

**T.C.**  
**KİLİS 7 ARALIK ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜNÜN İHRACAT SORUNLARI:**  
**MARDİN İLİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Mehmet DABAKOĞLU**

**Danışman: Doç. Dr. Sumru BAKAN**

**KİLİS**  
**OCAK 2020**

T.C.  
KİLİS 7 ARALIK ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

**Türkiye’de Tarım Sektörünün İhracat Sorunları: Mardin İli Örneği**

MEHMET DABAKOĞLU

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

**Jüri Üyeleri**

Doç. Dr. Sumru BAKAN (Danışman)

Doç. Dr. Taner AKÇACI (Üye)

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Vahit EREN (Üye)

**İmzası**

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

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

Müdür

Doç. Dr. Serhat KUZUCU

**T.C**  
**KİLİS 7 ARALIK ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu ve kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

(30/01/2020)

Tez Hazırlayan Öğrencinin

Adı Soyadı

Mehmet DABAKOĞLU



İmzası

## ÖZET

### TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜNÜN İHRACAT SORUNLARI: MARDİN İLİ ÖRNEĞİ

DABAKOĞLU, Mehmet

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Sumru BAKAN

Ocak 2020, 96 sayfa

Tarım sektörü; toplumun gıda gereksinimini sağlaması, sanayiye hammadde temini, istihdama katkısı ve kalkınmanın finansmanına katkıda bulunması nedeniyle ülke ekonomileri açısından stratejik öneme sahip bir sektördür. Yirminci ve yirmi birinci yüzyılda artan dünya nüfusuyla beraber tarımsal ürün ihtiyacı da artmış ve ülkeler bu ihtiyacı tek başlarına karşılayamaz duruma gelmiştir. Bu yüzden dış ticaret yapmak ülkeler için son derece önemli hale gelmiştir. Ancak ülkeler dış ticaret yaparken birtakım sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu bağlamda; çalışmada, Mardin ilinde tarım ürünleri ihracatı yapan 80 firma ile görüşülerek ihracat yaparken karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Bu amaçla; Mardin ili sınırları içerisinde bulunan firmaların ihracat konusunda deneyimli olan elemanları ile birebir anket uygulaması yapılarak veriler elde edilmiş ve SPSS paket programı ile verilerin analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda firmaların kapasite kullanım oranı, katılımcıların yaşı ve eğitim durumuyla ihracat sorunlarına vermiş oldukları cevaplar arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş olduğu cevaplar arasında en önemli görülen ihracat sorunları; kredi faiz oranlarının yüksekliği, üretim girdi maliyetlerindeki artışlar, ülke içindeki siyasi istikrarsızlık, ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar, kamu destek ve teşviklerinin yetersizliği, döviz kurundan kaynaklanan sorunların yanı sıra iç piyasadaki ekonomik belirsizlikler olarak tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** İhracat Sorunları, Tarım Sektörü, Tarım Ürünleri, Kalkınma, Mardin.

## ABSTRACT

### EXPORT PROBLEMS OF THE AGRICULTURAL SECTOR IN TURKEY: THE CASE OF MARDIN

DABAKOĞLU, Mehmet

Master's Thesis, Department of Economics

Thesis Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Sumru BAKAN

January 2020, 96 pages

Agriculture is a strategic sector in any economy as it meets the society's food demand, supplies raw materials to industry, contributes to development financing, and increases employment level. With the rise of global population in the 20<sup>th</sup> and 21<sup>st</sup> centuries, the need for agricultural products has also increased and the countries have not been able to meet this demand with their own domestic capacities. Therefore, foreign trade has become extremely important for all countries. However, some obstacles are encountered in this process. In this context, this research aims to identify such problems and the obstacles in the case of eighty companies that export agricultural products in the province of Mardin, Turkey.

To that end, 'one to one' questionnaires were applied to the experienced export staff of these companies in Mardin and the data have been analysed with the SPSS software programme. As a result of the analyses, it has been determined that there is a significant relationship between the capacity utilisation rate of the companies, the age of exporting staff, the education level of the participants, and their answers to export problems. Furthermore, based on the answers, the most important export problems have been determined as; high loan interest rates, increases in input costs, instability in domestic politics, diplomatic challenges among the states, insufficient public support and incentives to exporting companies, and currency fluctuations as well as economic uncertainties in the domestic market.

**Key Words:** Export Problems, Agricultural Sector, Agricultural Product, Development, Mardin.

## İÇİNDEKİLER

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>iii</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>vi</b>
<b>GRAFİKLER LİSTESİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>viii</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM TARIM VE DIŞ TİCARET

<b>1.1. TARIM</b> .....	<b>4</b>
1.1.1. Tarım Sektörünün Tanımı .....	4
1.1.2. Tarım Sektörünün İşlevleri ve Ekonomi Açısından Önemi .....	5
1.1.4. Tarım Sektörünün ve Tarıma Dayalı Sanayinin Genel Özellikleri .....	7
1.1.5. Tarım İşletmelerinin Sınıflandırılması.....	8
1.1.5.1. Büyüklüklerine Göre Tarım İşletmeleri .....	9
1.1.5.2. Hukuki Yapılarına Göre Tarım İşletmeleri.....	9
1.1.5.3. Faaliyet Alanlarına Göre Tarım İşletmeleri.....	10
1.1.6. Tarıma Dayalı Sanayi İşletmeleri .....	10
<b>1.2. DIŞ TİCARET</b> .....	<b>12</b>
1.2.1. İhracat .....	12
1.2.2. İthalat .....	13
<b>1.3. DIŞ TİCARET POLİTİKASI</b> .....	<b>13</b>
1.3.1. Dış Ticaret Politikasının Amaçları .....	13
1.3.1.1. Ekonomik Kalkınma.....	13
1.3.1.2. Hazineye Gelir Sağlama .....	14
1.3.1.3. Dış Piyasada Monopol Gücünden Yararlanma .....	14

1.3.1.4. İç Piyasa Aksaklıklarının Giderilmesi.....	14
1.3.1.5. Ekonominin Liberalleşmesi .....	15
1.3.1.6. Ülkenin Kendi Kendine Yeterli Olması (Otarşı) .....	15
1.3.1.7. Ülkelerin Dış Ödeme Dengesizliklerinin Ortadan Kaldırılması .....	15
1.3.1.8. Sosyal ve Siyasal Etkenler .....	16
1.3.1.9. İç Ekonomik İstikrarın Sağlanması .....	16
1.3.2. Dış Ticaret Politikası Araçları .....	16
1.3.2.1. Gümrük Tarifeleri .....	17
1.3.2.2. Tarife Dışı Engeller .....	18
<b>1.4. DIŞ TİCARET SORUNLARI .....</b>	<b>20</b>
1.4.1. İşletmeden Kaynaklı Engeller .....	21
1.4.2. İşletme Dışı Çevreden Kaynaklı Engeller.....	22
1.4.2.1. Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı Engeller.....	22
1.4.2.2. Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı Engeller .....	23

## İKİNCİ BÖLÜM TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

<b>2.1. TÜRKİYE'DE DIŞ TİCARETİN YAPISI.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2. TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ YAPISI.....</b>	<b>30</b>
<b>2.3. TÜRKİYE'DE MAL GRUPLARINA GÖRE TARIM SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ YAPISI .....</b>	<b>34</b>
2.3.1. Türkiye'de Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İhracatı .....	34
2.3.2. Türkiye'de Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İthalatı .....	35
<b>2.4. MARDİN İLİ DIŞ TİCARET YAPISI .....</b>	<b>37</b>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM MARDİN İLİNDE TARIMSAL ÜRÜN İHRACATI YAPAN FİRMALARIN İHRACAT SORUNLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

<b>3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU .....</b>	<b>44</b>
<b>3.2. LİTERATÜR ÖZETİ .....</b>	<b>44</b>
3.2.1. Konuyla İlgili Ulusal Çalışmalar .....	45
3.2.2. Konuyla İlgili Uluslararası Çalışmalar .....	52
<b>3.3. ARAŞTIRMANIN AMACI .....</b>	<b>58</b>

<b>3.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ .....</b>	<b>58</b>
<b>3.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI VE SINIRLILIKLARI .....</b>	<b>59</b>
<b>3.6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....</b>	<b>60</b>
3.6.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	60
3.6.2. Anket Formunun Oluşturulması .....	60
3.6.3. Anket Formunun Ön Testi .....	61
3.6.4. Verilerin Toplanması .....	61
3.6.5. Araştırmanın Hipotezleri.....	62
<b>3.7. VERİLERİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ .....</b>	<b>63</b>
3.7.1. Güvenilirlik Analizi .....	63
3.7.2. Normallik Testi Analizi .....	64
<b>3.8. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULARIN YORUMLANMASI.....</b>	<b>64</b>
3.8.1. Demografik Özelliklere Ait Bulgular .....	64
3.8.2. Demografik Bulgulara Göre Hipotezlerin Testi .....	67
3.8.3. Bulguların Değerlendirilmesi .....	73
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>83</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>88</b>
<b>EK. ANKET FORMU.....</b>	<b>95</b>



## TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Türkiye Dış Ticareti Verileri, (Milyon \$) .....	25
Tablo 2. Türkiye'nin En Çok İhracat Yaptığı 10 Ülke (Milyon \$) .....	27
Tablo 3. Türkiye'de En Çok İhracat Yapan İller Ve İhracat Rakamları (Milyon \$) ..	28
Tablo 4. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde En Çok İhracat Yapan Beş İlin İhracat Rakamları (Milyon \$) .....	29
Tablo 5. Türkiye Tarım Ürünleri İhracatı ve İthalatı (Isıc Rev. 3, Milyon \$).....	30
Tablo 6. Türkiye Dış Ticaretinde Tarım Ürünlerinin Payları (Isıc Rev. 3) .....	33
Tablo 7. Türkiye'nin En Çok Tarım Ürünü İhraç Ettiği İlk 10 Ülke (Bin \$).....	33
Tablo 8. Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İhracatı (Milyon \$) .....	34
Tablo 9. Türkiye'de İllere Göre Tarım Ürünleri İhracatı (Milyon \$) .....	35
Tablo 10. Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İthalatı (Milyon \$) .....	36
Tablo 11. Türkiye'de İllere Göre Tarım Ürünleri İthalatı (Milyon \$) .....	36
Tablo 12. Mardin Genel Dış Ticaret Rakamları (Bin Dolar) .....	37
Tablo 13. Mardin İhracatının Ükelere Göre Dağılımı (Bin \$) .....	38
Tablo 14. Mardin Tarımsal Ürün Dış Ticaret Verileri, (Bin \$).....	40
Tablo 15. Mardin'in Dış Ticaretinde Tarımsal Ürün İhracatının Payı (%).....	41
Tablo 16. Mardin İli Sektör Bazlı İhracat Verileri (2015-2018) (Bin \$).....	42
Tablo 17. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Ön Test Güvenirlilik Analizi .....	61
Tablo 18. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlilik Analizi .....	63
Tablo 19. Normallik Testi Analizi Bulguları .....	64
Tablo 20. Ankete Katılan Katılımcılar ve Şirketlerin Yapısal Özellikleri ve Frekans Dağılımları .....	64
Tablo 21. Kapasite Kullanım Oranına Göre ANOVA Testi .....	67
Tablo 22. İhracat Gelirinin Firma Gelirine Oranına Göre ANOVA Testi.....	68
Tablo 23. Firmanın İhracat Süresine Göre ANOVA Testi .....	68
Tablo 24. Katılımcıların Yaşlarına Göre ANOVA Testi .....	69
Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Seviyelerine Göre ANOVA Testi .....	70
Tablo 26. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Bağımsız t-Testi .....	71
Tablo 27. Firmaların İhracat Departmanı Olup Olmamasına Göre Bağımsız t-Testi	72
Tablo 28. Firmaların Aile Şirketi Olup Olmamasına Göre Bağımsız t-Testi .....	72
Tablo 29. Hipotezlere Ait Bulguların Gösterimi .....	73
Tablo 30. İhracat Yapan Firmaların Sorunlarını Belirlemeye Yönelik Önermeler ....	73

## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1. Türkiye Geneli Dış Ticaret Verileri (Milyon \$) .....	27
Grafik 2. İllere Göre İhracat Oranları (%) .....	30
Grafik 3. Türkiye Geneli Tarım Ürünleri Dış Ticaret Verileri (Milyon \$) .....	32
Grafik 4. Mardin Genel Dış Ticaret Verileri (Bin \$) .....	38
Grafik 5 .Mardin İhracatının Ükelere Göre Dağılımı .....	39
Grafik 6. Mardin Tarım Ürünleri İhracatı ve İthalatı (Bin \$).....	41
Grafik 7. Toplam İhracatta Tarımın Payı.....	42

## ÖNSÖZ

Küreselleşmenin artmasıyla beraber ülkeler arasındaki sınırlar da ortadan kalkmaya başlamıştır. Sınırların ortadan kalması ve dünyanın hızla küreselleşme içerisine girmesiyle ülkeler ürettikleri arz fazlası ürünleri ihraç etmekle birlikte üretimini yeteri miktarda yapamadıkları veya düşük fiyatlarda üretemedikleri ürünleri ülke dışından temin etmektedirler. Bu da dış ticaretin ülke ekonomileri açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bu nedenle de dış ticaret ve dış ticaret aracı olan ihracat ve ihracat sorunları ile ilgili çalışmaların sayısında da ciddi artış gözlemlenmektedir. Bu tez çalışmasında da Mardin ili sınırları içerisinde faaliyet gösteren tarımsal ürün ihracatçısı işletmelerin ihracat yaparken karşı karşıya kaldıkları sorunlar ele alınmıştır. Bu bağlamda, 80 adet işletmeye anket yöntemi uygulanmış ve söz konusu sorunlar tespit edilip yorumlanmaya çalışılmıştır.

Hayatımın her anında desteklerini benden esirgemeyen, hayatta aldığım her karara saygı duyup, her daim benim yanımda olan, bugünlere gelmemi sağlayan, bana güç veren ve ne yaparsam yapayım haklarımı ödeyemeyeceğim canım **ANNEM HALİME DABAKOĞLU** ve **BABAM HİDİR DABAKOĞLU**'na minnettirim.

Eğitim hayatımın her döneminde maddi ve manevi desteğini benden esirgemeyen başta sevgili ablam Gülay DABAKOĞLU ve sevgili abilerim Günay ve Ömer DABAKOĞLU'na şükranlarımı sunarım.

Bu tez çalışmasının oluşmasında; tezin ilk aşamasından son aşamasına kadar anlayışı ve sabrı ile desteğini esirgemeyen değerli danışmanım Doç. Dr. Sumru BAKAN Hocama teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca yüksek lisans süresince ders alma şansını elde ettiğim ve bana büyük katkıda bulunan aynı zamanda hocadan çok baba şefkatiyle yaklaşan Değerli Hocam Prof. Dr. Sadettin PAKSOY'a teşekkürlerimi sunarım. Aynı şekilde, yüksek lisans sürecinde ders aldığım Doç. Dr. Hasan MEMİŞ, Doç. Dr. Taner AKÇACI ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Vahit EREN Hocalarıma teşekkürlerimi sunarım. Lisans öğrencisi olduğum dönemde hocam olan ve bu süreçte bana desteğini esirgemeyen Doç. Dr. Mehmet Behzat EKİNCİ Hocama, tez hazırlama sürecinde sıcakkanlılığı ve bilgisiyle bana katkısı olan Dr. Öğr. Üyesi Ömer DORU Hocama, yine bu süreçte sürekli desteklerini yanımda hissettiğim ve bana ağabeylik yapan Arş. Gör. Cumali KILINÇ ve Arş. Gör. İslam ALTUN'a teşekkürlerimi sunarım. Tezin analizi aşamasında bana yardımlarını esirgemeyen ve değerli vaktinden zaman ayıran Aydın YILDIRIM'a ayrıca teşekkür ederim.

Mehmet DABAKOĞLU

Ocak, 2020

**KISALTMALAR**

AB	: Avrupa Birliği
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
GAİB	: Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği
İSMMMOM	: İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
SPSS	: Statistical Package for Social Science (Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi)
TİM	: Türkiye İhracatçılar Meclisi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
Vb.	: ve benzeri
Vd.	: ve diğerleri

## GİRİŞ

Yirminci yüzyılda hızla artan küreselleşme olgusuyla beraber ülkeler kapalı ekonomilerden hızla uzaklaşarak açık ekonomi politikası benimsemeye başlamışlardır. Ülkelerin açık ekonomi politikalarını benimsemeleri ise mal alım-satımı açısından ülkeler arası sınırların kalkmasına neden olmuş ve böylelikle ülkelerin (firmaların) açılabilceği pazar alanları genişlemiştir. Dolayısıyla pazar alanlarının genişlemesi rekabet ortamını da artırmıştır. Dünyadaki bu rekabet ortamının dışında kalmamak ve genişleyen pazarlardan pay alabilmek ülkeler için önem arz etmiştir. Bu nedenle, ülkelerin kalkınması ve refah seviyelerinin artmasında dış ticaret büyük önem taşımaktadır.

Tarım sektörü hem gelişmekte olan ülkelerin hem de gelişmiş ülkelerin ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca tarım sektörü gıda temini açısından her dönemde stratejik önemini korumuştur. Yirmi ve yirmi birinci yüzyılda artan dünya nüfusuyla beraber toplumların giderek artan ve çeşitlenen gıda taleplerine bağlı olarak tarım ve tarıma dayalı sanayi, milli gelir, ihracat ve istihdama olan katkısı nedeniyle tüm ülkeler için stratejik öneme sahip bir sektör olmuştur. Ayrıca, dünya nüfusunun artmasına paralel olarak tarım sektörünün önemi daha da artmıştır. Artan dünya nüfusunun gıda gereksinimini karşılamak güçleşmiş ve ülkeler tek başlarına kendi nüfuslarının ihtiyaçlarını karşılayamaz duruma gelmiştir. Ülkeler bu yüzden dış ticarete başvurmak durumunda kalmışlardır. Ülkeler bu amaçla, ürettikleri ihtiyaç fazlası ürünleri ihraç ederken, üretmedikleri ya da yetersiz üretim yaptıkları ürünleri ithalat yoluyla karşılamakta ve bu ithalat ve ihracatı yaparken de birtakım dış ticaret sorunlarıyla karşılaşabilmektedir.

İhracat sorunlarıyla ilgili literatür son otuz yıllık süreçte zenginleşmiş ve ihracat sorunları farklı araştırmacılar tarafından incelenmiştir. “Türkiye’de Tarım Sektörünün İhracat Sorunları: Mardin İli Örneği” adlı bu çalışmada da tarımsal ürün ihracatı yapan firmaların ihracat yaparken karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca farklı yer ve zamanlarda yapılan benzer araştırmaların Mardin ili tarım sektöründe de geçerli olup olmadığının sınanması hedeflenmiştir.

Bu çalışmada, sosyal bilimler alanında yaygın bir şekilde kullanılan ve niceliksel bir yöntem olan anket yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca ihracat sorunlarını ele alan çalışmaların literatür taraması sonucunda da en çok anket yönteminin kullanıldığı görülmüştür. Bu nedenle, bu çalışmada anket yönteminin uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

Mardin ilinin araştırma alanı olarak seçilmesindeki en önemli etken daha önce gerek Mardin’de gerekse Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde tarım sektörü ihracat sorunları üzerinde herhangi bir çalışmanın yapılmamış olmasıdır. Ayrıca, bölgede Gaziantep’ten sonra en çok ihracat yapan ilin Mardin olması da çalışma konusunun önemini göstermektedir. Tüm bunlarla beraber Mardin ili genel ihracat rakamları içerisinde tarım ürünleri ihracatı yaklaşık %50-60 arası gibi ciddi bir orana sahiptir. Bu ihracat oranının daha da arttırılabilmesi ve firmaların il/ülke ekonomisine katkısının arttırılabilmesi için tarım ürünleri ihracatı yapan firmaların ihracat sorunlarının tespit edilmesi önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu çalışma sonucunda, Mardin ilinde aktif bir şekilde tarım ürünleri ihracatı yapan firmaların ihracat sorunları ele alınmış olup, bu sorunların tespit edilmesi ve bu alandaki literatüre katkı sağlanması hedeflenmiştir.

Mardin ilinde yapılan bu çalışma, tarım ve dış ticaretin kavramsal çerçevesi, Türkiye’nin genel dış ticareti ve tarım sektörü dış ticaretinin yanı sıra çalışmanın bulgularının yorumlanması şeklinde üç bölümde incelenmiştir.

Birinci bölümde, tarım ve dış ticaret kavramlarıyla ilgili kavramsal ve teorik çerçeveye yer verilmiştir. Tarım başlığı altında tarım sektörünün tanımı, işlevleri, özellikleri, sınıflandırılması ve ekonomideki yerine değinilmiştir. Dış ticaret başlığı altında ise ithalat ve ihracatın tanımı, dış ticaret politikasının amaçları ve araçları ile ihracat sorunlarına yer verilmiştir.

İkinci bölümde ise, Türkiye dış ticareti ile tarım sektörü dış ticaretinin yapısı ve sektörün ülke dış ticareti içindeki yeri ikincil kaynaklardan elde edilen veriler yardımıyla incelenmiştir. Ardından, Mardin ilinin genel dış ticareti ile tarım sektörü dış ticaretinin yapısı, tarım sektörünün ilin dış ticareti içindeki yeri yine rakamsal veriler ışığında değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Üçüncü ve son bölümde ise literatür özeti, araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve kısıtlarına değinildikten sonra, anket çalışması ve anket sonuçlarının SPSS paket programı kullanılarak değerlendirilmesi yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizi ve bulguların yorumlanmasına da bu bölüm içerisinde yer verilmiştir. Sonuç ve öneriler kısmı ile çalışma tamamlanmıştır.



## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **TARIM VE DIŞ TİCARET**

#### **1.1. TARIM**

##### **1.1.1. Tarım Sektörünün Tanımı**

Tarım denildiğinde akla ilk gelen, genellikle bitkisel üretimdir. Dar anlamda tarım; “Arazide ekim, dikim, bakım ve yetiştirme yoluyla bitki, hayvan ve hayvansal ürünler üretilmesi veya bunların üreticileri tarafından işlenip değerlendirilmesi” faaliyetleridir. Geniş anlamda tarım; “Bitkisel ve hayvansal ürünler üretiminin yanında, bu ürünlerin yetiştiricileri tarafından işlenmesi, ormancılık ve balıkçılık faaliyetleri, tarımsal ürünlerin yetiştiricileri tarafından taşınması ve saklanması, mağazalara devredilmeden üreticileri tarafından satılması ile tarım alet ve makinelerinin diğer tarım üreticilerinin üretimle ilgili faaliyetlerinde bir bedel karşılığında kullanılarak” kapsamaktadır (Er, 2016: 5). En basit ifadeyle, bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretimini inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlanabilir. Tarımsal ürünlerin üretimindeki verim artışı, ürünlerin en uygun koşullarda saklanması ve tarımsal ürünlerin pazarlanması konuları da bu bilim dalının kapsamına girmektedir. Yani tarım, insan yaşamının sürdürülebilmesi için gerekli, ekonomik faaliyet konusu olabilecek bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi ve sonuç olarak doğal ortama müdahale edilmesi çalışmalarının tamamını içerir (Türkoğlu 2015: 3). Bu konuda benzer bir tanımlama ise şu şekilde yapılmaktadır; “Tarım veya ziraat, bitkisel ve hayvansal ürünlerin üretilmesi, bunların kalite ve verimlerinin yükseltilmesi, bu ürünlerin uygun koşullarda muhafaza edilmesi, işlenip değerlendirilmesi ve pazarlanmasını ele alan bilim dalıdır. Diğer bir ifadeyle, insan besini olabilecek ve ekonomik değeri olan her türlü tarımsal-hayvansal ürünün bakım, besleme, yetiştirme, koruma ve mekanizasyon faaliyetlerinin tamamı ile durgun sularda veya özel alanlarda yapılan balıkçılık faaliyetlerinin tümüdür” (Uludağ İhracatçı Birlikleri, 2017: 3).



Türkiye’de milli muhasebe açısından geniş anlamda tarım esas alınmakta ve tarım sektörü çiftçilik, bitkisel üretim, hayvansal üretim ve tarım sanatları; ormancılık; kara avcılığı ve su ürünleri olmak üzere üç alt sektörde toplanmaktadır. Aslında tarım sektöründe; hayvancılık, ormancılık ve balıkçılık olarak isimlendirilen ve yukarıda geniş anlamda tarım sektörüne giren üretim dalları, temel üretim sektörleridir (Karluk, 2009: 190-191).

### **1.1.2. Tarım Sektörünün İşlevleri ve Ekonomi Açısından Önemi**

Tarım sektörü son derece önemli bir sektördür. Bunun nedeni ise tarım sektörünün işlevlerinden kaynaklanmaktadır. Bu işlevlerin ilki ve en önemlisi insanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için en temel ihtiyaç olan gıda gereksinimini karşılamasıdır. İnsanlığın başladığı tarihten bu yana, tarımın kesintisiz bir şekilde yerine getirdiği ve insan neslinin devamlılığını sağlayabilen bu işlevin yanı sıra tarım sektörünün birçok işlevi vardır. Buna göre, tarım dışı sektörlerle hammadde ve işgücü sağlama, toplumun sağlığını ve ruhsal dengesini koruma ile kalkınmanın finansmanını sağlama tarım sektörünün diğer işlevleri arasında sayılabilir (Dinler, 2008: 37).

Tarım sektörünün ikinci işlevi ise sanayiye hammadde sağlamaktır. Sanayileşme öncesi tarım ürünleri beslenme, giyim, temizlik gibi alanlarda yaygın olarak kullanılmıştır. Sanayi devrimiyle birlikte, tarımsal ürünlere dayalı sanayilerin gelişmesi için sanayi odaklı tarımsal üretim yapılarak üretim artışları görülmeye başlanmıştır. Pamuk üretimi hızla artmış, kauçuk üretimi yaygınlaşmıştır. Yün hayvancılığı konusunda ciddi aşamalar kat edilmiştir. Tarım ürünlerinde meydana gelen verim artışları, sanayileşmenin başarılı bir şekilde gerçekleşmesini sağlayan unsurdur (Dinler, 2008: 59).

Tarım sektörünün üçüncü bir işlevi ise tarım dışı faaliyetlere işgücü aktarmasıdır. İnsanlığın en önemli geçim kaynaklarından biri olan ve nüfusun büyük bir bölümünü bünyesinde barındıran tarım sektörü, yaşanan teknolojik gelişmelerle beraber tarım nüfusunun gelirini ve işgücü verimliliğini arttırarak ortaya işgücü fazlası çıkmasına neden olmuştur (Şahinöz, 2011: 57). Tarımsal gelişmelere bağlı olarak kullanılan modern yöntemlerle artan verimlilik tarımsal istihdamı azaltmaktadır. Böylelikle oluşan gizli işsizlik yani üretime katkısı olmayan işgücü, sanayi kesimine işgücü olarak dönmektedir (Yıldız, 2014: 4). Lewis’in (1954)

“sınırsız emek arzı ile kalkınma” modelinde de gizli işsizliğe ve bu işsizliğin sanayi sektörüne transferinden bahsedilmektedir. Modelde ikili ekonomi söz konusudur. Bir tarafta geçimlik tarım sektörü, diğer tarafta ise kapitalist sanayi sektörü yer almaktadır. Modele göre, geçimlik sektörde yani tarım sektöründe emek arzının emek talebinden fazla olmasından kaynaklı olarak sınırsız emek arzı ortaya çıkmaktadır. Bu ortaya çıkan sınırsız emek arzının bir başka anlamı ise gizli işsizliktir. Dolayısıyla, tarım sektörünün temel sorunu düşük verimliliktir. Aksine modern sektör olan sanayi sektöründe emek talebi emek arzını aşmaktadır. Böylece emek talebi fazla olan modern sanayi sektörüne işgücü transferi edilmeye çalışılmaktadır. Ancak emeğin transferi sağlanabilmesi için geçimlik sektörde çalışanlara asgari geçimlik ücretin üstünde bir ücret verilerek bu transfer sağlanabilmektedir. Bu transfer sonucunda; geçimlik sektör olan tarım sektöründe verimlilik artışı yaşanır ve böylelikle tarım sektörü geçimlik üretim yapan sektör olmaktan çıkıp, pazara yönelik üretim yapan sektör durumuna gelir, ticarileşmeye başlar (Mert, 2017: 23-24).

Dördüncü ve bir diğer işlevi, toplumun sağlığını ve ruhsal dengesini korumaktır. Yeşil alanlar ve ormanlar temiz hava sağlayarak insan sağlığına yardım etmekte ve insana canlılık vererek toplumun ruhsal sağlığını korumaktadır. Ekonomik etkisinin dışında bu yönüyle tarım, insanların doğal yaşamda bulunmasına ve şehir stresinden bir nebze de olsa uzaklaşmasına olanak sağlamaktadır (Dinler, 2014: 61).

Sektörün beşinci ve son işlevi ise kalkınmanın finansmanını sağlamasıdır. Kalkınma sürecinin ilk dönemlerinde tarımsal kaynaklar kalkınma için çok önemli bir sermaye birikim kaynağı olarak görülmektedir. Tarımdan elde edilen sermaye birikimi sanayi sektörüne aktararak, sanayi sektörünün kalkınmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda sanayileşmenin ilk itici gücünün tarımdan sağlandığını söylemek mümkündür. Böylelikle kalkınmanın sağlanması için sanayi sektörü ve tarım sektörü birbirinin alternatifi değil, birçok açıdan birbirini tamamlayan ve birbirlerine ihtiyaç duyulan önemli iki sektördür (Doğan, 2009: 369).

Tarım sektörünün sanayiye hammadde sağlama, tarım dışı faaliyetlere işgücü aktarma ve kalkınmanın finansmanını sağlama gibi işlevleri, doğrudan ülke ekonomisi açısından da önem arz etmektedir. Ayrıca tarımsal ürün ihracatı yoluyla

döviz geliri elde edilmesi ve milli gelire katkısının yanı sıra pazara katkısı da tarım sektörünün ekonomiye katkısı açısından önem arz etmektedir (Erbay, 2013: 8).

Ülkelerin döviz geliri elde etmesini sağlayan en önemli araç dış satım, yani ihracattır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik yapıları genel olarak tarım sektörüne bağlı olarak şekillenmekte ve en önemli gelir kaynaklarının başında tarım ürünleri ihracatı gelmektedir. Bu yüzden de tarımsal ürünler, bu ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olmalarını sağlayan önemli kaynaklardan bir tanesidir. Ülkelerin bu üstünlüğü avantaja çevirerek, ülkeye döviz girişini sağlamaları gerekmektedir. Döviz girişi sağlanmasıyla ülke içinde üretilmeyen veya üretilse bile maliyeti yüksek olan malların yurt dışından satın alınması için ülkenin ihtiyacı olan döviz rezervine sahip olmasına olanak sağlamaktadır. Böylelikle tarımsal ürün ihracatı ülkeye döviz akışının sağlanması için oldukça önemlidir (Doğan, 2009: 372-373).

Tarım sektörünün ekonomi açısından önemini ortaya koyan bir diğer faktör ise pazara katkısından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda tarım diğer sektörlerle bağlantısı olması nedeniyle öne çıkan bir sektördür. Çünkü tarım sektörü, diğer sektörlerde üretilen ürünlere talebi olan bir sektördür. Bu bağlamda diğer sektörlerin de pazarı konumunda sayılmaktadır. Son yüzyılda teknik açıdan gelişme gösteren tarım sektörü içerisinde imalat sanayisinden gelen makine teçhizat, gübre, yem, zirai ilaç, akaryakıt vb. girdilerin tüketimi sürekli artış göstermiştir. Tüm bunlarla beraber yaşam standardı yükselen çiftçi ise tarım dışı sektörlerde üretilen beyaz eşya, mobilya, giyim, inşaat ürünleri vb. birçok ürünün müşterisi de olmaktadır. Bu durumda tarım sektörü ekonomik yapı içerisinde hem üretici hem de tüketici konumunda yer almakta ve bu da tarım sektörünün ekonomi açısından önemini açıkça ortaya koymaktadır (Erbaş, 2016: 213-214).

