

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ULUSLARARASI TİCARET POLİTİKALARINA GENEL BAKIŞ

Murat Alkın*¹

Özet: Bu çalışma, uluslararası ticaret politikalarının tarihsel gelişimini, teorik temellerini ve güncel uygulamalarını kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Uluslararası ticaret, küresel ekonominin dinamiklerini belirleyen kritik bir unsur olup, ülkeler arasındaki mal ve hizmet alışverişi ekonomik büyüme, istihdam ve refah düzeyi üzerinde önemli etkilere sahiptir. Çalışma, uluslararası ticaret politikalarının temel araçlarını ve bu politikaların işleyiş biçimlerini detaylı bir şekilde sunmaktadır. Uluslararası ticaret politikaları, ülkelerin dış ticaretini düzenlemek, ekonomik çıkarlarını korumak ve küresel rekabette avantaj sağlamak amacıyla kullanılan çeşitli strateji ve araçlardan oluşur. Bu politikalar, tarifeler, kotalar, ticaret anlaşmaları ve düzenleyici önlemler gibi çeşitli mekanizmalar aracılığıyla uygulanmaktadır. Sonuç olarak, çalışma uluslararası ticaret politikalarının ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarını değerlendirerek, bu politikaların küresel ekonomi üzerindeki önemini ve sürdürülebilirliğini vurgulamaktadır. Uluslararası ticaret politikalarının gelecekteki yönelimlerine dair öngörülerde bulunan çalışma, politika yapımcılar için stratejik öneriler sunmaktadır. Ticaret politikalarının çok yönlülüğünü ve küresel ekonominin dinamikleri üzerindeki belirleyici rolünü anlamak için önemli bir kaynak olan bu çalışma, uluslararası ticaretin karmaşıklığını ve bu alandaki politikaların çok boyutluluğunu gözler önüne sermektedir.

Anahtar kelimeler: Uluslararası Ticaret, Uluslararası Ticaret Teorileri, Dış Ticaret Politikaları, İhracat.

AN OVERVIEW OF INTERNATIONAL TRADE POLICIES FROM THE PAST TO THE PRESENT

Abstract: This study comprehensively examines the historical development, theoretical foundations and current applications of international trade policies. International trade is a critical element that determines the dynamics of the global economy, and the exchange of goods and services between countries has significant effects on economic growth, employment and welfare. The study presents in detail the basic tools of international trade policies and the way these policies operate. International trade policies consist of various strategies and tools used to regulate the foreign trade of countries, protect their economic interests and gain advantage in global competition. These policies are implemented through various mechanisms such as tariffs, quotas, trade agreements and regulatory measures. As a result, the study evaluates the economic, social and environmental dimensions of international trade policies and emphasizes the importance and sustainability of these policies on the global economy. The study makes predictions about the future trends of international trade policies and offers strategic recommendations for policy makers. This study, which is an important resource for understanding the versatility of trade policies and their decisive role in the dynamics of the global economy, reveals the complexity of international trade and the multidimensionality of policies in this field.

Key words: International Trade, International Trade Theories, Foreign Trade Policies, Export

¹**Adres:** Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta, Türkiye.

* **Sorumlu Yazar:** murat.alkin90@gmail.com

Atf: Alkın, M. (2024). Geçmişten Günümüze Uluslararası Ticaret Politikalarına Genel Bakış. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1): 8-19.

1. GİRİŞ

Uluslararası ticaret, küresel ekonominin dinamiklerini şekillendiren en önemli unsurlardan biridir (Alkın ve Kuşat, 2019). Ülkeler arasındaki mal ve hizmet alışverişi, ekonomik büyüme, istihdam, refah düzeyi ve teknolojik ilerleme gibi pek çok alanda belirleyici rol oynamaktadır. Uluslararası ticaret politikaları, ülkelerin ticaret ilişkilerini düzenlemek, ekonomik çıkarlarını korumak ve küresel rekabette avantaj sağlamak amacıyla geliştirilen stratejileri ve düzenlemeleri içerir. Bu politikalar, tarife ve kotalar gibi geleneksel araçlardan başlayarak, serbest ticaret anlaşmaları ve ticaret blokları gibi daha modern yaklaşımlara kadar geniş bir yelpazeye sahiptir.

Tarihsel olarak, uluslararası ticaretin gelişimi, dünya ekonomisinin evrimi ile paralel bir seyir izlemiştir. 19. yüzyılda sanayi devrimi ile hız kazanan ticaret, 20. yüzyılın ortalarında Bretton Woods sistemi ile yeni bir düzene kavuşmuş ve 21. yüzyılda ise küreselleşme süreci ile birlikte daha da karmaşık bir hal almıştır. Ticaret politikalarının şekillenmesinde, ekonomik teoriler, siyasi çıkarlar, ulusal güvenlik kaygıları ve toplumsal talepler gibi pek çok faktör etkili olmuştur.

Günümüzde, uluslararası ticaret politikaları, sadece ekonomik etkileriyle değil, aynı zamanda sosyal, çevresel ve politik sonuçlarıyla da dikkat çekmektedir. Serbest ticaretin savunucuları, ticaretin refah düzeyini artırdığına ve küresel yoksulluğu azalttığına inanırken, korumacı politikalar savunucuları ise yerli sanayiye ve istihdamı koruma gerekliliğini vurgulamaktadır. Bu iki yaklaşım arasındaki denge, ticaret politikalarının tasarımında ve uygulanmasında kritik bir rol oynamaktadır.

Özellikle 21. yüzyılın ilk çeyreğinde yaşanan küresel ekonomik krizler, ticaret savaşları ve pandemi gibi olaylar, uluslararası ticaret politikalarının ne denli hassas ve stratejik bir alan olduğunu gözler önüne sermiştir. Bu bağlamda, ülkeler arasındaki ticaret anlaşmazlıkları, Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) rolü, bölgesel ticaret anlaşmaları ve ulusal ticaret stratejileri gibi konular, uluslararası ticaret politikalarının incelenmesinde önemli başlıklar olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışma, uluslararası ticaret politikalarının tarihsel gelişimini, teorik temellerini ve güncel uygulamalarını ele alarak, küresel ekonomik sistem üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde analiz etmeyi amaçlamaktadır. Öncelikle ticaret politikalarının tarihsel arka planı ve teorik çerçevesi üzerinde durulacak, ardından güncel uygulamalar ve politikalar detaylandırılacaktır. Son olarak, uluslararası ticaret politikalarının geleceğine yönelik öngörüler ve olası senaryolar tartışılacaktır. Bu kapsamda, hem ekonomik teorilere hem de güncel örneklerle dayanan bir değerlendirme sunulacak ve uluslararası ticaret politikalarının karmaşıklığına ışık tutulacaktır.

2. ULUSLARARASI TİCARET

Uluslararası ticaret, ülkeler arasında mal ve hizmetlerin alım-satımını içeren ekonomik bir faaliyettir. Bu faaliyet, küresel ekonomik ilişkileri ve ülkelerin refahını etkiler. Uluslararası ticaretin temel amacı, ülkelerin güçlü yönlerini

kullanarak ürettikleri mal ve hizmetleri diğer ülkelerle takas etmelerini sağlamaktır.

Uluslararası ticarete temel unsurlardan biri ticaret dengesidir. Ticaret dengesi, bir ülkenin ihraç ettiği mal ve hizmetlerin değeri ile ithal ettiği mal ve hizmetlerin değeri arasındaki farktır. Olumlu bir ticaret dengesi, bir ülkenin diğer ülkelerden daha fazla mal ve hizmet ihraç ettiği anlamına gelirken, olumsuz bir ticaret dengesi, bir ülkenin daha fazla mal ve hizmet ithal ettiği anlamına gelir. Uluslararası ticaretin bir diğer önemli unsuru, ticaretin engelleridir. Gümrük vergileri, kota sistemleri ve ticaret politikaları gibi engeller, ülkeler arasındaki ticaret akışını etkiler. Bazı durumlarda, ülkeler uluslararası ticareti teşvik etmek amacıyla serbest ticaret anlaşmaları yaparlar.

Küreselleşen dünya ile birlikte teknolojik ilerlemeler ve iletişim araçlarının gelişimi, uluslararası ticareti artırmış ve dünya genelinde ekonomik entegrasyonu güçlendirmiştir. İnternet, küresel pazarlara erişimi kolaylaştırarak küçük ve büyük ölçekli işletmelerin uluslararası ticaret yapmasını sağlamıştır. Uluslararası ticaretin getirdiği avantajlar arasında ekonomik büyüme, istihdam artışı, çeşitlilik ve rekabetin teşviki yer almaktadır. Ancak, aynı zamanda belirli sektörlerde rekabetin artması, iş gücü kaybı ve çevresel endişeler gibi zorlukları da beraberinde getirebilir.

2.1. Uluslararası Ticaretin Tanımı ve Kapsamı

Uluslararası ticaretin kavramsal açıklamasına geçmeden önce, ilk olarak ticaretin tanımını yapmak daha anlamlı olacaktır. Ticaret, kar elde etme amacı güderek gerçekleştirilen alım-satım faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Ticaret, insanlık tarihinde takas yöntemiyle başlamış ve zaman içinde evrim geçirerek günümüze kadar ulaşmıştır (Polat, 2007). Uluslararası ticaretin temel anlamını ise; bir ülkedeki kamusal kuruluşlar veya özel sektörün, mal veya hizmetlerin alım-satımını başka ülkelerle yaptığı bir ekonomik faaliyet olarak ifade etmek mümkündür (Seyidoğlu, 1999). Dolayısıyla, uluslararası ticaretin ticaretten farkı, alım-satım işlemlerinin sınırları aşarak başka ülkelerle gerçekleştirilmesidir (Uçan, 2023).

Uluslararası ticaret, ülkeler ve bölgeler arasında gerçekleştirilen, mal ve hizmetlerin sınırların ötesinde belirli bir tutar karşılığında nihai kullanıcılara ulaştırılmasını sağlayan, ekonomik faaliyetlerin temel taşı olan uluslararası ekonominin kritik bir unsudur (Macit, 2019). Bir başka benzer çalışmada Tahirliler (2016)'ya göre uluslararası ticaret, bir ülkenin sınırları dışında, belirli bir bedel karşılığında mal ve hizmetlerin alım satım işlemi olarak ifade edilmiştir. Bu tanımlamada, farklı ülkeler arasında gerçekleşen ticaretin önemli olduğu vurgulanırken, mal ve hizmetlerin takas edilmesi gerekliliği ifade edilmektedir. Bu ticaretin gerçekleşebilmesi için belirli şart ve koşulların sağlanması gerekmektedir.

