

**T.C.**  
**DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**PAZARLAMA PROGRAMI**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN’LA DIŞ**  
**TİCARETLERİNDE SORUNLAR VE ÇÖZÜM**  
**ÖNERİLERİ**

**Saeed POURABBASI**

**Danışman**  
**Prof. Dr. Semra AYTUĞ**

**İZMİR - 2019**

**YÜKSEK LİSANS**  
**TEZ ONAY SAYFASI**

**Üniversite** : Dokuz Eylül Üniversitesi  
**Enstitü** : Sosyal Bilimler Enstitüsü  
**Adı ve Soyadı** : Saeed POURABBASI  
**Öğrenci No** : 2014801865  
**Tez Başlığı** : Ege Bölgesindeki İşletmelerin İran'la Dış Ticaretlerinde Sorunlar ve  
**Çözüm Önerileri**  
  
**Savunma Tarihi** : 23/10/2019  
**Danışmanı** : Prof.Dr.Semra AYTUĞ

**JÜRİ ÜYELERİ**

| <b><u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u></b> | <b><u>Üniversitesi</u></b> |
|-----------------------------------|----------------------------|
| Prof.Dr.Semra AYTUĞ               | - Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Doç.Dr.Nihan ÖZGÜVEN TAYFUN       | - Dokuz Eylül Üniversitesi |
| Doç.Dr.Aykan CANDEMİR             | - Ege Üniversitesi         |

**İmza**

.....  
.....  
.....

Saeed POURABBASI tarafından hazırlanmış ve sunulmuş olan bu tez savunmada başarılı bulunarak oy birliği / oy çokluğu ( ) ile kabul edilmiştir.

**Doç. Dr. Erkan GÖKSU**  
**Müdür V.**

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN’LA DİŞ TİCARETLERİNDE SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değ rlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

07/10/2019

Saeed POURABBASI

**ÖZET**  
**Yüksek Lisans Tezi**  
**EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN’LA DIŞ TİCARETLERİNDE**  
**SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**  
**Saeed POURABBASI**

**Dokuz Eylül Üniversitesi**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**  
**İşletme Anabilim Dalı**  
**Pazarlama Programı**

Ülkeler çeşitli ekonomi alanlarında hayatta kalmaları için diğer ülkeler ile ticaretlerini geliştirmeli ve bu konuda küreselleşme hızına uyum sağlamaları önemlidir.

Bu çalışmada uluslararası ticaret teorileri ile birlikte farklı hususlar üzerindeki etkileri incelenip kısıtlayıcı nedenler de gözden geçirilmiştir. Bu bilgilere dayanarak serbest ticarete hazır olmayan gelişmekte olan ülkeler için bölgesel ticari ilişkilerin genişletilmesi önerilmiştir.

Ayrıca, uzun bir geçmişe sahip olan İran ve Türkiye arasındaki ticari ilişkiler incelenmiştir. Enerji sektörünün payı yüksek olan bu ticari ilişki son yıllarda 30 milyar dolara ulaşma hedef ile daha önem kazanmıştır. Üstelik iki ülke ticari göstergelere ve faktörlere göre kıyaslanarak dünya ticaretinde birbirinden farklı duruma sahip olduğu belirlenmiştir.

En son olarak, Ege bölgesi ile İran arasındaki ticari ilişkiler yatırımlar, ithalat ve ihracat şeklinde üç farklı bölümde ayrıntılı olarak incelenmiş ve gelişmesi önünde olan engeller ve sorunlar araştırılmıştır. Bu sonuçlara dayanarak ege bölgesinde var olan potansiyelleri ve engellerin ortadan kaldırılması için çözüm önerileri verilerek Ege bölgesi ile İran ticari ilişkilerin güçlendirmesine yönelik öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** İran, Ege Bölgesi, İhracat, İthalat, Ortak Yatırım, Ortadoğu, Ticaret.

**ABSTRACT**  
**Master's Thesis**  
**PROBLEMS AND SOLUTIONS PROPOSED TO THE FOREIGN TRADE**  
**BETWEEN IRAN AND THE AEGEAN REGION**  
**Saeed POURABBASI**

**Dokuz Eylül University**  
**Graduate School of Social Sciences**  
**Department of Business Administration**  
**Marketing Program**

To survive in various economic areas, countries should develop their trade with other countries, and it is important that they adapt to the globalization speed in this regard.

In this study, theories about international trade and the effects of international trade on some other topics are discovered. Based on this information, it is proposed to expand regional trade relations for developing countries that are not ready for free trade.

Also, having a notable background of trade relations between Iran and Turkey this commercial relationship which the energy makes a remarkable part of the trade has gained more importance with the target of reaching 30 billion dollars in recent years. Moreover, the two countries were compared according to trade indicators and factors and it was determined that they have a different status in world trade.

Finally, the trade relations between the Aegean region and Iran have been assessed by the detail in three different regions: investments, imports, and exports. Obstacles and problems against them have been investigated. Based on these results, solutions for the elimination of the existing obstacles in the Aegean region were given and suggestions for developing the commercial relations between the Aegean region and Iran were presented.

**Keywords:** Iran, Aegean Region, Export, Import, Joint Investment, Middle East, Trade.

# EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN'LA DIŞ TİCARETLERİNDE SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

## İÇİNDEKİLER

|                  |      |
|------------------|------|
| TEZ ONAY SAYFASI | ii   |
| YEMİN METNİ      | iii  |
| ÖZET             | iv   |
| ABSTRACT         | v    |
| İÇİNDEKİLER      | vi   |
| TABLOLAR LİSTESİ | x    |
| ŞEKİLLER LİSTESİ | xii  |
| EKLER LİSTESİ    | xiii |
| GİRİŞ            | 1    |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### DÜNYA TİCARETİ VE KÜRESELLEŞMEYE GİRİŞ

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 1.1. DÜNYA TİCARETİ VE KÜRESELLEŞME         | 2  |
| 1.2. ULUSLARARASI TİCARET                   | 5  |
| 1.3. ULUSLARARASI TİCARETİN ETKİLERİ        | 5  |
| 1.3.1. Serbest Ekonomi Üzerinde             | 5  |
| 1.3.2. Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerinde     | 7  |
| 1.3.3. Ekonomik Büyüme Üzerinde             | 7  |
| 1.3.4. Ticaret ve Finansal Gelişme Üzerinde | 10 |
| 1.3.5. Ticaret ve İnsani Gelişme Üzerinde   | 11 |
| 1.3.6. İstihdam Üzerinde                    | 11 |
| 1.3.7. Gayri Safı Yurtiçi Hasıla Üzerinde   | 11 |
| 1.4. TİCARETİ GELİŞTİRME STRATEJİLERİ       | 12 |
| 1.4.1. İhracat Geliştirme Stratejisi        | 12 |
| 1.4.2. İthal İkamesi Stratejisi             | 12 |
| 1.4.3. İhraç İkamesi Stratejisi             | 13 |

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| 1.5. TİCARETİ KISITLAYAN NEDENLER                             | 13 |
| 1.5.1. Gümrük Vergileri                                       | 13 |
| 1.5.2. Ticari Ortakların Güvenirliliği ve Değişim Maliyeti    | 14 |
| 1.5.3. Kültürel Farklıklar                                    | 14 |
| 1.5.4. Nakliye Maliyetleri                                    | 15 |
| 1.5.5. İş Ortaklarının komşu ülkeden olmaları                 | 15 |
| 1.5.6. Ülkelerin Yüz Ölçümü                                   | 16 |
| 1.5.7. Enflasyon                                              | 16 |
| 1.5.7.1. İthalata Bağlı Enflasyon                             | 16 |
| 1.5.7.2. Döviz İstikrarsızlığı Sonucu Meydana Gelen Enflasyon | 17 |
| 1.6. ULUSLARARASI TİCARET TEORİLERİ                           | 17 |
| 1.6.1. Menfaatçil Tüccarlar Politikası (16. Yüzyıl)           | 17 |
| 1.6.2. Klasik Politika (1770)                                 | 18 |
| 1.6.3. Mutlak Avantaj Teorisi (1776)                          | 19 |
| 1.6.4. Görece Avantaj Teorisi (1817)                          | 20 |
| 1.6.5. Karşılıklı Talep Kanunu Teorisi (1873)                 | 21 |
| 1.6.6. Heckscher-Ohlin Teorisi (1919)                         | 22 |
| 1.6.7. Üretim Faktörlerinin Maliyet Eşitliliği Teorisi (1948) | 23 |
| 1.6.8. Uluslararası Ticarete Üretim Döngüsü Teorisi (1960)    | 24 |
| 1.6.9. Linder'in Teorisi (1961)                               | 24 |
| 1.6.10. Birikimli Nedensellik Teorisi                         | 25 |
| 1.6.11. Porter'in Rekabet Üstünlük Teorisi (1990)             | 26 |
| 1.6.12. Modern Ticaret Teorisi                                | 26 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### İRAN VE TÜRKİYE ARASI TİCARİ İLİŞKİLER

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 2.1. İRAN VE TÜRKİYE İLİŞKİLERİNE GENEL BAKIŞ          | 28 |
| 2.2. İRAN VE TÜRKİYE'NİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ | 29 |
| 2.3. İKİLİ İLİŞKİLERDE ENERJİ ÖNCELİĞİ                 | 31 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4. İRAN VE TÜRKİYE’NİN ORTAK TİCARETİNİ ETKİLEYEN DIŞ FAKTÖRLER             | 34 |
| 2.4.1. Süper Güç Ülkelerinin Etkisi                                           | 34 |
| 2.4.2. İkinci Körfez Savaşı                                                   | 35 |
| 2.4.3. İran'a Karşı Tek Taraflı ve Uluslararası Yaptırımlar                   | 35 |
| 2.4.4. Orta Doğu Bölgesinde Meydana Gelen Değişiklikler                       | 37 |
| 2.4.4.1. Irak Meselesi                                                        | 37 |
| 2.4.4.2. Suriye ve Yemen Krizi                                                | 38 |
| 2.4.4.3. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Katılma Girişimi                       | 39 |
| 2.4.4.4. Türkiye ve İsrail İlişkiler                                          | 39 |
| 2.5. İRAN VE TÜRKİYE TİCARETİNDEKİ SON GELİŞMELER                             | 39 |
| 2.5.1. İran ve Türkiye Arasında 30 Milyar Dolarlık Ticaret Hedefi             | 40 |
| 2.5.2. 2018 Yılında İran ve Türkiye'nin 12 Milyar Dolarlık Ticareti           | 41 |
| 2.5.3. Tercihli Ticaret Anlaşması                                             | 42 |
| 2.6. TÜRKİYE VE İRAN ARASINDA İTHALAT VE İHRACATI YAPILAN ÜRÜNLER             | 43 |
| 2.7. İRAN VE TÜRKİYE’NİN ORTAK YATIRIMLAR İÇİN UYGUN KAPASİTELERİ             | 44 |
| 2.8. İRAN’IN 2018 AMBARGOSU VE İKİLİ TİCARETE ETKİLERİ                        | 45 |
| 2.9. İRAN VE TÜRKİYE TİCARETİNİN EKONOMİK GÖSTERGELERE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ | 46 |
| 2.9.1. İran ve Türkiye'nin İhracat Pazarları                                  | 46 |
| 2.9.2. Başlıca İhracat Ürünleri                                               | 48 |
| 2.9.3. Küresel Göstergelere Dayalı İran – Türkiye Ekonomisi                   | 49 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### EGE BÖLGESİ VE İRAN ARASINDA TİCARİ İLİŞKİLER

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. EGE BÖLGESİ İLE İRAN ARASINDAKİ TİCARİ İLİŞKİLERİNE GENEL BAKIŞ | 54 |
| 3.1.1. İranlıların Ege Bölgesinde İşletme ve Ticari Yatırımları      | 55 |
| 3.1.2. İranlıların Ege Bölgesinde Gayrimenkul Yatırımları            | 56 |



|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.3. Ege Bölgesi ve İran Arasında İthalat ve İhracat                                         | 56 |
| 3.1.3.1. İzmir İli ve İran Arasında Ticari İlişkiler                                           | 58 |
| 3.1.3.2. Aydın, Denizli, Muğla İlleri ve İran Arasında Ticari İlişkiler                        | 59 |
| 3.1.3.3. Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak İlleri ve İran Arasında Ticari İlişkiler        | 60 |
| 3.2. EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN İLE TİCARİ İLİŞKİLERİNDE ANKET ÇALIŞMASI               | 61 |
| 3.3. EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN İLE TİCARİ İLİŞKİLERİNDEKİ SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ | 71 |
| 3.3.1. Ambargo                                                                                 | 71 |
| 3.3.2. Bankacılık Sistemi, SWIFT, Akreditif Çalışma                                            | 71 |
| 3.3.3. Güvenli Teminat                                                                         | 72 |
| 3.3.4. Gümrük Problemleri                                                                      | 72 |
| 3.3.5. İran Tarafından 1400 Ürüne İthalat Yasağı                                               | 73 |
| 3.3.6. Demiryolu ve Diğer Taşıma Yollarının Geliştirilmesi                                     | 73 |
| 3.3.7. Turizm Sektörü ve Uçak Engelleri                                                        | 74 |
| 3.3.8. Satış ve Pazarlama Alanında Öneriler                                                    | 74 |
| SONUÇ                                                                                          | 75 |
| KAYNAKÇA                                                                                       | 77 |
| EKLER                                                                                          |    |

## TABLÖLER LİSTESİ

|                                                                                                                                                       |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Tablo 1:</b> Türkiye – İran Arası İhracat ve İthalat İle İlgili Genel Veriler (TÜİK)                                                               | s. 42 |
| <b>Tablo 2:</b> 2012 ve 2016 Yılları Arası İran'ın İhracatı [Milyon Dolar] (Trademap)                                                                 | s. 47 |
| <b>Tablo 3:</b> 2012 ve 2016 Yılları Arası Türkiye'nin İhracatı [milyon dolar] (Trademap)                                                             | s. 48 |
| <b>Tablo 4:</b> 2012 ve 2016 yılları arası İran'ın İhracat Yaptığı ürünlerin Değeri [Milyon Dolar] (Trademap)                                         | s. 49 |
| <b>Tablo 5:</b> 2012 ve 2016 Yılları Arası Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ürünlerin Değeri [Milyon Dolar] (Trademap)                                     | s. 50 |
| <b>Tablo 6:</b> 2016 Yılında Ticaret Güçlendirilmesinin Ölçülmesinde İran ve Türkiye'nin Sıralaması                                                   | s. 51 |
| <b>Tablo 7:</b> 2016 Yılında İran ve Türkiye, Ticaret Güçlendirme Ölçüm Kriterlerindeki Sırası                                                        | s. 51 |
| <b>Tablo 8:</b> 2017 Yılında Pazar Büyüklüğü Bakımından İran ve Türkiye'nin Sıralanması                                                               | s. 52 |
| <b>Tablo 9:</b> 2017 Yılında Emtia Piyasası Etkinliği Faktöründeki İran ve Türkiye Sırası                                                             | s. 53 |
| <b>Tablo 10:</b> 2016 Yılında Lojistik Performansı Bakımından İran ve Türkiye'nin Sıralanması                                                         | s. 53 |
| <b>Tablo 11:</b> 2015-2019 Süre Zarfında Ükelere Göre Yabancılar Türkiye'de Yapılan Konut Satış Miktarı ve Yüzdesi (Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü) | s. 57 |
| <b>Tablo 12:</b> Ege Bölgesi ve İran Arasında İthalat ve İhracat Miktarı [Dolar]                                                                      | s. 57 |
| <b>Tablo 13:</b> 2014 - 2018 Yılları Arası Ege Bölgesinden İran'a İhrac Edilen Ürünlerin İlk 15'i                                                     | s. 58 |
| <b>Tablo 14:</b> İzmir İli ve İran Arası Ticaret [Dolar] (TÜİK)                                                                                       | s. 59 |
| <b>Tablo 15:</b> Aydın, Denizli, Muğla İlleri ve İran Arası Ticaret Miktarı [Dolar] (TÜİK)                                                            | s. 60 |
| <b>Tablo 16:</b> Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak İlleri ve İran Arası Ticaret Miktarı [Dolar] (TÜİK)                                            | s. 61 |
| <b>Tablo 17:</b> Ankete Katılan Firmaların Anafaaliyet Alanlarına Göre Dağılımı                                                                       | s. 62 |
| <b>Tablo 18:</b> Ege Bölgesi ve İran Arası Lojistik Sorunlar                                                                                          | s. 64 |
| <b>Tablo 19:</b> Ege Bölgesi ve İran Arası Finansal Konular                                                                                           | s. 65 |
| <b>Tablo 20:</b> Ege Bölgesi ve İran Arası Ticarete Satış ve Pazarlama Konuları                                                                       | s. 66 |



## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                                     |       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| <b>Şekil 1:</b> Firmaların İran ile Ticari Geçmişleri                               | s. 63 |
| <b>Şekil 2:</b> Firmaların İran ile Ticari Sıklıkları                               | s. 63 |
| <b>Şekil 3:</b> Firmaların kullandığı Lojistik Yöntemi                              | s. 64 |
| <b>Şekil 4:</b> Firmaların İran Pazarı İçin Pazarlama Faaliyetlerinde Bulunma Oranı | s. 67 |
| <b>Şekil 5:</b> İran Tarafından 1400 Ürüne İthalat Yasağının Olumsuz Etkisi         | s. 68 |
| <b>Şekil 6:</b> Firmaların Tercihli Ticaret Anaşması kullanımı ve Görüşleri         | s. 69 |
| <b>Şekil 7:</b> Ambargonun Firmaların İran ile Ticaretlerindeki Etkisi              | s. 69 |
| <b>Şekil 8:</b> Firmaların Hangi Konuda Sorunların Çözülmesi ile İlgili Görüşleri   | s. 70 |

## **EKLER LİSTESİ**

**EK 1:** Ege Bölgesindeki İşletmelerin İran ile Ticari Sorunları

ek s.1



## GİRİŞ

Küreselleşme süreci ekonominin tüm yönlerini ilgilendiren ve etkileyen dinamik bir harekettir. Bu süreçte sınırların ekonomik kısıtlayıcı rolünü giderek azalmakta olup uluslararası borsalar artmaktadır. Küreselleşme sürecinin temel parçalarından biri olarak ticaretin serbestleştirilmesi sırasında, gerekli ekonomik altyapıya sahip olmayan ve kısa vadede serbest ticaret alanına girmeye hazırlıklı olmayan gelişmekte olan ülkeler zorluklarla karşı karşıyalar kalmaktadırlar. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkeler, ticaretin serbestleşmesi sürecine girmeden önce olumsuz etkilerini önlemek için ekonomik açıdan eşit sevide olan ülkeler ile ekonomik yakınlaşmayı ve böylece ticaret ortaklarından kaynaklanan ticari faydalarından yararlanmasının yararlanabilirler.

Serbest ticarete girmeye hazır olmayan gelişmekte olan ülkeler için, bölgesel yönelimler bu ülkelerin ulusal ekonomisini ve bunların küresel ekonomiye entegrasyonunu kademeli olarak açmasında en etkili yol olabilir. Böyle bir durumda, bölgedeki mevcut gümrük tarifeleri ve diğer gümrük engellerinin kaldırılması sonucunda üretim birimlerinin farklı pazarlara erişiminin sağlanmasıyla bölge genelinde sermaye ve teknolojinin aktarılması için yeni ufuklar açılacaktır. Bir yandan da dünyanın farklı ülkeleri ile ekonomik-ticari işbirliğinin geliştirilmesi için doğru ve tutarlı bir planlama gereklidir. Doğru planlamak için, aynı zamanda iş ortakları olarak seçilen ülkelerin ekonomik ve ticari güç ve kıfayetleri hakkında yeterli bilgiye sahip olmalıdır.

Bu çalışma aynı zamanda İran ile Ege bölgesi arasındaki ticari istatistikleri ve son dönemdeki sorunları inceleyerek, yeni iş ortaklıkları ve sorunlara çözüm sunmayı hedeflemektedir.

## BÖLÜM 1

### DÜNYA TİCARETİ VE KÜRESELLEŞMEYE GİRİŞ

#### 1.1. DÜNYA TİCARETİ VE KÜRESELLEŞME

Küreselleşme, Dünya ekonomisinin büyümesi ile yaşam standartlarını yükseltmeye ve milyonlarca insanı yoksulluktan kurtarmaya önemli katkı sağlamıştır. Öte yandan, küreselleşme eşitsizlik, çevre sorunları, etnik çatışmalar ve gibi küresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu küresel problemler sadece ülkelerin çözebileceği bir problem olmayıp hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşlar arasında işbirliğini gerektirmektedir.

Küreselleşme ile ortaya çıkan devletlerin birbirine karşı bağımlılığı ve küresel sorunları çözmek için işbirliğine olan ihtiyaç, küresel egemenlik kavramını temsil ediyordu. Yönetim (governance) kelimesi İngilizce olan "govern" (devlet) kelimesinden türetilmiştir ve devlet kurallarını ve devlet uygulamalarını içerir. Yönetim, taraflar arasında kalıcı bir müzakere gerektiren bir karar alma süreci olarak özetlenebilir.

Küresel sorunlar hakkında karar alan ve diğer kararları etkileyebilecek tüm kurumlar, küresel yönetimin aktörleri olarak düşünülebilir. Son yıllarda, nitelikli uluslararası kuruluşlar, hükümetler, vatandaşlar ve sivil toplum kuruluşları hakkında alınan birçok kararı etkilemiştir. Bu bağlamda uluslararası örgütlerin küresel yönetimdeki önemi artmaktadır. Uluslararası bir örgüt olarak Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), küresel yönetimde çok etkili olup onu başarılı kılan konu ticareti çok yönlü olarak serbestleştirme ve geliştirmesidir.

1947'den beri geçici bir konumda faaliyet göstermekte olan GATT yerine, DTÖ, 1994 yılında Uruguay'ın müzakerelerinin sonucu olarak Fas anlaşmasıyla kuruldu. 1 Ocak 1995'ten itibaren resmen ve tamamen GATT'nin yerine geçen DTÖ, GATT'nin aksine uluslararası örgütlerin kimliğini ve kapsamını kazanmıştır. Kapsamının genişletilmesiyle birlikte, önceden ulusal düzeyde ele alınan çevre, teknik engeller, sağlık yatırımları ve tıbbi bitkiler gibi konuları da kapsamıştır. Böylelikle Küresel yönetimde DTÖ' nün önemi daha fazla göze çarpar hale gelmiştir.

Dünya Ticaret Örgütü'nün 1994 yılında Fas'taki Antlaşma'da oluşturduğu kurumsal hedefi şu şekildedir: “Ticaret ve ekonomi alanındaki üye ülkeler arasındaki ilişkilerin iyileştirilmesi, tam istihdam sağlayarak yaşam standartlarının yükseltilmesi, talep hacminin artışı ve onun sayesinde gerçek gelirin sürekliliği ve artışının sağlanması, sürdürülebilir kalkınma ve çevre koruma güvencesi ile küresel kaynaklarının kullanılması ve farklı kalkınma düzeylerinde ülkelerin ihtiyaçlarının karşılanması hedeflenmektedir”.

Bu amaçlara hizmet eden DTÖ, ülkelerin birlikte çalıştığı ve ticaret konularını tartıştığı bir platform olarak küresel yönetimde önemli role sahiptir. Küresel hükümetin bir oyuncusu olarak, DTÖ'nü diğer uluslararası kurumlardan ayırt edici bir özelliği de, üye devletler arasındaki farkları temel alarak anlaşmalar ve yönetmelikler hakkında kararlar alabilme yetkisine sahip olmalarıdır (Griffin, 2003: 800). Bir devlet veya yönetim bu yasayı ihlal ettiği zaman DTÖ onu doğrudan cezalandıramaz, ancak ilgili devletten yasaya zarar verdiği için tazminat talep edebilir.

Küreselleşme sonucunda gelişmekte olan birçok ülkenin gelişme fırsatları artarken, başta Afrika ülkeleri olmak üzere pek çok ülke bu fırsatlardan yararlanamamış ve dünya ekonomisinde gittikçe odak alanı dışında kalmışlardır. Geçen beş yıl boyunca Dünya Ticaret Örgütü'nün Sokak protestoları ve Dünya Bankası, Uluslararası Para Fonu (IMF) ve G-8 ülkeleri ile yaptığı sokak toplantıları meydana gelen bu eşitsizlikler ve dengesizliklere yanıt niteliğindedir. Pek çok eleştiri, başarılı Doğu Asya ekonomilerinden çok farklı olan Washington Konferansı politikalarına yapılmaktadır, çünkü pazarların ilerlemesinde lider olan unsur devlet olmuştur. (Wade, 1990: 118).

Joseph Stiglitz (2003: 204), “90'ların Yükselişi” Kitabı'nda ABD tarafından gösterilmiş olan hükümet ile iç pazarlar arasındaki dengenin yanlış olduğunu öne sürmüştür. Aynı yazar, kitabında Amerikan politikasında tutarlılık eksikliği olduğunu da belirtmiştir. Dolayısıyla, bir serbest pazar ideolojisi yayınlarken, ABD politikalarının gelişmekte olan ülkelerdeki fakirler üzerindeki etkisini değil, ABD'deki iş yaratma üzerindeki etkisini düşünmüştür.

Uruguay anlaşmalarından bazıları ikili standartları yansıtmaktadır. Örneğin, Tarım anlaşması farklı nedenler ve yollarla küresel fiyatları düşürerek gelişmekte olan ülkeler için gelişme potansiyelinin azaltacağını öngöremiyor, ancak bu ülkelerden



kendi piyasalarını açmaları beklemektedir. Gelişmiş ülkelerin görece üstünlüğe sahip oldukları endüstriyel ürün üretimi alanda tarife değişikliği yapmaya hak verildiği barızdır (İsmail, 2003: 111).

Ticarete ilişkin yatırım anlaşmaları, endüstriyel kalkınmayı desteklemek için politika müdahalelerini sınırlandırmaktadır. Geçmişte gelişmiş ülkeler ekonomik kalkınma stratejilerinde benzer araçları kullanmalarına rağmen bu yükseliş basamağını geliştirmekte olan ülkelerin önünden kaldırmaya çalışmaktadırlar (Ha-Joon, 2002: 48).

Birleşik ekonomi olarak kabul edilen küreselleşme olgusunun akabinde gelen en önemli olaylarından biri, 1990'lı yıllarda uluslararası ticaretteki hızlı artışı. Aslında, bu olay son yıllarda düzenli olarak dile getirilmiş olsa da, küresel ticaretin asıl dalgası II. Dünya Savaşı'ndan buyana başlamıştır. 1980 yılından sonra, ortalama dış ticaret büyümede bir düşüş gözlenmiş, 1980'de 198 milyar dolar değerindeki ihracat 1990 yılında 387.3 milyar dolara yükselmiştir. Bu rakam ihracatın neredeyse iki kat arttığını göstermektedir. 90'lı yıllar önemli yapısal değişiklikler sayesinde dünya ihracatının ivme kazandığı yıllardır.

Yukarıda belirtildiği gibi, 90'lı yıllar, uluslararası ticaret için önemli bir dönem olup özellikle o dönemde bilişim ve iletişim alanındaki gelişmeler uluslararası ticaretin hızlı gelişimine zemin hazırlamıştır (WTO, 2001: 18).

Uluslararası ticaretin gelişmesine katkıda bulunan faktörler arasından uzmanlığın gelişimi ve hizmet maliyetlerinin düşüşüne değinebiliriz. Bu kapsamda ulaştırma ve haberleşme maliyetindeki azalma ve hızlanma kayda değerdir, bunların bazı örnekleri şu şekildedir: 1960 ve 1990 yılları arasında meydana gelen gelişmeler sayesinde ulaşım maliyetleri %60 oranında azalmıştır; 1970 ve 1990 yılları arasında ise internet ve elektronik posta vb. gibi gelişmeler sayesinde iletişim masrafları büyük ölçüde düşürmüştür (Gökdere 2001: 37).

Taşımacılık ücreti doğrudan ticaret hacmini etkileyebilir. Nakliye masrafları, malların bir noktadan diğer noktaya etkin bir şekilde taşınıp teslim edilmesini sağlamak için ödenmesi gereken tüm masrafları içermektedir. Buna nakliye, yükleme ve boşaltma ücretleri, taşınırken ihtiyaç duyulan ürünler vb. de dahildir. Uluslararası ticarete taşımacılığın en önemli kısmı uluslararası deniz taşımacılığı ile gerçekleşmektedir. Örneğin, Türkiye'nin dış ticaretinin yaklaşık %42'si, ithalatta ise

yaklaşık %50'si denizyolu ile gerçekleştirilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri için bu değer 1994 yılında sırasıyla yaklaşık %52 ve %35'e karşılık gelmektedir.

Mantıklı olarak bir malın iki ülkedeki fiyat farkı onun taşıma masrafından büyük olması durumunda taşıma konusu olabilir. Bunun için ilgili kişiler farklı yöntem ve teknikleri kullanarak taşıma masraflarını azaltmaları mallara ticari değer kazandırabilirler (Seyidoğlu, 1999: 93).

## **1.2. ULUSLARARASI TİCARET**

Günümüzde, uluslararası ticaret, gelişmekte olduğundan ve aynı zamanda dünyadaki ekonomik yakınsamaların genişlemesi sonucunda, uluslararası rekabetin kaynağı haline gelmiştir ve böylece ülkelerin katılımını sağlamıştır. Bu süreç piyasaların küreselleşmesini sağlayarak olup küresel etkisinden dolayı da, uluslararası ticaret üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır. Bu argümanla, ülkeler arasındaki ticaretin gerçekleşmesi, ne sebeple olursa olsun, küresel üretim ve tüketim seviyesinin yanı sıra ticarete katılan ülkeler için enerji, teknoloji vb. alanlarında daha fazla büyüme sağlayacaktır.