#### **1.1.4. Tarım Sektörünün ve Tarıma Dayalı Sanayinin Genel Özellikleri**

Tarım sektörü diğer sektörlerle kıyasla farklılıklar göstermektedir. Bunun nedeni ise tarım sektörünün kendine has olan özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Başlıca özellikler aşağıda sıralanmıştır (İnan, 2016: 11-12):

- Tarımsal üretimin doğal koşullara bağlı olması
- Tarımsal üretimde risk ve belirsizliğin olması
- Tarımsal ürün fiyatlarının istikrarsız olması

- Tarımsal üretimin kesikli ve mevsimsel olması
- Tarımsal üretimde üretim teknikleri geliştirme olanaklarının sınırlı olması
- Tarım kesiminde eğitim ve gelir düzeyinin düşük olması
- Tarım ürünlerinde talep ve arzın fiyat esnekliğinin düşük olması
- Tarımsal üretimin genelde küçük aile işletmeleri tarafından yapılması
- Tarımsal malların gelir esnekliğinin düşük olması
- Tarım sektöründe üretim alanlarının dağınık olması
- Tarım sektöründe azalan verimler kanununun geçerli olması
- Tarımsal üretim işleminin canlı varlıkları konu alması

Tarıma dayalı sanayi işletmeleri ise genel olarak diğer sanayi işletmelerine göre farklı özelliklere sahiptirler. Bununla birlikte, tarım işletmelerine ilişkin özelliklerin birçoğunu tarıma dayalı sanayi işletmelerinde de görmek mümkündür. Bu tür işletmelerin genel özellikleri şöyledir (Gürler, 2019: 426-427):

- Tarıma dayalı sanayi işletmeleri hammaddelerini tarımdan sağladıkları için işletmelerin kurulduğu alanlar tarımın yaygın olduğu bölgelerde toplanmaktadır.
- Bazı tarıma dayalı sanayi işletmeleri, hammadde açısından tarıma bağlı oldukları için bu işletmelerde sürekli üretim yapılamamaktadır. Bunun nedeni ise tarımsal ürün üretiminin belli dönemlerde gerçekleşmesidir. Buna en güzel örnek şeker pancarıdır. Şeker fabrikalarının üretimi şeker pancarının hasadının başlamasıyla yaklaşık altı ay kadar sürmektedir. Yaz aylarında şeker pancarı bulunmadığı için bu aylarda üretim mümkün olmamaktadır.
- Tarıma dayalı sanayi işletmeleri kötü iklim koşullarından dolayı bazı yıllarda hammadde tedarik edemedikleri için düşük kapasite veya sıfır kapasite ile çalışmak durumunda kalabilmektedirler.
- Tarıma dayalı sanayi işletmeleri diğer sanayi işletmelerine kıyasla daha küçük ölçekli işletmelerdir.

#### **1.1.5. Tarım İşletmelerinin Sınıflandırılması**

Tarım sektöründeki işletmeler çeşitli amaçlar ve farklı parametrelere göre sınıflandırılabilirler. Tarım sektörü üretim alanlarının buldukları bölge ve

gelirlerine göre sınıflandırılması mümkündür. Genel olarak sınıflandırma yapılırken üç ana ölçüt esas alınmaktadır. Bunlar; işletmelerin büyüklükleri, hukukî statüleri ve faaliyet alanları şeklindedir (Rehber, 2013: 91).

#### **1.1.5.1. Büyüklüklerine Göre Tarım İşletmeleri**

İşletme büyüklüklerine göre tarım işletmeleri üçe ayrılmaktadır. Bunlar; küçük, orta ve büyük tarım işletmeleridir. Tarım işletmelerinin bu şekilde sıralanmasındaki kullanılan ölçüt de aşağıda belirtildiği gibi ikiye ayrılmaktadır. Bunlar (Rehber, 2013: 92);

- Üretim girdisi özelliği gösteren ölçüler
  - İşletmenin sahip olduğu arazi büyüklüğü
  - İşletmenin sahip olduğu hayvanların varlığı
  - İşletmenin sermaye miktarı
  - İşletmenin üretim giderleri toplamı
  - İşletmenin işgücü miktarı
- Ürün (çıktı) özelliği gösteren esaslar
  - Ürünün satış değeri
  - Tarımsal gelir
  - Gayrisafi gelir veya gayrisafi üretim değeridir.

Türkiye’de son yıllarda tarım işletmelerinin büyüklük sınıflandırmasında arazi genişliği dikkate alınmaktadır. Buna göre (Rehber, 2013: 93);

- 500 dekardan daha az araziye sahip olan işletmeler küçük,
- 501-5000 dekar arası araziye sahip olan işletmeler orta,
- 5000 dekardan daha fazla araziye sahip olan işletmeler ise büyük tarım işletmesi olarak kabul edilmektedir.

#### **1.1.5.2. Hukuki Yapılarına Göre Tarım İşletmeleri**

Bu kapsama giren tarım işletmeleri üç grupta incelenmektedir (Rehber, 2013: 98-99):

- **Özel İşletmeler:** Başta sahip oldukları araziler olmak üzere, bünyelerinde barındırdıkları diğer üretim araçları için de özel mülkiyet söz konusudur. Özel işletmeler de;
  - Kişisel (Şahsi) işletmeler,
  - Kiralama yapılarak faaliyette bulunan işletmeler,
  - Ortakçılık veya yarıcılık şeklinde çalışan işletmeler şeklinde alt gruplara ayrılır.
- **Kamunun Bünyesinde Olan İşletmeler:** Üretimde kullanılan araçların tamamı kamu kurumlarına ait olduğu gibi, işletme yönetiminde istihdam edilen kişiler de kamu kurumlarına bağlı olarak çalışmaktadır.
- **Kolektif İşletmeler:** Bu sınıf içerisinde faaliyette bulunan işletmeler daha çok sosyalist ülkelerde yer almaktadırlar.

### 1.1.5.3. Faaliyet Alanlarına Göre Tarım İşletmeleri

Tarım işletmeleri faaliyet alanlarına göre dört gruba ayrılabilir (Rehber, 2013: 99):

- Bitki yetiştiriciliği üzerine çalışan işletmeler; buğday, pamuk, tütün, fındık, elma vb. işletmelerdir.
- Hayvansal üretim yapan işletmeler ise süt, besi, yumurta vb. üretimi yapan işletmelerdir.
- Tarımsal ürün teknolojisinde çalışan işletmelerdir.
- Genel tarım işletmesi ise birden fazla üretim kolunun hâkim olduğu işletmelerdir.

### 1.1.6. Tarıma Dayalı Sanayi İşletmeleri

Bütün ülkelerde sanayi sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin bir bölümü hammaddesini tarım sektöründen temin etmektedir. Bu da tarımın, tarıma dayalı sanayi işletmelerinin gelişmesinde önemli rol oynayan bir sektör olduğunu göstermektedir. Ayrıca tarım yaparak geçimini sağlayan nüfus bir yandan sanayiye hammadde sağlarken, diğer yandan da diğer sektörler tarafından üretilen mal ve hizmetlere talep oluşturmaktadırlar (Uzundumlu, 2012: 39). Böylelikle hammaddesi tarımsal ürünler olan bir sanayi oluşmakta ve bu oluşan sanayi de “tarıma dayalı sanayi” olarak adlandırılmaktadır. Bu işletmelere kısaca tarımdan girdi alan

işletmeler de denir. Tarıma dayalı sanayiler de “Tüketim Malı Üreten Sanayiler” ve “Ara Malı Üreten Sanayiler” olmak üzere kendi içinde ikiye ayrılmaktadır (Gürler, 2016: 424-426):

➤ Tüketim Malı Üreten Sanayiler

1. Gıda Sanayisi

- Et ve et mamulleri sanayi
- Süt ve süt mamulleri sanayi
- Su ürünleri sanayi
- Meyve ve sebze işleme sanayi
- Bitkisel yağ ve mamulleri sanayi
- Un ve unlu mamuller sanayi
- Şeker ve şekerli mamuller sanayi
- Başka yerde sınıflandırılmamış mamuller sanayi
- Yem sanayi

2. İçki Sanayisi

3. Tütün ve Mamulleri Sanayisi

4. Dokuma ve Giyim Sanayi (Tekstil)

➤ Ara Malı Üreten Sanayiler

1. Orman Ürünleri Sanayi

2. Kâğıt Sanayi

3. Deri ve Mamulleri Sanayilerinden oluşmaktadır.

Sanayi işletmelerinin sınıflandırılmasında işletmelerin üretim ve satış hacmi, kuruluş yerinin büyüklüğü, öz sermayesi, istihdam edilen personel sayısı gibi kriterler göz önüne alınmaktadır. Bunlardan personel sayısına göre, mikro işletmeler, küçük işletmeler, orta büyüklükteki işletmeler, büyük işletmeler ve dev işletmeler olmak üzere beş sınıfa ayrılabilir. Bunlar sırasıyla (Şimşek ve Çelik, 2015: 44-46; Mirze, 2010: 60-61);

- Mikro İşletmeler: 0-10 arası personel istihdam eden ve yıllık satış hasılatı 1 Milyon TL veya daha az olan işletmelerdir.
- Küçük İşletmeler: 11-50 arası personel istihdam eden ve yıllık satış hasılatı 8 Milyon TL veya daha az olan işletmelerdir.

- Orta Büyüklükteki İşletmeler: 51-250 arası personel istihdam eden ve yıllık satış hasılatı 25 Milyon TL ve 40 Milyon TL arası olan işletmelerdir.
- Büyük İşletmeler: 250'den fazla personel istihdam eden ve yıllık satış hasılatı 40 Milyon TL'den fazla olan işletmelerdir.
- Dev İşletmeler: 2000 ve daha fazla personel istihdam eden işletmelerdir. Bu tür işletmeler günümüzde uluslararası işletmeler, çok uluslu işletmeler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Birçok işletmenin başaramayacağı büyük çaplı yatırım olan nükleer santraller, dev barajlar, silah sanayi gibi alanlarda faaliyet gösteren işletmelerdir.

## 1.2. DIŞ TİCARET

Dış ticaret, ülkelerin birbirleriyle yaptıkları mal ve hizmet alım-satımını kapsayıp, ihracat ve ithalattan oluşmaktadır. Son yıllarda dış ticaret kavramı yerine uluslararası ticaret kavramı da kullanılabilir (Akça, 2013: 4). Ülkeler ihtiyaç duydukları tüm mal ve hizmetleri kendi olanakları ile karşılayamamaları nedeniyle uluslararası ticarete başvururlar. Bu ise ülkeleri birbirine bağımlı kılar. Ülkeler kaynaklarından yoksun oldukları malları diğer ülkelere ithal etmesi ve kaynaklarına yoğun bir şekilde sahip oldukları mal ve hizmetleri diğer ülkelere ihraç etmeleriyle kaynakların etkin ve verimli kullanımını sağlarlar. Böylelikle dış ticaret yoluyla hem refah yükselir hem de uygun fiyatlarla tüketim sağlanmış olur (Melemen, 2008: 2-3).

### 1.2.1. İhracat

İhracat; bir ülke sınırları içerisinde üretilen, yetişen veya ithal edilen malların ve hizmetlerin diğer ülkelere satılması anlamına gelmektedir (Yanık ve Uzun, 2013: 3). 6 Haziran 2006 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanan İhracat Yönetmeliğinde ise; *“bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemleri”* olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 06 Haziran 2006).



### 1.2.2. İthalat

İthalat; bir ülkenin başka ülkelerden getirilmesi serbest olan bir malı, ithalat ve gümrük mevzuatına göre dışarıdan getirtip satın alması ve bedelinin kambiyo mevzuatına göre transfer edilmesi işlemine denir (Haftacı, 2015: 13). En basit tanımıyla ithalat, yurt dışında üretilmiş mal ve hizmetlerin satın alınmasına denir ([www.ismmmo.org.tr](http://www.ismmmo.org.tr)).

İthalat da dünya üzerindeki kıt olan kaynakların daha etkin kullanımı ve dünya refahının ülkeler arasında dengeli dağılımı açısından en az ihracat kadar önem taşımaktadır (Ünüsün ve Canitez, 2014: 140).

## 1.3. DIŞ TİCARET POLİTİKASI

Dış ticaret politikası, devletin dış ticarete müdahale konusunda izlediği politikalarıdır. Diğer bir ifade ile hükümetin ithalat ve ihracatı sınırlandırmak, özendirmek veya bu işlemlerin yapılış biçimlerini düzenlemek için aldığı önlemlerin oluşturduğu sistematik bir bütündür (Çelik vd., 2011: 25). Dolayısıyla; bu politikalar ülkelerin makroekonomik dengeleri kadar, uluslararası siyasi ilişkilerini de etkilemekte ve ülkeler açısından oldukça belirleyici (önemli) rol oynamaktadır (Karagül ve İlter, 2016: 10).

### 1.3.1. Dış Ticaret Politikasının Amaçları

Dış ticaret politikasının amaçları maddeler halinde sıralanmıştır. Bunlar; ekonomik kalkınma, hazineye gelir sağlamak, dış piyasada monopol gücünden yararlanma, iç piyasa aksaklıklarının giderilmesi, ekonominin liberalleşmesi, ülkenin kendi kendine yeterli olması (otarşı), ülkelerin dış ödeme dengesizliklerinin ortadan kaldırılması, sosyal ve siyasal etkenler ve iç ekonomik istikrarın sağlanmasıdır (Seyidoğlu, 2013: 143-145).

#### 1.3.1.1. Ekonomik Kalkınma

Sanayileşme yoluyla kalkınmaya çalışan gelişmekte olan ülkeler, dış ticaret politikasını kendi ekonomik kalkınmaları açısından önemli bir araç olarak görmektedirler. Bu açıdan söz konusu ülkeler yeni kurulan ve gelişmekte olan genç sanayilerini dış rekabetten korumak amacıyla ithalata tarife ve miktar kısıtlamaları

koymaktadır (Karluk, 2013: 371). Diğer taraftan ekonomik açıdan kalkınmaya çalışan bu ülkeler, kıt olan döviz kaynaklarını ara ve yatırım mallarının ithalatında kullanarak, lüks malların ithalatını olabildiğince azaltmaya hatta engellemeye çalışmaktadırlar. İhracata dayalı dışa açık sanayileşme politikası izleyen ülkeler ise ihracatı teşvik ederek ekonomik kalkınmanın finansmanını bu yolla sağlamayı amaçlamaktadırlar (Öztürk, 2009: 57).

### **1.3.1.2. Hazineye Gelir Sağlama**

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kalkınmaları için kullanacakları fonlar oldukça kısıtlıdır. Az gelişmiş ülkelerde nüfusun büyük bir çoğunluğu tarım sektöründe çalıştığı için vergi gelirleri oldukça azdır ve ek vergiler koymak da oldukça zordur. Bu yüzden az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler kalkınmaları için gerekli fonları dış ticarete konu olan ihraç malları üzerine konan vergilerden elde etmektedirler (Öztürk, 2009: 59). Aynı zamanda ihracata konu olan malların üzerine konan gümrük vergileri, stopaj ve harçlar, ülkelere belirli ölçüde gelir kaynağı sağlamaktadır (Durman ve Önder, 2006: 8).

### **1.3.1.3. Dış Piyasada Monopol Gücünden Yararlanma**

Bazı ülkeler dış ticarete konu olan malların üretiminde veya satışında monopol konumunda olabilir. Bu durumu kendi lehine çevirmek isteyen ülkeler, malların ihracatı üzerine kota koyabilir. Bu ise malların fiyatını yükseltecek ve yükselen fiyatlar sayesinde ülkeler dış ticaret hadlerini kota koyan ülkeler lehine değiştirmiş olacaktır (Karacan, 2010: 16).

### **1.3.1.4. İç Piyasa Aksaklıklarının Giderilmesi**

Yurt içinde faaliyette bulunan bazı yerli firmalar çeşitli nedenlerden dolayı monopol konumuna gelebilirler. Bu firmalar, monopol gücünü ellerinde bulundurmaya bir fırsat olarak görerek tüketicileri kalitesiz ve yüksek fiyatlı mal tüketmek zorunda bırakabilirler. Diğer yandan, aynı malın üretiminde bulunan birkaç firma bir araya gelerek üretilen mal miktarını ve mal fiyatını belirleyerek kartel oluşturabilir (Elitaş, 2016: 62). Bu nedenle, ülke yönetimleri tüketicileri korumak amacıyla dış ticarete müdahalelerini azaltarak, gümrük vergilerini indirip ülke içinde rekabetin gelişmesi için iç piyasayı dış rekabete açarak içerdeki monopol ve kartel egemenliğine son verebilmektedir. Bu ise tüketicilerin kaliteli malları uygun fiyatla

satın alması olanağı sağlar. Ayrıca, ülke içinde faaliyette bulunan yerli üreticiler de dış rekabetten korunmak için verimliliği artırma ve kalitelerini yükseltme çabasına gireceklerdir (Tomanbay, 2014: 27).

#### **1.3.1.5. Ekonominin Liberalleşmesi**

Her alanda küreselleşmenin yaşandığı günümüzde yaygın bir şekilde görülen eğilim ülke ekonomilerinin liberalleşmesidir. Ülkeler bu amaçla, özelleştirme ve yurt dışından gelecek yabancı sermayeyi özendirme faaliyetleri ile serbest piyasa ekonomisini yürürlüğe koyarak, liberal dış ticaret politikalarının ve ulusal ekonomi politikalarının dünya ekonomisiyle bütünleşmesini sağlamaktadırlar (Seyidoğlu, 2013: 144). Uluslararası ticaretten aldığı payı arttırmak isteyen ülkeler, uluslararası piyasalarla bütünleşmekte ve ekonomilerini bu piyasalara entegre etmektedir (Takım, 2015:16). Bu amaçla ülkeler, dış ticarete yapılan müdahaleleri azaltmış ve bu amaca yönelik politikaları uygulama çabası içerisine girmiştir (Elitaş, 2016: 62).

#### **1.3.1.6. Ülkenin Kendi Kendine Yeterli Olması (Otarşi)**

Geçmiş dönemlerde bazı ülkeler siyasal rejimleri gereği otarşi adı verilen dış ticaret politikasını uygulamışlardır. Otarşi, bir ülkenin ekonomik bakımdan kendi kendine yeterli olması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla dış ticaret politikasının amacı, böyle bir politika izleyen ülkeler için dış dünya ile ekonomik bağların minimum seviyeye indirilmesidir (Seyidoğlu, 2013: 145). Bunun temelinde ekonomik ve siyasal bağımlılığın ülkeye zarar vereceği düşüncesi yatmaktadır. Böyle bir durumda, ülkeler her türlü ithalatı yasaklayıp kendi kaynaklarıyla yetinme ve gereksinim duydukları tüm malları kendileri üretme yolunu seçer. Bu politika dış ticaret politikasının en uç uygulamalarından bir tanesidir. Küreselleşen günümüz dünyasında bu amaçla tam manasıyla otarşi politikasını uygulayan hiçbir ülke yoktur (Öztürk, 2009: 58).

#### **1.3.1.7. Ülkelerin Dış Ödeme Dengesizliklerinin Ortadan Kaldırılması**

Ödeme dengesizliklerinin ortaya çıkması ülkelerin dış açık veya dış fazla vermelerinden kaynaklanmaktadır. Ülkelerin en önemli amaçlarından bir tanesi de dış ödemeler bilançosundaki dengesizlikleri ortadan kaldırmaktır. Dış açık veren ülkeler ekonomilerini dengeye getirmek için döviz rezervlerini kullanırlar veya da dış borçlanma yoluna giderler. Ancak, döviz rezervlerinin sınırlı ve borçlanma

olanaklarının kısıtlı olmasından dolayı ülkeler dış ödeme açıklarının giderilmesinde ithalatı kısıtlayıcı politikalara başvururlar (Ertem, 2015: 12). Bununla beraber, ülkeler, döviz rezervlerini arttırmak için ihracatı teşvik edici uygulamaları da yürürlüğe koyarlar. Böylece ithalatın azaltılması ve ihracatın artırılması ile dış ödemelerdeki dengesizlikler giderilmeye çalışılmaktadır (Gökgöz ve Şeker, 2014: 8).

### **1.3.1.8. Sosyal ve Siyasal Etkenler**

Ülke yönetimleri kamu ahlakını ve kamu güvenliğini sağlamak adına insan ve doğayı tahrip eden malların yurt dışından ithalini kısıtlamış veya tamamen yasaklamış olabilirler. Bu nedenle olumsuz nitelik taşıyan malların ülkeye girişini engellemek için ithalatı yasaklayıcı politika araçları uygulanmaktadır. Benzer şekilde, uluslararası anlaşmalar gereği bu tür olumsuz nitelikteki malların ihraç edilmesi de yasaklanabilmektedir (Kaya, 2008: 9). Ayrıca, ülke yönetimleri sosyal ve siyasi yakınlıktan dolayı bazı üreticileri kayırmak istedikleri zaman ithal edilecek ilgili malın üzerindeki gümrük vergisi oranını yükseltebilir. Aksine, gelir dağılımında bir sınıfın dezavantajına olacak bir değişim isteniyorsa o endüstriler korunma kapsamından çıkarılabilir (Kaymakçı vd., 2007: 50-51).

### **1.3.1.9. İç Ekonomik İstikrarın Sağlanması**

İç ekonomik istikrarın bozulmasının açık göstergeleri işsizlik ve enflasyon sorunlarının olmasıdır. Ülkeler, bu sorunların giderilmesi için dış ticaret politikalarını uygulayabilirler. Ülke yönetimleri ithal mallar üzerine konan gümrük tarifesi, kota vb. engeller aracılığıyla iç talebi ithal mallardan yerli mallara doğru kaydırabilirler. Böylece yerli sanayide bir yükseliş meydana gelir ve bunun sonucunda işsizlik önlenmiş olur (Çakmakçı, 2018: 17). Ancak bu yolla ülke içinde istihdam yükselirken, ticaret yapılan ülkelerin istihdamında ise azalma olacaktır. Bu şekilde, söz konusu ülke kendi işsizliğini ticaret ortağı olduğu ülkeye ihraç etmiş olur (Seyidoğlu, 2013: 144). Ayrıca ülke yönetimleri, ülke içinde arzı azalan malların ithalatını serbest bırakarak, arz açığını gidermeye ve dolayısıyla, enflasyonun yükselmesinin önüne geçmeye çalışırlar (Gürsoy, 2010: 20).

### **1.3.2. Dış Ticaret Politikası Araçları**

Ülkeler sözü geçen dış ticaret politikası amaçlarına ulaşmak için dış ticaret politikası araçlarını kullanırlar. Ülkelerin kullanmış oldukları dış ticaret politikası

araçlarını “Gümrük Tarifeleri” ve “Tarife Dışı Araçlar” olmak üzere iki gruba ayırabiliriz (Seyidoğlu, 2013: 146).

### **1.3.2.1. Gümrük Tarifeleri**

Gümrük tarifeleri, serbest mal akışına müdahalede kullanılan en eski ve en önemli dış ticaret politikası araçlarından bir tanesidir. Eskiden devlete sadece gelir sağlamak için kullanılan bu koruma aracı, günümüzde ülkelerin aleyhine olan malların ithalatını engelleme, gelişme potansiyeli olan firmaların ve yeni kurulan firmaların korunması amacıyla da kullanılmaktadır (Elitaş, 2016: 64). Bazı dönemlerde ise hem hazineye gelir sağlamak, hem de firmaları korumak amacıyla kullanılmıştır. Ancak günümüzde vergi sisteminin ve araçlarının gelişmesine bağlı olarak hazineye gelir sağlama amacı önemini kaybetmiştir. Bu nedenle gümrük tarifelerinin kullanılmasındaki temel amaç dış ticaret politikası aracı olarak görülmesidir (Yılmaz ve Özken, 2015: 55).

İthal ve ihrac malları üzerine konan vergiler üç yöntemle tahsil edilmektedir. Bunlar; spesifik gümrük tarifeleri, ad valorem gümrük tarifeleri ve karma gümrük tarifeleri olmak üzere üç çeşittir (Arzova, 2017: 47).

#### **✓ Spesifik Gümrük Tarifesi**

İthal ve ihrac edilen malların fiziki birimleri üzerinden alınan sabit vergilere spesifik gümrük tarifesi adı verilmektedir. Örneğin, her ithal edilen veya ihrac edilen otomobilden 1000 TL gümrük vergisi alınıyorsa, bu spesifik vergi kapsamına girmektedir (Çelik, vd., 2011: 26). Spesifik vergilerde malların kalitesi ve fiyatları dikkate alınmamaktadır. Kalitesi düşük olan mallardan kalitesi yüksek olan mallara göre daha yüksek vergi alınabilmektedir. Bu nedenle spesifik tarifeler standart mallar için daha uygun tarife türleridir. Bunun dışında uygulamasının kolay olması, malın fiziki birimi gibi objektif kıstaslara dayanması ve anlaşmazlıklara yol açmaması gibi olumlu yanları söz konusudur (Çakmakçı, 2018: 30).

#### **✓ Ad valorem Gümrük Tarifesi**

İthal ve ihrac edilen malların değeri üzerinden ve belirli bir oran üzerinden alınan vergilere advalorem gümrük tarifeleri adı verilmektedir. Örneğin, ithal edilen malın fatura değeri üzerinden %30'luk vergi alınması bu vergi kapsamına

girmektedir. 1000 TL'lik bir maldan alınan vergi 300 TL'ye tekabül etmektedir. Bu durumda ürünü ithal eden ülkenin kasasına 300 TL'lik bir ithalat vergisi girecektir (Gürsoy, 2010: 24). Advalorem vergiler ithal edilen malların değeri üzerinden alınan gümrük vergileri olduğu için spesifik vergilere göre daha adaletli bir vergi türüdür (Yılmaz ve Özken, 2015: 55).

#### ✓ **Karma Gümrük Tarifesi**

Hem spesifik hem de advalorem gümrük tarifelerinin bir arada uygulandığı tarifelere karma gümrük tarifeleri denir. Bu tür vergilendirmede malın hem birim değeri ve hem de fatura tutarı üzerinden belirli bir oranda vergilendirme yapılır. Örneğin, “Türkiye’ye ithal edilecek bir otomobilden alınacak 1000 TL'lik vergi ile beraber otomobilin motor gücüne bağlı olarak alınacak %10'luk vergi” ifadesi karma gümrük tarife uygulaması olarak anılır (Karacan, 2010: 18). Karma gümrük tarifeleri genellikle hammaddesi vergilendirilmiş mamul mallar üzerine uygulanır. Burada spesifik vergi telafi edici vergi niteliğindedir. Spesifik vergi hammadde sanayiye getirilen korumayı dengelerken, advalorem vergi ise mamul malları üreten sanayi dalına olan korumayı sağlamaktadır (Kaymakçı vd., 2007: 50-51).

#### **1.3.2.2. Tarife Dışı Engeller**

Devletlerin dış ticaret akımlarına müdahalede kullandığı geleneksel araç tarifelerdir. Fakat zamanla müdahale araçlarında büyük bir yaygınlık ve çeşitlenme ortaya çıkmıştır. Gümrük tarifelerinin dışında, serbest ticaret akımlarına müdahale amacıyla kullanılan bu araçların tümü tarife dışı araçlar (non-tariff barriers) başlığı altında toplanır. Tarife dışı araçların çoğu ithalatın kısıtlanmasına yönelik olmakla birlikte, bir kısmı da ihracatın özendirilmesi, hatta caydırılması amacıyla konmuş olabilir. O halde, genel bir tanımlama ile tarife dışı araçlar veya tarife dışı engeller kavramı; gümrük tarifelerinden (gümrük vergileri) ayrı olarak uluslararası mal ve hizmet akımlarının serbest gelişme seyrini değiştiren her türlü politika ve uygulamaları ifade etmektedir (Seyidoğlu, 2019: 185). Belli başlı uygulamalar şunlardır (Ertem, 2015: 16-17).

#### ✓ **Miktar Kısıtlamaları**

Dış ticareti kontrol etmede kullanılan en etkili yöntem kota adı verilen miktar kısıtlamalarıdır. Miktar kısıtlamaları, “ithal veya ihraç edilecek olan malların miktar

ya da tutar olarak kontrollü bir şekilde sınırdan geçişinin sağlanması” anlamına gelir. Ancak serbest ticaretin hâkim olduğu liberal dış ticaret anlayışına zıt olan bu uygulama Dünya Ticaret Örgütü tarafından yasaklanmış durumdadır. Miktar kısıtlamalarının gümrük tarifelerinden en önemli farkı, ithalatı ya da ihracatı azaltıcı etkisi daha kesin olmasıdır. Bununla birlikte, karaborsanın ortaya çıkmasına yol açabilmektedir (Karagül ve İlder, 2016: 12-13).

İthalat kotaları, ithalat yasakları ve kambiyo denetimleri miktar kısıtlamalarının belli başlı uygulamalarıdır. İthalat kotaları, ithal edilecek malların miktar veya değerine devlet tarafından kısıtlama getirilmesidir. İthalat yasakları, ithalat kotasının en katı şekli olup, bir malın ülkeye girişini tamamen engellemektedir. Bunun nedeni ise ülkeyi dış rekabetten korumak, halk sağlığını ve ahlakını güvence altına almak, döviz kaynaklarını korumak ve dış ödemeler dengesini sağlamaktır. Kambiyo kontrolü ise, devletin döviz alım satımına denetim getirmesidir. Bu kadar sıkı denetimlerin olması ve döviz alım-satım hareketliliğinin kontrol altında tutulması sonucu ithalat sınırlandırılmış olmaktadır (Durman ve Önder, 2006: 9-10).

#### ✓ **Gönüllü İhracat Kısıtlamaları**

İki ülkenin birbirleriyle olan dış ticaret ilişkilerinin sonucu belirli malların ihracatı üzerinde karşılıklı olarak anlaşıp gönüllü bir kısıtlamaya gitmeleriyle uygulanan bir politikadır. İhracat kotaları da denmektedir. Gelişmiş ülke konumundaki ithalatçı ülkelerin, gelişmekte olan ülkelere aldıkları emek yoğun ihracat mallarının ihracatı üzerine kendi iç piyasalarını bozduğu gerekçesiyle konulan miktar kısıtlamalarıdır (Seyidoğlu, 2013: 146). Ayrıca ithalat kotalarının farklı bir biçimi olup, ithalatçı yerine ihracatçının uyguladığı bir kota türüdür. Gönüllü ihracat kısıtlamaları genellikle ithalatçının talebi üzerine uygulanır ve ihracatçı tarafından da olası diğer ticaret kısıtlamalarını önlemek için kabul edilir. Bu gönüllü kısıtlamalar, ithalatı yapan ülke için ithalatı aynı miktarda kısıtlayan tarifelere göre daha pahalıya mal olmaktadır. Bunun nedeni ise dışarıya ödenen ranttan kaynaklanmaktadır (Krugman, vd., 2018: 224). Bazen de ithalatçı ülkenin rızası olmadan da ihracatçı ülke ihracatı kısıtlayabilmektedir. Bunun nedeni, ihracatçı ülkenin tekel gücü olması durumunda bunu kullanarak ihracat yaptığı ürünün fiyatını artırabilmesidir (Duman ve Önder, 2006: 11).

### ✓ **Görünmez Engeller**

Devlet tarafından halk sağlığını veya kamu güvenliğini korumak amacıyla konulan ve ithalatı doğrudan etkileyen her türlü teknik ve idari düzenlemeler bu engellerin kapsamı içerisine girmektedir. Günümüzde çok çeşitli görünmez engel bulunmaktadır. Bunlar arasında en yaygın olarak kullanılan alanlar paketleme, etiketleme ile ilgili düzenlemeler, sağlık, kalite ve sanayi standartları, bürokratik işlemler, lisanslar vb. sayılabilir (Çelik vd., 2011: 35).

### ✓ **Tarife Benzeri Faktörler**

Gümrük tarifeleri dışında, ithal mallarını pahalılaştırıp yurt içindeki yerli üretimin karlılığını arttıran, yani fiyat mekanizması aracılığıyla serbest ticarete müdahale niteliğindeki dış ticaret politikası araçlarına tarife benzeri faktörler denilmektedir (Takım, 2015: 27). Çoklu kur uygulamaları, fark giderici vergiler, ithalat teminatları, antidamping vergisi ve yurt içi katkı zorunluluğu gibi uygulamalar tarife benzeri araçlardan sadece birkaç tanesidir (Elitaş, 2016: 64).