Uluslararası ticaret, farklı bölgeler veya uluslararası sınırlar arasında gerçekleşen mal, sermaye ve hizmet alışverişi anlamına gelir. Dünya genelinde mal ve hizmet değişimini ifade eder. Her ülkenin, insanların memnun etmek ve ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetlere gereksinimi vardır. Mal ve hizmetlerin üretimi için kaynaklara ihtiyaç duyulur. Ancak her ülkenin sahip olduğu kaynaklar sınırlıdır, bu nedenle bir ülke tüm ihtiyaçlarını tek başına

karşılayamaz. Üretilmeyen veya yetersiz miktarda olan ihtiyaç maddelerini temin etmek için diğer ülkelerle ticaret yapması gerekebilir. Aynı şekilde, bir ülkenin mal üretimi talepten fazla olduğunda, fazla ürünleri diğer ülkelere satar (Grozdanovska vd., 2017).

Literatürde daha önce yapılan çalışmalar ışığında uluslararası ticaret kavramını, ülkeler arasında gerçekleşen mal, hizmet ve sermaye alışverişini kapsayan ekonomik bir faaliyet olarak ifade edebiliriz. Ayrıca bu ticaret, sınırların ötesindeki farklı ülkeler arasında mal alımı ve satımını, hizmetlerin sunumunu, yatırım yapmayı ve sermaye hareketliliğini içerir. Uluslararası ticaret genellikle iki temel unsur etrafında döner: bir ülkede bulunan kaynakların diğer ülkelerle paylaşılması ve her bir ülkenin kendi özel avantajlarına dayanarak belirli mal ve hizmetleri üretip sunması. Bu ticaret, dünya ekonomisinin büyümesine katkıda bulunur ve ülkeler arasında karşılıklı bağımlılık yaratır. Uluslararası ticaretin ana hedefleri arasında kaynakların etkin bir şekilde kullanılması, ekonomik büyüme, refahın artması ve küresel ticaretin düzenli ve adil bir şekilde yürütülmesi bulunmaktadır. Uluslararası ticaret, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında farklı ticaret dinamikleri oluşturabilir. Özel ticaret anlaşmaları, serbest ticaret bölgeleri ve çok taraflı ticaret anlaşmaları gibi düzenlemeler, ülkeler arasındaki ticaretin düzenlenmesine ve teşvik edilmesine yönelik çeşitli stratejiler sunar. Bu sayede ülkeler, kendi ekonomik ihtiyaçlarına uygun şekilde uluslararası ticaret yapabilirler.

2.2.Uluslararası Ticaretin Tarihsel Süreci

Uluslararası ticaretin tarihi, insanlık tarihinin çok eski dönemlerine kadar uzanmaktadır. İnsanlar, farklı bölgelerde bulunan kaynaklardan elde ettikleri mal ve hizmetleri takas yoluyla değiştirmeye başladıklarında, uluslararası ticaretin temelleri atılmıştır. İnsanoğlu, varoluşundan itibaren dış dünyayı keşfetme arzusuyla hareket etmiş ve yeni kültürlerle tanışarak kendi sınırlarını aşma çabası içine girmiştir. Bu keşifler ve etkileşimler, farklı medeniyetlerin bir araya gelerek kültürel, siyasi, toplumsal ve ekonomik alanlarda işbirliği yapmasına olanak sağlamıştır. Bu durum, çeşitli medeniyetler arasında ticari birlikliklerin oluşmasını teşvik etmiştir, zira insanlar farklı yapıdaki medeniyetlerle ilişki kurarak zengin bir kültürel alışverişe girişmişlerdir (Usta, 2019; Bozkurt, 2002).

Uluslararası ticaretin tarihi, insanlık tarihiyle birlikte başlamış olan ticaret faaliyetlerine dayanmaktadır. İnsanlar, binlerce yıldır farklı bölgelerdeki mal ve hizmetleri takas etme yoluna gitmişlerdir. Ancak, daha örgütlü ve sistemli bir şekilde gerçekleşen uluslararası ticaretin kökenleri, eski çağlara kadar uzanmaktadır. Antik çağlarda, farklı medeniyetler arasında ticaret yoğun bir şekilde gerçekleşiyordu. Mezopotamya, Mısır, Fenikeliler, Roma İmparatorluğu gibi uygarlıklar, geniş coğrafyalara yayılan ticari ağlar kurmuşlardır. Bu dönemde özellikle kıymetli metaller, baharatlar, ipek gibi ürünler önemli ticaret malları arasındaydı. Orta Çağ'da Avrupa, Asya ve Afrika arasındaki ticaretin merkezi haline geldi. İpek Yolu ve Sahra Altı Afrika ticaret yolları gibi önemli ticaret rotaları oluştu. Keşifler dönemiyle birlikte Avrupalı denizciler yeni keşfedilen bölgelerle ticaret yapmaya başladılar. Özellikle 15. yüzyıldan itibaren kolonizasyon ve deniz aşırı ticaret hız kazandı. Sanayi Devrimi ile birlikte 18. ve 19. yüzyıllarda

uluslararası ticaret daha da büyüdü. Endüstriyel üretim, demiryolları ve gemi teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte ticaretin hacmi arttı. Bu dönemde özellikle Avrupa ülkeleri, kolonileriyle ticaret yaparak büyük bir ekonomik güç haline geldiler. 20. yüzyılda ise uluslararası ticaret, teknolojik ilerlemeler, iletişim ve ulaşım kolaylıklarıyla büyük bir ivme kazandı. Küreselleşme süreciyle birlikte uluslararası ticaret daha da yoğunlaştı ve dünya ekonomisi giderek daha entegre bir hal aldı. Günümüzde uluslararası ticaret, farklı ülkeler ve bölgeler arasında mal, hizmet, sermaye ve bilginin akışını sağlayarak küresel ekonomik ilişkilerin temelini oluşturmaktadır (Macit, 2019; Usta, 2019; Tahirler, 2016).

Genel itibari ile özetleyecek olursak uluslararası ticaretin tarihi, insanlık tarihinde uzun bir evrim sürecinden geçmiş ve dünya ekonomisinin temel bir unsuru haline gelmiştir. Bu evrim, medeniyetlerin yükselişi, keşifler, teknolojik ilerlemeler ve politik değişimler gibi çeşitli faktörler tarafından şekillenmiştir. İnsanoğlunun ticari etkileşimde bulunma arzusu, ticaretin doğmasına ve gelişmesine neden olan temel dinamiklerden biridir. Ticaretin tarihi, eski çağlara kadar uzanmaktadır. Antik dönemde, Asya, Afrika, Avrupa ve Orta Doğu'nun ticaret ağları arasında malların değiş tokuşu yaygındı. Antik Roma İmparatorluğu'nun ipek ve baharat ticareti ile Çin'in ipek yolu, bu dönemdeki önemli ticaret rotalarından bazılarıydı. Orta Çağ boyunca, İslam medeniyeti, Asya ve Avrupa arasında yoğun bir ticaret ağı oluşturdu. Coğrafi Keşifler dönemi (15. yüzyılın sonlarından 17. yüzyılın ortalarına kadar) uluslararası ticaretin önemli bir dönüm noktasıdır. Portekizli denizcilerin ve ardından diğer Avrupalı keşiflerin yeni kara ve deniz rotaları keşfetmeleri, Asya ve Amerika ile ticaretin artmasına yol açtı. Bu dönemde, baharatlar, değerli metaller ve tekstil ürünleri gibi malların Avrupa'ya getirilmesi, deniz aşırı kolonilerin kurulması ve köle ticareti büyük ölçüde genişledi. 18. ve 19. yüzyıllarda Sanayi Devrimi, üretim süreçlerini ve ulaştırma sistemlerini kökten değiştirdi. Bu dönemde, fabrikalarda seri üretime geçilmesi ve demiryollarının yaygınlaşması, ticaretin hacmini büyük ölçüde artırdı. Aynı zamanda, altın standardının benimsenmesi ve serbest ticaret politikalarının teşvik edilmesiyle, uluslararası ticaret daha da ivme kazandı. 20. yüzyılın ikinci yarısında, bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler, haberleşme ve ulaşım maliyetlerindeki düşüş ile birlikte, küresel ticaret daha da arttı. Günümüzde, çok uluslu şirketler, küresel tedarik zincirleri ve dijital ticaretin yükselişi, uluslararası ticaretin daha karmaşık ve entegre hale gelmesine neden olmuştur.

Uluslararası ticaretin tarihsel evrimi, kültürel, ekonomik, siyasi ve teknolojik faktörlerin etkileşimiyle şekillenmiştir. Bu evrim, uluslararası ilişkileri, ekonomik kalkınmayı ve küresel bağlantıları derinlemesine etkileyen bir süreçtir.

2.3.İhracatın Tanımı

Küreselleşme ile birlikte artan uluslararası ticaretin önemli bir unsuru olan ihracat, bir ülkenin ekonomik büyümesi, rekabet gücü kazanması, dış ticaret dengesini sağlaması ve uluslararası pazarda yer edinmesi açısından kritik bir role sahiptir. İhracat, bir ülkenin üretim potansiyelini artırırken, yerel işletmelerin uluslararası alanda rekabet avantajı elde etmelerine olanak tanır. Bu kapsamda, işletmelerin sınırlarını genişletmeleri, küresel pazarlarda varlık göstermeleri ve uluslararası müşterilere ürün ve hizmet sunmaları hedeflenir.

İhracatın tanımı, sadece malın bir ülkeden başka bir ülkeye satılması olarak özetlenemez; aynı zamanda bu sürecin uluslararası normlara, gümrük mevzuatına ve pazar koşullarına uygun biçimde planlanması, yönetilmesi ve değerlendirilmesini içerir. İhracat, bir işletmenin global düzeyde faaliyet göstermesini gerektiren karmaşık bir süreçtir.

İhracat, ürün veya hizmetin özel bir biçimde ihracata uygun bir şekilde üretilmesini, uluslararası standartlara ve pazar koşullarına uygun olmasını, yabancı pazarda tanıtım ve reklamının yapılmasını, dış ülkelere satışını ifade eder. Ayrıca, şirketlerin kendi ulusal pazarlarından çıkarak sınırların ötesine geçip değerleri dış pazarlarda pazarlama girişimlerini içerir (Keegan ve Green, 2015). Yani başka bir ifade ile ihracat, bir ürünün, geçerli ihracat düzenlemelerine ve gümrük kurallarına uygun bir şekilde ülkenin gümrük bölgesinin dışına veya serbest bölgelerine çıkarılmasını ya da ülkenin Ekonomi Bakanlığı tarafından ihracat olarak kabul edilecek diğer çıkışları ifade eder (Camtez, 2017).

Beşeli (1997)'nin tanımına göre ihracat, işletmelerin kâr hedefleri doğrultusunda müşteri taleplerini karşılamak, işletme kaynaklarını uluslararası alanda kullanmak, planlamak, denetlemek ve değerlendirmek gibi faaliyetlerle uluslararası alanda faaliyet göstermesini ifade eder.

Doğan (2005)'in tanımına göre ise ihracat; bir ürün veya değer mevcut ihracat ve gümrük düzenlemelerine uygun bir şekilde yurt dışına çıkarılması ve belirlenen yasal süre içinde ülkeye getirilmesi işlemidir.