Uluslararası ticaretin başlamasından buyana, hükümetler ihtiyaçları karşılamak ve diğer ülkelerin mal ve hizmetlerine ulaşabilmek için dış ticaret yapmaya başlamıştır. Geçmişte, toplumun sadece maddi ihtiyaçlarını karşılamak, ülkelerin uluslararası ticaret alanına girmeleri için temel motivasyon iken, günümüzde ekonomik ve siyasi hedefler de aranıyor. Bazı ekonomistler, ülkelerin sınırlarının birbirine açılması, uluslararası ticaretin genişlemesi, ülkelerin verimli bir şekilde üretim yapılması ve ekonomisinin güçlenmesine olumlu katkı sunacağına inanıyor (Langhorne, 2001).

## **1.3. ULUSLARARASI TİCARETİN ETKİLERİ**

### **1.3.1. Serbest Ekonomi Üzerinde**

Ticaret, üretim ve teknoloji transferinin artmasında önemli bir araçtır. Şüphesiz, bu artış, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerin daha üretken olmalarını

sağlayacaktır. Uluslararası iş geliştirmeyi, teknoloji transferini ve ithalat ve ihracatı kolaylaştırılabilecek çeşitli süreçler bulunmaktadır. İlk olarak, ihracat yoluyla yabancı temsilcilerle temas ve iletişim kurmak, yabancı teknik bilgilerin daha hızlı aktarılmasına yol açabilir. İkincisi, ithalat yoluyla yabancı ürünlere erişim, ülke içinde aynı ürünün benzerinin üretimini mümkün kılmaktadır. Her iki mekanizma da, bir sektörde üretim faktörlerinin verimliliğini artıran ve iç brüt üretimin artması büyük bir oranda o sektördeki dış ticaret hacmi ile bağlantılıdır.

Ülkelerin birbirleriyle etkileşime girme ihtiyacının artması nedeniyle, bir yandan ihtiyaçların giderilmesine hizmet etmekte, diğer yandan da ülkeler için gelir kaynağı sağlamaktadır. Ticaretin büyümesine ve bu sürecin yavaşlatan faktörlerin ortadan kaldırılması yaşam standartlarının iyileştirilmesi, istihdam koşullarının sağlanması, gerçek gelirlerin artırılması, talebin artırılması, küresel kaynakların daha verimli kullanılması ve küresel üretim ve ticaretin yaygınlaştırılması ile sonuçlanmaktadır. Buna dayanarak, uluslararası iktisat, farklı ülkelerin ekonomik ilişkilerini ve bu ilişkilerin ve işlevlerinin nasıl geliştiğini inceler. Bu arada, uluslararası ticaret teorileri, uluslararası ekonomi alanındaki olayları analiz etmek ve onları daha iyi anlamak, yeni yöntemler sunmak ve uluslararası ekonominin verimliliğini artırmak için çok elverişlidir.

Önceki dönemlerin tüm ekonomik değişikliklerini inceleyerek ve çeşitli fikirler sunarak, uluslararası ticaret, bir yandan, dünya standartlarında rekabet yaratarak, kaynak tahsisini geliştirerek, modern teknolojiye erişimi artırarak, üretim maliyetini düşürerek, ürünlerin kalitesini yükselterek ekonomik büyüme ve gelişmede etkili bir faktör olmuştur. Diğer taraftan doğru ortamın sağlanmasıyla gerekli becerileri geliştirmede, teknik ve modern bilginin aktarılmasında ve insani sermayenin gelişmesinde önemli role sahiptir (Hill, 2013).

Sonuç olarak, ileri teknoloji ve eğitimi kullanan vasıflı işgücü, uluslararası rekabetçiliği arttıracak ve böylece daha yüksek dış ticaretin yanı sıra yüksek kalitede mal üretimine neden olacaktır. Ancak, Amerika Birleşik Devletleri gibi gelişmiş ülkeler bazı gelişmekte olan ülkelere uyguladığı kısıtlamalar ve baskılar nedeni ile o ülkenin ekonomistleri daha fazla ambargoların başarılı olup olmadığına odaklanmışlar. Ancak, hala yaptırımların bir dış politika aracı olması tartışma

konusudur zira dış politikanın temel özelliklerinden biri yaptırımların maliyetini tartışmaktır.

Bu önlemler ve yaptırımların felsefesi, hedef ülkelerde maliyetleri arttırarak ekonomik olarak daha düşük refah nedeniyle bir değişiklik olma olasılığını arttırmaktır. Öte yandan, yaptırımlar ve yasaklar hedef ülkeyi bazı ticari faydalardan mahrum bırakıp refah düzeyini azaltmaktadır.

### **1.3.2. Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerinde**

Gelişmekte olan ülkelerde ticaretin önündeki en önemli engellerden biri, ucuz kaynak yetersizliğidir. Dış krediler ve uluslararası yardım yoluyla ödemeler dengesi açığı kapatılmazsa, para değerinde bir düşüş ve bunun karşısında döviz kurlarında bir yükseliş ile sonuçlanabilir. Dolayısıyla bunun sonucunda ihracat daha ucuz ve ithalat daha pahalı gerçekleşecektir. İthalat ve ihracatın nisbi fiyat farkı, açığın telafi edilmesi noktasına kadar devam eder (Langhorne, 2001).

İhracat artarken, ithal malların ithalatının azalması ve onların tüketimine olan istek, aşırı pahalı ve kıt olmasına sebep olacaktır. Dolayısıyla düşük gelirli kişiler için ulaşılmayacak hale gelecektir. Diğer taraftan ise ihracatçıların mal ihracatı yapmak istedikleri durumda da yerli malların pazarlanmasına yol açacaktır. Böylece, serbest ticaret genellikle düşük gelirli grupların gelişmesi ve mükemmelliğini engelleyen biçimde çalışacaktır. Dolayısıyla, gelişmekte olan ülkelerde serbest ticaret politikası kısmi ve aşamalı bir şekilde uygulandığı görülür. Yani, devletler, ithalatı kontrol altında tutacak ve ihracatı geliştirecek politikalar yürüterek uluslararası borç ve alacaklarını dengeleyebilir. Bununla birlikte ülkenin özel şartlara haiz olan bazı kısımlarında serbest ticaret politikası olarak uygulanmakta olabilir.

### **1.3.3. Ekonomik Büyüme Üzerinde**

Ekonomik büyüme ve gelişme, herhangi bir ekonominin takip ettiği hedeflerden biridir. Sebep, büyüme sürecinde gerçekleşebilecek birçok fayda ve avantajın varlığıdır. Örneğin, bazı ülkeler için uluslararası pazarlara tedarik sağlamak üzere ticarete ve üretime yönelmek büyük bir başarı elde etmektir. Nitekim,

ekonominin kapısının dış ticarete açılması, daha fazla rekabete yol açacak ve rekabetin artmasıyla birlikte yerli firmalar mevcut kaynakları daha verimli kullanarak verimliliklerini artıracaklardır.

Hill (2013) ticaretten elde edilen faydalar ve ekonomi üzerindeki etkisi hususunda, mal üretimi ile ilgili imkan ve kaynaklara sahip olan ülkelere o mal üretimi konusunda uzmanlaşma fırsatı verdiğine inanmaktadır. Ayrıca, pazarları küçük ve üretim maliyetleri yüksek olan gelişmekte olan ülkelerin ticareti için de ihracat pazarı oluşturmaktadır. Bu da onların maliyetini düşürmekte etkili olacaktır.

Uluslararası ticaret teorisi dünya pazarına açılmak için bir güven verici yoldur (Ethier ve horn, 1984). Gelişmekte olan ülkelerin pazara açılmaları için uygun bir fırsattır, çünkü genel olarak gelişmekte olan ülkelerin sanai ve tarımsal sektörleri tam ve etkin bir şekilde kullanılmadığı bilinmektedir. Böylece, ticari ilişkilerin boyutunun artmasıyla birlikte, bu ülkelerin üretimi arttırılacak ve üretim fazlalığı ihraç edilebilecektir.

Bir ülkenin üretim faktörleri (çalışan ve sermaye) artarsa, bu değişiklikler ekonomi elemanlarının güçlenmesine sebep olup üretimi, tüketimi, uluslararası alışveriş oranını ve küresel refahın düzeyini etkileyebilir. Teknoloji ve teknik bilginin gelişmesi de benzer bir etkiye sahiptir. Burada küçük bir ülke ile büyük bir ülke arasında ayırım yapmak zorundayız, küçük bir ülkeden kastımız uluslararası ticarete katılım oranının düşük olduğu bir ülkedir. Böyle bir ülke pazardaki bir imalat birimi gibi küresel pazarın fiyatını kabul ederek uluslararası ticarete katılacaktır. Bu nedenle, küçük ülke küresel fiyatlar üzerinde bir etki yapamazken, dünya ihracatının ve ithalatının önemli bir yüzdesine sahip büyük ülkeler pazar fiyatını lehine değiştirebilir (Hill, 2013).

Ekonomik literatürde uluslararası ticaret ile büyüme arasında iki yönlü sık bir ilişkinin bulunduğu vurgulanmaktadır. Ekonomik büyümenin uluslararası ticarete etkisi ile ilgili iki temel konu vardır:

A) Ekonomik büyümenin değişim koşullarına etkisi.

B) Ekonomik büyümenin - uluslararası ticaret üzerindeki etkisi aracılığıyla - ekonomik refah düzeyi üzerindeki etkisi.

Genel olarak, ekonomik büyümenin uluslararası ticaret üzerindeki etkilerinin teorik olarak gözden geçirilmesi için her ülkenin üretim faktörü ve belirli teknolojiye

sahip olduğu varsayılmaktadır. Ayrıca, insanların zevkleri belirli ve değişmezdir, bu yüzden kesin bir haritaya sahip olduklarını söyleyebiliriz. Bu durumda, bir ülkenin üretim faktörleri gibi güçleri değişip teknoloji ile birleşirse, bu değişiklikler ilgili ülkenin üretim eğrisini de değiştirebilir. Bir ülkenin halkının zevkinde bir değişiklik de yeni bir kayıtsızlık haritası verir. Bütün bu değişiklikler, ticaret ilişkisini ve ticaret hacmini etkiler, ancak değişim hacmiyle ticaret hacmi arasındaki ilişkinin ne kadar etkilendiği meydana gelen değişimin miktarına ve türüne bağlıdır.

Son yıllarda, gelişmekte olan ülkeler, dış ticaretin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ve ekonomik büyümenin dış ticaret üzerindeki etkisi ve ülkenin ekonomik koşullarını göz önünde bulundurarak çeşitli ticaret politikaları geliştirilmişlerdir. Dış ticaret ve ekonomik büyümeyi kendi aleyhine değerlendiren ülkeler İthalat geliştirme stratejisi ve dış ticaret ile ekonomik büyümeyi kendi lehine değerlendirenler ise bir ihracat geliştirme stratejisini benimsemiştir. İhracat strateji mi başarılıdır yoksa İthalat stratejisi mi, tabi ki ülkelerin ekonomik büyüme kaynakları ve ekonomik koşullarına bağlıdır. Dış ticaretin ekonomik büyüme üzerindeki etkisine dair iki görüş bulunmaktadır:

Hummels "Para Akışı" olarak adlandırılan teorisinde, ülkenin ihracatı ithalatından daha fazla olduğu ülkeye altın akışı ve bu akışı takiben yerel fiyatlar artmasını vurgulamaktadır. Bu teoriye göre, yerel fiyatların artması da ihracatın azalışı ve ithalatın artışı ile sonuçlanabilir. Dolayısıyla serbest ticaretin uygulandığı şartlarda, ülkenin para gelir ve çıkışları dengede olacaktır ve böylece altın akışı o ülkenin ekonomik gelişimi düzeyi ile orantılı olacaktır.

John Stuart Mill, ticaretin etkilerini "doğru etkiler" ve "dolaylı etkiler" olarak ikiye ayırmıştır. Ona göre, uluslararası ticaret, üretim faktörlerinin verimli olmasına neden olmaktadır.

Birinci grubun tersine serbest ticaret ile ilgili farklı görüşe sahip ikinci bir grup bulunmaktadır. Bu grup, serbest ticaretin ancak yakın gelecekte ideal bir fikir olma görüşünü savunuyor. Bunun için her ülkenin durumuna göre gümrük vergileri ve dış mal ithalatını yasaklayarak üretim temellerinin güçlendirmesine yönelik adımlar alınmalıdır.

Hans Wallfgang Singer'e göre, serbest ticaret gelişmekte olan ülkeler için ancak uluslararası şartlar uygun hale gelmeleri durumunda yararlı olacaktır, aksi takdirde bu ülkelerin zararına bile olabilir (Langhorne, 2001).

Ekonomik büyümenin dış ticaret hacmini nasıl etkilediği iki farklı faktöre bağlıdır:

- 1) retimin Etkisi: ihracat mallarının üretiminde artış oranı ve ithalat mallarının üretiminde artış oranı.
- 2) Tüketimin Etkisi: ulusal gelirin ekonomik büyümeyle arttığında, ülkenin tüketim modeli.

Hem retim hem tüketim, her ikisi de ticarete uygunsa, ticaret hacmi daha hızlı artacaktır, ancak, her ikisi de ticarete uymuyorsa, o zaman ticaret hacmi ürünün büyümesiyle orantılı olarak yavaşlar ve tamamen çökmeye kadar devam edebilir. Eğer retim ticarete uygun, ve tüketim ticarete uymuyorsa veya tam tersi, bunun tersi durumda, ticaret hacmindeki değişiklikler bu iki karşıt kuvvetin net etkisine bağlıdır. Üretim ve tüketimin birbiriyle ntrleştiği durumda, ticaretin büyüme hızı, ürünün büyüme hızıyla aynı olacaktır (Fernandez ve diğerleri, 1998).

#### **1.3.4. Ticaret ve Finansal Gelişme zerinde**

Günümüzde, çeşitli ekonomik faaliyetlerin gelişimi, finansal hizmetlere erişimlerine bağlıdır ve bu sektör şimdi modern ekonomilerin ve dünyadaki genel ekonomi sisteminin önemli ve gelişmekte olan yüzüdür. Genel olarak, ekonomideki dört ana pazar olarak emtia, iş, para ve sermaye pazarlarını kapsar. Emtia ve işgücü piyasaları dahil olmak üzere ekonominin tüm sektörlerine kaynak tahsis etmede aracı olmasının yanı sıra, finansman maliyetlerini düşürerek ve tasarruflu ve verimli kullanıma teşvik ederek, uzun vadede ekonomik büyümeye büyük katkıları sağlar. Son yıllarda ekonomik büyüme ve uluslararası ticaret gibi ekonomik performans ve finansal gelişme arasındaki ilişki ekonomistler tarafından odak noktası olmuştur.

### **1.3.5. Ticaret ve İnsani Gelişme Üzerinde**

1990 yılına kadar, geleneksel görüş, kişi başına düşen üretim hacmini ülkelerdeki refah seviyesini ölçmek ve karşılaştırmak için bir gösterge olarak kullanılabileceği yönündeydi. Ancak, BM Kalkınma Programı, İnsani Gelişme Endeksi'ni önceki endeksten farklı bir şekilde tanımladı. Yeni göstergede gelire ek olarak, eğitim ve sağlık durumu ve düzeyi de refah ölçümünü etkileyen faktörler arasında yer aldı. Birleşmiş Milletler, birçok ülkede insani gelişme endeksini ve ticaretin insani gelişme açısından önemini incelemek üzere çeşitli çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmaların sonucu uluslararası ticaret ile insani gelişme endeksi arasındaki pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermiştir. Ticaret, gelirleri artırarak insanların yaşam standartlarını olumlu yönde etkilemektedir ve gelirdeki bu artış, eğitim ve sağlık hizmetlerinden yararlanmalarını sağlamıştır. Bunlara ek olarak hükümet tarafından sağlanan daha kaliteli sosyal hizmetlerden de yararlanmalarına fırsat sunmuştur (Ethier ve Horn, 1984).

### **1.3.6. İstihdam Üzerinde**

Dış ticaret, rekabet ortamının şekillenmesinde hayati role sahiptir. Ülkelerin istihdam durumundaki herhangi bir gelişme, devletin demografik ve eğitimsel politikalarına yanı sıra ilgili devletin ihracat yatırımı düzeyi ile de bağlantılıdır. Böyle bir durum ve koşullarda, bir ülke ihracat açısından büyümekte olan bir eğilimi benimserse, güçlü, verimli ve üretken bir iç pazar yaratabilecektir. Böyle bir iç pazarında hem kaynak dinamiği, hem de ekonomi güçlenmesi olacaktır. Bu durumda, bir yandan ekonomik büyüme yeni istihdam olanakları yaratarak piyasayı olumlu bir şekilde besleyecektir. Dolayısıyla, dış ticaretin gelişimi hem kısa hem de uzun vadede istihdam düzeyini olumlu yönde etkileyebilir (Langhorne, 2001).

### **1.3.7. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Üzerinde**

Uluslararası ticaret ile üretim arasındaki ilişki, literatürde tartışılan konulardan biridir. İçsel büyüme teorisi, ticaretin ekonomik üzerindeki etkileri için çeşitli



mekanizmalar sunmuştur; bunlardan bazıları şunlardır: dış pazarlara erişim, ölçekten yararlanma, ara ve sermaye mallarının ithalatı ve sistematik politikaların benimsenmesi (Esfahani ve diğerleri, 2013). Öte yandan, uluslararası ticaret, gelişmiş sermaye malları ithalatı yoluyla teknoloji transferini de gerçekleştirebilecektir. İçsel büyüme modellerinde, ticaret engellerinin azaltılması, büyümenin ve üretimin en büyük itici güçlerinden biridir. Ticaretin üretime olan etkisi, yatırım miktarı, teknolojiye erişimi, işgücünün uygulamalı eğitimi ile doğru orantılıdır. Walesa'daki büyüme patenine dayanarak, teknolojisinin transferinde dış ticaret ihracatı artırarak ve aynı zamanda gayri safi yurtiçi hasılayı güçlendirerek önemli role sahiptir. Kullanılmayan kaynakların ihracatının arttırılması gayri safi yurtiçi hasıladada artışa yol açabilmektedir.

#### **1.4. TİCARETİ GELİŞTİRME STRATEJİLERİ**

Çeşitli teorilere dayanarak, ticaretin gelişmesi veya kısıtlanması için üç tip strateji düşünülmektedir:

##### **1.4.1. İhracat Geliştirme Stratejisi**

İhracat geliştirme politikasının araçlarından biri, ihracat sektöründe vergi indirimleri yaparak ihracatçılara sübvansiyonlar tanımış olmak ve neticesinde ihracatı teşvik etmektir. Bu stratejinin diğer araçları arasında serbest ticaret bölgeleri, gümrük birliği, ortak pazar ve ekonomik birliğin oluşturulması yer almaktadır. Ancak, makroekonomik prensipler açısından, ödemeler dengesi ve diğer olumsuz etkiler üzerindeki etkisine bakılmaksızın, bu politikanın kullanımı yanıltıcı ve risklidir.

##### **1.4.2. İthal İkamesi Stratejisi**

Bu politika, destekleyici bir yaklaşım çerçevesinde ekonomik gelişmenin bir yoludur. Bu politika 1950'lerde uygulamaya konulmuş ve 1960'larda tadilat sürecinden geçirilerek revize edilmiştir. Günümüzde Latin Amerika ülkeleri de dahil olmak üzere

birçok ülke, iktisadi büyüme ve modernizasyonun temel aracı olarak ithal ikame sanayileşme politikasını benimsemiştir.

### **1.4.3. İhraç İkamesi Stratejisi**

Bu politikada iki görüşe bakılabilir: birincisi, temel mal ve hammadde ihracatının gelişimi ve diğeri ise hammadde ihracatı yerine işlenmiş ve kullanıma hazır endüstriyel malların ihracatının geliştirilmesidir. Ancak geliştirme stratejisinde ihracat için genel olarak tarımsal ve maden hammaddeler üzerine odaklanmıştır.

## **1.5. TİCARETİ KISITLAYAN NEDENLER**

### **1.5.1. Gümrük Vergileri**

Günümüzde, ülkeler bir takım ticari kısıtlamalarla karşı karşıyadır. Ticaret kısıtlamalarından etkilenmeyen ticari ürün sayısı yok denecek kadar azdır. Günümüzde, ticaret alanında yürürlükte olan en önemli politikalardan bir gümrük vergileridir: Gümrük tarifeleri bir ülkenin diğer ülkelerle ticaretini biçim ve hacim açılarından etkilemektedir. Devletler farklı ürünlere farklı gümrük tarifeleri uygulayarak malların nispi fiyatlarını ve bunların dış ticaretteki parametrelerini önemli ölçüde değiştirmektedir.

Gümrük vergileri devlet vergilerinden olup ithal veya ihraç amaçlı sınırdan veya gümrükten transfer olan malların değer ve türüne göre tahsil edilmektedir. Genel olarak, gümrük vergileri yasa ve yönetmeliklere uyarak ve malın tür ve miktarına bağlı olarak "Hacimsel Gümrük Vergisi", "Değersel Gümrük Vergisi" ve "Karma Gümrük Vergisi" olarak üçe ayrılır.

Bazı ekonomistler, uluslararası serbest ticaretin yararları nedeniyle ülkelerin ticaretini kısıtlayacak gümrük vergi yatırımlarına karşıdırlar. Öte yandan, birçok ekonomist ise, ülkenin bağımsızlığını korumak için gümrük vergileri uygulamalarını yararlı bulmaktadırlar. Gümrük vergilerinin uygulanmasının önemli etkilerinden oluşmuş sanayi alanlarını korumak, devlete gelir getirmek, gelirin yeniden dağıtımının sağlamak gibi faktörlere değinebiliriz.

Tabi ki, devlet için bir gelir kaynağı olup toplumun refah düzeyini yükseltebilir, ancak yüksek gümrük vergileri o sektörde ve benzer malların ülke içinde fiyat artışına sebep olacaktır.

### **1.5.2. Ticari Ortakların Güvenirliği ve Değişim Maliyeti**

Uluslararası ticaretteki ticari ortakların güvenilirliği ihracat ve ithalat yapan tarafların araştırması gereken önemli bir husustur. Bu faktör iş ortaklarının ticari karar vermesini doğrudan etkiler.

Dış ticaret, farklı yasal ve hukuki sistemlere sahip ticaret ortakları arasında değişimlerin gerçekleşeceği bir süreç olduğu için yapılacak sözleşmeler yüzünden aşırı bar hassiyet gerektiren bir konudur. Eşit koşullarda bir malın yurt dışına kredi ile satışı yurt içine satışından daha hassas ve zordur. Zira alıcı tarafın itibari bilgilerine ve para transfer durumundan kesin bir bilgiye ulaşmak kolay bir iş değildir. Ayrıca, yabancı bir alıcı satın aldığı malın parasını ödemek istemediği takdirde yabancı alacaklı taraf için borç tahsilatı süreci oldukça karmaşık ve maliyetlidir ve bazı durumlarda da yapılamayacak bir iştir.

Bunların yanı sıra, alıcı tarafın iflası, ülkelerdeki savaş ve karmaşaların çıkışı, devletler tarafından uygulanan yaptırım ve sınırlamalar vs. gibi fors majör durumlar da ek nedenler arasındadır. Bu tür olayların ortaya çıkışı malın alıcıya tesliminden önce olursa satıcı sözleşme maddelerini ihlal edebilir. Bu durum malın tesliminden sonra ortaya çıkarsa alıcının ödeme yapması veya yapamaması söz konusu olabilir. Bu olaylar dış ticaret maliyetini ters etkileyen faktörlerdir.

### **1.5.3. Kültürel Farklıklar**

Piyasalar, rekabet ve organizasyonlar küreselleştikçe tacirler, siyasetçiler ve tüketiciler de farklı kültür ve geleneklere sahip toplumlarla karşılaşp onlarla etkileşime girmeleri kaçınılmazdır. Kültür ve inançların farklı olması sonucunda yanlış anlaşılmanın meydana gelmesi olasıdır. Bu durum hatta yüksek maliyetli başarısızlıklara bile yol açabilir. Bu kültürel farklılıkların yanlış yönetilmesinin yüksek risk taşıması anlamına gelmektedir. Genel olarak, eğer potansiyel dış pazar,

kültürel açıdan menşe ülkeninkinden farklı olursa, pazarlama maliyetleri de aynı oranda yüksek olacaktır.

Kültürel faktörler dış pazarların seçileceğini etkilemesini savunmaktadır. Bu nedenle, ihracat yapanlar kendi ülkesine daha kültürel yakınlığı olan bir pazarı tercih etmesi mantıklıdır. Ayrıca, kültürel homojenlik, sözleşme maliyetini de düşürür. Çünkü kültürel benzerlikleri sonucundaki etik benzerlikler iş ortaklarının güvenilirliğine katkıda bulunur ve böylece dış ticarete değişim maliyetini düşürür.

#### **1.5.4. Nakliye Maliyetleri**

Ticaret, mal sahipliğinin değiştirilmesinden ibarettir, bu devir işlemini mümkün kılan da taşımacılıktır. Nakliye maliyeti genellikle malın fiyatını büyük ölçüde etkileyen faktördür. Alışverişi yapılan malların uzak bir ülkeye sorunsuz ve eksiksiz olarak taşıyıp ulaştırılması sorunsuz bir süreç değil ve bunlarla başa çıkmak maliyetli bir süreçtir. Dolayısıyla, dış ticaretin olmazsa olmazı olan taşımacılık, aynı zamanda bir ticari engel olarak da tanımlanabilir.

Bu maliyetler dış ticaret kombinasyonunu etkilemekle bölgesel modelleri de etkileyebilir. Bir başka deyişle, diğer şartların sabit olmaları varsayılarak nakliye maliyeti, dış ticareti “düşük hacimli - yüksek değerli” malların ihracatına yönlendirecektir. Çoğu zaman, ihracatın coğrafik yönünü bile tayin eden faktördür.

#### **1.5.5. İş Ortaklarının komşu ülkeden olmaları**

Ülkelerin komşu olmaları ticari faaliyetlerinin seviye ve hacmini etkileyebilir. İki ülke arasında yeterince uzun sınırlar varsa, bölgesel ticaret için güçlü bir potansiyelin varlığı anlamına gelmektedir. Bu husus ile ilgili çeşitli imkanlar bulundurulabilir: Örneğin, sınır piyasaları. Aynı zamanda, ülkeler arasında demiryolu ve karayollarının bulunması uluslararası ticareti önemli boyutta kolaylaştırabilir. Taşımacılıkta maliyet de tartışılmalı konulardan biridir.

Torsten Alleung'a göre sınırda yapılan değişimler, işlem maliyetlerini düşüren bir yöntemdir. Başka bir deyişle, nakit olarak gerçekleştirilebilecek bu tür ticaret, krediyle yapılacak alışverişlere nazaren daha düşük risk taşımaktadır. Çünkü sınır

değişimlerinde ithalatçı veya ithalatçı karşı taraf ile birebir irtibata geçip yakından tanışabilirler. Dolayısıyla, bu tür değişim işlemlerinde maliyetler çok düşüktür.

#### **1.5.6. Ülkelerin Yüz Ölçümü**

Ülkelerin yüzölçümü büyüklüğü aynı zamanda ülkeler arasındaki ikili ticaret hacmini etkileyen parametrelerden biridir. Ülke büyüklüğü, talep hacmini ve ülke pazarının büyüklüğünü göstermektedir. Bu değişkenin ülkeler arasındaki ticaret miktarı üzerinde olumlu etkisi vardır. Bu nedenle, ticaret yapacak ülkeler ne kadar büyük olursa ticari faaliyetler de aynı oranda büyük olacaktır.

#### **1.5.7. Enflasyon**

Genel olarak, ekonomi teorisyenleri arasında fiyatlarda hızlı ve beklenmedik artış anlamına gelen enflasyonun nedenleri ve kaynakları tartışma konusudur. Bu görüşlere dayanarak, iç enflasyona neden olan faktörlerden biri ithal enflasyondur. İthal enflasyon, küresel enflasyonun her ülkenin ekonomisine yayılması ve yansımaları anlamına gelmektedir.

Bu tür enflasyon, farklı ürünlerin üretiminde veya küresel tüketimde ana emtiaların fiyatının bazı doğal faktörler veya siyasi-iktisadi kararlar nedeniyle yükselmesidir. Genel olarak, ithal enflasyon iç ekonomiyi iki şekilde etkileyebilir:

##### **1.5.7.1. İthalata Bağlı Enflasyon**

Dış ticaret, ithalat ve ihracat olarak iki bileşenden oluşmaktadır. İthalat, malın türüne bağlı olarak doğrudan ve dolaylı olarak iç enflasyonu etkiler. İşlenmiş ithal ürünlerin fiyatı arttığında, bu fiyat artışı doğrudan genel fiyatlarda kendini gösterir. Dolaylı olarak da ilk önce, hammadde ve yarı mamul ürünlerin fiyatlarındaki artış, üretim maliyetinde bir artışa yol açıp ardından bu fiyat artışı tüketicilere aktarılır. Üçüncü durum ise ihracat ile gerçekleşmektedir.

### **1.5.7.2. Döviz İstikrarsızlığı Sonucu Meydana Gelen Enflasyon**

Uluslararası ticaret ödemelerindeki dengesizlik negatif yönde ise, yani, tahsilat edilmemiş alacaklar ödemelerden daha fazla ise bu durum ulusal para değerinin düşüşüne ve bununla birlikte ithal edilen üründen gıyabında artışa sebep olabilir. Öte yandan, ülke içinde üretilen mallar yabancılar için daha düşük maliyetli olup ihracat artacaktır. Sonuç olarak, iç piyasada arz azalıp fiyat artacaktır. Eğer dış ödemeler dengesi pozitif yönde ise, topluma yeni gelirler sunulacaktır. Bu gibi durumlarda bireyler tüketime birikimden daha fazla meyilli olup fiyat artışı meydana gelmektedir.

