan elektronik Pazar yerleri ile sanal ortamda tanıtım ve pazarlamanın mümkün hale gelmesi ile küçük firmalar da artık uluslararası piyasalarda hem alıcı hem de satıcı pozisyonunda varlık gösterebilmektedirler.

Geçmişte uluslararası ticarete konu olan ürünlerin önemli bir kısmı, tek üretici tarafından veya kendi içinde dikey olarak entegrasyona gitmiş büyük şirketler bünyesinde üretilen mallardan oluşuyordu. Günümüzde dünya ticaretinin üçte biri, üretimin sadece belli bir aşamasında uzmanlaşmış firmalar tarafından üretilen ara mallarından oluşmaktadır (WTO, 2013:78). Örneğin, bir arabanın değişik parçaları birbirinden bağımsız onlarca tesis tarafından üretilmekte, tasarım ve ofis hizmetleri değişik firmalardan tedarik edilmekte ve bütün bileşenler bir montaj fabrikasında birleştirilerek nihai ürün ortaya çıkartılmaktadır. Eskiden bir firma çatısı altında üretilen nihai ürünler günümüzde bir değer zinciri etrafında sözleşme esaslı iş birliği yapan çok sayıda küçük ve orta boy firmanın çabasıyla üretilmektedir. Değer zincirine dâhil firmalar belli bir ülkede yer alabileceği gibi, değişik ülkelere dağılmış da olabilmektedir. Böylece küçük ve orta boy firmalar ürünlerini doğrudan ihraç edebildiği gibi, nihai ürünlerin bünyesinde dolaylı bir şekilde de ihraç edebilmektedirler.

KOBİ'ler lehine olan bu gelişmeler henüz tam bir olgunluğa ulaşmış değildir. Bazı KOBİ'ler genel olarak küresel pazarlara, özellikle niş alanlara girmekle fayda sağlasa da realitede büyük ölçekli şirketler küresel ticari görünümünü şekillendirmeye devam etmektedir. KOBİ'ler hâlihazırda direk veya dolaylı ihracat olarak sadece belirli sektörlerde, belirli pazarlara nüfuz edebilmektedirler. Bunların dünya pazarlarına girişinin önündeki engeller azaldıkça, ölçek ekonomilerinden yararlanma, yenilik yapma ve bunları ticarileştirme kabiliyetleri artmaktadır (WTO, 2015:14).

Günümüzde KOBİ'ler uluslararası pazarlara giriş, tarifeler, tarife dışı uygulamalar, sınır işlemleri ve gümrük bürokrasisi, finans kaynakları ve bilgiye ulaşma gibi anlamında büyük ölçekli firmalara oranla daha fazla güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Bu durum, mevcut bir dezavantajı

göstermekle birlikte, büyüme, kalkınma ve ekonomik istikrar konusunda KOBİ'lerin dinamizminden daha çok yararlanabilmek ülkelerin çok taraflı ticaret sistemi şemsiyesi altında ülkelerin ticaret politikalarında bazı mikro ayarlamalar yapılması gerekebilir.

Uluslararası ticaret teorisinde ülkelerin ticaret politikası araçları tarifeler ve tarife dışı önlemler şeklinde iki başlık altında ele alınmaktadır. Tarifeler gümrük vergilerini ifade etmekte olup *ek vergiler* ve *korunma önlemleri* kapsamında alınan vergileri de bu kapsamda değerlendirmek gerekir. Tarife dışı ticaret politikası araçları çok sayıda uygulamayı kapsamakla birlikte, ithalat kotaları, ithal lisansları, menşe kuralları, kalite ve içerik gereklilikleri, etiketleme, test etme ve belgelendirme gibi ürüne özel uygulamalar başlıca örnekleri oluşturmaktadır (ITC, 2015:IX).

1948 yılında GATT anlaşması yürürlüğe girmesinden bu tarafa uluslararası ticarete, münhasıran endüstriyel ürünlerde, tüm dünyada, tarifeler önemli ölçüde aşağıya çekilmiştir. 1994 yılında Uruguay Ticaret görüşmelerini müteakip belli bir takvim içerisinde sanayi ürünlerinde ortalama tarife oranı %3,8'e kadar inmiştir (WTO, 2013). Bu durum, en azından sanayi ürünleri için dünyada tarifelerle ilgili bir sorun kalmadığı gibi bir izlenim yaratmaktadır. 2008 sonrasında pazarlara giriş engelleri ile ilgili yapılan araştırmaların çoğu tarife dışı engellerle alakalı olup, bazı alanlarda tarifelerin hala yüksek olduğu, bu alanlardan birinin KOBİ'ler tarafından üretilip pazarlanan ürünler olduğu gözden kaçmaktadır. Kaldı ki, her ne kadar, endüstriyel ürünlerin tarifeleri düşük bir düzeyde ise de, 2008 Krizinden sonra sık sık rastlandığı gibi, ek vergi ve korunma önlemleri ile bunlar yükseltilebilmektedir.

Bu araştırmanın amaçlarından biri, sınai ürünlerde tarifelerin pazara giriş ve pazarlarda tutunma için bir sorun oluşturduğunun akademik ve uygulama çevrelerinin gündemine yeniden taşınmasıdır. İkinci bir amaç ise, ticaret politikası araçlarından *gümrük tarifeleri* ve tarife benzeri diğer mali düzenlemeler karşısında, uluslararası pazarlarda, KOBİ'lerin durumu ve nedenlerinin ortaya konmasıdır. KOBİ'lerin durumunun tespit edilmesi, bunlarla ilgili ticaret politikalarının daha sağlıklı bir zemine oturmasını sağlayacaktır.

Çalışmada önce, dünya ticaret hacmi içerisinde KOBİ'lerin payının düşüklüğü ortaya konmakta, ardından bunun önemli bir nedeni olarak KOBİ'lerin üretip dünyaya sunduğu ürünlerin Pazar ülkelerde karşılaştığı gümrük tarifelerinin büyük ölçekli firmalar tarafından üretilen ve dünyaya sunulan ürünlere uygulanan tarifelere göre daha yüksek olduğu saptaması yapılmaktadır. Bu saptamada, ağırlıklı olarak KOBİ'ler ve büyük ölçekli işletmeler tarafından

üretilen sınai tüketim mallarından seçilmiş mal grupları için gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanan ortalama fiili MFN tarifeleri baz alınmıştır. Ayrıca gümrük tarifelerine benzeyen ama mali nitelikli tarife dışı önlem şeklinde uygulanan diğer vergi uygulamalarından örnekler verilmektedir.

Bir ticaret politikası aracı olan gümrük tarifeleri ve tarife dışı mali önlemlerin oluşum sürecinin ele alındığı Ticari Korumacılığı Açıklayan Yaklaşımlar başlığı altında, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda karşı karşıya kaldığı yüksek koruma duvarlarının yaratıcısının kendi pozisyonları olduğu ortaya konulmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde faaliyette bulunan KOBİ'lerin çoğu ithalatla rakip endüstrilerde faaliyet göstermekte olup hükümetlerden devamlı şekilde koruma talep etmektedirler. Bir ülkede KOBİ'lere sağlanan koruma, diğer ülke KOBİ'lerinin rekabet gücü kaybetmesi sonucunu doğurmaktadır.

2. Literatür Taraması

KOBİ'lerin tarifeler ve tarife dışı mali önlemlerle ilgili dezavantajlı durumu ve spesifik ülke uygulamalarının ortaya konulmasında ağırlıklı olarak Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü ve Avrupa Birliğinin istatistiki veri tabanları kullanılmıştır. KOBİ ürünlerinin uluslararası pazarlarda daha yüksek vergilerle karşılaşma nedenleri ise bu alanda yapılan çalışmaların nicel analizi ile ortaya konmaktadır.

1980'li yıllardan sonra ülkelerin uluslararası ticaret politikalarının endüstriyel bazda mikro temellerini araştıran yazarlar, *doğrudan ekonomik çıkar yaklaşımı* ve *sosyal kaygılar yaklaşımı* olmak üzere iki yaklaşım ortaya koymaktadırlar. Doğrudan ekonomik çıkar yaklaşımına göre bir yanda dış rekabete karşı korunma ihtiyacında olan endüstriler veya firmalar, öbür yanda ise bu hizmetin yegâne sağlayıcısı konumunda bulunan devletin yer aldığı bir piyasadan bahsedilmektedir. Sosyal kaygılar yaklaşımında doğrudan ekonomik çıkar yaklaşımı reddedilmezken, devletin gelir dağılımı, toplumun çeşitli kesimlerinin refah düzeyinin yükseltilmesi, ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması ve hatta uluslararası ilişkileri de dikkate aldığını hesaba katmaktadır.

Doğrudan çıkar yaklaşımını benimseyen yazarlar iki grupta ele alınabilir: Çıkar sahibi olarak endüstrinin bütününe ele alan yazarlar ve çıkar sahibi olarak tekil firmaları ele alan yazarlar. Trefler (1993), Grosman ve Helpman (1994), ve Rodrik (1995) araştırmalarının merkezine endüstri ve hükümet ilişkilerini koymaktadır. Bunlara göre, belirli bir dış ticaret politikası takip edilmesini isteyen endüstri veya iş kolları, hükümet nezdinde istekleri yönünde lobi

faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. İsteklerinin bir bedeli vardır. Bu bedel iktidar veya iktidar adayına destek olmak olma şeklinde formüle edilebilir. Başata ABD olmak üzere gelişmiş batı ülkelerinde, iktidar ve iktidar adayı siyasi erke destek, oy taahhüdünde bulunma (oy verme), siyasi kampanyalarına taraftarlık ve siyasi kampanyalara bağışta bulunma şekillerinde verilmektedir. Endüstri bazında lobi faaliyetinde bulunan grupların hükümetlerden talep ettiği ticaret politikası ağırlıklı olarak dış rekabete karşı kendilerinin korunması yönündedir. Ağırlıklı olarak KOBİ'lerden oluşan endüstriler korunma yönünde lobi faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Rodrik (1995:1481) korumacılık yönünde lobi yapan ve bunda önemli ölçüde başarılı olan endüstrilerin bir sıralamasını yapmaktadır. Grosman ve Helpman (1994) farklı bir bakışla bu listeye ithal ikame endüstrileri ilavesini yapmıştır.

Bombardini (2008), Osgood vd (2017) ve (Plouffe 2017), doğrudan çıkar yaklaşımının merkezine endüstri çıkarı yerine bireysel firma çıkarını koymuşlardır. Bunlara göre endüstriler homojen olmayan firmalardan oluşmaktadır. Bir endüstride ithal ikameci ve korunma talep eden firmalar olabildiği gibi, üretiminin tamamını veya önemli bir bölümünü ihraç eden, çıkarları ticaretin serbestleşmesinden yana olan firmalar da bulunmaktadır. Çıkarları ticaretin serbestleşmesinden yana olan firmalar, Osgood vd.nin ifadesiyle “süper star ihracatçılar” ve Plouffe'nin ifade ettiği “toplam faktör verimliliği yüksek firmalar” *ticaret politikası pazarında* hükümetler karşısında endüstri olarak değil bireysel olarak yer alırlar. Bunlardan bir kısmı çok uluslu olarak faaliyet göstermekte olup, hükümetlerden talepleri ticaretin serbestleşmesi yönünde lobi faaliyetinde bulunmaktır.

Az sayıda yazar ticaret politikaları ve korumacılığı sosyal kaygılar yaklaşımı ile izah etmeye çalışmaktadır. Bunların başında Baldwin (1983), Corden (1997) gelmektedir. Baldwin aslında bireysel çıkar yaklaşımını kabul etmekle birlikte bunun yegane belirleyici olmadığını öne sürer. Buna göre başlıca ekonomik ve sosyal grupların refah seviyesi ve ulusal ve uluslararası düzeyde bazı hedeflere ulaşılma istenmesi ticaret politikası belirlemede hükümetlerin başlıca hareket noktasını oluşturmaktadır. Corden'e göre ticaret politikalarını (daraltılmış anlamda koruma politikaları) belirleyen şey, hükümetlerin gelir dağılımı ile ilgili hedefler ortaya koymasındır.