Genel bir ifadeyle ihracat, bir ülkenin sınırları dışında üretilen mal ve hizmetlerin, yabancı ülkelere satılmasıdır. Bu işlem, bir ulusun ekonomisindeki mal ve hizmetlerin uluslararası pazarlara arz edilmesini ifade eder. İhracat genellikle bir ülkenin ekonomik büyümesini destekler, dış ticaret dengesini etkiler ve ulusal refahı artırabilir. İhracat işlemleri genellikle özel sektör işletmeleri, üreticiler veya ticaret şirketleri tarafından gerçekleştirilir. Ülkeler, sahip oldukları rekabet avantajlarına dayanarak, belirli ürün ve hizmet kategorilerinde uluslararası pazarlarda rekabet ederler. İhracat, genellikle bir ülkenin ekonomik çeşitliliğini artırarak ve dış talebi karşılayarak ekonomik büyümeye katkıda bulunur. Uluslararası ticaretin bir parçası olarak ihracat, ülkeler arasındaki ekonomik ilişkileri şekillendiren önemli bir unsurdur. İhracatın düzeyi, bir ülkenin küresel ekonomideki konumunu ve ticaret politikalarının etkisini belirlemede önemli bir göstergesi olarak kabul edilir.

2.4.İhracatın Ülkelere Sağladığı Faydalar

Küresel pazarlar, bir ülkenin iç pazarının çok ötesinde bir ölçüde sahiptir ve büyük bir kar potansiyeli barındırır. Ancak, bu pazarlara girmek ve rekabet etmek zordur. Günümüzde, herhangi bir ülkenin kendi ekonomik düzeyine bakıldığında, o ülkenin kendi kendine yetecek kadar yeterli olmadığı anlaşılır. Hiçbir ülke, kendi üretim faktörlerini kullanarak tüm ihtiyaçlarını karşılayamaz. Bu durumda, ülkeler, üretmedikleri ürünleri ithal etmek zorundadır. Devletler, ürün ithal edebilmek için ise gerekli dövizde sahip olmalıdır. Bu gereklilik, ekonomiler arasında mal ve bilgi ihracatının serbestçe gerçekleşmesini sağlar. Her ülkenin hedefi, ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı teşvik etmektir.

Bu hedefe ulaşmanın anahtarı, ülkelerin ihracat gelirleri ile yakından ilişkilidir. İhracat yoluyla, devletler döviz gelirlerini artırmanın yanı sıra, ekonomik büyüme ve kalkınma için gerekli olan finansal kaynakları da elde ederler. Ekonomik kalkınma, genellikle sanayileşme ile eş anlamlıdır ve bu nedenle kalkınmanın temel şartı olarak kabul edilen bir süreçtir (Çelik, 2023).

Ülkeler, mevcut ekonomik yapılarını sürdürmek ve geliştirmek amacıyla özel bir önem vererek ihracata odaklanmaktadır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, ihracatlarını artırmak için verdikleri bu mücadelede öncelikle ihracatı teşvik edici sistemleri ele almaktadır. İhracatı destekleyen önlemler; ihracat endüstrilerinin karlılığını artırarak, kaynakların iç piyasadaki ürünler yerine ihracata yönlendirilmesini hedefleyen tedbirlerdir. Ülkeler, dışa dönük sanayileşme stratejilerini hayata geçirirken ihracatı artırmak amacıyla çeşitli teşvik araçlarına başvurmaktadır. Bu araçlar arasında gerçekçi döviz kurları, olumlu reel faiz oranları, para-kredi sistemine yönelik verim artışını sağlayan reformlar, ihracatta vergi iadesi, ihracat kredileri ve sigortası gibi önlemler bulunmaktadır. İhracata odaklanan sanayileşme stratejisini benimseyen ülkelerde, ekonomilerindeki ihracat kapasitesini artırmak için uygulanan politikalar arasında yer alırlar. Ekonomilerinde ihracat kapasitesi artan ülkelerde, genellikle enflasyon, işsizlik, faiz gibi makroekonomik göstergeler olumlu bir eğilim gösterir (Jin, 2002).

İhracat, bir ülkenin ekonomik büyümesi ve uluslararası rekabet gücü kazanması açısından kritik bir öneme sahip olan bir ticaret yöntemidir. İşletmelerin sınırlarını genişletmelerini, yeni pazarlara açılmalarını ve küresel düzeyde varlık göstermelerini sağlayan ihracat faaliyetleri, aynı zamanda ülkeler arasında ekonomik etkileşimi artırarak birçok önemli fayda sunar.

İhracat, bir ülkenin ekonomik büyümesine olumlu bir katkı sağlar. Uluslararası pazarlara açılarak, işletmeler daha geniş bir müşteri tabanına ulaşabilir ve üretimlerini artıracaklardır. Bu durum, ülkenin toplam üretim kapasitesini genişleterek daha fazla istihdam yaratmasına ve dolayısıyla ekonomik büyümeye katkıda bulunmasına olanak tanır. İhracat bunun yanında, bir ülkenin döviz kazanmasını sağlayarak uluslararası ticaret dengesine olumlu etki yapar. Dış pazarlardan elde edilen gelir, ülkenin döviz rezervlerini artırarak ödemeler dengesini düzenler. Bu durum, ithalata karşılanan dış talebi finanse etmeye yardımcı olur ve ekonomik istikrarı destekler.

Uluslararası rekabet ortamında varlık göstermek, işletmeleri daha rekabetçi hale getirir. İhracat yapmak, işletmeleri uluslararası standartlara uyum sağlamaya, ürün ve hizmet kalitesini artırmaya ve sürekli olarak inovasyon yapmaya yönlendirir. Bu süreç, işletmelerin daha etkili ve verimli hale gelmelerini sağlar. İhracat ayrıca, ülkeler arasındaki ekonomik ilişkileri güçlendirir ve ticaret yoluyla diplomatik bağları olumlu yönde etkiler. Ortak ekonomik çıkarlar, ülkeler arasında işbirliği ve anlayışı artırabilir. Bu durum, uluslararası toplulukta daha sağlam ve sürdürülebilir ilişkilerin oluşmasına katkıda bulunur.

İhracatın bir ülkeye sağladığı faydalar, ekonomik büyüme, döviz kazanımı, rekabet avantajı ve uluslararası ilişkilerdeki güçlenme gibi çok yönlüdür. Küresel ticaretin vazgeçilmez

bir unsuru olan ihracat, ülkelerin ekonomik kalkınmasına katkıda bulunarak uluslararası arenada rekabet edebilirliklerini artırır. Bu nedenle, ülkelerin ekonomik stratejilerinde ihracata odaklanmaları, sürdürülebilir büyüme ve kalkınma için önemli bir adımdır.

2.5.İhracatın İşletmelere Sağladığı Faydalar

Günümüz küreselleşmiş ekonomik ortamında işletmeler, sadece yerel pazarlara odaklanmak yerine uluslararası arenada rekabet etme ihtiyacı hissetmektedir. İşletmelerin uluslararası pazarlara açılması ve mal veya hizmetlerini yabancı ülkelere ihraç etmesi, bir dizi avantajı beraberinde getirmektedir. Ayrıca işletmeler sadece rekabet için değil aynı zamanda yerel piyasalardaki olumsuz gelişmelerle karşılaştıklarında küresel arenaya yönelerek daha geniş bir pazara ulaşmayı hedeflerler. Bu kapsamda, işletmeler için en yaygın ve etkili yöntem olan ihracat, uluslararası piyasalara açılmanın kapılarını aralar. İhracat, sadece satışları artırmakla kalmaz, aynı zamanda ekonomik dalgalanmalara karşı daha dirençli bir pozisyon oluşturarak istikrarsız ekonomik modellerin etkilerini azaltma imkanı sunar (Yücel, 2019).

Mikroekonomik perspektiften bakıldığında, işletmeler, ihracat faaliyetleriyle sadece rekabet avantajı elde etmekle kalmaz, aynı zamanda mali durumlarını güçlendirir, kapasite kullanımını artırır ve teknolojik standartlarını yükselterek kendilerini geliştirebilirler (Johnson, 2011). İhracat yapan firmalar küresel pazarlarda meydana gelen değişimlerden daha erken haberdar olurlar (Barrios vd., 2003).

İhracat, işletmelerin küresel pazarlara açılmasında kilit bir rol oynar ve bu süreç, satış artışının ötesinde ekonomik istikrar, uluslararası tanınırlık ve rekabet avantajları gibi birçok kazanımı beraberinde getirir.

2.6.Uluslararası Ticaret Teorileri

Uluslararası ticaret teorileri, ekonomi dünyasının derinliklerine nüfuz eden karmaşık ilişkilerin anlaşılmasına yönelik kapsamlı bir çerçeve sunar ve ekonomik aktörlerin, politika yapıcılarının ve iş dünyasının stratejilerini şekillendiren temel prensipleri irdeleyen önemli bir alanı ifade eder. Bu teoriler, farklı ülkeler arasındaki ticaretin nedenlerini, etkilerini ve dinamiklerini ele alarak, uluslararası ekonomik ilişkilerin temelini oluşturur. Günümüzde, küreselleşmenin hüküm sürdüğü bir çağda, uluslararası ticaret teorileri, ekonomik aktörlerin ve devletlerin küresel pazarlarda rekabet etme stratejilerini belirleme sürecinde hayati bir rol oynamaktadır.

2.6.1.Merkantalizm

“Merkantilizm” terimi, ilk defa Marquis de Mirabeau tarafından 1763 yılında yayınlanan “Philosophie Rurale” isimli kitapta ortaya çıkmasına rağmen, “merkantil sistem”in asıl kurucusu Adam Smith'tir (Magnusson, 2015). Smith, 1776 yılında yayımlanan “Milletlerin Zenginliği” adlı kitabının 4. bölümünün büyük bir kısmını merkantilist sistemin detaylı bir analizine ayırarak, bu sisteme yönelik eleştirilerde bulunmuştur. Bu nedenle, merkantilizm terimi ilk olarak Mirabeau tarafından ortaya atılmış olmasına rağmen, terimin sistemli bir şekilde kullanılması ve tüm yönleriyle ele alınması Adam Smith'e aittir (Develi, 2020).

Merkantilizm, 16. yüzyılın ikinci yarısında başlayan ve kapitalizmin tüm Batı Avrupa'ya yayılmasını sağlayan bir dönemin emekleme evresini temsil eder. Ancak gerçek anlamını 17. yüzyılda kazanarak yoğun bir şekilde uygulanmaya başlamıştır. Merkantilizm, zenginlik ve kâr hedefini ilk kez açıkça ifade eden ve bunu devlet gücü ile meşrulaştıran politikaları içeren bir kavramdır. Merkantilizm, sömürgecilikle birlikte ticari kar ve zenginleşmenin devamı için gerekli koşulların sağlanmasını amaçlayan bir ekonomi politikası olarak özetlenebilir. Ticari kapitalizmin varlığını sürdürebilmesi için sömürgeciliğin ve onun sürdürülmesinin, merkantilizmin özünü oluşturduğunu söylemek mümkündür (Gençoğlu, 2013).