Belirtildiği gibi, ithal edilen malların fiyat endeksi iç enflasyon üzerinde etkilidir. Ancak bu endeks kendisi döviz kuru, ticaret tarafı olan ülkelerinin enflasyon durumu ve gümrük tarifeleri gibi faktörlerden etkilenmektedir.

## **1.6. ULUSLARARASI TİCARET TEORİLERİ**

Tüm çağlarda üretimi, değişimi ve dağıtımı ile ilgili ekonomik sorunlar vardı. Çünkü hiç bir toplum, onlarsız ayakta duramaz ve şüphesiz, insanlar sürekli düşüncelerini bu hayati mevzuların araştırılmasına adanmıştır. Dolayısıyla, ekonomistler her dönem bir şekilde bu üç konuyu vazgeçilmez bir ekonomik faaliyet olarak ele alıp incelemişlerdir. Bu nedenle, insan toplumları mal alışverişi ve dağıtımı ile ilgili bir problemle yüz yüze gelmedikleri sürece Ekonomiye ihtiyaç yoktu, ancak günümüzde ekonomik mevzuatın organizasyon ve örgütlenmesi söz konusu olduğundan ekonomik teoriler de gelişmeye başlayıp gündeme gelmişlerdir.

Ticaret kavramını ve gelişmesinin nedenlerini daha iyi anlamak için en önemli uluslararası ticaret teorilerine göz atalım:

### **1.6.1. Menfaatçil Tüccarlar Politikası (16. Yüzyıl)**

On beşinci ve on altıncı yüzyılın başlarında, batıda büyük jeopolitik keşifler ve yüksek kaliteli hammadde edinimi için büyük fırsatlar sağlanması bağlamında değişiklikler meydana geldi. Bu gelişmeler ticari ilişkilerin kapsamını öncekinden daha da geniş hale getirdi ve Amerika kıtasında altın rezervlerini keşfederek Avrupa

lkeleri veya diğer ülkeler arasındaki ticaret hacmini artırdı. Çok fazla fon ihtiyacı, Batı Avrupa lkelerinin altın ve gümüş gibi pahalı metalleri ulusal bir politika olarak görmelerini sağladı (Tafazzoli, 2005). O dönemde, ülkenin ihracatı artıp ithalat hacmi azaltılırsa o ülke için optimum ekonomik koşullar ortaya çıkacağı iddia ediliyordu. Bu görüş bu şekilde kabul edilirse, ülkelerin kısmi ticaret yaparak kendi zararına ve diğer ülkelerin yararına faaliyete bulunuyor olması da kabul edilmelidir. Başka bir değişle, bu teori ile, gümrük vergilerinin artırılması ve bir şekilde ithalatın önüne engel koyarak kontrol altına alınması ülkenin uluslararası düzeyde statüsünün iyileştireceğine inanıyor.

Bu teori 18. yüzyılın sonlarında David Hume tarafından eleştirildi. Bu teori ülkeye altın ve gümüş girişinin kısa vadede o ülkenin ticari durumunu iyileştirebileceğine inanıyordu, ancak bu devam ederse uzun vadede kötü sonuçlar doğurabilirdi.

1774 yılında, Adam Smith, "The Wealth of Nations" isimli ünlü kitabını yayımladı. Bu kitapta, bütün ülkelerin aynı anda dış ticaret yapabileceklerine inanırken menfaatcil tüccarlar politikası hakim olan ülkelerde bu için imkansız olduğunu vurguluyordu. Adam Smith'e göre, işlerin paylaşımı uluslararası düzeyde ülkelerin çeşitli mallar üretiminde uzmanlaşmasına ve artan verimliliğine yol açacaktır.

Her ne kadar menfaatcil tüccarların ekonomik mevzularının önemi konusunda hemfikir olmasalar da, ekonomik çıkarlar ve ulusal çıkarlar arasında yakın bir bağlantının bulunması üzerinde hemfikirler. Onlara göre, ulusal hükümetin oluşum ve sürdürülmesinin n koşulu ülke içinde pahalı metallerin toplanmasıdır. Menfaatcil Tüccarlar teorisine göre pahalı metaller (altın ve gümüş) ulusal zenginliği oluşturan en önemli öğedir. Dolayısıyla, bunların kazanılması ve korunması ekonomik faaliyetlerin ve politikaların temel amacı olmalıdır.

### **1.6.2. Klasik Politika (1770)**

On sekizinci yüzyılın sonlarında, İngiltere ekonomisi çeşitli endüstrilerin gelişmesi ile yükselmeye başlamıştır. 1700 ile 1770 yılları arasında, İngiltere malları için dış pazarlar, içi pazarlarından çok daha hızlı gelişmeye başladı, İngiltere malları için dış talebin hızlı artması, sanayi devriminin ve insan yaşamının tarihinde ve klasik

politikasının gelişim temelini oluşturmuştur. Klasik politikada en önemli husus uzun vadeli ekonomik büyümedir, mikroekonomide kaynak tahsisi konusuna hiç bir fikri yoktur (Tafazzoli, 2005).

### **1.6.3. Mutlak Avantaj Teorisi (1776)**

Klasik politikasının kurucusu Adam Smith, 1776'da "Milletlerin Zenginliği" kitabında uluslararası ticarette mutlak avantaj unvan adlı yeni bir teoriyi ortaya koymuştur. Uluslararası ticaret teorilerinin çoğunun temelini mutlak avantaj teorisi oluşturmaktadır. Bu teoride uluslararası iş ve uzmanlık paylaşımının altı çizilerek bahsedilmiştir. Adam Smith'e göre uluslararası ticaret küresel refahı artırır. Bu nedenle, her ülke birkaç malın üretimine ve ihracatına odaklanmalı ve geri kalan malları dünyanın diğer ülkelerine aktarmalı, fazlalığını ihraç etmeli ve geri kalan mallarını ithal etmelidir.

Adam Smith'in uluslararası ticaret teorisi ekonomi sınırları içinde ve ülkelerin ilişkilerinin çok iyi olduğu varsayılarak geliştirilmiştir. Ayrıca, bu teoride ülkelerin amacı sırf ekonomik kar ve azami sosyal refah esas alınmıştır. Bu teoriye dayanarak, bütün dünyanın refahını arttırmak için ülkeler arasındaki uluslararası ticaretin daha iyi olması ve devletler mal ve hizmet ithal ve ihracatı önündeki engellerin kaldırmasına yönelik çaba göstermeleri gerekir (Pourmoghim, 2017).

Aslında bu düşüncenin temelini oluşturan ülkelerin çoğu, uluslararası ticarette birçok ticari engeller koyan ülkelerdir. Ekonomik yaptırımlar, batı ülkeleri tarafından diğer ülkelere uygulanan ticari bir engeldir. Bu ülkeler bu teorileri göz önünde bulundurarak ambargolar uygulayarak bu ülkeleri cezalandırıp uyarmaktadırlar. Bu nedenle, Adam Smith'in ekonomi bağlamındaki teorisi pek çok uluslararası ticari uygulamayı ve uluslararası ilişkiyi açıklayamaz hale gelmiştir. Bazı ülkeler ilk olarak dünyanın geri kalan ülkelerini "görece avantajı hilesi" metoduyla kendilerinin tekeli haline getirip onları üretimden ve son teknolojilerinden uzaklaştırdıktan sonra stratejik malların üretim fiyatını arttırarak kendileri tedarik ederek tüketici refahını düşürmektedirler (Saadat, 2014). Uluslararası ticaret teorileri, özellikle Adam Smith'in mutlak avantaj teorisi, dünyanın politik ve ekonomik koşullarını farklı boyutlarda



değiştirdi. Fakat birkaç dekat sonra bu teorinin de kusur ve eksiklikleri ve perde arkası hedefleri ortaya çıktı.

#### 1.6.4. Görece Avantaj Teorisi (1817)

David Ricardo, 1817'de yayınladığı, “Politik Ekonomi İlkeleri” adlı eserinde, görece avantaj teorisini Smith'in teorisine göre daha kapsamlı ve geniş bir şekilde sunmuştur. Mutlak ve görece avantaj teorileri uzun zamandır uluslararası ticaret teorilerinin temel ve yapı taşı oluşturuyordu. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra bu alanda başka teoriler de sunuldu.

Görece avantaj teorisine göre, eğer bir ülke her iki ürün üretiminde diğer bir ülkeye nazaran düşük verime sahip ise, yani hiçbir ürün üretiminde mutlak bir üstünlük sergileyemiyorsa hala bile karlı bir uluslararası ticaret gerçekleştirebilmesi mümkündür. Bir ülke ilk önce göreceli üstünlüğü olan malların üretimi ve ihracatında uzmanlaşmalı, daha sonra göreceli üstünlüğü olmayan malları ithal etmelidir (Salimifar, Mirzaei, 2002). Göreceli üstünlük teorisi şöyle özetlenebilir:

- 1) Üretim faktörü olan işgücü uluslararası değişim ve transferi anlamsızdır (bir ülkenin sınırları dahilinde olabilir).
- 2) İşgücü bir ülke içinde her açıdan homojen ve benzerdir.
- 3) Bu teori iki ülke-iki ürün modeli'ne dayanarak tasarlanıp sunulmuştur.

Bir malın fiyatı, diğer malların temini ile ödenir. Bu gibi durumlarda para aktarımı ve vasıtaları yoktur, Navlun bedeli düşünülmez ve gümrük vergileri veya ticari engeller yoktur. İmalat sektöründe ticaretten faydalanma şekli:

Görece avantaj teorisine göre, her ülke diğerlerine nazaran iyi ve avantajlı olduğu bir ürün üretiminde yoğunlaşıp uzmanlaşır. Ürettikten sonra görece avantajı olan diğer bir ülkenin ürettiği ürün ile değişim yapar. Yani bir ülke görece avantaja sahip olduğu bir malı, görece avantaja sahip diğer bir ülkenin malı ile değişimi sayesinde ihracatını gerçekleştirebilir. Tüketici sektöründe ticaretten faydalanma şekli:

Ticaret izolasyonu durumunda olan iki ülkenin tüketicilik imkanları, o iki ülkenin dönüşüm eğrisindeki noktalar veya iki ülkenin üretim imkanları ile belirlenir. Bir ülkenin tüketim zevk ve tercihleri belirlenirse, tüketim noktaları kesin olarak

belirlenebilir. Genel olarak, ülkeler ticaret öncesi dönüşüm noktasında bulunan noktaları, ticaret sonrası bu eğri dışına taşıyabilir. Bu, ülkelerin ticaretten sonra tüketim imkanlarının artırabilecekleri anlamına da gelmektedir. Dolayısıyla, bu noktalarının dönüşüm eğrisinin dışına aktarılması üretim faktörleri üzerinde olan baskılar ve sınırlayıcı durumlardan dolayı meydana gelmiş ticari izolasyonlar ile imkânsızdır.

Ekonomistlerin uluslararası ticaret alanındaki dikkatini çeken Richardo'nun teorileri arasında uluslararası ticaret teorisi ve göreceli maliyetler teorisine göz atalım. Ricardo'nun göreceli maliyet teorisi, kısmi olarak ticaret gerçekleştirme nedenini açıklıyor, ancak maliyet oranının çeşitli ülkeler için farklı olmasının nedeni ile ilgili bir açıklaması yoktur. Bu açık uçlu soru daha sonralar Huckler tarafından cevaplandırılmıştır. Ricardo'nun uluslararası ticaret teorisi de değişim değeri ve varlık dağılımı gibi bir çok konuda bu teorideki analizler ile bağdaşmaktadır.

Varlık dağılımı teorisinde, Richardo, işçilik ücreti ve kâr arasında ters bir ilişkinin olduğunu açıklamaktadır. Bu yüzden Ricardo, çoğu tarım ürünleri ve çoğaltılabilir ürünler, işçilik masrafı gerektiren ürünler olduğundan tarım sektörünü destekleme politikası gereksizdir ve bu sektördeki ticaret özgürlüğünün karı tarım ürünleri ithalatından daha fazla olması düşüncesindedir (Tafazzoli, 2007).

#### **1.6.5. Karşılıklı Talep Kanunu Teorisi (1873)**

John Stuart Mil, ticaretin etkilerini, doğrudan ve dolaylı etkiler olarak iki grupta tartışmıştır: Ticaretin doğrudan etkisi, üretim faktörlerinin daha fazlasını kullanmak olup dolaylı etkisi ise mal ve hizmet pazarının gelişmesi ve büyümesi, inovasyonun ve verimliliğin artması ve sermaye birikiminin artmasıdır. Değişim Değeri teorisi ise ürünleri üç ayrı sınıfa ayırmaktadır:

- 1) Arzı sabit olup, fiyat belirlemesi arz ve talebi üzerinden yapılır, ancak talep daha etkilidir.
- 2) Sınırsız miktarda ve sabit fiyatlarda üretilebilecek mallar olup fiyatı, düşük verimlilik ile bağlantılı değil. Verimliliği de fiyatı da sabit olan mallardır.
- 3) Üretimleri daha yüksek maliyetle artan mallar olup üretim maliyeti değişen maliyetine karşın sabit kalıp kısa vadede talebi artan ürünlerdir (Mill, 1968,

Tafazzoli'e atfen, 2007). Bu teoriye göre, gerçek uluslararası değişim kuru iki ülkenin birbirlerinin ürünlerine olan talebine bağlıdır.

#### 1.6.6. Heckscher-Ohlin Teorisi (1919)

Heckscher-Ohlin'in teorisi, 1920-1980 yılları arası uluslararası ticaret çalışmasına atıfta bulunur ve ülkenin ihracatının, işgücü ve sermayeye bağlı olduğunu belirtir. Yoğun işgücü nedeniyle, birçok ürün ve mal, diğer ülkelere göre daha düşük fiyatlarla ihraç edilebilir. Genel olarak, Heckscher-Ohlin teorisinin analizinde altı hipotez bulunmaktadır:

- Nakliye maliyetleri ve ticaretteki engellerin olmaması
- Temsilci piyasasında ve emtia piyasasında tam rekabet
- Tüm ürünler eşit ve aynıdır.
- Malın üretim şekli nedeniyle farklı faktörleri vardır.
- Üretim fonksiyonları mallar arasında farklılık gösterir, ancak bunlar iki ülke arasında aynıdır.
- Performans her iki ülkede de aynıdır.

Ricardo'nun teorisi, göreceli avantajdaki farklılık, üretim faktörlerinin verimliliğindeki farklılıktan kaynaklanmasını vurgularken Heckscher-Ohlin, yirminci yüzyılın ilk yarısında sundukları bir teoride göreceli avantajdaki farklılıkları ülkelerin doğal üretim faktörlerinden yararlanma derecesine bağlı olduğunu bildirmişler.

Onlara göre, iki ülkenin üretim fonksiyonları benzer olsa bile yine, her ülke, kendine görece bir üstünlük sağlayacak üretim faktörlerinin fazla olduğu bir ürün bulabilir. İşgücünün sermayeden daha fazla olduğu bir ülkede, sabit teknolojik koşullarda, o ülke işçilik gerektiren üretimlerde görece üstünlüğe sahiptir. Bunun tersine, sermayesi daha fazla olan ülke ise faaliyetin sermaye gerektiren yatırımlara doğru yönlendirmelidir. Böyle bir ülkede sermaye işçilikten daha ucuzdur.

üretim teorisinin uluslararası ticaretin temeli olduğunu kabul eden Ricardo'nun teorisinin aksine, Heckscher-Ohlin'in teorisi, üretimin bolluğunu ve üretim faktörlerini uluslararası ticaretin kurulmasında ana faktör olarak kabul eder. Bu iki ekonomist iki ülkedeki fiyat farkını üretim faktörlerinin nispi çoğunluğuna bağlı olduğunu

savunumaktadırlar. Heckscher-Ohlin'in teorisi de Ricardo'nun teorisi gibi aşağıda belirtildiği ülkeler arası farklılıklara dayanmaktadır:

Piyasada tam rekabet koşulları bulunmaktadır,

Nakliye bedeli dikkate alınmamaktadır,

Üretim faktörleri verimliliği ülkelerde eşittir,

Üretim sonuçları benzerdir,

Ülkelerde zevkler ve tercihler benzerdir,

Farklı ülkeler yer, İşgücü ve sermaye gibi üretim faktörleri açısından farklılıklar göstermektedir.

#### **1.6.7. Üretim Faktörlerinin Maliyet Eşitliliği Teorisi (1948)**

1948'de Paul Samuelson, "serbest ticaret ve üretim faktörleri maliyet eşitliği" kitabında serbest ticareti savunmanın koşullarından bahsetmiştir. Yazar bu kitapta Heckscher-Ohlin teorisini desteklemiştir. Buna göre, eğer üretim faktörleri ülkeler arasında serbestçe alınıp satılıyorsa, o zaman ürünlerin fiyatı tüm ülkelerde aynı olacaktır. Ayrıca, eğer serbest piyasaya katılan ülkeler arasında malların fiyatı mevcutsa, girdi faktörlerinin fiyatı da onlara eşit olacak, yani her ülke tarafından değiştirilebilir.

Örneğin, Meksika gibi çalışma gücü yoğun olan ülkelerde ticaretin yeniden canlanması, giysi üretiminin gelişmesine yol açan çalışma ile ilgili malların (örneğin giyim) fiyatlarının artmasına neden olmuştur. Hazır giyim talebi dış pazarlarda arttıkça, giyim ve giyimde üretim faktörlerine olan talep de artmaktadır. Konfeksiyonun yüksek düzeyde emek gerektirdiği göz önüne alındığında, Meksika pazarındaki emek talebindeki artış, çalışan alımına ve sermaye artışına neden olmuştur. Gelişmiş giyim endüstrisi, çelik endüstrisine nazaran daha fazla işgücü çekebilir. Sermayenin nispi fiyatı işçi ücretinin artışıyla birlikte düşüş gösterecektir. Sonuç olarak, üretim faktörleri her iki sektörde de çok önemlidir ve her iki sektörde de marjinal sermaye getirilerinde azalmaya ve işgücünde artışa neden olur.

Aynı zamanda, ABD gibi sermaye açısından zengin ülkelerde, uluslararası talebi karşılamak için çelik gibi sermaye malları üretilmesi düşünülüyor. Ne kadar fazla çelik üretilirse, üretimde o kadar fazla sermaye gerekir, sermaye fiyatı da o

oranda artış gösterir. Özetle, bu, serbest ticaretin yardımıyla işgücünün yoğun olduğu ülkelerin maliyeti artıp sermayeye sahibi ülkelerin maliyetleri ise azalmaktadır.

Gerçek dünyada faktör fiyatlarının eşitliği aşağıdakilerden dolayı pek görülmemektedir:

- Faktörlerin kalitesindeki farklılıklar
- Üretim teknolojisindeki farklılıklar
- Aynı ürünlerin çıktı fiyatlarındaki farklılıklar.

#### **1.6.8. Uluslararası Ticarete Üretim Döngüsü Teorisi (1960)**

Teknolojik değişimin uluslararası ticaret üzerindeki etkisini inceleyen teorilerden biri de "Üretim Döngüsü Teorisi" dir. Raymond Vernon tarafından sunulan bu teori, iş gücü (üretim faktörü) verimliliğindeki bir fark durumunda, tüketici tercihlerindeki (talep) farklar uluslararası ticaret için bir temel olarak nitelendirileceğini öne sürmektedir. Şimdiye kadar sunulan teoriler, uluslararası ticarete katılan ülkelerde teknolojik değişimin olmadığı varsayımıyla analiz edilmiştir.

#### **1.6.9. Linder'in Teorisi (1961)**

Uluslararası ticaretin yakın zamandaki ve en önemli görüşlerinden biri de Linder'in teorisidir. Bu teori Heckscher ve Ohlin'in teorisinden hemen sonar geliştirilmiş bir tepkidir. Heckscher ve Ohlin'in teorisinin arz tarafına dayalı olduğunu söylemeliyiz. Ancak Linder'in teorisi talebe bağlı olarak geliştirilmiştir. Hammadde ticaretini üretim faktörleri miktarına bağlı olarak açıklayabiliriz ancak, imalatı yapılmış ürünlerin ticaretinde üretim faktörleri miktarı etkili olamaz. Etkili olan faktörler değişim yapan ülkelerin talep benzerliğidir.

Stephen Linder (1961) uluslararası ticareti talep bakış açısıyla inceleyen ilk ekonomisttir. Linder'in teorisine göre, bir ülkenin kişi başına düşen gelir seviyesi, özel zevk ve tarzların meydana gelmesinde etkilidir. Tüketicilerin zevk ve tercihleri farklı seviyelerde talep yaratır ve bu taleplere yönelik imalat firmaları tarafından karşılık verilir. Lindere göre Heckscher ve Ohlin'un teorisi genel olarak hammadde ve doğal

kaynaklardan elde edilmiş malların ticareti ile ilgili olup sanayi ürünlerinin ticareti hakkında bir fikre sahip değildir. Linder'in teorisi üç temele dayanmaktadır:

- 1) Ülkede herhangi bir malın üretmenin ön koşulu, bu ürün için iç pazarda bulunan talebinin olmasıdır.
- 2) Bir ürünün ihracata sunulabilmesi için, iç pazardaki bu ürüne olan talep eskisi gibi olmalıdır.
- 3) Bir pazardaki talep, göreceli üstünlükle üretilebilecek ürünlerin kapsamını belirlediğinden, ticaret modelini iç pazar talebine göre tahmin etmek mümkün olacaktır.

#### **1.6.10. Birikimli Nedensellik Teorisi**

Bu teori Kaldor (1970) tarafından geliştirilmiştir. Buna göre, bölgesel büyüme, o bölgeye ihracat talebinin artmasından etkilenmektedir. Kaldor'un ilk kuralı, çıktı artışı ile çıktı verimliliği ve GSYİH büyümesi arasında güçlü bir nedensellik ilişkisi olduğudur. Büyüme konusundaki ikinci yasası (1966) ayrıca imalat sektörünün ölçeğe göre artan getirilere tabi olduğunu göstermektedir. Kanun, üretim sektörünün tetiği olduğu ve ekonomik büyümeyi teşvik ettiği ve kümülatif nedensellik modellerinin büyümesi için bir temel oluşturabileceği hipotezini desteklemektedir.

Wörrdorn'a (1949) göre, verimlilik artışı ile istihdam artışı oranları arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Kaldor, işe alım ve işe alımdaki büyümenin yerine, çıktı artışı ile ilgilenmiştir. Böylece bu ilişki Wörrdorn-Kaldor yasası olarak adlandırılmıştır. Bu kanuna göre, üretimde verimliliğin artması (ölçeğin dinamik ve sürekli tasarrufundan dolayı) çıktı artışının bir sonucudur. Ölçek tasarrufu iki bölüme ayrılabilir:

- Toplam üretim tasarrufu (sabit tasarruf).
- Ekonomik aktiviteye odaklanmanın, dış sonuçları artırabileceği yönündeki tasarruflar (dinamik tasarruflar).

Kaldor'un üçüncü yasası, imalat sektörünün büyüme hızı ile diğer sektörlerin verimliliği arasında pozitif bir nedensellik bağı olduğunu belirtir. Eğer marjinal emek verimliliği bu sektörlerde üretkenlikten azsa, emek verimliliği ve emek artacaktır. Tirol'a göre (2002), Kaldor tarımsal üretim ve talep segmentinde büyümenin erken

aşamalarında büyüme faktörlerinin yanı sıra son aşamalarda ihracat artışını ifade eder. Son aşamalarda, ihracat ve üretimin hızlı büyümesi, ihracat performansını artıran ve rekabeti etkileyen girdilerin ve girdilerin büyümesini artırmaktadır.

#### **1.6.11. Porter'in Rekabet Üstünlük Teorisi (1990)**

Uluslararası Ticaret alanında boşlukları doldurmak amacıyla 90'lı yıllarda çoklu teoriler geliştirilmeye ve iktisat dünyasının literatürüne girmeye başladı. Küresel ticaret alanında kapsamlı görüşler içeren teorilerden biri rekabet üstünlük teorisidir.

1990'da, Hamilton Porter, "ulusların rekabet üstünlük" başlıklı kitabında bu önemli ve etkili teorisini yayınladı. Bu teoriye göre, uluslararası ticarete başarılı olmak isteyen bir ülke sadece açığı ve belirli göreceli avantajları değil kendi durum ve yapısını ve kapasitesini de bilerek avantajlar geliştirmelidir. Aynı zamanda, küresel bir bağlam ve koşullar sağlayarak ticaret yapanlara yeni bir küresel ticaret alanı geliştirmeye zemin hazırlamış olmalıdır.

Bu görüşe göre, üretim faktörlerinin rolü geleneksel anlamda etkisiz hale gelmiş olup küreselleşme fenomeni tarafından şirketler ve hükümetler için sağlanmış fırsatlar geçmişteki var olan engelleri ortadan kaldırmaya sebep olmuştur. Porter'in görüşünde önemli olan nokta, ticaret ajanları ve ilgili kurumlar seviyesindeki bazı konularda tadilat yaparak işleri daha akıcı hale getirmektir.

#### **1.6.12. Modern Ticaret Teorisi**

Ezeala-Harrison'a (1999) göre, Modern Ticaret Teorisi (MTT), Modern Gelişme teorisinden (MGT) geliştirilmiş olup 1990'larda uluslararası ticaret ve ekonomik büyümeye odaklanmıştır. MGT, teknolojik ilerlemeye ve dış etkilerine ve yeni bilginin bariz bir değişken olarak kullanılmasına odaklanmaktadır.

Bu teorinin asıl amacı şirketler arasındaki bilgi farkıdır ve bilgiyi üretimde önemli bir faktör olarak kabul eder. Bu nedenle, MGT'nin ana doğası sınırlamalara tabidir. Buna göre, şirketlerin verimliliklerini korumak ve güçlendirmek için bilgiye büyük miktarda yatırım yapması gerekiyor. MGT ve MTT arasındaki ilişki, teknolojinin ne ölçüde kullanıldığına ve bilginin farklı ülkelerle ticarete

farklılaşmasına dayanmaktadır. Bu teorilerin hepsi yenidir ve ulusal kaynakların kullanımında rekabet avantajı ve eşitsizliğine odaklanmış olan önceki neoklasik ticaret teorilerinden türetilmiştir. MTT, benzer ülkeler arasındaki endüstri içi ticareti ve küresel ticareti tanımlamak için geliştirilmiştir.





## BÖLÜM 2

### İRAN VE TÜRKİYE ARASI TİCARİ İLİŞKİLER

#### 2.1. İRAN VE TÜRKİYE İLİŞKİLERİNE GENEL BAKIŞ

İran ile Türkiye arasındaki ilişkiler her zaman bir rekabet ve işbirliğinin birleşimi ile ancak istikrarlı olmuştur. Çoğu zaman, bu çelişkinin nedeni, iki ülkenin jeopolitik durumu olarak düşünülmüştür, ancak jeoekonomi de bu alanda geçmişte ve günümüzde önemli bir role sahiptir (Ünal ve Ersoy, 2014: 190). Jeopolitik olarak, iki ülke Avrasya bölgesinde bulunarak hayati bir kavşakta yer almaktadırlar. Bunların bölgedeki ortak ve diğer ülkelerle olan siyasi, ekonomik ve kültürel ilişkileri bölgedeki politik, ekonomik ve kültürel gelişmeleri şekillendirebilmektedir.

İki ülke ayrıca Asya ve Avrupa kıtaları yakınında bulunmalarının yanı sıra Orta Doğu, Kafkas, Orta Asya, Balkanları ve Güney Asya gibi beş büyük coğrafik bölgede de bulunmaktadır. İki ülke arasındaki tarihsel, kültürel ve dini bağlar ilişkilerinin mahiyetini daha güçlü bir şekilde belirlemektedir. Her iki ülke de her zaman rakip olmuş tarihi hegemonik imparatorlukların mirasçılarıdır.

İki ülke arasındaki ilişkilerin geleneksel boyutlarına ek olarak ve yapısal çelişkilere rağmen, son yıllarda iktisadi gelişme ve modern teknolojilere ulaşma çabaları ile iki ülkenin çeşitli ihtiyaçları nedeniyle yeni boyutlar ortaya çıkmıştır. Ortak çıkarlar, iki ülke arasındaki işbirliğini güçlendirip rekabet gerginliğini azaltmıştır. Örneğin gelişmekte olan ekonomik ilişkilerin siyasi ilişkilerin de sürdürülmesini ve güçlendirilmesini kolaylaştırır. Gelişmiş ekonomik ilişkiler İran-Türkiye siyasi işbirliğinin devamını nasıl kolaylaştıracağını iki düzeyde açıklayabiliriz: makro ve mikro. Mikro seviyede, iki ülkenin dış politikasının doğası ve yaklaşımı tartışılarak ekonominin durumu dikkate alınmalıdır. Makro düzeyde ise, İran ve Türkiye'nin enerji, ulaştırma, sınır ticareti, ekonomik krizler ve ticaret ilişkileri alanlarındaki bağımlılığı belirtilmelidir.