3. Uluslararası Ticarete KOBİ'lerin Payı

Küçük ve orta büyüklükteki firma (KOBİ) için üzerinde uzlaşmış uluslararası bir tanım bulunmamaktadır. Tanımlar genelde ülkelere, sektörler ve uluslararası kuruluşlara göre

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

değişmektedir. OECD'nin (2017:4) esas aldığı tanımlamaya göre, 10 kişiden az çalışanı olan işletmelere mikro işletme, 10 ile 49 kişi arasında kişi çalıştıran işletmelere küçük işletme, 50 ile 249 kişi arasında çalışanı olan işletmelere ise orta boy işletme denmektedir. Bunların hepsini kapsayan ifade, *mikro, küçük ve orta boy işletmeler* şeklinde olup, MKOBİ (micro, small and medium sized enterprises, MSME) şeklinde kısaltılarak kullanılmaktadır. KOBİ ifadesi ise bazen sadece 10 ile 249 kişi arasında istihdamı olan firmaları ifade etmekte, bazen MKOBİ ile aynı anlamda kullanılmaktadır. 250 üzerinde çalışanı olan firmalar büyük firma olarak değerlendirilmektedir (WTO, 2016:31)².

Mikro firmalar ve KOBİ'ler birçok ülkede toplam firma sayısının büyük bir oranını oluşturmaktadır. DTÖ'ye göre (2016:5), ülkelere göre farklılıklar göstermekle birlikte dünyada faaliyet gösteren firmaların ortalama %95'i mikro firmalar ve KOBİ'lerden oluşmaktadır. Mikro firmalarla birlikte KOBİ'ler hem gelişmiş ülkelerde hem gelişmekte olan ülkelerde toplam istihdamın üçte birini sağlamaktadır. GSYİH'ya katkıları ise gelişmiş ülkelerde %50 gelişmekte olan ülkelerde %35 seviyelerindedir (WTO, 2016:13).

Ancak uluslararası ticaret yönü ile KOBİ'lerin ekonomilere katkıları zayıf kalmaktadır. DTÖ (WTO, 2016:5,) tarafından Dünya Bankası İşletmeler Taraması (Enterprise Survey) veri tabanına dayanılarak yapılan bir hesaplama göre, gelişmekte olan ülke KOBİ'lerinin toplam satışlarının sadece %7,6 gibi bir oranı direk ihracat satışlarından gelmektedir. Dolaylı ihracat şeklindeki satışların oranı ise %2,4 olarak verilmektedir. Büyük ölçekli firmalarda ihracat satışlarının toplam ciro içindeki payı ise %14,1 civarındadır. En az gelişmiş ülke KOBİ'lerinin ihracat satışlarının oranı çok daha düşüktür. Gelişmekte olan ülkelerde mikro işletmelerin ne doğrudan ne de dolaylı bir şekilde uluslararası ticari faaliyetlere katılmadığı ifade edilmektedir.

OECD (2016:110) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, çoğu OECD üyesi olmak üzere seçilmiş 26 ülkede³ yerleşik, mikro firma ve KOBİ'lerin toplam satışları içinde ihracat satışlarının payı %27,6, büyük ölçekli firmaların toplam satışları içerisinde ihracat satışlarının payı %42,1 olarak hesaplanmıştır.

² İşletme büyüklükleri ile ilgili başka tanımlar da mevcuttur. Örneğin, Dünya Bankası (2018) İşletme Araştırmaları Projesinde 5-19 arasında çalışanı olan firmaları küçük ölçekli, 20-99 arasında çalışanı olan işletmeleri orta ölçekli, 100 üzerinde çalışanı olan işletmeleri ise büyük ölçekli olarak değerlendirmektedir. ABD'de ise 500 kişinin altında çalışanı olan işletmeler KOBİ sınıfına dâhil edilmektedir (OECD, 2018). Avrupa Birliği, işletme büyüklüğü sınıflamasına istihdam büyüklüğü yanında finansal varlık büyüklerini de dâhil etmektedir (örnek: çalışan sayısı 50-249 arasında olup yıllık 50 milyon avrodan az olan işletmeler orta büyüklükte sayılmaktadır).

³ ABD, Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık, Finlandiya, Yunanistan, Fransa, İsveç, İspanya, İtalya, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Portekiz, Bulgaristan, Romanya, Hırvatistan, Avusturya, Macaristan, Slovenya, Slovak Cumhuriyeti, Danimarka, Belçika, Hollanda, Litvanya, Latvia, Estonya

Tablo 1. Seçilmiş Ülkelerde (*) İmalat Sanayinde İşletme Büyüklüklerine Göre Toplam İhracatın Dağılımı (2013)

Çalışan sayısına göre firma ölçeği	0-9 kişi Mikro işletme	10-49 kişi Küçük işletme	50-249 kişi Orta boy İşletme	Belirsiz	250+ kişi Büyük İşletme
Toplam ihracatçı sayısı içinde (%)	43,6	33,7	14,9	3,3	4,5
Toplam ihracat değeri içinde (%)	3,9	7,7	22,3	2,1	64,0

Kaynak: OECD (2016:109-110)

(*):Kosta Rika, Almanya, Litvanya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Belçika, Slovak Cumhuriyeti, İspanya, İtalya, Lüksemburg, Finlandiya, Danimarka, Türkiye, Romanya, Yunanistan, Slovenya, Birleşik Krallık, İsveç, Kanada, Hollanda, Latvia, Macaristan, ABD, Bulgaristan, Avusturya, Hırvatistan, Estonya, Portekiz, İrlanda, Fransa

Tablo 1’de görüldüğü gibi, ele alınan ülkelerin ortalaması olarak, mikro ve küçük işletmeler toplam işletme sayısının %77,3’ünü (mikro işletmeler %43,6, küçük işletmeler %33,7) oluşturduğu halde, bunlar toplam imalat sanayi ihracatının sadece %11,6’unu gerçekleştirmektedirler. Az sayıda büyük firma ise toplam ihracatın %64’ünü gerçekleştirmekte olup orta boy işletmelerle birlikte bu oran %86,3’e ulaşmaktadır. Büyük firmalar motorlu araçlar ve diğer ulaştırma araçları gibi sermaye yoğun ürünler ihraç ederken, mikro firmalar ve KOBİ’ler daha ziyade mobilya, tekstil ve konfeksiyon gibi ürünlerin ihracatına yoğunlaşmıştır (OECD, 2016:108).

Tablo 2. Seçilmiş Ülkelerde (*) İmalat Sanayinde İşletme Büyüklüklerine Göre Toplam İthalatın Dağılımı 2013

Çalışan sayısına göre firma ölçeği	0-9 kişi mikro işletme	10-49 kişi Küçük işletme	50-249 kişi Orta boy işletme	Belirsiz	250+ kişi Büyük İşletme
Toplam ithalatçı sayısı içinde (%)	48,9	30,3	13,3	3,7	3,8
Toplam ithalat değeri içinde (%)	4,2	7,7	21,2	1,0	65,9

Kaynak: OECD (2016:109-111)

(*):Kosta Rika, Almanya, Litvanya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Belçika, Slovak Cumhuriyeti, İspanya, İtalya, Lüksemburg, Finlandiya, Danimarka, Türkiye, Romanya, Yunanistan, Slovenya, Birleşik Krallık, İsveç, Kanada, Hollanda, Latvia, Macaristan, ABD, Bulgaristan, Avusturya, Hırvatistan, Estonya, Portekiz, İrlanda, Fransa

Tablo 2’de görüldüğü gibi, ithalatta da ihracattakine benzer bir yığılma olduğu görülmektedir. Mikro ve küçük işletmeler toplam işletme sayısının %79,2’sini oluşturduğu halde, bunlar toplam ithalatın sadece 11,9’unu gerçekleştirmektedirler. Buna mukabil orta boy işletmelerle büyük işletmeler toplam firma sayısının sadece 7,15’ini oluşturduğu halde, toplam ithalatın %87,1’ini gerçekleştirmektedirler.

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

Tablo 1 ve 2 birlikte değerlendirildiğinde hem ihracat hem de ithalat alanlarında orta ve büyük firma hâkimiyetinin bulunduğu görülür.

Burada ele alınan verilere göre hem gelişmekte olan ülkelerde hem gelişmiş ülkelerde KOBİ'lerin *ithal ikameci* bir yapı sergilediği görülmektedir. Çünkü bunlar satışlarının büyük bir oranını kendi iç piyasalarına yapıyorlar ve önemli ölçüde orta ve büyük ölçekli firmaların yaptığı ithalatla rekabet etmek zorunda bulunuyorlar.

Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaç ve Hedeflerinde (UNDP, 2015) özellikle Hedef 8.3 ve 9.3'te vurgulandığı gibi, herkes için uygun iş ve verimli tam istihdam sağlama potansiyeli ve kapsayıcı sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada oynayacağı düşünülen anahtar rol dolayısıyla KOBİ'lerin desteklenmesi gerekmektedir. Uluslararası ticarete açılma KOBİ'lerin bu hedefe doğru ilerleyebileceği alanlardan biridir. Fakat KOBİ'lerin uluslararası pazarlara giriş ve tutunma ile ilgili çeşitli sorunları bulunmaktadır: yabancı dağıtım kanalları ile ilgili bilgilere ulaşma güçlüğü, ihracat ve ithalatta sınır işlemleri, mevzuat ve uygulamaların karmaşıklığı, her pazarın kendine has standart ve teknik düzenlemeleri, gümrük tarifeleri, KOBİ'leri büyük işletmelere göre daha fazla etkilemektedir.

4. Tarifeler ve KOBİ'ler

İhracatçı firmaların uluslararası pazarlarda rekabet güçlerini etkileyen unsurlardan biri, bunların ürünlerinin hedef pazarlarda karşılaştığı gümrük vergileridir. Gümrük vergilerinde bir değişme, pazarlarda söz konusu ürünlerin talep elastikliğinin yüksekliği ve ihracatçı firmaların arz elastikliğinin düşüklüğü nispetinde ihracatçı firmaların rekabet gücünü etkileyecektir (Seyidoğlu, 2013:163-165). İhracatçı firmaların, ihracat pazarlarında (ithalatçı ülkeler) hangi oranlarda vergi ile karşı karşıya kaldığının firmalar bazında sistematik bir kaydı tutulmadığından, günümüzde KOBİ'lerin uluslararası ticarete karşılaştıkları vergi avantaj ve dezavantajlarının analizi, firma bazında bilgilerden hareketle, pek mümkün görülmemektir. Bunun yerine KOBİ'lerin ne tür ürünler üreterek uluslararası pazarlara sunduğunun ve bu ürünlerin uluslararası pazarlarda tarife yapısının analizi ile genel bazı sonuçlara ulaşılabilir (WTO, 2016:84). Bu bakımdan öncelikle KOBİ'ler ve büyük ölçekli firmaların hangi sektörlerde hangi ürün gruplarını üretilip dünyaya pazarladığı ve bu ürünlerin ülkeler veya ülke grupları bazında ortalama tarife yapısını incelemek gerekir.

Bir firma iki şekilde ihracat yapabilir:1-Doğrudan ihracat, 2-Dolaylı ihracat. Bir firmanın ihracatla ilgili bütün operasyonları (alıcı ile sözleşme yapma, taşıyıcı ile iletişim, yükleme,

evrak işleri, sigorta, banka işlemleri ve alıcıdan paranın tahsil edilmesi) kendisinin yerine getirdiği ihracat şekli doğrudan ihracat olarak tanımlanmaktadır. Bir firma kendi ürettiği ürünlerin doğrudan ihracatçısı olabileceği gibi, başka üreticilerden tedarik ettiği ürünlerin de doğrudan ihracatçısı olması söz konusudur. Bazı firmalar sadece üretici pozisyonunda kalıp ihracat operasyonları ile hiç ilgilenmiyor olabilir. Söz konusu firmaların üretimleri aracı şirketler tarafından ihraç ediliyorsa, burada üretici şirket dolaylı ihracatçı, pazarlamacı ihracatçı şirket ise doğrudan ihracatçı pozisyonundadır (Seyoum, 2009:99-110).