Merkantilist düşünceye göre, bir ülkenin dış ticaret fazlasını artırmak için ithalat kısıtlanmalıdır ve devlet gerekli gördüğü tüm önlemleri almalıdır. İthalatın azaltılması ve ihracatın artırılması, ülkenin değerli maden varlığını çoğaltacak ve bu sayede dış ticaret fazlasına sahip olan ülke zenginleşecektir. Merkantilist dönemde bu hedefe ulaşmak için hammadde ihracatı yasaklanmış, bunun yerine mamul madde ihracatı teşvik edilmiştir (Aydemir ve Güneş, 2006).

Merkantilizmin temel ilkesi, devlet yönetimine dayanır ve ekonomi politikası, hem ekonominin hem de devletin birlikte büyümesini ve güçlenmesini sağlayacak temel bir araç olarak kabul edilmiştir. Bu dönemde güçlü olmanın kriterlerinden biri de hazinenin genişlemesiydi. Bu hedefe ulaşmak için dış ticaret dengesinin pozitif olması gerekiyordu, yani ithalattan çok ihracat yapılmalıydı. Bu nedenle hükümdarlar ile tüccarlar arasında bir çıkar birliği ortaya çıkmıştır (Savaş, 1997).

Avrupa'da 15. ile 18. yüzyıllar arasında etkili olan Merkantilizm, Avrupalı devletleri dünya ekonomisinde öne çıkaran bir sistemdir. Bu sistem, Avrupalı devletlerin ekonomideki değişimi başlatmalarını sağlamış ve Asya'dan Avrupa'ya olan hakimiyeti güçlendirmiştir. Merkantilist yaklaşıma göre, altın ve gümüş gibi değerli metaller ülkelerin zenginliği olarak kabul edilmekte; bu nedenle ithalat, değerli metallerin çıkışına yol açtığı için azaltılmalı, ihracat ise tam tersi olarak ülkeye değerli metallerin girişine neden olduğu için artırılmalıdır. Bu stratejik ticaret teorisi, yaklaşık 300 yıl boyunca etkili olmuş ve daha sonraki dönemlerde özellikle David Hume ve Adam Smith tarafından eleştirilmiştir (Develi, 2020).

2.6.2.Fizyokrasi

Fizyokrasi (Physiocracy) terimi, kökenini Fransızca "Phyiocrate" kelimesinden alır ve Yunanca kaynaklı anlamı "doğa yasası"dır. Fizyokratlar, evrensel ve aslında mükemmel bir "doğal düzen"i ilan eden ilahi bir iradeye inanmışlardır. Onlara göre, dünyada mevcut fiziksel düzen gibi bir sosyal düzen de bulunmaktadır. Bu doğal düzenin yasalarına uyum, en yüksek mutluluğu sağlayacaktır. Fizyokrasinin en ünlü temsilcisi ve kurucusu François Quesnay'dır (1694-1774). Fizyokrasi, Fransa'da gelişen bir düşünce olup, özellikle Colbertizmin beklenen etkiyi sağlayamadığı bir dönemde ortaya çıkmıştır. Bu dönemde Fransa'da meydana gelen huzursuzlukları aşabilmek adına fizyokrasi düşüncesi geliştirilmiştir (Güngör, 2006).

Fizyokratlar, toplumda doğal ekonomik ve ahlaki yasaların tam anlamıyla geçerli olacağı, pozitif hukukun ise doğal hukukla uyum içinde olacağı bir düzeni benimseyen düşünce ekolüdür. Özellikle tarım odaklı bir bakış açısına sahip oldukları için, merkantilizme karşı çıkmışlardır. Fizyokratlar, hükümet politikalarının doğal ekonomik yasaların işleyişine müdahale etmemesi gerektiğine ve toprağın tüm zenginliğin kaynağı olduğu inancıyla hareket etmişlerdir (Lichfield, 1997).

18. yüzyıl, hem Fransa'da hem de dünya genelinde önemli dönüşümlere sahne olan bir çağdır. Bu dönem, Fransız Devrimi'nin patlak verdiği ve sosyal bilimlerin özerkliğini kazandığı bir zaman dilimini işaret eder. Aynı zamanda, iktisat biliminin doğuşuna tanıklık eden bir dönemdir ve bu bağlamda Fizyokrasi düşüncesi büyük bir öneme sahiptir. İlk ekol/okul olarak kabul edilen "ılımlı reformist" düşünürlerden oluşan fizyokratlar, sadece ekonomik yapıyı değil, aynı zamanda siyasi yapıyı da etkileyerek dönemin önemli figürleri arasında yer almışlardır. Fizyokratlar, Fransa'nın kötüleşen ekonomisinin temel sebebinin Merkantilist politikalarda görmüşlerdir. Onlara göre, zenginliğin kaynağı tarımdır ve iktisadi artığın yaratıcısı da sadece tarımda bulunmaktadır. Quesnay, tarımsal üretimden elde edilen safi hâsılanın sınıflar arasındaki dolaşım ve bölüşümünün doğal düzenin işleyişiyle gerçekleşmesi gerektiğini savunmuştur. Bu doğal düzenin, doğa yasalarının işlemeyle mümkün olacağını ifade etmiştir. Fizyokratlar, bu düzen içinde özgürlük ve eşitlik gibi kavramlara vurgu yaparak dönemin Fransız Aydınları üzerinde etkili olmuşlardır. Ancak, özgürlük ve eşitliği kapitalist üretim tarzına geçişin birer öncüsü olarak görmeleri nedeniyle, devrimci görüşlere mutlak bir destek sunmamışlardır. Onlara göre, ekonomik düzenin işleyebilmesi için siyasi gücün temsilcisi yine kral olmalıdır. Sonuç olarak, fizyokratlar, tarımı zenginliğin temel kaynağı olarak gören bir sistem kurmuş olsalar da, ekonomi politiğe yaptıkları katkıları göz ardı etmemek gerekir. Fizyokrasinin laissez faire, laissez passer öğretisi, liberalizmin belki de en önemli kazanımlarından biri olmuştur (Eren, 2015).

2.6.3.Klasik Dış Ticaret Teorileri

Dış ticaret, ekonomik sistemler arasında mal ve hizmet alışverişi yapılmasını ifade eden önemli bir küresel ekonomi kavramıdır. Dış ticaretin temelinde yatan dinamikleri anlamak, ekonomistlerin ve politika yapımcıların uluslararası ekonomik ilişkileri analiz etmelerine ve yönlendirmelerine olanak tanır. Dış ticaret teorileri, bu karmaşık ve dinamik ilişkiler ağını açıklamak amacıyla geliştirilmiş ve evrilmeye devam etmiştir. Klasik dış ticaret teorileri, ekonomik düşüncede çeşitli evrelerde ortaya çıkmış ve gelişmiş teorik çerçeveler sunmuştur. Bu teoriler, 18. ve 19. yüzyıl ekonomistlerinin eserleri üzerine dayanmaktadır ve uluslararası ticaretin temel prensiplerini anlamak için önemli bir temel oluşturur.

Klasik dış ticaret teorilerinin ortaya çıkışıyla birlikte, ülkeler arasındaki ticaretin nasıl şekillendiği, hangi faktörlerin ticareti etkilediği ve serbest ticaretin ekonomik refah üzerindeki etkileri gibi sorulara odaklanılmıştır. Bu teoriler, özellikle Mutlak Üstünlük Teorisi, Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi, Karşılıklı Talep Kanunu ve Faktör Donatımı Teorisi (Heckscher- Ohlin) gibi temel yaklaşımlarla tanımlanır.

2.6.3.1.Mutlak Üstünlük Teorisi

Adam Smith'in 1776 tarihli "Ulusların Zenginliği" adlı eserinde, Merkantilist yaklaşımı sona erdirerek modern dış ticaret teorisinin oluşmasına önemli bir katkı sağladığı çalışması olan Mutlak Üstünlükler Teorisi, literatürde kendine sağlam bir yer edinmiştir. Bu teoride Smith, dünya servetinin sıfır toplamlı oyun olması ve dış ticaretin kazanç-kayıp düşüncesini aşarak, her ülkenin serbest ticaret ortamında diğer ülkelere kıyasla daha düşük maliyetle üretim yapabileceği mutlak üretimde uzmanlaşarak, bu malları üretmesi ve ihraç etmesi, daha yüksek maliyetle ürettiklerini ise ithal etmesinin dış ticarete refahı artıracığı düşüncesini ortaya koymuştur (Palacioğlu, 2018). Mutlak üstünlük, bir ülkenin diğerine göre bir malın üretiminde daha etkin veya üstün beceriye sahip olması durumunu ifade eder. Bu teoriye göre, iki malı veya iki ülkeyi ele alarak düşünüldüğünde, daha düşük maliyetle bir malı üretebilen ülke, o malın üretimine odaklanmalı ve bu malı ihraç etmelidir; maliyeti daha yüksek olan malı ise başka bir ülkeden ithal etmelidir. Bu durumda, her iki ülke de dış ticarete kazançlarını artırarak refahlarını artırmış olur (Miral, 2006).

Mutlak üstünlük teorisi, uluslararası ticaretin temel prensiplerinden biri olarak önemli bir yer tutmaktadır. Bu teori, bir ülkenin diğer bir ülkeden daha verimli olduğu bir malın üretimine odaklanarak ticaretin karşılıklı olarak avantajlı olabileceğini açıklamaktadır. Ancak, her ne kadar bu teori klasik iktisadi düşüncede önemli bir adım olsa da, günümüzde uluslararası ticaretin karmaşıklığı ve dinamikleri göz önünde alındığında, tek bir teorisin tüm durumları açıklayamayacağı anlaşılmaktadır. Mutlak üstünlük teorisi, uluslararası ticaretin temel ilke ve prensiplerini anlamak için önemli bir başlangıç noktası sağlamaktadır, ancak diğer teorilerle birlikte değerlendirilerek daha kapsamlı bir perspektif kazanılabilir.

2.6.3.2.Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi

David Ricardo, klasik iktisatçılardan biri olup, mutlak üstünlük teorisinin eksik yönlerini ele alarak uluslararası ticaret konusunda önemli katkılarda bulunmuştur. Ricardo'nun en büyük katkısı, emek-değer teorisini ortaya koymasındır, bu teoriye göre bir malın değeri, onun üretimi için harcanan emekle ölçülmektedir. Bu emek-değer teorisi, daha sonraki ekonomistler için de rehber niteliğindedir. Ricardo, Karşılaştırmalı Üstünlük Teoremi'ne odaklanarak, uluslararası ticareti sadece mutlak üstünlüklerle açıklamanın yetersiz olduğunu belirtmiştir. Ona göre, odaklanılması gereken asıl nokta, ülkelerin belirli ürünlerdeki üstünlük dereceleridir. Bir ülkenin, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında hangi ürünlerde daha yüksek bir üstünlüğe sahipse, o ürünlerde uzmanlaşmalı ve diğer ürünleri diğer ülkelere bırakmalıdır. Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisinde Mutlak Üstünlük Teorisine göre odaklanılan ve üzerinde durulan nokta bir ülke her iki üründe de mutlak üstünlüğe sahip ise iki ülke arasında ticaret nasıl mümkün olacak sorusudur (Manisalı, 2002; Ateş, 2015).

Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne göre, serbest ticaretin hüküm sürdüğü bir süreçte, her ülke karşılaştırmalı avantajına dayanarak daha düşük bir gerçek maliyetle (daha az emek) ürettiği mal üzerine uzmanlaşma eğilimindedir. Uzmanlaştığı bu malı ihraç ederken, karşılaştırmalı olarak

daha yüksek bir gerçek maliyete sahip olduğu malı ise ithal etme yoluna gider (Aydınoat, 2007).

Karşılaştırmalı üstünlük teorisi de Mutlak Üstünlük Teorisi gibi uluslararası ticaretin temel prensiplerini anlamamıza katkı sağlayan önemli bir iktisadi teoridir. Bu teori de, ülkeler arasında kaynak kullanımının etkin bir şekilde dağılması ve ticaretin karşılıklı avantajlarının kullanılmasını gerektiğini vurgular. Ancak, günümüzde küresel ekonomik dinamiklerin karmaşıklığı ve değişkenliği göz önüne alındığında, karşılaştırmalı üstünlük teorisinin yanı sıra diğer ticaret teorileri ve uygulamalarıyla birlikte ele alınması önemlidir. Bu teori, uluslararası ticaretin temel ilkelerine dair kapsamlı bir anlayış sunarken, diğer faktörlerin ve değişkenlerin de dikkate alınması gerektiğini vurgular.

2.6.3.3. Karşılıklı Talep Kanunu

Klasik dış ticaret teorisi, A. Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisi ve D. Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'nin etkisi altında gelişmiştir. D. Ricardo'nun ardından J.Suart Mill'in Karşılıklı Talep Kanunu ile daha detaylı bir hal almıştır (Erbaykal, 2020).

Karşılıklı Talep Kanunu, bir ülkenin ihraç malından alacağı belirli miktarlar karşılığında ne kadar ithal mal talep edeceği şeklinde tanımlanabilir. Bu talep, bir birim yabancı mal karşılığında sunulan yerli mal arzına eşittir. Karşılıklı talep kanununa göre şekillenen uluslararası fiyat, her iki ülkenin ticaret dengesini koruyacak şekilde belirlenir. Mill, Ricardo modelinde, iç maliyet oranlarının belirlediği sınırlar içinde ticaret hacminin nasıl oluşacağını açıklama başarısını göstermiştir (Karluk, 2002).

2.6.3.4. Faktör Donatımı Teorisi (Heckscher- Ohlin)

Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'nin yeteri kadar emek verimliliği üzerinde durmaması ve önemini belirtmemesi üzerine Eli Hecksher'in bu eksiklikten dolayı 1919'da yayımladığı 'Faktör Oranları Teorisi' makalesiyle Bertil Ohlin'in 1933'te yayımladığı 'Bölgelerarası Ticaret ve Uluslararası Ticaret' kitabının birleşmesiyle bu teori Hecksher-Ohlin Teorisi olarak anılmıştır. Bu teori, her ülkenin sahip olduğu faktör donanımını, yoğun olarak kullanılan üretim alanlarına odaklanarak dış satım ürünlerine dönüştürme gerekliliğini vurgular. Faktör donanımı, üretim ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi açıklayan bu yaklaşım, ekonomi alanında önemli bir yer edinmiştir (İçke, 2010).

Faktör Donatımı Teorisi, bir ülkenin bir malı diğer ülkelere göre daha düşük maliyetle üretebilmesini, emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin bol veya kıt olmasına ve bu faktörlerin fiyatlarına bağlı olarak açıklamaktadır. Ayrıca Faktör Donatımı Teorisi, bir ülkede bol olan faktörün aynı zamanda ucuz olması gerektiğini vurgular. Genellikle, gelişmiş ülkelerde sermayenin, gelişmekte olan ülkelerde ise emeğin bol olduğu düşünüldüğünden, Faktör Donatımı Teorisine göre, gelişmiş ülkelerin kapital-yoğun üretim teknolojisiyle üretilen mallarda uzmanlaşması ve gelişmekte olan ülkelerin emek-yoğun üretim teknolojisiyle üretilen mallarda uzmanlaşması durumunda, bu ticareten katılan tüm ülkelerin fayda sağlayacağı anlatılır. Heckscher-Ohlin teorisine göre, her ülke göreceli olarak daha bol ve dolayısıyla daha düşük fiyatlı faktörlerle üretilen mallarda

uzmanlaştığında, üretim faktörlerinin ülkeler arasındaki fiyat farkı da zamanla azalacaktır (Dinler, 2009).

Çakmak (2006) çalışmasında, Faktör Donanımı Teorisinde, her ülkenin zengin olarak sahip olduğu faktörleri yoğun olarak kullanılan malları ihraç edeceğini belirtmiştir. Bu durumda, ticaretin farklı faktör yoğunluklarına sahip ülkeler arasında gerçekleşmesi gerektiğini öne süren çalışmacı Klasik Dış Ticaret Teorisine göre, ülkeler arasındaki ticaret engellerinin kaldırılmasının, kaynakların ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ihracat sanayilerine doğru kaymasına neden olacağını öne sürer. Bu durumun da, endüstriler arası ticareti teşvik edeceğini belirtir. Endüstriler arası ticaretin, farklı faktör donanımlarının bir sonucu olduğunu ve faktör donanımı teorisi tarafından öngörülen uzmanlaşma ile sonuçlanacağını ifade eder.

Heckscher-Ohlin teorisinin önemli vurgularından biri, ülkelerin farklı faktör donanımına sahip olmalarıdır. Faktör donanımı, "Fiziki Faktör Stoku" ve "Faktör Fiyatları" olmak üzere iki ayrı şekilde ele alınabilir. Fiziki Faktör Stoku, bir ülkenin üretimde kullandığı faktörlerin fiziksel miktarını ölçer, yani sermaye/emek oranı katsayısı ile üretim faktörlerini değerlendirir. Ancak bu yöntem, ülkelerde uzun ve kısa dönemde yapılan sermaye yatırımlarını toplamak ve emeğin niteliklerini dikkate almak açısından bazı zorluklar içerebilir. Bu durum, fiziki faktör stoku hesaplamalarının tam anlamıyla gerçeği yansıtmayabileceği anlamına gelir. Diğer bir yaklaşım olan Faktör Fiyatları yaklaşımında ise ülkelerin, sahip oldukları üretim faktörlerinin fiyatlarına göre daha ucuz olduğunu varsayar. Bu teoremden, faktör yoğunluğunun belirlenme yöntemi önemli değildir. Ülkeler, görece olarak daha pahalı olan üretim faktörünü içeren malları ithal ederken, ucuz olanları ihraç ederler. Bu teori, faktör yoğunluğunun fiziksel miktarını temel alarak belirlenmesi durumunda teorisinin tersine dönmesi ve geçerliliğini yitirmesi riskine dikkat çeker. Örneğin, sermaye yoğun bir ülkede, sermaye fiyatlarının nispeten daha yüksek olduğu durumlarda sermaye yoğun malların fiyatları yükselir ve ülke, sermaye faktörüne daha yoğun olarak sahip olmasına rağmen bu malları ithal edebilir. Bu durum, tüketicilerin talebi veya devlet müdahaleleri gibi etkenlerden kaynaklanabilir. Ayrıca, faktör yoğunluklarının tersine dönmemesi, teorisinin geçerliliğini sürdürülebilmesi için önemlidir. Örneğin, emeğin ucuzlaması durumunda üreticiler, maliyet avantajı elde edebilmek için sermaye yoğun maldaki emek miktarını artırabilir, bu da faktör yoğunluklarının tersine dönmeye ve teorisinin geçerliliğini kaybetmesine neden olabilir (Seyidoğlu, 2017).

Heckscher-Ohlin teoreminden; Faktör fiyatları eşitliği teoremi, faktör yoğunlukları teoremi, Stoper-Samuelson teoremi ve Rybczynski teoremi olmak üzere dört adet teori türetilmiştir (Güler, 2022).

2.6.4. Yeni Dış Ticaret Teorileri

Geleneksel dış ticaret teorilerinin, ülkelerin faktör yoğunlukları ve maliyet farklılıklarını temel alarak küresel ekonomideki değişimleri açıklamada yetersiz kaldığı belirtilmiştir. Bu nedenle, hem küresel ekonomideki gelişmelerin teorilere entegre edilmesi hem de geleneksel dış ticaret teorilerindeki eksikliklerin giderilmesi amacıyla yeni dış ticaret teorilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Yeni dış ticaret

teorileri, ülkeler yerine sektörleri ve bu sektörlerde faaliyet gösteren firmaları odak noktası olarak almaktadır. Dış ticareti, firmalar arasındaki verimlilik farklılıkları üzerinden analiz ederek daha az girdi ile daha fazla çıktı elde etmeyi hedeflemektedir (Dura, 2000; Bakkalcı, 2013).

Dünya ekonomisindeki sürekli değişim ve gelişmeler, geleneksel dış ticaret teorilerinin sınırlarını aşmış ve daha kapsamlı açıklamalara ihtiyaç duyulmasına sebep olmuştur. Klasik dış ticaret teorileri genellikle ülkeler arasındaki faktör yoğunlukları ve maliyet farklılıklarını esas alarak ticaretin dinamiklerini anlamaya çalışmıştır. Ancak, küresel ekonominin karmaşıklığı ve firmaların uluslararası arenada giderek daha etkin bir rol oynaması, bu geleneksel teorilerin yetersiz kalmasına neden olmuştur.

Bu bağlamda, "yeni dış ticaret teorileri" kavramı önem kazanmış ve bu teoriler, sadece ülkeler arasındaki değil, aynı zamanda sektörler ve bu sektörlerde faaliyet gösteren firmalar arasındaki dinamiklere odaklanarak dış ticaretin daha kapsamlı bir anlayışını sunmaktadır. Geleneksel teorilerin sınırlarını aşan bu yaklaşımlar, uluslararası ticaretin daha detaylı bir şekilde analiz edilmesine olanak tanımakta ve küresel ekonomideki dinamiklerin daha etkili bir biçimde anlaşılmasını sağlamaktadır. Yeni dış ticaret teorileri, firmalar arası verimlilik farklılıkları, teknolojik gelişmeler, inovasyon ve diğer faktörlerin dış ticaret üzerindeki etkilerini inceleyerek, daha önce göz ardı edilen unsurları da hesaba katmaktadır.