## **1.4. DIŞ TİCARET SORUNLARI**

Yirminci yüzyılın bir olgusu olan küreselleşmenin birçok faydası vardır. Küreselleşmeyle birlikte ülkeler arası sınırlar kalktığı için pazar alanı genişlemekte ve en iyi üretim kaynağının en uygun fiyatlarla alım-satımı dış ticaret yoluyla sağlanabilmektedir. Diğer taraftan, dış ticaret, ihracat ve ithalat yoluyla kıt kaynakların etkin bir şekilde dağıtılmasına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler için ihracatın önemi her geçen gün artmaktadır. Çünkü ülke ekonomilerinin gelişmesi ve ülke ihtiyaçlarının karşılanması açısından ihracat yapmak önemlidir. İhracatın artması ülke ekonomisinin canlanmasına, kişi başına düşen milli gelirin artmasına, istihdama katkı sağlamasına ve ülkeye döviz girmesine kadar birçok olumlu gelişmelere neden olmaktadır. Ancak firmalar ihracat yaparken veya ihracat yapmak istedikleri zaman engellerle karşılaşabilmektedirler. Bu engeller genel olarak ülke içinden ve ülke dışından kaynaklanmakla birlikte firmanın kendisinden veya bulunduğu sektörden de kaynaklanabilmektedir (İslambay, 2018: 50)



Buna göre, firmaların ihracat yaparken karşı karşıya kaldıkları engeller; işletmeden kaynaklı engeller ve işletme dışı çevreden kaynaklı engeller olmak üzere iki gruba ayrılır. Söz konusu engeller ayrı başlıklar halinde açıklanmaya çalışılmıştır (Leonidou, 2004: 281).

#### 1.4.1. İşletmeden Kaynaklı Engeller

Bir işletmenin yurtdışı pazarlara girmesini veya hâlihazırda bulunduğu pazarları genişletmesi ve ihracat hacmini arttırmasını engelleyen bir takım sorunlar vardır. Bu sorunlar makro düzeyde ülke içinden veya uluslararası çevreden kaynaklanabileceği gibi, mikro düzeyde işletmenin kendi fonksiyonlarından da kaynaklanabilmektedir (Savcı, 2009: 70). İşletme fonksiyonundan kaynaklanan engeller ise insan kaynakları, üretim ve finansman gibi firmanın çeşitli fonksiyonlarının eksikliklerinden kaynaklanmaktadır (Leonidou, 2004: 287).

İşletme fonksiyonlarının eksikliğinden veya olmamasından kaynaklı ihracat sorunları şunlardır (Canitez, 2004: 188; İslambay, 2018: 51).

- Firma yönetiminin ihracat faaliyetlerine yeteri kadar zaman ayıramaması
- İhracat pazarlama planının yokluğu veya yapılamaması
- İhracat departmanının olmaması veya yetersizliği
- Üst yönetimin ihracat konusundaki istek, davranış ve kararlılığındaki istikrarsızlıklar
- Uluslararası pazarlara yönelik satış çabalarındaki yetersizlikler
- İhracat pazarlarına yönelik araştırmaların yokluğu ya da yetersizliği
- Paketleme sorunları
- Ürünün kendisinden kaynaklı sorunlar
- Fiyatlandırmada yaşanan zorluklar
- İthalatçının istediği ürün ve kalite standartlarının karşılanmasındaki zorluklar
- İhracatı finanse edecek kadar çalışma sermayesinin olmaması
- İhracatın finansmanında kullanılabilecek fonların yüksek maliyetli olması
- Üretim kapasitesindeki yetersizlikler

- Eğitimsiz ve tecrübesiz ihracat personeli
- İhracat uzmanlarının istihdam edilmesindeki zorluklar

#### **1.4.2. İşletme Dışı Çevreden Kaynaklı Engeller**

Bunlar; ulusal dış çevre ve uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklı engellerden oluşmaktadır.

##### **1.4.2.1. Ulusal Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı Engeller**

İşletmelerin ihracat faaliyetlerinde önemli etkiye sahip birçok faktör vardır. İşletmenin içinde bulunduğu ülkelerin hükümet sistemi bu faktörlerden bir tanesidir. Hükümet sistemleri; vergi politikası, iş mevzuatı, ticaret engelleri, tarifeler, hükümet istikrarı, çevre hukuku ve politik müdahale gibi faktörlerden oluşmaktadır (Czinkota vd., 2010). Aynı şekilde hükümet kuralları, ülke ekonomisi, lojistik ve altyapı tesisleri gibi nedenler ulusal çevreden kaynaklı ihracatı etkileyen faktörler arasında yer almaktadır (Evangelia, 2012: 10). Savaş ve terörizm gibi bazı sivil toplum eylemleri de firmaların ihracat sorunlarını olumsuz etkilemektedir (Venkateswaran, 2006). Aynı şekilde, savaş ve terör olayları hükümet istikrarını yani politik istikrarı olumlu ya da olumsuz etkileyen faktörlerden bir tanesidir. Örneğin; Türkiye'nin 2018 yılı politik istikrarı yaşanan savaş ve terör olayları nedeniyle %10 olarak görülmektedir. Aynı dönem içerisinde ise savaş ve terör olaylarının hiç yaşanmadığı Luksemburg'ta bu oran %96,19'dur. Bu oran, savaş ve terör olaylarının sık yaşandığı Afganistan da ise %0,48 ile neredeyse politik istikrarın hiç olmadığını göstermektedir (World Bank, 2019). Güvenli bir ortamın olmaması ve sürekli yaşanan terör olaylarından kaynaklı olarak ihracat yapmak zorlaşmaktadır. Bu durum da hem ulusal hem de uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunları arasında yer almaktadır.

İşletmelerin ulusal dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Canitez, 2004: 187-188; İslambay, 2018: 53);

- Yurtiçi pazarlarda talep olduğu zaman yurtdışı pazarlarının ihmal edilmesi
- Firmanın yurtiçi pazarlara yoğun bir şekilde odaklanması
- Enflasyonun yüksek olması
- Ulusal ekonomideki belirsizlik
- İhracat işlemlerindeki ağır ve yavaş bürokratik uygulamalar

- Kamu finansal desteklerinin yetersizliği
- Vergi teşviklerinin yetersizliği
- İhracata yönelik etkin olmayan devlet yardımları
- Taşıma altyapısının yetersizliği ve liman hizmetleri
- İletişim olanakları
- Bankacılık hizmetleri
- Rüşvet ve kayırma

#### 1.4.2.2. Uluslararası Dış Çevre Faktörlerinden Kaynaklı Engeller

Uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklı ihracat sorunları, bir firmanın yurtdışı pazarlara girmesi veya mevcut pazarlarını genişletmesini engelleyen her türlü kısıtlamaları içermektedir. (İslambay, 2018: 53; Savcı, 2009: 53). Bu kısıtlamalardan kaynaklanan ihracat sorunları ekonomik, politik-yasal ve sosyo-kültürel çevreyle ilgili sorunları kapsamaktadır. Bu sorunlar firmaların kendi kontrolleri dışında gerçekleşen durumlardan kaynaklanmaktadır. Uluslararası piyasada gerçekleşen ekonomik nedenlerden dolayı firmalar ihracat sorunları yaşamaktadır. Bu sorunlar döviz kurundan kaynaklanan riskler, ödemelerin geç yapılması, ülkelerin zayıf ekonomileri, yüksek tarife ve tarife dışı engellerden kaynaklı ortaya çıkmaktadır (Leonidou, 2004: 294-295). Dış pazardaki politik-yasal durumdan kaynaklı ihracatta sorunlar da yaşanabilmektedir. Ülkelerin politik sistemi ve bu sistemin istikrarsızlığı ihracat yapacak ülkelerin karşısına bir sorun olarak çıkabilmektedir. Ayrıca ülkeler arasındaki diplomatik ilişkiler ihracatı etkileyen bir diğer husustur. Bunların yanı sıra ithalatçı ülkenin kendi iç pazarındaki uygulamaları ihracatçı ülkelerin karşısına sorun olarak çıkabilmektedir (Wood ve Robertson, 2007: 37). Sosyo-kültürel çevre de ihracatı etkileyen bir diğer unsurdur. Sosyo-kültürel çevre ülkelerin değerleri, inançları, gelenekleri, dilleri ve davranışları şeklinde tanımlanmaktadır (Leonidou, 2004: 295). Firmaların ticaret yaptığı ülkelerin sosyo-kültürel ortamının uluslararası ticari faaliyetler üzerinde büyük etkisi vardır, dolayısıyla firmaların ihracat performansını da doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, sosyo-kültürel çevrenin anlaşılması, firmaların ihracat faaliyetlerini arttıran rekabetçi bir avantaj sağlamaktadır (Altun, 2013: 23).

İşletmelerin uluslararası dış çevre faktörlerinden kaynaklanan ihracat sorunlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Canitez, 2004: 186-187; İslambay, 2018: 55);

- Yurtdışı pazarlardaki karmaşık ve yabancı bulunan kurallardan ve düzenlemelerden kaynaklı sorunlar
- Döviz kurundan kaynaklı sorunlar
- Ürün paketleme, etiketleme ve işaretleme standartlarından kaynaklı sorunlar
- Uluslararası dağıtımıcılar ve aracılardan kaynaklı sorunlar
- Uygun taşıma imkânlarının ve dağıtım kanallarının olmaması
- Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği
- Yurtdışı pazarlara taşıma maliyetlerinin yüksek olması
- Yurtdışı pazarlardan alacakların zamanında tahsil edilememesi ya da tahsilatının hiç yapılamaması
- Bankacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar
- Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar
- Depolamadan kaynaklı sorunlar ve depolama maliyetlerinin yüksek olması
- İhracat yapılacak pazarlardaki siyasi istikrar sorunu
- Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar
- Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri
- İhracat ürünlerinin fiyatlandırılmasındaki sorunlar
- Yurtdışı pazarlardaki rekabet
- Yurtdışı pazarların analiz edilmesinin zorluğu ve bilgi toplamadaki sorunlar
- Yurtdışı pazarlarda tanıtım yapma faaliyetlerinin zorluğu
- Yurtdışı pazarlardaki tüketim kültürünün farklı olması
- Tüketici özelliklerini öğrenmede ve izlemedeki eksiklikler
- Yurtdışı pazarlardaki iletişimde yabancı dil sorunu

## İKİNCİ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

Bu bölümde Türkiye'nin dış ticaret yapısının mevcut durumu incelenmiştir. Bu kapsamda, ikincil kaynaklardan derlenen tablo ve grafikler yardımıyla önce Türkiye'nin genel dış ticareti hakkında bilgilere yer verilmektedir. Ardından Türkiye'nin tarım ürünleri dış ticareti ele alınmaktadır. Daha sonrasında ise, yine ikincil kaynaklardan elde edilen tablo ve grafikler ışığında Mardin ili genel dış ticareti ile tarım ürünleri dış ticaretinin yapısı açıklanmaya çalışılmıştır.

#### 2.1. TÜRKİYE'DE DIŞ TİCARETİN YAPISI

Dış ticaret kapsamı içerisine ihracat ve ithalat rakamları girmektedir. Bu bağlamda öncelikle 2002-2018 dönemi için Türkiye'nin toplam ihracat ve ithalat rakamları ile ihracat ve ithalatın toplamından oluşan dış ticaret hacmine Tablo 1' de yer verilmiştir.

**Tablo 1. Türkiye Dış Ticareti Verileri, (Milyon \$)**

Yıl	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Hacmi
2002	36.059	51.554	87.613
2003	47.253	69.340	116.593
2004	63.167	97.540	160.707
2005	73.476	116.774	190.251
2006	85.535	139.576	225.111
2007	107.272	170.063	277.335
2008	132.027	201.964	333.991
2009	102.143	140.928	243.071
2010	113.883	185.544	299.428
2011	134.907	240.842	375.749
2012	152.462	236.545	389.007
2013	151.803	251.661	403.464
2014	157.610	242.177	399.787

<b>2015</b>	143.839	207.234	351.073
<b>2016</b>	142.530	198.618	341.148
<b>2017</b>	156.993	233.800	390.793
<b>2018</b>	167.921	223.047	390.968

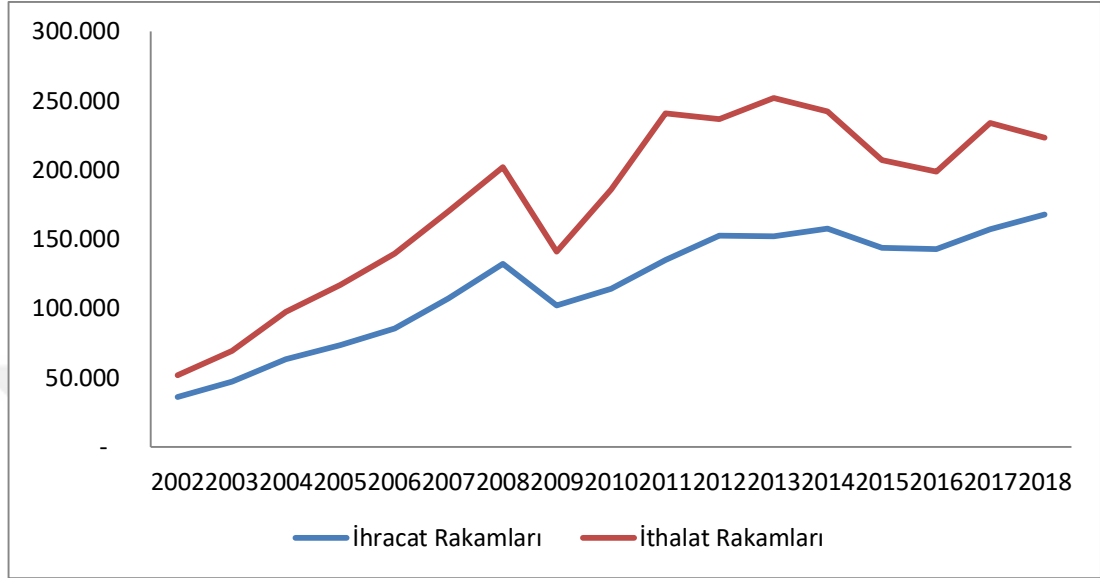
**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2019a

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 2002-2008 yılları arasında Türkiye’nin ihracatı sürekli artış göstermiştir. Ancak 2009 yılında ihracatın bir önceki yıla göre yaklaşık %23,1’lik ciddi bir düşüş kaydettiği görülmektedir. Bunun 2008 yılında Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya çıkan ve ardından Avrupa ülkelerine yayılan ekonomik krizin Türkiye’ye yansımından kaynaklandığı söylenebilir. 2009-2011 yılları arasında ise artışlar devam etmiş ve 2011 yılına gelindiğinde kriz öncesi ihracat rakamlarına ulaşılmıştır. 2011-2016 yılları arasında ise ihracat gelirinde dalgalanmalar olmuştur. Bununla birlikte, 2002 yılından 2018 yılına kadar olan süreçte ülke ihracatı yaklaşık 4,66 kat artış göstererek, 2002’de 36.059 milyon dolar iken, 2018’de 167.921 milyon dolara ulaşmıştır

Aynı şekilde, söz konusu Tabloda görüldüğü üzere, belirlenen yıllar içerisinde Türkiye ithalatı da 2008 yılına kadar sürekli artış göstermiştir. Ancak 2009 yılında ihracata benzer şekilde, ithalatta da bir önceki yıla oranla yaklaşık %30,2’lik ciddi bir düşüş yaşandığı gözlenmektedir. Bu durumu da 2008 krizi ile ilişkilendirmek olasıdır. 2009-2011 yıl aralığında ithalat artışlarının devam ettiği, 2011 yılından 2018 yılına kadar ise dalgalanmalar gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte, ithalat ele alınan yıllar içerisinde yaklaşık 4,33 kat artış göstererek 51.554 milyondan 223.047 milyon dolara kadar çıkmıştır.

Tablo incelendiğinde ihracat ve ithalatın toplamını temsil eden dış ticaret hacminin de 2008 yılına kadar artış gösterdiği görülmektedir. Görüldüğü üzere, 2009 yılında dış ticaret hacmi de bir önceki yıla göre düşüş kaydetmiş, 2009 sonrası 2010-2013 döneminde artış trendi izlemiştir. 2014 yılından sonra 2018’e kadar 2015 yılındaki bir önceki yıla göre yaşanan artış dışında düşüş ya da durağan bir seyir izlediği göze çarpmaktadır. Bu düşüş ve dalgalanmalara karşın, dış ticaret hacmi 2002-2018 döneminde yaklaşık 4,46 kat artış göstererek 2002 yılı seviyesi olan 87.613 milyondan 390.968 milyon dolara kadar çıkmıştır.

Grafik 1’de ise, Tablo 1’den derlenen veriler yardımıyla Türkiye genel ihracat ve ithalat rakamları grafik yardımıyla gösterilmiştir. Gerek ihracat ve gerekse ithalatta 2008 yılından 2009 yılına yaşanan keskin düşüş söz konusu grafikte de görülmekte, 2009’dan 2018 yılına kadar ise dalgalı seyir izlediği göze çarpmaktadır.



**Grafik 1. Türkiye Geneli Dış Ticaret Verileri (Milyon \$)**

Türkiye’de 2015-2018 yılları arasında en çok ihracatın yapıldığı 10 ülke ve ihracat rakamları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Türkiye’nin En Çok İhracat Yaptığı 10 Ülke (Milyon \$)**

Sıra	Ülke	2015	2016	2017	2018
1	Almanya	13.417	13.999	15.119	16.137
2	Birleşik Krallık	10.556	11.686	9.603	11.107
3	İtalya	6.887	7.581	8.473	9.560
4	Irak	8.550	7.637	9.055	8.346
5	ABD	6.396	6.623	8.654	8.305
6	İspanya	4.742	4.988	6.302	7.708
7	Fransa	5.845	6.022	6.584	7.287
8	Hollanda	3.155	3.589	3.865	4.761
9	Belçika	2.558	2.548	3.151	3.951
10	İsrail	2.698	2.956	3.407	3.894

Kaynak: TÜİK, 2019b

Tablo 2’ye göre, 2018 yılında ilk 10 ülkeye yapılan toplam ihracatın yaklaşık %66’sı Avrupa ülkelerine (Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, İspanya, Fransa,

Hollanda ve Belçika) gerçekleştirilmiştir. 2015-2018 yılları arasında ise, Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasında ilk sırada Almanya, ikinci sırada ise Birleşik Krallık yer almaktadır. Bunları sırasıyla, İtalya, Irak, ABD, İspanya, Fransa, Hollanda, Belçika ve İsrail takip etmektedir.

2002-2018 yılları arasında yapılan toplam ihracatın illere göre dağılımı ise Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3. Türkiye'de En Çok İhracat Yapan İller ve İhracat Rakamları (Milyon \$)**

Yıl	İstanbul	Bursa	İzmir	Kocaeli	Ankara	Gaziantep
2002	20.970	3.457	2.778	1.269	1.515	620
2003	27.600	4.354	3.474	1.590	1.980	866
2004	36.834	5.421	4.110	2.187	2.228	1.295
2005	41.716	5.732	4.645	3.328	2.645	1.653
2006	47.013	7.351	5.449	4.930	3.597	1.858
2007	59.645	9.076	6.431	5.860	4.241	2.448
2008	73.504	11.114	7.823	8.469	5.361	3.237
2009	55.540	9.057	6.119	4.578	4.911	2.953
2010	53.149	10.676	6.682	9.487	5.622	3.518
2011	61.434	11.692	8.072	12.341	6.597	4.760
2012	76.624	11.123	8.659	12.598	7.138	5.580
2013	78.719	8.928	9.484	9.106	7.672	6.515
2014	82.048	9.308	9.616	8.897	8.103	6.659
2015	77.010	8.635	8.109	7.403	7.049	6.330
2016	76.072	9.766	8.330	6.528	6.463	6.419
2017	81.297	10.536	9.254	8.180	6.742	6.581
2018	84.914	11.153	10.164	8.961	7.607	6.872

Kaynak: TÜİK, 2019c

Belirlenen yıllar içerisinde en çok ihracat yapan 6 şehirler Tablo 3'te verilmiştir. Tablodan anlaşıldığı üzere en çok ihracat yapıldığı il İstanbul'dur. İstanbul'un 2018 yılında, en çok ihracat yapan iller sıralamasında ikinci sırada olan Bursa'dan 7,61 kat daha fazla ihracat yaptığı görülmektedir. Bu illeri sırasıyla, İzmir, Kocaeli, Ankara, Gaziantep takip etmektedir. Aynı şekilde tabloda görüldüğü üzere ihracatın yüksek miktarlarda yapıldığı iller Marmara Bölgesi, Ege Bölgesi ve İç Anadolu bölgesinde yer almaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ise en çok ihracatı Gaziantep yapmaktadır.



Çalışmanın yapıldığı ilin Güneydoğu Anadolu Bölgesinde bulunmasından dolayı Tablo 4'te ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan ve en çok ihracat yapan 5 il yer almaktadır.

**Tablo 4. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde En Çok İhracat Yapan Beş İlin İhracat Rakamları (Milyon \$)**

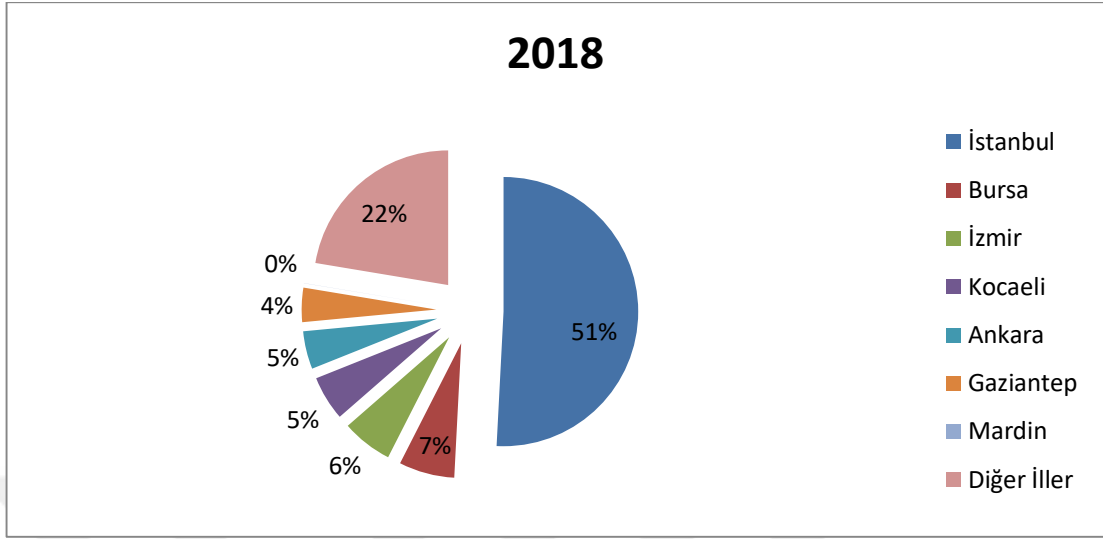
Yıl	Gaziantep	Mardin	Diyarbakır	Şanlıurfa	Adıyaman
2002	620	23	7	7	8
2003	866	39	12	10	12
2004	1.295	73	35	15	21
2005	1.653	171	57	32	22
2006	1.858	191	67	46	24
2007	2.448	317	84	86	29
2008	3.237	434	92	147	59
2009	2.953	550	115	129	58
2010	3.518	564	165	173	72
2011	4.760	804	170	148	61
2012	5.580	948	199	110	105
2013	6.515	1.075	281	215	98
2014	6.659	941	254	251	332
2015	6.330	883	187	272	543
2016	6.419	878	158	191	338
2017	6.581	911	198	154	132
2018	6.872	870	211	161	80

Kaynak: TÜİK, 2019d

Tablo 4'ten görüldüğü üzere 2018 yılı verileri ele alındığında 6.872 milyon dolarla Gaziantep ili Güneydoğu Anadolu Bölgesinde en çok ihracat yapan şehir konumundadır. 2. sırada ise 870 milyon dolar ile Mardin ili yer almaktadır. Mardin ilini sırasıyla 211 milyon dolarla Diyarbakır, 161 milyon dolar ile Şanlıurfa ve 80 milyon dolar ile Adıyaman illeri takip etmektedir. Söz konusu tablodan görüldüğü üzere bölgede Gaziantep'ten sonra en çok ihracat yapan ilin Mardin olduğu açıkça görülmektedir. Mardin ihracatının bölge ihracatı açısından önemi açıkça göstermektedir. Diyarbakır, Şanlıurfa ve Adıyaman illerinin 2018 toplam ihracat rakamları Mardin'in 2018'da yapmış olduğu ihracatın yarısından azdır.

2018 yılı itibariyle en çok ihracat hacmine sahip illerin yüzdesel oranları pasta grafiği yardımıyla Grafik 2'de verilmiştir. Bu pasta grafiğinde en çok ihracat

yapan 6 ilin yanı sıra Mardin ili ve diğer illerin toplam ihracat hacimlerine yer verilmiştir.



**Grafik 2. İllere Göre İhracat Oranları (%)**

Grafik 2’de görüldüğü üzere 2018 yılında en çok ihracat yapan il %51 ile İstanbul’dur. Bunu sırasıyla %7 ile Bursa, %6 ile İzmir, %5 ile Kocaeli ve Ankara, %4 ile Gaziantep takip etmektedir. Mardin ili ihracatı ise %1’in altındadır. Dolayısıyla, Mardin, Türkiye geneli ihracatı açısından bakıldığında son sıralarda yer almasına karşın, Tablo 4’de görüldüğü üzere, Güneydoğu Anadolu illeri içerisinde Gaziantep’ten sonra ikinci sırada yer almaktadır.

## 2.2. TÜRKİYE'DE TARIM SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ YAPISI

Dış ticaret kapsamı içerisinde birçok sektör yer almaktadır. Bunlar hizmet sektörü, sanayi sektörü ve tarım sektörüdür. Bu başlık altında ise tarım sektörü incelenecektir. Bu nedenle 2002-2018 yılları arasında tarımsal ürün ihracat ve ithalatı rakamları Tablo 4’te verilmiştir.

**Tablo 5. Türkiye Tarım Ürünleri İhracatı ve İthalatı (ISIC Rev. 3, Milyon \$)**

Yıl	İhracat Rakamları	İthalat Rakamları	Dış Ticaret Hacmi
2002	3.786	3.112	6.898
2003	4.941	4.230	9.171
2004	6.072	4.743	10.815
2005	7.862	5.033	12.895
2006	8.132	5.472	13.604
2007	9.243	7.415	16.657

2008	10.930	10.300	21.230
2009	10.734	7.643	18.377
2010	12.089	10.012	22.102
2011	14.534	13.951	28.486
2012	15.309	12.753	28.062
2013	17.099	13.344	30.443
2014	18.089	14.427	32.516
2015	16.880	12.545	29.424
2016	16.370	12.111	28.482
2017	17.013	14.090	31.102
2018	17.825	14.120	31.945

**Kaynak:** TÜİK, 2019e

Açıklama: Bu tablodaki veriler, ISIC REV. 3 Sınıflandırmasına göre yapılmıştır. Düzey2 (2 digit) seçilerek işaretlenmiş ve “Tarım ve hayvancılık”, “Ormancılık ve tomrukçuluk”, “Balıkçılık”, “Gıda ürünleri ve içecek” ve “Tütün ürünleri” toplamından ihracat ve ithalat rakamları elde edilmiştir.

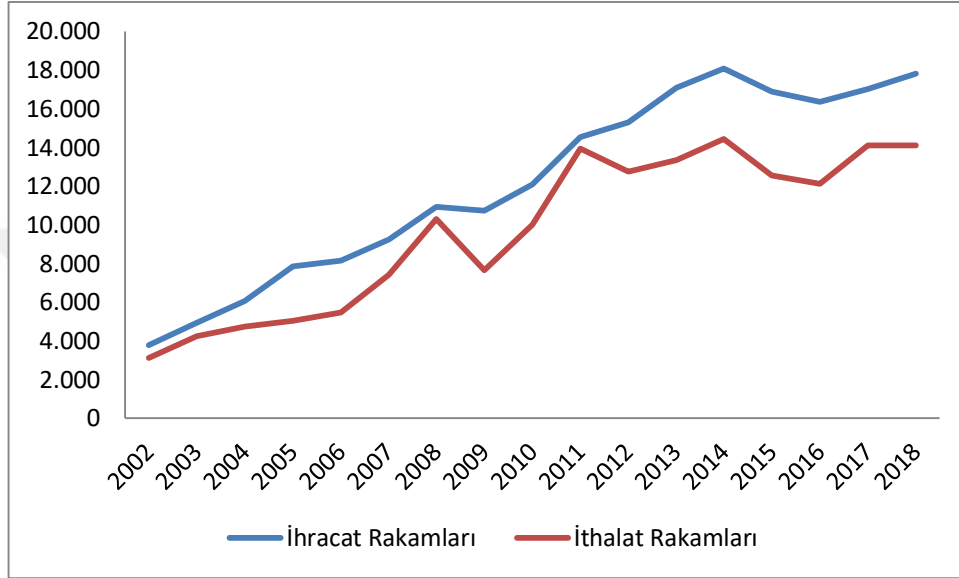
Tablo 5’te görüldüğü üzere, belirlenen yıllar içerisinde Türkiye tarım ürünleri ihracatı 2002-2008 yılları arasında sürekli artış göstermektedir. 2009 yılında ise tarım ürünleri ihracatında çok küçük bir düşüş yaşandığı izlenmektedir. 2010-2014 yıl aralığında sürekli bir artış gösteren söz konusu mal ihracatı, 2015 ve 2016 yıllarında ise 2014 yılına nazaran yaklaşık %7’lik bir düşüş göstermekle birlikte, 2017-2018 yıllarında yeniden yükselişe geçmiştir. Böylelikle, tarımsal ürün ihracatı, 2002 yılından 2018 yılına gelinceye kadar 3.786 milyon dolardan 17.825 milyon dolara yükselerek, yaklaşık 4,71 kat artmıştır.

Aynı şekilde, Tabloda görüldüğü üzere, 2002-2008 yıl aralığında Türkiye’de tarım ürünleri ithalatı da artış göstermiştir. Ancak 2009 yılında söz konusu mal ithalatının ihracata oranla daha olumsuz etkilenecek, yaklaşık %25,8’lik ciddi bir düşüş gösterdiği dikkat çekmektedir. Bu da yine 2008 krizine bağlanabilir. 2009 sonrasını takip eden yıllara ait ithalat rakamları kriz öncesi yıllardaki ithalat rakamlarından daha fazladır. Ancak 2009 yılından 2018 yılına kadar gerçekleşen ithalat rakamlarının genel olarak inişli çıkışlı ya da durağan olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, tarımsal ürün ithalatı 2002 yılındaki 3.112 milyon dolardan 2018 yılında 14.120 milyon dolar seviyelerine yükselerek, yaklaşık 4,54 kat artış kaydetmiştir.

Yine söz konusu tabloya göre, tarım ürünleri dış ticaret hacmi de 2002’den 2008 yılına kadar artış göstermiştir. 2009 yılında 2008 yılına göre yaşanan düşüşün

ardından, 2016 yılına kadar dalgalı bir seyir izlemiştir. 2017 ve 2018 yıllarında ise yeniden artış gösterdiği görülmektedir. Bu düşüş ve dalgalanmalar yaşansa bile belirlenen yıllar içerisinde Türkiye tarım ürünleri dış ticaret hacmi yaklaşık 4,63 kat artış göstererek 6.898 milyon dolardan 31.945 milyon dolara kadar çıkmıştır.

Grafik 3'te ise Türkiye geneli tarım ürünleri ihracat ve ithalatı grafik yardımıyla verilmiştir.



**Grafik 3. Türkiye Geneli Tarım Ürünleri Dış Ticaret Verileri (Milyon \$)**

Görüldüğü üzere Tablo 5'teki veriler Grafik 3'e aktarılmıştır. Bu aktarım sonucunda tarım ürünleri ihracatındaki değişimler daha açık bir şekilde görülmektedir. Tarım ürünleri ihracatı yıllar itibariyle sürekli artış göstermiş olup, 2014-2016 yıllar içerisinde ise düşüş yaşanmıştır. 2017-2018 yıllar içerisinde de artış eğilimi göstermeye devam etmiştir.