Dünya Ticaret Örgütüne (2016:39) göre mobilya, tekstil ve hazır giyim, deri giyim eşyası, ayakkabı, kağıt ve kırtasiye sektörlerinde, bu sektörler tarafından yapılan direk ihracatın önemli bir oranı, örneğin mobilya sektöründe %90'ı, tekstil ve hazır giyim sektöründe %55'i KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir. Buna karşılık, tütün ve tütün mamulleri, motorlu taşıtlar, makine ve ekipmanlar ve tüketici elektroniği gibi sektörlerin doğrudan ihracatının önemli bir kısmı büyük ölçekli firmalar tarafından yapılmaktadır.

Genel olarak KOBİ'lerin ihracatta payının yüksek olduğu sektörlerde emek yoğun, düşük olduğu sektörlerde sermaye yoğun sektörler olarak bakılabilir (OECD, 2016:108). Emek yoğun sektörler tarafından üretilen ve ihraç edilen tüketim malları⁴ ve sermaye yoğun sektörler tarafından üretilip ihraç edilen tüketim mallarına uluslararası pazarlarda uygulanan tarifeleri karşılaştırarak KOBİ'lerin gümrük vergileri karşısındaki durumları konusunda bir öngörüle bulunmak mümkün olabilir.

DTÖ üyesi ülkelerin ithalatta uyguladıkları ortalama gümrük vergilerine, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü tarafından müştereken elektronik ortamda yayınlanan Dünya Entegre Ticaret Çözümü (World Integrated Trade Solution) adlı veri tabanından, HS⁵ ürün sınıflandırma sistemi bazında, advalorem⁶ olarak ulaşmak mümkündür. Buradan hareketle, Tablo 3'te, Türkiye ve dünyada ağırlıklı olarak KOBİ'ler tarafından üretilen (WTO, 2016:29, ICRIER,

⁴ Burada sadece imalat sanayi ürünleri arasından belirli nihai mallarının incelemeye dâhil edilmesi, ham madde ve ara malları, tarım ve işlenmiş tarım ürünlerinin dâhil edilmemesinin çalışmanın boyutu ile ilgili bir yönü bulunmakla birlikte, bunların farklı tarife prensiplerine tabi olmaları da bir etkidir. Örneğin her ne kadar ülkelerin tarife cetvellerinde yatırım malları için gümrük vergileri yer alıyorsa da yatırım amaçlı ithalatta söz konusu vergilerden çeşitli şekillerde muafiyet uygulanabilmektedir.

⁵ HS, Harmonized system: Dünya Gümrük Örgütü tarafından başta vergilendirme ve istatistiklerin tutulması alanlarında ülkelerin belli bir ortak standarda kavuşması için geliştirdiği ürün sınıflandırma sistemi. Bazı ülkelerde spesifik olarak uygulanan vergiler DTÖ tarafından advalorem'e çevrilmiştir

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

2009:11;TOBB, 2015:1) seçilmiş endüstriyel nihai ürün için, 2017 yılı itibariyle, belirli ülkelerde geçerli ortalama gümrük vergilerine yer verilmiştir. Burada yer alan ortalamalar, veri tabanı tarafından hesaplanmakta olup her mal grubunda yer alan yüzlerce ürünlerle ilgili tarifelerin basit aritmetik ortalamalarını ifade etmektedir. Örneğin, HS 61'de yer alan örme giysiler için Avustralya'da geçerli %4,5 oranındaki vergi, vergi oranı %5 olan HS 610103'te yer alan erkekler için sun'i liflerden dış giysiler gibi onlarca örme giysinin gümrük vergisi oranlarının basit aritmetik ortalamasını ifade etmektedir. Tablo 3 ve Tablo 4'e dâhil edilmiş bütün ürün grupları için verilen tarifeleri bu şekilde değerlendirmek gerekir.

Tablo 3. Ağırlıklı Olarak KOBİ'ler Trarafından Üretilip Pazarlanabilen Sanayi Ürünlerine Uygulanan Ortalama Tarifeler (%) (*) (2017)									
Ürün ve Ürün grupları	61 Örme giysiler	6101 Erkekler için dış giysi	610103 Erkekler için dış giysi (Sun'i elyaftan)	62 Dokuma giyim eşyaları	64 Ayakkabılar	95 Oyuncaklar, oyun ve spor mlz.	94 Her türlü mobilya veyataklar	7113 Mücevherat ve takılar	Ortalama
Gelişmiş Ülkeler									
Avustralya	4,5	5,0	5,0	4,4	3,4	3,8	4,2	5,0	4,4
Kanada	16,8	18,0	18,0	15,2	11,3	0,9	4,9	6,4	11,4
Avrupa Birliği	11,6	12,0	12,0	11,6	10,0	2,1	2,5	3,0	8,1
Japonya	9,0	10,2	10,9	9,3	18,8	1,0	0,7	5,3	8,2
Norveç	7,6	10,7	10,7	8,1	0,0	0,0	0,0	0,0	4,6
Yeni Zelanda	9,5	10,0	10,0	9,7	6,3	3,3	4,5	2,5	7,0
ABD	11,8	11,3	16,9	9,9	13,5	2,1	2,0	6,3	9,2
Gelişmiş Ülk. Ort.	10,1	11,0	11,9	9,7	9,0	1,9	2,7	4,1	7,6
Gelişmekte olan Ülkeler									
Arjantin	35,0	35,0	35,0	35,0	32,1	23,6	20,3	18,0	29,2
Brezilya	35,0	35,0	35,0	35,0	31,8	22,3	17,6	18,0	28,7
Çin	16,2	19,4	17,5	15,9	18,3	7,0	7,2	29,0	16,3
Endonezya	24,3	25,0	25,0	23,0	19,8	13,0	10,9	15,0	19,5
G. Kore Cumhuriyeti	12,6	13,0	13,0	12,4	11,4	4,7	3,8	8,0	9,9
Malezya	0,1	0,0	0,0	0,1	4,4	7,1	9,2	0,0	2,6
Meksika	21,0	21,0	22,5	21,8	18,5	6,9	10,7	5,6	16,0
Rusya Federasyonu	7,5	7,5	7,5	7,5	6,2	8,9	9,3	12,7	8,4
Güney Afrika	41,3	40,0	40,0	40,0	20,5	1,9	14,1	20,0	27,2
Suudi Arabistan	5,1	5,0	5,0	5,1	7,9	5,2	10,1	5,0	6,0
Gelişmekte olan ülk. Ort	19,8	20,1	20,1	19,6	17,1	10,0	11,3	13,1	16,4
Dünya Ort.	17,7	17,9	18,0	17,7	15,2	11,9	14,2	17,3	16,2
Kaynak: Worldbank, WTO (2018). World Integrated Trade Solution (https://wits.worldbank.org/wits/wits/help/Welcom.htm)dan derlenmiştir. (*)2017 yılında yürürlükte olan fiili MFN tarifeleri dikkate alınmıştır.									

HS 61, Örme hazır giyim ürünleri: Pamuklu, yünlü, suni ve sentetik iplik ve liflerden (her türlü elyaf) örme suretiyle yapılan her türlü dış ve iç giyim ürünlerini kapsamaktadır. HS 62, Dokuma hazır giyim ürünleri: Her türlü elyaftan dokuma suretiyle elde edilen her türlü dış ve iç giysileri kapsamaktadır. HS 64 Ayakkabılar: Yüzeyi ve tabanı tabi deri veya kompozit malzemeden oluşan farklı oranda vergiye tabi çok sayıda kalemden oluşmaktadır. HS 94, mobilya çeşitleri: ev, ofis, okul, otel, hastane, taşıt araçları açık mekânlar için mobilyaları kapsamaktadır. HS 95, çocuk oyuncakları: Her türlü elektrikli veya mekanik çocuk oyuncakları, bisikletler, video oyun konsolları, fiziki kondisyon aletleri, hobi amaçlı balıkçılık ürünleri gibi kalemlerden oluşmaktadır. HS 7113, mücevherat ve takılar: Kıymetli maden ve taşlardan her türlü mücevherat ve her türlü malzemeden takı ürünlerini içermektedir.

Tablo 4'te ağırlıklı olarak büyük ölçekli firmalar tarafından üretilip ihraç edilebilen seçilmiş dayanıklı tüketim malları için 2017 yılı itibariyle belirli pazarlarda geçerli ortalama gümrük vergileri verilmiştir. HS 85'te elektrikli ve elektronik cihazlar yer almaktadır. Bunlar içerisinde bir kısmı yatırım malı niteliğinde (endüstriyel soğutucular, endüstriyel çamaşır makinesi, elektrik motorları gibi) olabildiğinden, HS 851712'de yer alan telefon cihazları ve HS 852580'de yer alan kameralar tüketici elektroniği olarak tabloya dâhil edilmiştir. HS 87'de yer alan kara nakil araçlarının önemli bir oranı yatırım malı niteliğinde olduğundan, bir kıyaslamaya imkân tanımak üzere HS 8711'de yer alan motosikletler ve HS 8703'te yer alan binek otomobilleri dayanıklı tüketim malları olarak tabloya dâhil edilmiştir. HS 88'de yer alan hava taşıt araçları yolcu uçakları, savaş uçakları, helikopterler ve özel amaçlı jetler gibi ürünleri kapsamaktadır. Söz konusu ürünler çoğunlukla yatırım malı niteliğindedir. Ancak bunlardan HS 880220'de yer alan küçük jetler ve helikopterlerin önemli bir kısmı özel kullanım için talep edilmektedir (şirket sahipleri ve CEO'ların kullanımları dâhil). Bu yüzden söz konusu ürünler Tablo.4'ye dâhil edilmiştir.

KOBİ'lerin ihraç ettiği ürünler ve büyük ölçekli firmaların ihraç ettiği ürünlerin uluslararası pazarlarda karşı karşıya kaldığı tarifeleri hedef (pazar) ülkeler bazında karşılaştırmak mümkün olduğu gibi, belli pazar grupları bazında karşılaştırmak da mümkündür. Tablo 3 ve Tablo 4 hem seçilmiş hedef ülkeler bazında hem de gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerden bir grup bazında karşılaştırma yapabilmek üzere hazırlanmıştır. Her iki tabloda bulunan gelişmiş ülkeler grubuna Avustralya, Kanada, Avrupa Birliği (AB), Japonya, Norveç, Yeni Zelanda ve ABD dâhil edilmiştir. AB içerisinde yer alan tüm ülkeler gelişmiş ülke statüsünde olmasa da, tüm AB

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

ülkeleri üçüncü üçüncü ülkelerden ithalatta ortak gümrük tarifesi (OGT) uyguladıklarından ve diğer dış ticaret politikaları da ortak olduğundan, hepsi gelişmiş ülke statüsünde değerlendirilmiştir. Ayrıca gelişmiş ülkeler hem KOBİ'ler hem de büyük ölçekli firmalar tarafından ihraç edilen ürünler için önemli pazarları teşkil etmektedirler.