## 2.2. İRAN VE TÜRKİYE'NİN EKONOMİK VE TİCARİ İLİŞKİLERİ

2002 yılından bu yana, İran ile Türkiye iktisadi ilişkilerinde önemli ölçüde potansiyeller yaratılmıştır. 2002 yılına ait resmi istatistiklere göre, iki ülke arasındaki ticaret 2,4 milyar dolar olarak gerçekleştirilmiştir ve 2011 yılında bu değer 16 milyar dolara, 2012’de ise 22 milyar dolara ulaşmıştır. ABD ve AB yaptırımları ve onun sonucunda İran'ın petrol gelirlerindeki düşüşle birlikte 2013 yılında 15 milyar doların altına düşmüştür. 2014 yılında iki ülkenin üst düzey makamlarının karşılıklı görüşmelerinin ardından, bu rakam 2015 yılının sonuna kadar 15 milyar dolara ulaşması bekleniyordu, ancak 2014 yılında İran-Batı nükleer anlaşmasından sonra artan küresel ekonomik ilişkilere rağmen Türkiye’nin dış politikası ve İran’la olan ihtilafları nedeniyle, 2014 yılında imzalanan tercihli anlaşma ile 1 Ocak 2015'ten itibaren yürürlüğe girerek öngörülen 35 milyar dolar ticaret hacmi yılın sonuna kadar gerçekleştirmeyi planlamıştır. Çok iyimserlikle başlayan anlaşmanın uygulanmasının sonucu, iki ülke arasındaki ticaret hacminin 2015 yılın sonunda 9,7 milyar dolara ulaşması ve 2014’teki 13,7 milyar dolara göre göze çarpar bir düşüş gözlemlendi (Çetingüelç, 2016).

İki ülke arasındaki ekonomik ve ticari ilişkilerin en önemli nedeni, Türkiye'nin enerjiye olan ihtiyacı ve İran'ın ise endüstriyel mallara olan ihtiyacıydı. 2014 yılına dek son iki yıl boyunca, İran'ın Türkiye'den yaptığı ithalatın çoğu altın, çelik, tekstil ve diğer endüstriyel malları içerirken ve Türkiye'nin İran'dan yaptığı ithalat ise doğal gaz, petrol, kömür, elektrik ve antepfıstığını içeriyordu. Türkiye, İran’nın ithalat ve ihracat pazarının üçüncü sırasında yer almaktadır, İran ise Türkiye’nin ithalat pazarının altıncı ve ihracat pazarının da üçüncü sırasındadır.

2015 yılında İran’dan Türkiye’ye yapılan ithalat yüzde 38 düşüş ile 6,1 milyar dolara gerilemiştir, Türkiye’den İran’a yapılan ihracat ise yüzde 5,7 düşüş ile 3,67 milyar dolara düşmüştür. Buna ek olarak 2015 yılında İran’dan 10 milyar metreküp doğal gaz ithalatı bu dengenin Türkiye aleyhine olmasını açıklar. Bu durum, 2016 yılı son istatistiklerine göre düşüşe devam etmektedir.

Negatif ticaret dengesi nedeniyle Türkiye, İran’a daha fazla mal ihraç etmek eğilimindeydi, ancak bu alandaki en büyük sorun, İran’ın yüksek gümrük tarifesini ve Çin mallarının ciddi bir rakibi olmasıdır. Aynı zamanda iki ülke arasında turizmin

gelişmesi eğilimindeydi. Ticaretin yanı sıra, 2010'dan beri 1470 Türk şirketi İran'da 8,3 milyar dolar yatırım yapmıştır (Çetingüleç, 2016) ve 2016 yılına kadar İran'da 130 Türk şirketi ve Türkiye'de 3604 İran şirketi ticaret yapmaktaydı. Ayrıca, 1996 yılından 2014 yılına kadar Türkiye şirketleri İran'da 1292 milyon dolar yatırım yaparken İran şirketleri Türkiye'de yaklaşık 101 milyon dolarlık yatırım yapmışlardı.

İstatistikler, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkiler her iki taraf lehine geliştiğini gösterse de, titiz bir analiz, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerde bazı ciddi başarısızlıkların da bulunduğunu göstermektedir (Künü, 2016). İki ülke arasındaki ticaretin hızlı bir şekilde artması yeni stratejilerin uygulanmasından değil ikili ilişkilerin normalleşmesinden ve 10 yıllık durgunluktan sonra boş kapasitelerin kullanılmasından meydana gelmiştir. Örneğin 2001 yılında imzalanmış Ticaret Komisyonu ve 2005 yılında imzalanmış ticaret anlaşmasının yıllar sonra yürürlüğe girmesi.

İki ülke arasındaki ticari ilişkilerle ilgili istatistikleri analiz ettiğimizde, ilişkilerinin tarafların kısa vadeli çıkarlarına daha fazla bağlı olduğu anlaşılıyor. Buna göre, İran ile Türkiye arasındaki tek uzun vadeli ve sürdürülebilir ticaret, doğal gaz boru hatları üzerinden doğal gaz ticareti ve ayrıca elektrik ticareti gibi enerji ticareti olarak bilinmektedir. Böylece Türkiye ve İran arasındaki ikili ekonomik ilişkide enerji ticareti önemli bir etkiye sahip olması sadece ticaret hacmi açısından değil taraflar açısından olan stratejik önemi içindir (Künü, 2016).

Türkiye, yurt içi ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli yerel enerji kaynağına sahip olmayan ve özellikle fosil yakıt eksikliğinden mustarip, ekonomisi gelişmekte olan bir ülkeyken, İran hidro karbon kaynaklardan zengin bir ülkedir. Zenginliğine rağmen bu maddelerin arıtması için altyapıyı elde etmek için bu maddelerin satışı yoluyla yeterli sermayenin kazanılması mümkün olacaktır. Bu nedenle yakıt ve mineral ürünlerin ihracatı İran ticaretinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Sonuçta, enerji sektörüne bakmaksızın, iki ülkenin coğrafi olarak yakınlıkları ve tamamlayıcı ekonomik yapıları, daha fazla ekonomik işbirliği için uygun bir kapasite oluşturmuştur. İki ülke arasındaki enerji ilişkileri, doğal gaz boru hatları ile sınırlı değildir ve üç bölüme ayrılabilir: doğal gaz boru hatları, petrol ve elektrik ticareti.

### 2.3. İKİLİ İLİŞKİLERDE ENERJİ ÖNCELİĞİ

Doğal gaz ihracatı alanında, Tahran ile Ankara arasındaki ilişki, kazan-kazan oyununun mükemmel bir örneğidir. Türkiye, yıllık doğal gaz tüketiminin yalnızca %1,7'sini yerli üretim yoluyla sağlayabiliyor ve bu nedenle İran gibi yabancı tedarikçilere bağımlıdır (EPDK, 2012). 2005 yılında İran'dan Türkiye'ye yapılan doğal gaz ithalatı sadece 2,4 milyar metreküptü, ancak 2011 yılında Türkiye'nin toplam doğal gaz ithalatının (44 milyar metreküp) yaklaşık yüzde 19'una yani 8,2 milyar metreküpe yükseldi (EPDK, 2012). Bu rakam 2012 yılında %18'e, 2013 ve 2014'te ise %20'ye ve 2015 yılında %16,2'ye yükselmiştir.

Doğal gaz konusunda ticaret hacminin yüksek ve fiyatın düşük olması iki önemli faktör sayılıyor, ama fiyat konusunda Türkiye'nin ithal ettiği en pahalı doğalgaz, İran doğalgazıdır. bunlara rağmen doğal gazın yüksek fiyatı ekonomik ve hatta politik açısından Türkiye'nin bağımlılığını ve ciddi bir kaygıya neden olmasını sağlamıştır, Ancak Türkiye için doğal gaz ilişkilerinin gelişimi çeşitli nedenlerle önemlidir ve bunlar arasında ekonomik ve stratejik zorunlulukların özel bir yeri vardır.

Ekonomik gereklilik iki yönlüdür: birincisi, ülkenin fosil yakıtlara bağımlı olan elektrik üretimindeki doğal gazın önemli payıdır (%44,7) (EPDK, 2012). Türkiye ile ilgili sorun, elektrik sektörüne sağlanan geleneksel doğal kaynakların sınırlı mevcudiyetidir ve bu sorunun tek çözümü yabancı enerji kaynaklarından temin edilmesidir. Böyle bir durumda İran, coğrafik yakınlık, yerdeki borular ile iletim kolaylığı, yüksek doğal gaz üretim kapasitesi ve doğal kaynaklarını finansal gelire dönüştürmek isteği nedeniyle doğal gaz alımı için en mantıklı seçeneklerden biridir. İstatistiklere göre, Türkiye'nin doğal gaz piyasasının yarısından daha fazlasını tedarik eden Rusya'dan sonra İran ikinci sırada bulunmaktadır (EIA, 2012) ve böylece Türkiye İran'ı uzun vadeli ve istikrarlı bir tedarikçi olarak görülüyor ve bu açıdan doğal gaz ticareti Türkiye için İran'dan daha fazla önem taşımaktadır.

İkincisi, diğer sektörlerde sanayiden evsel tüketime kadar doğal gaz tüketimidir. Doğal gazın %52'si elektrik üretimi dışındaki sektörlerde tüketilmektedir (DKTMK, 2013). Sanayide, İran'ın doğal gazı, Türkiye'nin ithal ettiği diğer doğal gaz kaynaklarıyla karşılaştırıldığında ülkenin çıkarına uygun teknik özelliklere sahiptir. İran'ın doğal gazı, kalite bakımından doğalgaz ihracatı yapan on ülke arasında altıncı

sırada yer alır ve bu nedenle Rusya doğalgazından daha kalitelidir (EIA, 2013). Bu istatistikler, İran'dan Türkiye'ye doğal gaz ithal etmenin önemini ve bu süreçteki meydana gelebilecek herhangi bir bozucu konuların ortaya çıkışından Türkiye'nin endişesini göstermektedir. Ayrıca, Türkiye'nin ithal doğal gazı olan talebi artıyor ve bunun sonucunda İran'dan yapılan ithalata bağımlılığı da artıyor. İki ülkenin enerji ilişkilerini dengeleme politikası doğrultusunda bu alanda ciddi bir endişe yoktur (Aras ve Karakaya Polat, 2008: 508).

Türkiye'nin İran'la olan doğal gaz ticaretini artırması yönündeki ikinci gerekçesi stratejik mahiyete dayanmaktadır. Türkiye doğal gaz arzı için çeşitlendirmeye ihtiyacı vardır, çünkü enerji arzları için ithalata tamamen bağımlı olan ülkeler belirli bir ülkeye bağımlı olduğu takdirde ülkeyi daha fazla kırılgan hale getirir. Bu nedenle, yüksek miktarda doğal gaz tüketimi nedeniyle, güvenilir kaynakların sağlanmasında tehlikeler azaltılmalı ve bu konu Türkiye'nin dış politikasında önemli bir yere sahiptir. Bir başka deyişle, enerji kaynağını dış politika konusu olarak öne sürmek, enerji ile ilgili konular için güvenlik bağlamı sağlar (Victor ve Yueh, 2010), dolayısıyla vatandaşların yaşam standartlarının korunmasının önemine ek olarak, enerji bağımlılığı, politika dünyasında ülkeler için stratejik bir zayıflık yaratır (Shaffer, 2009). Bu nedenle, enerji ithal eden ülkeler, ithalatlarının bir bölümünü, pahalı olsabile çeşitli kaynaklardan temin etmeyi tercih eder. Mantıklı olarak Türkiye'de Rusya doğal gazına ek olarak İran'dan daha pahalı fiyata doğal gaz ithalatı yapmaktadır.

Ankara'nın Moskova'ya karşı stratejik zayıflığı, Türkiye'nin yeni enerji tedarikçileri aramasına neden oldu. Bu doğrultuda İran Türkiye'ye yakınlığı ve ulaşım kolaylığı için Türkiye'ye uygun bir seçenektir. 2007 yılında, taraflar arasında, iki mutabakat anlaşması imzalandı, biri doğal gaz boru hattının inşası, diğeri de İran doğal gazının Türkiye üzerinden Avrupa'ya aktarılması için ortak bir şirketin tesisi, üç termik elektrik santralinin inşası ve 2011 yılında İran Güney Pars doğal gaz projesinin Türkiye tarafından geliştirilmesi idi. Tebriz-Erzurum doğal gaz iletim hattının açılması iki ülke arasındaki ticaretin artışında kayda değer katkısı olmuştur.

Petrol ticareti alanında da, iki ülke arasındaki ilişkiler çok iyidir, ancak doğal gaz ithalatı ile petrol ithalatı miktar açısından ters orantılıdır, birinin artışı diğerkinin düşüşüne neden olmaktadır. Geçen üç yılda, Türkiye'nin İran'dan ithal ettiği doğal gazdaki artış ham petrol ithalatının düşmesine neden olmuştur (Esfahani ve diğerkleri,

2013). Son yıllarda İran'ın Türkiye'ye yaptığı petrol ihracatının artması nedeniyle, ticaret dengesi Türkiye zararına olup İran'ın ulusal reel GSH'sı üzerinde olumlu bir etkisi olmuştur (Esfahani ve diğerleri, 2013).

İran ile Türkiye arasında petrol boru hattı bulunmadığı göz önüne alındığında, İran petrolü, yüksek risk altında Hürmüz Boğazı'ndan geçen tanker gemiler ile Türkiye'ye ulaştırılmaktadır. Türkiye, Akdeniz kıyılarında bulunan Ceyhan terminalini bir enerji merkezi olarak geliştirmeyi hedefliyor ve önümüzdeki beş yılda rafinaj kapasitesini iki katına çıkarmayı planlıyor ve bu da Türkiye'nin ham petrol talebini iki katına çıkaracaktır. Bu nedenle, İran ham petrol ithalatı için Türkiye'nin öncelik listesinde kalmasının garantörü olabilir. Bilindiği üzere, İran arıtmada sınırlı bir kapasiteye sahiptir ve büyük ölçüde yabancı kaynaklara, özellikle de benzin konusunda bağlıdır. Son yıllarda, petrol endüstrisinin iyileştirilmesi ve modernizasyonu yoluyla İran'ın rafinaj kapasitesinin artırılması için çaba sarf edilmesine karşın, yaptırımlar bunun yeni sorunlarla karşı karşıya kalmasına neden olmuştur. Bu nedenle İran, benzin ve mazot ihtiyacının önemli bir bölümünü Türk rafinerileri aracılığıyla gidermektedir. Gelecekte, Adana, Akdeniz, İzmir ve Ege Denizi'ndeki rafinerilerin tamamlanmasıyla iki ülke arasındaki ticaret hacmi daha da artacaktır.

Elektrik ticareti ile ilgili, ikili ilişkilerin hacmi sınırlı olup gaz ve ham petrol ticaretine kıyasla daha az önem taşımaktadır. Şu anda, iki aktif hat, İran ve Türkiye elektrik ağlarını birbirine bağlamaktadır. Bu hatlardan biri Türkiye'de Başköy ve İran'da Khoy istasyonları arasındaki 400 KW, diğeri ise Doğubayazıt (Türkiye) ve Bazargan (İran) istasyonları arasındaki 154 KW kapasitesindeki hatır (TEİAŞ, 2013). Türkiye, 2011'de İran'dan yaptığı elektrik ithalatı 1074,5 GWh iken 2014 yılında 850 GWh'e düşmüştür.

Türkiye Elektrik İletim A.Ş. altyapısını geliştirerek ve komşu ülkelerle elektrik ticaretini artırarak bölgedeki en önemli elektrik dağıtım köprüsü olmayı planladığını belirtmiştir (TEİAŞ, 2012). İran da stratejik planlama ve dış politika hedeflerinin destek unsuru olarak, her yıl elektrik üretim kapasitesine 5.000 MW ekleyerek bölgede büyük bir elektrik tedarikçisi olmayı planlamaktadır.

Bu nedenle, enerji jeopolitiğinde, İran ve Türkiye arasındaki ilişki zengin enerji kaynakları olan ülkeler ve enerjiden yoksun ülkelerin ilişkilerinin sağlanması

açısından oldukça önemlidir. İran, olumsuz uluslararası siyasi nedeler ile, enerji kaynaklarının transferi için sınırlı sayıda seçeneklere sahip olsa da, geçiş ülkesi olarak Türkiye bu seçimlerden biri (Öğütçü, 2010). Bunun için Türkiye ile enerji ilişkilerinin kurulması ve güçlendirilmesi Tahran için neredeyse bir gerekliliktir (Winrow, 2004), çünkü İran'ın toplam doğal gaz ihracatının %90'ı Türkiye üzerinden gerçekleştirilmektedir (CBoI, 2013) ve İran ihracatının %84'ünden daha fazlasını Petrol ve doğal gaz gidi doğal kaynaklar oluşturmaktadır en önemli ekonomik gelir kaynağı sayılmaktadır (WTO, 2013). Türkiye'nin petrolünün ilk ve doğal gazının ikinci tedarikçisi olan İran, Türkiye'nin siyasi ekonomisinde stratejik bir ülke olarak kabul edilir ve bazen bu gücünü dış siyasetinde bir etken olarak ve silahsız savunma politikası olarak da kullanabilir. Doğal gaz konuları da zaman zaman İran'la ilgili bir gerginlik kaynağı olup Türkiye, İran'ın mevcut anlaşmayı ihlal ettiğini defalarca iddia etmiştir (Babali, 2012).

Özetle, ikili ekonomik ilişkilerde altta yatan sorun, uzun vadeli sistematik bir ilişkinin kurulamamasıdır. Çünkü iki ülkenin ithalat ve ihracatı arasında büyük bir uçurum bulunarak göze çarpar bir dengesizlik de olasıdır. Ayrıca Türkiye yeterince enerji konusunda yeterince bir doğrudan yatırım yapmamıştır. İki ülkenin ekonomik ve ticari ilişkilerinin, İran'ın nükleer meselesinin çözülmesi ve yaptırımların kaldırılmasıyla beraber yılda 100 milyar dolar artacağı tahmin edilmiştir, ancak siyasi gerilimler ve bölgesel rekabet nedeniyle ilişkiler hala kırılıktır.

## **2.4. İRAN VE TÜRKİYE’NİN ORTAK TİCARETİNİ ETKİLEYEN DIŞ FAKTÖRLER**

### **2.4.1. Süper Güç Ülkelerinin Etkisi**

Farklı tarihsel dönemlerde, süper güçlerden etkilenen İran ve Türkiye, birbirlerinin yararına veya zararına farklı şekillerde davranmışlar. İran ve ABD arasında devam eden ve artan uluslararası ve bölgesel çatışmalarla, ABD’deki Türk laik modelini İran İslam Cumhuriyeti modeline karşı desteklemiştir. Ayrıca, Birleşik Devletle, bölgesel doğal gaz ve petrol projeleri için ciddi planlar yaparak Türkiye’yi toplamaya çalışırken (Özcan ve Özdamar, 2009), İran’ı Rusya ve Çin’e yakınlaşmasını

sağlamıştır (Aras ve Özbay, 2008). Bunların yanı sıra NATO’da üyelik ve ABD ordusunun askeri teknolojisi ve diğer güçlerine erişim kolaylığı, ABD nükleer güvenliğinden yararlanma, finansal kriz sırasında uluslararası mali ve parasal kuruluşlar aracılığıyla doğrudan ve dolaylı ABD mali desteğinin sağlanması, ve Suriyedeki ABD ile ortak menfaatlerinin paylaşımı, Türkiye’nin Amerika ile ilişkilerini optimum düzeyde sürdürmesine sebep olmuştur.

#### **2.4.2. İkinci Körfez Savaşı**

İkinci Körfez Savaşı, İran ile Türkiye arasındaki ilişkileri geliştirdi. ABD’nin Taliban’ı ve Saddam Hüseyin rejimini devirme eylemi İran açısından olumlu olmasına rağmen, ABD’nin İran sınırları yakınında bulunması İran için daha ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Türkiye parlamentosunun Irak’a saldırmak için askeri üslerini ABD’ye vermesi ile muhalefeti ve aynı zamanda kamuoyunun baskısından dolayı ABD ile askeri ittifakını görmezden geldi. Her iki ülke Irak’ın dağılmasının iki ülkenin Kürtlerini birleşerek bağımsız hale gelmesinden endişeliydi.

#### **2.4.3. İran'a Karşı Tek Taraflı ve Uluslararası Yaptırımlar**

Nükleer meselesinin kritik duruma gelmesi ve İran’ı BM Güvenlik Konseyi’ne göndererek yaptırımlar uygulandıktan sonra, İran bazı tek taraflı ve uluslararası yaptırımları atlatmayı başarsa da, petrol ihracatı ve benzin ithalatındaki para transferlerinde Merkez Bankası ve diğer finansal kuruluşlardaki uygulanmış akıllı yaptırımlar nedeniyle 2010 yılında ciddi sorunlarla karşı karşıya kaldı. İran ile Türkiye arasındaki ikili ticaret ilişkileri de ciddi şekilde etkilendi. 2011 – 2012 yılları arasında, İran’ın Türkiye’ye petrol ihracatı %25’ten fazla düşüş göstermiştir (EIA, 2012) Türkiye ise yeni petrol ithalatının kaynağını bulmakta zorlandığında ABD ile müzakereye girerek uygun bir yol bulmaya çalışmıştır (Hürriyet Daily News, 2013). ABD Kongresi 2012 yılında bir kanun yürürlüğe sokarak Türkiye’yi İran’daki petrol yaptırımları kapsamından çıkardı (Katzman, 2014). Bu kapsamda Türkiye, İran’dan enerji alımı karşılığını Halk Banka aracılığıyla altın transferi yaparak ödemeyi planlanmıştır. Bu banka ayrıca, Hindistan’ın petrol satın alma borcunun bir kısmını da



İran'a transfer etti, bu yüzden 2013 yılında ABD yaptırım listesine girdi. İran aleyhine uygulanan SWIFT yaptırımları uygulayarak, Türkiye İran petrolünün ihracatı ile ilgili çeşitli ülkelerde 100 milyar dolardan fazla olduğu tahmin edilen para transferinin bir aracısı olmaya başladı.

İran'a karşı uygulanan yaptırımlar, Türkiye'nin İran dış ticareti için önemini de artırdı. Geçen beş yıl zarfında, iki ülke arasındaki ticaret ve ekonomik ilişkilerin hacmi, özellikle ülkenin ihtiyaç duyduğu mal ve malzemelerin ithalatı için yaptırımları atlatma girişimi olarak en üst seviyeye ulaştı. Bunun için ABD Türkiye şirketlerini ABD piyasasını kaybedecekleri konusunda uarmıştı. Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri'nin İran'a karşı uygulanmakta olan tek taraflı yaptırımları ihlal ederek aynı zamanda Birleşmiş Milletler tarafından uygulanan yaptırımlara uyma isteğini de dile getirmekteydi.

ABD baskısı, iki ülke arasındaki bazı anlaşmalar için zorluklar yarattı. Enerji sektöründe iki ülke arasındaki 2007 yılında imzalanan işbirliği Anlaşmasının uygulanması önemli bir ilerleme kaydedememiştir. Ayrıca, 2012 yılında Türk petrol şirketleri petrol alım İran'dan petrol alımlarını düşürdü, 2012'de Türkiye'yi ziyaret eden İranlı turist sayısı iki milyon iki yüz binken 2013 yılında %40 oranında düşüş göstermişti. Bunlarla beraber iki ülke arasındaki güvenlik ve sınır işbirliği azalmış ve diplomatik görüşmeler de çarpıcı bir şekilde azalmıştı.

Türkiye İran'ın nükleer programı konusunda ikili bir politika izlemişti, bir yandan güvenlik endişeleri nedeniyle İran'ın Orta Doğu'daki potansiyel güç ve nüfuzundan korkuyor ve bu alandaki politikası nükleer silahların çoğalmaması ve bölgedeki ülkelerin nükleer silahlardan arınarak İsrail'i de silahsızlandırılmış hale getirmesidir. Öte yandan da, İran'ın nükleer programını açık bir şekilde eleştirmeyip bazı noktalarda İran ve Batı arasında arabuluculuk rolü oynamaya çalışıyordu. İran ile güvenlik ve enerji işbirliğinden dolayı İran aleyhinde herhangi bir askeri eyleme karşı çıkarak İran'ın nükleer programı için en iyi politikanın, yaptırımlar ve İran'ın izolasyonundan ziyade diyalog ve diplomatik müzakereler olduğunu vurgulamıştır. Mayıs 2010'da Türkiye, Brezilya'yla birlikte, EU3 görüşmelerinde İran'ın nükleer tesisatının Türkiye topraklarına aktarımını önerisini sunmuştu, ancak ABD ve Avrupa desteklerinden yoksun olması nedeniyle Türkiye Haziran 2010 Güvenlik Konseyinde, İran'a yönelik yeni yaptırımların uygulanması karara karşı oy kullandı. İran'ın nükleer

müzakereleri sürecinde, 5+1 ülkeleri ile yapılan görüşmelerinin bir dönemi İstanbul'da yapılmasına rağmen, iki ülkenin Suriye ve Irak konusunda ciddi anlaşmazlıkları yüzünden Türkiye'nin İran ve Batı arasındaki arabuluculuk rolünün azalması nedeniyle sonraki görüşmeler Bağdat, Moskova ve Almatı'da yapıldı.

#### **2.4.4. Orta Doğu Bölgesinde Meydana Gelen Değişiklikler**

Arap Baharının meydana gelmesi, Suriye'deki krizin başlaması ve ABD silahlı güçlerinin Irak'tan geri çekilişi İran ve Türkiye arasındaki ilişkiler için yeni bir kapı açmış oldu. Bu olaylar iki ülke arasındaki gelişmekte olan ticari ilişkilerini bu iki ülke arasındaki diğer ülkelere nüfuz rekabeti yüzünden olumsuz yönde etkilendi (Larrabee ve Nader 2013).

Değişen Arap ülkelerinde İslami partilerin kazanması ve gelmesiyle birlikte durum, Türkiye'nin muhafazakar İran'ı değil, Türkiye'nin geçiş halindeki modellemesi için uygun bir model ve ilham kaynağı olacağı gibi görünüyordu. Erdoğan da en popüler bölge lideri idi. Türkiye'nin siyasi İslam ile demokrasiyi birleştirmedeki başarısı, başarılı bir ekonomi ve bölgesel ve küresel krizlerde aktif ve aktif bir rol, medyanın özellikle Kuzey Afrika ülkelerinde desteklediği bütün bileşenlerdir. Erdoğan'ın Gazze Şeridi'ne yapılan saldırı ve Filistin halkının korunması sırasında İsrail'e karşı güçlü duruşu, bu tür profilini oluşumuna katkı sağlayan faktörler arasındaydı. Bununla beraber, İran'ı dini radikal göstererek bölgede popüler olmadığını vurgulamışlardı (Akgün, ve diğerleri, 2011), ancak Türk araştırmacıların araştırmaları Suriye ve Mısır gibi bölgedeki İslam ülkelerinde Türkiye'nin popülerliğinin azaldığını göstermiştir (Hürriyet Daily News, 2013).

##### **2.4.4.1. Irak Meselesi**

ABD birliklerinin 2011 yılında Irak'tan çekilmesiyle iki ülke boşluğu doldurmak için rekabet etmeye başladı. Elbette, güçlü Şii yönetici grupları ve Irak'taki diğer etkili gruplarla yakın ilişkileri nedeniyle, İran'ın nüfuzu ve etkisi açıktı. Türkiye, ülkedeki topluluk ve Sünni İslamcı partiler arasındaki etkisini korumaya ve güçlendirmeye çalışarak, aynı zamanda, özellikle Irak Kürdistan bölgesinde ekonomik

ve enerji sektörlerinde İran ile rekabet etmeye başlamıştır. Böylece, Geçen yıllarda, Irak Kürdistanının ilk ticari ortağı olmuştur. Bu da Irak ve Tahran arasındaki ilişkinin sarsılmasına sebep olmuştur.

#### **2.4.4.2. Suriye ve Yemen Krizi**

Suriye krizinin başlamasıyla birlikte, 2011'den bu yana Türkiye ile İran arasındaki fikir ayrılıkları zirveye ulaştı. Türkiye ve bölgedeki ve dünyadaki müttefikleri, Beşar Esad rejimini silah ve maddi destekler vererek devirmeye çalışmışlardır. Aksine, İran ve Rusya'nın Suriye hükümetine verdikleri tam destek, bir yandan alanı medeni ve dini bir çatışma ortamına çevirdi, diğer yandan da bölgesel rekabet alanına çevirmişti (Solat ve Azizi, 2012). İki ülkenin ilişkilerini daha da iyileştiren faktörlerden biri PKK ve PJAK'a karşı mücadelede olmasına rağmen Suriye krizi bu mücadelede istihbarat ilişkileri üzerinde olumsuz bir etkisi oldu.

Bu krizde Suriye hükümetinin başarılı olması bu rekabet sahnesini Suriye ve İran ve Rusya gibi bölgedeki müttefikleri lehine değiştirdi. Bu yeni durumda iki ülke arasındaki gerginliğin azalması bekleniyordu, hatta iki ülkenin dışişleri bakanları biraraya geldiğinde Davutoğlu, Türkiye'nin o tarihteki Dışişleri Bakanı, "Suriye'de çatışmaya 2014 Cenevre 2 barış konvansiyonuna dayanarak ateşkes çağrısında bulunmak isteriz", ancak Katar, Suudi Arabistan, Türkiye ve Amerika arasında devam eden Suriye muhalefeti eğitim ve mali yardımların sağlanması hala İki ülke arasındaki ilişkileri ciddi bir şekilde olumsuz olarak etkilemektedir. Bazı analistler, Türkiye'nin bölgesel politikasını gözden geçirmesi ve bölgesel bir örnek olma yaklaşımı yerine orta ve uzun vadede İran'la barış ortakları bulma politikasını sürdürmesini önermektedirler. Ayrıca, 2015 yılında Yemen'in Suudi Arabistan ve koalisyon istilasının ve Türkiye'nin koalisyona desteğinin ardından, iki ülke arasında dış politikada yeni bir ayrım yaratılmıştır. İran'da çok fazla yansıması olan Şii din adamlarından Şeyh Al-Nemar'ın idam edilmesi ve Türk hükümeti ülkelerin iç meselelerinin başkalarıyla ilgili olmadığını öne sürdüğü İran hükümeti açısından olumsuz olarak nitelendirilmiştir.