Aynı şekilde, grafikte görüldüğü üzere, tarım ürünleri ithalatındaki değişimler daha açık bir şekilde görülmektedir. Grafikten de anlaşıldığı üzere, tarım ürünleri ithalatı 2002-2008 yılları arasında sürekli artış göstererek, 2008 yılında tavan yapmıştır. Fakat 2009 yılında düşüşe geçmiştir. 2009-2011 yıl aralığında ise yükseliş göstermiş olsa da, 2011'den sonra 2018'e kadar inişli çıkışlı bir görünüm sergilemiştir.

Söz konusu grafiğe göre, tarım ürünleri ihracat ve ithalatı 2002-2018 döneminde inişli çıkışlı bir trend göstermiştir. 2009 yılında bir önceki yıla göre tarım

ürünleri ithalatındaki ihracatına oranla yaşanan keskin düşüş Grafik 3 üzerinde açıkça görülmektedir.

Tarım ürünleri ihracatının toplam ihracattaki yeri Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6. Türkiye Dış Ticaretinde Tarım Ürünlerinin Payları (ISIC Rev. 3)**

Yıl	Toplam İhracatta Tarımın Payı (%)	Toplam İthalatta Tarımın Payı (%)	Yıl	Toplam İhracatta Tarımın Payı (%)	Toplam İthalatta Tarımın Payı (%)
2002	10,50	6,04	2011	10,77	5,79
2003	10,46	6,10	2012	10,04	5,39
2004	9,61	4,86	2013	11,26	5,30
2005	10,70	4,31	2014	11,48	5,96
2006	9,51	3,92	2015	11,74	6,05
2007	8,62	4,36	2016	11,49	6,10
2008	8,28	5,10	2017	10,84	6,03
2009	10,51	5,42	2018	10,61	6,33
2010	10,62	5,40			

**Kaynak:** TÜİK, 2019a ve 2019e verilerinden derlenerek oluşturulmuştur.

Tablo 6'ya göre, tarım ürünleri ihracatının toplam ihracat içerisindeki payı 2002-2018 döneminde göreceli de olsa düşüş göstermiş ve 2002 yılında %10,50 olan bu oran, 2018 yılına gelindiğinde %10,61 olarak gerçekleşmiştir. Diğer taraftan, Türkiye'nin tarım ürünleri ithalatının toplam ithalattaki payı ise aynı dönemde yaklaşık %4,31 ile %6,33 bandında seyrettiği görülmektedir.

Tablo 7'de Türkiye'nin 2014-2018 yılları arasında en çok tarım ürünü ihracatı yaptığı 10 ülke yer almaktadır.

**Tablo 7. Türkiye'nin En Çok Tarım Ürünü İhraç Ettiği İlk 10 Ülke (Bin \$)**

Sıra	Ülke	2014	2015	2016	2017	2018
1	Irak	3.454.159	2.801.947	2.924.088	3.041.221	2.843.113
2	Almanya	1.473.455	1.532.712	1.350.243	1.363.665	1.360.121
3	ABD	677.597	654.046	814.926	850.423	912.628
4	Rusya Federasyonu	1.287.704	1.120.362	504.481	836.735	904.561
5	İtalya	926.495	917.930	823.285	733.398	712.776
6	Suriye	724.001	628.873	591.252	575.083	646.030
7	Hollanda	595.340	561.656	580.465	570.306	584.618
8	Suudi Arabistan	381.986	432.687	519.151	513.411	553.872
9	Birleşik Krallık	479.779	473.904	480.454	486.834	531.250

10	Fransa	470.153	521.743	423.240	391.159	349.391
----	--------	---------	---------	---------	---------	---------

**Kaynak:** TÜİK, 2019f

Tablo 7’deki verilere göre, 2014 ve 2015 yıllarında Türkiye’nin en fazla tarım ürünü ihraç ettiği ülkeler sırasıyla, Irak, Almanya ve Rusya Federasyonu’dur. 2016-2018 yılları içerisinde ise Irak ve Almanya yerini korumakla birlikte, üçüncü sıraya ABD yerleşmiştir.

### 2.3. TÜRKİYE'DE MAL GRUPLARINA GÖRE TARIM SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ YAPISI

Çalışmamızın bu kısmında tarım ürünleri ihracat ve ithalatına mal grupları bazında yer verilecektir.

#### 2.3.1. Türkiye'de Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İhracatı

Tablo 8, 2014-2018 yılları arasındaki tarım ürünleri ihracatının mal gruplarına göre dağılımını göstermektedir.

**Tablo 8. Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İhracatı (Milyon \$)**

Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri	2014	2015	2016	2017	2018
Bitkisel ürünler; bostan, meyve ve sebze	5.553	5.398	5.036	4.821	5.003
Hayvancılık	455	338	337	439	519
Ormancılık ve tomrukçuluk	22	21	24	27	34
Balıkçılık	347	368	414	451	486
Et, balık, sebze, meyve, katı ve sıvı yağlar	5.394	4.952	4.574	5.084	5.273
Süt Ürünleri	351	273	326	339	328
Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta, nişastalı ürünler ve hazır hayvan yemleri	1.610	1.592	1.776	1.778	1.788
Diğer gıda maddeleri	3.480	3.094	2.948	3.160	3.418
İçecekler	322	312	287	317	350
Tütün ürünleri	555	532	648	597	627
<b>Toplam</b>	<b>18.089</b>	<b>16.880</b>	<b>16.370</b>	<b>17.013</b>	<b>17.825</b>

**Kaynak:** TÜİK, 2019g

Tablo 8’den anlaşıldığı üzere Türkiye’de mal gruplarına göre tarım ürünleri ihracatında en çok payı 2017 yılına kadar “Bitkisel ürünler; bostan, meyve ve sebze” almış, bunu “Et, balık, sebze, meyve, katı ve sıvı yağlar” takip etmiştir. Ardından, “Diğer gıda maddeleri” ve “Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta, nişastalı ürünler ve hazır hayvan yemleri” gelmektedir. 2017 ve 2018 yıllarında ise “Et, balık, sebze,

meyve, katı ve sıvı yağlar” birinci sırada yer alırken, “Bitkisel ürünler; bostan, meyve ve sebze” ikinci ve “Diğer gıda maddeleri” üçüncü sıraya yerleşmiştir.

**Tablo 9. Türkiye’de İllere Göre Tarım Ürünleri İhracatı (Milyon \$)**

	İstanbul	İzmir	Gaziantep	Mersin	Trabzon	Mardin
2002	949	875	87	204	221	1
2003	1.229	1.118	137	331	309	3
2004	1.565	1.166	230	300	532	7
2005	1.917	1.398	349	385	936	20
2006	1.958	1.482	355	474	693	35
2007	2.254	1.524	476	482	811	62
2008	2.611	1.720	902	588	807	80
2009	2.567	1.643	709	652	754	121
2010	2.589	1.655	801	715	933	150
2011	3.199	1.735	1.371	808	984	298
2012	3.441	1.893	1.732	747	997	326
2013	3.869	2.377	1.979	1.000	1.039	381
2014	4.273	2.516	1.858	1.255	1.197	358
2015	4.078	2.146	1.981	992	1.459	357
2016	3.407	2.392	1.990	1.064	1.269	464
2017	3.596	2.495	1.852	1.053	1.124	534
2018	3.958	2.628	1.922	1.169	874	492

Kaynak: TÜİK, 2019i

İller bazında tarım ürünleri ihracatını gösteren Tablo 9 incelendiğinde ise, 2002-2018 dönemi içerisinde en çok tarım ürünleri ihracatının yapıldığı il olarak birinci sırayı İstanbul alırken, ikinci sırada İzmir’in olduğu görülmektedir. Üçüncü sırayı 2002-2007 yıl aralığında Trabzon almıştır. Bununla birlikte, 2009 ve 2010 yılları haricinde 2008-2018 döneminde Gaziantep’in üçüncü sırada kendine yer bulması dikkat çekmektedir.

### 2.3.2. Türkiye’de Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İthalatı

Bir üst başlıkta mal gruplarına göre tarım ürünleri ihracat rakamları verilmiştir. Bu kısımda ise mal gruplarına göre tarım ürünleri ithalat değerlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda, Tablo 10’da 2014-2018 yılı tarım ürünleri ithalatının mal gruplarına göre dağılımı verilmiştir.

**Tablo 10. Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri İthalatı (Milyon \$)**

Mal Gruplarına Göre Tarım Ürünleri	2014	2015	2016	2017	2018
Bitkisel ürünler; bostan, meyve ve sebze	8.206	6.654	6.270	7.613	7.344
Hayvancılık	228	382	656	1.282	1.851
Ormancılık ve tomrukçuluk	155	140	116	91	89
Balıkçılık	69	88	56	58	51
Et, balık, sebze, meyve, katı ve sıvı yağlar	3.483	3.093	2.827	2.707	2.523
Süt Ürünleri	178	142	97	97	99
Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta, nişastalı ürünler ve hazır hayvan yemleri	514	450	450	486	488
Diğer gıda maddeleri	1.124	1.146	1.205	1.306	1.233
İçecekler	318	303	272	311	278
Tütün ürünleri	153	146	162	136	165
<b>Toplam</b>	<b>14.427</b>	<b>12.545</b>	<b>12.111</b>	<b>14.090</b>	<b>14.120</b>

**Kaynak:** TÜİK, 2019h

Tablo 10'a göre, Türkiye mal gruplarına göre tarım ürünleri ithalatında en büyük payı sırasıyla, "Bitkisel ürünler; bostan, meyve ve sebze" ve "Et, balık, sebze, meyve, katı ve sıvı yağlar" ve "Diğer gıda maddeleri" almaktadır. Bunları "Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta, nişastalı ürünler ve hazır hayvan yemleri" takip etmektedir.

**Tablo 11. Türkiye'de İllere Göre Tarım Ürünleri İthalatı (Milyon \$)**

	İstanbul	Ankara	İzmir	Gaziantep	Mersin	Mardin
2002	1.725	68	391	86	80	3
2003	2.370	139	432	173	115	5
2004	2.544	115	451	163	120	9
2005	2.522	70	544	237	186	3
2006	2.798	84	568	274	156	4
2007	3.644	250	668	308	266	20
2008	4.477	883	959	719	398	25
2009	3.491	281	786	535	289	31
2010	4.082	417	1.063	682	417	28
2011	5.429	730	1.243	1.326	454	33
2012	4.949	460	1.384	1.317	438	56
2013	5.344	412	1.385	1.451	542	64
2014	5.232	847	1.601	1.576	942	76
2015	4.648	566	1.343	1.481	766	45
2016	4.369	1.266	1.418	1.623	711	44
2017	4.823	1.439	1.525	1.323	790	82
2018	4.550	1.815	1.557	1.121	709	153

**Kaynak:** TÜİK, 2019j



İller bazında tarım ürünü ithalatına ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 11 incelendiğinde ise 2002-2018 döneminde İstanbul ve İzmir'in sıralamadaki yerini koruduğu, istisna birkaç yıl dışında da yine Gaziantep'in üçüncü sıraya yerleştiği görülmektedir.

#### 2.4. MARDİN İLİ DIŞ TİCARET YAPISI

Bu kısımda Mardin ili genel dış ticaretinin yanı sıra tarım ürünleri dış ticaretine değinilecektir. Ayrıca Mardin ilinin hangi ülkelere ihracat yaptığı ve hangi mal gruplarını ihraç ettiğine de yer verilecektir. Bu bağlamda Mardin genel dış ticaret rakamlarına Tablo 12'de yer verilmiştir.

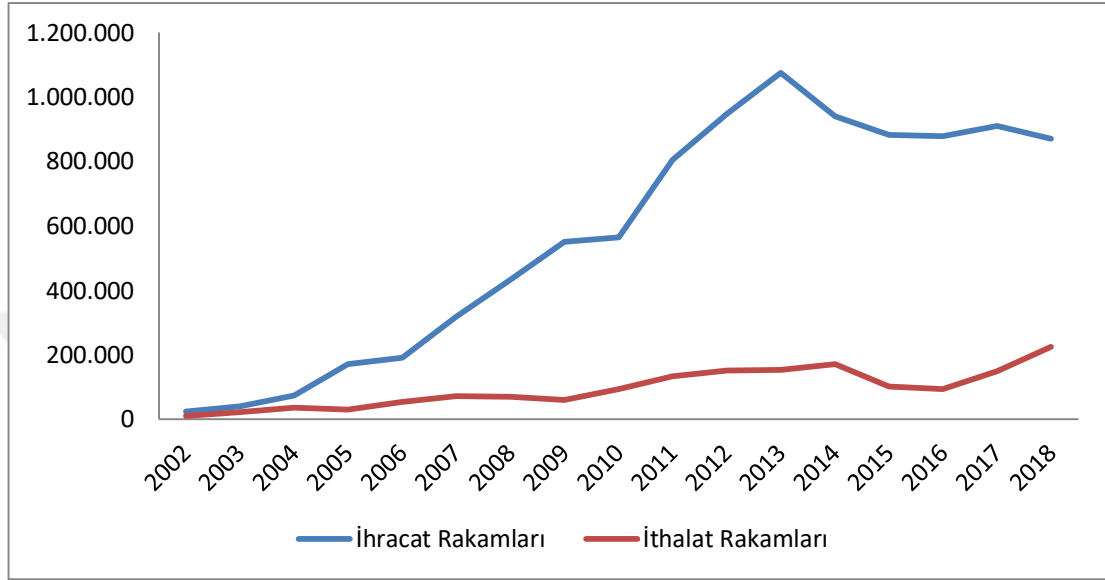
**Tablo 12. Mardin Genel Dış Ticaret Rakamları (Bin Dolar)**

Yıl	İhracat Rakamları	İthalat Rakamları	Dış Ticaret Hacmi
2002	23.405	10.663	34.068
2003	39.282	23.170	62.452
2004	73.330	36.327	109.657
2005	171.436	30.340	201.776
2006	191.294	54.329	245.623
2007	317.444	71.182	388.626
2008	434.210	69.202	503.412
2009	549.972	59.619	609.591
2010	564.205	93.013	657.218
2011	804.233	134.443	938.676
2012	948.394	151.983	1.100.377
2013	1.074.721	152.445	1.227.166
2014	940.802	171.629	1.112.431
2015	882.828	101.306	984.134
2016	877.922	93.541	971.463
2017	910.870	148.544	1.059.414
2018	869.968	225.641	1.095.609

**Kaynak:** TÜİK, 2019k

Tablo 12'de görüldüğü üzere, Mardin'den gerçekleştirilen ihracat 2002-2013 döneminde sürekli artış göstermiş ve 2013 yılında en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Takip eden yıllarda ise 2017 yılı dışında, artış yerini azalmaya bırakmıştır. Bununla birlikte, 2002-2018 döneminde Mardin ili ihracatı yaklaşık 37,17 kat artmıştır. Mardin'den yapılan ithalatın ise, bazı yıllar haricinde genellikle artış yönlü olduğu gözlenmektedir. Benzer şekilde dış ticaret hacminde de ibre artış yönündedir.

Grafik 4'te ise Mardin genel dış ticaret verileri grafik yardımıyla verilmiştir. Söz konusu grafik Tablo 12 verileriyle hazırlanmıştır. Buna göre ihracatın 2013 yılına kadar yükseliş trendinde olduğu, 2013'te zirveye ulaştığı, sonraki yıllarda düşüşe geçtiği görülmektedir. Benzer şekilde ithalat da bazı yıllar dışında artış göstermektedir.



**Grafik 4. Mardin Genel Dış Ticaret Verileri (Bin \$)**

Tablo 13'de ise 2010-2018 yılları arasında Mardin'den yapılan ihracatın ülkelere göre dağılımı yer almaktadır.

**Tablo 13. Mardin İhracatının Ülkelere Göre Dağılımı (Bin \$)**

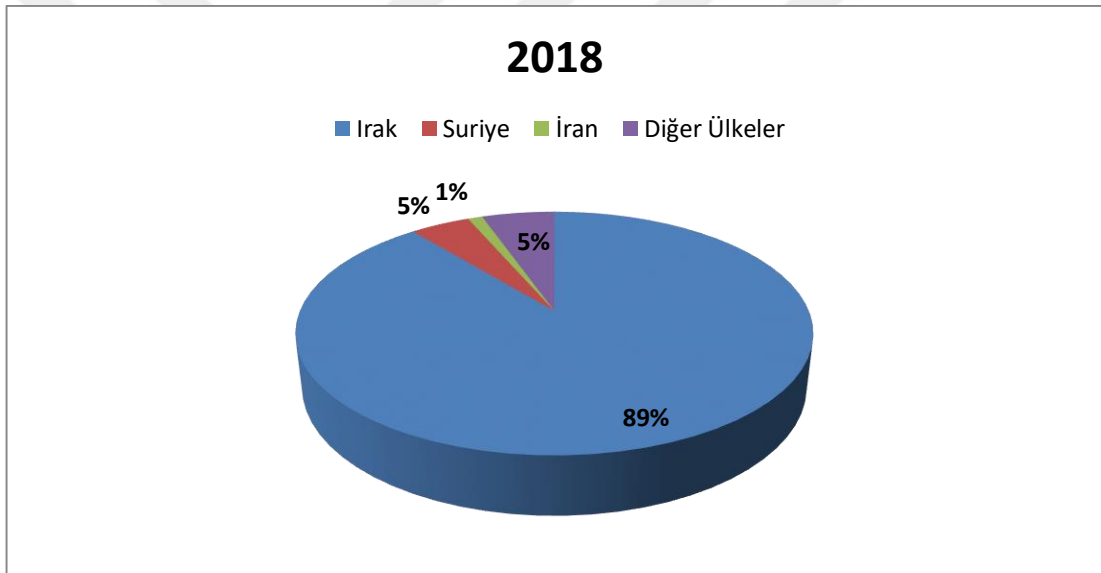
Yıl	Irak		Suriye		İran		Diğer Ülkeler	
	İhracat Rakamı	%	İhracat Rakamı	%	İhracat Rakamı	%	İhracat Rakamı	%
2010	533.077	94,48	14.839	02,63	1.502	00,27	14.787	02,62
2011	765.155	95,14	16.716	02,08	1.876	00,23	20.486	02,55
2012	920.058	97,01	3.467	00,37	1.741	00,18	23.128	02,44
2013	1.003.671	93,39	9.396	00,87	12.255	01,14	49.399	04,60
2014	811.584	86,27	33.718	03,58	51.208	05,44	44.292	04,71
2015	742.188	84,07	39.081	04,43	29.434	03,33	72.125	08,17
2016	740.371	84,33	28.592	03,26	53.715	06,12	55.244	06,29
2017	804.700	88,34	29.279	03,21	4.891	00,54	72.000	07,90
2018	774.470	89,02	38.906	04,47	9.376	01,08	47.216	05,43

Kaynak: TÜİK, 2019I

Tablo 13'den anlaşıldığı üzere, 2010-2018 yılları içerisinde Mardin ili ihracatının yaklaşık %90-95'lik kısmının Ortadoğu ülkelerine (Irak, Suriye, İran)

yapıldığı görülmektedir. Bu ülkeler arasında ele alınan dönem içerisinde yaklaşık %90'lar ile Irak'ın öne çıktığı görülmektedir. Irak'ı bazı yıllar dışında ortalama %3'lük oranlarla Suriye takip etmektedir. Tabloyu toplu olarak değerlendirdiğimizde, Mardin'den yapılan ihracatın genel olarak çok önemsiz düzeylerde kaldığı görülmektedir. Öte yandan, Mardin ili ihracatının neredeyse tamamına yakınının Irak'a yapılması, Mardin ili ihracatçıları için Irak pazarının önemini ortaya koymaktadır. İlden yapılan ihracatın ülkelere göre dağılımında Irak'ın en büyük paya sahip olması sınır komşumuz olması, yani coğrafi yakınlık ile açıklanabilir.

Söz konusu ülkelere yapılan 2018 yılı ihracatının oransal dağılımı aşağıdaki pasta grafiği yardımıyla verilmiştir.



**Grafik 5 .Mardin İhracatının Ünelere Göre Dağılımı**

Görüldüğü üzere Grafik 5'te 2018 yılı Mardin ihracatının ülkelere göre dağılımı yüzdesel olarak verilmiştir. İhracatın en çok yapıldığı ülke %89 ile Irak'tır. Daha sonra %5 ile Suriye ve %1 ile İran gelmektedir. Diğer ülkelerin yapmış olduğu ihracatın oranı ise %5'tir.

Tablo 14'te ise Mardin ili tarımsal ürünlerin ihracat ve ithalatının rakamsal değerleri verilmektedir.

**Tablo 14. Mardin Tarımsal Ürün Dış Ticaret Verileri, (Bin \$)**

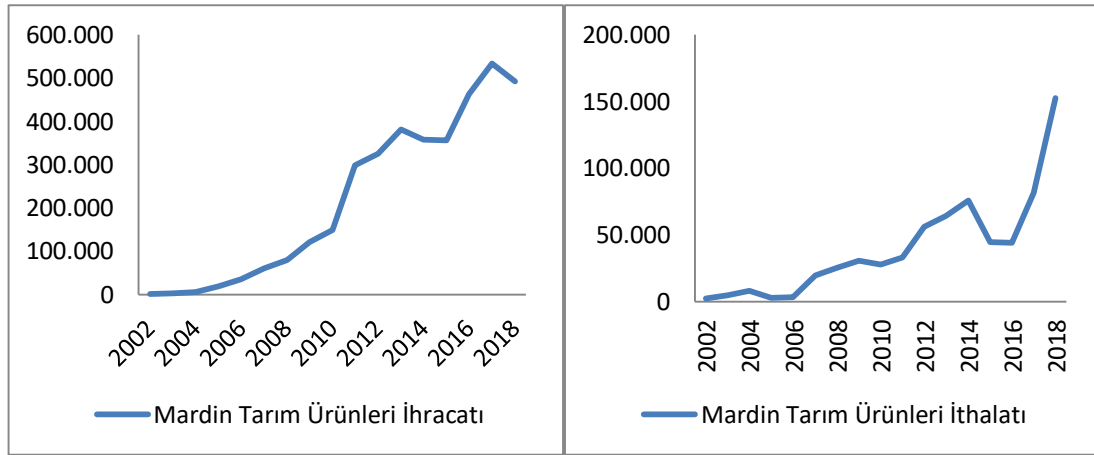
Yıl	Mardin Tarım Ürünleri İhracatı	Mardin Tarım Ürünleri İthalatı	Mardin Tarım Ürünleri Dış Ticaret Hacmi
2002	1.377	2.566	3.943
2003	3.175	5.235	8.410
2004	6.739	8.527	15.266
2005	19.825	3.030	22.855
2006	35.262	3.656	38.918
2007	61.557	19.668	81.225
2008	79.710	25.500	105.210
2009	121.297	30.882	152.179
2010	150.024	27.839	177.863
2011	298.439	33.444	331.883
2012	326.350	56.348	382.698
2013	381.343	64.490	445.833
2014	357.672	76.038	433.710
2015	357.025	44.709	401.734
2016	463.559	44.444	508.003
2017	533.660	81.927	615.587
2018	492.000	152.507	644.507

Kaynak: TÜİK, 2019m

Tablo 14'e göre, 2002-2018 döneminde Mardin'den gerçekleştirilen tarımsal ürün ihracatı genel olarak artış eğilimi içerisinde. İlden yapılan ürün ihracatının 2013 yılına kadar istikrarlı bir şekilde arttığı, 2014-2015 yıllarında durağan bir seyir izlediği, 2016-2017 yıllarında yeniden artış eğilimi göstermiş olmakla birlikte, 2018 yılında 2017'ye göre yeniden bir azalma gösterdiği söz konusu tablodan izlenebilir. Bununla birlikte, 2002 yılında 1.377 dolar olan tarımsal ürün ihracatı 2018 yılına gelindiğinde 492.000 dolara ulaşmıştır.

İlden yapılan tarımsal ürün ithalatının da bazı yıllarda gerçekleşen düşüşler haricinde, genel olarak artış trendi içinde olduğu görülmektedir. Tarımsal ürün ithalatı da 2002 yılında 2.566 dolar iken 2018 yılında 152.507 dolar olarak gerçekleşmiştir.

Grafik 6'da Mardin tarım ürünleri ihracatı ve ithalatı ayrı ayrı verilmiştir.



**Grafik 6. Mardin Tarım Ürünleri İhracatı ve İthalatı (Bin \$)**

Mardin'den yapılan gerek tarımsal ürün ihracatı ve gerekse ithalatındaki artış yönlü eğilim Grafik 6'de de açık bir şekilde görülmektedir. Diğer taraftan, tarımsal ürün ithalatının 2016 sonrası 2018 yılına kadar kaydettiği yüksek oranlı artış dikkat çekicidir.

Gerek Tablo 14 ve gerekse Grafik 6'dan açıkça anlaşıldığı üzere, tarım ürünleri ihracatı Mardin genel ihracatı içerisinde önemli bir yere sahiptir. Bu önemi daha ayrıntılı bir şekilde gözler önüne sermek için Tablo 14'te Mardin dış ticareti içerisinde tarım ürünleri ihracatının payı yüzdesel olarak verilmiştir.

**Tablo 15. Mardin'in Dış Ticaretinde Tarımsal Ürün İhracatının Payı (%)**

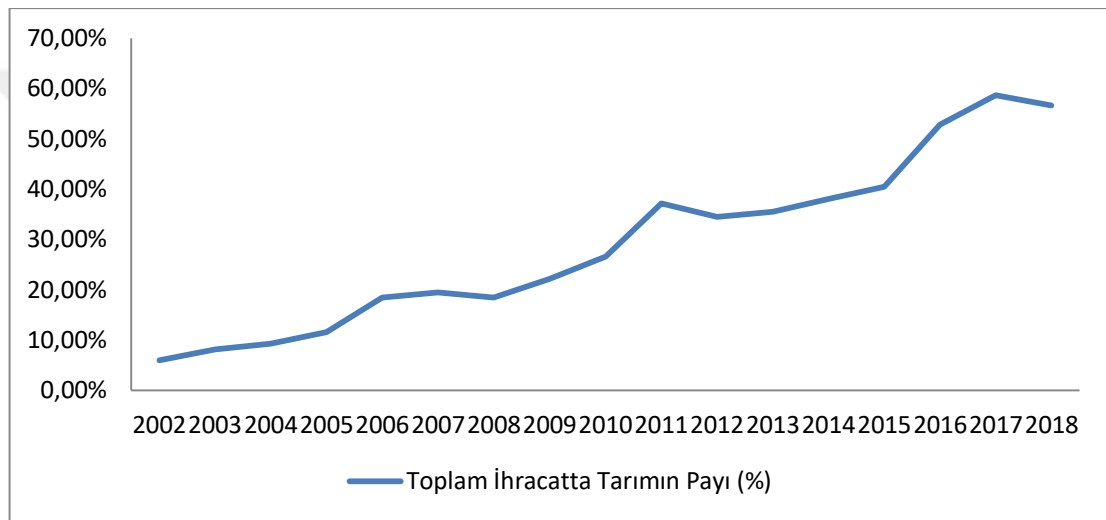
Yıl	Toplam İhracatta Tarımın Payı (%)	Yıl	Toplam İhracatta Tarımın Payı (%)
2002	5,88	2011	37,11
2003	8,08	2012	34,41
2004	9,19	2013	35,48
2005	11,56	2014	38,02
2006	18,43	2015	40,44
2007	19,39	2016	52,80
2008	18,36	2017	58,59
2009	22,06	2018	56,55
2010	26,59		

**Kaynak:** TÜİK 2019 yılı verilerine dayanarak oluşturulmuştur.

Tablo 15 incelendiğinde, tarım ürünleri ihracatının toplam ihracat içerisindeki payının 2002-2018 süreci içerisinde 2008, 2012 ve son olarak 2018 yıllarında bir önceki yıla göre kaydettiği azalma dışında, artış yönlü bir görünüm sergilediği açıkça görülmektedir. Görüldüğü üzere, tarım ürünleri ihracatının toplam ihracattan almış

olduğu pay 2016 yılından itibaren 2018 dâhil, %50'lerin üzerine çıkmıştır. Toplam ihracatta tarımın payı 2002 yılından 2018 yılına gelinceye kadar ciddi oranda artış göstermiştir. Bu oran 2002 yılında %5,88 iken 2018 yılında %56,55 seviyelerine çıkmıştır. Bu artış Mardin ihracatının yarısından fazlasının tarım ürünleri ihracatından oluştuğu anlamına da gelmektedir. Bu da tarım sektörünün Mardin ili açısından önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Grafik 7'de ise Mardin'in toplam ihracattaki tarımın payı yüzdesel olarak verilmiştir. Yıllar içerisinde tarım ürünleri ihracatının toplam ihracat içindeki yerinin giderek arttığı grafik üzerinde daha net görülebilmektedir.



**Grafik 7. Toplam İhracatta Tarımın Payı**

Sektör bazında ihracat verileri Tablo 16'te verilmiştir. Bu da Mardin'in hangi tarım ürününü ne kadar ihraç ettiğini göstermesi açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca bu tablo, sektörler arasında tarımın il ekonomisi açısından önemini mal grupları bakımından da görme fırsatı sunacaktır.

**Tablo 16. Mardin İli Sektör Bazlı İhracat Verileri (2015-2018) (Bin \$)**

		2015	2016	2017	2018
<b>Tarım Sektörü</b>	Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	352.429	442.945	532.765	488.374
	Kuru Meyve ve Mamulleri	3.563	998	1.319	1.687
	Meyve Sebze Mamulleri	5.993	3.228	1.082	1.170
	Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	1.496	97	449	1.033
	Süs Bitkileri ve Mamulleri	46	49	56	13
	Yaş Meyve ve Sebze	748	2.782	1.963	15.427
	Zeytin ve Zeytinyağı	8	59	288	411
	Fındık ve Mamulleri	49	41	379	512

<b>İnşaat Sektörü</b>	Çelik	80.969	69.679	61.800	36.950
	Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	13.388	8.328	12.015	9.490
	Demir ve Demir Dışı Metaller	7.976	12.219	8.997	3.706
<b>Tekstil Sektörü</b>	Tekstil ve Hammaddeleri	27.330	18.353	13.280	9.303
	Deri ve Deri Mamulleri	17.794	14.614	15.629	10.572
	Hazır Giyim ve Konfeksiyon	237.899	209.648	150.141	136.191
<b>Makine Kimya Sektörü</b>	Elektrik Elektronik ve Hizmet	5.683	7.495	16.642	29.199
	Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	40.660	36.914	46.707	58.663
	İklimlendirme Sanayii	6.455	6.245	5.112	3.944
	Makine ve Aksamları	7.313	6.157	10.976	7.262

**Kaynak:** Türkiye İhracatçılar Meclisi, 26.10.2019

Tablo 16'dan anlaşıldığı üzere Mardin ihracatı temel olarak tarım, inşaat, tekstil ve makine-kimyadan oluşmaktadır. Mardin ihracatında en yüksek paya sahip olan ise tarım sektörüdür. Tarım sektörü içerisinde “Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri” ihracatı istikrarlı bir biçimde birinci sıraya yerleşmiştir. 2015 ve 2016 yıllarında “Meyve Sebze Mamulleri” ikinci sırada yer alırken, üçüncülüğe 2015’de “Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller”, 2016 yılında ise Yaş Meyve ve Sebze yerleşmiştir. 2017 ve 2018 yıllarında ise “Yaş Meyve ve Sebze” ikinci, “Kuru Meyve ve Mamulleri” üçüncü sırada kendine yer bulmuştur. İnşaat sektöründe yer alan ürünlerin toplam ihracatında ise 2015-2018 arasında %50’ye yakın bir daralma yaşanmış ve 2018 yılı içerisinde toplam 50.146 bin dolarlık ihracat yapılmıştır. Tekstil sektöründe de benzer şekilde 2015-2018 yılları arasında yaklaşık %45 civarında bir daralma yaşandığı görülmektedir. Makine- Kimya sektörü ürünleri ise 2015-2018 yılları arasında yaklaşık %50 artış göstererek 60.111 bin dolar civarından 99.068 bin dolar değerinde ihracata ulaşmıştır. Tablodan anlaşıldığı üzere tekstil ve inşaat sektörü ihracatı yarı yarıya yakın düşüş yaşarken, tarım sektörü ve makine-kimya sektöründe önemli artışlar yaşandığı görülmektedir.