Tablo 4. Ağırlıklı Olarak Büyük Ölçekli Firmalar Tarafından Üretilen Sanayi Ürünleri İçin Ortalama Tarifeler (%)(*)(2017)									
Ürün veya ürün grupları	85 Her türlü elektrikli ve elektronik cihazlar	851712 Telefon cihazları	852580 Kameralar	87 Kara nakil araçları	8711 Motosikletler	8703 Otomobiller.	88 Hava taşıtları	880220 - Kuçuk hava taşıtları (özel kullanım)	Ortalama
Gelişmiş ülkeler									
Avustralya	2,8	0,0	2,5	3,8	1,4	5,0	0,0	0,0	1,9
Kanada	1,3	0,0	0,0	3,6	0,0	5,8	1,8	0,0	1,6
Avrupa Birliği	2,6	0,0	3,7	6,7	6,7	9,8	2,8	7,7	5,0
Japonya	0,1	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yeni Zelanda	2,7	0,0	0,0	4,4	0,0	6,6	0,0	0,0	1,7
Norveç	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
ABD	1,6	0,0	0,6	2,4	0,6	2,5	0,2	0,0	1,0
Gelişmiş Ü. Ort.	1,6	0,0	1,0	3,0	1,3	4,2	0,7	1,1	1,6
Gelişmekte olan ülkeler									
Arjantin	12,5	12,2	5,7	22,0	25,6	34,0	1,4	0,0	14,2
Brezilya	12,2	10,4	5,7	22,8	20,0	35,0	1,4	0,0	13,4
Çin	8,6	0,0	0,8	17,8	43,3	25,0	2,1	5,0	12,8
Hindistan	7,2	0,0	10,0	33,3	100,0	60,0	7,8	3,0	27,7
Endonezya	6,0	0,0	4,3	23,1	22,0	33,6	0,0	0,0	11,1
Malezya	5,1	0,0	0,0	23,0	18,9	24,5	1,4	0,0	9,1
Meksika	2,4	0,0	0,0	8,3	10,5	30,2	6,2	10,0	8,5
Rusya Federasyonu	4,5	0,0	3,3	6,7	16,3	2,9	11,0	17,2	7,7
Suudi Arabistan	3,6	0,0	0,0	7,0	5,0	5,0	2,7	0,0	2,9
Güney Afrika	5,7	0,0	0,0	13,1	0,0	18,0	0,0	0,0	4,6
Gelişmekte olan ülk. Ort.	6,8	2,3	3,0	17,7	26,2	26,8	3,4	3,5	11,2
Dünya Ort.	7,7	5,2	6,5	10,8	14,0	16,6	3,5	3,3	8,5
<p>Kaynak: Worldbank, WTO. (2018). World Integrated Trade Solution (https://wits.worldbank.org/wits/wits/witshelp/Welcome.htm)'dan derlenmiştir. (*)2017 yılında yürürlükte olan MFN tarifeleri dikkate alınmıştır.</p>									

Gümrük vergi yapısı değerlendirmeye alınan ikinci grup ülkeler ise, Arjantin, Brezilya, Çin, Endonezya, Güney Kore, Malezya, Meksika, Rusya Federasyonu, Güney Afrika Cumhuriyeti ve Suudi Arabistan olarak dünya ithalatında kayda değer (çoğunlukla %1'in üzerinde) yeri olan

(WTO, 2017:102-103) gelişmekte olan ülkeler olarak belirlenmiştir. Türkiye dünya ithalatında önemli bir gelişmekte olan ülkedir, ancak AB ile gümrük birliği ilişkisi dolayısı ile aynı ticaret politikalarını ve sanayi ürünleri ithalatında OGT'yi benimsediğinden ne Tablo 3'e ne Tablo 4'e dâhil edilmemiştir.

Tablo 3 ve Tablo 4'te görüldüğü gibi, KOBİ'ler tarafından uluslararası piyasalara arz edilen ürünlerin hedef ülkelerde karşı karşıya olduğu vergiler hem gelişmiş ülke pazarlarında hem de gelişmekte olan ülke pazarlarında büyük ölçekli firmaların üretip pazara sunduğu ürünlerin karşı karşıya olduğu vergilerden daha yüksektir.

Tablo 5. Nihai Mal Niteliğindeki İmalat Sanayi Ürünleri İçin Ortalama Tarife Oranları (% , 2017)

Ülke grupları	Gelişmiş ülkeler	Gelişmekte olan ülkeler	Tüm dünya
KOBİ'lerin ürettiği ürünler	7,6	16,8	14
Büyük ölçekli firmaların ürettiği ürünler	1,6	11,2	8,5

Tablo 5, Tablo 3 ve Tablo 4'ten hareketle özet bir kıyaslama yapmak için oluşturulmuştur. Buna göre KOBİ'ler tarafından üretilen tüketim malları, büyük ölçekli firmalar tarafından üretilen tüketim mallarına göre genel olarak hem gelişmiş ülke pazarlarında hem de gelişmekte olan ülke pazarlarında daha yüksek bir tarife düzeyi ile karşı karşıya bulunmaktadır. Örneğin KOBİ'lerin ürünleri gelişmiş ülke pazarlarında ortalama olarak %7,6 oranında gümrük vergisi ile karşılaşırken, büyük ölçekli firmaların ürünleri ortalama olarak sadece %1,6 düzeyinde gümrük vergisi ödemektedir. Gelişmekte olan ülke pazarlarında hem KOBİ'lerin hem de büyük ölçekli firmaların ürünleri, gelişmiş ülke pazarlarına göre daha yüksek oranda vergi ödemektedir, ancak KOBİ'lerin ürünleri daha dezavantajlı bir durumdadır: KOBİ ürünleri ortalama %16,8 tarifeye tabi iken, büyük ölçekli firmaların ürünleri ortalama olarak %11,2 tarifeye tabidir. Bu tablo tüm dünyada KOBİ'lerin ortalama %14 gibi yüksek oranda bir gümrük vergisi yükü, büyük ölçekli firmaların ise %8 gibi nispeten daha düşük bir gümrük vergisi taşıması sonucunu vermektedir.

Tablo 3'te görüldüğü gibi ele alınan gelişmiş ülkeler arasında KOBİ'lerden ithal edilen sınıai tüketim mallarına en yüksek tarifeyi ortalama %11,4'la Kanada uygulamakta, onu %9'la ABD izlemektedir. En düşük tarifeler ise %4,4 ortalama ile Avustralya ve %4,6 ortalama ile Norveç'e ait bulunmaktadır. Tabloya dâhil edilen ürünlerden gelişmiş ülkelerin en yüksek oranda tarifeye

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

tabi tuttuğu ürünler ise hazır giyim ürünleri olduğu görülmektedir (Genel olarak örme ve dokuma hazır giyimde % %10-12 arasında değişen oranlar).

Ele alınan gelişmekte olan ülkeler arasında KOBİ'lerden ithal edilen sınai tüketim mallarına en yüksek tarifeleri uygulayan ülkeler ise, ortalama %29,2 ile Arjantin ve ortalama %28,7 ile Brezilya'dır. Bu grup ülkeler arasında seçilen ürünler için en düşük tarifeler ise %2,2 ile Malezya'ya, %6 ile S. Arabistan'a aittir. Gelişmekte olan ülkelerin en yüksek tarifeye tabi tuttuğu ürünlerin, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi, hazır giyim ürünleri olduğu görülmektedir.

Tablo 4'te dikkat çeken bir nokta, telefon cihazları ithalatında seçilen hiçbir ülkede gümrük vergisi bulunmamasıdır. Seçilen tüm ürünlerde tüm ülkelerin uyguladığı ortalama tarife %1,6 gibi düşük bir düzeydedir. Seçilen ürünler içinde en yüksek vergi ortalama %4,2 ile otomobillerde olup, söz konusu ürün için Japonya ve Norveç'te gümrük vergisi görünmemektedir.

5. Tarife Dışı Mali Nitelikte Koruma Araçları

Her ne kadar GATT/DTÖ ilkelerinden biri, uluslararası ticarete korumanın sadece tarifelerle yapılmasını şart koşuyorsa da ülkelerin tarife dışı tedbirlerle de yerli iş kollarını korudukları bir vakiadır. Bunlardan önemli bir kategoriye Korunma Anlaşması⁷ (Agreement on Safeguard, 1994) kapsamında uygulanan ek vergiler, tarife artırımları veya ithalat sınırlamaları oluşturmaktadır. Anlaşmaya göre hükümetler, ticari hayatın akışı içerisinde uluslararası rekabetle baş edemeyen iş kollarını geçici sürelerle koruyabilirler. Koruma ithalatın yerli iş kollarına fiilen zarar vermesi veya ciddi zarar verme tehdidi oluşturması durumunda devreye sokulabilir. Bunun için, hükümet makamları tarafından, yerli iş kollarının ithalattan zarar gördüğünün veya ithalatın yerli iş kolları üzerinde ciddi bir zarar tehdidi oluşturduğunun bir soruşturma ile tespit edilmesi gerekir. Bu tespit, çoğunlukla ithalattan zarar gören/zarar gördüğünü öne süren iş kollarının şikâyeti/lobi faaliyeti üzerine veya hükümetler tarafından re'sen yapılabilir. Yapılacak koruma geçici olup, süresi en çok 8 yıldır.

2010-2017 arasında DTÖ'ye bildiri yapılan, çeşitli ülkeler tarafından başlatılan ve fiilen korumaya dönüştürülen vaka sayıları Tablo 6'da görülmektedir. 2010-2017 arasındaki verilere göre, dünyada yılda ortalama 17 civarında koruma önlemi girişimi (soruşturma) başlatılmakta, bunlardan yaklaşık yarısı fiilen korumaya dönüşmektedir. 2016-2018 yılları arasında koruma önlemlerine sıklıkla başvuran ülkeler, Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan, Suudi Arabistan,

⁷ 1994 yılında Uruguay Ticaret Görüşmeleri neticesinde imzalanan anlaşmalardan biri.

Güney Afrika ve Türkiye olmuştur (WTO, 2018a:38). Türkiye’de hâlihazırda⁸, 2004/7305 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı kapsamında uygulamaya sokulan önlemlerle duvar kâğıtlarında, İran’dan ithal edilen düz camlarda, İran’dan ithal edilen ambalaj filmlerinde, İran’dan ithal edilen polyester elyafta ve tüm ülkelerden ithal edilen polietilen tereftalatta (PET), dış firçalarında ve demir çelik ürünlerinde tarifelere ek olarak koruma bulunmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2018).

Tablo 6. Koruma Önlemleri Sayısı

Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Soruşturma sayısı	20	12	24	18	23	17	11	8
Uygulamaya giren önlem sayısı	4	11	6	8	11	11	6	10

Kaynak: (WTO, 2018:89)

Ülkeler, Korunma Anlaşması dışında, *çok taraflı ticaret sisteminin* getirdiği çeşitli esneklik hükümlerinden yararlanarak mevcut tarifeleri arttırmak suretiyle veya tarifelerden ayrı ek vergiler koyarak ilave koruma yapabilmektedirler. Bunların önemli örneklerini Endonezya, Türkiye, ABD oluşturmaktadır. Endonezya Ticaret Bakanlığı 2015 yılında yayınladığı bir kararla, yiyecek ve içeceklerden otomobillere çok sayıda tüketim malı ithalatında uyguladığı tarifeleri yükseltmiştir⁹. Tarifeleri yükseltile ürünler veya ürün gruplarından bazıları, tekstil ve hazır giyim ürünleri, halı ve yer kaplamaları, kürk ve suni kürklerden eşyalar, deri ve suni deriden mamul eşyalar (valiz, çanta, eldiven vb), ayakkabılar, kâğıt hamuru ve kâğıt ve karton ürünleri, boya, vernik, mürekkep, sabun, temizlik ürünleri ve parfümler, kimyasal ürünler, kauçuk ürünler, cam ve cam eşyalar, mobilyalar, mücevherat ve müzik aletleri, çocuk oyun ve oyuncakları ve otomobiller şeklinde tespit edilebilir (Global Trade Alert, 2018).