#### **2.4.4.3. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Katılma Girişimi**

Türkiye uzun zamandır Avrupa Birliğine üye olma eğilimindedir. Bu doğrultuda Türk siyasetçileri ve diplomatları küresel yönelimlerini bu hedefe yönelik ayarlamaya başlamışlardı. Bu da İran ile Türkiye arasındaki ilişkinin olumsuz etkilenmesi ile sonuçlanması kesindir. Fakat, 2005 yılından bu yana Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne katılımına ciddi engeller yaratılarak Türkiye bar kez daha Doğu ve İslam ülkeleriyle ilişkilerini başlatıp güçlendirmeye çalışmıştır (Islam, 2015).

#### **2.4.4.4. Türkiye ve İsrail İlişkiler**

Türkiye ile İsrail ilişkileri, İran ile ilişkilerinde caydırıcı faktörlerden biri olmuştur. İran'da, İsrail'in Türkiye'de baskın bir etkisi olduğu ve aralarındaki siyasi ve güvenlik anlaşmalarının İran'a karşı bir yapı ve mahiyete sahip olduğu gibi zihinsel bir imaj olmuştur; Oysa Türkiye'nin bu rejime genel yaklaşımı, Filistin halkının hakları ihlal edilmeyecek düzeyde olan temkinli bir politikadır. Çünkü bu ülkenin müslüman kamuoyu ağır bir şekilde İsrail karşıtı ve Filistin halkının desteklenmesi yönündedir; Özellikle, İsrail tarafından yapılan Gazze'ye saldırı ve yardım gemileri olan Flotila gemilerine yapılan saldırı sonucunda Türk vatandaşının öldürülmesi İsrail tarafından Filistin'deki insan haklarını ihlal etmesi adına onu eleştirerek bu rejime karşı uluslararası yasal eylemlerde bulundu.

İki ülke arasındaki ticari ilişkilerin analizi, ilişkilerinin, tarafların kısa vadeli çıkarlarına uygun olarak esnek ticaret sektöründeki ilişkilerin sürdürülmesi üzerine programlanmıştır. Buna göre, tarafların yalnızca uzun vadeli ve devamlı ticareti, döşenmiş borular yoluyla doğal gaz ticareti ve elektrik hatlar üzerinden elektrik ticaretidir. Bu nedenle enerji ticareti sadece hacim ve değer açısından değil stratejik öneminden dolayı iki ülke arasındaki ilişkilerin önemli bir bölümünü teşkil etmektedir.

### **2.5. İRAN VE TÜRKİYE TİCARETİNDEKİ SON GELİŞMELER**

Türkiye ve İran iki taraf arasındaki işi genişletmek için mevcut durumda ticari ve ekonomik ilişkiler geliştirmeyi planlıyor. Türkiye, İran İslam Cumhuriyeti ile

ticaretini artırmak için iyi kapasiteye sahip ve İran ile ticaret yapan ilk beş ülke arasında önemli ortaklarından biridir.

İran ile Türkiye arasındaki stratejik ilişkinin en önemli noktası, enerji alanındaki istikrarıdır, bu konun temeli Necmeddin Erbakan döneminde atılmış ve onu takiben İran ve Türkiye arası petrol ve doğal gaz boru hattı inşa edilmiştir.

İran şuan Türkiye'nin ham petrolünün yanı sıra doğalgazının da en önemli tedarikçilerinden biri olmasına rağmen, İran'a adaletsiz ve tek taraflı yapılan ABD ambargosu nedeni ile Türkiye'nin ham petrol alımlarının miktarı azalmıştır.

İran'a karşı haksız yaptırım, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin hacmini geliştirmedeki en önemli engellerden biri olmakla birlikte, paralel olarak bazı altyapı eksiklikleri, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin geliştirilmesindeki sorunlardan biri olarak kabul edilebilir.

İki ülke arasındaki turizm, ekonomik işbirliği için en önemli alanlardan birisidir. İki ülke arasında Vize koşulu bulunmaması, Türkiye yakın kültürü ve coğrafi konumu, çeşitli ulaşım imkânları ve güzel doğası ile birlikte son yıllarda sunduğu imkânlar nedeniyle İranlı turistlerin en önemli seyahat yerlerinden biri haline gelmiştir ve İranlı turistler, her zaman Türkiye'nin en iyi 5 yabancı turisti arasındadır.

AKP döneminin başından beri İran ile Türkiye arasındaki ticaret istatistiklerinin araştırıldığında, iki ülke arasındaki ticaret hacmindeki büyüme eğiliminde büyük bir artış olduğunu gösteriyor.

Bölgedeki yakın ülkeleriyle işbirliği seviyesinin arttırılması İran'ın kalkınma planının önemli konularından biridir ve bu doğrultuda Türkiye komşu ülke olmakla beraber siyasi, sosyal ve kültürel bağlarıyla İran'ın ticaretini arttırmasında hedef ülkelerinden biridir.

### **2.5.1. İran ve Türkiye Arasında 30 Milyar Dolarlık Ticaret Hedefi**

İran ve Türkiye ekonomik ilişkilerde 30 milyar dolarlık hedefiyle geniş bir iş ilişkisine sahipler. Petrol ve doğalgaz ticaretini göz önünde bulundurulduğunda bu hedefin gerçekleştirilebilir bir hedef olduğu saptanmaktadır.

İki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin hacmi şimdi bu rakamın yaklaşık üçte biri olsa da, iki taraf ilişki geliştirme ve bu hedefe ulaşma konusundaki kararlılıklarını ortaya koymaktadır.

Tabi ki İran ile Türkiye arasındaki mevcut ekonomik ve ticari ilişkileri kapasiteleri ile kıyasla artması için daha fazla çaba ve faaliyet gerektirmekte, ECO, DDA ve ICAO gibi bölgesel kuruluşlarda üye olmaları ve onunla birlikte kültürel ve tarihi ortaklıklar İran-Türkiye ilişkilerini güçlendirmeye yardımcı olacaktır.

Ayrıca Türkiye'nin çok iyi bir ticari altyapıya sahip olduğu, ticaret hacminin İran'dan daha büyük olduğu, dünya pazarlarıyla ilişkisinin daha yüksek olduğu ve Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olması nedeniyle, İran'dan ileridedir.

### **2.5.2. 2018 Yılında İran ve Türkiye'nin 12 Milyar Dolarlık Ticareti**

İki ülke arasındaki ticaret hacminin bu yıl yaklaşık 12 milyar dolara ulaşması bekleniyor ve bu doğrultuda bu hedef her iki ülkenin ticari ve ekonomik noktasında önemli bir paya sahipler.

İran ve Türkiye, 2018'de 9,3 milyar dolarlık ticarete sahipti ve ticarete yılda 30 milyar dolarlık hedefine rağmen, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin artması farklı konularda özellikle finansal işlemlerde iyileştirilmesi gerekiyor.

Türkiye Batı müttefiklerinin siyasi ve güvenlik girişimlerini görmezden gelerek, başta Rusya ve İran dahil olmak üzere uzun süredir rekabeti devam eden bölgesel rakipleriyle, stratejik alanlarda ortaklığını daha da arttırmaktadır. Bu tür ortaklıklar dönemsel olsa bile, ikili ilişkiler ve bölgesel krizler için önemli stratejik etkileri bulunmaktadır.

İki ülkenin ulusal para birimlerinden yararlanabilmek uluslararası döviz kurlarındaki dalgalanmaların olumsuz etkilerini azaltabilir ve diğer taraftan iki ülkenin devletlerinin özel sektörlere desteğini onların hareketinin ve ekonomilere katkı sağlamalarına odaklanması, İki ülke arasındaki ticari ve ekonomik ilişkileri de geliştirebilir.

Bölge ülkelerine ihracat yapmak amacıyla ortak mal üretimi için iki ülkenin özel sektörünün ortak yatırımları, İran ve Türkiye'nin özellikle bölgedeki üçüncü ülkelerin pazarları üzerindeki etkisini artırabilir.

İran Ticaret Odası, Sanayi, Madenler ve Tarım Dairesi'nin resmi istatistiklerine göre, iki ülke ile İran arasındaki ticaret hacmi 2012'de 21,9 milyar dolarlık rekor seviyeye ulaşırken 2013'te İran'a karşı yaptırımlar sonucunda 14,5 milyar dolara sert bir düşüş gözlemlendi. Düşüş 2014 yılında da devam etti ve ticaret hacmi 13,7 milyar dolara kaldı (Tablo 1).

**Tablo 1:** Türkiye – İran Arası İhracat ve İthalat İle İlgili Genel Veriler (TÜİK)

| YILLAR | İHRACAT (\$)  | İTHALAT (\$)   | HACİM (\$)     |
|--------|---------------|----------------|----------------|
| 2010   | 3.044.177.151 | 7.645.007.868  | 10.689.185.019 |
| 2011   | 3.589.634.590 | 12.461.532.358 | 16.051.166.948 |
| 2012   | 9.921.602.401 | 11.964.778.631 | 21.886.381.032 |
| 2013   | 4.192.511.353 | 10.383.216.706 | 14.575.728.059 |
| 2014   | 3.886.190.192 | 9.833.289.630  | 13.719.479.822 |
| 2015   | 3.663.759.780 | 6.096.254.224  | 9.760.014.004  |
| 2016   | 4.966.175.518 | 4.699.776.693  | 9.665.952.211  |
| 2017   | 3.259.270.095 | 7.492.104.018  | 10.751.374.113 |
| 2018   | 2.392.948.529 | 6.931.257.943  | 9.324.206.472  |

Yaptırımların kaldırılmasını öneren anlaşma (BERCAM) iki taraf arasında ticarete önemli engellerin kaldırılması yönündeki umutları artırdı. Bununla birlikte olumlu gelişmelere rağmen iki taraflı ticaret hacmi 2015 ve 2016'da azalarak sırayla 9,7 milyar dolar ve 9,6 milyar dolara ve 2017'de iki ülkenin ilişkileri geliştikçe ticaret hacmi de artarak bir önceki yıla göre 1,1 milyar dolar arttı ve 10,7 milyar dolara ulaştı.

### 2.5.3. Tercihli Ticaret Anlaşması

İki ülke 2015 yılı başında yüzlerce mal için gümrük vergilerinin düşürülmesini içeren bir Tercihli Ticaret anlaşması ile ticaret seviyesinin artırılması konusunda anlaştılar. Anlaşmanın hedefi iki ülkenin ticaret hacminin yılda 35 milyar dolara ulaşmasıyla. Bu anlaşma çerçevesinde İran ile Türkiye arasında 265 ürün için kanun 1 Ocak 2015 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Türkiye'den 140 ve İran'dan 125 üründe gümrük vergilerinde indirim yapılmaya başlanmıştır. Bu anlaşma çerçevesinde

İran tarafında çoğunlukla tarım ve deniz ürünleri ve Türkiye tarafında endüstriyel malzemeler gözükmektedir.

Anlaşmanın diğer tarafında Türkiye ve İran ticari ilişkilerinde büyük bir yeri olan Enerji sektörünün yer almıştır.

## **2.6. TÜRKİYE VE İRAN ARASINDA İTHALAT VE İHRACATI YAPILAN ÜRÜNLER**

Türkiye İran'ın en önemli 5 ticaret ortağından biridir. İran ile Türkiye arasındaki ticaret, GVC'nin kriterlerine göre farklı değerlere sahip olan çeşitli malları içermektedir. Geçtiğimiz yıllarda kimya endüstrisi, İran'ın Türkiye ile olan sanayi ticaretine önemli bir katkı sağladı.

Son yılların verilerine göre İran kimyasal ürünlerinin Türkiye'ye ortalama ihracatı yaklaşık 584 milyon dolardı ve İran'ın Türkiye ticaret hacminin yaklaşık %39'unu oluşturuyordu. Bu ürünlerin yıllık ihracatı son yıllarda daha da artmaktadır.

Bununla birlikte İran kimyasal ürünlerinin Türkiye'ye toplam ihracatının yaklaşık yüzde 99'u ara mallardır. 2014 yılında bu pay% 7,99'dan fazlaydı ve bu nedenle tüketici mallarının bu faaliyet tarafından üretilen toplam mallar içindeki payı gözden kaçabilirdi. Bu İran'ın kimyasal ürünlerinde yaratılan katma değer düşük olduğu ve bu ürünlerin katma değerini artıracak anlamına gelmektedir.

Araştırmalar Türkiye'nin ithal ettiği ürünlerinin yüzde 7,9'unu dünya kimya endüstrisinden aynı sektörün nihai ihracat ürünlerine ihraç ettiğini gösteriyor. İran esas olarak ara mal olan bu sanayinin mallarını Türkiye'ye ihraç etti ve Türkiye bu ürünleri aynı sanayinin ihracat tüketimine dönüştürdü ve İran da dahil olmak üzere dünyaya ihraç etti ve böylece GVC'den yararlandı.

2010 yılında İran, Türkiye'den 235 milyon dolar değerinde kimyasal ürün ithal etti ve 2014 yılında yıllık yüzde 24 büyüme ile 559 milyon dolar oldu. Bu ürünlerin Türkiye'den İran'a ortalama ithalatı, bu dönemde yaklaşık% 68, ara mallar ve geri kalanlar tüketim malları iken, İran kimya endüstrisi ürünlerinin Türkiye ihracatı yaklaşık% 100'ü bir ara üründür, bir başka deyişle Türkiye ürünlerini İran'a ihraç etmede İran'ın değerini artırmıştır ve Türkiye GVC'de, İran'a kıyasla kimyasal ürünlerin üretimi ve ticaretinden daha fazla fayda sağlamıştır.



Türkiye’den kimya endüstrisinden İran’a ihracat yapılan ürünler başlıca tıbbi ve eczacılık ürünlerinde ve sabun ve deterjan ve sıhhi ve tuvalet malzemeleri ile parfüm ve aksesuarların imalatı sektörlerine aittir. Bu nedenle yüksek teknoloji ve yüksek teknoloji endüstrilerin bir bileşenidir. Türkiye İran’a erişilemeyen teknolojilere erişim yoluyla İran’ı GVC’den daha iyi bir şekilde kullanmaktadır ve GVC teorisine göre sanki İran endüstriyel malzemeler ve kimyasallar imalatında Türkiye’ye hizmet vermektedir.

## **2.7. İRAN VE TÜRKİYE’NİN ORTAK YATIRIMLAR İÇİN UYGUN KAPASİTELERİ**

İki ülke arasında var olan iyi kapasiteler göz önüne alındığında işbirliği seviyesinin artacağı ve özel sektörlerin ortak yatırım ve üretim ile birlikte bölgedeki diğer ülkelere ihracatları için çalışmaların artacağı beklenmektedir.

İran ve Türkiye’nin büyük oranda dokunulmamış endüstriyel, ticari ve ekonomik kapasiteye sahip olduğunu kabul edilen bir gerçektir. İki ülke arasındaki potansiyel kapasiteleri tanışma seminerleri, konferanslar ve tanışma ziyaretleri ile fiiliyata dönüştürmeye çalışılmalıdır. İki ülkedeki ticari görüşmelerinde özel sektörün girişimciliği faaliyetleri her iki ülkenin ekonomisinde etkili olabilir.

Ortak yatırımlar konusunda son yıllarda ortak organize sanayi bölgelerinin oluşturulması özellikle bu sanayi bölgelerinin serbest ve sınır yakınlıklarında olması plana alınıp ve önem kazanmıştır. İran’ın Türkiye’ye yakın bölgelerinden olan Tebriz şehrinde Türk firmaları tarafından sanayi bölgesi açılması bu örneklerden birisidir.

İran yabancı yatırım kuruluşlarında FIPPA üyesi olması Türk yatırımcılarına İran’da yatırım yapmak için büyük bir puan kazandırmaktadır, ayrıca İran’da Türk markalarına olan ilgi ve büyük pazarları olması Türk firmalarını İran’da yatırım yapmak için harekete geçiriyor. Bunların yanı sıra İran devletinin yabancı yatırımcılara teşvikleri ve her bölgede yabancı yatırımlar ofisi olması da yatırımcılar için olumlu yönde katkı sunmaktadır. Geçen sene ise Tahrada Türkiye Ticaret merkezinin açılışı ile birlikte bu merkezde Türk yatırımcılara bilgi ve danışmanlık konularında bilgilendirmeler yapılmakta, ayrıca İran’ın diğer firmaları ile tanışma fırsatı sunumaktadır.

İran ve Türkiye'nin diğer önemli ortak yatırımlarından olan ulaştırma konusunda, İran üzerinden Avrupa ve Asya kıtalarını birleştiren demir yolu projeleri örnek olarak Türkiye-İran-Pakistan demir yolu projesi ticari hacminin artıracaktır.

Diğer taraftan son yıllarda İranlı yatırımcılar sermayelerini Dubai'den Türkiye yönlendirmişler ve son yıllarda hem üretim ve hem ticaret konusunda Türkiye'de şirket kurmaya başlamışlardır.

İki ülke arasında ticari heyetler ve ticaret odalarının birbirleri ile ziyaretleri ve ortak seminerleri vasıtasıyla iki ülkenin tüccar ve özel sektörlerin birbirileri ile daha fazla iletişim kurarak yatırımlar her iki ülkede artış göstermektedir.

## **2.8. İRAN'IN 2018 AMBARGOSU VE İKİLİ TİCARETE ETKİLERİ**

İran ile Türkiye arasındaki ilişkilerin gelişmesine rağmen, ABD hükümeti Türkiye'ye çeşitli siyasi gruplar göndererek Türkiye'nin İran'a karşı yaptırım uygulamaya çalıştı ama bu çalışmalar Türkiye devleti tarafından etkisiz hale getirdi.

Amerika'nın ayrılmasından bu yana Türkiye, Washington'un İran aleyhindeki yaptırım politikasına uymayacağını ve ulusal çıkarlarına uygun hareket edeceğini ilan etti.

ABD'ye karşı birebir yaptırımların ilan edilmesinin ardından Türk makamları, İran'a kendi pozisyonlarında uygulanan yaptırımlardan memnuniyetlerini göstermiş ve doğru yorumlarla iki ülke arasındaki yakın ilişkilerin derinliğini göstermiştir. Türkiye Dışişleri Bakanı Çuvaroğlu, ABD'nin İran'a yapacağı yaptırımları uygulamayacağını açıkça belirtti.

Uzmanlar Ankara'nın uluslararası politikada aktif olduğuna inanıyor. Amerika'nın yeni tek taraflı yaptırımları ve ilk yaptırımlardaki gibi oluşan fırsatlardan yararlanırken, İran ile iyi ilişkiler kurarak en etkili ekonomik yayılımı sağlamaya çalışıyor. Bu bağlamda, göz önünde bulundurulması gereken hususlardan biri sadece ticari ilişkilerin hacmini artırmak değil, aynı zamanda bu ilişkinin gerekliliğini ve kalitesini arttırmaktır. İran, son yıllarda özellikle sanayi sektöründe ciddi bir durgunlukla karşı karşıya kaldı. Türkiye iç ihtiyaçlarını karşılamayı hedefliyor. Öte yandan Türkiye, özellikle mevcut koşullarda güçlü bir bölgesel ittifaka çok muhtaç durumda. Farklı nedenlerden dolayı İran Türkiye için en iyi seçenek olabilir.

Amerika Birleşik Devletleri Hazinesi Bakanlığı, Halkbank'a kara para aklama muamelelerini ve İran lehine muamele etmek ve petrol ve doğal gaz ihracat gelirlerini İran'a aktarmakla suçladı. Washington'un Ankara'daki çifte baskısının ardından ABD'de bankanın genel başkan yardımcısı Hakan Attila tutuklandı. Amerika Türkiye'ye İran'a yaptırım uygulanmasını engellemek için baskı yapmak amaçlı Attila'nın tutuklanmasını kullanıyor. Ancak Türkiye'ye ithal edilen doğal gazın %60 Rusya'dan ve % 30'unu İran'dan sağlıyor. İran'dan yapılan doğal gaz ithalatının tamamen kesilmesi halinde tamamen Rusya'ya bağımlı kalacak ve Türkiye'nin doğu ve güneydoğu bölgelerindeki insanlar doğalgaza muhtaç kalabileceklerdir.

Setav Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin uzmanı Şerif Dilek'e göre, Türkiye ile İran arasındaki ticaret hacminin, Ocak-Ekim 2018 arasında 2017 yılının aynı dönemine göre %23 oranında azaldı. Bu rakam, demir çelik ürünlerinin, otomobillerin, otomotiv parçalarının, makine ve tarım ürünlerinin ve tekstil ürünlerinin ihracatı ve ithalatını içeriyordu. Öte yandan, Türkiye'ye İranlı turist sayısı 2018'de 2017'ye göre %15 oranında azalmıştır.

ABD'nin ikinci ambargosu İran ile Türkiye arasındaki bankacılık ilişkileri ve Para transferinde İran şirketleri ile Türk şirketleri arasında sıkıntıya yol açtığı ve bu şirketlerin de İran'la ticaret yapmaya devam etmeleri durumunda problemlere neden olacağına inanılıyor.

## **2.9. İRAN VE TÜRKİYE TİCARETİNİN EKONOMİK GÖSTERGELERE GÖRE DEĞERLENDİRİLMESİ**

Türkiye yıllık ihracatını yaklaşık İran'ın üç katına çıkarmıştır. İran'dan yapılan ihracatın incelenmesi sonucunda İran'ın ihracatı 2012'de 88,6 milyar dolardan 2016'da 48,6 milyar dolara ulaştı. Bu rakam 2015 yılında 41,4 milyar dolar ile incelediğimiz 5 yılda en düşük miktardır.

### **2.9.1. İran ve Türkiye'nin İhracat Pazarları**

İran'ın ihracatının yaklaşık yüzde 86'sı 10 Asya ve Avrupa-Asya ülkesine olmuştur ve Avrupa ülkelerinin payı yüzde 6,42'den çok daha düşüktür. 2016 yılında

Çin, Hindistan ve Türkiye İran ürünlerinin yüzde 57,11'ini ithal ettiler, ancak Türkiye'deki aynı duruma bakarsak Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler 2012 yılında 153'den 2013 yılında 143 ülkeye gerilediğini görülmekte ise de son beş yıldaki düşüşe rağmen Türkiye ihracatı İran'dan daha fazladır (Tablo 2).

**Tablo 2:** 2012 ve 2016 Yılları Arası İran'ın İhracatı [Milyon Dolar] (Trademap)

| Ülke                          | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2016 (%) |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------|
| İhracat yapılan ülke sayısı   | 158   | 158   | 157   | 154   | 128   | ***      |
| Toplam İhracat (Milyon Dolar) | 88582 | 67375 | 68234 | 41410 | 48644 | 100%     |
| Çin                           | 24869 | 25390 | 27504 | 16057 | 14827 | 30,48%   |
| Hindistan                     | 13349 | 10032 | 11246 | 6225  | 8254  | 16,97%   |
| Türkiye                       | 11965 | 10383 | 9833  | 6096  | 4700  | 9,66%    |
| Güney Kore                    | 8544  | 5564  | 4578  | 2367  | 4648  | 9,56%    |
| Japonya                       | 7966  | 6931  | 6177  | 3251  | 3331  | 6,85%    |
| Fransa                        | 208   | 76    | 81    | 73    | 1532  | 3,15%    |
| Afganistan                    | 499   | 715   | 1497  | 1808  | 1265  | 2,60%    |
| İtalya                        | 2880  | 182   | 585   | 521   | 1162  | 2,39%    |
| İspanya                       | 960   | 113   | 173   | 196   | 999   | 2,05%    |
| Birleşik Arap Emirlikleri     | 4134  | 2788  | 1546  | 765   | 969   | 1,99%    |
| İlk 10 Ülkenin Toplamı        | 75374 | 62174 | 63221 | 37360 | 41686 | 85,70%   |
| Diğer Ülkeler                 | 13207 | 5200  | 5014  | 4050  | 6958  | 14,30%   |

Öte yandan Türkiye'nin bu yıllardaki ihracatının değeri 2012'de 134,4 milyar dolardan 2016'da 134 milyar dolarla gerilmiştir, 2014 yılında ise ihracatın değeri 144 milyar dolara yükselmiştir. Diğer bir konu ise Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelerinin dağılımı İran'dan daha geniştir ve diğer taraftan Türkiye'nin İthalatının büyük payı ilk 10 ülkeye yüzde 55,72 olarak yapılmıştır ki bu dağılım normal sayılmaktadır. 2016 yılında Almanya, İngiltere ve Amerika, Türkiye'nin ihracatının %28,2'sini oluşturarak Türkiye'nin ilk üç ihracat yaptığı ülkeler oldu (Tablo 3).

**Tablo 3:** 2012 ve 2016 yılları arası Türkiye'nin İhracatı [milyon dolar] (Trademap)

| Ülke                        | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2016 Yılı Payı % |
|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| İhracat yapılan ülke sayısı | 173    | 171    | 167    | 163    | 143    | ***              |
| Toplam İhracat              | 134402 | 137395 | 144315 | 134921 | 133965 | 100%             |
| Almanya                     | 15525  | 16351  | 17869  | 16095  | 17005  | 12,69%           |
| İngiltere                   | 9255   | 9113   | 10557  | 11068  | 12207  | 9,11%            |
| Amerika                     | 6615   | 7007   | 7764   | 8354   | 8506   | 6,35%            |
| İtalya                      | 6761   | 7311   | 7594   | 7374   | 8271   | 6,17%            |
| Fransa                      | 7323   | 7977   | 8153   | 7408   | 7793   | 5,82%            |
| İspanya                     | 4051   | 4884   | 5258   | 5357   | 5640   | 4,21%            |
| Birleşik Arap Emirlikleri   | 9578   | 5005   | 4352   | 3419   | 4661   | 3,48%            |
| Belçika                     | 3929   | 4636   | 4510   | 3878   | 4398   | 3,28%            |
| Polonya                     | 2138   | 2416   | 2691   | 2861   | 3089   | 2,31%            |
| İsveç                       | 2390   | 1471   | 3627   | 6103   | 3073   | 2,29%            |
| İlk 10 Ülkenin Toplamı      | 67564  | 66171  | 72374  | 71916  | 74644  | 55,72%           |
| Diğer Ülkeler               | 66838  | 71224  | 71941  | 63004  | 59321  | 44,28%           |

### 2.9.2. Başlıca İhracat Ürünleri

2012'den 2016'ya kadar inorganik yakıtlar, inorganik yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, zift ve asfalt, mineral mumlar, plastik malzemeler, kimyasallar, kireç ve çimento, çeşitli gübreler ve değerli metaller ve az bulunan metallerdir gibi ürünler İran'ın ihracatının önemli bir kısmının oluşturduğu görülmektedir (Tablo 4).

Türkiye'nin ise otomobil ve yedek parçaları, makine ve teçhizatı, nükleer reaktörler, buhar kazanları, doğal veya ekili inciler, kıymetli ve yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, her türlü giysi, makine ve Elektrikli teçhizat, demir ve çelik, plastik malzemeler, demir ve çelik ürünleri, meyve ve fındık ihracatı yapılan başlıca ürünlerdir (Tablo 5).

**Tablo 4:** 2012 ve 2016 yılları arası İran'nın ihracat yaptığı ürünlerin değeri [milyon dolar] (Trademap)

| Ürün                                                                                                                  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2016 % |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| Tüm Ürünler                                                                                                           | 88582 | 67375 | 68234 | 41410 | 48644 | 100,00 |
| İnorganik yakıtlar, mineral ve inorganik yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, zift, mineral mumlar | 70759 | 51389 | 52101 | 27552 | 34991 | 71,93  |
| Plastik ve Plastikten imal edilmiş ürünler                                                                            | 2702  | 3044  | 3279  | 2972  | 2905  | 5,97   |
| Organik kimyasal maddeler                                                                                             | 3303  | 3062  | 2369  | 2091  | 1828  | 3,76   |
| Metal taşları, kaynak ve kül                                                                                          | 2433  | 2754  | 2165  | 1124  | 1588  | 3,26   |
| Demir ve Çelik                                                                                                        | 551   | 827   | 1043  | 1216  | 1362  | 2,80   |
| Meyve ve kuru yemiş; Kavun ve Narinci kabukları                                                                       | 1215  | 1222  | 1523  | 1371  | 1191  | 2,45   |
| Bakır ve imalatı                                                                                                      | 743   | 517   | 291   | 255   | 579   | 1,19   |
| Tuz, kükürt, taş, alçı, kireç ve çimento                                                                              | 619   | 602   | 892   | 628   | 508   | 1,05   |
| Gübreler                                                                                                              | 1110  | 830   | 451   | 714   | 449   | 0,92   |
| Mineraller, organik ve inorganik bileşikler, değerli metaller ve nadir metaller                                       | 555   | 361   | 479   | 496   | 302   | 0,62   |
| 10 Takımın Toplamı                                                                                                    | 83991 | 64608 | 64592 | 38419 | 45703 | 93,95  |
| Diğer                                                                                                                 | 4591  | 2766  | 3642  | 2991  | 2941  | 6,05   |

### 2.9.3. Küresel Göstergelere Dayalı İran – Türkiye Ekonomisi

Uluslararası incelemelerde, farklı sektörlerde iki ülke için derecelendirmeler var, örneğin 2016'daki ticaret güçlendirme alanında, İran 7 puan üzerinden sadece 3,16 kazanarak 136 ülke arasında 132'inci sırada yer almıştır. Türkiye ise 4,52 puanla 59'uncu sırada yer almıştır. Öte yandan, dış pazarlara erişim açısından İran nihai puanla 1,8 puan alırken, 3,91 puanla Türkiye 88'inci sırada yer almıştır.