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **MARDİN İLİNDE TARIMSAL ÜRÜN İHRACATI YAPAN FİRMALARIN İHRACAT SORUNLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Bu bölümde; araştırmanın konusu, amacı, önemi, modeli, evreni, örnekleme, veri toplama teknikleri, veri toplama araçları, hipotezler ve verilerin analizinde kullanılan istatistiksel çözümlene teknikleri hakkında bilgiler yer almaktadır.

#### **3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU**

Tarım sektörü insanoğlunun varlığını sürdürebilmesi bakımından ilkçağlardan günümüze değin önemini arttırarak sürdürmektedir. Son yüzyılda hızla artan dünya nüfusunun gereksinimini karşılamak güçleşmiş ve ülkeler kendi ihtiyaçlarını tek başlarına karşılayamaz duruma gelmiştir. Bu yüzden de ülkeler diğer alanlarda olduğu gibi, gıda ihtiyaçlarını da dış ticaret yoluyla karşılamışlardır. Bu ise bazı sorunları beraberinde getirmiştir.

Bu çalışmanın konusu da Mardin ilinde tarım sektörü üzerine ihracat yapan firmaların ihracat sorunlarını ele almaktadır. Literatürde daha önce farklı yer ve zamanlarda yapılan araştırmaların Mardin ili tarım sektörü için de geçerli olup olmadığının sınılanması hedeflenmiştir.

#### **3.2. LİTERATÜR ÖZETİ**

Bu bölümde, araştırmanın konusuyla ilgili yapılan ulusal ve uluslararası çalışmalar incelenmiş ve yararlanılan kaynakların bazıları ulusal ve uluslararası çalışmalar başlığı altında verilmiştir.



### 3.2.1. Konuyla İlgili Ulusal Çalışmalar

Armağan (2004), tarafından yapılan çalışmada Aydın ilinde bulunan 60 işletmeye anket uygulamıştır. Elde edilen veriler sonucunda işletmelerin gümrük sorunları, bürokrasi, ihracatın finansmanında yaşanan sorunlar ve ülkedeki siyasi belirsizlik belli başlı ihracat sorunları olarak belirlenmiştir.

Balantekin (2006), hazırlamış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında Kayseri’de bulunan KOBİ’lerin ihracat sorunlarını belirlemek amacıyla 87 işletmeye anket yöntemi uygulamıştır. Elde edilen sonuçlara göre, üretim maliyetleri, rekabetin şiddeti, finansal sorunlar, yetişmiş eleman, ülkenin ve işletmenin imajı işletmelerin ihracat sırasında karşılaştıkları en önemli sorunlar olarak dile getirilmiştir. Bu sorunların yanı sıra deneyimli çalışan eksikliği, şirketlerin büyük bir çoğunluğunun aile şirketi olması, işletmelerin kurumsallaşmak için çaba harcamamaları, ihracatın önemini kavrayamamış olmaları da ihracatın önündeki engeller olarak ifade edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, ihracat rakamlarının istenilen düzeylere çıkmamasının bir nedeni de işletmelerin KOSGEB ve Eximbank’tan yeterli düzeyde destek almamasından kaynaklanmaktadır.

Altıntaş ve diğerleri (2007) ise, yapmış oldukları çalışmada Türk KOBİ’lerinin ihracat engelleri ve algılanan ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu kapsamda ihracat bölümünden sorumlu olan 145 kişiye anket uygulayarak veriler elde etmeye çalışmışlardır. Elde edilen veriler sonucunda ise, prosedürden kaynaklı engellerin ve dış pazarlardaki rekabetin ihracat performansı üzerinde en etkili engeller olduğunu tespit etmişlerdir. Her iki engelin de olumsuz etkileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer bir ifadeyle, prosedür ve rekabet engelleri azaldıkça, ihracat performansı artmaktadır. Bunların dışında, ihracat karşısında engel teşkil eden diğer sorunlar olarak, iç ve dış pazar arasındaki farklılıklar, etkin olmayan firma içi faktörler ve devlet kısıtlamalarını saymışlardır. Elde edilen bulgulara göre, ihracata düşük düzeyde etki eden sorunlar ise, yabancı iş fırsatları, dil ve iletişim farklılıkları, ihracat dağıtım kanallarına erişim, pazarın konumlandırılmasına yönelik sınırlı bilgi, yüksek nakliye maliyetleri, ithalat düzenlemeleri ve döviz kuru riskleridir.

Işıl ve Delice (2007), yapmış oldukları çalışmada Karaman ve Nevşehir’de bulunan KOBİ’lerin ihracatta karşı karşıya kaldıkları sorunları ve E-ticaret açısından

durumlarını tespit etmek amacıyla 35 ihracatçı firmaya anket yöntemi uygulayarak veriler elde etmişlerdir. Araştırmacılar, Karaman ve Nevşehir'deki KOBİ'lerin yoğun dış rekabet ve uygun yabancı dağıtım kanalının olmamasını ihracatın önünde önemli bir engel olarak görmediklerini tespit etmişlerdir. Çalışmaya göre, devlet destek ve teşviklerinin yetersizliğinin ihracata engel olacağını düşünenlerin oranı Karaman ilinde %47 iken, Nevşehir'de %20'dir. Çalışma sermayesinin yetersizliği Karaman'daki işletmelerin %60'ı, Nevşehir'deki işletmelerin %26,7'si tarafından ihracatın önünde engel olarak görülmektedir. Her iki ilde bulunan işletmeler de yurtdışındaki yasal düzenlemeleri ihracatın önünde ciddi bir engel olarak görmektedir. Her iki ilde bulunan KOBİ'ler arasındaki en önemli farklılık elverişsiz kur oranlarının ihracatı etkilemesinde görülmektedir. Buna göre, elverişsiz kur oranlarının ihracat üzerinde Karaman'da %60 etkili iken, Nevşehir'de %20 etkili olduğunu tespit etmişlerdir. Karaman'daki işletmelerin %55'i, Nevşehir'deki işletmelerin ise %53,4'ü E-ticaret yapmanın dış pazarlara açılma bakımından etkili olduğunu düşünmektedir. Elde edilen anket verileri sonucunda, KOBİ'lerin E-ticaretten yeterince faydalanamadıkları görülmektedir.

Ünver (2008), hazırlamış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında ise, Konya ilinde faaliyette bulunan bazı otomotiv yan sanayi işletmelerinin ihracat yaparken karşılaştıkları sorunları tespit etmek amacıyla 55 işletmeye anket uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, eksik kapasite kullanımı, dövizdeki istikrarsızlık, yüksek girdi maliyetleri, kalite belgelerinin eksikliği, kalifiyeli eleman, uzmanlaşmanın eksik olması, stratejik planlamanın yetersiz olması, işbirliği yoksunluğu, rekabetin olmaması, teknoloji kullanımının yetersiz olması, taklit mallardan kaynaklı sorunlar, Ar-Ge yetersizliği ve dil sorunu ihracat sorunları olarak belirlenmiştir.

Ay (2009), tarafından yapılan çalışmada ise, Yalova ilinde süs bitkisi ihracatı yapan işletmelerin il ekonomisi içindeki yeri ve ihracatta karşılaştıkları sorunların tespit edilip, bu sorunlara çözüm önerisi geliştirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında 52 üreticiyle yüz yüze anket yöntemi uygulanarak veriler elde edilmiştir. Buna göre, ihracat yapmayan firmaların ihracat yapamama nedenleri olarak; finansman yetersizliği, yabancı firma, fiyat, kalite, organizasyon, yerli firma rekabeti, ambalajlama sorunu, yurt dışı piyasasına yönelik bilgisinin eksikliği, ürün muhafazası, tek ürün ve tek piyasaya bağımlı olma, düzensiz nakliye olarak

belirlenmiştir. Diğer taraftan ihracat yapan firmaların ihracatını olumsuz etkileyen unsurlar; kalite, yurt dışı pazar bilgisinin eksikliği, reklam, krediler, ucuz fiyat verememe, nitelikli eleman, mezat kurulması, pazara yakınlık, bürokratik engeller, ürün çeşitliliği, devalüasyon, servis imkanları olarak belirlenmiştir.

Keskin ve diğerleri (2009) ise, yapmış oldukları çalışmada Erzurum OSB’de bulunan işletmelerin ihracat sorunlarını araştırmışlardır. Çalışma kapsamında 78 firma yöneticisine anket uygulayarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engeller, ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, dış talep yetersizliği, ihracat yapılacak pazarlar hakkında bilgi eksikliği, nitelikli personel eksikliği, pazarlama ve finansman sorunları işletmelerin büyük bir kısmının karşı karşıya kaldığı ihracata engel teşkil eden en önemli sorunlar olarak belirlenmiştir.

Arı (2011) ise, hazırlamış olduğu yüksek lisans tezinde İstanbul ili mobilya ve ahşap eşya imalatı üzerine üretim yapan KOBİ’lerin ihracat yaparken karşılaştıkları sorunları ve neden ihracat yapamadıklarının belirlenmesi için 92 firmayamanket uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ihracat yapmayan işletmelerin ihracat yapmalarının önündeki en önemli engeli uygun ihracat pazarı bulamama ve finansal yetersizlik oluşturmaktadır. Finansal kaynakların sınırlı olması, dış pazarlardaki siyasi istikrarsızlık, üretim maliyetlerinin yüksek olması ve yurtdışında çalışılabilecek acentenin bulunamaması gerek ihracat yapan gerekse ihracat yapmayan tüm firmaların algıladığı en önemli ihracat engelleri arasında yer almaktadır. Ayrıca yapılan analizler sonucunda işletmelerin ihracat yapma tecrübeleri arttıkça daha az tecrübeli olan ihracatçı firmalara nazaran ihracat engellerini daha düşük seviyede hissettikleri tespit edilmiştir.

Erbaş (2012) tarafından yapılan çalışmada da, Karaman ilinde bulunan elma üreticilerinin karşılaştıkları ihracat sorunlarının belirlenmesi ve bu sorunlara çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında elma üretimi yapan 83 kişiye anket yöntemi uygulanarak veriler elde edilmiş ve ankete katılan firmaların hiçbirinin ihracat yapmadığı tespit edilmiştir. Bu yüzden ihracatta karşılaştıkları sorunlar yerine neden ihracat yapamadıklarının üzerinde durulmuştur. Elde edilen veriler sonucunda finansmandan kaynaklı en önemli sorunlar; finansman temininden kaynaklanan sorun, ihracat dokümantasyonun maliyetli olması, ürünün tahsilatında

yaşanacak zorluklar veya tahsilatın hiç yapılamayacağı, kur oranlarının dalgalı olması ve bankaların sundukları hizmetin yetersiz olduğu belirlenmiştir. Üretimin yeteri kadar yapılamayacağını düşünme, sigortalama ile ilgili sorunlar yaşayacağını düşünme ve farklı ülkelerde farklı standartlarda ürünler istenmesi üretimden kaynaklı sorunlar olarak belirlenmiştir. Teknoloji kullanımının yetersizliği, depolama ve ürünlerin uluslararası pazarlara ulaştırma maliyetlerinin yüksek olmasının yanı sıra, ulaştırma sorunu nedeniyle ihracat yapılamaması lojistik ve teknolojik sorunlar olarak dile getirilmiştir. Çalışmada, iç pazara dönük üretimden tatmin olma, marka olmadan dış ticaret yapamama düşüncesi, uluslararası tanıtım, ihracat yapacak uygun ülke bulamama ve istenilen ürünün istenilen uygun fiyatta sunulamaması; pazarlamadan kaynaklı sorunlar başlığı altında toplanmıştır. Yönetimsel sorunlar, araştırmacının çalışmasında belirttiği bir başka sorundur. Dış pazar hakkında yeterli bilginin olmaması, ihracat konusunda motivasyon eksikliği, aracı bulamama ve aracıya güvenemeden kaynaklı ihracat yapamama sorunları; bu kapsamda dile getirilen belli başlı sorunlardır. Kalite belgesine sahip olmama, kaliteli ve standarda uygun mal sunmadan kaynaklı ihracat yapamama sorunları; kaliteye yönelik sorunlar başlığı altında sıralanmıştır. Son olarak, ihracattan anlayan eleman bulamama; insan kaynakları ile ilgili sorunlar adı altında ve ihracat pazarlarındaki yasal düzenlemeler, gümrük vergilerinin yüksek olması, bürokratik engeller ve mevzuattan kaynaklı sorunlar, hukuksal kaynaklı ihracat yapamama sorunları adı altında belirtilmiştir.

Başer ve Tekelioğlu'nun (2013), yapmış oldukları çalışma, Ankara ilindeki makine sektöründe çalışan KOBİ'lerin ihracatlarına etki eden olumlu ve olumsuz etkenleri ele almaktadır. Çalışmanın yöntemi anket ve odak grup görüşmeleri olmak üzere iki aşamalı oluşturulmuş ve 98 işletme ile görüşülmüştür. Görüşmeler sonucunda işletmelerin ihracatlarına engel olan en önemli etmenler sırasıyla; dış pazar hakkında bilgi eksikliği, ihracat finansmanı, yurt dışı dağıtım kanallarının bulunamaması, uluslararası pazardaki rekabetin yoğun olması ve üretim kapasitesinin yetersiz olmasından kaynaklanan sorunlar olarak belirlenmiştir.

Aksoy ve Yıldırım da (2013), yaptıkları benzer bir çalışmada Zonguldak ilinde ihracat yapan firmaların ihracat yaparken karşılaştıkları sorunları analiz etmişlerdir. Söz konusu analiz, 35 firma ile yüz yüze anket yöntemi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, ihracatta yaşanan sorunların görülme sıklığı sırasıyla %51,4 ile taşıma, depolama ve dağıtım ile ilgili sorunlar, uluslararası

rekabet koşullarına ve üretim maliyetlerine yönelik sorunlardan oluşmaktadır. Bunları %42,9 ile ekonomik ve finansal sorunlar, %31,4 ile gümrük tarifeleri ve ihracatta vergi, resim ve harç ile ilgili sorunlar izlemektedir.

Uysal (2013), tarafından gerçekleştirilen analiz ise, Manisa ilinde ihracat yapan firmaların bitkisel ürün ihracatında karşılaştıkları sorunları ve buna yönelik çözüm önerilerini içermektedir. Bu kapsamda 51 kişi ile yüz yüze anket yapılmış ve karşılaşılan ihracat sorunları beş süreçte kategorize edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında, birincil derecede önem taşıyan sorunun; üretimden, yani üretici aşamasından kaynaklanan sorun olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bunu, ihracata yönelik resmi denetimler ve belgelerin hazırlığı aşamasında karşılaşılan sorunlar izlemiştir. Ürünlerin ihracata uygun olarak işlenmesi ve paketlenmesi aşamasında oluşan sorunlar ise üçüncü sırada yer almıştır. İthalatçı firma (ülke) standartlarında yaşanan sorunlar dördüncü ve ürünlerin nakli aşaması beşinci sırada yer alan sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Özeltürkay ve Çerçel de (2014), yaptıkları çalışmada Mersin-Tarsus OSB’de faaliyette bulunan ihracatçı firmaların dış ticaret yaparken karşılaştıkları sorunları belirlemek amacıyla 49 firmaya anket uygulayarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, uygun acentelerin bulunamaması, deneyimsiz/yetersiz çalışan ve yönetimin olması, firmanın ihracat yapma konusundaki isteksizliği, dış pazarı tanımaması firmalardan kaynaklı ihracat sorunları olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürünün zamanında dış pazara ulaşmaması, dış pazara uyum sağlayamama, uygun nakliye imkânının olmaması, dış pazardaki müşterilerle iletişim problemi; dış pazara girişte karşılaşılan sorunlar arasında yer almaktadır. İhracata ayrılan sermayenin ve finansal kaynakların azlığı, faiz oranlarının dengesizliği, dış pazardaki müşterilerin ödeme yapma sorunları; finansal engeller arasında yer almaktadır. Yabancı pazardaki ithalat düzenlemeleri ise bürokratik engel olarak firmaların karşısına çıkmaktadır. Devlet yardımlarının yetersizliği, yabancı müşterilerin farklı tüketim alışkanlıkları ve kültürlerinin de ihracat sorunları arasında yer aldığı tespit edilmiştir.

Karakaya ve Harcar (2015), tarafından yapılmış çalışmada da İstanbul’da bulunan 277 ihracatçı olmayan firmaya anket uygulanmış ve söz konusu firmaların ihracat yapmama nedenleri belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler ışığında, %

48,7 ile yetersiz piyasa bilgisi ve % 45,5 ile uluslararası pazarlardaki rekabet ihracatçı olmayan şirketler tarafından algılanan en önemli iki dış engel olarak dile getirilmiştir. Üçüncü ve dördüncü en önemli engeller % 39,4 ile uluslararası pazarlarda yetersiz talep ve % 37,5 ile karlı iç pazarların olmasıdır. Ayrıca, bu çalışmada % 30,7 ile dağıtım kanallarına erişim, % 29,6 ile bürokrasi ve % 27,4 ile dış devlet politikaları ihracatın önündeki diğer engeller olarak belirtilmektedir. % 18,1 ile devlet teşviklerinin mevcudiyeti hakkında bilgi eksikliği en az bahsedilen dış engeldir. % 52,7 ile finansal kaynak eksikliği, % 45,1 ile uluslararası pazarlara giriş için yetersiz yatırım ve % 40,1 ile kullanılan üretim teknolojisi en önemli üç iç engeldir. Bu engelleri, % 35,4 ile rakiplerin fiyat avantajları, % 34,7 ile ihracat için eğitilmiş personel eksikliği ve % 31,8 ile rakiplerin yoğun reklamı ve satış giderleri nedeniyle fiyat avantajları izlemektedir. En az algılanan iki engel ise %30 ile ürün adaptasyonu ve %27,8 ile şirkete ait dağıtım kanallarının olmamasından kaynaklı engellerdir.

Bayramer (2015) ise, hazırlanmış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında ihracat sorunlarının belirlenmesi için 35 kişiyle yapılan mülakat sonucu niteliksel veriler elde etmiştir. Elde edilen veriler ışığında, rekabeti olumsuz etkileyen kaliteli ve sürdürülebilir hammadde temini, iç pazarda üretilen zeytin ve zeytinyağının dış pazar adaptasyon şartlarına göre üretilmemesi, dış pazarda talep edilen iri kalibreli zeytinin Türkiye’de az bulunması, katılımcıların belirttiği ihracatta karşılaşılan en önemli sorunlar olarak tespit edilmiştir. Ayrıca hammaddelerin işleme kalitesindeki denetlemelerin yetersiz olması, üretimin merdiven altı yapılması, fiyat istikrarsızlığı, üretimin kayıt altına alınmasında yaşanan eksiklikler de dış pazardaki imajı ve güvenilirliği olumsuz etkilemesinden dolayı, firmalar tarafından ihracat sorunu olarak görülmektedir. Ayrıca, teknolojisinin ve nitelikli iş gücünün yetersiz olmasından kaynaklı dış pazarda rekabet edememe, Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin Türkiye’den ithal edilen zeytinyağından yüksek vergi alması ve diğer ülkelere tanınan kota hakkının Türkiye’ye tanınmamasının da firmalar tarafından ihracat sorunu olarak görüldüğü ifade edilmiştir. Tüm bunlarla beraber, Türkiye’de zeytine prim desteğinin verilmemesi ihracatçıları olumsuz etkilemektedir. Katılımcılar AB’deki rakip üreticilere verilen desteklerin Türkiye’de bulunan üreticilerden daha fazla olmasından dolayı rakip üreticilerle fiyat rekabetinde zorlandıklarını belirtmişlerdir. Türkiye’de sofralık zeytin ve zeytinyağı sektörünün ihracatta

karşılaştığı en temel sorunların ise, üretimde kalite, hammadde sürekliliği, denetim yetersizliği, teknolojidaki yetersizlik olduğu belirlenmiştir.

Türker ve Konaklı (2016), yapmış oldukları benzer bir çalışmada İstanbul'da bulunan KOBİ'lerin uluslararasılaşmasının önündeki engelleri tespit etmek için Türkiye'de bulunan 235 işletmeye anket uygulayarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, potansiyel yurtdışı müşterilere ulaşamama, yabancı iş fırsatlarını belirleyememe, dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği, farklı yabancı müşteri alışkanlıkları ve tutumları en önemli ihracat engelleri olarak dile getirilmiştir. Ancak dil sorununun diğer değişkenler gibi engel olarak görülmediği de tespit edilmiştir.

Altun (2017), tarafından gerçekleştirilen araştırma Türkiye'de bulunan farklı sektörlerdeki KOBİ'lerin farklı coğrafyalara yaptıkları ihracatın önündeki engellerin analizini içermektedir. Analiz, küçük ve orta büyüklükteki 20 firma ile yüz yüze yapılan mülakat ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, Avrupa'ya ihracat yapan firmaların karşılaştıkları en büyük engeller olarak sosyo-kültürel ortamın farklı olması gösterilirken, teknolojinin ve siyasi ortamın ihracata olumlu katkı sağladığı vurgulanmıştır. Ortadoğu'ya ihracat yapan firmaların karşılaştıkları en büyük engel olarak ise istikrarsız siyasi ortamın varlığı gösterildiği halde, sosyo-kültürel ortamın ise ihracata olumlu katkı yaptığı belirtilmiştir.

Özcan ve Atalay (2017) ise, Konya OSB'sinde makine-aksam imalatı yapan 83 KOBİ niteliğindeki firmaya anket uygulamıştır. Elde edilen veriler sonucunda firmaların ihracatta karşılaştığı en önemli sorunun %4,79 ile çevre ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer önemli sorunlar ise %4,78 ile kalifiyeli eleman eksikliği, %4,77 ile hükümet politikaları, %4,69 ile döviz kurlarındaki istikrarsızlık, %4,63 ile uluslararası piyasadaki yoğun rekabet, %4,56 ile yüksek vergiler ve %4,53 ile hammadde maliyetleri olarak belirlenmiştir. Ayrıca, çalışmada işletmelerde bir ihracat departmanı bulunması ile ihracat sorunları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, ihracat departmanı olan işletmelerin ihracat departmanı olmayanlara oranla ihracatta daha az sorunla karşı karşıya kaldıkları görülmüş ve işletmelerin üretim yöntemleri ile ihracat sorunları arasında da anlamlı bir ilişki

olduğu saptanmıştır. Bu kapsamda üretimini sipariş üzerine yapan işletmelerin ihracatta daha fazla sorunla karşı karşıya kaldıkları sonucuna varılmıştır.

İslambay (2018), hazırlamış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında Konya ili sınırları içerisinde imalat sektöründe faaliyette bulunan 300 işletmeye anket yöntemi uygulayarak ihracat sürecinde karşılaştıkları sorunları tespit etmek amacıyla veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, ürün kalitesinin düşük olması, ekonomik kriz, istikrarsızlık, sermaye yetersizliği, kredi faizlerinin yüksek olması, döviz dalgalanması, teşvik politikalarının yetersizliği, ihracat konusunda bilgili personel eksikliği, işletmenin geleneksel yöntemlere göre yönetilmesi, ihracat ile ilgili bir yöneticinin bulunmaması ve pazar araştırmasının olmaması; firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Çetinkaya Bozkurt ve Tunç (2018) ise, yapmış oldukları çalışmada Antalya ilinde faaliyette bulunan 119 firmaya anket uygulayarak firmaların dış ticaret yaparken yaşadıkları sorunları tespit etmeye çalışmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, dış ticarete engel oluşturan sorunlar sırasıyla; döviz kurundaki hareketlilik, ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, devlet desteğinin yetersiz olması ve dış ticaret mevzuatında yaşanan sürekli değişiklikler şeklinde belirlenmiştir. Ayrıca, dış ticarete en az yaşanan sorunlar sırasıyla ambalajlama, kapasitenin yetersiz olması, tahsilattan kaynaklanan sorun, kalite standartları, nakliye ve pazar araştırması sorunları olarak belirlenmiştir.

### **3.2.2. Konuyla İlgili Uluslararası Çalışmalar**

Da Silva ve Da Rocha'nın (2001) yapmış oldukları çalışmada, Brezilya'da bulunan 69 ihracatçı firmaya anket yöntemi uygulayarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, devlet teşviklerinin yetersizliği, güçlü uluslararası rekabetin olması, döviz kurundaki dalgalanmalar ve dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği ihracatın önündeki en önemli engeller olarak belirlenmiştir.

Suárez-Ortega (2003), yapmış olduğu çalışmada İspanya'da yer alan ve şarap endüstrisinde faaliyette bulunan 286 ihracatçı ve ihracatçı olmayan küçük ve orta ölçekli firmalara anket uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, finansal kaynakların yetersizliği, dış rekabetin güçlü (şiddetli) olması, ihracat



bilgisi ve tecrübesinin eksikliği veya olmaması tespit edilen ihracat engelleri arasında yer almaktadır.

Ahmed ve diğerleri ise (2004), yapmış oldukları çalışmada Lübnanlı girişimcilerin uluslararası ticaretle uğraşırken karşılaştıkları ihracat engellerini araştırmaktadırlar. Bu çalışma kapsamında 61 Lübnanlı üretici firmayla yüz yüze görüşme yapılarak anket uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, devlet yardımlarının eksikliği, dış pazardaki firmaların rekabeti, fiyatlandırma ve tanıtım politikalarını değiştirme ihtiyacı, ihracat pazarlarındaki yüksek dış tarifeler ve dış pazarlara açılmayı finanse edecek sermaye eksikliği başlıca engelleri oluşturmaktadır. Sonuç olarak Lübnanlı girişimciler en önemli sorun olarak devlet yardımlarının yetersizliğini ve dış pazarlardaki rekabeti görmekte-dirler.

Ahmed ve diğerleri ise (2008), yapmış oldukları çalışmada Malezya merkezli gelişmekte olan 166 Malezyalı girişimcinin uluslararası ticaretle uğraşırken karşılaştıkları ihracat engellerini araştırmışlardır. Araştırma verileri anket yöntemiyle elde edilmiştir. Seçilen firma örnekle mi yiyecek ve içecek, tütün, deri, ahşap, kâğıt, kauçuk, plastik, metal işleme, makine, elektronik, tekstil, petrol, mermer, kimyasal ve eczacılık gibi geniş bir imalat sanayi kesiminden oluşmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre, dış pazarlardaki firmaların rekabeti, dış pazarlarda genişlemeyi finanse edecek sermaye eksikliği, kafa karıştı rıcı yabancı ithalat düzenlenmeleri, dış pazar için fiyatlandırma sorunu, döviz kurundaki dalgalanmalardan dolayı oluşan fiyatlandırma sorunu, yurtdışına satış riski; ihracatta karşılaşılan sorunlar olarak tespit edilmiştir. Bunları, ihracata yönelik yetersiz kapasite sorunu, yurtdışındaki müşterilerin ödeme tahsilatı sorunları, satış sonrası servis sağlama zorluğu ile dil ve kültür farklılıklarından kaynaklanan sorunlar takip etmektedir. Ayrıca, Malezyalı girişimcilerin sermaye kaynaklarının azlığı ve ihracatlarının riskli olması girişimcilerin ihracatının önündeki engeller olarak görülmektedir.

Davidson (2009), hazırlamış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında Kentucky'deki tarım ve gıda üzerine ihracat yapan KOBİ'lerin uluslararası pazarlama fırsatları, ihracat geliştirme hizmetlerinin verimliliğinin yanı sıra ihracat sorunlarını belirlemek için 159 işletmeye anket yöntemi uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, uluslararası pazar bilgisinin eksikliği, finansal yetersizlik, risk, ihracat ve dış pazara ilgi, ihracat için yüksek maliyet, dış rekabet,

döviz kurları, ticaret engelleri ve tarifeler ihracatta karşılaşılan sorunlar olarak belirlenmiştir. Ancak yetersiz sermaye ihracata karar vermede en güçlü etkiye sahiptir.

Pinho ve Martins (2010), yapmış oldukları çalışmada Portekiz’de bulunan ihracatçı ve ihracatçı olmayan KOBİ’lerin ihracat sorunlarını incelemek üzere farklı sektörlerde faaliyet gösteren 138 işletmeye anket uygulamışlardır. Elde edilen veriler ışığında, potansiyel pazarlar hakkında bilgi eksikliği, nitelikli ihracat personeli eksikliği, teknik uygunluk eksikliği, sektördeki rekabet derecesi, hedef pazardaki tarife ve idari engeller, kültürel/dil farklılıklarından kaynaklanan sorunlar, finansal destek eksikliği (devlet ve finansal kurumlar), nitelikli insan kaynağının olmaması; ihracat yapmayan işletmelerin ihracat yapamamalarının önündeki engeller olarak tespit edilmiştir. İhracat yapan işletmelerin karşılaştıkları en önemli sorunlar ise; firmanın boyutu, sektörün çekiciliğinin derecesi, hedef pazara yapılacak olan malın nakliyesi, depolanması ve kontrol edilmesidir. İhracatçı olmayan firmalar için finansal destek eksikliği ihracat engeli olarak görülmesine rağmen, ihracatçı firmalar için ihracatın önünde engel olarak görülmemektedir.

Khattak ve diğerleri (2011) ise, yapmış oldukları çalışmada Pakistan’daki KOBİ’lerin ihracatta karşılaştıkları mevcut engelleri ve bu engellerin KOBİ’leri nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Bu kapsamda tekstil sektöründen 25 KOBİ ile derinlemesine mülakat yapılarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, pazarlama engelleri, elektrik, gaz ve diğer enerji kaynaklarının kıtlığından kaynaklı enerji maliyetlerinin artması (girdi maliyetlerinin artması), çevresel engeller (ihracatçı ülkenin, yani Pakistan'ın politik, ekonomik, sosyal ve teknolojik sorunları), ülkedeki politik istikrarsızlık, diğer ülkelerin rekabetinden kaynaklı düşük fiyat verememe ve daha kaliteli ürün sunamama, ülkenin zayıf ekonomisi (zayıf ekonomik koşulları ve dalgalı döviz kur riskini içerir), ödemelerin geç yapılması, kalite kontrol ve dokümanlardan kaynaklı katı kural ve prosedürler, dil sorunu ve yabancı işletmelerin farklı tür uygulamalarını içeren sosyal problemler ve teknolojik nedenlerden dolayı ortaya çıkan ihracat engelleri tespit edilmiştir. Dış pazarlar için yeni ürün geliştirme, ihracat ürün tasarımını ve stilini uyarlama, ihracat ürün kalite standartları ve özelliklerini karşılama, ihracat paketleme ve etiketleme standartlarını sağlama, satış sonrası hizmetler üründen kaynaklanan engeller olarak tespit edilmiştir. İşletme sermayesi eksikliği, üretim kapasitesi, personel yetersizliği ise

firmanın kendi işlevselliğinden kaynaklanan ihracat sorunları olarak tespit edilmiştir. İhracatla uğraşacak yönetsel zaman eksikliği, ihracat için yetersiz/egitimsiz personel ve ihracatın finansmanı için yetersiz işletme sermayesi de firmanın işlevselliğinden kaynaklanan ihracat sorunlarıdır.