Türkiye 2011’den itibaren, mutad tarifeler ve korunma önlemleri dışında çok sayıda imalat sanayi ürünü ithalatına ek vergi uygulaması başlatmıştır. 2011 yılında bir, 2014 yılında iki, 2015 yedi, 2006 yılında beş, 2017 yılında 6, 2018 yılında 2 Bakanlar Kurulu kararı ile onlarca tüketim malı kategorisinde (yüzlerce ürün) ek vergilerle ilave koruma getirilmiştir. İlave koruma getirilen ürün veya ürün gruplarından bazıları, kumaş ve hazır giyim, ayakkabı ve aksamı, el dokuma halılar, mobilya ve mobilya aksamı, elektrikli aydınlatma cihazları, elektrik süpürgesi ve su ısıtıcıları, seyahat eşyaları, araç lastikleri, her nevi tuvalet, sofrası ve mutfak eşyaları, kırtasiye malzemeleri, halı ve çeşitli ev tekstilleri, şişme yatak, çadır vb. ürünler, deri

⁸ Ağustos 2018.

⁹ Tablo 3’te Endonezya için belirtilen oranlar yükseltilmiş oranlardır.

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

ve saraciye eşyası, dokuma ve örme hazır giyim ürünleri, parfümeri ve kozmetik ürünleri, gözlükler, motosiklet ve bisiklet ve aksamı şeklindedir (Global Trade Alert, 2018).

Hem Endonezya'nın hem Türkiye'nin ithalat vergisi artışına gittiği ürünlerin çoğu KOBİ'ler tarafından üretilip dünyaya pazarlanabilen ürün niteliğindedir.

ABD'nin tarife arttırma yöntemlerinden biri taife cetvelinde ürünlerin dâhil olduğu sınıf değiştirmektir. Örneğin, 2001 yılına kadar HS 4418.30'da yer alan ve gümrük vergisine tabi olmayan parkeler (yer döşemeleri), ABD gümrük makamları tarafından HS 4412'ye aktarılarak %8 gümrük vergisine tabi olması sağlanmıştır (European Commission, 2018). Sadece 2018 yılında 9 üründe bu şekilde sınıf değişikliği (reclassification) yapılmış bunlardan 7'sinde tarife artışı yapılmış olup, ürünlerin çoğu KOBİ'ler tarafından üretilip dünyada pazarlanabilen tüketim mallarından oluşmaktadır (Global Trade Alert, 2018).

Ülkeler, dumping ve sübvansiyon gibi haksız rekabet karşısında da yerli iş kollarını koruyabilmektedirler. Anti Damping Anlaşması (Agreement on Antidumping, 1994) ve Sübvansiyonlar ve Telefi Edici Önlemler Anlaşması (Agreement on Subsidies and Countervailing Measures, 1994), yerli üreticileri dumping veya sübvansiyondan zarar gören ülkelere, anlaşmalarda belirtilen koşullara uygun şekilde soruşturma yaparak koruma hakkı getirmektedir. Yapılacak soruşturmaya göre eğer dumping veya sübvansiyon varsa, yerli üreticiler zarara uğruyorsa ve zararın nedeni dumping veya sübvansiyon ise, ilgili hükümet dumpinge karşı *anti dumping vergisi* uygulayarak, sübvansiyona karşı *telafi edici vergi* uygulayarak haksız rekabetin sonuçlarını ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Bu bağlamda Haziran 2018 itibariyle dünyada halen yürürlükte bulunan ve veya henüz sonuçlanmamış 2059 anti dumping vakası, 58 telefi edici vergi vakası mevcuttur (Integrated Trade Intelligence Portal, 2018). Anti-dumping vergisi ve telafi edici vergi, haksız rekabete karşı koruma sağladığından, ticari korumanın dışında tutulmaktadır.

6. Tarifeler ve Mali Nitelikli Diğer Koruma Araçlarının Etkileri

İmalat sanayiinde faaliyet gösteren KOBİ'ler yüksek tarifeleri büyük ölçekli firmalara nazaran ihracat yapabilmek için daha büyük bir engel olarak görmektedir. Bu algının çeşitli şekillerde izah edilmesi mümkündür. Her şeyden önce yüksek tarifeyi aşarak pazara girebilmek ve pazarda kalabilmek için fiyatı düşük tutmak ve daha düşük karlılığa razı olmak gerekmektedir. Sadece daha yüksek verimlilik ve karlılık düzeyindeki büyük firmalar, vergilerin yüksek olduğu hedef pazarlara girebilmektedir. Tarifeler düştükçe daha az verimli KOBİ'ler de aşamalı bir

şekilde pazardan pay almaya başlayabilirler. Fitzgerald ve Haller (aktaran WTO, 2015:83) İrlanda için firma düzeyinde bilgilerden hareketle yaptıkları bir araştırmada, gümrük vergilerinin %10'dan sıfıra çekilmesinin orta büyüklükteki firmaların (100 ile 249 arasında istidamı olanlar) vergi indirimi olan pazara girme oranının %11,5'ten %14,2 ye yükseleceğini tahmin etmişlerdir. Aynı araştırma küçük firmalar üzerinde bir etki tespitinde bulunmamaktadır.

İkinci bir izah tarzı firma büyüklüğü ve verimlilik düzeyi ile alakalıdır. Buna göre küçük firmaların hedef pazarlardaki gümrük vergisi değişmelerine daha duyarlı olmasının nedeni, bunların ürünlerinin talebinin fiyat elastikliğinin yüksek olması ya da küçük firmaların yeni müşteri bulmak üzere büyük firmalara göre daha az maliyete katlanma eğiliminde olmalarıdır (WTO, 2015:83).

Tarifelerin firma büyüklüğüne göre ihracat kararlarını farklı boyutlarda etkilemesinin bir nedeni de spesifik vergiler ve tarife kotalarının mevcut olmasıdır. Firmalar maliyetleri birbirinden farklı çeşitli ürünler üretirler. Bir otomobilin maliyeti ve satış fiyatı bir bisikletim üretim ve satış fiyatından oldukça farklıdır. Maliyeti 50 bin dolar olan otomobilin adedi başına konan 5 bin dolarlık bir verginin advalorem karşılığı %10'dır. Maliyeti 200 dolar olan bisikletin adedi üzerine konan 50 dolarlık gümrük vergisinin advalorem karşılığı ise %25'tir. Yani spesifik tarife uygulamalarında maliyeti ve fiyatı düşük olan firmaların ürünlerinden oransal olarak daha yüksek vergi alınacaktır. Genellikle düşük birim maliyetli ürünler küçük firmalar, yüksek birim maliyetli ürünler ise büyük ölçekli firmalar tarafından üretildiğinden hedef pazar ülkelerdeki advalorem vergilerden KOBİ'lerin üretilen pazara sunduğu ürünler daha fazla etkilenmektedir. Benzeri bir durum tarife kotalarının ithalatçılar arasında açık arttırma ile tahsis edildiği durumlarda da söz konusudur. Düşük maliyeti ürünler için birim başına ödenecek tarife kotası bedeli oransal olarak yüksek maliyetli ürünlerden daha yüksek olabilir (WTO, 2015:83).

7. Ticari Korumacılığı Açıklayan Yaklaşımlar ve KOBİ'lerin Pozisyonu

Tarihsel olarak bakıldığında, gümrük vergilerinin önemli fonksiyonlarından biri yerli iş kollarının korunması olduğu görülür. KOBİ'ler tarafından üretilen ürünlerin uluslararası pazarlarda neden daha yüksek oranlarda tarifelerle karşılaştığı sorusuna ilk elden verilecek cevap koruma ihtiyacı olarak ortaya çıkmaktadır. Yerli üreticiler doğrudan veya meslek örgütleri aracılığı ile hükümetler nezdinde kendilerinin korunması yönünde lobi faaliyetinde

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

bulunmakta, hükümetler sosyal fayda mülahazalarını da dikkate alarak koruma politikaları üretmektedir (Baldwin, 1989:119). KOBİ'lerinin üretip dünyaya pazarladığı ürünlerin tarifeler bakımından büyük ölçekli işletmelerin ürünlerine göre daha dezavantajlı olması bir bakıma KOBİ'lerin kendilerinin oluşturduğu (Plouffe, 2017) istenmeyen bir sonuçtur. Çünkü iç pazarda koruma uluslararası pazarlarda rekabet kaybı olarak ortaya çıkmaktadır.

Uluslararası ticarete koruma ve serbest ticarete yönelik iş dünyası taleplerini analiz etmek üzere, *doğrudan ekonomik çıkar yaklaşımı* ve *sosyal kaygılar yaklaşımı* olmak üzere iki yaklaşım geliştirilmiştir. Doğrudan ekonomik çıkar yaklaşımı uluslararası ticaretle iştigal eden iş dünyası ile hükümet aygıtları arasındaki ilişkileri karşılıklı maddi çıkar bazında ele almakta, sosyal kaygılar yaklaşımında ise maddi çıkar ilişkisinin ötesine geçilerek ticaret politikaları açıklanmaya çalışılmaktadır. Başlıca ekonomik ve sosyal grupların refah seviyesi ve ulusal ve uluslararası düzeyde bazı hedeflere ulaşılacak istenmesi başlıca kaygı alanlarını oluşturmaktadır. (Baldwin, 1989:119-120).

Grosman ve Helpman (1994), Rodrik (1995), Bombardini (2008), Osgood vd (2017) ve (Plouffe 2017), doğrudan çıkar yaklaşımı çerçevesinde ticaret politikalarının belirlenmesi sürecini bir piyasa mekanizması mantığı içerisinde ele almaktadırlar. Bunlardan Rodrik, Grosman ve Helpman ve Baldwin, iş dünyasının devletten ticaret politikası taleplerini ele alırken sektör veya iş kolu bazında modellerle çalıştıkları, Bombardini, Osgood vd. ve Plouffe'nin ise belirli bir ticaret politikası talep eden birim olarak doğrudan tekil firmaları ele aldıkları görülmektedir. Hepsinin ortak yaklaşımına göre bir tarafta dış rekabete karşı korunma ihtiyacı hisseden iş kolları/firmalar ve bunların etkilediği kitleler öbür tarafta bu hizmeti sağlaması beklenen hükümet aygıtı yer almaktadır. Hükümet aygıtı tıpkı firmalar veya sektörler gibi doğrudan maddi çıkar üzerine hareket eder, ticaret politikası talep eden kesimlerden bunun bedelini ister (Grossman ve Helpman, 1994:883-884). Korunma talep eden kesimler taleplerini çıkar grupları aracılığı ile veya güçleri ölçüsünde doğrudan iş başındaki hükümetlere/hükümet birimlerine iletmektedirler. Bu tür hükümeti bilgilendirme faaliyetlerinin bütününe lobi faaliyeti denmektedir. Hükümetler kendi kurumsal yapıları, toplumun diğer kesimleri ve uluslararası ilişkileri ve kısıtlar çerçevesinde tarife veya tarife dışı tedbirlerle koruma sağlayabilirler. Piyasa mekanizması mantığı içinde koruma bir hizmet olarak ele alınırsa, bunun bedeli hükümete (veya politik kademeye) destek şeklinde ödenecektir. Nitekim koruma talep eden kesimler mevcut hükümet veya seçilecek bir hükümete oy vererek, oy sağlayarak, başata ABD olmak üzere çeşitli batı ülkelerinde olduğu gibi politikacıların kampanyasına bağlı olarak bulunarak bu bedelleri peşin veya sonradan ödemektedirler. Hükümetlerden ticaret politikası

talep edenlerin tamamı yüksek düzeyde bir koruma talebi ile ortaya çıkmayabilirler. Bazı kesimler veya firmaların çıkarları düşük koruma veya tamamen serbest ticaretten yana olabilir. Bu tür taleplerin de bir lobi faaliyeti içinde hükümetlere iletilmesi gerekir.