Ancak, sınır yönetiminin etkinliği, lojistik altyapısının erişilebilirliği ve kalitesi, bilişim teknolojisinin kullanılması gibi tüm göstergelerin incelendiğinde, her konuda İran'ın çok geride olduğu görülmektedir. Dış pazarlara girişi inceleyecek olursak, İran %5 puan ile 136 ülkeden 134'üncü sırada yer almaktadır, Türkiye ise %3,8 puanla 93'üncü Sırada yer almaktadır. İç pazarlara erişimde İran %28 puanla 28'inci sırada ve Türkiye %6 puanla 76'ıncı sırada yer almaktadır.

Küresel rekabet edebilirlik göstergelerini dikkate alırsak, 12 faktör üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Buna dayanarak, İran 138 ülke arasında 7 puan üzerinden

5,2 puan olarak pazar büyüklüğü bakımından 19. sırada yer alırken, Türkiye 5,5 puan olarak 14. sırada yer almıştır. İran emtia piyasasının etkinliği açısından, 7 puandan 4 puan olarak 138 ülke sıralamasında 100'üncü Türkiye ise 4,5 puanla 53'üncü sırada yer almıştır.

Ayrıca, İran'ın lojistik alanında, bu bölümde ele alınan toplam puanın %2,6'sı ile 160 ülke arasında 96. sırada, Türkiye ise %3,42 puanla 34'üncü sırada yer almıştır (Tablo 6–10).

**Tablo 5:** 2012 Ve 2016 Yılları Arası Türkiye'nin İhracat Yaptığı Ürünlerin Değeri [Milyon Dolar] (Trademap)

| Ürün                                                                               | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2016 % |
|------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Tüm Ürünler                                                                        | 152462 | 151803 | 157610 | 143850 | 142530 | 100,00 |
| Taşıt vasıtaları, tren ve travma ve yedek parçaları hariç                          | 15148  | 17000  | 18063  | 17464  | 19802  | 13,89  |
| Mekanik takım ve makineler, nükleer reaktörler, istim kazanları ve yedek parçaları | 11999  | 12989  | 13591  | 12334  | 12339  | 8,66   |
| Doğal veya kültür incileri, değerli veya yarı değerli taşlar ve değerli metaller   | 16325  | 6999   | 7717   | 11264  | 12176  | 8,54   |
| Tekstil Ürünleri ve Aksesuarları Giysiler, Örne                                    | 8419   | 9245   | 10024  | 8928   | 8849   | 6,21   |
| elektrikli Makine ve teçhizat ve parça ve aksamı, Televizyon, Tape vb. ürünler     | 9373   | 9544   | 9692   | 8280   | 7828   | 5,49   |
| Demir ve Çelik                                                                     | 11332  | 9919   | 9244   | 6557   | 6180   | 4,34   |
| Tekstil Ürünleri ve Aksesuarları Giysiler, Örne olmayanlar                         | 5431   | 5714   | 6233   | 5917   | 5925   | 4,16   |
| Plastik ve Plastikten imal edilmiş ürünler                                         | 5013   | 5609   | 6097   | 5359   | 5026   | 3,53   |
| Demir ve Çelikten imal edilmiş ürünler                                             | 6093   | 6148   | 6356   | 5466   | 4964   | 3,48   |
| Meyve ve kuru yemiş; Kavun ve Narınci kabukları                                    | 3806   | 3969   | 4327   | 4355   | 3873   | 2,72   |
| 10 Takımın Toplamı                                                                 | 92941  | 87136  | 91345  | 85923  | 86964  | 61,01  |
| Diğer                                                                              | 59521  | 64667  | 66265  | 57927  | 55566  | 38,99  |

**Tablo 6:** 2016 Yılında Ticaret Güçlendirilmesinin Ölçülmesinde İran ve Türkiye'nin Sıralaması

| ÜLKE<br>FAKTÖR                                                 | İRAN          |                                  | TÜRKİYE       |                                  |
|----------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------|---------------|----------------------------------|
|                                                                | PUAN<br>(1-7) | SEVİYE<br>(136 ülke<br>arasında) | PUAN<br>(1-7) | SEVİYE<br>(136 ülke<br>arasında) |
| Ticari Güçlendirme Endeksi                                     | 3,16          | 132                              | 4,52          | 59                               |
| İç piyasaya erişim                                             | 2,4           | 136                              | 4,69          | 87                               |
| Dış piyasaya erişim                                            | 1,8           | 136                              | 3,91          | 88                               |
| Sınır yönetiminin etkinliği                                    | 3,2           | 123                              | 5,06          | 45                               |
| Ulaşım altyapısının erişilebilirliği ve kalitesi               | 3,5           | 69                               | 4,54          | 27                               |
| Ulaştırma hizmetleri altyapısının erişilebilirliği ve kalitesi | 3,7           | 86                               | 4,53          | 45                               |
| Bilişim teknolojisinin erişilebilirliği ve kullanımı           | 3,5           | 100                              | 4,38          | 74                               |
| Operasyonel çevre                                              | 3,8           | 116                              | 4,23          | 73                               |

**Tablo 7:** 2016 Yılında İran ve Türkiye, Ticaret Güçlendirme Ölçüm Kriterlerindeki Sırası

| FAKTÖR                      | ÖLÇÜM KRİTERLERİ                                           | BİRİM        | İRAN  |                                  | TÜRKİYE |                                  |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------|--------------|-------|----------------------------------|---------|----------------------------------|
|                             |                                                            |              | PUAN  | SEVİYE<br>(136 ülke<br>arasında) | PUAN    | SEVİYE<br>(136 ülke<br>arasında) |
| İç piyasaya erişim          | Tarife oranı                                               | Yüzde        | 28    | 136                              | 6.0     | 76                               |
|                             | Tarife endeksinin karmaşıklığı                             | Puan (1-7)   | 5,2   | 80                               | 4.2     | 99                               |
|                             | Gümrük vergisinden muaf ithalat                            | Yüzde        | 0,0   | 136                              | 70.6    | 67                               |
| Dış piyasaya erişim         | Nominal tarife                                             | Yüzde        | 5,0   | 134                              | 3.8     | 93                               |
|                             | Hedef pazarlarda mükemmellik marjı                         | Puan (0-100) | 0,0   | 136                              | 40.9    | 78                               |
| Sınır yönetiminin etkinliği | Gümrük Hizmet Endeksi                                      | Puan (0-1)   | -     | -                                | 0.63    | 59                               |
|                             | Şeffaf sürecin etkinliği                                   | Puan (1-5)   | 2,3   | 100                              | 3.2     | 36                               |
|                             | İthalat için sarf edilmiş zaman (başvuru süreci)           | Saat         | 270   | 134                              | 11.1    | 57                               |
|                             | İthalat için sarf edilmiş zaman (kabul süreci)             | Saat         | 141   | 113                              | 41.1    | 63                               |
|                             | İthalat maliyeti (başvuru süreci)                          | Dolar        | 196,7 | 102                              | 141.6   | 86                               |
|                             | İthalat maliyeti (kabul süreci)                            | Dolar        | 660,4 | 113                              | 655.3   | 110                              |
|                             | İhracat için sarf edilmiş zaman (başvuru süreci)           | Saat         | 152   | 128                              | 5.0     | 47                               |
|                             | İhracat için sarf edilmiş zaman (kabul süreci)             | Saat         | 101,0 | 117                              | 15.8    | 38                               |
|                             | İhracat maliyeti (başvuru süreci)                          | Dolar        | 143,3 | 94                               | 87.0    | 67                               |
|                             | İhracat maliyeti (kabul süreci)                            | Dolar        | 565,4 | 113                              | 376.4   | 88                               |
|                             | Rüşvet gibi ve alışılmadık ödemeler (ithalat ve ihracatta) | Puan (1-7)   | 3,3   | 86                               | 3.9     | 66                               |
|                             | İthalat işleminin süresini tahmin edebilme                 | Puan (1-7)   | 3,3   | 113                              | 4.2     | 55                               |



|                                                      |                                                                        |                    |       |     |        |     |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------|-----|--------|-----|
|                                                      | Gümrüklerin Şeffaflık Endeksi                                          | Puan (0-1)         | -     | -   | 1.00   | 1   |
| Ulaşım altyapısının erişilebilirliği ve kalitesi     | Uluslararası havayollarındaki mevcut koltuk sayısı                     | milyon koltuk / km | 212,5 | 63  | 2257,6 | 15  |
|                                                      | Havacılık altyapısının kalitesi                                        | Puan (1-7)         | 3,4   | 109 | 5,4    | 29  |
|                                                      | Demir yolları altyapısının kalitesi                                    | Puan (1-7)         | 3,5   | 46  | 3,0    | 55  |
|                                                      | Deniz hatlarının bağlantı göstergesi                                   |                    | 24,6  | 56  | 49,6   | 29  |
|                                                      | Limanlar altyapı kalitesi                                              | Puan (1-7)         | 3,9   | 72  | 4,5    | 51  |
|                                                      | Kara yolların kalite endeksi                                           | Puan (1-7)         | 5,6   | 29  | 5,9    | 27  |
|                                                      | Kara yollar kalitesi                                                   | Puan (1-7)         | 4,1   | 66  | 5,0    | 28  |
| Ulaşım hizmetlerinin erişilebilirliği ve kalitesi    | Nakliye bedeli ödeme ve kolaylığı                                      | Puan (1-5)         | 2,7   | 86  | 3,4    | 35  |
|                                                      | Lijistik kabiliyet ve kalitesi                                         | Puan (1-5)         | 2,7   | 82  | 3,3    | 36  |
|                                                      | Takip edilebilirlik                                                    | Puan (1-5)         | 2,4   | 103 | 3,4    | 43  |
|                                                      | Planlanmış zamanında maksada varış                                     | Puan (1-5)         | 2,8   | 107 | 3,7    | 40  |
|                                                      | Kargo hizmetlerinin verimliliği                                        | Puan (1-7)         | 4,7   | 66  | 4,9    | 49  |
|                                                      | Dört taşıma modundaki değişimin etkinliği                              | Puan (1-7)         | 3,7   | 84  | 3,5    | 100 |
| Bilişim teknolojisinin erişilebilirliği ve kullanımı | Cep telefonu aboneliği                                                 | 100 kişide         | 93,4  | 102 | 96,0   | 99  |
|                                                      | Kişisel kullanıcı internet                                             | Toplam nüfusda     | 44,1  | 87  | 53,7   | 70  |
|                                                      | Sabit bant genişliği ile İnternet aboneliği                            | 100 kişide         | 10,9  | 67  | 12,4   | 60  |
|                                                      | Cep telefonu bant genişliği ile İnternet aboneliği                     | 100 kişide         | 20,0  | 107 | 50,9   | 69  |
|                                                      | Şirketler arası ve kullanıcılar arası alışverişinde ICTS kullanımı     | Puan (1-7)         | 4,0   | 115 | 4,9    | 52  |
|                                                      | Şirketler arası ve kullanıcılar arası alışverişinde internet kullanımı | Puan (1-7)         | 3,8   | 105 | 4,9    | 46  |
|                                                      | e-devlet kullanımı                                                     | Puan (1-0)         | 0,33  | 106 | 0,60   | 64  |
| Operasyonel çevre                                    | Mülkiyet haklarının korunması                                          | Puan (1-7)         | 3,5   | 111 | 4,0    | 82  |
|                                                      | Kamu kuruluşlarının etkinliği                                          | Puan (1-7)         | 3,7   | 76  | 4,3    | 38  |

**Tablo 8:** 2017 Yılında Pazar Büyüklüğü Bakımından İran ve Türkiye'nin Sıralanması

| KRİTER                          | İRAN       |                            | TÜRKİYE    |                            |
|---------------------------------|------------|----------------------------|------------|----------------------------|
|                                 | PUAN (1-7) | SEVİYE (138 ülke arasında) | PUAN (1-7) | SEVİYE (138 ülke arasında) |
| Piyasa boyutu                   | 5,2        | 19                         | 5,5        | 14                         |
| İç piyasa boyutu                | 5,2        | 18                         | 5,4        | 13                         |
| Dış piyasa boyutu               | 5,5        | 31                         | 5,7        | 26                         |
| Satın alma gücüne dayalı GSYİH  | 1,454      | 18                         | 1,988      | 13                         |
| GSYİH'ya oranla ihracat yüzdesi | 20,2       | 103                        | 20,9       | 101                        |

**Tablo 9:** 2017 Yılında Emtia Piyasası Etkinliği Faktöründeki İran ve Türkiye Sırası

| EMTİA<br>PERFORMANSININ<br>VE ALT GÖSTERGELERİ             | PİYASASININ<br>GÖSTERGE<br>PUAN<br>(1-7) | İRAN<br>SEVİYE<br>(138 ülke arasında) | TÜRKİYE<br>PUAN<br>(1-7) | SEVİYE<br>(138 ülke arasında) |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Emtia piyasasının etkinliği                                | 4                                        | 100                                   | 4,5                      | 53                            |
| İç rekabetin yoğunluğu                                     | 4,3                                      | 125                                   | 5,9                      | 9                             |
| Piyasaya hâkim firmaların varlığı                          | 3,9                                      | 56                                    | 3,8                      | 59                            |
| Tekel karşıtı politikaların etkinliği                      | 3,9                                      | 50                                    | 4,1                      | 43                            |
| Vergilerin Yatırım Amaçlarına Etkisi                       | 3,6                                      | 68                                    | 3,6                      | 72                            |
| Toplam vergi oranı (kar yüzdesine göre)                    | 44,1                                     | 96                                    | 41,1                     | 87                            |
| Bir işe başlamak için gereken adım ve prosedürlerin sayısı | 8                                        | 91                                    | 7,0                      | 70                            |
| Bir işe başlamak için gereken gün sayısı                   | 15,5                                     | 87                                    | 6,5                      | 35                            |
| Ziraat sektöründe politika yapma maliyetleri               | 3,6                                      | 82                                    | 3,5                      | 90                            |
| Ticaret engellerinin yaygınlığı                            | 4                                        | 99                                    | 4,6                      | 45                            |
| Ticari Tarifeler (gümrük vergileri yüzdesine göre)         | 29,5                                     | 137                                   | 5,9                      | 75                            |
| Yabancı mülkiyet sıklığı                                   | 3                                        | 133                                   | 4,1                      | 100                           |
| Kuralların yabancı yatırımlara etkisi                      | 3,5                                      | 125                                   | 4,9                      | 52                            |
| Gümrük işlemlerinin karmaşıklığı                           | 3,6                                      | 99                                    | 3,9                      | 80                            |
| GSYİH ile İthalat oranı                                    | 14,3                                     | 133                                   | 25,5                     | 114                           |
| Şirketlerin Müşteri Memnuniyetine verdiği önem             | 3,9                                      | 118                                   | 5,1                      | 37                            |
| Alıcıların bilinçliliği ve karmaşıklığı                    | 3,7                                      | 51                                    | 3,4                      | 66                            |

**Tablo 10:** 2016 Yılında Lojistik Performansı Bakımından İran ve Türkiye'nin Sıralanması

| EMTİA<br>PERFORMANSININ<br>VE ALT GÖSTERGELERİ         | PİYASASININ<br>GÖSTERGE<br>PUAN<br>(1-5) | İRAN<br>SEVİYE<br>(160 ülke arasında) | TÜRKİYE<br>PUAN<br>(1-5) | SEVİYE<br>(160 ülke arasında) |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| Lojistik Performansı                                   | 2,6                                      | 96                                    | 3,42                     | 34                            |
| Gümrük işlemlerinin etkinliği                          | 2,33                                     | 110                                   | 3,18                     | 36                            |
| Aktarma ve Ticari altyapısının kalitesi                | 2,67                                     | 72                                    | 3,49                     | 31                            |
| Rekabetçi fiyatlarla çeşitli ürünlere erişim kolaylığı | 2,67                                     | 88                                    | 3,41                     | 35                            |
| Lojistik Hizmetlerinde Yetkinlik ve Kalite             | 2,67                                     | 82                                    | 3,31                     | 36                            |
| Gönderilen malların takip edebilirliği                 | 2,44                                     | 111                                   | 3,39                     | 43                            |
| Malların zamanında teslimi                             | 2,81                                     | 116                                   | 3,75                     | 40                            |

## BÖLÜM 3

### EGE BÖLGESİ VE İRAN ARASINDA TİCARİ İLİŞKİLER

#### 3.1. EGE BÖLGESİ İLE İRAN ARASINDAKİ TİCARİ İLİŞKİLERİNE GENEL BAKIŞ

Türkiye ve özellikle Ege bölgesi, son yıllarda Batı'nın uyguladığı yaptırımlar nedeniyle İran yatırımlarını kendine doğru çekmiştir, ayrıca çeşitli sektörleri kendinde bulundurduğu için İran piyasasının ihtiyaçlarının tedarikçisi olmakta etkili bir rol oynamıştır. Ege bölgesindeki çeşitli Avrupalı şirketlerin yanı sıra serbest bölgelerin varlığı, ayrıca Ege bölgesinin emlak ve turizm sektöründe yatırım için taşıdığı yüksek potansiyel, Ege bölgesi ile İran arasındaki ekonomik ilişkileri daha yüksek düzeye getirmiştir. Bu bölümde, bu ekonomik ilişkileri ayrı ayrı inceleyeceğiz.

Resmi görüşmeler, seminerler ve ziyaretler her zaman ticaret geliştirme konusunda etkili bir yöntemdir.

Ege bölgesi ve İran arası ticaret hacmini arttırmak için her yıl farklı resmi görüşmeler, seminerler ve ziyaretler gerçekleştirilmektedir.

Son yıllarda Ege bölgesinin iş adamları ve ticaret odaları İran'ın farklı kentlerini ziyaretleri, İranlı iş adamlarının ege bölgesinin farklı şehirlerinde fuarlara katılım ve B2B görüşmeleri, Kuşadası gibi turistik şehirlerde işbirliğini artıracak seminerler dikkat çekmektedir.

İzmir Ticaret Odası İran ile her yıl farklı seminerler görüşmeler ve İran'a ziyaretler konusunda çabalarını sürdürüyor. Bunlardan en önemlisi İran'ın farklı ticaret odalarının üyelerinin katıldığı D-8 zirvesidir.

D-8 ((Developing 8 Countries) Ekonomik İşbirliği Örgütü'ne üye ülkelerin Ticaret ve Sanayi Odalarının ilk toplantısı, 21 Ekim 2016'da İzmir'de Ticaret Odası'nın ev sahipliğinde gerçekleştirildi.

Sekiz üye devletin Ticaret ve Sanayi Odası temsilcilerinin katıldığı iki günlük zirvede, özel sektör işadamları, alanlarının kapasitelerini ve üyelerini yansıtan, ekonomik işbirliğinin geliştirilmesine dayanan tanınmış ve kararlı hedefler vurgulandı.

Zirvede verilen kararlar D-8'in ticaret odaları, her yıl ekonomik ilişkilerin geliştirilmesinde bir yıllık performanslarını sürdürmek için üye ülkelerin ticaret odalarından birinin ev sahipliğinde toplanıyor.

İzmir'deki toplantıda 8 ülkeden 18 oda ticaret ve sanayi görevlisi görevi üstelendi. İran'dan, Tahran, İsfahan, Tebriz, Urmiye ve Kermanshah odaları bu zirvede yer aldı ve İran'ın üye ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin atılımını iyileştirmeye yönelik özel sektör çabalarına değinildi.

Bu zirvede İzmir Ticaret Odası Başkanı Ekrem Demirtaş Türkiye ile İran arasındaki ekonomik ilişkilerin hacmine değinerek, şunları söyledi: Şu anda Türkiye, İran İslam Cumhuriyeti ile D-8 ülkeleri arasında 9.76 milyon dolara eşdeğer olan en yüksek ticaret işbirliğine sahiptir. Bununla birlikte, bu döviz kurunun önemli bir kısmı İran'dan Türkiye ham petrol ve doğal gaz alımıdır ve iki ülkenin özel sektörünün petrol dışı alanda borsalarını geliştirmek için çabalarını arttırması gerekmektedir.

### **3.1.1. İranlıların Ege Bölgesinde İşletme ve Ticari Yatırımları**

Türkiye nispeten yüksek bir güvenlik ve ekonomik istikrar seviyesine sahiptir ve daha sonra Türkiye'yi tehdit eden başarısız bir darbe ve siyasi ve ekonomik krizden sonra, yabancı yatırımlar için daha fazla imkan sağlamıştır ve bu tesislerden birçok İran şirketi yararlanıp şirket tescil etmeye başlamıştır. Genel olarak, Türkiye'de yabancı yatırımlar yüksektir ve çok uluslu şirketler bu ülkede yoğun bir şekilde faaliyet göstermektedir. Birçok Avrupalı ve Amerikalı şirket, Türkiye'deki ofislerini Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarlarını izlemek için kullanmaktadır. Bu da Türkiye'yi uluslararası şirketlerin rehberlik ve denetimi konusunda daha fazla öne çıkarmaktadır.

Son yıllarda birçok İranlı Dubai yerine Türkiye'de şirketlerini tesis ve tescil etmeyi tercih etmiştir. Ege bölgesi, limanlar, serbest ticaret bölgeleri, turizm, sanayi ve tarımsal kapasiteler gibi yüksek potansiyele sahip olması dolayısıyla birçok İranlı yatırımcıyı bu bölgeye çekmekte başarılı olmuştur. Sürekli aktif olan İzmir'deki fuarlar İranlıların bu bölgeyi tanımaları açısından çok faydalı ve etkili olmuştur. Bunların yanı sıra İran ile Ege bölgesi tacirler derneği gibi kuruluş ve müesseselerin bulunuşu İran ve Ege bölgesi arasındaki ticaret bağlantılarını daha da güçlendirmiştir. Ayrıca, Tahran ve İzmir'deki bu alanda gerçekleştirilmiş toplantı ve konferanslar ticari

ilişkilerin daha da güçlenmesi ve etkinleşmesini sağlamıştır. Halen, İzmir'de 150'den daha fazla İran ile ortak sermayeli şirket, çoğu otomotiv ve kimya endüstrisinde aktif olarak faaliyet gösteren firma bulunmaktadır.

### **3.1.2. İranlıların Ege Bölgesinde Gayrimenkul Yatırımları**

Son yıllarda, İranlıların Türkiye'de özellikle de Ege Bölgesi'nde gayrimenkul satın almasındaki artışın sebeplerinden biri İran para biriminin değerinin düşüşü diğer nedeni ise Türkiye devletinin 250 bin dolarlık gayrimenkul alımı karşılığında Türk vatandaşlığı verme kararının alınmasıdır. Türk vatandaşlığı ile alınabilecek Türk pasaportu birçok ülkede daha çok değerli ve geçerlidir (Tablo 11).

Türkiye Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü resmi istatistiklerine göre, Türkiye'de İranlıların mülk alımı son yıllarda artışı ile beraber, Ege Bölgesi'nde ve özellikle İzmir'de de yabancılar tarafından gayrimenkul alımı artmıştır. Bu alım satımın büyük bir bölümünü İran vatandaşları oluşturmaktadır. Türkiye'nin en büyük üçüncü şehri olan İzmir İstanbul'a kıyasla iyi iklimi ve düşük yaşam maliyeti, uluslararası okulların ve iyi üniversitelerin varlığı, refah düzeyinin yüksek oluşu ve ulaşım olanakları, emlak danışmanları ve turizm sektöründe aktif bir şekilde çalışan şirketlerin sayesinde İranlıların yatırım ve yaşamı için uygun bir şehir sayılmaktadır.

### **3.1.3. Ege Bölgesi ve İran Arasında İthalat ve İhracat**

Günümüzde ülkeler arasındaki ticaretin sürdürülmesi ihracat ve ithalatın dengesi ile doğru orantılıdır. Ticaret odaları, fuarlar, satış ve pazarlama uzmanlarının çalışmaları ihracat payı elde etmede özel bir röle sahiptir. Modern ve çeşitli endüstrilere sahip en yakın ülke olan Türkiye, İran'ın ithalatının büyük bölümünü karşılamakta olup İran ise sahip olduğu petrol ve doğal gaz kaynakları ile Türkiye'nin en önemli petrol tedarikçisi sayılmaktadır. Bu bölümde İran'a yönelik ithalat ve ihracatı Ege Bölgesi ve Türkiye için ayrı ayrı ve resmi istatistiklere dayanarak inceleyeceğiz (Tablo 13).

Bu tabloya baktığımızda son 5 yılda ege bölgesinin İran’a ihracatının ithalatına göre üstünlüğünü görüyoruz ve bu konunun asıl sebebi ege bölgesinde sanayinin gelişmesi ve İran’ın farkı alanlarda yüksek teknolojik içeren ürünlerin olmasıdır.

**Tablo 11:** 2015-2019 Süre Zarfında Ülkelere Göre Yabancılar Türkiye’de Yapılan Konut Satış Miktarı Ve Yüzdesi (Tapu Ve Kadastro Genel Müdürlüğü)

| YIL  | SIRA | ÜLKE            | TOPLAM | YÜZDE |
|------|------|-----------------|--------|-------|
| 2019 | 1    | Irak            | 2 314  | 17    |
|      | 2    | İran            | 1 278  | 9     |
|      | 3    | Suudi Arabistan | 835    | 6     |
|      |      | <b>Toplam</b>   | 13 485 |       |
| 2018 | 1    | Irak            | 8 205  | 20    |
|      | 2    | İran            | 3 652  | 9     |
|      | 3    | Suudi Arabistan | 2 718  | 7     |
|      |      | <b>Toplam</b>   | 40 044 |       |
| 2017 | 1    | Irak            | 3 805  | 0,17  |
|      | 2    | Suudi Arabistan | 3 345  | 0,149 |
|      | **   | **              | **     |       |
|      | 8    | İran            | 792    | 0,035 |
| 2016 |      | <b>Toplam</b>   | 22 428 |       |
|      | 1    | Irak            | 3 036  | 0,165 |
|      | 2    | Suudi Arabistan | 1 886  | 0,103 |
|      | **   | **              | **     |       |
| 2015 | 8    | İran            | 664    | 0,036 |
|      |      | <b>Toplam</b>   | 18 391 |       |
|      | 1    | Irak            | 4 228  | 0,184 |
|      | 2    | Suudi Arabistan | 2 704  | 0,118 |
| 2015 | **   | **              | **     |       |
|      | 8    | İran            | 744    | 0,032 |
|      |      | <b>Toplam</b>   | 22 991 |       |

**Tablo 12:** Ege Bölgesi ve İran Arasında İthalat ve İhracat Miktarı [Dolar]

| YIL           | İHRACAT       | İTHALAT     |
|---------------|---------------|-------------|
| 2015          | 230.485.352   | 47.766.498  |
| 2016          | 283.025.658   | 60.096.364  |
| 2017          | 276.973.337   | 66.812.342  |
| 2018          | 216.523.574   | 40.559.812  |
| 2019          | 54.250.230    | 9.881.584   |
| <b>TOPLAM</b> | 1.061.258.151 | 225.116.600 |

Ege Bölgesinden İran’a en çok yapılan ihracat ürünlerinin listesini Tablo 13’te görmekteyiz. Bu liste 2014 ila 2018 yılları arasında en fazla ihracatı yapılan ilk 15

ürünü göstermektedir. İlk sırada tütün mamulleri İran’da sigara fabrikalarında kullanılan birinci hammadde olarak kullanmakta olan ürünlerdir.

**Tablo 13:** 2014 - 2018 Yılları Arası Ege Bölgesinden İran'a İhrac Edilen Ürünlerin İlk 15'i

| SIRA | MAL TANIMI                                                                         | TOPLAM (\$)    |
|------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1    | Sigaraklık tütünler-net muhtevasi >500gr ambalajda                                 | 198.968.412,60 |
| 2    | Banknot ve benzeri kıymetli evraka mahsus kağıtlar                                 | 65.763.535,63  |
| 3    | Oluklu olmayan kağıt veya kartondan katlabilir kutular ve muhafazalar              | 61.445.975,46  |
| 4    | Diğer otomatik devre kesiciler akım=< 63 amp.                                      | 48.700.950,15  |
| 5    | Blum. Kütük vb. İçin silindirleri oluklu hadde makinaları                          | 44.630.363,84  |
| 6    | Kondenserler (ev tipi buzdolapları için olanlar)                                   | 23.117.878,29  |
| 7    | Diğer çeşit röleler                                                                | 21.176.142,53  |
| 8    | Televizyon kameraları. Radyo alıcıları. Tv cihazlarının diğer aksam. Parçaları     | 18.689.656,01  |
| 9    | Tipalar ve diğer kapama malzemeleri                                                | 17.849.604,68  |
| 10   | Soğutma cih. Kul. Hermetik veya yarı herm. Kompresörleri-güç > 0,4 kw.             | 14.087.227,88  |
| 11   | Bileği taşları. Bileği çarkları. benzerleri - diğer aglomere aşındırıcılardan      | 13.967.766,33  |
| 12   | Diğer elektirik devresi teçhizatı aksam ve parçaları                               | 13.013.361,12  |
| 13   | İşlemeler-suni ve sentetik. parça/şerit/motifli. Kıymeti > 17,5 euro/kg (t62)      | 11.899.249,28  |
| 14   | Profiller. çubuklar. enine kesit>1mm olan monofiller poli(vinil klorür)den olanlar | 11.178.118,86  |
| 15   | Floresans starter ampulü                                                           | 9.879.792,03   |

### 3.1.3.1. İzmir İli ve İran Arasında Ticari İlişkiler

İzmir ege bölgesinin en büyük ili olarak İran ile en fazla ticarete sahip olan ildir. Ama Türkiye geneline baktığımızda çok az bir paya sahiptir. Son 4 yıllık verilere baktığımız zaman İzmir ilinin Ege bölgesi ve İran arası 1 milyar dolarlık ihracat hacminin yüzde 62,6’sına sahiptir ve 2015 yılından 2018 yılına kadar Türkiye ile İran arası ihracatının yaklaşık yüzde 5’ini gerçekleştirmiştir. İzmir ili son yıllarda neredeyse yaptığı ihracatının yarısını ithal etmiştir ve İran ile olan ticari ilişkisinde ihracat üstünlüğünü her zaman sürdürmüştür (Tablo 14).