Jalali (2012), tarafından yapılmış çalışmada ise, Yunanistan ile İran arasındaki ticari ilişkiye yönelik ihracat engelleri ile İran pazarını hedefleyen Yunan firmalarının ihracat performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. 141 Yunan firmasına 6 boyutlu bir anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler sonucunda ihracat performansını etkileyen engeller arasında rekabetçi olmayan fiyatlar (uygun bir fiyatlandırma stratejisi), dış pazar hakkında sınırlı bilgi, farklı yabancı işletme uygulamaları ve yetersiz üretim kapasitesiyle operasyonel boyut yer almaktadır. Bir diğer boyut olan çevresel boyut ise, uluslararası rekabetin şiddeti, politik ve ekonomik nedenlerden dolayı yüksek iş riski, farklı kültür ve tüketim alışkanlığının yanı sıra gerekli ürün kalitesi standardı ihracatı etkileyen unsurlar olarak belirlenmiştir. İhracatı engelleyen üçüncü faktör olan finansal boyut, yüksek tarife ve tarife dışı engeller, istikrarsız/elverişsiz döviz kurları, ödemelerin toplanmasından kaynaklanan sorunlardan oluşmaktadır. Tarife ve tarife dışı engeller, özellikle tarım ürünleri ihraç eden Yunan ihracatçılarının performansını olumsuz etkilemektedir. Kaynak boyutunun en önemli bileşenleri ise finansal kaynak ve beşeri kaynaktır. Finansal sermaye sıkıntısı ve ihracatta kalifiyeli personele sahip olamama bu boyutun en önemli sorunlarıdır. Devlet yardımının yetersizliği, bürokratik engeller, kısıtlayıcı kurallar ve düzenlemeler ise yasal boyut içerisinde yer almaktadır. Bürokratik koşullar uluslararası pazara girmenin önündeki en kritik engellerden bir tanesidir. Son boyut olan lojistik boyut ise ulaşım olanaklarının yetersizliği, yetersiz ulaşım sistemi ve yüksek ulaşım maliyetlerini içerir. Bu altı boyuttan bağımsız olarak hiçbir boyutta yer almayan teknik ve satış sonrası hizmetlerin de ihracat sorunu olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

Jalali (2013), yapmış olduğu bir diğer çalışmada Ortadoğu'da yer alan mühendislik hizmet şirketlerinin karşılaştıkları ihracat engellerini incelemek amacıyla İran'da enerji ve inşaat alt sektörlerinde uzmanlığı olan 3 şirketin ihracattan sorumlu karar vericilerine, nitel bir araştırma yönetimi olan mülakat tekniği uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, güçlü uluslararası rekabet, kalite standartları, kurumsal imaj, işle ilgili risk, döviz kurundaki

istikrarsızlık, devlet yardımı eksikliği ve işletme sermayesi yetersizliği başlıca engeller olarak tespit edilmiştir. İşle ilgili riskin ise Ortadoğu'da ortaya çıkan çatışmalar, Arap Baharı gibi nedenlerden kaynaklandığı görülmüştür. Araştırmaya göre, bu engeller, mühendislik hizmet şirketlerinin uluslararası pazarlarda faaliyet göstermesini engellemekte, ancak bu faktörlerin ve bunların etkilerinin algılanması, şirketin yetkinliklerine ve yeteneklerine göre farklılık gösterebilmektedir.

Sheikh (2013) ise yapmış olduğu çalışmada, Pakistanlı tekstil işletmelerinin ihracatta karşılaştıkları engelleri belirlemek amacıyla 10 işletmeyle mülakat yaparak veriler elde etmiştir. Elde edilen veriler ışığında, rekabetin şiddeti, devlet desteğinin olmaması, enerji krizleri, gümrük vergileri ve yoğun prosedürler (prosedürlerin çokluğu) büyük işletmeler için en önemli ihracat engelleri olarak değerlendirilmiştir. Finansman sermayesinin yetersizliği, devlet desteğinin olmaması, ihracat kalite standartlarının karşılanamaması, finansal kaynak yetersizliği, enerji krizleri, gümrük vergileri ve prosedürlerin çokluğu ise küçük işletmelerin karşılaştıkları en önemli ihracat engelleri olarak görüldüğü tespit edilmiştir.

Chakrabarty ve Nag da (2014) yapmış oldukları çalışmada Hindistan'ın Surat ve Ahmedabad illerinde bulunan 100 hazır giyim firmasıyla anket yöntemi uygulanarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, en önemli ihracat sorunları sırasıyla dış pazar hakkında bilgi eksikliği, ihracat planlaması için personel yetersizliği ve rekabetin şiddeti olarak tespit edilmiştir.

Sudarevic ve Radojevic (2014) tarafından da, benzer bir çalışma yapılmıştır. Söz konusu çalışmada Sırbistan'da bulunan 137 firmaya anket yöntemi uygulanarak ihracat sorunlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre firmaların ihracat yapmada karşılaştıkları zorluklar ana hatları ile; ihracat pazarlarındaki rekabet, ihracat için kredi alma maliyeti ve prosedürleri, yerli paranın döviz kuru politikası, devletin ihracatçılara yönelik politikası, ihracatın finansmanı için sermayenin yetersizliği, fiyat rekabetinin sağlanması, ihracat pazarlarının teşvikinin olmaması, ihracat markalarının ulusal politikasının olmaması, ihracat pazarları hakkında bilgi toplamanın zor olması, ihracat pazarlarına yönelik ürün ayarlama ihracat sorunları olarak belirlenmiştir.

Gebrewahid (2016) ise, yapmış olduğu çalışmada Etiyopya'da bulunan deri ayakkabı imalatçıların karşılaştıkları ihracat engellerini incelemeyi amaçlamıştır.

Araştırmacı, bu bağlamda 16 firmadan 61 personelle nicel ve nitel yöntemler uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen veriler sonucu imalatçıların ihracat yapmada karşılaştığı engeller; ihracat işlemlerini planlama ve yürütme konusundaki deneyim eksikliği, ihracat pazarlaması konusunda vasıflı ve deneyimli personel eksikliği, yetersiz ihracat bilgisi ve yetkin yöneticinin olmaması şeklinde sıralanmıştır. Ayrıca düşük ürün kalitesi, kaliteli hammadde eksikliği, gelişmiş teknolojik altyapı yetersizliği, yöneticilerin ve işyeri sahiplerinin ileri görüşlü olmamalarından kaynaklı ihracat sorunları da tespit edilen diğer sorunlar arasında yer almaktadır. Dış pazar hakkında bilgi eksikliği ve bu bilgi eksikliğinden kaynaklı fiyatlandırma sorunu, ödemelerin düzenli yapılmaması, pazarlama sorunu, dış pazarlardaki rekabetin güçlü olması, dil sorunu, ihraç pazarına yönelik ürün üretme ve dış pazarlardaki siyasi istikrarsızlık vb. diğer önemli ihracat engelleri olarak tespit edilmiştir.

Mpunga (2016) ise yapmış olduğu çalışmada, Tanzanya'daki KOBİ'lerin ihracat performansını etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla 130 işletmeyle yüz yüze anket yöntemi uygulayarak veriler elde etmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, işletmenin ihracat becerisi ve yetkinliği, yetersiz ve istikrarsız finansal sermaye, dil sorunu, üretim teknolojisi, bilgi işlem teknolojileri ve bilgi arama becerisi, üretilen ürünlerin standartları, ülkeye girişi kısıtlayıcı prosedürler, ihracatçı ülkedeki karmaşık iş kanunları ve yönetmelikleri, müşterilerin yabancı mallara olan ilgisizliği, ihracat pazarlarındaki fiyat belirsizliği ve ürün rekabeti, yolculuklarda karşılaşılan pasaport ve vize gibi prosedürler, üretim ve ihracat için uygulanan yüksek vergiler ihracat performansını etkileyen engeller olarak tespit edilmiştir. Bunların yanı sıra işletme sahiplerinin ihracat pazarı korkusu, ulusal iş ortamları da ihracatın performansının önündeki engeller arasında yer almaktadır.

Toulova ve diğerleri de (2018) yapmış oldukları çalışmada, Çek Cumhuriyeti'nde yer alan gıda endüstrisi ve odun işletme sanayisinde faaliyette bulunan 135 firmaya anket yöntemi uygulayarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen sonuçlara göre, dil sorunu ve dış pazarla ilgili deneyim eksikliği en önemli ihracat sorunlarıdır. Bu sorunları sırasıyla; yurt dışındaki yüksek tanıtım maliyeti (pazarlama kampanyaları), kamu desteği ve sübvansiyon eksikliği, dış pazarlar hakkındaki bilgi eksikliği, dış pazara girişte işletme ile ilgili idari sorunlar izlemektedir. Uygun bir

dağıtımıcı bulma zorluğu ve finansal maliyetler (sorunlar) ise Çek Cumhuriyeti'ndeki firmaların ihracatında diğer ihracat sorunlarına nazaran daha az öneme sahiptir.

Wijayarathne ve Perera (2018) ise yapmış oldukları çalışmada, Sri Lanka'daki imalat sektöründe faaliyette bulunan 129 KOBİ'nin ihracatta karşılaştıkları engelleri belirlemek amacıyla, anket yöntemi uygulayarak veriler elde etmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre, ihracatçı KOBİ'lerin önündeki başlıca engeller; finansal engeller, devlet engelleri ve ekonomik engellerdir. İhracatçıların karşılaştıkları ihracat engelleri arasında ihracatı finanse edebilmek için yüksek sermaye maliyeti, devlet teşviklerinin eksikliği/yetersizliği, yeni teknoloji eksikliği, ihracat prosedürlerinin karmaşıklığı, finansman kaynaklarının yetersizliği, yüksek tarife ve tarife dışı engeller, döviz kuru dalgalanmaları, yabancı müşteriler için rekabetçi fiyat eksikliği, yüksek sigorta maliyeti ve yetersiz kurumsal destekler, ihracat ürününün kalitesi, yabancı ülkelerdeki siyasal istikrarsızlık yer almaktadır. İşlevsel engeller, politik ve yasal engeller, pazarlama engelleri de ihracat faaliyetlerinde önemli etkiye sahiptir. Öte yandan, sosyo-kültürel engeller ve bilgi eksikliğinden kaynaklanan engellerin ise ihracata etkisinin az olduğu belirlenmiştir.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Mezopotamya Ovası içerisinde yer alan Mardin, tarımsal ürün yetiştirilmesi ve işlenmesi bakımından büyük bir öneme sahiptir. Ayrıca Mardin tarım ürünleri ihracatı, Mardin toplam ihracatı içerisinde oldukça önemli bir paya sahiptir. Bunun yanı sıra, Suriye ve Irak'a sınırı bulunan Mardin ilinin, bu ülkelere yaptığı ihracatın büyük bir bölümü de tarım ürünleri ihracatından oluşmaktadır. Bu bağlamda çalışmada, Mardin ilinde faaliyette bulunan ve tarımsal ürün ihracatı yapan firmaların ihracat konusunda karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi amaçlanmıştır.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ**

Tarım sektörü özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesinde lokomotif bir sektördür. Diğer yandan, tarımsal ürünlerin ihracatı ulusal ekonomi ve dolayısıyla yerel ekonominin gelişmesi bakımından önemli bir potansiyele sahiptir. Ülkemizin bulunduğu coğrafi konum, iklim şartları ve yetiştirilen ürünler bakımından tarımsal üretim değerinde dünyada ilk 10 ülke arasında yer almaktadır.

TÜİK verilerine göre, 2018 yılı tarım ürünleri ihracatımız 17.825 milyon dolar olup, bu rakam toplam ihracatımızın yaklaşık %10.62'sini oluşturmaktadır. İhraç edilen tarımsal ürünlerin %50'sinden fazlasını işlenmiş tarımsal ürünler oluşturmakta ve bu ürünler tarıma dayalı sanayi işletmelerinde işlenmektedir. Böylelikle tarım sektörü, tarıma dayalı sanayi işletmelerinin tarım sektöründen elde ettikleri hammadde ile tarımsal üretimi desteklemekle birlikte, istihdama sağladığı katkı, kalkınmanın finansmanını sağlama ve ihracata katkı sağlaması gibi birçok önemli işleve sahip olan bir sektördür.

Mardin ili ekonomisi büyük ölçüde tarıma dayalı olup, ilde faaliyet gösteren sanayi işletmelerinin önemli bir kısmı tarıma dayalı sanayi işletmelerinden oluşmaktadır. Bu işletmeler Mardin ili genel ihracatı içerisinde çok ciddi bir orana sahiptir. TÜİK'in il bazında yayınladığı ihracat rakamları incelendiğinde 2018 yılında Mardin ilinden 869.968 bin dolar ihracat yapıldığı Tablo 2'de görülmektedir. Bu ihracat rakamı içerisinde tarımsal ürün ihracatı 492 bin dolar olup, bu ihracat rakamı toplam Mardin ili ihracat rakamının yaklaşık %57'sini oluşturmaktadır. Görüldüğü gibi, tarım ürünleri ihracatı Mardin ili toplam ihracatında çok ciddi bir yere ve öneme sahiptir. Dolayısıyla, Türkiye ve Mardin ilinin tarım sektörü ihracatının toplam ihracat ve ekonomi içindeki yeri ile bu sektör ihracatçıları ve ihracatına ilişkin sorunların tespiti ve incelenmesi önem taşımaktadır.

### **3.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI VE SINIRLILIKLARI**

Bu araştırmanın varsayımları aşağıda belirtilmiştir:

- ✓ Anketi uyguladığımız katılımcıların anketimize verdikleri yanıtların doğru ve gerçekçi olması,
- ✓ Verilerin elde edileceği örneklemin araştırmanın evrenini temsil ettiği,
- ✓ Veri toplama aracı olan anket uygulamasının araştırmanın amacına uygun veri toplayabildiği varsayılmıştır.

Araştırmanın sınırlılıklarını ise şu şekilde sıralamak mümkündür:

- ✓ Araştırma, Güneydoğu Anadolu Bölgesi sınırları içerisinde bulunan Mardin il merkezi sınırları içerisinde ve tarım ürünleri ihracatı yapan firmaların yetkili kişilerinin görüşleri ile sınırlıdır.

- ✓ Tarım sektörü dışında başka bir sektörde faaliyette bulunan firmalara bu araştırmada yer verilmemiştir.
- ✓ Araştırmada tek bir ölçek kullanılmış ve bu ölçek ulusal ve uluslararası faktörler ve işletmenin kendi fonksiyonlarından kaynaklanan ihracat sorunlarına yer verilmiştir. Muhtemel başka sorunlar araştırmaya dahil edilmemiştir.
- ✓ Ayrıca bu araştırmada tarım ürünleri ihracatı yapan firmaların ihracat sorunları üzerinde durulmuş, bu sorunların sebepleri üzerinde durulmamıştır.
- ✓ Araştırma kısıtlı sürede ve maddi olanakların elverdiği ölçüde yapılmıştır.

### **3.6. ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ**

Bu kısımda araştırmanın evreni ve örneklemi, anket formunun oluşturulması, anket formunun ön testi, verilerin toplanması, araştırmanın hipotezleri yer almaktadır.

#### **3.6.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

06/07/2019 tarihinde Mardin ilinde bulunan tarım ürünleri ihracatına yönelik faaliyet gösteren firmaların tamamı araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreninde Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'ne (GAİB) üye olup, kayıtlarda tarımsal ürün ihracatı yaptığı görülen 228 firma bulunmaktadır. Ancak bu kayıtlı firmalardan 52'sinin kapalı/ulaşılamayan, 74'ü tarım dışı sektörlerde faaliyette bulunmaktadır. Bununla birlikte GAİB'e kayıtlı ancak Mardin ili dışında faaliyet gösteren 3 firma bulunmaktadır. Bu noktada araştırma evreni 99 firma olarak belirlenmiştir. Tam sayım yapılmak istenmiş ancak çeşitli nedenlerden dolayı 15 firma görüşmeyi kabul etmemiştir. Yapılan 4 anket ise eksik ve hatalı doldurmadan dolayı örnekleme dâhil edilmemiştir. Kullanılabilir anket sayısı ise 80'dir.

#### **3.6.2. Anket Formunun Oluşturulması**

Araştırmanın amacına yönelik bilgi toplama aracı olarak birincil kaynaklardan yararlanılarak oluşturulan anket uygulaması yapılmış ve veriler elde edilmiştir. Araştırmada, Prof. Dr. Murat Canitez'in (2004), Katsikeas ve Morgan'ın (1994) yapmış oldukları çalışmadan yararlanarak doktora tezi için hazırladığı anket formu, Ali Erbaş'ın (2012) hazırlamış olduğu projede yer alan anket formu ve Seda



Çerçel'in (2013) yüksek lisans tezi için hazırlamış olduğu anket formlarından yararlanılarak, bu çalışmaya uygun olan ölçek geliştirilmiştir. Bu anket, iki bölümden oluşmaktadır:

- Birinci bölümde, ankete katılan katılımcılara ilişkin demografik bilgiler ve firma hakkındaki bilgilerin toplanması amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanmış sorular bulunmaktadır.
- İkinci bölümde, ankete katılan katılımcılara ihracat sorunları ile ilgili 46 soruluk bir ölçek uygulanmıştır. Ölçek uygulanmasındaki amaç ise firmaların karşılaştıkları ihracat sorunlarının tespit edilmesidir.

Ölçek ifadelerinin değerlendirilmesinde "1= Kesinlikle İhracata Engel Olmuyor", "2= İhracata Engel Olmuyor", "3= İhracata Ne Engel Oluyor Ne de Engel Olmuyor", "4= İhracata Engel Oluyor" ve "5= Kesinlikle İhracata Engel Oluyor" ifadelerinden oluşan "Likert" tipi beşli dereceleme ölçeği kullanılmıştır.

### 3.6.3. Anket Formunun Ön Testi

Anket formunun ön testi aşamasında hazırlanan anket formunun güvenilirliğini ölçmek için sahaya çıkmıştır. Sahada 34 firmayla görüşülerek anketler toplanmıştır. Anketlerin ön testini yapmak için ise IBM SPSS (Statistical Packet for Social Science) programı kullanılmıştır. Tablo 17'de görüldüğü üzere anket güvenilirliği yani Cronbach's Alpha katsayısı 0,893 hesaplanmıştır. Bu da anketin yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Bu nedenle anket ön testi yapıldıktan sonra saha araştırmasına kalınan yerden devam edilmiştir.

**Tablo 17. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Ön Test Güvenirlik Analizi**

Ön Test Güvenirlik Analizi		
Soru Sayısı (Frekans)	Cronbach's Alpha Katsayısı	Anket Sayısı
46	0,893	34

**Açıklama:** Saha araştırması devam ederken toplanan verilerin SPSS programına yüklenmesi sonucu elde edilmiştir.

### 3.6.4. Verilerin Toplanması

Araştırma, iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada birincil kaynaklar (literatür) taranarak kavramsal çerçeve çizilmiştir. İkinci aşamada ise kavramsal çerçeveden yararlanarak hipotezler belirlenmiş ve alan araştırması ile veriler

toplanarak uygulama bölümü ortaya konmuştur. Çalışma kapsamında verilerin toplanması için anket uygulaması yapılmıştır. Anket formu basılı olarak Mardin ili tarımsal ürünleri ihracatı yapan firmalara ulaştırılmıştır. Verilerin toplanması aşamasında gerek firmalara gidilerek, gerekse e-mail aracılığıyla anketlerin doldurulması istenmiştir. E-mail aracılığıyla yapılması istenilen anketlerde firmaların yetkilileri telefon ile aranarak, çalışmanın amacı hakkında açıklama yapılmış ve anketlerin takibi yapılmıştır. Ayrıca uygulama, mesai saatleri içerisinde olduğu için katılımcılar anketleri hemen doldurmayı kabul etmemiş ve anketin bırakılıp ileri bir tarihte uğranıp alınmasını tercih etmiştir. Bütün bu anket dağıtım, toplama süresi 10 Temmuz 2019 ve 15 Ekim 2019 tarihleri arasında yapılmıştır. Elde edilen anketler IBM SPSS programına yüklenerek analiz edilmiştir. Yapılan analizler ise, güvenilirlik ve normallik testi, tanımlayıcı istatistikler, bağımsız t-testi, ANOVA testleri yapılmıştır.

### **3.6.5. Araştırmanın Hipotezleri**

H<sub>1</sub>: Kapasite kullanım oranı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>2</sub>: İhracat gelirinin toplam gelire oranı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>3</sub>: İhracat süresi bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>4</sub>: İhracat birimi çalışanın yaşı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>5</sub>: İhracat birimi çalışanın eğitimi bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>6</sub>: İhracat birimi çalışanın cinsiyeti bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>7</sub>: İhracat departmanının olup olmaması bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H<sub>8</sub>: Aile şirketi olup olmaması bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

### 3.7. VERİLERİN ANALİZİ VE DEĞERLENDİRİLMESİ

#### 3.7.1. Güvenilirlik Analizi

Ölçüm aracının güvenilirliğini tespit etmek amacıyla istatistiksel yöntemlerden yararlanılabilir. Bu yöntemlerden literatürde en yaygın olarak kullanılanı 1951 yılında Cronbach tarafından geliştirilen ve ölçeğin iç tutarlılığını değerlendiren Cronbach  $\alpha$  katsayısıdır. Bu katsayı, içinde çok soru barındıran bir ölçekteki sorular arasındaki uyumun derecesini göstermektedir. Cronbach  $\alpha$  katsayısı 0 ile 1 arasında değerler alabilir. Bu katsayı 1'e yaklaştıkça, ölçekteki sorular arasındaki içsel uyumun ne denli yüksek olduğunu gösterdiği söylenebilir. Genellikle sosyal bilimlerdeki araştırmalarda Cronbach  $\alpha$  katsayısı ilgili şu değerlendirmeler yapılmaktadır (İslamoğlu ve Alınçık, 2013: 278);

- ✓  $0,00 < \alpha < 0,40$  arasında ise ölçek güvenilir değildir.
- ✓  $0,41 < \alpha < 0,60$  arasında ise ölçek güvenilirliği düşüktür.
- ✓  $0,61 < \alpha < 0,80$  arasında ise ölçek güvenilirliği kabul edilebilir seviyededir.
- ✓  $0,81 < \alpha < 1,00$  arasında ise ölçek güvenilirliği yüksektir.

Araştırma esnasında ölçeklerin güvenilirliği test edilmiş, ihracat yapan firmaların sorunlarını belirlemeye yönelik önermeler ölçeği için Cronbach's Alpha katsayısı 0,921 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri Tablo 18'de verilmiştir. Bu değer 0,61'den büyük olması ölçeğin güvenilir sayılabilmesi için yeterli kabul edilmektedir. Bu değerler ışığında araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğinin (0,921) yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 18. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenirlilik Analizi**

Anket Nihai Güvenirlilik Analizi			
Ölçek	Soru Sayısı (Frekans)	Cronbach's Alpha Katsayısı	Anket Sayısı
İhracat yapan firmaların sorunlarını belirlemeye yönelik önermeler	46	0,921	80

**Açıklama:** Saha araştırması bittikten sonra verilerin SPSS programına yüklenerek analiz edilmesi sonucu elde edilmiştir.

### 3.7.2. Normallik Testi Analizi

Tablo 19'a görüldüğü üzere, yapılan normallik testi sonucunda, hem Kolmogorov-Smirnov hem de Shapiro-Wilk testlerinin ikisi de anlamlı çıkmış ve normal dağıldığı sonucuna varılmıştır. Çünkü yapılan her iki test içinde Sig. değeri 0,05'ten büyüktür.

**Tablo 19. Normallik Testi Analizi Bulguları**

	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk
	<b>Sig.</b>	<b>Sig.</b>
İhracat yapan firmaların sorunlarını belirlemeye yönelik önermeler	<b>0,200</b>	<b>0,223</b>

### 3.8. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULARIN YORUMLANMASI

Toplanan anketlerin SPSS Programına yüklendikten sonra analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda demografik veriler, hipotezlerin sınanması ve bulgular elde edilmiş ve yorumlanmıştır.

#### 3.8.1. Demografik Özelliklere Ait Bulgular

**Tablo 20. Ankete Katılan Katılımcılar ve Şirketlerin Yapısal Özellikleri ve Frekans Dağılımları**

Değişkenler	Frekans (N)	Yüzde (%)
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	74	92,5
Kadın	6	7,5
<b>Yaş</b>		
18-29	18	22,5
30-35	33	41,25
36-44	24	30
45+	5	6,25
<b>Eğitim</b>		
İlköğretim/Lise	15	18,75
Ön lisans	15	18,75
Lisans/Lisansüstü	50	62,5
<b>Kaç Yabancı Dil Biliyorsunuz?</b>		
0	62	77,5
1	12	15
2	6	7,5
<b>Firmanın İhraç Ettiği Ürün Çeşidi</b>		

Un	42	52,5
Bulgur	22	27,5
Makarna	4	5
Kahve/Çay/Kuruyemiş	4	5
Yem	4	5
İrmik	3	3,75
Yağ	1	1,25
<b>Kaç yıldır ihracat yapıyor sununuz?</b>		
0-2	11	13,75
3-5	25	31,25
6-9	24	30
10+	20	25
<b>Aile Şirketi misiniz?</b>		
Evet	67	83,75
Hayır	13	16,25
<b>Firmada Çalışan Personel Sayısı</b>		
0-10	-	0
11-50	70	87,5
51-250	10	12,5
250+	-	0
<b>Firmanın Kapasite Kullanım Oranı</b>		
0-25	3	3,75
26-50	17	21,25
51-75	28	35
76-100	32	40
<b>İhracat Geliri Firma Gelirinin Ne kadarı</b>		
0-25	4	5
26-50	9	11,25
51-75	15	18,75
76-99	17	58,75
100-100	5	6,25
<b>İhracat Departmanı</b>		
Var	53	66,25
Yok	27	33,75

Tablo 20'deki ankete katılan katılımcılar ve firmaların yapısal özellikleri ve frekans dağılımları incelendiğinde katılımcılar ve firmaların;

- Cinsiyet dağılımı olarak %92,5'inin "Erkek", %7,5'inin de "Kadın" olduğu görülmüştür.
- Yaş bakımından %22,5'inin "18-29" yaş arası, %41,25'inin "30-35" yaş arası, %30'unun "36-44" yaş arası, %6,25'inin "45+" yaş üstü olduğu görülmüştür.

- Eğitim seviyesi bakımından %18,75'inin "İlköğretim/Lise", %18,75'inin "Ön lisans", %62,5'inin "Lisans/Lisansüstü" eğitimi olduğu görülmüştür.
- Bildikleri yabancı dil sayısı bakımından %77,5'inin yabancı dil bilmediği "0", %15'inin "1" yabancı dil bildiği, %7,5'inin "2" yabancı dil bildiği görülmüştür.
- Firmanın ihraç ettiği ürün çeşidi bakımından %52,75'nin "Un", %27,5'inin "Bulgur", %5'inin "Makarna", %5'inin "Çay/Kahve/Kuruyemiş", %5'inin "Yem", %3,75'inin "İrmik", %1,25'inin ise "Yağ" ihraç ettiği görülmektedir.
- Firmaların ihracat yapma süreleri bakımından %13,75'inin "0-2" yıl, %31,25'inin "3-5" yıl, %30'unun "6-9" yıl, %25'inin "10+" yıldan fazla ihracat yaptığı görülmüştür.
- Şirket yapıları bakımından firmaların %83,75'inin aile şirketi olduğu, %16,25'inin de aile şirketi olmadığı görülmüştür.
- Çalışan sayısı olarak %87,5'inin "11-50" arası personel çalıştırdığı, %12,50'sinin "51-250" personel çalıştırdığı görülmüştür.
- Kapasite kullanım oranı bakımından kapasitesinin "%0-25" arasını kullanan firmaların oranı %3,75, kapasitesinin "%26-50" arasını kullanan firmaların oranı %21,25, kapasitesinin "%51-75" arasını kullanan firmaların oranı %35, kapasitesinin "%76-100" arası kullanan firmaların oranı ise %40'tır.
- İhracat gelirinin firma gelirine oranı bakımından firmaların %5'inin "%0-25" arası olduğu, %11,25'inin "26-50" arası olduğu, %18,75'inin "51-75" arası olduğu, %58,75'inin "76-99" arası olduğu, %6,25'inin ise gelirlerinin tamamını ihracattan elde ettikleri görülmüştür.
- İhracat departmanı bakımından firmaların %66,25'inde ihracat departmanı olduğu, %33,75'inde ise ihracat departmanı olmadığı görülmüştür.

### 3.8.2. Demografik Bulgulara Göre Hipotezlerin Testi

H<sub>1</sub>: Kapasite kullanım oranı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 21. Kapasite Kullanım Oranına Göre ANOVA Testi**

Firmanın Kapasite Kullanım Oranı							
		ANOVA				Varyansların Homojenliği	
Sig.		0,041				0,006	
Post-Hoc Testi Sonuçları (Sig. Değerleri)					Descriptive		
	0-25	26-50	51-75	76-100	Ortalama	Std. Sapma	N
0-25	----	0,950	0,999	0,779	3,2754	0,51505	3
26-50	0,950	----	0,817	<b>0,034</b>	3,4373	0,43755	17
51-75	0,999	0,817	----	0,150	3,3113	0,51274	28
76-100	0,779	<b>0,034</b>	0,150	----	2,9620	0,73696	32

Kapasite kullanım oranı bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi sonucunda bulunmuştur. Bu teste göre, anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için (sig.=0,041<0,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ve bu sonuca göre hipotez 1 kabul edilmiştir. Hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemek için yapılacak olan post-hoc testini belirlemek için ise varyansların homojenliğine bakılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımının sağlanmadığı görülmüştür (sig.=0,006<0,05) ve bu varsayımı istemeyen Games-Howell testi uygulanmıştır. Games-Howell testi sonucunda kapasite kullanım oranı %26-50 ile kapasite kullanım oranı %76-100 olan gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni ise grupların kendi arasındaki Sig. Değerinin 0,05'ten küçük olmasından (sig=0,034<0,05) kaynaklanmaktadır. Analizler sonucunda tespit edilen anlamlı farklılığın nedeni ise grupların ihracat sorunlarına vermiş oldukları cevapların ortalama değeriyle açıklanabilmektedir. Tablo 21'de görüldüğü üzere, kapasite kullanım oranı %26-50 olan firmaların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap 3,43 olup, bu ortalama, kapasite kullanım oranı %76-100 olan firmaların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap olan 2,92'den daha fazladır. Yani kapasite kullanım oranı %26-50 olan firmalar kapasite kullanım oranı %76-100 olan firmalara göre ihracat sorunlarından daha fazla etkilendikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

H<sub>2</sub>: İhracat gelirinin toplam gelire oranı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 22. İhracat Gelirinin Firma Gelirine Oranına Göre ANOVA Testi**

İhracat Gelirinin Firma Gelirine Oranı	
	ANOVA
Sig.	0,268

İhracat gelirinin firma gelire oranı bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi sonucunda bulunmuş ve anlamlılık değeri 0,05'ten büyük olduğu için (sig.=0,268>0,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunmadığı için ANOVA testinin non-parametrik karşılığı olan Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Test sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin 0,05'ten büyük olduğu (Sig=0,05<0,313) görülmüştür. Bu nedenle hipotez 2 reddedilmiştir.

H<sub>3</sub>: İhracat süresi bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir

**Tablo 23. Firmanın İhracat Süresine Göre ANOVA Testi**

Firmanın İhracat Süresi	
	ANOVA
Sig.	0,586

Firma ihracat süresi bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi sonucunda bulunmuş ve anlamlılık değeri 0,05'ten büyük olduğu için (sig.=0,586>0,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. ANOVA testi sonucunda anlamlı bir farklılık bulunmadığı için ANOVA testinin non-parametrik karşılığı olan Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Test sonucunda elde edilen anlamlılık değerinin 0,05 ten büyük olduğu (Sig=0,05<0,564) görülmüştür. Bu nedenle hipotez 3 reddedilmiştir.