Doğrudan Çıkar Yaklaşımı ve Ticaret Politikaları

Doğrudan çıkar yaklaşımı çerçevesinde bir fert hükümet programlarında yer alan bir koruma programına karşı tavrını programın kendi reel gelirine yapacağı katkıya göre değerlendirecektir. Programın uygulanması kişinin reel gelirini artıracaksa, seçim zamanında programı ortaya koyan siyasi oluşum lehine, azaltacaksa aleyhine oy kullanacaktır. Örneğin, emek yoğun bir sektörde çalışan bir işçinin, ürettiği ürünün ithal türüne ilave gümrük vergisi getiren bir uygulamaya taraftar olması, sermaye sahibinin ise karşı çıkması beklenir. Sonucu belirleyecek olan ise işçiler ve sermaye sahiplerinin sayısıdır: işçiler kapitalistlerden fazla ise, bunların desteklediği program kazanacak, sermaye sahipleri ise kaybedecektir. Heckscher-Ohlin modeline göre emek yoğun mal ithalatına konan vergi, ülkede söz konusu malın üretimini artırırken emek talebi ve ücreti arttıracaktır (Seyidoğlu, 2013:90). Bu durum sermaye yoğun alanlardan kaynak çekilişi anlamına geldiğinden, sermaye sahiplerinin aleyhine işleyecektir. Sermaye yoğun mal üretenlerin kaybı, korunmak istenen emek yoğun endüstrilerin kazancından yüksekse, koruma ile gelen net bir toplumsal kayıp var demektir. Sermaye sahipleri bu noktayı dikkate alarak, emek yoğun mal üreticilerini korumadan vazgeçirmeye çalışabilir. Bu durumda serbest ticaret altında kendi kazançlarından bir kısmının korunmadan vaz geçen kesimlere aktarılması gündeme gelebilir. Yapılacak lobi faaliyeti ile söz konusu yeniden bölüşüme ve emek yoğun mal üreticileri razı edilebilir. Böylece emek yoğun mal üretenler serbest ticarete razı edilebilir. Aksi takdirde ülkenin serbest ticareti mi yoksa emek yoğun mallarda korumacılığı mı seçeceği iki sektörün oy potansiyeline kalmıştır (Baldwin, 1989:120).

Korumacı politikalar uygulanmasında önemli sorunlardan biri korumanın kamu malı niteliğidir. Yani bir sektörde koruma sağlandığı zaman, bununla ilgili lobi faaliyeti ve bunun maliyetine katılsın katılmasın o sektörde faaliyet gösteren bütün üreticiler korumadan yararlanabilir. Bu tür sektörlerde, eğer bir sosyal fayda görülüyorsa, devletin kendiliğinden harekete geçip firmaları dış rekabete karşı koruması kolay kolay mümkün değildir. Olson'un (1965:9 -11) belirttiği gibi, bir sektörün çoğunluğunu temsil eden çıkar grupları, diğer gruplar lobi kampanyasına katılsın katılmasın, koruma yönünde bir kararın çıkmasını sağlayabilirler. Örneğin sektör payı %25-30 düzeyinde bulunan küçük bir firma grubu, bir lider firma

öncülüğünde, bir lobi faaliyeti ile kendilerini dış rekabete karşı korumaya aldırtabilirler. Ancak bu kararı aldırtırken işleri kolay olmayacaktır. Bir sektör koruma için lobi faaliyetine giriştiği zaman, buna karşı gruplar da çıkacaktır. Örneğin 2018 yılında ABD'nin belirli ülkelerden çelik ve alüminyum ithalatına getirdiği ek vergi, akademik çevreler ve sendikalar tarafından eleştirildiği gibi alüminyum ve çeliği aramalı olarak kullanan endüstriler tarafından da eleştirilmiştir (CNN, 2018). Karşıt lobi grupları bazen alınan koruma kararının aksine kararlar çıkartılmasında başarılı olabilirler.

Politik olarak organize olma kabiliyetine sahip firmalar ticaret politikalarını kendi yararlarına etkileme bakımından daha avantajlı bulunmaktadır. ABD'de organize olan firmalar kampanya bağışları ve diğer lobi yatırımları yolu ile ticaret politikalarını etkilemekte olup, tamamı ithalata rakip sektörlerde ve bölgesel olarak dağınık değil belli bölgelerde yığılmış durumdadır (Busch ve Mansfield, 2009:6). Belli bir bölgede yoğunlaşmış olmak firmalar veya endüstri bakımından daha kolay organize olma ve dış rekabete karşı korunma talebinde tek vücut olma açısından önem taşımaktadır. Aksi takdirde belli bir bölgede yoğunlaşmış olmak korunma açısından özel bir avantaj sağlamayabilir. Ayrıca firmaların organize olmaları için illa belli bir bölgede yığılmış olmaları gerekmiyor; meslek birlikleri çatısı altında veya iletişim yolu ile pekâlâ örgütlü olunabiliyor (Ludema vd, 2011:7)

Grosman ve Helpman'a (1994) göre toplam üretim hacmine göre uluslararası ticaret hacmi düşük olan, yani ithalata rakip endüstriler ithalata karşı daha fazla korunmaktadır.

Geçmiş yıllarda ve günümüzde koruma gerekçelerinden birini, toplam endüstri satışları içerisinde ithalatın payını ifade eden ithalat nüfuzu (import penetration) oranı oluşturduğu genel kabul gören bir görüştür. Treffer (1993:145) ithalat nüfuzunun mutlak oranı değil bunda görülen artışın korumayı arttırdığını savunmaktadır. Örneğin ABD'nin toplam ithalatı içerisinde tekstil ve har giyim ithalatının payı (ithalat sızması) hep %10 ise bu koruma yönünde bir baskı oluşturmaz ama zaman içinde %13', %15' gibi daha yüksek oranlara çıkarsa koruma başlayabilir.

Coğrafi olarak geniş bir alana yayılmış bulunan endüstriler belli bir bölgede toplanmış endüstrilere göre seslerini hükümete duyurma anlamında daha fazla şans sahibidirler. Çünkü hem geniş müşteri ağları ve tedarikçilerini harekete geçirerek destek alma hem her coğrafi bölgeyi temsil eden siyasilere ulaşma imkânları bulunmaktadır. Ancak bir endüstriyi ticaret politikası lobisi faaliyetlerinde güçlü kılan en önemli faktör dar anlamda istihdam seviyesi geniş anlamda ise etkileyebildiği seçmen kitesidir. Baldwin (1989:122) bunu oy gücü (voting

strenght) olarak ifade etmektedir. Geçmişte ve günümüzde oy gücü yüksek sektörlerden biri tekstil ve hazır giyim sektörü olmuştur.

Pazar yapılarındaki farklılıklar endüstrilerin dış rekabete karşı korunma konusunda takip edebilecekleri tarzı belirlemektedir: bazı sektörler çok sayıda firma ve çalışandan oluştuğundan oy baskılarına güvenerek koruma konusunda doğrudan lobi yaparken (siyasi erke doğrudan ulaşma), kendi oy gücü zayıf sektörler, lobi faaliyetleri ile geniş halk kitlelerini harekete geçirmeyi deneyebilirler. Birincisine ABD tekstil ve hazır giyim sanayi ikincisine ise ABD çelik ve otomobil sanayi örnek olarak verilebilir. Korunma lobisi yaparken arkalarında geniş kamuoyu desteği bulmak isteyen endüstriler, adil ticaret, ulusal güvenlik, geçici korunma gibi kavramları kampanyalarında kullanabilirler (Baldwin, 1989:123). Nitekim ABD Başkanı Trump, 2018 yılında çelik ve alüminyum ithalatına ek vergi getirirken ulusal güvenlik, gayri adil ticaret gibi gerekçeleri telaffuz etmiştir (Reutres, 2018). Otomotiv, demir çelik, petro kimya gibi büyük endüstriler lobi faaliyetlerinde doğrudan merkezi hükümetleri, devlet veya hükümet başkanları ile iletişimi de ihmal etmezler. Zaman zaman serbest binici (free rider) olarak büyük endüstrilerin kopardığı koruma şemsiyesi altına girmekle birlikte, küçük endüstrilerin kendi sektörlerine yönelik özel koruma elde etme ihtimalleri zayıftır. Bu tür gruplar kampanyalarını genellikle dernekleri kanalı ile yürütürler.

Ekonomik kriz dönemlerinde, korunma yönündeki lobi faaliyetleri artmaktadır. Kriz dönemlerinde artan ithalat, kar marjlarında daralmalar, artan işsizlik gibi parametrelerle çıkar çevrelerinin durumlarını hükümete anlatmaları daha kolay olmaktadır. Nitekim ekonomik parametreleri ithalat dolayısı ile kötüleşen birçok iş kolu hükümetlerden geçici de olsa koruma koparabilmektedir. Toplum ve bireylerin ekonomik kaybı önleme konusundaki eğiliminin kazanım elde etme eğiliminden daha kuvvetli olması da kriz dönemlerinde korumanın kolaylaşmasını sağlamaktadır (Baldwin, 1989:123). Tablo 7’de görüldüğü gibi, 2008 krizi sonrasındaki uzunca bir dönemde çeşitli ülkelerin DTÖ’ye bildirimde bulunduğu koruma girişimleri ve fiilen uygulanmaya başlanan koruma önlemlerinin sayısında bir artış görülmektedir. Hem koruma önlemi konusunda soruşturma başlatmanın hem de fiilen korumaya başlamanın ithal ikame sanayileri üzerinde koruyucu etkisi mevcuttur.

Tablo 7. 2008 Krizi Sonrasında Korunma Önlemleri (*) Sayısında Gelişmeler 2006-2014

Yıllar	Açılan soruşturma sayısı	Yaptırımla sonuçlanan soruşturma sayısı
2006	13	7
2007	8	5
2008	10	6
2009	25	10
2010	20	4
2011	12	11
2012	24	6
2013	18	8
2014	23	14

Kaynak: WTO (2014:44) ve WTO (2015:63)

(*) Piyasanın akışı içerisinde herhangi bir haksız rekabet söz konusu olmadan yerli iş kolları ithalattan zarar gören ülkeler, Korunma Önlemleri Anlaşması kapsamında bir soruşturma ile bu zararı tespit ettikten sonra koruma önlemi anlamında tarifeleri yükseltebilmektedir.

Rodrik (1995:1481) korumacılık yönünde lobi yapan ve bunda önemli ölçüde başarılı olan endüstrileri aşağıdaki şekilde sıralamaktadır:

- Emek yoğun üretim faaliyetinde bulunan, vasıflı işgücü gerektirmeyen, ücret düzeylerinin düşük olduğu endüstriler.
- İthalat sızmasının (penetration) yüksek olduğu endüstriler.
- Nihai tüketim malı (dayanıklı veya dayanıksız) üreten endüstriler,
- Üretimi belli bölgelerde yığılmış (regionally concentrated) endüstriler,
- Endüstri içi ticaretin yaygın olmadığı endüstriler,
- Müşteri kitleri dağınık olan (müşteri kitlesi belli bölge veya bölgelerde yığılmış olmayan) endüstriler,
- Düşüş sürecinde olan endüstriler (declining industries)

Grosman ve Helpman (1994) farklı bir bakışla bu listeye ithal ikame endüstrileri ilavesini yapmıştır. Burada sıralanan endüstrilerin çoğunun ürün yelpazesinin Tablo.3'te KOBİ'ler tarafından üretilip pazarlanabilen ürün grupları arasında yer aldığını ifade etmek zor olmayacaktır.

Firma Bazında Politika Tercih

Firmaları devletin koruma politikalarına bakışları açısından iki gruba ayırmak mümkündür: Birinci gruba ürünlerini kendi yerleşik olduğu ülkelerde pazarlayan firmalar yer almakta olup, bunlara ithal ikame veya ithalata rakip firmalar denebilir. Doğal olarak bunlar yerli pazarı yabancı rakiplerle paylaşmak istemezler. Bu yüzden bunlara koruma yanlısı firmalar olarak

bakılabilir. Bunlar gerek bireysel gerekse kolektif lobi güçlerinin büyük bir kısmını devletin kendilerini başta tarifeler olmak üzere değişik araçlarla koruması yönünde harcarlar. İkinci grup firmalar ise üretimlerinin tamamını veya önemli bir kısmını değişik pazarlara ihraç eden firmalar oluşturmaktadır. Serbest ticaret (ticari liberalizm) taraftarı olarak tanımlanabilen bu tür firmalar ürünlerinin varış ülkelerinde başta tarifeler olmak üzere hiçbir koruma engeli ile karşılaşmamasını arzu ederler. Serbest ticaret taraftarı firmalar sadece kendi hükümetleri nezdinde değil, hükümetleri, uluslararası ağlar ve yabancı ülkelerdeki kolları ve ticaret ortakları kanalı ile lobi faaliyetleri yürütmektedirler. Hangi firmaların koruma taraftarı hangi firmaların serbest ticaret savunucusu olacağını belirleyen şey, içinde bulunduğu endüstriden ziyade firma karakteridir. (Osgood vd., 2017:133-135;). Çünkü her endüstride ithalata rekabet eden firmalar olabildiği gibi ihracata dönük üretim yapan firmalar da vardır.