2.6.4.1. Nitelikli İşgücü Teorisi

Heckscher-Ohlin modelinde belirtildiği üzere iki endüstriyel ülkenin birbirleriyle ticaretini açıklamak bazı noktalarda zordur. Bu zorluklarla başa çıkmak için bir yöntem de nitelikli işgücü modeli olarak gösterilmektedir. Bu teorem, iki endüstriyel ülkenin ticaretini, bu ülkelerin nitelikli işgücü yeteneklerindeki farklılıklara dayanarak açıklanabileceğine odaklanmıştır. Başka bir deyişle, "becerilerin ticarete kritik bir rol oynadığı" vurgulanmaktadır (WB, 2018).

Keesing, 1965 yılında nitelikli işgücü faktörü ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi ilk kez ele alan çalışmacıdır. Keesing'e göre, endüstriyel ülkeler arasındaki dış ticaretin önemli bir kısmını oluşturan sanayi malları ticareti, bu teori ile açıklanabilir. Bu teoriye göre, belirli türdeki mesleki veya nitelikli işgücü yoğun olan ülkeler, bu tür malların üretiminde uzmanlaşırken; niteliksiz emek bakımından zengin olan ülkeler, niteliksiz emeği içeren malların üretiminde üstünlüğe sahip olacaktır (Seyidoğlu, 2001).

2.6.4.2. Teknoloji Açığı Teorisi

Teknoloji Açığı Teorisi'ne göre, bir malın üretiminde öncü teknolojileri kullanan ülkeler, o malın üretimini tekeline alır ve bu ülkeler o malın tek ihraççısı konumundadırlar. Diğer ülkeler ise bu teknolojiye erişim sağlayamadıkları ve değişime ayak uyduramadıkları için bu malı ithal ederler. Ancak, belirli bir süre sonra, teknoloji diğer ülkeler tarafından taklit edilmeye başlanır (Yergin, 2011). Teknolojinin taklit edilmesiyle birlikte, teknoloji diğer ülkelerin eline geçer ve bu ülkelerdeki ucuz işgücü maliyeti veya doğal kaynak avantajları nedeniyle, o malın ilk keşfedildiği ülkeden daha düşük maliyetle üretilmeye başlanır. İlk kez icat eden ülke, diğer ülkelerle rekabet

edemez hale gelir ve bu nedenle malı dışarıdan ithal etmeye başlar. Teknoloji açığı teorisi, öncü ülkenin teknoloji monopolünün, üretim teknolojisinin diğer ülkeler tarafından öğrenilmesiyle son bulacağını öngörür. Taklit eden ülke, öncü ülkedeki gibi yüksek yatırım seviyesine sahipse, bu malın üretimini gerçekleştirdiğinde uluslararası ticarete bir artış yaşanacak ve iki ülkenin de bu malı üretmesiyle birlikte endüstri içi ticaret ortaya çıkacaktır (Şahin, 2016).

2.6.4.3. Ürün Dönemleri Teorisi

Raymond Vernon tarafından 1966 yılında öne sürülen "Ürün Dönemleri Teorisi", Teknoloji Açığı Teorisi'nin geliştirilmiş bir versiyonu olarak kabul edilir. Vernon (1992)'ye göre, her ürünün aşamalı bir yaşam döngüsü vardır ve bu aşamaları ABD örneği üzerinden açıklamıştır. Teoriye göre, yeni bir ürün öncelikle nitelikli işgücüne ve yüksek gelir düzeyine sahip ülkelerde ortaya çıkar. Yeni ürüne ilk talep genellikle yüksek gelir düzeyine sahip tüketiciler tarafından oluşur. Bu nedenle, şirketler genellikle ilk aşamada iç talebi karşılamak için üretim yaparlar ve ürünü tüketici tercihlerine göre geliştirirler. Ürün piyasaya sürüldükten sonra, diğer ülkelerden de talep görülür ve ihraç edilmeye başlanır. Ancak, elde edilen monopol gücü nedeniyle, ürün genellikle icat edildiği ülkede üretilmeye devam eder (Bayraktutan, 2003: 181).

Yeni bir ürün, aşağıdaki evrelerden geçer (Dura, 2000):

1. Evre: İlk olarak, yenilikçi bir ülkede ürün geliştirilir. Üretim ölçeği küçüktür ve ürün zamanla iyileştirilir. Üretim başlangıçta ihracata odaklı değildir, iç talebe yöneliktir. Üretici firma, yeni teknolojiyi tek başına kullanır.
2. Evre: Ürün olgunlaşır ve satışlar iç piyasada başlar. İhracat da artar çünkü dış talep artar. Üretim hızı artar ve üretim standartlaşır. Üretici firma, yeni teknolojiyi korur ve geliştirir.
3. Evre: Yenilikçi firma, lisanslama yoluyla yeni teknolojiyi diğer ülkelere satar. Yüksek mühendislik becerisi gerektiren işler azalır ve üretim diğer ülkelere kayar, özellikle de maliyetleri düşük olan ülkelere. İhracat hızı yavaşlar çünkü taklitçi ülkeler piyasayı ele geçirmeye başlar.
4. Evre: Yenilikçi ülkede üretim devam ederken, ihracat azalır. Taklitçi ülkelerde üretim hızlanır ve ihracat artar.
5. Evre: Yenilikçi ülkenin iç talebi ithalatta karşılanmaya başlar ve yerel üretim azalır. Üretim hızı hızla düşer çünkü teknoloji tüm dünyada yaygınlaşır ve tüm ülkeler tarafından kullanılabilir hale gelir. Ancak yenilikçi ülke, yeni ürünler geliştirme ve ihracatta lider olma konusundaki çabalarına devam eder.

Vernon'un teorisi, Teknoloji Açığı Teorisi'nin geliştirilmiş bir versiyonu olarak kabul edilir. Bu teori, bir ürünün geliştirme ve yenileme sürecinin durakladığı noktaya doğru, üretimin zamanla daha basitleşeceğini öne sürer. Ürün Dönemleri Teorisi, çok uluslu şirketlerin ortaya çıkışını göz önünde bulundurarak önemli bir katkı sağlar. Ürün veya teknoloji, genellikle gelişmiş ülkelerde üretilip geliştirilirken, teknolojinin olgunlaşmasıyla birlikte en düşük maliyetli yerde kitlesel üretim gerçekleşir (Tuncel, 2006).

2.6.4.4.Tercihlerde Benzerlik Teorisi

1961 yılında Brunstam Linder tarafından geliştirilen Gelir ve Tercihlerde Benzerlik Teorisi, devletlerin ürün ihracatını etkileyen faktörleri açıklar. Bu teoriye göre, devletlerin ürün ihracatı, benzer talep yapılarına sahip olmalarına bağlıdır. Yani, farklı ülkelerdeki gelir seviyeleri benzer tercihler ve zevklere sahipse, ürünler yüksek fiyatlardan satılsa bile bu ürünlere talep oluşur. Dış ticarete talep, önemli bir faktör olduğundan, ticaretin taleplerin benzerliğinden kaynaklandığını belirtmek gerekir. Eğer bir ülke fazla talep ettiği bir ürünü üretiyorsa, bu ürünlerin talep edildiği ülkelerde benzer özelliklere sahip olacaktır (Chang ve Grabel, 2005). Başka bir deyişle, benzer tercihlere sahip ülkeler arasında daha aktif ticaret ilişkileri kurulmaktadır. Bu bağlamda, benzer tercihler teorisi, heterojen olmayan, zevklerin ve ölçek ekonomilerinin önemli olduğu endüstriyel ürün ticaretini açıklamaktadır (Atik, 2006).

2.6.4.5.Monopolcü Rekabet Teorisi

Monopolist rekabet kuramı, ilk olarak Edward Hastings Chamberlin ve Joan Robinson tarafından geliştirilmiştir. Bu kuram, pazarda çok sayıda alıcı ve satıcının bulunmasını, pazara giriş ve çıkışların serbest olmasını, tüm tarafların tam bilgiye sahip olmasını ve etken akışının tam olmasını içeren hipotezlere dayanır (Kazgan, 1985).

Monopolist rekabet kuramının açıklanmasında kullanılan önemli parametreler, ölçek ekonomileri ve mal farklılaştırmasıdır. Mal farklılaştırması, aynı endüstride üretilen ürünlerin kombinasyonu, kullanımı, görünümü, markası gibi yönlerden farklılaşması anlamına gelir. Bu farklılık, tüketicinin o ürünü tercih etmesine yol açar ve üreticiler kendilerine özgü bir müşteri tabanı oluştururlar. Hatta bu kuram, endüstriyel ürünler arasındaki iki yönlü ticareti ölçek ekonomileriyle açıklar. Endüstriyel sektördeki firmalar, ölçek ekonomilerinden kaynaklanan artan getiri koşullarına dayanarak monopolist rekabet piyasasında faaliyet gösterirler. Bu nedenle, işletmeler pek çok ürün yerine bir veya birkaç ürün üretmeyi tercih ederler. Uzmanlaştıkları ürünleri ihraç ederken diğer ürünleri ithal ederler (Bardakçı, 2020).

2.6.4.6.Endüstri İçi Ticaret Teorisi

Karşılaştırmalı avantaj teorisi ve Heckscher-Ohlin modelinin gelişmiş ülkeler arasındaki ticaret ve benzer ürün gruplarının karşılıklı alışverişi konusundaki kısıtlılıkları, yeni dış ticaret teorilerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Geleneksel dış ticaret teorileri, tam rekabet, sabit ölçek getirileri ve homojen malların varsayımlarıyla endüstri içi ticaretin dinamiklerine uyumsuzdur. Bu nedenle, uluslararası ticaretin değişen yapısını açıklamak için eksik rekabet, ölçek ekonomileri ve farklılaşmış ürün kavramları gibi yeni teoriler geliştirilmiştir. Endüstri içi ticaret, belirli bir sektörde yer alan ürünlerin bileşimi, görünümü, markası ve kullanımı gibi özellikler açısından farklılaştırılmış ürünlerin eş zamanlı olarak ithal edilip ihracatının yapılmasıdır. Başka bir deyişle, benzer faktör donanımlarına sahip ülkeler arasında tüketici tercihlerine göre çeşitlenmiş ürünlerin ticareti endüstri içi ticaret olarak tanımlanır (Gürsel, 2023).

2.6.4.7.Ölçek Ekonomileri Teorisi

Adam Smith'in ileri sürdüğü iş bölümü ve uzmanlaşmanın getireceği verimlilik artışına dayanan ölçek ekonomileri teorisi, uzmanlaşmanın firmaların ölçeğinde ortaya çıkardığı verimlilik artışına bağlı olarak bu tür ekonomileri, uzmanlaşma ekonomileri olarak da nitelendirir (İçöz ve Kozak, 2002). Ölçek Ekonomileri Teorisi'ne göre, geniş bir iç pazarı olan ülkeler, üretimde maliyetleri düşürmek için ölçek ekonomilerinden yararlanır. Bu ülkeler, ölçek ekonomilerinin etkili olduğu ürünleri ihraç ederken diğer ürünleri ithal ederler. Diğer yandan, sınırlı bir iç pazarı olan ülkeler, üretimde bulunarak ölçek ekonomilerinden faydalanabilirler. Bu sayede, ülkeler ölçek ekonomileri sayesinde ürünleri daha verimli bir şekilde üretir ve farklı mal türlerini ticaret yaparak tüketirler. İçsel ve dışsal ölçek ekonomileri ile endüstrilerin piyasa yapısı arasındaki ilişki, farklı olmaları nedeniyle önemlidir. Ölçek ekonomilerinin tamamen dışsal olduğu bir endüstri, birçok küçük firmadan oluşan tam rekabetçi bir piyasa yapısına sahiptir ve bu durum büyük firmalara maliyet avantajı sağlamaz. Diğer yandan, içsel ölçek ekonomileri, büyük firmalara maliyet avantajı sağlar ve eksik rekabetçi bir piyasa yapısına neden olur (Deviren, 2004).

Ölçek ekonomileri teorisi, endüstriyel üretimdeki verimliliği anlamak, küresel pazarları ve uluslararası ticaretin dinamiklerini açıklamak için önemli bir araçtır. Geniş iç pazarlara sahip ülkelerin ölçek ekonomilerinden faydalandığı gibi, dar iç pazarlara sahip ülkeler de dış ticaret yoluyla bu avantajlardan yararlanabilirler. Bu şekilde, dar iç pazarlara sahip ülkeler, ölçek ekonomilerinden faydalanarak uluslararası ticarete rekabetçi konumlarını güçlendirirler.

2.7. Uluslararası Ticaret Politikaları

Uluslararası ticaret politikaları, bir devletin dış ticaret hacmini değiştirmek ve hangi ülkelerle ne kadar ticaret yapıldığını kontrol etmek veya etkilemek için uyguladığı veya uygulayabileceği her türlü müdahaleyi kapsar (Seymen vd., 2009). Başka bir deyişle uluslararası ticaret politikaları, devletlerin ekonomilerini dış ticaret yoluyla yönlendirmek amacıyla aldığı politika kararlarını içerir. Bu politikalar, gümrük tarifeleri, kotalar, tarife dışı araçlar, sübvansiyonlar, serbest ticaret anlaşmaları ve diğer ticaret düzenlemelerini kapsar. Bu politikaların doğru şekilde tasarlanması ve uygulanması, ekonomik büyümeyi teşvik edebilir ve uluslararası ticaretin daha etkin bir şekilde gerçekleşmesini sağlayabilir. Ancak, yanlış uygulandığında, ticaret politikaları ekonomik istikrarı ve uluslararası ticaretin dengesini tehlikeye atabilir. Bu nedenle, uluslararası ticaret politikalarının dikkatli bir şekilde uygulanması ve değerlendirilmesi dış ticaret açısından oldukça önemlidir.

2.7.1.Uluslararası Ticaret Politikalarının Amaçları

Uluslararası ticaret politikası, bir ülkenin uluslararası ticaret faaliyetlerini yönlendirmek ve şekillendirmek için aldığı politika kararlarını içerir. Bu politikalar, ekonomik büyümeyi teşvik etmek, tam istihdamı sağlamak, ticaret dengesini sağlamak, endüstriyel gelişmeyi desteklemek ve uluslararası rekabet gücünü artırmak gibi çeşitli amaçları gerçekleştirilmeyi hedefler (Kılıç, 1992).

2.7.2.Uluslararası Ticaret Politikalarının Araçları

Hükümetlerin uluslararası ticarete müdahale etmek için kullandığı yöntem ve uygulamalara uluslararası ticaret politikası araçları denir. Gümrük tarifeleri, en yaygın kullanılan araçlardan biri olsa da zamanla değişen ekonomik sistemlerde etkinliği azalmış ve yerini ihracatı teşvik etme, bağlı ticaret ve tarife dışı araçlar vb. yeni politikalar almıştır (Olalı, 1972). Uluslararası ticaret politikaları, bir ülkenin uluslararası ticaret stratejilerini belirlemek amacıyla kullandığı çeşitli araçları içerir. Bu politika araçları, ekonomik büyüme, ticaret dengesini sağlama, endüstriyel gelişimi teşvik etme, yerel sanayiye koruma, işsizliklerin önüne geçme veya dış rekabetle başa çıkma gibi çeşitli hedeflere hizmet eder

2.7.2.1.Gümrük Tarifeleri

Gümrük tarifeleri, bir ülkenin sınırları içine giriş veya çıkış yapan malzemeler için uyguladığı vergilerin miktarını belirten bir listeyi ifade eder. Bu tarifeler, ithal edilen veya ihraç edilen ürünlerin ulusal sınırlara geçişi sırasında tahsil edilen vergi oranlarını gösteren bir tablodur (Dinler, 2002). Gümrük tarifeleri, dış ekonomik politikanın genel bir parçasını oluştururken, özellikle dış ticaret politikasının temel araçlarından biridir. Gümrük tarifeleri konusunda dikkate alınması gereken iki önemli terim vardır. Bunlardan ilki gümrük, belirli bir malın ulusal sınırlardan geçerken ödenmesi gereken vergiyi ifade ederken, ikincisi ise tarife terimidir. Tarife, uluslararası ticarete uygulanan vergilerin belirlendiği listeleri ifade eder (Karluk, 2009).

Gümrük tarifeleri, belirli bir malın bir ülkeye girişi veya çıkışı sırasında ödenmesi gereken vergi miktarını belirleyen bir sistemdir. Bu tarifeler, genellikle ithalatı kısıtlamak, yerli sanayiye korumak veya belli bir endüstriyi teşvik etmek gibi amaçlarla kullanılır. Gümrük tarifeleri, ticaretin ilk dönemlerinden beri var olmuş ve uluslararası ticaretin temel düzenleyici unsurlarından biri olmuştur.

2.7.2.2.Tarife Dışı Araçlar

Dış ticarete gümrük tarifeleri, doğrudan politika araçları olmalarına rağmen, tarife dışı yöntemler de mevcuttur. Gümrük tarifelerinden farklı olarak, tarife dışı önlemler daha kesin ve mutlak bir sınırlama sağlar ve bu nedenle oldukça etkilidir. Tarife dışı kısıtlamalar, uluslararası ticaretin düzenlenmesi, yerli üreticilerin dış rekabetten korunması veya ödemeler dengesinin yeniden düzenlenmesi gibi amaçlarla uygulanır. Kotalar, döviz kontrolü, ithalat yasakları, ithalat vergileri, anti-damping önlemleri ve çoklu kur sistemi gibi araçlar tarife dışı politikalara örnek olarak gösterilebilir (Karluk, 2002).

2.7.2.3.İhracatın Özendirilmesi

Dış ticaret politikası araçları, çoğu zaman ithalatın kısıtlanması amacıyla kullanılsa da, bazen ihracatı teşvik etmek amacıyla da kullanılabilir. İhracatı teşvik önlemlerinin temel hedefi, ihracatçıya, ihraç ettiği mal birimleri için ulusal para birimi cinsinden daha yüksek ödemeler yapılması veya maliyetlerin azaltılması yoluyla ihracatın karlılığını artırmaktır (Çakmakçı, 2018).

İhracatın teşviki, hükümetin ihracatçılara doğrudan veya dolaylı destek sağlayarak gerçekleşebilir. Bu desteklerin bir biçimi olan ihracat sübvansiyonu, üreticilerin mallarını yurt

dışında daha rekabetçi bir fiyata satmalarını hedefler. Doğrudan sübvansiyon, nakit ödemeler şeklinde gerçekleşir. Dolaylı destek ise, düşük faizli kredi sağlama, ihracat risklerine karşı sigorta, pazar araştırması için destek, vergi muafiyeti gibi yollarla sağlanabilir. İhracat teşvikleri ülkeden ülkeye değişiklik gösterse de birkaç ana başlık altında toplanabilir. Bunlar; ihracatta prim sistemi, ihracatta vergi iadesi, vergi muafiyeti veya indirimi, girdi teşvikleri ve devlet pazarlama yardımı olarak gösterilebilir (Hall ve Taylor, 1992).

İhracatın öneminin giderek arttığı küreselleşen dünya ekonomisinde uluslararası ticaret çok önemli bir kavramdır. İhracat da bir ülkenin uluslararası pazarda rekabet edebilirliğini artırarak ekonomik büyümeyi teşvik eder, istihdamı artırır, döviz kazandırır ve sanayi ve ticaretin gelişimine katkıda bulunur. Bu nedenle, birçok ülke, ihracatı teşvik etmek, özendirmek ve artırmak için çeşitli politika ve önlemler uygulamaktadır. İhracatın özendirilmesi, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve kalkınma için kritik bir faktördür ve etkili politika önlemleriyle desteklenmelidir.

2.7.2.4.Bağlı Ticaret

Bağlı ticaret, tarafların birinin mutlaka devlet kuruluşu olması gereken politika aracıdır, bu anlaşmalar ülkeler arasında yapılmaktadır. Ülkeler, çeşitli nedenlerle bağlı ticaret politikalarına başvurmaktadır. Bunlar arasında döviz tasarrufu yapma, yerel üretimden arta kalan düşük kaliteli ürünlerin ihracatını artırma ve yabancı sermaye ile büyük endüstri tesislerinin kurulmasını teşvik etme gibi amaçlar bulunmaktadır. Bağlı ticaret eskiden sadece kliring ve takas yoluyla gerçekleştirilirken, daha sonra geri alma, karşılıklı alma, dengeleme (offset) gibi çeşitli yöntemlerin uygulanmasıyla genişletilmiştir (Seyidoğlu, 2003).

Bağlı ticaret, devletler arasında karşılıklı olarak kabul edilen anlaşmalarla gerçekleştirilen bir ticaret politikasıdır. Bu anlaşmalar genellikle bir devletin ticaret yapma hakkını, belirli koşullar altında başka bir devletin mal ve hizmetlerini satın alması veya satmasını sağlar. Bağlı ticaret politikaları genellikle belirli endüstrileri veya sektörleri teşvik etmek, ulusal ekonomiyi korumak veya belirli ticaret ortaklarıyla ilişkileri güçlendirmek amacıyla kullanılır.

3.SONUÇ

Çalışmada, uluslararası ticaret politikaları ve ihracat kavramı ayrıntılı olarak ele alınmış ve çeşitli uluslararası ticaret teorileri incelenmiştir. Uluslararası ticaret politikalarının tarihsel gelişimi ve güncel uygulamaları, küresel ekonomi üzerindeki etkileri bağlamında analiz edilmiştir. İhracatın ekonomik büyüme ve kalkınma üzerindeki kritik rolü, çeşitli örnekler ve teorik yaklaşımlar ışığında açıklanmıştır. İhracat kavramı, bir ülkenin ekonomik büyümesinde ve kalkınmasında merkezi bir rol oynamaktadır. İhracat, ülkelerin uluslararası pazarlara erişim sağlaması ve döviz girdisi elde etmesi açısından hayati öneme sahiptir. İhracatın artması, genellikle ekonomik büyüme, istihdam artışı ve teknolojik ilerlemeyi teşvik eder. Bu bağlamda, ihracatın ulusal ekonomilere katkıları, çeşitli sektörlerdeki örneklerle desteklenmiştir. Ayrıca, ihracatın teşviki için uygulanan politikalar ve stratejiler de tartışılmıştır.

Uluslararası ticaret politikalarının ülkelerin ekonomik refahını artırmak amacıyla nasıl şekillendirildiği ve bu politikaların ulusal ve küresel düzeyde nasıl uygulandığı üzerinde durulmuştur. Tarifeler, kotalar, serbest ticaret anlaşmaları ve diğer düzenleyici önlemler gibi çeşitli politika araçları, ülkelerin ticaret stratejilerini belirlemelerinde önemli rol oynamaktadır. Tarihsel olarak, sanayi devriminden bu yana uluslararası ticaretin gelişimi ve Bretton Woods sistemi gibi önemli ekonomik yapıların ticaret üzerindeki etkileri incelenmiştir. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) gibi kurumların uluslararası ticaretin düzenlenmesindeki kritik rolü de vurgulanmıştır.

Sonuç olarak, uluslararası ticaret politikalarının ve ihracatın küresel ekonomi üzerindeki önemi büyüktür. Bu politikalar, ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerine ulaşmalarında kritik rol oynamaktadır. İhracat, ulusal ekonomilerin dış pazarlara entegrasyonunu sağlar ve ekonomik refahı artırır. Uluslararası ticaret teorileri, ticaretin ekonomik etkilerini anlamamıza ve bu politikaları daha etkin bir şekilde tasarlamamıza yardımcı olur. Bu çalışma, politika yapımcılar için önemli bilgiler sunmakta ve uluslararası ticaretin gelecekteki yönelimlerine dair değerli içgörüler sağlamaktadır. Uluslararası ticaretin karmaşıklığı ve bu alandaki politikaların çok boyutluluğu, küresel ekonomik sistemin sürdürülebilirliğini sağlamak için dikkatle ele alınmalıdır.

KAYNAKLAR

- Alkın, M., Kuşat, N. (2019). 'Küresel Marka' ve 'Uluslararası Rekabet Avantajı'denizli Tekstil Sektörü Araştırması. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2), 134-143.
- Ateş, B. (2015). Türkiyede 1980 Sonrası Dış Ticaretin Gelişimi: Enerji Sektörü (Yüksek Lisans Tezi, Gedik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Atık, H. (2006). Tercihlerde Benzerlik Teorisi: Türkiye ve Bazı Komşu Ülkelerin Dış Ticareti Üzerine Bir Analiz. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 61(02), 33-43.
- Aydemir, C., Güneş, H. H. (2006). Merkantilizmin Ortaya Çıkışı. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 5(15), 1-23.
- Bakkalci, A. C. (2013). Yeni Yeni Ticaret Teorilerinin Makro-Ekonomik Doğası ve Türk Ekonomisi. Yönetim Bilimleri Dergisi, 11(22), 69-98.
- Bardakçı, H. (2020). Bölüm 1: Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Gelişimi, Öncesi ve Sonrası. Uluslararası Ekonomi, Parasal İktisat, 5.
- Barrios, S., Görg, H., Strobl, E. (2003). Explaining Firms' Export Behaviour: R&D, Spillovers And The Destination Market. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 65(4), 475-496.
- Bayraktutan, Y. (2003). Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri. CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 4(2), 177.
- Beşeli, N. (1997). KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılabilmesi İçin Alternatif Yöntemler. İGEME'den Bakış, Nisan-Haziran, 1997, 36-39.
- Bozkurt, N. (2002). Ticaretin Felsefesi, Tarihçesi ve Etikle Olan Sıkı Bağına İlişkin Bazı Saptamalar. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, 153-179.
- Canitez, M. (2017). Uygulamalı Gümrük Mevzuatı. Gazi Kitabevi
- Chang, H., Grabel, I. (2005). Kalkınma Yeniden. İmge Kitabevi Yayınları.
- Çakmak, Ö. A. (2006). Türkiye ile Almanya, İtalya, Fransa ve İngiltere Arasında İmalat Sanayinde Endüstri-İç Ticaretin Yapısı. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 30-47.
- Çakmakçı, F. (2018). Türkiye'nin Gürcistan ile Dış Ticaret İlişkilerinin Değerlendirilmesi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- Çelik, E. (2023). İhracat Yapan İşletmelerin Sahip Olduğu Kaynaklar ve Yeteneklerin İhracat Performansına Etkisi: Trb1 Bölgesi Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi, Şırnak Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finans Anabilim Dalı).
- Develi, E. S. (2020). Çin'in Küresel Ekonomi Politikalarının Merkantilizm Kapsamında İncelenmesi. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1), 36-48.
- Deviren, N. V. (2004) Yeni Dış Ticaret Teorileri, Mevzuat Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 81.
- Dinler, Z. (2002). İktisada Giriş, Sekizinci Baskı. Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Dinler, Z. (2009). İktisada Giriş, Ekin Basım Yayın Dağıtım. On Beşinci Basım.
- Doğan, H. (2005). İhracat Pazarlaması ve İşlemleri. Detay.
- Dura, C. (2000). Yeni Dış Ticaret Teorileri: Genel Bir Bakış. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (16), 1-16.
- Erbaykal, E. (2020). Beşli İktisat, A Kadro Yayınları, İstanbul.
- Eren, L. G. (2015). Tarımsal Kapitalizm: Fizyokrasi. Atılım Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 6-23.
- Gençoğlu, A. Y. (2013). Ticari Kapitalizmden Sanayi Kapitalizmine: Merkantilizm, Liberalizm ve Marksizm. Toplum Bilimleri Dergisi, 7(13), 79-94.
- Green, W. J. K. M. C., Keegan, W. J. (2015). Global Marketing. Jakarta: Pearson.
- Grozdanovska, V., Jankulovski, N., Bojkovska, K. (2017). International Business And Trade. International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR), 31(3), 105-114.
- Güler, A.N. (2022). Türk Dış Ticaretinin Dış Ticaret Hadleri Kapsamında Analizi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal

- Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İktisat Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Güngör, K. (2006). İktisadın Tarihine Kısa Bir Bakış ve Merkantilizmden Günümüze İktisadi Düşünceler. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 41.
- Gürsel, Y. (2023). Endüstri-İç Ticaret: Türkiye – Almanya Örneği. T.C. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Hall, E. R., Taylor, B. J. (1992). Maroecconomics. Norton International Student Edition.
- İçke, M. (2010). Uluslararası İktisadi İlişkiler. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- İçöz, O., Kozak, M. (2002). Turizm Ekonomisi: Turizmin Mikro ve Makro Ekonomik Etkileri. Turhan Kitabevi.
- Jin, J. C. (2002). Exports and Growth: is the Export-led Growth Hypothesis Valid For Provincial Economies? Applied Economics, 34(1), 63-76.
- Johnson, W. F. (2011). International Economic Freedoms, Banks and The Market Crisis Of 2007–2009. Journal of Banking Regulation, 12, 195-209.
- Karluk, R. S. (2009). Uluslararası Ekonomi (Teori-Politika), Gözden Geçirilmiş 10. Basım, İstanbul: Beta Basım Yayınları.
- Karluk, S. R. (2002). Uluslararası Ekonomi: Teori ve Politika. BETA Basım Yayım Dağıtım AŞ
- Kazgan, G. (1985). Ekonomide Dışa Açık Büyüme. İstanbul: Altın Kitaplar Matbaası.
- Kılıç, A. (1992). Türkiye'nin Dış Ticaret Politikaları. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Lichfield, N. (1997). Land Value Taxation in Britain for the Benefit of the Community: History, Achievements and Prospects Nathaniel Lichfield and Owen Connellan.
- Macit, T. B. (2019). Uluslararası Ticaret, Otomotiv Sektörü, Geleceği ve Türkiye Çalışmaları (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler, Enstitüsü).
- Magnusson, L. (2015). The Political Economy of Mercantilism. Routledge.
- Manisalı, E. (2002). İktisada Giriş. Der Yayınları.
- Miral, Z. C. (2006). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Karşı Rekabet Gücü: Seçilmiş Tarımsal Ürünler İçin Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Avrupa Birliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Olalı, H. (1972). Dış Ticaret Teorileri ve Politikası. Bornova Ege Üniversitesi Matbaası, İzmir, 19-128.
- Palacıoğlu, T. (2018). Mutlak Üstünlük ve Bazı Dış Ticaret Teorileri. İTO Bilgiyi Ticarileştirme ve Araştırma Vakfı İstanbul Düşünce Akademisi.
- Polat, A. (2007). Uluslararası Ticaret'te Risk Yönetimi (Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi).
- Savaş, V. F. (1997). İktisadın Tarihi, Liberal Düşünce Topluluğu. Avcıol Matbaacılık, İstanbul.
- Seyidoğlu H. (1999). Ekonometrik Terimler Ansiklopedik Sözlük, 2. Baskı. İstanbul, Güzem
- Seyidoğlu, H. (2001). Uluslararası İktisat (14. Baskı). Güzem Yayınları, İstanbul.
- Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, 15. Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Seyidoğlu, H. (2017). Uluslararası İktisat. (21. bs.). İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Seymen, D., Bilici, Ö., Şanlısoy, S. (2009). Türk Dış Ticareti'nin Yönü, Dış Ticaret Politikası Perspektifinden Bir Değerlendirme. Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi'nde Sunulmuş Tebliğ, 1, 17.
- Şahin, D. (2016). Faktör Yoğunluğuna Göre Endüstri-İç Ticaretin Statik Ölçümü: Türkiye Örneği. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (54), 174-187.
- Tahirler, S. (2016). Uluslararası Ticarete Türkiye-Rusya İlişkileri ve Taşımacılık (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Tuncel, M. (2006). Türk Dış Ticaretinde Teslim ve Ödeme Şekillerinin Ekonomik Analizi: Eğitim Gereklilerinin Belirlenmesine İlişkin Bir Model Önerisi. TC Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dış Ticaret Eğitimi Bölümü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Uçan, E. (2023). Uluslararası Ticaret ve Finans Anabilim Dalında Yapılan Tezlerin Bibliyometrik Analizi. (Yüksek Lisans Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Usta, B. (2019). Uluslararası Ticaret, Türkiye-İran İlişkileri ve Taşımacılık (Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Vernon, R. (1992). International Investment and International Trade in The Product Cycle. In International Economic Policies and Their Theoretical Foundations (pp. 415-435). Academic Press.
- World Bank. (2018). World Development Report 2019: The Changing Nature Of Work. The World Bank.
- Yergin, H. (2011). Gümrük Birliği'nin Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkeleri Arasındaki Endüstri-İç Ticaret Üzerine Etkileri. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi. Erzurum.
- Yücel, A. (2019). İhracat Pazarlaması Stratejileri ile Firma Performansı İlişkisi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 29(1), 205-225.