**Tablo 14:** İzmir İli ve İran Arası Ticaret [Dolar] (TÜİK)

| YIL      | TANIM   | İHRACAT        | YÜZDE | İTHALAT       | YÜZDE |
|----------|---------|----------------|-------|---------------|-------|
| 2015     | İzmir   | 146.076.557    |       | 25.077.453    |       |
|          | Ege     | 230.485.352    | 63%   | 47.766.498    | %53   |
|          | Türkiye | 3.280.741.553  | 4%    | 1.155.930.395 | %2    |
| 2016     | İzmir   | 171.896.088    |       | 25.798.928    |       |
|          | Ege     | 283.025.658    | 61%   | 60.096.364    | %43   |
|          | Türkiye | 4.455.636.387  | 4%    | 995.976.782   | %3    |
| 2017     | İzmir   | 162.760.351    |       | 42.089.977    |       |
|          | Ege     | 276.973.337    | 59%   | 66.812.342    | %63   |
|          | Türkiye | 2.932.514.338  | 6%    | 1.240.507.665 | %3    |
| 2018     | İzmir   | 150.108.377    |       | 21.724.744    |       |
|          | Ege     | 216.523.574    | 69%   | 40.559.812    | %54   |
|          | Türkiye | 2.099.669.617  | 7%    | 1.107.005.819 | %2    |
| Ortalama | İZMİR   | 630.841.373    |       | 114.691.102   |       |
|          | EGE     | 1.007.007.921  | 62,6% | 215.235.016   | %53,3 |
|          | TÜRKİYE | 12.768.561.895 | 4,9%  | 4.499.420.661 | %2,5  |

### 3.1.3.2. Aydın, Denizli, Muğla İlleri ve İran Arasında Ticari İlişkiler

Ege bölgesindeki şehirlerin coğrafi konumu olarak yakın olan Aydın, Denizli ve Muğla illeri ile birlikte aşağıdaki tabloda İran ile son 4 yıldaki ticareti incelenmiştir. Bu 3 il son dört yılda toplamda 151.413.155,00 Dolar ile ege bölgesinin ihracatının en düşük ihracat payını %15 olarak gerçekleştirmişler. Ayrıca Türkiye'nin 2015 ile 2018 yılı ihracatında %1,2'sine sahipler. Bu 3 ilin ithalat rakamlarına baktığımızda ege bölgesinin diğer illerine göre ihracat ve ithalat dengesinin düşük olduğunu görüyoruz ve diğer illerde ihracat oranlar ithalatlarına göre daha yüksek gözükmemektedir. 2015 ile 2018 yılları arasındaki Ege bölgesine ait ithalatın %29'luk kısmını gerçekleştirilmiştir (Tablo 15).



**Tablo 15:** Aydın, Denizli, Muğla İlleri Ve İran Arası Ticaret Miktarı [Dolar] (TÜİK)

| YIL      | TANIM                    | İHRACAT        | YÜZDE | İTHALAT       | YÜZDE |
|----------|--------------------------|----------------|-------|---------------|-------|
| 2015     | Aydın, Denizli,<br>Muğla | 37.673.977     |       | 17.457.197    |       |
|          | Ege                      | 230.485.352    | 16%   | 47.766.498    | 37%   |
|          | Türkiye                  | 3.280.741.553  | 1%    | 1.155.930.395 | 2%    |
|          |                          |                |       |               |       |
| 2016     | Aydın, Denizli,<br>Muğla | 44.685.153     |       | 27.538.312    |       |
|          | Ege                      | 283.025.658    | 16%   | 60.096.364    | 46%   |
|          | Türkiye                  | 4.455.636.387  | 1%    | 995.976.782   | 3%    |
|          |                          |                |       |               |       |
| 2017     | Aydın, Denizli,<br>Muğla | 45.113.446     |       | 7.986.005     |       |
|          | Ege                      | 276.973.337    | 16%   | 66.812.342    | 12%   |
|          | Türkiye                  | 2.932.514.338  | 2%    | 1.240.507.665 | 1%    |
|          |                          |                |       |               |       |
| 2018     | Aydın, Denizli,<br>Muğla | 23.940.579     |       | 9.374.868     |       |
|          | Ege                      | 216.523.574    | 11%   | 40.559.812    | 23%   |
|          | Türkiye                  | 2.099.669.617  | 1%    | 1.107.005.819 | 1%    |
|          |                          |                |       |               |       |
| Ortalama | AYDIN, DENİZLİ,<br>MUĞLA | 151.413.155    |       | 62.356.382    |       |
|          | EGE                      | 1.007.007.921  | 15,0% | 215.235.016   | 29,0% |
|          | TÜRKİYE                  | 12.768.561.895 | 1,2%  | 4.499.420.661 | 1,4%  |
|          |                          |                |       |               |       |

### 3.1.3.3. Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak İlleri ve İran Arasında Ticari İlişkiler

Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak illerinin İran ile ticaretleri 2017 yılında 85.835.900,00 dolar olarak en yüksek seviye ulaşırken 2018 yılında sert bir düşüş ile 51.934.818,00 dolara gerilemiştir. Bu iller 2015 ile 2018 yılları arası 224.753.393,00 dolarlık ihracat ile ege bölgesinin %22,3 ve Türkiye'nin %1,8 İran'a ihracatlarını gerçekleştirmişlerdir. Ayrıca ithalat miktarlarına bakarsak ihracatlarına göre üstünlük devam ediyor ve 2015 ile 2018 yılları arasında 38.187.532,00 dolarlık ithalat ile ege bölgesinin %17,7 ve Türkiye'nin %0,8 İran'dan ithalatını gerçekleştirmiştir (Tablo 16).

Genellikle Ege bölgesi İran ile ticarete Türkiye geneline bakarak imkânları açısından az paya sahiptir ve bunun başlıca sebepleri Ege bölgesinin İran'a uzaklığı ve nakliye fiyatlarının yüksekliğidir.

**Tablo 16:** Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak İlleri ve İran Arası Ticaret Miktarı [Dolar] (TÜİK)

| YIL      | TANIM                                 | İHRACAT        | YÜZDE | İTHALAT       | YÜZDE |
|----------|---------------------------------------|----------------|-------|---------------|-------|
| 2015     | Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak | 46.734.818     |       | 5.231.848     |       |
|          | Ege                                   | 230.485.352    | 20%   | 47.766.498    | %11   |
|          | Türkiye                               | 3.280.741.553  | 1%    | 1.155.930.395 | 0     |
| 2016     | Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak | 66.444.417     |       | 6.759.124     |       |
|          | Ege                                   | 283.025.658    | 23%   | 60.096.364    | %11   |
|          | Türkiye                               | 4.455.636.387  | 1%    | 995.976.782   | %1    |
| 2017     | Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak | 69.099.540     |       | 16.736.360    |       |
|          | Ege                                   | 276.973.337    | 25%   | 66.812.342    | %25   |
|          | Türkiye                               | 2.932.514.338  | 2%    | 1.240.507.665 | %1    |
| 2018     | Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak | 42.474.618     |       | 9.460.200     |       |
|          | Ege                                   | 216.523.574    | 20%   | 40.559.812    | %23   |
|          | Türkiye                               | 2.099.669.617  | 2%    | 1.107.005.819 | %1    |
| Ortalama | MANİSA, AFYONKARAHİSAR, KÜTAHYA, UŞAK | 224.753.393    |       | 38.187.532    |       |
|          | EGE                                   | 1.007.007.921  | 22,3% | 215.235.016   | %17,7 |
|          | TÜRKİYE                               | 12.768.561.895 | 1,8%  | 4.499.420.661 | %0,8  |

### 3.2. EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN İLE TİCARİ İLİŞKİLERİNDE ANKET ÇALIŞMASI

Bu anketin amacı, ege bölgesi ve İran arasında ticaret yapan firmaların ticaretlerindeki engellerin ve karşılaşılan zorlukların ölçülmesi ve bunlara ilişkin değerlendirme ve öneri geliştirilmesidir.

Çalışmanın kapsamı, Ege Bölgesi'nde İran ile ticareti olan firmaları içermektedir.

Yöntem kısmında belirtilen anketi dolduran firmalar değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışma birkaç bölümden oluşmaktadır. İlk etapta Ege bölgesinde İzmir Ticaret Odası, Ege İhracatçılar Birliği, Bank Mellat İzmir şubesi ve diğer ilgili kurumlara gidilerek Ege bölgesi ve İran ticaretindeki sorunlar toplanıp anketin ana başlıkları belirlendi. Ardından Ege İhracatçılar Birliği'nden İran ile ticaret yapan firmaların listesi alındı. Sonuç olarak, 29 sorudan oluşan anket elektronik anket biçiminde düzenlendi. Anket soruları üç bölümden oluşturmaktadır, birinci bölümde firmaların sektör bilgileri ve İran ile ticaret geçmişleri sorulmuştur. İkinci bölümde ise lojistik, finans ve satış ve pazarlama alanlarındaki sorunların etkileri sorulmuştur. Son

bölümü de ticaretin artışına ve sorunların çözülmesine ilişkin öneriler şeklinde hazırlanmıştır. Anket elektronik ortamdan firmalara iletilip 42 firma tarafından gönderilen cevaplar derlendi. Yine bu kapsamda, cevapları geç gönderilen firmalar için de saha ziyaretleri gerçekleştirilip yüz yüze görüşmeler yapıldı.

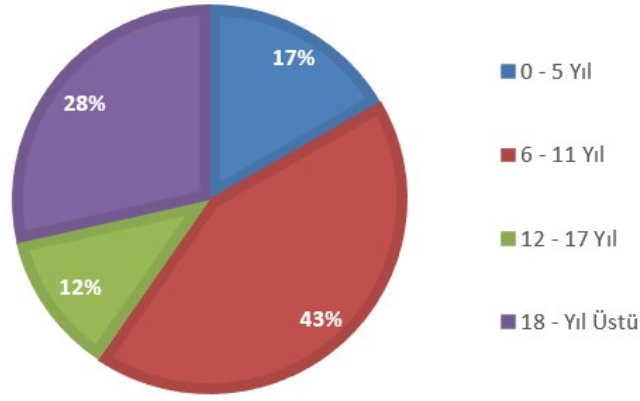
### 3.2.1. Genel Bilgileri ve İran ile Ticari Geçmişleri

Anket Ege bölgesinde İran ile ticari ilişkisi olan 42 firma tarafından doldurulmuştur. İlk soruda firmaların hangi sektörde çalıştıklarına dair bilgiler toplanmıştır ve sonuç Tablo 17’de verilmiştir.

**Tablo 17:** Ankete Katılan Firmaların Anafaaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

| İşletmenizin anafaaliyet alanı                                                                                                           | Cevap Sayısı | Yüzde |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------|
| Gıda, içecek, tütün ürünleri                                                                                                             | 3            | 7%    |
| Tekstil, giyim, deri ile ilgili ürünleri                                                                                                 | 2            | 5%    |
| Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri; mobilya, kâğıt ve kâğıt ürünleri                                                                 | 7            | 17%   |
| Kauçuk ve plastik ürünleri; diğer metalik olmayan mineral ürünlerin (cam, seramik, porselen, çimento, beton, vb)                         | 1            | 2%    |
| Ana metal sanayi; makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri (metal tank, çatal-bıçak takımları, vb)                            | 4            | 10%   |
| Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünleri; elektrikli teçhizatı, makine ve ekipman                                                   | 1            | 2%    |
| Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler ve diğer ulaşım araçları gemi, tekne, lokomotif, vagon, hava ve uzay araçları vb.) | 3            | 7%    |
| Mücevherat, müzik ve spor aletleri, oyun ve oyuncak                                                                                      | 2            | 5%    |
| Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı                                                                                               | 3            | 7%    |
| Turizm                                                                                                                                   | 4            | 10%   |
| Diğer (lojistik, dış ticaret vs.)                                                                                                        | 12           | 29%   |

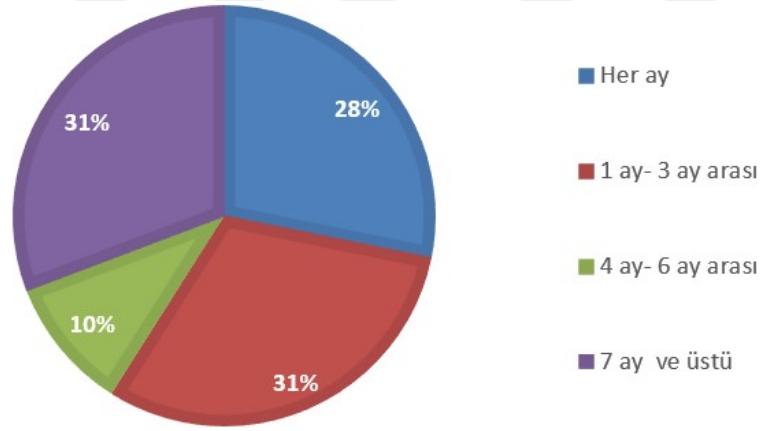
İkinci soruda firmaların İran ile ticaretleri sorulmuştur ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir (Şekil 1).



Şekil 1: Firmaların İran ile Ticari Geçmişleri

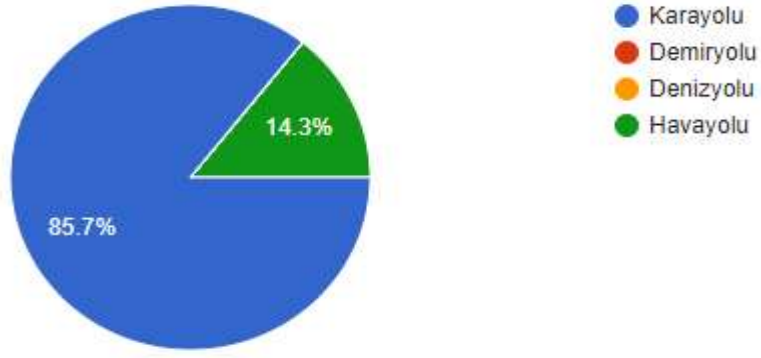
Baktığımızda genellikle uzun süredir İran ile ticari ilişkileri olan firmalar anketimiz cevaplamışlar ve bu Ege bölgesindeki firmaların İran ile ticari ilişkilerinin sürdürülebilirliğini göstermektedir.

Firmaların İran ile ticaret sıklıklarına baktığımızda (Şekil 2) genellikle %50'den daha fazlası 3 aydan daha az sıklıklarla İran ile ticari ilişkileri bulunmaktadır.



Şekil 2: Firmaların İran ile Ticari Sıklıkları

Firmaların İran'a sevkiyatlarında en çok karayolu tercih etmeleri ve bu konuda demir yolunu kullanmamaları dikkat çekmiştir (Şekil 3). Özellikle firma sektörlerine baktığımızda ağaç sektörü gibi firmalarda yüksek hacimli ve düşük maliyetli taşımaya ihtiyaç duyulmaktadır, buna rağmen %85'ten daha fazlası nakliyat karayolu ile gerçekleşmektedir.



**Şekil 3:** Firmaların kullandığı Lojistik Yöntemi

Firmaların ticaretlerini etkileyen lojistik ile ilgili sorulara verilen cevaplar Tablo 18’de özetlenmiştir. Firmaların %50’si araç yetersizliği problemi ile karşılaşmaktadır, özellikle bu sorunu araştırdığımızda kış aylarında doğu tarafında hava şartları uygunsuz olduğu dönemlerde daha çok yaşanmaktadır. Ayrıca, meyve sezonları gibi dönemsel olarak da bu sorun ile karşılaşılmaktadır. Lojistik konusunda Ege bölgesi ve İran arasında demiryolunun firmalara aktif, uygun ve avantajlı bir şekilde hizmet sunamaması ticareti geliştirmekte etkisiz olması dikkat çekmektedir.

Ege bölgesi ve İran arası lojistikte nakliye süresinin kısa olması ve güvenli taşımacılık, ticareti olumlu şekilde etkilemektedir ve bu yönde iyileştirmeler yapılırsa daha iyi bir şekilde diğer ülkelere göre üstünlük sağlanabilir.

**Tablo 18:** Ege Bölgesi ve İran Arası Lojistik Sorunlar

| Tanım                                                 | Kesinlikle Katılıyor | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle katılmıyorum |
|-------------------------------------------------------|----------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| Araç yetersizliği ticareti olumsuz etkiliyor          | 31%                  | 21%         | 2%         | 38%          | 7%                      |
| Demiryolunun aktif olmaması ticareti etkiliyor        | 45%                  | 26%         | 14%        | 7%           | 7%                      |
| Nakliye süresinin az olması ticareti olumlu etkiliyor | 29%                  | 38%         | 5%         | 24%          | 5%                      |
| Güvenli taşıma ticareti olumlu etkiliyor              | 33%                  | 36%         | 10%        | 14%          | 7%                      |

### 3.2.2. Finans

Ege bölgesi ve İran arası ticari faaliyet gösteren işletmelerin en büyük problemleri finansal alanında olup aşağıdaki tabloda verilere baktığımızda bu alanda 4 farklı problemin ne kadar etkili olduğu net bir şekilde görmekteyiz (Tablo 19).

**Tablo 19:** Ege Bölgesi ve İran Arası Finansal Konular

| Tanım                                            | Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle katılmıyorum |
|--------------------------------------------------|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| Akreditif ve ya vadeli çalışma problemi          | 69%                    | 24%         | 5%         | 2%           | 0%                      |
| Güvenli teminat sağlanmaması                     | 62%                    | 26%         | 7%         | 5%           | 0%                      |
| Bankacılık sistemi, Swift gibi problemler        | 81%                    | 19%         | 0%         | 0%           | 0%                      |
| İran'da döviz kuru riski ve para değerinin kaybı | 62%                    | 26%         | 5%         | 5%           | 3%                      |

Günümüzde dış ticarete akreditif ve vadeli çalışma şekli önemli ve ticaretin gelişmesinde olan ana faktörlerden biri sayılmaktadır. Maalesef son yıllarda İran bankacılık sistemi tarafından bazı bankalar bazı sektörler için akreditif olanağı sunuyorlar ve genellikle çok zor işlemler uygulanmaktadır. Bu yüzden birçok firma İran ile etkin bir şekilde ticaret yapamıyor.

Güvenli Teminat konusu da, firmaların vadeli çalıştıkları zaman tedirginlikler oluşmaktadır. İran firmaları tarafından sağlanan teminat mektupları İran bankaları tarafından verildiği için Türk firmaları tarafından çok tercih edilmiyor. Türkiye’de bazı aracı firmalar bu hizmeti sağlamaktadır. Fakat masraf ve güvence konuları tartışmaya açık hususlardır ve bu nedenle bunlar da firmalar tarafından pek tercih edilmemektedir.

Tablo 19 verilerine göre para transferi büyük sorun olarak gözükmektedir. Ambargo nedeni ile İran’da Swift sisteminin kapalı olması ve iki ülkede ortak bankaların bulunmaması para transferini neredeyse durma noktasına getirmiştir.

İran’da son iki yılda para değerinin kaybı, İran firmalarının Ege bölgesindeki olan firmalara olan borçlarını kapatamamasına sebep olmuş ve sonuçta her iki taraftaki firmaların ticaretini zor durumda koymuştur.

### 3.2.3. Satış ve Pazarlama

Ege bölgesindeki firmaların İran ile ilişkileri daha çok ihracata dayandığı için satış ve pazarlama önemli bir husustur. Tablo 20’de Ege bölgesi ve İran arası satış ve pazarlamayı etkileyen altı soru ile bilgiler toplanmıştır. İran ve Türkiye kültürel olarak ne kadar yakın olsa da satış ve pazarlama konusunda farklılıklar ve tüketici davranışlarını etkileyecek çok detaylar bulunmaktadır. Ama firmalardan gelen bilgiye göre bu faktör daha fazla önem taşımaktadır. Özellikle hızlı tüketim ürünlerde ambalaj vb. konulara dikkat edilmesi gerekmektedir.

**Tablo 20:** Ege Bölgesi ve İran Arası Ticarete Satış ve Pazarlama Konuları

| Tanım                                       | Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle katılmıyorum |
|---------------------------------------------|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| Dil ve kültür farklılığının etkisi          | 21%                    | 7%          | 7%         | 55%          | 10%                     |
| İran'ın iç ekonomik durumu                  | 45%                    | 40%         | 5%         | 7%           | 2%                      |
| Siyasi ve bürokratik engeller               | 55%                    | 31%         | 7%         | 5%           | 2%                      |
| Rekabetçi fiyat sunamama                    | 29%                    | 31%         | 19%        | 14%          | 7%                      |
| Ürün kalitesi olumlu etkiliyor              | 24%                    | 40%         | 7%         | 17%          | 12%                     |
| Müşteri tarafından zamanında ödeme problemi | 41%                    | 51%         | 2%         | 2%           | 2%                      |

2017 yılında başlayan İran’ın içindeki ekonomi krizi tüketicilerin alımlarını kısıtlayarak piyasalarda bir durgunluğa sebep oldu. Öte yandan, ithalat ürünlerinin döviz kuru yükselmesi de bu ürünlerin fiyat artışına sebep olmuştur. Yukarıdaki tabloya göre İran’ın ekonomik durumu %85 oranında olumsuz yönde etkilenmiştir.

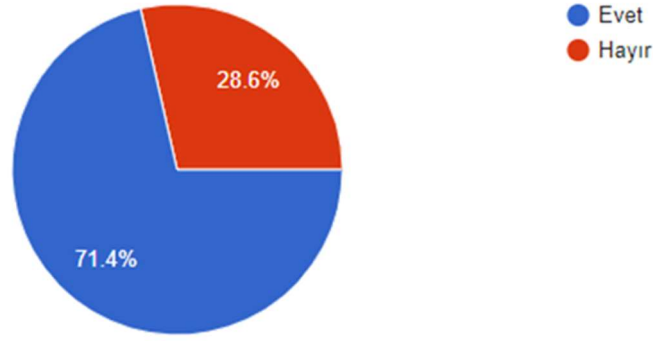
Devletlerin dış politikalarının getirdiği bürokratik engeller dış ticareti ağır bir şekilde etkilemektedir. Verilen cevaplara göre Ege bölgesi ile İran ticari ilişkileri de %86 oranında bu bürokratik engellerden etkilenmiştir.

Ege bölgesindeki firmalar İran pazarında Türk markası olduklarından marka üstünlüğüne sahipler. Marka üstünlüğü ve kalitesi çoğu zaman fiyatı etkilemektedir ama son yıllarda döviz kurundaki yükselmeler yukarıdaki tabloya istinaden %60 oranında Türk menşeli ürünlerin İran piyasasında satışlarını olumsuz etkilemiştir.

Düzenli ödeme her zaman bir firma için ticari ilişkilerin sürdürülebilirliğini artırmak için önemli faktörler arasındadır. Tedarik zinciri ve firmanın her konuda

ödemeleri düzenli yapılması düzenli ve uygun gelire bağlıdır. Ege bölgesindeki firmaların %95'i İran ile ticari ilişkilerinde bu sorunlar ile karşılaşmaktadırlar.

Pazarlama konusunda firmaların fuar, Farsça web sitesi ve katalog vs. faaliyetler ile alakalı aşağıdaki sonuç elde edilmiştir (Şekil 4). Bu sonuca göre, firmalar İran pazarında rekabet göstermeye eğilimli olmaları ve bu pazarın cazip olduğu açıktır.



Şekil 4: Firmaların İran Pazarı için pazarlama faaliyetlerinde bulunma oranı

#### 3.2.4. Gümrük

Anketin bu bölümünde dış ticareti etkileyen konulardan biri olan gümrük prosedürleri ve firmaların bu konu ile ilgili sorunları değerlendirilmiştir. Son yıllarda üst düzeyde yapılan görüşmeler ve gümrük anlaşmaları maalesef uygulamada yetersiz kalarak ticarete ivme vermek yerine hızını düşürmüştür. Aşağıdaki tabloda ege bölgesi ve İran arası ticareti etkileyen gümrük konularındaki engelleri araştırmaktayız (Tablo 21).

Gümrük sorunlarının en önemlileri gümrük işlemleri, kurallar ve düzenlemeler, altyapı, eğitim ve bilgi ve gümrük organizasyon performansının izlenmesi olabilir.

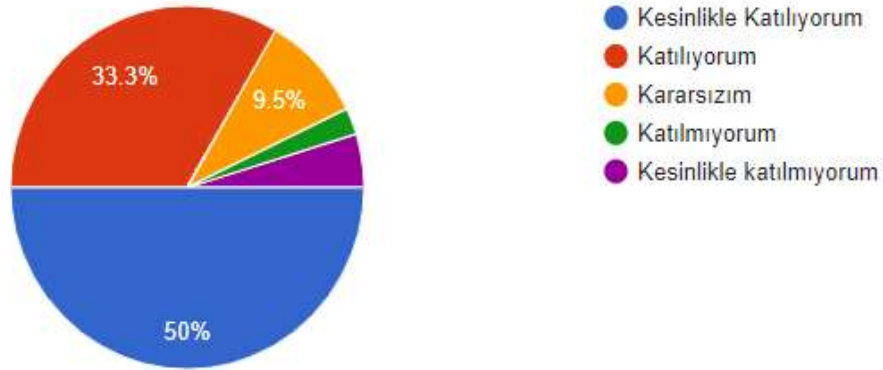
Bu tabloda Ege bölgesindeki işletmelerin İran ile ticaretlerini etkileyen 4 ana sorun belirlenmiş ve ona göre etkileri ölçülmüştür. 2018 yılında İran devleti tarafından düzenlenen 1400 ürüne ithalat yasağı konulması ticareti büyük oranda etkilemiştir. Bu ithalat yasağı İran devletine yapılan ambargo sonucu ve yurt dışına döviz çıkışının engellenmesi için yürürlüğe geçmiştir. Doğal olarak daha önceden İran piyasasını kendine alıştırmış Ege bölgesi işletmelerinin üretimi önemli ölçüde olumsuz etkilenmiştir. Aşağıdaki grafikte bu önemli konuyu net bir şekilde görmekteyiz (Şekil 5).



**Tablo 21:** Ege Bölgesi ve İran Arası Gümrük Konuları

| Tanım                                      | Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle katılmıyorum |
|--------------------------------------------|------------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| Türkiye tarafında gümrük prosedürü         | 29%                    | 29%         | 14%        | 21%          | 7%                      |
| İran tarafında gümrük prosedürü            | 45%                    | 31%         | 17%        | 2%           | 5%                      |
| İran tarafından 1400 ürünün ithalat yasağı | 50%                    | 33%         | 10%        | 2%           | 5%                      |
| Tercihli Ticaret Anlaşması olumlu etkisi   | 40%                    | 38%         | 21%        | 0%           | 0%                      |

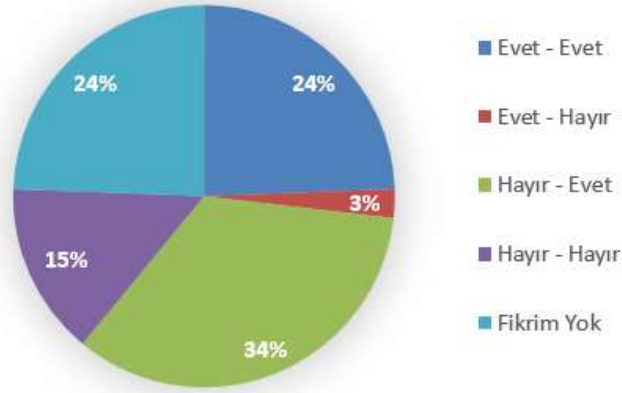
İran tarafında gümrük prosedürleri ikinci sırada yer almakta ve üçüncü sırada ise Türkiye tarafındaki gümrük prosedürleri yer almaktadır. Bunlara bakarak iki ülke arasında yapılan Tercihli Ticaret Anlaşması ticareti %78 oranında olumlu etkilemiş ve iki devlet arasında böyle ikili anlaşmaların yapılması Ege bölgesindeki işletmelerin İran ile ticareti olumlu etkileyecektir. Anketin diğer bir sorusunda Ege bölgesindeki işletmelerin Tercihli Ticaret Anlaşmasını kullanmaları ve etkileri ile alakalı aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.



**Şekil 5:** İran Tarafından 1400 Ürüne İthalat Yasağının Olumsuz Etkisi

Bu soruda ilk yanıt işletmelerin Tercihli Ticaret Anlaşmasından yararlanmaları ve ikinci soruda ise bu anlaşmanın ticaret hacminin artışına sebep olması sorulmuştur, verilen cevaplara göre işletmelerin %27'si Tercihli Ticaret Anlaşmasından yararlanmıştır ve %34'ü bu anlaşmanın yararlı olduğunu belirtmişlerdir (Şekil 6). Bu oranlara baktığımızda bu anlaşmanın Ege bölgesi ve İran arası ticarete yaygın

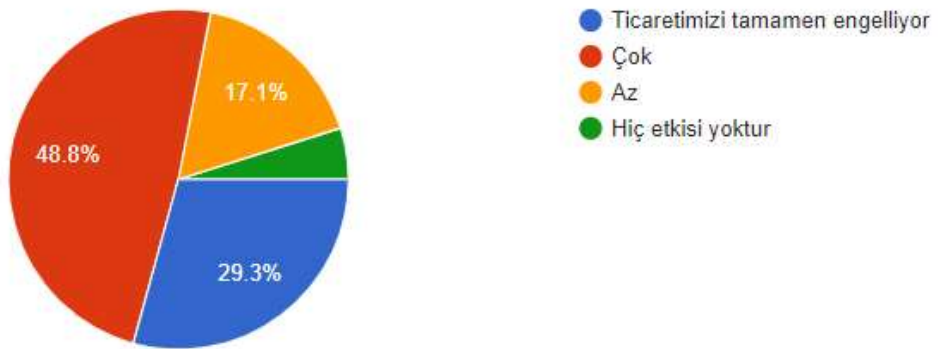
olmadığını görmekteyiz. Bu bilgilere göre ise firmaların %50 ‘si bu anlaşmanın ticaret hacminin artışında etkisi olmayacağına inanıyorlar.