H<sub>4</sub>: İhracat birimi çalışanın yaşı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 24. Katılımcıların Yaşlarına Göre ANOVA Testi**

Yaş							
				ANOVA		Varyansların Homojenliği	
Sig.				0,002		0,182	
Post-Hoc Testi Sonuçları (Sig. Değerleri)				Descriptive			
	18-29	30-35	36-44	45+	Ortalama	Std. Sapma	N
18-29	----	<b>0,031</b>	<b>0,023</b>	0,830	2,8575	0,62400	18
30-35	<b>0,031</b>	----	0,988	0,051	3,3347	0,63027	33
36-44	<b>0,023</b>	0,988	----	<b>0,038</b>	3,3850	0,46216	24
45+	0,830	0,051	<b>0,038</b>	----	2,6087	0,53405	5

Yaş bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi sonucunda bulunmuştur. Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için (sig.=0,002<0,05) gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ve hipotez 4 kabul edilmiştir. Hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemek için yapılacak olan post-hoc testini belirlemek için ise varyansların homojenliğine bakılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımının sağlandığı görülmüş (sig.=0,1820>0,05) ve bu varsayımı istemeyen Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testine göre katılımcıların yaşı 18-29 ile 30-35 arası olan gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. Bunun nedeni ise grupların kendi içindeki Sig. değerinin 0,05'ten küçük (0,031<0,05) olmasıdır. Aynı şekilde yaşı 18-29 ile 36-44 arası olan gruplar arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Bu gruplarda kendi içindeki Sig. değeri 0,05'ten küçük (0,023<0,05) olmasından dolayı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, yaşı 36-44 ile 45+ olan gruplar arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Bu gruplarda kendi içindeki Sig. değerinin de 0,05'ten küçük (0,038<0,05) olmasından dolayı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Analizler sonucunda tespit edilen anlamlı farklılıkların nedeni ise grupların ihracat sorunlarına vermiş oldukları cevapların ortalama değeriyle açıklanabilmektedir. Tablo 24'te görüldüğü üzere, yaşı 18-29 arası olan katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap 2,85 olup, bu ortalama, yaşı 30-35 arası ve 36-44 arası olan katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevapların altındadır

(2,85<3,33-3,38). Yani yaşı 18-19 arası olan katılımcılar yaşı 30-35 arası ve 36-44 arası olan katılımcılara göre ihracat sorunlarından daha fazla etkilendikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde söz konusu tabloda görüldüğü üzere, yaşı 36-44 arası olan katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap 3,38 olup, bu ortalama, yaşı 45+ olan katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap olan 2,60'den daha fazladır. Yani yaşı 36-44 arası olan katılımcılar yaşı 45+ olan katılımcılara göre ihracat sorunlarından daha fazla etkilendikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

H<sub>5</sub>: İhracat birimi çalışanının eğitimi bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 25. Katılımcıların Eğitim Seviyelerine Göre ANOVA Testi**

Eğitim						
		ANOVA		Varyansların Homojenliği		
Sig.		0,022		0,484		
Post-Hoc Testi Sonuçları (Sig. Değerleri)				Descriptive		
	İlköğretim/Lise	Ön Lisans	Lisans/Lisansüstü	Ortalama	Std. Sapma	N
İlköğretim/Lise	----	<b>0,023</b>	0,578	2,9754	0,50603	15
Ön Lisans	<b>0,023</b>	----	0,056	3,5667	0,62643	15
Lisans/Lisansüstü	0,578	0,056	----	3,1526	0,61775	50

Eğitim bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA testi sonucunda bulunmuştur. Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için (sig.=0,022<0,05) gruplar arasından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ve hipotez 5 kabul edilmiştir. Hangi gruplar arasında farklılık olduğu ise post-hoc testi ile belirlenmiş ve varyansların homojenliğine bakılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımının sağlandığı görülmüş (sig.=0,484>0,05) ve bu varsayımı istemeyen Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi sonucunda eğitim seviyesi İlköğretim/Lise olan katılımcılar ile eğitim seviyesi Ön lisans olan katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bunun nedeni ise bu grupların kendi içinde Sig. değerinin 0,05'ten küçük (0,023<0,05) olmasından dolayı istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmasıdır. Analizler sonucunda tespit edilen anlamlı farklılığın nedeni ise grupların ihracat sorunlarına vermiş oldukları cevapların ortalama değeriyile

açıklanabilmektedir. Tablo 25'te görüldüğü üzere, eğitim seviyesi İlkokul/Lise olan katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap 2,97 olup, bu ortalama, eğitim seviyesi Ön lisans olan katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap olan 3,56'dan daha azdır. Yani eğitim seviyesi İlkokul/Lise olan katılımcılar eğitim durumu Ön lisans olan katılımcılara göre ihracat sorunlarından daha az etkilendikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

H<sub>6</sub>: İhracat birimi çalışanın cinsiyeti bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 26. Katılımcıların Cinsiyetine Göre Bağımsız t-Testi**

Cinsiyet			
	Ortalama	Std. Sapma	N
Erkek	3,1622	0,61068	74
Kadın	3,6268	0,69940	6
Sig. değeri = 0,079			

Cinsiyet bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği bağımsız t testi yardımıyla test edilmiştir. Analiz sonucunda bulunan anlamlılık değeri 0,05'ten büyük olduğu için (sig.=0,079>0,05) kadın ile erkek katılımcıların vermiş oldukları cevaplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Buna göre, hipotez 6 reddedilmiştir.

0,05 anlamlılık değerinde reddedilen bu hipotez, 0,10 anlamlılık değeri varsayılması durumunda kabul edilmektedir. Çünkü analiz sonucunda ortaya çıkan bu Sig. değeri 0,10'un altındadır (0,079<0,10). Analiz sonucunda tespit edilen anlamlı farklılığın nedeni ise Kadın ve Erkeklerin ihracat sorunlarına vermiş oldukları cevapların ortalama değerleriyle açıklanabilmektedir. Tablo 26'da görüldüğü üzere, Kadın katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap 3,62 olup, bu ortalama, Erkek katılımcıların ihracat sorunlarına vermiş oldukları ortalama cevap olan 3,16'dan daha fazladır. Yani Kadın katılımcılar Erkek katılımcılara göre ihracat sorunlarından daha fazla etkilendikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

H<sub>7</sub>: İhracat departmanının olup olmaması bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 27. Firmaların İhracat Departmanı Olup Olmamasına Göre Bağımsız t-Testi**

İhracat Departmanı			
	Ortalama	Std. Sapma	N
Var	3,2059	0,62718	53
Yok	3,1795	0,62623	27
Sig. değeri= 0,859			

İhracat departmanı olup olmaması bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği bağımsız t testi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda bulunan anlamlılık değeri 0,05'ten büyük (sig.=0,859>0,05) çıkmıştır. Bulunan sonuca göre, ihracat departmanı olan ve ihracat departmanı olmayan firmalar arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Dolayısıyla, hipotez 7 reddedilmiştir.

H<sub>8</sub>: Aile şirketi olup olmaması bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.

**Tablo 28. Firmaların Aile Şirketi Olup Olmamasına Göre Bağımsız t-Testi**

Şirketin Yapısı			
	Ortalama	Std. Sapma	N
Evet	3,1989	0,64393	67
Hayır	3,1873	0,52396	13
Sig. değeri = 0,951			

Aile şirketi olup olmaması bakımından ihracat problemlerinin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği bağımsız t testi sonucunda bulunmuş ve anlamlılık değeri 0,05'ten büyük olduğu için (sig.=0,951>0,05) aile şirketi olan firma ile aile şirketi olmayan firmalar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Buna göre, hipotez 8 reddedilmiştir.

Aşağıdaki Tablo 29’da hipotezler ve bu hipotezlerin sınanmasına dair elde edilen sonuçlar toplu bir şekilde verilmiştir.

**Tablo 29. Hipotezlere Ait Bulguların Gösterimi**

HİPOTEZLERİN SINANMASI	RED	KABUL
H <sub>1</sub> : Kapasite kullanımı oranı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		✓
H <sub>2</sub> : İhracat gelirinin toplam gelire oranı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓	
H <sub>3</sub> : İhracat süresi bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓	
H <sub>4</sub> : İhracat birimi çalışanın yaşı bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		✓
H <sub>5</sub> : İhracat birimi çalışanın eğitimi bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓	
H <sub>6</sub> : İhracat birimi çalışanın cinsiyeti bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.		✓
H <sub>7</sub> : İhracat departmanının olup olmaması bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓	
H <sub>8</sub> : Aile şirketi olup olmaması bakımından ihracat problemleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir.	✓	

### 3.8.3. Bulguların Değerlendirilmesi

Araştırmaya katılan katılımcıların ihracat yapan firmaların sorunlarını belirlemeye yönelik önermeler ile ilgili sorulara verdikleri cevapların aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

**Tablo 30. İhracat Yapan Firmaların Sorunlarını Belirlemeye Yönelik Önermeler**

	İhracat Sorunları ile ilgili önermeler	Ortalama	Standart Sapma	N
1	Firmanın yurt dışı pazarlar hakkındaki bilgi eksikliği	2,34	1,33	80
2	İhracat pazarlarına yönelik araştırmaların yetersizliği	3,03	1,32	80
3	Firmanın ihracat yapmadaki isteksizliği	1,99	1,28	80
4	Firmanın ihracat faaliyetlerine yeteri kadar zaman ayıramaması	2,21	1,40	80
5	Sadece iç pazara odaklanmak	2,38	1,44	80
6	İhracat departmanının olmaması veya yetersizliği	2,24	1,31	80
7	Teknolojiyi yeterli düzeyde kullanamamak	2,55	1,48	80
8	İhracat pazarlamasında eğitilmiş ve tecrübeli personel eksikliği	2,98	1,56	80
9	Kamu destekleri hakkında bilgi eksikliği	2,71	1,35	80
10	İhraç edilecek ürünün yurt dışı pazarlar için uygun olmaması	2,60	1,51	80

11	Ülkelerin farklı standartlarda ürün talep etmesi	2,54	1,33	80
12	Ürün paketleme, etiketleme ve işaretleme standartları sorunları	2,53	1,49	80
13	Ürün depolanmasından kaynaklanan sorunlar	2,41	1,36	80
14	Kalite belgesi eksikliğinden kaynaklanan sorunlar	2,16	1,42	80
15	Finansal kaynakların yetersizliği	3,53	1,59	80
16	İhracatın finansman maliyetinin yüksekliği	3,89	1,29	80
17	Kredi faiz oranlarının yüksekliği	4,68	0,69	80
18	Üretim girdi maliyetindeki artışlar	4,38	0,99	80
19	Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar	4,20	1,18	80
20	Uluslararası iletişim maliyetlerinin yüksek olması (telefon, faks, internet vb.)	2,60	1,60	80
21	Yurt dışı pazarlardan alacakların tahsil edilememesi	3,69	1,30	80
22	Yurt dışı pazarlara taşıma maliyetlerinin yüksekliği	3,64	1,14	80
23	Kamu desteklerinin ve teşviklerinin yetersizliği	4,23	0,99	80
24	Bankacılık işlemlerinden kaynaklanan sorunlar	3,20	1,36	80
25	Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	2,78	1,42	80
26	Depolama maliyetlerinin yüksek olması	3,13	1,38	80
27	İç piyasadaki ekonomik belirsizlikler	4,18	1,00	80
28	İthalatçı ülkenin uyguladığı gümrük vergilerinin yüksek olması	3,95	1,35	80
29	İhracat işlemlerindeki bürokratik engeller	3,80	1,22	80
30	Yurt dışı pazarlardaki kurallardan ve düzenlemelerden kaynaklanan sorunlar	3,66	1,15	80
31	Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri	3,31	1,28	80
32	Ülke içindeki siyasi istikrarsızlık	4,31	1,03	80
33	İhracat yapılacak ülkenin ekonomik durumu	3,46	1,36	80
34	İhracat yapılacak ülkedeki siyasi istikrarsızlık	3,94	1,17	80
35	Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar	4,24	1,13	80
36	Yurt dışı pazarlardaki rekabetin yüksek olması	3,63	1,37	80
37	Yurt dışı pazarlarla iletişimde yabancı dil sorunu	3,08	1,39	80
38	Yurt dışı pazarlardaki tüketim kültürünün farklı olması	2,75	1,32	80
39	Uygun taşıma imkânlarının ve dağıtım kanallarının olmaması	3,01	1,49	80
40	Ürünün yurt dışı pazara zamanında teslim edilmemesi	2,35	1,34	80
41	Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği	2,68	1,46	80
42	İhracat ürünlerinin fiyatlandırılmasındaki sorunlar	3,21	1,43	80
43	Uluslararası tanıtım yapamamak (Fuar, Reklam vb.)	3,00	1,44	80
44	Ülkemizin dış piyasalardaki imajı	3,45	1,43	80
45	Dış ticaret işlemlerinde rüşvet ve kayırma	3,25	1,47	80
46	Uluslararası dağıtımçı ve aracılardan kaynaklanan sorunlar	3,25	1,31	80

*“Kredi faiz oranlarının yüksekliği.*  
*Ortalama=4,6750, St. Sapma=0,6894”*

Tablo 29’da görüldüğü üzere katılımcıların verdiği cevaplara göre ihracat yapan firmaların karşılaşmış olduğu problemler arasında, 4,6750 gibi en yüksek ortalamaya sahip olan “Kredi faiz oranlarının yüksekliği” en önemli faktör olarak görülmektedir. Literatür taraması kısmında firmaların ihracat sorunlarına yönelik çalışmalar incelenmiştir. İncelenen çalışmalar arasında “kredi faizlerinin yüksek olması” ve “yüksek faiz oranları” ihracat yapan firmaların karşılaştıkları ihracat sorunları arasında yer almaktadır (Gebrewahid, 2016; İslambay, 2018). Bulguyu destekleyen bir başka çalışmada ise, “faiz oranlarının dengesizliği” sorunu ihracat engeli olarak ortaya konulmuştur (Özeltürkay ve Çerçel, 2014). Bir başka çalışmada kredi faiz oranlarının yüksekliğine vurgu yapar nitelikteki bir sonuç olan “ihracat için kredi alma maliyeti ve prosedürleri” sorunu ihracat sorunu olarak tespit edilmiştir (Sudarevic ve Radojeviz, 2014). Yapılan bir başka çalışmaya göre ise, genel anlamda “krediler” ihracat yapan firmaların ihracat sorunları arasında gösterilmiştir (Ay, 2009). Mardin ili tarım ürünleri ihracatı yapan firmaların karşılaştığı en önemli sorunların başında gelen “Kredi faiz oranlarının yüksekliği” sorununun literatür taraması tarafından da desteklendiği görülmektedir.

*“Üretim girdi maliyetindeki artışlar.*  
*Ortalama=4,3750, St. Sapma=0,9857”*

Katılımcıların verdiği cevaplar arasında en yüksek ortalamaya sahip olan bir diğer ihracat sorunu ise 4.3750 ortalama ile “üretim girdi maliyetlerindeki artışlar” olarak tespit edilmiştir. Literatür taraması kısmında yer alan ve çalışmanın bulgusunu destekleyen sonuçlara göre firmalar tarafından “yüksek girdi maliyetleri”, “üretim maliyetlerinin yüksek olması”, “üretim maliyetleri” ve “üretim maliyetlerine yönelik sorunlar” şeklinde ifade edilen maliyetten kaynaklı ihracat sorunlarının olduğu tespit edilmiştir (Balantekin, 2006; Ünver, 2008; Arı, 2011; Aksoy ve Yıldırım, 2013). Bir başka çalışmada ise firmalar tarafından elektrik, gaz ve diğer enerji kaynaklarının kıtlığı sebebiyle enerji maliyetlerinin artmasının (girdi maliyetlerinin artması) ihracat engelleri arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Khattak ve diğerleri, 2011). Ayrıca literatür taraması kısmında; maliyetlerin artmasına neden olan “hammadde artışları”

ihracat yaparken karşılaşılan engeller arasında gösterilen bir diğer husustur (Özcan ve Atalay, 2017).

*“Ülke içindeki siyasi istikrarsızlık.*

*Ortalama=4,3125, St. Sapma=1,0262”*

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar arasında 4,3125 ortalama ile “Ülke içindeki siyasi istikrarsızlık” en önemli ihracat sorunlarından bir tanesi olarak tespit edilmiştir. Literatür incelemesi sonucunda “ülkedeki siyasi belirsizlik”, “ülkedeki politik istikrarsızlık”, “politik nedenlerden kaynaklı iş riski” gibi nedenlerden kaynaklı ihracat sorunları olduğu tespit edilmiştir (Armağan, 2004; Jelali, 2012; Altun, 2007; Khattak ve diğerleri, 2011). Literatür taraması bölümünde yer alan bu araştırmaların çalışmanın bulgusunu desteklediği görülmektedir.

*“Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar.*

*Ortalama=4,2375, St. Sapma=1,1278”*

Katılımcıların verdiği cevaplar arasında ihracat yapan firmaların karşılaştığı sorunlar arasında en yüksek ortalamaya sahip olan bir diğer önemli sorunun ise 4.2375 ortalama ile “ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar” olduğu tespit edilmiştir.

*“Kamu desteklerinin ve teşviklerinin yetersizliği.*

*Ortalama=4,2250, St. Sapma=0,9933”*

Katılımcıların verdiği cevaplar arasında 4,2250 ortalama ile “kamu desteklerinin ve teşviklerinin yetersizliği” en önemli ihracat sorunları arasında yer almaktadır. Yapılan bazı çalışmalarda görüldüğü üzere “devlet destek ve teşviklerinin yetersizliği”, “devlet yardımlarının yetersizliği/olmaması” algılanan ihracat engelleri arasında yer almaktadır (Da Silva ve Da Rocha, 2001; Ahmet ve diğerleri, 2004; Işıl ve Delice, 2007; Jelali, 2012; Jelali, 2013; Sheikh, 2013; Özeltürkay ve Çerçel, 2014; Gebrewahid, 2014; Çetinkaya Bozkurt ve Tunç, 2018; İslambay, 2018; Wijayarathne ve Perera, 2018). Benzer sonuca ulaşılan bir başka çalışmaya göre “finansal destek eksiliği (devlet ve finansal kurumlar)” ihracat yapamayan firmaların ihracat yapamamalarının nedenleri arasında yer almaktadır (Pinho ve Martins, 2010). Bir başka çalışmaya göre ise, firmaların KOSGEB ve Eximbank tarafından yeterli düzeyde destek almamasından kaynaklı ihracatta istenilen düzeye ulaşamadığı



kaydedilmiş ve bu durumun ihracat sırasında karşılaştıkları en önemli sorunlar arasında olduğu belirtilmiştir (Balantekin, 2016). Elde edilen başka bulguya göre ise, “kamu desteği ve sübvansiyon eksikliği” ihracatın önündeki engeller arasında yer almaktadır (Toulova ve diğerleri, 2018). İhracat yaparken firmaların karşılaştığı bir diğer benzer ihracat sorunu ise “ihracat pazarlarına yönelik teşviklerin olmaması” olarak tespit edilmiştir (Sudarevic ve Radojevic, 2014).

*“Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar.*

*Ortalama=4,2000, St. Sapma=1,1843”*

Katılımcıların verdiği cevaplar sonucunda ihracat problemleri arasında yer alan en önemli ihracat sorunlarından bir tanesi de 4,20 ortalama ile “Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar” olarak tespit edilmiştir. Literatür taraması kısmında yer alan çalışmalarda da benzer bulgulara ulaşılmış olduğu görülmüştür. Farklı çalışmalarda “Döviz kurundaki istikrarsızlık”, “kur oranlarının dalgalı olması”, “istikrarsız/elverişsiz döviz kurları” şeklinde ihracat sorunu olarak belirtilen hususlar çalışmanın bulgusunu destekler niteliktedir. (Da Silva ve Da Rocha, 2001; Altıntaş ve diğerleri, 2007; Ünver, 2008; Davidson, 2009; Khattak ve diğerleri, 2011; Erbaş, 2012; Jelali, 2012; Jelali, 2013; Özcan ve Atalay, 2017; Çetinkaya Bozkurt ve Tunç, 2018; İslambay, 2018; Wijayarathne ve Perera, 2018). Ancak, Karaman ve Nevşehir illerini kapsayan bir çalışmada “elverişsiz kur oranlarının” Karaman için ihracat sorunu olarak görülürken, Nevşehir için ihracat sorunu olarak görülmediği tespit edilmiştir (Işıl ve Delice, 2007). Farklı bir çalışmada ise, “döviz kurundaki dalgalanmalardan dolayı oluşan fiyatlandırma sorununun” ihracatın önündeki engeller arasında olduğu tespit edilmiştir (Ahmed ve diğerleri, 2008). Bütün bu bulgular çalışmada elde edilen bulguyla uyumaktadır.

*“İç piyasadaki ekonomik belirsizlikler.*

*Ortalama=4,1750, St. Sapma=1,02778”*

Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda tespit edilen bir diğer önemli ihracat sorunu ise, 4,1750 ortalama ile “İç piyasadaki ekonomik belirsizlik” şeklinde tespit edilmiştir. Literatürde yer alan ihracat sorunları ile ilgili çalışmalar arasında “ülke ekonomisindeki istikrarsızlık” sorununu tespit eden çalışmaların da olduğu görülmektedir (Keskin ve diğerleri, 2009; Çetinkaya Bozkurt ve Tunç, 2018). Bir

başka çalışmada da “Ekonomik kriz kaynaklı ortaya çıkan belirsizlikler” firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunlar arasında dile getirilmiştir (İslambay, 2018). Ayrıca, “politik ve ekonomik nedenlerden dolayı iş riski” de firmaların ihracat performansını etkilemektedir (Jelali, 2012). Döviz kurlarındaki dalgalanmalardan dolayı ülkelerin zayıf ekonomisini ihracat sorunu olarak tespit eden çalışmaların mevcudiyeti de söz konusudur (Khattak ve diğerleri, 2011).

*“İthalatçı ülkenin uyguladığı gümrük vergilerinin yüksek olması.*

*Ortalama=3,9500, St. Sapma=1,33995”*

Katılımcıların verdiği cevaplar ışığında elde edilen sonuçlara göre 3,95 ortalama ile “İthalatçı ülkenin uyguladığı gümrük vergilerinin yüksek olması” Mardin ili tarımsal ürün ihracatı yapan firmaların algılamış oldukları ihracat engelleri arasında yer almaktadır. Araştırmanın bulgusuyla uyumlu bir çalışmada, Avrupa Birliği ülkelerinin Türkiye’den ithal edilen zeytinyağından yüksek vergi alması ve diğer ülkelere tanınan kota hakkının Türkiye’ye tanınmamasının da firmalar tarafından ihracat sorunu olarak görüldüğü tespit edilmiştir (Bayramer, 2015).

*“İhracat yapılacak ülkedeki siyasi istikrarsızlık.*

*Ortalama=3,9375, St. Sapma=1,1729”*

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar arasında ihracata engel teşkil eden önemli ihracat sorunlarından bir diğeri de 3,9375 ortalama ile “ihracat yapılacak ülkedeki siyasi istikrarsızlık” olduğu tespit edilmiştir. Literatür taraması kısmında firmaların ihracat sorunlarına yönelik çalışmalar incelenmiştir. İncelenen çalışmalar arasında “dış pazarlardaki siyasi istikrarsızlık”, “yabancı ülkelerdeki siyasal istikrarsızlık” ihracat yapan firmaların karşılaştıkları ihracat sorunları arasında değerlendirilmiştir (Arı, 2011; Gebrewahid, 2016; Wijayarathne ve Perera, 2018). Yapılan bir başka çalışmada elde edilen sonuçlara göre, Ortadoğu’ya ihracat yapan firmaların karşılaştıkları en büyük engelin “istikrarsız siyasi ortamın varlığı” olduğu tespit edilmiştir (Altun, 2017). Aynı şekilde, yapılan benzer bir çalışmada “çevre ülkelerde yaşanan siyasi ve ekonomik istikrarsızlık” sorunu ihracatın önünde engel olarak görüldüğü anlaşılmıştır (Özcan ve Atalay, 2017). Mardin ilinin hemen hemen ihracatının %95’inin, diğer bir ifadeyle, tamamına yakınının siyasi belirsizliklerin yaşandığı Ortadoğu ülkelerine ve özellikle Irak’a yaptığı düşünüldüğü zaman

Altun'un ve Özcan ve Atalay'ın çalışmalarından elde edilen bu sonuç, Ortadoğu'ya tarım ürünleri ihracatı yapan Mardin ilindeki firmaların ihracatını etkileyen en önemli belirleyicilerden olduğunu desteklemektedir.

*“İhracatın finansman maliyetinin yüksekliği.*

*Ortalama=3,89. St. Sapma=1,29”*

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar arasında 3,89 ortalama ile “İhracatın finansman maliyetinin yüksekliği” ihracat sorunu olarak tespit edilmiştir. Literatür kısmında yer alan çalışmalar içerisinde “finansman yetersizliği”, “sermaye yetersizliği”, “finansal kaynak yetersizliği” gibi nedenlerden kaynaklı ihracat sorunları tespit edilmiştir (Suárez-Ortega, 2003; Ahmed ve diğerleri, 2004; Ahmed ve diğerleri, 2008; Ay, 2009; Davidson, 2009; Arı, 2011; Sheikh, 2013; Jelali, 2013; Özeltürkay ve Çerçel, 2014; Sudarevic ve Radojevic, 2014; Karakaya ve Harcar, 2015; İslambay, 2018; Wijayarathne ve Perera, 2018). Ayrıca finansman ve finansman temininde yaşanan sorunlar da firmaların ihracatını olumsuz etkileyen unsurlar arasında yer almaktadır (Armağan, 2004; Keskin ve diğerleri, 2009; Erbaş, 2012; Aksoy ve Yıldırım, 2013; Başer ve Tekelioğlu, 2013).

*“İhracat işlemlerindeki bürokratik engeller.*

*Ortalama=3,8000. St. Sapma=1,2159”*

Katılımcıların verdiği cevaplar doğrultusunda tespit edilen bir diğer önemli ihracat sorununun ise, 3,80 ortalama ile “İhracat işlemlerindeki bürokratik engeller” olduğu tespit edilmiştir. Literatür kısmında yer alan ihracat sorunları ile ilgili çalışmalar neticesinde “mevzuata ilişkin sorunlar ve bürokratik engellerin” ihracat sorunu olarak görüldüğü tespit edilmiştir (Ay, 2009; Keskin ve diğerleri, 2009; Erbaş, 2012; Jelali, 2012). Literatürde yer verilen bir başka çalışmaya göre, “ihracata yönelik resmi denetimler ve belgelerin hazırlığı aşamasındaki sorunlar” da firmaların karşılaştığı ihracat engelleri arasında yer almaktadır (Uysal, 2013). Bürokratik engeller arasında yer alan ve firmaların karşılaştığı sorun olarak görülen “kalite kontrol ve dokümanlardan kaynaklı katı kurallar ve prosedürler” de ihracat sorunu olarak görülmektedir (Khattak ve diğerleri, 2011). Benzer nitelikte ihracat sorunlarının yer aldığı çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalarda “bürokrasi”, “ihracat prosedürleri ve uygulamaları” ve “yoğun prosedürler (prosedürlerin

çokluğu)” gibi faktörlerin ihracatın önünde engel olarak görüldüğü tespit edilmiştir (Armağan, 2004; Altıntaş ve diğeleri, 2007; Aksoy ve Yıldırım, 2013; Sheikh, 2013; Karakaya ve Harcar, 2015; Gebrewahid, 2016). Literatür kısmında yer alan bir başka çalışmada da “ihracat prosedürlerinin karmaşıklığı” sonucuna ulaşılmıştır (Wijayarathne ve Perera, 2018). Bu çalışmayla uyumlu bir başka çalışmada yer alan ihracat sorunu ise, “dış ticaret mevzuatında yaşanan sürekli değişimler” olarak tespit edilmiştir (Çetinkaya Bozkurt ve Tunç, 2018). Görüldüğü üzere, Mardin ili tarımsal ürün ihracatı yapan firmaların ihracat sorunları arasında yer alan “ihracat işlemlerindeki bürokratik engeller” literatürde yer alan çalışmalarla uyum gösteren bir başka sorundur.

*“Yurt dışı pazarlardan alacakların tahsil edilememesi.*

*Ortalama=3,6875, St. Sapma=1,2984”*

Katılımcıların verdiği cevaplar arasında ihracata engel olan bir diğer sorun 3,6875 ortalama ile “yurt dışı pazarlardan alacakların tahsil edilememesi” şeklinde ifade edilmiştir. Literatür taraması sonucu elde edilen sonuçlar ışığında benzer bulguya ulaşan çalışmaların olduğu da görülmüştür. Bunlar, “ürünün tahsilatında yaşanacak zorluklar veya tahsilatın hiç yapılamayacağı”, “dış pazardaki (yurt dışındaki) müşterilerin ödeme yapma sorunları”, “ödemelerin geç yapılması” veya “ödemelerin düzenli yapılmaması” gibi tahsilattan kaynaklı yaşanan ihracat sorunlarıdır (Ahmed ve diğeleri, 2008; Khattak ve diğeleri, 2011; Erbaş, 2012; Jelali, 2012; Özeltürkay ve Çerçel, 2014; Gebrewahid, 2016; Çetinkaya Bozkurt ve Tunç, 2018).

*“Yurt dışı pazarlardaki kurallardan ve düzenlemelerden kaynaklanan*

*sorunlar. Ortalama=3,6625, St. Sapma=1,1467”*

Katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre, 3,6625 ile “Yurt dışı pazarlardaki kurallardan ve düzenlemelerden kaynaklanan sorunlar” firmaların karşılaştıkları ihracat engelleri arasında yer almaktadır. Yapılan literatür taramasında da benzer sonuçlara ulaşıldığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre “yurtdışındaki yasal düzenlemeler” ihracat sorunu olarak görülmektedir (Işıl ve Delice, 2007; Erbaş, 2012). Literatürde yer alan bir başka çalışmada da “ihracatçı ülkedeki karmaşık iş kanunları ve yönetmelikleri” ihracat sorunu olarak gösterilmiştir (Mpunga, 2016). Bir diğer çalışmaya göre ise ülkelerin farklı ülkelere karşı farklı standart ve

uygulamalara sahip oluşu ihracatın önündeki engeller arasında yer almaktadır (Bayramer, 2015). Ayrıca, “kafa karıştırıcı yabancı ithalat düzenlemeleri” de ihracat sorunları arasında yerini almaktadır (Ahmed ve diğerleri, 2008).

*“Yurt dışı pazarlara taşıma maliyetlerinin yüksekliği.*

*Ortalama=3,6375, St. Sapma=1,1390”*

Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar arasında 3,6375 ortalama ile “yurt dışı pazarlara taşıma maliyetlerinin yüksekliği” sorunu ihracatın önündeki engeller arasında yer almaktadır. Yapmış olduğumuz literatür taraması sonucu “yüksek ulaşım maliyetleri”, “taşıma maliyetlerinin yüksek olması”, yüksek nakliye maliyetlerinin” de firmalar tarafından algılanan ihracat engelleri arasında yer aldığı tespit edilmiştir (Jelali, 2012; Gabrewahid, 2016; Altıntaş ve diğerleri, 2017).

*“Yurt dışı pazarlardaki rekabetin yüksek olması.*

*Ortalama=3,6250, St. Sapma=1,3722”*

Katılımcıların ankete verdiği cevaplar neticesinde ihracat yapan firmaların karşılaştığı bir diğer sorun 3,6250 ortalama ile “yurt dışı pazarlardaki rekabetin yüksek olması” Mardin ilinde bulunan firmaların ihracatının önündeki engellerden bir diğerini oluşturmaktadır. Literatür taraması kısmında yer alan çalışmalarda bulgulara göre “dış pazarlardaki rekabet”, “dış pazarlardaki rekabetin şiddeti (yoğunluğu)”, “uluslararası pazarlardaki rekabet” ihracatın önündeki engellerden bir tanesini oluşturmaktadır (Da Silva ve Da Rocha, 2001; Suârez-Ortega, 2003; Ahmed ve diğerleri, 2004; Balantekin, 2006; Altıntaş ve diğerleri, 2007; Işıl ve Delice, 2007; Ahmed ve diğerleri, 2008; Davidson, 2009; Pinho ve Martin, 2010; Beşer ve Tekelioğlu, 2013; Jelali, 2012; Jelali, 2013; Sheikh, 2013; Chakrabarty ve Nag, 2014; Sudarevic ve Radojevic, 2014; Karakaya ve Harcar, 2015; Gebrewahid, 2016; Özcan ve Atalay, 2017). Bir başka çalışmada ise, “uluslararası rekabet koşullarının” ihracatta yaşanan sorunlar arasında yer aldığı söylenmektedir. (Aksoy ve Yıldırım, 2013). Bir diğer araştırmaya göre ise, “diğer ülkelerin rekabetinden dolayı düşük fiyat verememe ve daha kaliteli ürün sunamama” rekabetten kaynaklı ihracat engeli olarak değerlendirilmiştir (Khattak ve diğerleri, 2011). Benzer bir bulgu olan “ihracat pazarlarındaki fiyat belirsizliği ve ürün rekabeti” ihracatın önündeki engeller arasında yer almaktadır (Mpunga, 2016). Rekabetçi olmayan fiyatlar (uygun bir

fiyatlandırma stratejisi) sorunu da ihracat performansını etkileyen bir başka engeldir (Jelali, 2012). “Yabancı müşteriler için rekabetçi fiyat eksikliği” ihracat yaparken karşılaşılan engeller arasındadır (Wijayarathne ve Perera, 2018). Yapılan bir başka çalışmada ise, “rekabeti olumsuz etkileyen kaliteli ve sürdürülebilir hammadde temini”, “teknolojinin ve nitelikli iş gücünün yetersiz olmasından kaynaklı dış pazarda rekabet edememe” ihracat sorunları olarak tespit edilmiştir. Aynı çalışmaya göre, AB’deki rakip üreticilere verilen desteklerin Türkiye’de bulunan üreticilerden daha fazla olması Türkiye’de bulunan üreticilerin rakip üreticilerle rekabet ederken karşılaştıkları zorluklar arasında yer almakta ve rekabeti olumsuz etkilemektedir (Bayramer, 2015). Yapılan bir başka araştırmada ise ülke dışında yaşanan rekabetin dışında “yerli firma rekabetinin” de firmaların karşısına ihracat sorunu olarak çıktığı sonucu elde edilmiştir (Ay, 2009).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşen dünyada ülkeler ürettikleri arz fazlası ürünleri diğer ülkelere ihraç ederek milli gelirlerini arttırmaya çalışmaktadırlar. Böylelikle ihracatı ithalatından fazla olan ülkelerin refah seviyelerinin yanı sıra kişi başına düşen milli gelirlerinde artış yaşanmakta, dolayısıyla bu ülkeler zenginleşmeye başlamaktadırlar. Böylelikle ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ve uluslararası ticarete buldukları konum, ihracata verdikleri önemle ilişkilidir. Günümüzde ihracat aşamasında karşılaşılan sorunlar, hem gelişmekte olan ülkeler hem de gelişmiş olan ülkeler açısından önemli bir problem olarak karşılıklarına çıkmaktadır.

Bu çalışmada Mardin ilinde tarım ürünleri ihracatı yapıp, Mardin ili sınırları içerisinde bulunan 80 firma ile niceliksel bir yöntem olan anket uygulaması yapılarak veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında, ankete katılan firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunlar tespit edilmiştir.

Çalışma üç bölümden oluşmuştur.

Çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın teorik çerçevesi çizilmiştir. Bu bağlamda tarımın tanımı, işlevi, özellikleri, sınıflandırılması ve ekonomideki yerine yer verilmiştir. Ayrıca dış ticaret altında ithalat ve ihracat kavramlarının yanı sıra dış ticaret sorunlarıyla alakalı teorik çerçeve çizilmiştir.

İkinci bölümde ise, Türkiye'nin genel dış ticaret verilerine yer verilmiştir. Bu bağlamda Türkiye'nin dış ticaret yapısı incelenmiştir. Dış ticaret yapısı içerisinde tarım sektörü dış ticaretine değinilmiştir. Çalışmamızda, daha sonra Mardin genel dış ticaret verileri yer almaktadır. Bu dış ticaret verileri içerisinde Mardin tarım ürünleri ithalat ve ihracat rakamlarının yanı sıra Mardin ilinin en çok ihracat yaptığı ülkelere yer verilmiştir. Ayrıca hangi mal grubundan ne kadar ihracat yapıldığına dair bilgilere de değinilmiştir.

Üçüncü ve son bölümde ise, araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve kısıtlarına değinilmiştir. Sahadan elde edilen anket verileri SPSS paket programına yüklenerek değerlendirilmesi yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizi ve ihracat sorunlarıyla alakalı bulguların yorumlanması ve hipotezlerin sınanması da bu bölüm içerisinde yer almaktadır.

Yapılan çalışmada kurulan hipotezlerin sınanması aşağıda verilmiştir;

- Kapasite kullanım oranı bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve **hipotez 1 kabul edilmiştir.**
- İhracat gelirin toplam gelire oranı bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiş ve **hipotez 2 reddedilmiştir.**
- İhracat süresi bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiş ve **hipotez 3 reddedilmiştir.**
- İhracat birimi çalışanın yaşı bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve **hipotez 4 kabul edilmiştir.**
- İhracat birimi çalışanın eğitimi bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiş ve **hipotez 5 reddedilmiştir.**
- İhracat birimi çalışanın cinsiyeti bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüş ve **hipotez 6 kabul edilmiştir.**
- İhracat departmanının olup olmaması bakımından ihracat problemlerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna varılmış ve **hipotez 7 reddedilmiştir.**
- Aile şirketi olup olmaması bakımından ihracat problemleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiş ve **hipotez 8 reddedilmiştir.**

Ayrıca üçüncü bölüm içerisinde yer verilen bir diğer husus firmaların karşılaştıkları ihracat sorunlarıdır. Bu bağlamda firmalar üç farklı faktörden kaynaklı olarak çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Firmaların ihracat



aşamasında karşı karşıya kalabileceği bu sorunlar; firmadan kaynaklı sorunlar ve firma dışı çevreden kaynaklı sorunlardır. Firma dışı çevreden kaynaklı sorunlar ise ulusal ve uluslararası dış çevreden kaynaklı sorunlardan oluşmaktadır. Bu çerçevede, yapılan bu araştırma sonucunda, tarım sektöründe faaliyette bulunan firmaların ihracat yaparken birtakım sorunlarla karşı karşıya kaldıkları tespit edilmiştir. Tarım ürünü ihracatı yapan firmaların ihracatını olumsuz etkileyen sorunlar önem sırasına göre şöyledir:

- Kredi faiz oranlarının yüksekliği
- Üretim girdi maliyetlerindeki artışlar
- Ülke içindeki siyasi istikrarsızlık
- Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar
- Kamu desteklerinin ve teşviklerinin yetersizliği
- Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar
- İç piyasadaki ekonomik belirsizlikler
- İthalatçı ülkenin uyguladığı gümrük vergilerinin yüksek olması
- İhracat yapılacak ülkedeki siyasi istikrarsızlık
- İhracatın finansman maliyetinin yüksekliği
- İhracat işlemlerindeki bürokratik engeller
- Yurtdışı pazarlardan alacakların tahsil edilememesi
- Yurtdışı pazarlardaki kurallardan ve düzenlemelerden kaynaklanan sorunlar
- Yurtdışı pazarlara taşıma maliyetlerinin yüksekliği
- Yurtdışı pazarlardaki rekabetin yüksek olması

Mardin ili tarım sektöründe faaliyette bulunan firmaların ihracat sorunlarına yönelik geliştirilecek olan çözüm önerileri, politika ve uygulamalarda öncelikli olarak yukarıdaki ihracat sorunlarına dikkat edilmesi durumunda, daha etkin sonuçlar alınabilir. Bu bağlamda tarım sektörü ihracat sorunlarının giderilmesine yönelik başlıca çözüm önerileri şu şekilde özetlenebilir;

- Tarım ürünleri ihracatı üzerine faaliyette bulunan firmalara daha düşük oranlarda kredi faizi imkânı sunulabilir. Böylece, söz konusu firmaların yüksek finansman gerektiren ihracat faaliyetlerini daha rahat bir şekilde yapmalarına olanak sağlanmış olacaktır.

- Üretim girdi maliyetlerindeki artışların önüne geçebilmek için firmaların tükettikleri doğalgaz, elektrik gibi enerji kaynaklarından daha az ücret talep edilebilir.
- Firmalara sağlanan kamu destek ve teşviklerin artırılması da firma maliyetlerini azaltıcı yönde etkiye bulunabilir. Firmaların istihdam ettikleri işçi başına sigorta primlerinin tamamının veya bir kısmının kamu destek ve teşvikleri tarafından karşılanması buna örnek verilebilir. Ayrıca girdi maliyetlerini azaltacak her türlü iyileştirme, firmaların ihracat pazarlarında fiyat avantajı sağlamalarına neden olacak ve firmaları rekabet edebilir konuma getirecektir
- Devlet politikası olarak çoklu kur uygulamasına gidilerek, tarım ürünü ihracatı yapan firmaların ithal girdileri için uygulanacak kur oranı resmi kurun altında tutulabilir veya bu kesim için kur oranları sabit tutulabilir. Böylelikle, söz konusu firmalar ucuz girdi kullanımı yoluyla maliyetlerini azaltabileceği gibi, mal arzını ve ihracat gelirlerini arttırmış olacaklardır.
- Ülke içindeki siyasi istikrarın en önemli belirleyicilerden bir tanesi de savaş ve terör olaylarıdır. Bu bağlamda, gerek ülke içinde yaşanan terör olayları gerekse sınır komşularımızda yaşanan savaşların ve terör olaylarının önüne geçmek hem ülke içinde hem de diğer ülkelerde daha istikrarlı bir ortamın sağlanmasına neden olacaktır. Bu istikrarlı ortam firmaların ihracat sürecinde daha etkin olmasını ve daha kolay dış ticaret yapılabilmesini olanaklı kılacaktır.
- Sınır komşusu olduğumuz ülkeler ve diğer ülkelerle olan siyasi, ideolojik, çıkar odaklı çatışmaların sona ermesi ya da minimum seviyeye indirilmesi de firmaların/ülkelerin dış ticaret yapmaları açısından olumlu etkiye neden olabilecektir. Yani ülkeler arası diplomatik sorunlar ikili ekonomik ilişkileri etkilememelidir.
- İhracat yapan firmaların taşıma maliyetlerinin düşürülmesi firmaların ihracata daha etkin bir şekilde katılmalarına neden olacaktır. Bu bağlamda yapılması gereken; gümrük vergilerinin düşürülmesi, yurtdışına çıkış yapacak taşıtlar (tır, kamyon vb.) için ucuz yakıt sağlanması gibi birtakım teşvik edici tedbirler alınabilir. Ayrıca, savaşların ve terör olaylarının yaşandığı ülkelere yapılan ihracatta can ve mal kaybı yaşanma ihtimali olduğu için gerek sigorta

şirketleri gerekse nakliyeciler yüksek ücret talep etmektedirler. Dolayısıyla, bölgede güven ortamının sağlanması ile maliyetlerde düşüş sağlanmış olacaktır.

- Yurtdışına satılan malların ödemelerinde yaşanan sorunlar firmaların ihracat yapma isteklerinin önündeki en büyük engellerden bir tanesidir. Bunun için de ülkeler, bankalar arasında ticari anlaşmalar yapmalı ve akreditif yöntemle ihracat yapma zemini oluşturmalarıdır.
- Ülkeler arası ticari diplomasinin geliştirilmesi ile sınır komşusu ülkelerle yapılan ihracat ve ithalata uygulanan gümrük tarifeleri ve dış ticaret ile ilgili diğer düzenlemelere ilişkin ortak bir standart oluşturulabilir. Bu durum özellikle Mardin ve diğer illerin sınır komşuları ile arasındaki dış ticareti arttırıcı yönlü etkide bulunabilir
- Firmaların uluslararası rekabet koşullarını iyileştirici yönde çalışmalar yapılabilir. Bu bağlamda, firmaların sektörle ilgili dünya piyasasından haberdar olmalarını kolaylaştıracak bir iletişim ağı kurulabilir.
- İhracat yapan ve yapmak isteyen firmaların ihracat işlemlerinin daha hızlı ve kolay gerçekleştirilmesi ve dolayısıyla ülke ve bölge ihracatının arttırılması için bürokratik engeller azaltılabilir.

Bütün bu ve benzeri önlemlerin alınması firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunları azaltabileceği gibi, ihracat hızının artması ve ihracatın kolaylaşması yönünde de etkide bulunacak ve dolayısıyla gerek ülkenin ve gerekse bölgenin/Mardin'in ihracat gelirini arttıracaktır.

## KAYNAKÇA

- Ahmed, Z. U., Julian, C. C., Baalbaki, I. and Hadidian, T. V. (2004). Export barriers and firm internationalisation: a study of Lebanese entrepreneurs. *Journal of Management and World Business Research*, 1(1), 11-22.
- Ahmed, Z. U., Julian, C. C. and Mahajar, A. J. (2005). Malaysian Exporters' and Non-Exporters' Perceptions of the Various Incentives to Export. *School of Commerce and Management Papers*, 359.
- Akça, İ., (2013). *Türkiye'nin Dış Ticaretinde Ortadoğu'nun Yeri ve Önemi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Ortadoğu Araştırma Enstitüsü, İstanbul.
- Aksoy, R. ve Yıldırım, C. (2013). Zonguldak İlinde İhracat Yapan Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar. *Business & Management Studies: An International Journal*, 1(3), 249-268.
- Altun, İ. (2017). Determinants of The Export Performance of SMEs: Comparative Analysis of Turkish SMEs Exporting to Middle East and European Regions. *International Journal of Business and Social Science*, 8(3), 75-88.
- Altıntaş H., M., Tokol, T. and Harcar, T. (2007). The effects of export barriers on perceived export performance: An empirical research on SMEs in Turkey. *EuroMed Journal of Business*, 2(1), 36-56.
- Arı, T., (2011). *Kobilerin İhracatta Karşılaştıkları Engellerin Belirlenmesi Üzerine Bir Saha Araştırması*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Armağan, E. A. (2004). Aydın İlinde Küçük ve Orta Ölçekli Tarıma Dayalı Sanayi İşletmelerinin Genel Özellikleri ve İhracat Sorunları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 10(1 ve 2), 13-25.
- Arzova S. B. (2017). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Ay, S. (2009). Süs Bitkileri İhracatı, Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Yalova Ölçeğinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 423-443.
- Balantekin, B. E., (2006). *İhracatta Kobi'lere Sağlanan Devlet Destekleri ve Kobi'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar ve Kayseri'de Bir Anket Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bayramer, G., (2015). *Türkiye'nin Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı İhracatındaki Sorunların Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.

- Canitez, M., (2004). *Kobilerin İhracat Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Chakrabarty, S. and Nag, B. (2014). Perceptions of international trade barriers: Empirical study of small apparel firms. *Munich Personal RePec Archive*, 4(1), 77-101.
- Çakmakçı F., (2018). *Türkiye'nin Gürcistan ile Dış Ticaret İlişkilerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Cavusgil, S. T. and Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of marketing*, 58(1), 1-21
- Çelik, K., Kalaycı, C. ve Sandalcılar, A.R. (2011). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*. Murathan Yayınevi, Trabzon.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Tunç, H. (2018). Kobilerde Dış Ticaret Sorunları: Antalya İli Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 381-398.
- Da Silva, P. A. and Da Rocha, A. (2001). Perception of export barriers to Mercosur by Brazilian firms. *International Marketing Review*, 18(6), 589-611
- Davidson, K. A. (2009). The Impact of Perceived Barriers to Export: An Analysis of Kentucky Agricultural and Food Processing Firms, Master's Thesis, University of Kentucky, The Graduate School, United States of America.
- Dinler, Z. (2008). *Tarım Ekonomisi*. Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Dinler, Z. (2014). *Tarım Ekonomisi*. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Doğan, A. (2009). Ekonomik Gelişme Sürecine Tarımın Katkısı: Türkiye Örneği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 365-392
- Durman M. ve Önder H. (2006). *Teoride ve Uygulamada İhracat Teşvikleri*. Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul.
- Elitaş, C. (2016). *Uluslararası Ticaret ve Finansman*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Er, İ., (2016). *Türkiye'de Tarım Sektörünün Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikasına Uyumu Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Erbaş, N. (2016). Tarım Sektörünün Yozgat Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, I. Uluslararası Bozok Sempozyumu Bildiri Kitabı, 4. Cilt, 205-215.
- Erbaş, A. (2012). Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri. Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya.
- Erbay, R. (2013). Ekonomik Kalkınmada Tarımın Rolü: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 1-16.
- Ertem, Ü. (2015). *Dış Ticaret İşlemleri*. Ekin Yayınevi, Bursa.

- Gebrewahid, G. G. (2016). Export Barriers and Competitiveness of Small and Medium-sized Enterprise in Developing Countries: Case study in Ethiopian Leather Footwear Manufacturing Firms. *International Conference on African Development Archives*, 1-24.
- Gökgöz A. ve Şeker A. (2014). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. Dora Yayıncılık, Bursa.
- Gürler, A. Z. (2016). *Tarım Ekonomisi ve Politikası*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Gürsoy, Y. (2010). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Haftacı V. (2015). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Harcar, T. and Karakaya, F. (2015). Barriers to Export for Firms from Developing Countries. In *Proceedings of the 1997 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 8-8). Springer, Cham.
- İslambay, T., (2018). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Sorunları: Konya İmalat Sektöründe Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- İslamoğlu A.H. ve Alnıaçık, Ü. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Jalali, S. H. (2012). Export barriers and export performance: empirical evidence from the commercial relationship between Greece and Iran. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 10(1), 53-66.
- Jalali, S. H. (2013). Assessment of the engineering service export barriers: A case study. *The Journal of Commerce*, 5(1), 1-6.
- Karacan, S. (2010). *Dış Ticaret ve Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi*. Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Karagül M. ve İter B. (2016). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi Teori ve Uygulama*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Karakaya, F. and Harcar, T. (1999). Barriers to export for non-exporting firms in developing countries. *Academy of Marketing Studies Journal*, 3(2), 57-74.
- Karluk, S.R. (2009). *Cumhuriyet'in İlanından Günümüze Türkiye Ekonomisi'nde Yapısal Dönüşüm*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Karluk, S.R. (2013). *Uluslararası Ekonomi Teori Politika*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Katsikeas, C. S. and Morgan, R. E. (1994). Differences in perceptions of exporting problems based on firm size and export market experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.
- Kaya, F. (2008). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Kaymakçı O., Avcı N. ve Şen, R. (2007). *Uluslararası Ticarete Giriş; Teori, Politika ve Uygulama*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

- Keskin, G., Koşan, A. K. ve Ayık, Y. Z. (2009). Bölgesel gelişme aracı olarak KOBİ'ler ve ihracat sorunları (Erzurum'da bir araştırma). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(2), 279-290.
- Khattak, J. K., Arslan, M. and Umair, M. (2011). SMEs' export problems in Pakistan. *E3 Journal of Business Management and Economics*, 2(5), 192-199.
- Krugman P.R., Obstfeld M. ve Melitz M.J. (2017). *Uluslararası İktisat Teori ve Politika*. (Özsoy, O.), 10. Baskı, Ankara, s. 224.
- Leonidou, L. C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of small business management*, 42(3), 279-302.
- Melemen, M. (2008). *Uygulamalı Uluslararası Ticaret İşlemleri*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Mert, M. (2017). *Kalkınma ve Büyüme İktisadı*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Mirze, S.K. (2010). *İşletme*. Literatür Yayıncılık, İstanbul.
- Mpunga, H. S. (2016). Examining the Factors Affecting Export Performance for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania, *Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(6), 41-51.
- Nihat, I. ve Delice, G. (2007). Küreselleşme Sürecinde Kobi'lerin İhracat Sorunları Ve E-Ticaret. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(3), 75-89.
- Özcan, S. E. ve Atalay, R. (2017). Konya'da Makine-Aksam İmalatı Yapan İhracatçı Kobi'lerin İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(4), 55-66.
- Özeltürkay, E. Y., ve Çerçel, S. (2014). Organize Sanayi Bölgelerinde Faaliyet Gösteren Firmaların Karşılaştıkları İhracat Engelleri: Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 4(2), 271-286.
- Öztürk, N. (2009). *Dış Ticaret Kuram Politika Uygulama*. Palme Yayıncılık, Ankara.
- Pinho, J. C. and Martins, L. (2010). Exporting barriers: Insights from Portuguese small-and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of international Entrepreneurship*, 8(3), 254-272
- Rehber, E. (2013). *Tarım Ekonomisi*. Ekin Yayıncılık, Bursa.
- Savcı, Y. (2009). *Kobi'lerin Dış Ticarete Karşılaştıkları Sorunlar*, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Edirne.
- Seyidoğlu, H. (2013). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Sheikh, M.A. (2013). A Descriptive Study On The Identification Of The Barriers To International Trade (Exports) Faced By The Textile Industry in Pakistan, *International Journal of Advance Research*, MBA Dissertation, 1(3), 32-98

- Suárez-Ortega, S. (2003). Export barriers: Insights from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 21(4), 403-419.
- Sudarević, T. and Radojević, P. D. (2014). Internal and external export barriers: Analysis from Serbian SME's point of view. *Industrija*, 42(2), 131-153
- Şahinöz, A. (2011). *Neolitik'ten Günümüze Tarım Ekonomisi ve Politikaları*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Şimşek Ş., ve Çelik, A. (2015). *İşletme Bilimine Giriş*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Takım, A. (2015). *Uluslararası Ticarete Giriş Kavram, Teori, Politika ve Uygulama. Ekin Basın Yayın Dağıtım (Ekin Yayınevi), Bursa.*
- Tekelioğlu, S. ve Başer, H. (2013). Makine Sektöründeki Kobi'lerde İhracat Performansına Etki Eden Faktörler: Ankara Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 112-121.
- Toulova, M., Votoupalova, M. and Kubickova, L. (2015). Barriers of SMEs internationalization and strategy for success in foreign markets. *International Journal of Management Cases*, 17(1), 4-19
- Tomanbay, M. (2014). *Uluslararası Ticaret ve Finansmanı*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Turker, M. and Konaklı, Z. (2016). The perception of informational barriers to the internationalisation of both micro-small sized and medium-sized enterprizes. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 4(1), 39-50.
- Türkoğlu, E., (2015). *Küreselleşme ve Tarım Sektörü: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uysal, Ş. (2013). Manisa İlinde Bitkisel Ürünler İhracatında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 498-517.
- Uzundumlu, A. S. (2012). Tarım sektörünün ülke ekonomisindeki yeri ve önemi. *Alinteri Zirai Bilimler Dergisi*, 22(1), 34-44.
- Ünüsan, Ç. ve Canitez M., (2014). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Ünver, İ., (2008). Konya'da Faaliyet Gösteren Otomotiv Yan Sanayi İşletmeleri'nin İhracatta Yaşadığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yanık S., ve Uzun F., (2013). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebe Uygulamaları*. Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Yıldız, A., (2014). *Tarım Alanında Makineleşmenin İstihdam Üzerindeki Etkileri*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz M. ve Özken A. (2015). *Dış Ticarete Giriş*. Gazi Kitabevi, Ankara.



- Wijayarathne, J. M. D. S. and Perera, M. P. S. R. (2018). Sri Lankan SMEs and Perceived Export Barriers: Evidence from Manufacturing Sector. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 7(3), 1-10.
- Wood, V. R. and Robertson, K. R. (2000). Evaluating international markets: The importance of information by industry, by country of destination, and by type of export transaction. *International Marketing Review*, 17(1), 34-55.
- Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Meclisi (2019). <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> , Erişim Tarihi: 06.07.2019.
- İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, [http://archive.ismmmo.org.tr/docs/yayinlar/MevzuatSerisi/Mevzuat10/002\\_bolum\\_1\\_ve\\_2.pdf](http://archive.ismmmo.org.tr/docs/yayinlar/MevzuatSerisi/Mevzuat10/002_bolum_1_ve_2.pdf) , Erişim Tarihi: 08.07.2019.
- Resmi Gazete, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/06/20060606-10.htm> , Erişim Tarihi: 06/07/2019
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (2019). İhracat Rakamları. <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari.html> , Erişim Tarihi: 12.11.2019.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2019a). Dış ticaret istatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=0&param2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5801> , Erişim Tarihi: 07.11.2019.
- TÜİK (2019b). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=4&param2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5808> , Erişim Tarihi: 07.11.2019.
- TÜİK (2019c). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 08.11.2019.
- TÜİK (2019d). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 27.01.2020.
- TÜİK (2019e). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=2&param2=4&sitcrev=0&isicrev=3&sayac=5804> , Erişim Tarihi: 09.11.2019.
- TÜİK (2019f). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=2&param2=4&sitcrev=0&isicrev=3&sayac=5804> , Erişim Tarihi: 09.11.2019.
- TÜİK (2019g). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=2&param2=4&sitcrev=0&isicrev=3&sayac=5804> , Erişim Tarihi: 10.11.2019.

- TÜİK (2019h). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=2&param2=4&sitecrev=0&isicrev=3&sayac=5804> , Erişim Tarihi: 10.11.2019.
- TÜİK (2019i). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=2&sitecrev=0&isicrev=3&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 11.11.2019.
- TÜİK (2019j). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=0&sitecrev=0&isicrev=0&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 11.11.2019.
- TÜİK (2019k). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=0&sitecrev=0&isicrev=0&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 11.11.2019.
- TÜİK (2019l). Dış Ticaret İstatistikleri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=4&sitecrev=0&isicrev=0&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 11.11.2019.
- TÜİK (2019m). Dış Ticaret Verileri. <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/disticaret.zul?param1=9&param2=2&sitecrev=0&isicrev=3&sayac=5811> , Erişim Tarihi: 12.11.2019.
- Uludağ İhracatçı Birlikleri, (2017). Tarımın ve Organik Tarımın Türkiye İhracatındaki Yeri, Önemi, Gücü, Geleceği ve Tarım Sektörünün İhracatta Karşılaştığı Problemler Sektörü Geliştirmenin Yolları, <http://www.uib.org.tr/tr/kbfile/tarim-raporu>, Erişim Tarihi: 06.07.2019.

## EK. ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket, Türkiye’de tarım sektörüne ilişkin ihracat sorunlarının tespit edilebilmesi amacıyla Kilis 7 Aralık Üniversitesi bünyesinde yapılmakta olan “Türkiye’de Tarım Sektörünün İhracat Sorunları: Mardin İli Örneği” adlı Yüksek Lisans tez çalışmasının uygulama kısmının analizinin gerçekleştirilmesi için hazırlanmıştır. **BU ARAŞTIRMADA HİÇBİR ŞEKİLDE KİMLİK BİLGİLERİNİZ İSTENMEMEKTEDİR.** Yapılan çalışma akademik nitelikte olup, çalışma sonucunda elde edilen bulgular tamamen bilimsel amaca yönelik olarak kullanılacak ve toplanan veriler **kesinlikle üçüncü şahıs ya da kurumlara** verilmeyecektir. Çalışmadan sağlıklı bulgular elde etmek ve sektörün sorunlarına çözüm bulabilmek açısından vereceğiniz cevaplar büyük önem taşımaktadır. Katılımınız ve soruları içtenlikle yanıtladığınız için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Sumru BAKAN Kilis 7 Aralık Üniversitesi İİBF Öğretim Üyesi	Mehmet DABAKOĞLU Kilis 7 Aralık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat ABD Yüksek Lisans Öğrencisi
---	---

<b>Kişisel ve Kurumsal Bilgiler</b>
<b>1. Cinsiyetiniz:</b> <input type="checkbox"/> Erkek <input type="checkbox"/> Kadın
<b>2. Yaşınız:</b> <input type="checkbox"/> 18-29 <input type="checkbox"/> 30-35 <input type="checkbox"/> 36-44 <input type="checkbox"/> 45+
<b>3. Eğitim Durumunuz:</b> <input type="checkbox"/> İlköğretim/Lise <input type="checkbox"/> Ön Lisans <input type="checkbox"/> Lisans/Lisansüstü
<b>4. Kurumda Çalışma Süreniz:</b> <input type="checkbox"/> 1 yıldan az <input type="checkbox"/> 1-4 <input type="checkbox"/> 5-9 <input type="checkbox"/> 10+
<b>5. Kaç Yabancı Dil Biliyorsunuz?</b> <input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2+
<b>6. Firma Aile Şirketi midir?</b> <input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
<b>7. Firmada Çalışan Personel Sayısı:</b> <input type="checkbox"/> 0-10 (Mikro) <input type="checkbox"/> 11-50 (Küçük) <input type="checkbox"/> 51-250 (Orta) <input type="checkbox"/> 251 ve üzeri (Büyük)
<b>8. Firmanın Kapasite Kullanım Oranı:</b> <input type="checkbox"/> % 0-25 <input type="checkbox"/> %26-50 <input type="checkbox"/> %51-75 <input type="checkbox"/> %76-100
<b>9. İhracat Geliri Firma Gelirinin Ne Kadarını Oluşturuyor:</b> <input type="checkbox"/> % 0-25 <input type="checkbox"/> %26-50 <input type="checkbox"/> %51-75 <input type="checkbox"/> %76-99 <input type="checkbox"/> %100
<b>10. Hammaddeyi nereden temin ediyorsunuz?</b> <input type="checkbox"/> Yurtiçi <input type="checkbox"/> Yurtdışı
<b>11. Firmanın İhracat Departmanı var mı?</b> <input type="checkbox"/> Var <input type="checkbox"/> Yok

<b>İhracat Yapan Firmaların Sorunlarını Belirlemeye Yönelik Önermeler</b>						
<b>No</b>	<b>İfadeler: 1= Kesinlikle İhracata Engel olmuyor 2= İhracata Engel olmuyor. 3= Ne Engel Oluyor Ne Engel Olmuyor. 4= İhracata Engel Oluyor. 5= Kesinlikle İhracata Engel oluyor.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	Firmanın yurt dışı pazarlar hakkındaki bilgi eksikliği	1	2	3	4	5
2	İhracat pazarlarına yönelik araştırmaların yetersizliği	1	2	3	4	5
3	Firmanın ihracat yapmadaki isteksizliği	1	2	3	4	5
4	Firmanın ihracat faaliyetlerine yeteri kadar zaman ayıramaması	1	2	3	4	5
5	Sadece iç pazara odaklanmak	1	2	3	4	5
6	İhracat departmanının olmaması veya yetersizliği	1	2	3	4	5
7	Teknolojiyi yeterli düzeyde kullanamamak	1	2	3	4	5
8	İhracat pazarlamasında eğitilmiş ve tecrübeli personel eksikliği	1	2	3	4	5
9	Kamu destekleri hakkında bilgi eksikliği	1	2	3	4	5
10	İhraç edilecek ürünün yurt dışı pazarlar için uygun olmaması	1	2	3	4	5
11	Ülkelerin farklı standartlarda ürün talep etmesi	1	2	3	4	5
12	Ürün paketleme, etiketleme ve işaretleme standartları sorunları	1	2	3	4	5
13	Ürün depolanmasından kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5
14	Kalite belgesi eksikliğinden kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5
15	Finansal kaynakların yetersizliği	1	2	3	4	5
16	İhracatın finansman maliyetinin yüksekliği	1	2	3	4	5
17	Kredi faiz oranlarının yüksekliği	1	2	3	4	5
18	Üretim girdi maliyetindeki artışlar	1	2	3	4	5
19	Döviz kurundan kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5
20	Uluslararası iletişim maliyetlerinin yüksek olması (telefon, faks, internet vb.)	1	2	3	4	5
21	Yurt dışı pazarlardan alacakların tahsil edilememesi	1	2	3	4	5
22	Yurt dışı pazarlara taşıma maliyetlerinin yüksekliği	1	2	3	4	5
23	Kamu desteklerinin ve teşviklerinin yetersizliği	1	2	3	4	5
24	Bankacılık işlemlerinden kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5
25	Sigortacılık hizmetlerinden kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5
26	Depolama maliyetlerinin yüksek olması	1	2	3	4	5
27	İç piyasadaki ekonomik belirsizlikler	1	2	3	4	5
28	İthalatçı ülkenin uyguladığı gümrük vergilerinin yüksek olması	1	2	3	4	5
29	İhracat işlemlerindeki bürokratik engeller	1	2	3	4	5
30	Yurt dışı pazarlardaki kurallardan ve düzenlemelerden kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5
31	Yabancı ülkelerin korumacılık eğilimleri	1	2	3	4	5
32	Ülke içindeki siyasi istikrarsızlık	1	2	3	4	5
33	İhracat yapılacak ülkenin ekonomik durumu	1	2	3	4	5
34	İhracat yapılacak ülkedeki siyasi istikrarsızlık	1	2	3	4	5
35	Ülkeler arasındaki diplomatik sorunlar	1	2	3	4	5
36	Yurt dışı pazarlardaki rekabetin yüksek olması	1	2	3	4	5
37	Yurt dışı pazarlarla iletişimde yabancı dil sorunu	1	2	3	4	5
38	Yurt dışı pazarlardaki tüketim kültürünün farklı olması	1	2	3	4	5
39	Uygun taşıma imkânlarının ve dağıtım kanallarının olmaması	1	2	3	4	5
40	Ürünün yurt dışı pazara zamanında teslim edilmemesi	1	2	3	4	5
41	Satış sonrası hizmetlerin yetersizliği	1	2	3	4	5
42	İhracat ürünlerinin fiyatlandırılmasındaki sorunlar	1	2	3	4	5
43	Uluslararası tanıtım yapamamak (Fuar, Reklam vb.)	1	2	3	4	5
44	Ülkemizin dış piyasalardaki imajı	1	2	3	4	5
45	Dış ticaret işlemlerinde rüşvet ve kayırma	1	2	3	4	5
46	Uluslararası dağıtımçıları ve aracılardan kaynaklanan sorunlar	1	2	3	4	5