Plouffe (2017:5) firmaların ticaret politikası tercihleri ve ticaret politikaları karşısındaki durumlarını firma heterojenliği (firm heterogeneity) kavramı etrafında yeniden tanımlamaktadır. Osgood vd. de benzer görüşleri ileri sürmekte olup, her endüstri homojen olmayan firma setlerinden oluşmaktadır. Firmalar, gelir, pazar payı, sermaye ve emek yoğunluğu ve toplam faktör verimliği (TFV) bakımından birbirlerinden farklıdırlar. Yüksek verimli firmalar (TFV'ği yüksek olan firmalar) belirli bir faktör bileşeni ile diğer firmalara göre daha fazla veya daha kaliteli çıktı elde eden firmalar olarak tanımlanabilir. Osgood vd. bu görüşte Bombardini'den (2008) esinlenmiştir. Bombardini'ye göre (2008:329) hükümetlerin takip edeceği koruma yanlısı veya serbest ticaret politikaları büyük ölçüde çıkar grupları tarafından belirlenmektedir, ancak çıkar gruplarının toplam (aggregate) lobi faaliyetlerinin temelini firma davranışları oluşturmaktadır.

Bir pazara giriş firmaların iki tür maliyete katlanmasını gerektirir: Sabit ve değişken maliyetler. Sabit maliyetler bir pazara girip girmemeye karar vermek için yapılan harcamalardan oluşmakta olup, pazar araştırması, fiziki ve beşerî sermayeye yapılan ilaveler, pazarın teknik düzenlemelerine ürünü uydurmak için yapılan harcamalar ve üretim altyapısının hazır olması için yapılan harcamaları kapsamaktadır. Ayrıca bunlara firma cesameti ve ürün ve pazar özelliklerine bağlı olarak, etkili birimlerle teması sağlamak üzere kiralanan lobi şirketleri veya bu fonksiyonu yapacak kişileri kiralamak için yapılacak harcamaları da dâhil etmek gerekir. Firma pazara giriş harcamalarının bir kısmı veya tamamını yaptıktan sonra pazara girmekten vazgeçerse katlandığı bu maliyetler ölü yatırım kategorisinde olup hiçbir şekilde geri dönüşü

olmayacaktır. Değişken maliyetler ise pazara girilip üretime devam edilmesi ile ortaya çıkan faktör giderlerini içermektedir. Pazara girişle ilgili sabit maliyetler girilen ülkenin pazar özellikleri ile ilgili iken, pazarda devam etme ile ilgili değişir maliyetler firmaya özgü TFV tarafından belirlenmektedir. Yüksek verimlilik düzeyindeki firmalar düşük birim başına değişir maliyetlerle çalışırken düşük verimli firmalar yüksek birim başına değişir maliyetlerle çalışmaktadırlar. Firmalar arasındaki bu verimlilik heterojenliği bunların pazarlarla kârlı bir şekilde ilgilenme yeteneğini belirlemektedir (Plouffe, 2017). Firma bazında satış ve ihracat ilişkisi bilgilerine ulaşma imkânlarının günümüzde gittikçe gelişmesi ile akademisyenler en ihracata yönelik endüstrilerde bile sadece az sayıda büyük ölçekli, başarılı firmaların ihracat pazarlarına girip buralarda tutunabildiğini, bunun firmalar arasındaki verimlilik farkı ile açıklanabildiğini Osgood vd. de (2017:135) kaydetmektedir. Buna göre, sadece en düşük fiyatlardan karlı bir şekilde satış yapabilen en verimli firmalar yabancı pazarlara girişle ilgili yüksek sabit ve değişken maliyetleri karşılayabilir ve bundan kar sağlayabilir.

Faaliyet halinde olan bütün firmalar kendi iç pazarları ile ilgili olabilirler, uluslararası pazarlarla ise sadece TFV yeterli düzeyde yüksek olan firmalar ilgilenebilmektedir. Çoğu firma sadece kendi iç pazarı için üretimde bulunmaktadır; ihracat pazarlarına giriş, yukarıda belirtildiği gibi, sabit ve batık bir giriş maliyeti yanında iç pazarda olandan daha yüksek bir değişir maliyet üstlenmeyi gerektirir. Örneğin firmalar iç pazarda mevcut değişir maliyetlere ek olarak dış pazarlar için üretimde ithal girdi sağlama, taşıma, sigorta, gümrükleme, döviz ve sermaye hareketlerinden doğan ilave maliyetlere katlanmaktadırlar. Sadece TFV belli bir eşiği aşan firmalar söz konusu maliyetleri karşılayabilir.

Bir yanda belli bir ticaret politikaları demeti talep eden firmalar öbür yanda bu taleplere cevap veren devlet ele alındığı zaman bir ticaret politikası pazarından bahsedilebilir. Bir pazara girişle ilgili maliyet unsurlarının benzerlerini ticaret politikası pazarında de görmek mümkündür. Politika pazarına girişte katılan ölü yatırım niteliğindeki sabit maliyet pazara giriş metoduna bağlı olarak çeşitlilik göstermekte olup, devam maliyetine göre daha yüksektir (Plouffe, 2017:6). Giriş maliyetleri (sabit maliyetler), politik kurumlar, aktörler, politikalar ve regülasyonları anlamak, içinde yer alınabilecek uygun oluşumları bulmak, belki bütün bular için lobi yapabilecek kurumları seçmek ve gerekli kurumlara ulaşmak için yapılan harcamalardan oluşmaktadır (Kerr, vd. 2014:334). Devam etme maliyet (değişir maliyet) kalemleri arasında ise, kurulmuş ilişkileri sürdürmek için birbirinin tekrarı şeklinde ortaya çıkan maliyet kalemleri gösterilebilir. ABD ticaret politikası pazarında bu tür sabit ve değişir maliyet kalemlerinin toplamı önemli bir yekûn tutmaktadır (Plouffe, 2014:6). Bu yüzden

lobicilik alanında aktif olarak faaliyet gösterme ancak az sayıda büyük üretici firmalara mahsustur. Kerr vd.'nin (2014:345) araştırmasında araştırmaya dâhil firmaların sadece %10'u 1998-2010 yılları arasında bir veya birden fazla lobi faaliyetinde bulunmuştur.

Firmalar ticaret politikaları ile ilgili beklentileri ve verimlilik düzeylerinin sürüklemesi ile lobi şeklinde politik hareketlerde bulunmayı tercih edebilirler. Yüksek verimlilik düzeyindeki firmalar vasat firmalara göre daha fazla serbest ticaret yanlısı tavır sergilerken, düşük verimlilik düzeyindeki firmalar çeşitli şekillerde korumacı politikaları yeğlemektedir (Osgood vd, 2017:133). Firmalar faaliyet gösterdikleri endüstrilerde, endüstri içi ticaretin yaygın olup olmaması, ürün çeşitlenmesinin veya ikame ürünlerin bulunup bulunmaması gibi endüstri bazındaki özellikleri doğrultusunda bireysel olarak lobi faaliyetinde bulunma eğilimindedirler. Milner'e göre (1999:94) 1980'ten sonra, mal farklılaşması ve endüstri içi ticaretin artması ve çok uluslu şirketlerin şirket içi ticaretindeki gelişmeler ticaret politikalarında korumacı yaklaşımın tersine bir yaklaşım doğmasına sebep olmuştur.

Üretici firmaların politika pazarına girişle ilgili kaynaklara sahip olması bunların mutlaka bu pazara girecekleri anlamına gelmez. Üreticiler kaynaklarını politik aktivitelere veya üretime tahsis etme arasında bir değiş tokuşa karar vereceklerdir. Sınırlı bir kaynağı ya politika satın alımına ya da üretime yönlendireceklerdir. Kaynakları politik pazara yönlendirerek lobi yapılmasına karar verildiği zaman, bütçe imkân verdiği ölçüde firma kendi çıkarı için en önemli alana yönelecektir. En önemli konu çözümlenince (örneğin istenen bir mevzuat düzenlemesi yapılmıca) çabalar müteakip önemli alanlara yönlendirilecektir (Kerr vd. 2014).

Doğrudan çıkar yaklaşımı altındaki iki alt yaklaşım, neden KOBİ'lerin ürettiği endüstriyel nihai tüketim mallarının yüksek, büyük şirketlerin ürettiği endüstriyel nihai malların düşük tarifeye tabi olduğunun cevabını vermektedir. Özetle ağırlıklı olarak KOBİ'lerden oluşan endüstriler ve çıkarları KOBİ'lerle birlikte olan büyük şirketler lobi güçlerini korumadan yana kullanmakta ve bununla iç pazarda başarılı uluslararası pazarlarda başarısız olmaktadır. Osgood vd.'nin (2017) ifadesiyle üretiminin tamamını veya büyük bir kısmını ihraç eden "süper star ihracatçılar" ve Plouffe'nin (2017) ifade ettiği "toplam faktör verimliliği yüksek firmalar" ticaret politikası pazarında hükümetler karşısında endüstri olarak değil bireysel olarak yer alırlar. Bu grupta yer alan firmaların önemli bir kısmı çok uluslu nitelikte olup, bunlar hükümetler nezdinde lobi güçlerini ticaretin serbestleşmesinden yana kullanmaktadırlar.

Sosyal Kaygılar Yaklaşımı ve Ticaret Politikaları

Baldwin'e (1989:126) göre hükümetlerin kendilerine yönelen ticaret politikası taleplerine (yabancı rekabetine karşı korunma veya serbest ticaret) tamamıyla nesnel ve bireysel çıkar esaslı bakması söz konusu değildir; hükümetlerin sosyal kaygıları vardır. Başlıca ekonomik ve sosyal grupların refah seviyesi ve ulusal ve uluslararası düzeyde bazı hedeflere ulaşılacak istenmesi başlıca kaygı alanlarını oluşturmaktadır. En çok tartışılan hedeflerin başında mevcut gelir dağılımının korunması, gelirin yeniden dağıtılması veya ticari ittifaklar yolu ile politik güç oluşturma başlıkları gelmektedir. Bu hedefler genel halk tarafından da onaylanmakta olup ve hükümetlerin yeniden seçilebilmesi ancak bu hedeflere ulaşılmasıyla mümkün olabilir.

Hükümetler uluslararası rekabet karşısında zayıflayan sektörlerine bir miktar nefes aldirmek, değişime adapte olamayan sektörlerde çalışan başka alanlarda iş bulma şansı olmayan işçilere destek olmak, amacıyla koruyucu tedbirlere başvurabilirler. Buna bir anlamda statükoyu sürdürme amaçlı koruma denebilir. Türkiye'nin 2008 Krizinden sonra, tekstil ve hazır giyim, ayakkabı, hırdavat gibi (WTO, 2016:69-70) sektörlerde uygulamaya soktuğu ithalatta ek vergi tedbirleri bu kapsamda değerlendirilebilir. Bunun karşısında hükümetler düşük gelir grubunda yer alanların gelir düzeyini yükseltme amaçlı olarak ticaret politikalarını kullanabilirler. Bununla ilgili uygulama örneklerine sıklıkla rastlanabilir. Yoğun olarak az vasıflı veya düşük ücretle çalışan işçilerin çalıştığı endüstrilerde korumanın çoğu ülkede yüksek olması sadece bu endüstrilerde faaliyet gösteren firmaların lobi faaliyetleri veya çalışanların oy gücü ile değil hükümetlerin gelir düzeyinin iyileştirilmesi amacına da bağlıdır. ABD'de bu türden sosyal amaçlı korumaların yaygın olduğu endüstriler arasında tekstil ve hazır giyim, deri ve deri mamulleri, mobilya ve aksesuarları, oyuncak ve spor eşyaları, mücevherat ve müzik aletleri endüstrileri yer almaktadır (Baldwin, 1998:127). Nitekim günümüzde de hem gelişmiş ülkelerde hem gelişmekte olan ülkelere söz konusu sektörlerin uluslararası rekabet karşısında korunduğu görülmektedir.

Birçok ülkenin ticaret politikaları *muhafazakâr sosyal refah* yaklaşımı ile açıklanabilmektedir. Bu yaklaşım ülkelerin ticaret politikası belirlemede benimsedikleri temel ilkeyi ifade etmektedir. Ülkeler herhangi bir alanla ilgili ticaret politikası tanımlarken, toplum kesimlerinden hiçbirinin reel gelirinde kayda değer mutlak bir azalmaya yer verilmemelidir, ilkesinden hareket etmek zorundadır. Herhangi bir ürünün ithalatına getirilen koruyucu bir önlem (örneğin ilave bir gümrük vergisi), bu ürünün yerli üreticilerinin ve bu ürünün üretiminde kullanılan faktörler sahiplerinin gelirini arttıracaktır. Bunların gelirindeki artış, diğer kesimlerin (örneğin yerli

tüketiciler veya kullanıcılar) gelirinden kayda değer mutlak bir düşüşe yol açmamalıdır. Ya da bir ürünün ithalatında mevcut olan bir gümrük vergisinin kaldırılması (serbest ticarete geçiş), bu ürünün tüketici veya kullanıcıların refahını arttıracaktır; söz konusu ürünü eskisine göre daha ucuza elde edeceklerinden bir gelir artışı etkisi yaşayacakları kesindir. Ancak ürünün yerli üreticileri de ithal fiyatı üzerinden satmak zorunda kaldıklarından, ticari serbestleşme ile birlikte gelirleri eskisine göre düşecektir. Bu yüzden hükümetler, ekonomik kesimleri birbirine tercih eden bir pozisyonda olmak istemezler. Hükümetleri bu şekilde hassas davranmaya sevk eden etken, bireyler veya toplum kesimlerinin refah azalışına verdiği olumsuz tepkinin aynı miktar artışına verdiği olumlu tepkiden daha kuvvetli olmasıdır (Corden, 1997:75-76).

Sonuç

KOBİ'ler tarafından üretilip dünya pazarlarına sunulan nihai mallarının çoğu, büyük ölçekli firmalar tarafından üretilip dünya pazarlarına sunulan nihai mallara göre daha yüksek oranda gümrük tarifesi ve tarife benzeri mali yüklerle karşılaşmaktadır. Bu durum KOBİ'lerin kendi yapıları ve davranışlarından kaynaklanmaktadır. Çünkü dünya KOBİ'lerinin çoğu kendi ülkelerinde ithalata rakip endüstrilerde faaliyet göstermekte olup, üretimlerinin çoğunu kendi iç pazarlarına sunmaktadırlar. Ürettikleri ürünlerin ithalat yolu ile gelebilecek ikame türlerinin rekabetinden korktuklarından, çoğu ülkede KOBİ'ler yüksek lobi güçlerini korumacılık yönünde kullanmaktadırlar. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülke KOBİ'leri benzer alanlarda faaliyet göstermekte olup, bütün KOBİ'ler kendi pazarlarını koruma güdüsü ile hareket ettiğinden, hükümetlerin sosyal politika kaygıları da eklenince, ortaya adı konmamış KOBİ tarife duvarları çıkmaktadır.

KOBİ'lerin ülkelerin büyüme, istihdam ve kalınmalarına daha yüksek katkı verebilmesi ve potansiyel dinamizmlerinin fiiliyata dökülebilmesi için, tarife dışı alanlarda ilerlemeler gerektiği gibi, bunlardan daha önemli olarak, tarife ve tarife benzeri mali araçlarla sağlanan korumanın aşağı çekilmesi gerekmektedir. Bu, tekil hükümetlerin kendi başlarına tarife düzeylerini aşağı çekerek başarılabilir bir hedef değildir. Birkaç hükümetin belirli ürünlerde korumayı kaldırması ve diğerlerinin kaldırmaması, kaldıran ülkelerin zararına işleyen bir süreci başlatabilir: zamanla bunların KOBİ'leri rekabete dayanamayı piyasadan çekilebilir. KOBİ'lerin yoğun olarak üretimde bulunduğu sektörlerin tam bir tespitinin yapılması ve Dünya Ticaret Örgütü şemsiyesi altında bir anlaşma ile söz konusu sektör veya iş kollarında tarifelerin,

Uruguay Turu sonucunda olduğu gibi aşağı çekilmesi üzerinde çalışılabilir bir konu olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

Baldwin, R.E. (1989). "The political economy of trade policy". **Journal of Economic Perspectives**. Volume 3, Number 4. Fall 1989. s: 119 -135

Bombardini, M. (2008). "Firm heterogeneity and lobby participation". **Journal of International Economics** 75. ss. 329 –348

Busch, M.L & Mansfield, E.D (2009). Political economy of trade policy. <http://faculty.georgetown.edu/mlb66/Trade%20--%20Determinants%20of%20Policies.pdf> (15.07.2018)

CNN (2018). Big aluminum says the aluminum tariff won't work. <https://money.cnn.com/2018/03/06/news/companies/aluminum-association-tariffs/index.html> (15.07.2018)

Corden, W. M. (1997). **Trade Policy And Economic Welfare** (second edition). New York: Oxford University Press.

Das, D.K & Kalita, G. (2009). Do Labor Intensive Industries Generate Employment: Evidence From Firm Level Survey From India? Working Paper No:237. New Delhi: Indian Council for Research on International Relations.

European Commission. (2018). Trade/Market Access Database/Trade Barriers. http://madb.europa.eu/madb/barriers_details.htm?isSps=false&barrier_id=14202 (04.08.2018)

Fitzgerald, D. ve Haller, S. (2014), "Pricing-to-market: evidence from plant-level prices", **Review of Economic Studies** 81(2): 761-786.

Global Trade Alert. (2018). Indonesia: Raised import duties on numerous consumer goods. <https://www.globaltradealert.org/intervention/20475/import-tariff/indonesia-raised-import-duties-on-numerous-consumer-goods> (04.08.2018)

Global Trade Alert. (2018). Turkey. <https://www.globaltradealert.org/country/213>

Global Trade Alert. (2018). United States of America. <https://www.globaltradealert.org/country/222> (04.08.2018)

Grossman, G. M ve Helpman, E. (1994). "Protection for sale". **The American Economic Review**, Vol. 84, No. 4. ss. 833-850.

http://dx.doi.org/10.1787/entrepreneur_aag-2016-en

Integrated Trade Intelligence Portal. (2018) <http://i-tip.wto.org/goods/Forms/TableView.aspx?mode=modify&action=search> (05.08.2018)

ITC, (2015) **The Invisible Barriers to Trade – How Businesses Experience Non-Tariff Measures** Geneva: ITC, 2015. xii, 39 pages (Technical paper) Doc. No. MAR-15-326.E

Kerr, W. R., William, F. L ve Prachi Mishra (2014) "The dynamics of firm lobbying". **American Economic Journal: Economic Policy**, Vol. 6, No. 4 ss. 343-379

KOSGEB. (2015). **Kobi Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018**. Ankara: KOSGEB

Ludema, R. D., Mayda, A. M. ve Mishra, P. (2010). Protection for Free? The Political Economy of U.S. Tariff Suspensions. IMF Working Paper No:WP/10/211.

Milner, H. V. (1999). "The political economy of international trade". **Annual Review of Political Science**. Vol.2:91-114 <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.2.1.91>

OECD (2016), **Entrepreneurship at a Glance 2016**, OECD Publishing, Paris.

Olson, M. (1965). **The Logic of Collective Action Public Goods and Theory of Groups**. 20. Baskı (2012). Massachusetts: Harvard University Press

Osgood, I., Tingley, D., Bernauer, T., Kim, I. S., Milner, H., & Spilker, G. (2017). "The charmed life of superstar exporters: survey evidence on firms and trade policy". **Journal of Politics**, 47 (1). ss.133-152.

Plouffe, M. Liberalization for Sale: Heterogeneous Firms and Lobbying Over FTAs (2017). Revision of paper prepared for the 2012 APSA annual meeting. <https://ssrn.com/abstract=2105262> (13.06.2018)

Reuters. (2018). Trump to impose steep tariffs on steel, aluminum; stokes trade war fears <https://www.reuters.com/article/us-usa-trade-trump/trump-to-impose-steep-tariffs-on-steel-aluminum-stokes-trade-war-fears-idUSKCN1GD4ZW> (16.07.2018)

Rodrik, D. (1995). "Political economy of trade policy" **Handbook of International Economics**. Volume 3, ss. 1457-1494

Seyidoğlu, H. (2013). **Uluslararası İktisat**. Gözden geçirilmiş 19. Baskı. İstanbul: Güzem Can Yayınları. No:28. 908 s.

Seyoum, B. (2009). **Export Import Theory, Practices and Procedures**. Second edition. New York and London: Routledge. 677 p.

Sustainable Development Goals. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

Ticaret Bakanlığı (2018).Ticaret Politikası Savunma Araçları/Korunma Önlemleri. www.ticaret.gov.tr (02.08.2018)

TOBB (2015). KOBİ Bilgi Sitesi / KOBİ İstatistikleri. <http://kobi.org.tr/index.php/tanimi/stats> (25.06.2018)

Trefler, D. (1993). "Trade liberalization and the theory of endogenous protection: an econometric study of u.s. import policy," **Journal of Political Economy** 101, no. 1 (Feb., 1993): 138-160.

UNDP (2015). Sustainable Development Goals. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/> (15.7.2018)

WCO (2018). WCO News The Harmonized System From Every Angle. Geneva: World Customs Organization. https://mag.wcoomd.org/uploads/2018/06/WCO_News_86-1.pdf (23.08.2018)

World Bank (2018), Enterprise Survey. <http://www.enterprisesurveys.org/methodology> (26.07.2018)

WTO (2014). WTO Annual Report 2014. Geneva: WTO

WTO (2015). WTO Annual Report 2015. Geneva: WTO

WTO (2016). Trade Policy Review, Report by the Secretariat -Turkey. WT/TPR/S/331. Geneva: WTO

WTO, ITC ve UNCTAD, (2017). **World Tariff Profiles**. Geneva: WTO

KOBİ'lerin Uluslararası Ticarete Karşılaştığı Tarife Dezavantajları
Hasan Parıltı

WTO, UNCTAD ve CS. (1996). **Business Guide to the Uruguay Round**. Geneva: ITC/CS. 394 s.

WTO. (2012). **Understanding the WTO**. Geneva: WTO. 112 s.

WTO. (2013). **World Trade Report 2013 Factors Shaping the Future of World Trade**. Geneva: WTO

WTO. (2017). **World Trade Statistical Review**. Geneva: WTO

WTO. (2018). **Annual Report 2018**. Geneva: WTO

WTO. (2018a). Report on G20 Trade Measures. https://www.wto.org/english/news_e/news18_e/g20_wto_report_july18_e.pdf (31.08.2018)

Yaman, Ş. (2008). "Tarım dışı ürünlerde pazara giriş müzakereleri ve Türkiye". **Dünya Ticaret Örgütü, Doha Turu Çok Taraflı Ticaret Müzakereleri ve Türkiye**. (Ed. Yaman, Ş. ve Akman, S). Ankara: TEPAV. ss.157-191