Şekil 6: Firmaların Tercihli Ticaret Anaşması kullanımı ve Görüşleri

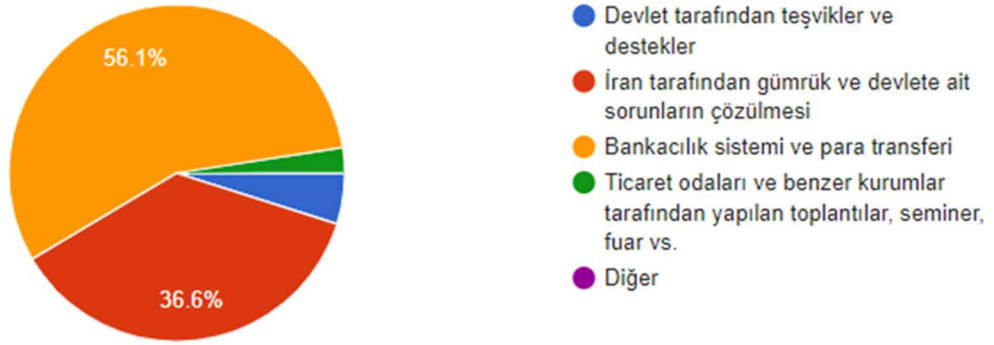
Anketin ayrıca bu bölümünde Ege bölgesindeki işletmelerin İran ile ticaretlerinde son yıllarda zorluk yaşatan ambargo ve yaptırımların etkisini sorarak aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Son ambargo işletmelerin %30’unun İran ile ticaretlerini tamamen engelliyor. %50’sini ise ciddi bir şekilde engellemektedir (Şekil 7). Özellikle büyük ve kurumsal firmalarda ve Amerika ile ticaretini yüksek hacimde olan firmalar için çok riskli ticaret sayılmakta olup ticaretleri olumsuz etkilemektedir.



Şekil 7: Ambargonun Firmaların İran ile Ticaretlerindeki Etkisi

Anketin son sorusunda, hangi konuda sorunların çözülmesi İran ile ticarete yararlı olacağı sorulmuş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir (Şekil 8).



Şekil 8: Firmaların Hangi Konuda Sorunların Çözülmesi İle İlgili Görüşleri

Firmalardan aldığımız başlıca sorun ve çözüm önerileri bu şekilde listelenmiştir:

- 1- İki ülke arasında ortak para birimi ile ticaret yapılması. Türk Eximbank iyi İran'a 5 milyar dolar ihracat kredisi açmadı gerekir
- 2- İran'ın haftasonu Perşembe, Cuma, Türkiye'ninki ise Cumartesi ve Pazar günleridir. Bu nedenle haftada sadece üç gün çalışma imkanı vardır. Geri kalan 4 günün iki gününde Türkiye'de diğer iki gününde de İran'da bankalar ve ofislerin tatil olması.
- 3- İki ülkedeki ticaretin gümrüksüz olması
- 4- İranlı müşterilerimize Türkiye bankalarında hesap açma engeli. Açılan hesaplar bankalar tarafından bir süre sonra kapatılması.
- 6- İran mahkemeleri ve İslami ticaret hukuku konusunda Türk iş adamlarının hukuki bilgilerinin düşük olması. İran ticaret ve kanunları ile ilgili Türkiye'de az kitap olması.

### **3.3. EGE BÖLGESİNDEKİ İŞLETMELERİN İRAN İLE TİCARİ İLİŞKİLERİNDEKİ SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

#### **3.3.1. Ambargo**

Amerika Birleşik Devletleri'nin İran İslam Cumhuriyeti aleyhine uyguladığı yaptırımların bu ülke ile ticari ilişkisi olan diğer ülkelerde olduğu gibi Türk ticareti ve dolayısıyla Ege bölgesi ile İran arasındaki ticari ilişkiler de olumsuz etkileri altında kalmıştır. Bazı uzmanlar yeni yaptırımların İran ile ticareti etkilemeyeceğine inanırken bazıları daha zor günlerle karşı karşıya kalacaklarını tahmin ediyorlar. Bu ambargo nedeni ile Ege bölgesindeki firmaların bazısı özellikle Amerika ile ticari ilişkileri yüksek olanlar daha fazla oranda etkilenmişlerdir. Bu nedenle, bazı firmalar neredeyse ticaretlerini İran firmaları ile durdurma noktasına getirmiştir.

Ege bölgesindeki birçok işletme birimi Avrupa ve Amerika ile ticari ilişkiler sürdürmektedirler. Doğal olarak, büyük firmalar hiçbir zaman bu ticari ilişkilerin kesilmesini istemez. Bu fırsatı kaçırmamak adına, İran ile ticari ilişkilerini 3'üncü aracı firmalar yoluyla devam etmesi mantıklıdır.

#### **3.3.2. Bankacılık Sistemi, SWIFT, Akreditif Çalışma**

Ambargo nedeni ile İran'daki Swift ve bankacılık sistemi kısıtlamaları son yıllarda İran'dan veya İran'a olan para transferlerini zorlaştıran ve neredeyse durma noktasına getiren önemli problemlerdendir.

Finansal problemlerin bir diğeri ise, İran'daki ikili döviz kuru sisteminin (devlet ve serbest piyasa kuru) olmasıdır. Bu sistem de ticaretin engellerinden biridir. Çünkü, yabancı şirketler, ikili döviz kuru sistemi ve dünyanın keskin kur dalgalanmaları nedeniyle İran'la ticaret yapmakta zorlanmaktadırlar.

Böyle bir durumda İran, Avrupa ile yeni bir bankacılık sistemi oluşturmaya çalışması çok faydalı olacaktır. Bu sistemin devreye girmesi ile birlikte Türkiye bankaları da o sisteme giriş yaparsa bu iki ülke arasındaki para transferi engelleri ortadan kaldırılmış olacak ticaret normale dönüşecektir. Bir başka yol da yıllardır konuşulan Türk Lirası veya İran Riyalinin iki ülke arasında rayiç kur olarak

kullanılmasıdır. Bunun için ilk önce ortak banka veya bankaların oluşması ve dolayısıyla her iki tarafta devletlerin desteği ile şubelerin açılmasıyla gerçekleşebilir ve yahut bu banka mevcut bankalar arasında para transferi konusunda aracı banka olarak destek verebilir.

### **3.3.3. Güvenli Teminat**

Ege bölgesindeki firmalar, İran firmaları ile ticaretlerinde vadeli çalışmakta zorluklar yaşamaktalar. Zira karşı firmanın yanlış strateji ve kararları ve doğal afetler iflasa yol açabilmesinin yanı sıra İran'da döviz dalgalanmaları da iflasa yol açabilmektedir. Ayrıca iki ülkede farklı mahkeme sistemi ve ödeme sistemi bazen paranın iadesini zorlaştırmaktadır. Buna bakarak, geçerli, güvenilir ve zor durumda kolaylıkla tahsil edilebilecek teminat bu ticarete önemli bir yer tutmaktadır.

Her iki devlet tarafından yetkilendirilen bir kurumun var olması etkili olacaktır. Bu kurum hem İran ve hem Türkiye tarafından iş adamlarına sadece teminat konusunda yasal yollar ile hizmet verilmesi söz konusu olacaktır. İkinci olarak Ege bölgesindeki firmalar güçlü avukatlar ile anlaşarak İran müşterilerinden İran içinde tapu ve taşınmazları borçlarına karşı ihtiyati haciz veya ihtiyati teminat olarak almaları gerekiyor. Doğal olarak bunun için her iki ülkenin hukuk mahkemelerinin ortak ve koordine çalışmaları şarttır.

### **3.3.4. Gümrük Problemleri**

Son yıllarda iki ülke tarafından gümrük çalışmaları her ne kadar devam ediyor olsa da Ege bölgesindeki firmalar genellikle bu konudan muzdaripler. Örneğin, kontrol cihazlarının yetersizliğinden dolayı tırlar gümrük kapılarında uzun süre bekletilmektedir. Türkiye ve İran arasında şu an 3 gümrük kapısı mevcuttur ama sevkiyatların %90'ı Gürbulak sınır kapısından gerçekleşmektedir. Diğer iki kapı, Esen dere ve Kapı köy, tır geçişlerinde aktif değildir.

Sınır kapılarının özellikle Gürbulak sınır kapısının daha fazla geliştirmesi ve yüksek teknoloji ile donatılması geçişlerde hızlilik ve kolaylık sağlayabilir. Bu gibi işlemler doğrudan iki taraflı ticaretin hacmini arttıracaktır. Diğer çözüm önerisi, iki

ülke arasında ortak işbirliği konseyinin oluşturulması ve 3 ayda bir gümrük işlemleri ile ilgili hususların değerlendirilmesidir.

### **3.3.5. İran Tarafından 1400 Ürüne İthalat Yasağı**

İran tarafından yapılan 1400 ürüne ithalat yasağı Ege bölgesindeki birçok firmayı etkilemiştir. Bu ithalat yasağı İran tarafından üst düzeyde ve dünyanın her tarafından yapılan ithalatlara karşı uygulanmaktadır.

Çoğu firma buna karşılık vermek için üretim hatlarını İran sınırları içerisinde kurmaya karar vermiştir, kimisi de orada bir üretici ile anlaşarak ticaretlerini ve satışlarını oradaki üretim ile devam ettirmektedirler. Böylece hem markalarını hem de piyasalarını orada kaybetmemiş olurlar. Diğer taraftan devletlerarası ticari toplantılarda bazı ürünlerin ithalat yasağının kaldırılması için görüşmeler düzenlenip listede değişiklikler yapılmaktadır.

### **3.3.6. Demiryolu ve Diğer Taşıma Yollarının Geliştirilmesi**

Ege bölgesi ve İran arası ticaretin büyük bir bölümü tırlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Ancak demiryolu ile taşımacılıkta yüksek hacmin bir arada taşınması birim başına düşen maliyetinin azalmasına sebep olduğundan ticaretin teşvik edici faktörlerindedir. Demiryolu ile taşımacılığın transit süresinin fazla olması bu yolun tercih edilmeme nedenlerinden en önemlisidir.

Denizyolunda da aynı problemler gözükmemektedir, fakat denizyolunda gemiler uluslararası firmalara ait olduğundan ambargo etkisi daha da fazladır. Tır ile sevkiyatlarda araç yetersizliği özellikle kış aylarında ticareti olumsuz şekilde etkilemektedir.

Yukarıdaki problemlere bakarak ortak demiryolu ve denizyolu nakliyat firmaların kurulması karayollarının eksiklerini ortadan kaldırarak transit hacmini artırıp maliyetini ciddi derecede düşürebilir. Ayrıca İran ve Türkiye arası yeni demiryolu hattı taşımacılık alanında hız ve kapasitesini arttırabilir.

### 3.3.7. Turizm Sektörü ve Uçak Engelleri

Turizm sektörünün gelişmesi Ege-İran ekonomik ilişkilerinin olumlu yönlerinden biridir. Ege bölgesi, İran turistlerinin önemli duraklarından biridir. İran devleti tarafından uygulanmakta olan yüksek çıkış vergisi, İran vatandaşlarının yurt dışına çıkışlarını azaltmıştır. İranlılar daha çok Alanya, Antalya ve Kuşadasına seyahat etmeyi tercih etmekte, fakat İran havayollarının bazı yasal engellerinden dolayı Alanya, Antalya ve dalaman havaalanlarına direkt uçuş yapılamayıp önce Denizli, Isparta ve Adana gibi havaalanlarına uçup ondan sonra asıl gidilecek yerlere aktarma yapılmaktadır. İzmir'in Kuşadasına olan yakınlığı ve direkt charter uçuşlarının İzmir'e yapılması İranlılar için iyi bir hedef şehir hale gelmiştir.

Türkiye Kültür Bakanlığı ve Türsab gibi kurumlar tarafından uçuşlar ile ilgili izinler ve süreçlerle ilgili İran devleti yetkilileri ile görüşmeler yapılması önemlidir.

### 3.3.8. Satış ve Pazarlama Alanında Öneriler

İran çalışma günleri ve resmî tatillerinin Türkiye ile farklılığından dolayı problemler yaşanmakta olup ortak ticaret faaliyet günleri diğer ülkelerle kıyaslandığında oldukça az olduğu görülmektedir.

Ne kadar kültürler yakın olsa da bazen tüketicilerin kendilerine göre davranışları var ve bunun en iyi yolu Türkiye'de satış ve pazarlama alanında eğitimini alan ve İran'ın kültür ve coğrafyasını iyi bilen satış elemanlarının istihdamı satış hacmini olumlu etkileyebilir. Bu şekilde dil farklılığından dolayı ortaya çıkan problemler de kolaylıkla çözülebilir.

Satış konusunda diğer öneri izmirdeki firmaların İran'da serbest bölgelerde ve ya yakın şehirlerde satış ofisleri kurmak etkili olacaktır ve direk İrantarafında satış işlemlerini gerçekleştirebilirler.

## SONUÇ

Küreselleşme ve diğer ülkeleri ile ticaret şirketler için önem taşımaktadır, buna bakarak şirketler için yakın komşular ile ticaret bu anlamda daha kolay ve kolay elde edilen hedeflerden biri olabilir. Yıllardır ticareti devam eden İran ve Türkiye ticareti Ege bölgesindeki firmalar için bu yüzden İran ile ticaret önemlidir.

İran ve Ege bölgesinde ki işletmeler ticaretlerini daha da genişletmek için ticaret ve ekonomik ilişkiler geliştirmeyi planlıyor. İran'a karşı yaptırım ve ambargo konusu, Ege bölgesi ve İran ekonomik ilişkilerin hacminin gelişmesinin önündeki en önemli engellerden biri olmakla birlikte, ekonomik ilişkilerin geliştirilmesinde sorunlar da dahil olmak üzere bazı altyapı başarısızlıkları da var.

İran ve Türkiye 30 milyar dolar değerindeki ticari hedeflerine ulaşmalarında bu karar Ege bölgesi ve İran arası ticaretinde hacmini olumlu şekilde etkileyecektir, iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin hacmi şimdi bu rakamın üçte biri kadar olmasına rağmen, iki taraf ilişkileri geliştirme ve bu amacı gerçekleştirme konusundaki kararlılıklarını dile getirdiler.

Tabi ki, İran ile Türkiye arasındaki ekonomik ve ticari etkileşimin, ECO, D8 ve ECE gibi bölgesel kuruluşlarda kültürel ve tarihi ortaklıklara ek olarak mevcut kapasitelerden ve iki ülkeden daha fazla çaba ve etkinlik gerektirdiği kabul edilmelidir. Bu bağlamda İzmir ticaret odasının ev sahipliği yaptığı D8 gibi bölgesel zirvelerde İranlı yetkililerin Ege bölgesindeki olan yetkililer ve firmalar ile daha yakından tanışma ve iş geliştirme için fırsat olmuştur. Bölge ülkelerine ihracat için ortak mal üretmek amacıyla ikili özel sektörüyle ortak girişimler, İran ve Türkiye'nin özellikle Ege bölgesinde olmak üzere üçüncü ülke pazarlarına girmesinin önünü açabilir. Bunun için Ege bölgesi ve İran firmaları arasında ortak yatırımlar gereklidir. Ege bölgesi ve İran arasında var olan iyi kapasiteler nedeniyle, işbirliği seviyesinin artması bekleniyor ve işletmelerin yatırım yapması iki bölge arasındaki ticari işbirliği arttıracaktır.

Ege bölgesindeki firmalar için İran yakın ve erişilebilir bir pazar sayılmaktadır. Coğrafi yakınlık, pek çok dini ve kültürel ortaklıklar, kara, hava ve deniz gibi çeşitli iletişim yolları ve nüfus yoğunluğu gibi diğer faktörler bu ticareti güçlendirmektedir. Bununla birlikte ticareti engelleyen birtakım problemler de mevcuttur. İran pazarı bu



zorluklara rağmen yine de Ege bölgesindeki bazı firmalar için vazgeçilmez pazar sayılmaktadır.

Turizm ekonomik işbirliğinin en önemli alanlarından biridir. Coğrafi yakınlığı ve güzel doğası ve olanakları nedeniyle, İranlı turistler Ege'yi en önemli turizm noktalarından biri olarak seçti ve İranlı turistler her zaman Türkiye'nin yabancı turistleri listesinde ilk 5'e girdiler.

Bu tez çalışmasında yaptığımız yüz yüze görüşmeler ve anket sonucunda Ege bölgesindeki firmaların İran ile ticaretlerinde sorunları tespit ederek şu an etkili olan çözüm önerilerini bulunduk. Son yıllarda ister istemez Amerika tarafından yapılan ambargo dolaylı yollardan İran ile ticareti etkilemiştir. Örneğin, bankacılık sistemindeki para transferi sistemi ve SWIFT'in kapanmasıdır. İran ile çalışmalarını durdurulmuştur. Diğer taraftan da ambargo nedeni ile Ege bölgesindeki birçok firma Amerika ile ticaretlerini sürdürebilmeleri için İran ile çalışmalarını durdurmak zorunda kalmışlar.

Ege bölgesi, farklı alanda faaliyet gösteren İranlı firmalar için ev sahipliği yapmaktadır. Hammadde tedarikinden turizm sektörüne kadar geniş ticari ilişkilere sahip olan Ege bölgesi ve İran bu ticaretini arttırması için farklı yolları denemeye devam ediyorlar. Her yıl ortak seminer ve fuarlar yapılarak iş adamları birbiriyle tanışıp problemleri aşmak için fikirler sunmaya ve fırsatları değerlendirmeye çalışıyorlar. Son yıllarda Ege bölgesi ve İran arasındaki ticari verilerini araştırarak, ilgili firmalar, kurumlar ve diğer kuruluşlar ile görüşerek, anket çalışmasında finansal, taşıma, gümrük, satış ve pazarlama ile ilgili sorunlar tespit edilmiştir, anket sonucunda en çok finansal problemlerin ticareti olumsuz etkilediği firmalar tarafından belirlenmiştir. Bu soruna çözüm önerisi olarak iki devlet arasında ortak banka kurulması sunulmuştur.

## KAYNAKÇA

Aras, B., ve Karakaya Polat, R. (2008). From Conflict to Cooperation: Desecuritization of Turkey's Relations with Syria and Iran. *Security Dialogue*. 39(5): 495–515.

Babali, T. (2012). *The Role of Energy in Turkey's Relations with Russia and Iran*. Paper Prepared for an International Workshop 'The Turkey, Russia, Iran Nexus: Economic and Energy Dimensions, organized by TEPAV: Ankara.

CBoI (2013). Iran Central Bank Annual Review Report 2011-2012.

Cetingüelç, M. (2016). How Turkey's Foreign Policy May Have Lost it \$25 Billion in Trade with Iran. <http://www.al-monitor.com/pulse/originals/2016/02/turkey-iran-trade-deal-prove-huge-disappointment.html>, (02.07.2019)

Chang, H. (2002). *Kicking Away the Ladder. Development Strategy in Historical Perspective*. London: Anthem Press.

DEKTMK (2013). Enerji Raporu 2012.

EIA (2012). International Energy Outlook 2011.

EIA (2013). Key World Energy Statistics 2012.

EPDK (2012). "Elektrik Piyasası Raporu 2011.

EPDK (2012). Doğal Gaz Piyasası Raporu 2011.

Esfahani, H., Mohaddes K. ve Pesaran, M. (2013). Oil Exports and the Iranian Economy. *The Quarterly Review of Economics and Finance*. 53(3): 221-237.

Ethier, W. ve Horn, H. (1984). A New Look at Economic Integration. *Monopolistic Competition and International Trade*. Editor H. Kierszkowski Oxford: Oxford University Press.

Ezeala-Harrison, F. (1999). *Theory and Policy of International Competitiveness*. Praeger: Westport, Connecticut.

Fernandez, R. ve Portes, J. (1998). Returns to Regionalism: An Analysis on Nontraditional Gains from Regional Trade Agreements. *World Bank Economic Review*. 12: 197-220.

Gökdere, A.(2001). Küreselleşmeye Bakış. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 1(1): 30-50.

Griffin, K. (2003). Economic Globalization and Institutions of Global Governance. *Development and Change*. 34(5): 789-808.  
<https://doi.org/10.1177/0967010608096150>

Hill, Charles W.L. (2013). *International Business Competing in The Global Marketplace, 9rd Edition*. Washington: Irwin McGraw-Hill.

Hurriyet Daily News (02.08.2013), "US Passes Sanctions Bill to Hit Iran's Oil Exports", Hurriyet Daily News.  
<http://www.hurriyetdailynews.com/Default.aspx?pageID=238&nid=51856>.  
(02.07.2019).

Islam, M. N. (2015). Economic Growth, Repression, and State Expenditure in Non-Democratic Regimes. *European Journal of Political Economy*. 37: 68-85.

İsmail, F. (2003). On the Road to Cancun—A Development Perspective on EU Trade Policies and Implications for Central and East European Countries. *Journal of World Investment*. 4(4): 108-120.

Kaldor, N. (1970). The Case for Regional Policies. *Scottish Journal of Political Economy*. 17: 337-348.

Katzman, K. (2014). *Iran Sanctions: Congressional Research Service Report RS20871*. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Künü, S. ve Hopoğlu S. (2016). Turkey and Iran: An Analysis Based on Mutual Trade and Defense Spending. *KAUJEASF* 7(12): 109-124.

Langhorne, R. (2001). *The Coming of Globalization, its Evolution and Contemporary Consequences*. New York: Palgrave.

Larrabee, F.S. ve Nader, A. (2013). *Turkish-Iranian Relations in a Changing Middle East*. RAND.

Özcan, N.A. ve Özdamar, Ö. (2009). Iran's Nuclear Program and Future of U.S.-Iranian Relations. *Middle East Policy*. 16(1): 121-133.

Seyidoğlu, H. (1999). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.

Shaffer, B. (2009). *Energy Politics*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Solat, R. ve Azizi, H. (2012). Rivalry and Cooperation in the Iran-Turkey Relations in the Light of the Arab Spring. *Discourse: An Iranian Quarterly*. 13(3-4) 119-143.

Stiglitz, J. (2003). *The Roaring Nineties*. New York: W. W. Norton.

TEİAŞ (2012). Stratejik Plan 2011-2015, pp. 39-40.

TEİAŞ, (29.12.2017), "Mevcut Enterkonneksiyon Hatlarının Net Transfer Kapasiteleri Duyurusu. <https://www.teias.gov.tr/sites/default/files/2017-12/NetTransferKapasiteleri-29.12.2017.pdf> (02.07.2017)

Ünal S. ve Ersoy, E. (2014). Political Economy of Turkish-Iranian Relations: Three Asymmetries. *Ortadoğu Etütleri*. 5(1): 184-198.

Victor, D. ve Yueh, L. (2010). The New Energy Order: Managing Insecurities in the Twenty-first Century. *Foreign Affairs*. 89(1): 61-73.

Wade, R. (1990). *Governing the Market*. Princeton: Princeton University Press.

Winrow, G. (2004). Turkey and East-West Gas Transportation Corridor. *Turkish Studies*. 5(2): 23-42. DOI: 10.1080/1468384042000228585

WTO (2013). Trade Profiles 2012.



**EKLER**

## EK 1: Ege Bölgesindeki İşletmelerin İran ile Ticari Sorunları

1. İşletmenizin ana faaliyet alanı hangisidir?

- (A) Gıda, içecek, tütün ürünleri imalatı
- (B) Tekstil, giyim, deri ile ilgili ürünlerin imalatı
- (C) Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri; mobilya, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı
- (D) Kok, kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri; kimyasal ve kimyasal ürünlerin imalatı, temel eczacılık ürünleri ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı
- (E) Kauçuk ve plastik ürünleri; diğer metalik olmayan mineral ürünlerin (cam, seramik, porselen, çimento, beton, vb.) imalatı
- (F) Ana metal sanayi; makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri (metal tank, çatal-bıçak takımları, vb.) imalatı
- (G) Bilgisayarlar, elektronik ve optik ürünlerin imalatı; elektrikli teçhizatın imalatı, makine ve ekipman imalatı
- (H) Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı; diğer ulaşım araçlarının (gemi, tekne, lokomotif, vagon, hava ve uzay araçları, vb.) imalatı
- (I) Diğer imalatlar (mücevherat, müzik ve spor aletleri, oyun ve oyuncak, tıbbi ve dişçiliğe ait gereçlerin imalatı)
- (J) Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı
- (K) Turizm
- (L) Diğer

2. Kaç yıldır İran'la ticaret yapıyorsunuz?

- (A) 0 –5 yıl
- (B) 6–11 yıl
- (C) 12–17 yıl
- (D) 18 yıl ve üzeri

3. İran'la ticaret sıklığınız nedir?

- (A) Her ay
- (B) 1 ay – 3 ay arası
- (C) 4 ay – 6 ay arası
- (D) 7 ay ve üzeri

4. İran'a lojistik alanında hangi yolu tercih ediyorsunuz?

- |               |               |
|---------------|---------------|
| (A) Karayolu  | (B) Demiryolu |
| (C) Denizyolu | (D) Havayolu  |

5. İran'a lojistik konusunda araç yetersizliği ticareti etkiliyor:

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| (A) Kesinlikle Katılıyorum  | (B) Katılıyorum  |
| (C) Kararsızım              | (D) Katılmıyorum |
| (E) Kesinlikle katılmıyorum |                  |

6. İran'a lojistik konusunda demir yolu aktif olmaması ticareti etkiliyor:

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| (A) Kesinlikle Katılıyorum  | (B) Katılıyorum  |
| (C) Kararsızım              | (D) Katılmıyorum |
| (E) Kesinlikle katılmıyorum |                  |

7. İran'a yapılan nakliye süresinin kısa olması ticareti olumlu etkiliyor:

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| (A) Kesinlikle Katılıyorum  | (B) Katılıyorum  |
| (C) Kararsızım              | (D) Katılmıyorum |
| (E) Kesinlikle katılmıyorum |                  |

8. İran'a lojistik konusunda güvenli ulaşım, ticareti olumlu etkiliyor:

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| (A) Kesinlikle Katılıyorum  | (B) Katılıyorum  |
| (C) Kararsızım              | (D) Katılmıyorum |
| (E) Kesinlikle katılmıyorum |                  |

9. Finans alanında akreditif veya vadeli çalışma şeklindeki problemler İran'la ticareti olumsuz etkiliyor:

- |                             |                  |
|-----------------------------|------------------|
| (A) Kesinlikle Katılıyorum  | (B) Katılıyorum  |
| (C) Kararsızım              | (D) Katılmıyorum |
| (E) Kesinlikle katılmıyorum |                  |

10. Finans alanında güvenli teminat sağlanmaması İran'la ticareti etkiliyor:

- |                            |                 |
|----------------------------|-----------------|
| (A) Kesinlikle Katılıyorum | (B) Katılıyorum |
|----------------------------|-----------------|



(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

11. Finans alanında bankacılık sistemindeki Swift gibi problemler İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

12. Finans alanında döviz kuru riski İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

13. Finans alanında İran'la ticareti ödeme problemi etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

14. Satış ve pazarlama alanında dil ve kültür farkı İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

15. Satış ve pazarlama alanında İran'ın iç ekonomik durumu İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

16. Satış ve pazarlama alanında siyasi ve bürokratik engeller İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

17. Satış ve pazarlama alanında firmalar tarafından rekabetçi fiyat sunamama İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

18. Satış ve pazarlama alanında ürün kalitesi İran'la ticareti olumlu etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

19. Satış ve pazarlama alanında fuarlar, seminerler, ortak toplantılar vs. İran'la ticarete yararlıdır:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

20. Gümrük konusunda Türkiye gümrük prosedürü İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

21. Gümrük konusunda İran gümrük prosedürü İran'la ticareti etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

22. İran tarafından 1400 ürüne yapılan ithalat yasağı İran'la ticareti olumsuz etkiliyor:

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

23. Tercihli Ticaret Anlaşması İran ile ticareti arttırır mı?

(A) Kesinlikle Katılıyorum

(B) Katılıyorum

(C) Kararsızım

(D) Katılmıyorum

(E) Kesinlikle katılmıyorum

24. Bugüne kadar İran pazarı için fuar, Farsça web sitesi, katalog vs. pazarlama faaliyetlerinde bulundunuz mu?

(A) Evet

(B) Hayır

25. İran ile ticareti işlemlerinizde Tercihli Ticaret Anlaşmadan yararlandınız mı? sizce böyle anlaşmalar ticaretin hacmini arttırmakta yararlı mı?

(A) Evet – Evet

(B) Evet - Hayır

(C) Hayır – Evet

(D) Hayır - Hayır

(E) Fikrim yok

26. İran'a yapılan ambargo, ticaretinizi ne kadar etkiliyor?

(A) Ticaretimizi tamamen engelliyor

(B) Çok

(C) Az

(D) Hiç etkisi yoktur

27. Hangi konuda çalışmalar İran ile ticaretinizi arttırabilir?

(A) Devlet tarafından teşvikler ve destekler

(B) İran tarafından gümrük ve bürokratik sorunların çözülmesi

(C) Bankacılık sistemi ve para transferi

(D) Ticaret odaları ve benzer kurumlar tarafından yapılan toplantı, seminer, fuar vs.

(E) Diğer

28. İran ile ticaretinizde başka konuda sorun veya öneriniz varsa açıklamanızı rica ederiz: