

# TÜRKİYE COĞRAFYASI VE JEOPOLİTİĞİ



Editör  
Meryem HAYIR KANAT



İÇİNDEKİLER

TÜRKİYE'DE TİCARET

İÇ TİCARET

DIŞ TİCARET

TRANSİT TİCARET

ELEKTRONİK TİCARET YA DA E-TİCARET

# BÖLÜM 16 TÜRKİYE'DE TİCARET

Meryem HAYIR KANAT

# Ticaret

- Ticaret tarım toplumundan, kasaba ve şehir toplumuna geçiş sürecini başlatan çok eski bir ekonomik faaliyet türüdür. Türkiye 78 milyona yakın nüfusu, kıtalar arasındaki stratejik konumu ile ticaretin canlı olduğu bir ülkedir. Avrupa, Balkanlar, Kafkasya, Orta Asya, Kuzey Afrika ve Orta Doğu'dan oluşan geniş bir coğrafyanın merkezinde bulunan Türkiye pek çok uluslar arası örgütün üyesidir. İstanbul'dan 4 saatlik uçuşla 50'den fazla ülkeye, 1,5 milyar nüfusa ve 25 trilyon dolarlık pazara erişim olanağına sahiptir (Dış İşleri Bakanlığı). Coğrafi konumunun sağladığı pek çok avantajın yanı sıra bulunduğu bölgede meydana gelen istikrarsızlıklar Türkiye'nin ticareti üzerinde etkiye sahiptir.
- İkinci Dünya savaşından sonra oluşan dünya düzeni, gelişen ulaşım imkanları, artan nüfus miktarı her geçen gün Dünya ticaret hacminin büyümesine neden olmuştur. Bu süreçte Dünya ticaretine yön veren Dünya Ticaret Örgütü gibi örgütler haricinde pek çok bölgesel örgüt kurulmuştur. 1957 yılında kurulan **Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)**, 1967 yılında kurulan **Güneydoğu Asya Uluslar Birliği (ASEAN)**, 1969'da kurulan **İslam İşbirliği Teşkilatı (İİT)**, 1991 yılında Sovyetler Birliğinin dağılmasının ardından kurulan **Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)**, 1992 yılında kurulan **Karadeniz Ekonomik İşbirliği Örgütü (KEİÖ)**, 1994 yılında imzalan Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması ile kurulan **(NAFTA)** bunlardan bazılarıdır. Bu örgütler üyeleri arasında ticareti kolaylaştırarak, ticaret hacmini artırmaktadırlar.
- 1980'lere kadar iç ticaret, dış ticaret ve transit ticaret olarak sınıflandırılma yapılırken, internetin kullanılmaya başlaması ve yaygınlaşması ile e-ticaret kavramı ortaya çıkmış ve hayata geçmiştir.

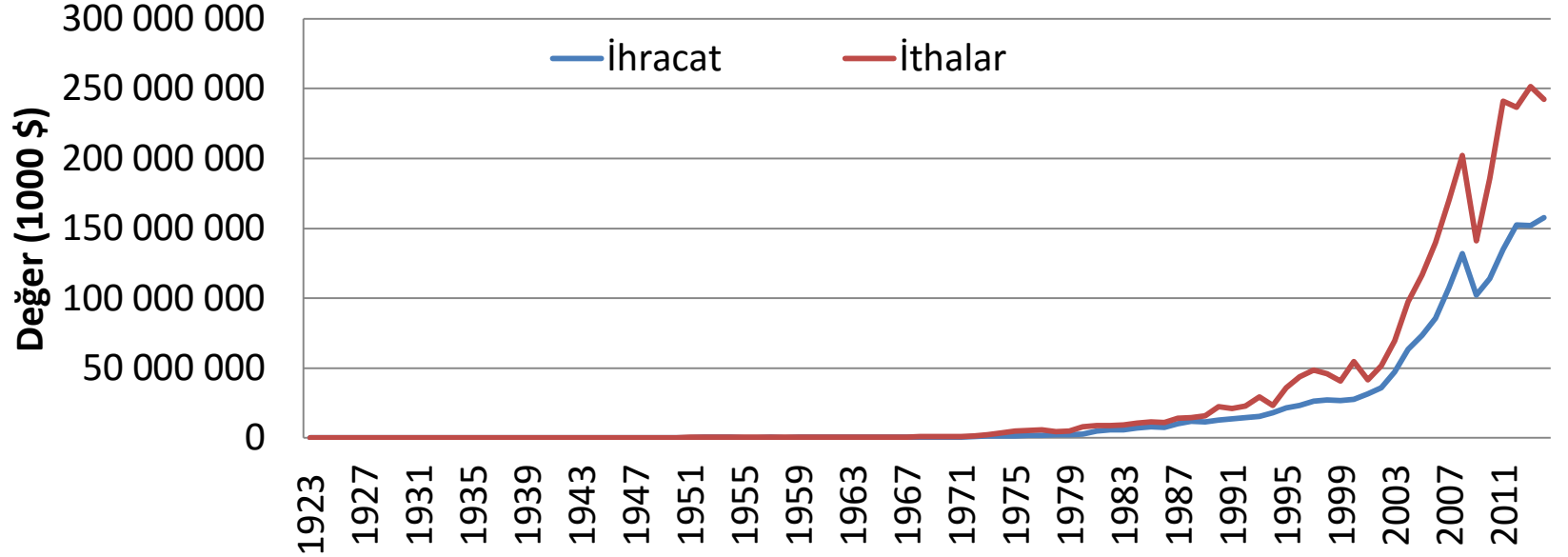
# İÇ TİCARET

- Bir ülkenin sınırları içerisinde bölge ve bölümler arasında gerçekleştirilen her türlü mal ve hizmet alım satımına iç ticaret denir. Mal ve hizmetlerin üreticiden, tüketiciye ulaşıncaya kadar geçen süreçte pek çok tüccar zincire dahil olur. Bir kısım tüccarlar ürünleri üreticiden alarak değişik mağaza ve pazarlara koliler, düzüneler halinde toptan satarlar. Bu tür pazarlamaya **toptan ticaret** denir.
- Daha ziyade üretici işletmelerin gerçekleştirdiği toptan ticaret, küçük tüccarlar ve değişik mağaza zincirleri tarafından son kullanıcılarına ulaştırılır.
- Türkiye’de bazı il merkezleri konumlarının uygun olması nedeni ile ticaret şehirleri özelliği kazanmışlardır. Bunlar, **İstanbul, Bursa, İzmit, İzmir, Denizli, Adana, Gaziantep, Diyarbakır, Ankara, Konya, Kayseri, Samsun, Trabzon, Erzurum ve Malatya** gibi şehirlerdir. Bu merkezlerde ticaretin gelişmesinde, ulaşım yolları üzerinde bulunmalarının büyük etkisi olmuştur.

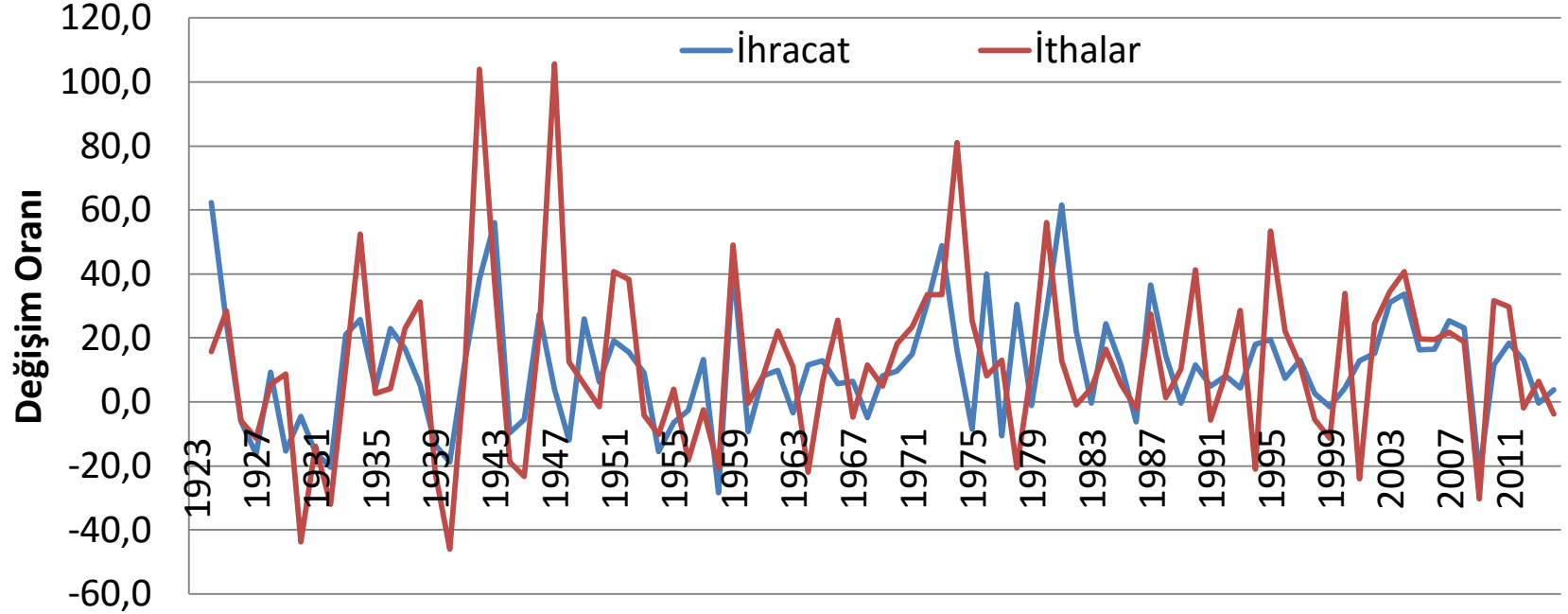
# Ülkemizde iç piyasada ticarete konu olan ürünleri;

- Tarım ve hayvancılığa dayalı ürünler
- Orman ürünleri
- Deniz Ürünleri
- Taş ve toprağa dayalı ürünler
- Madenler ve enerji kaynakları
- Sanayi Ürünleri
- Turizm ve hizmet faaliyetleri, olarak sınıflandırabiliriz.

Şekil 1: Cumhuriyet Dönemi yıllara göre ihracaat ve ithalat miktarındaki değişim



Şekil 2: Cumhuriyet Dönemi yıllara göre ihracat ve ithalat değişim oranı (%) \_1923-2014

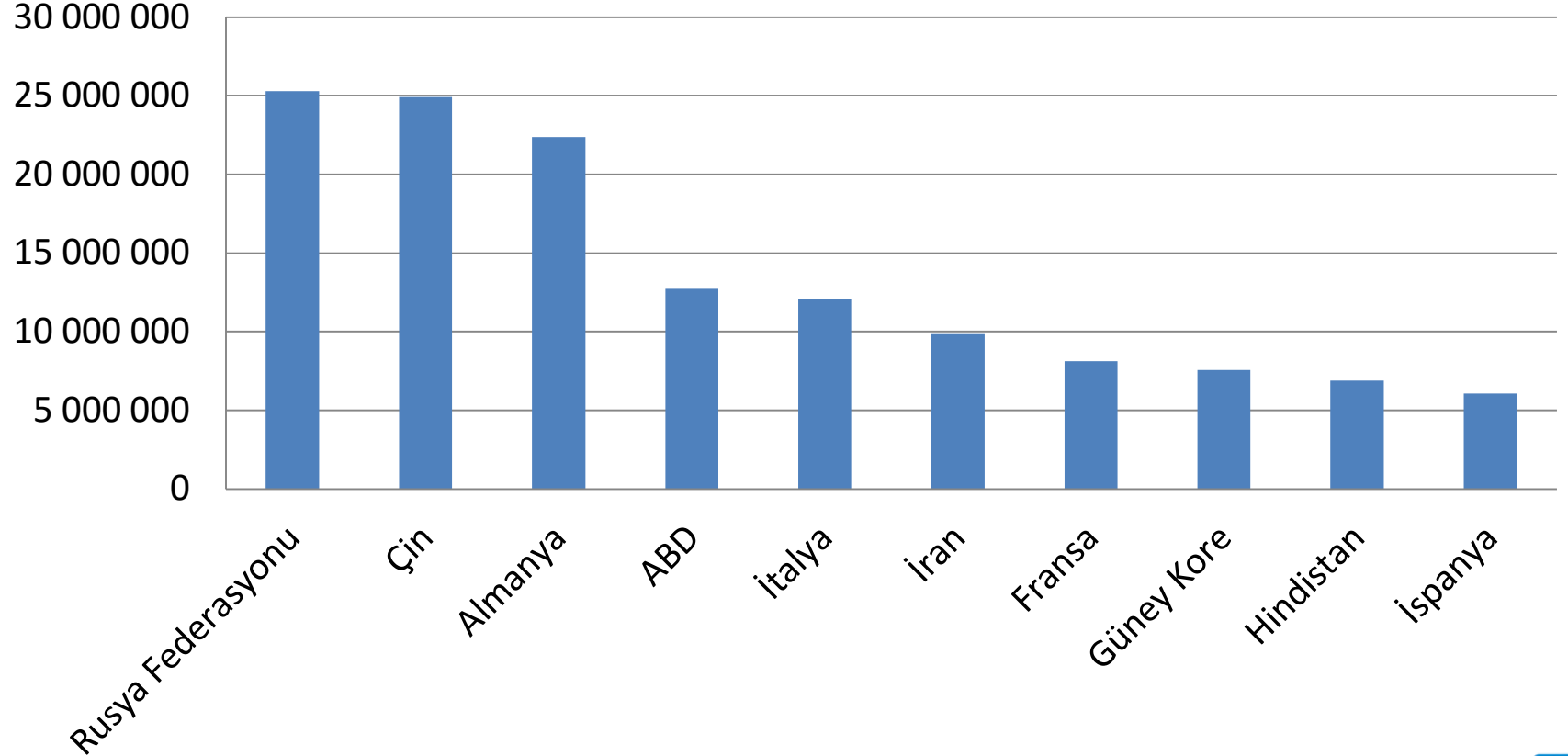




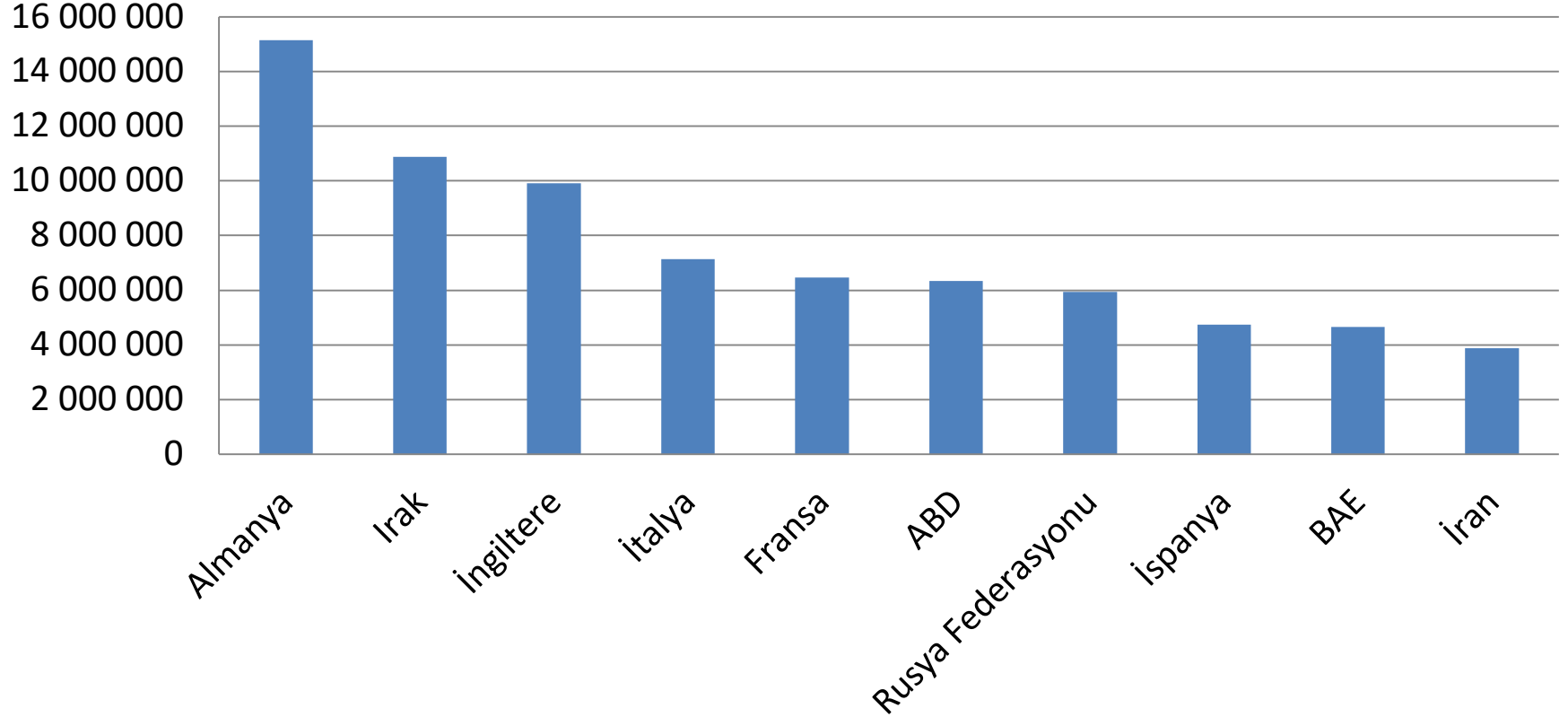
Tablo 1: Türkiye'nin 2000-2014 dönemine ait dış ticaret değerleri (Dolar)

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Ticaret Açığı	İhracatın İthalatı Karşılması %
2000	27 774 906	54 502 821	-26 727 914	51
2001	31 334 216	41 399 083	-10 064 867	79
2002	36 059 089	51 553 797	-15 494 708	70
2003	47 252 836	69 339 692	-22 086 856	68
2004	63 167 153	97 539 766	-34 372 613	64
2005	73 476 408	116 774 151	-43 297 743	63
2006	85 534 676	139 576 174	-54 041 498	61
2007	107 271 750	170 062 715	-62 790 965	63
2008	132 027 196	201 963 574	-69 936 378	65
2009	102 142 613	140 928 421	-38 785 809	72
2010	113 883 219	185 544 332	-71 661 113	61
2011	134 906 869	240 841 676	-105 934 807	56
2012	152 461 737	236 545 141	-84 083 404	64
2013	151 802 637	251 661 250	-99 858 613	60
2014	157 610 158	242 177 117	-84 566 959	65

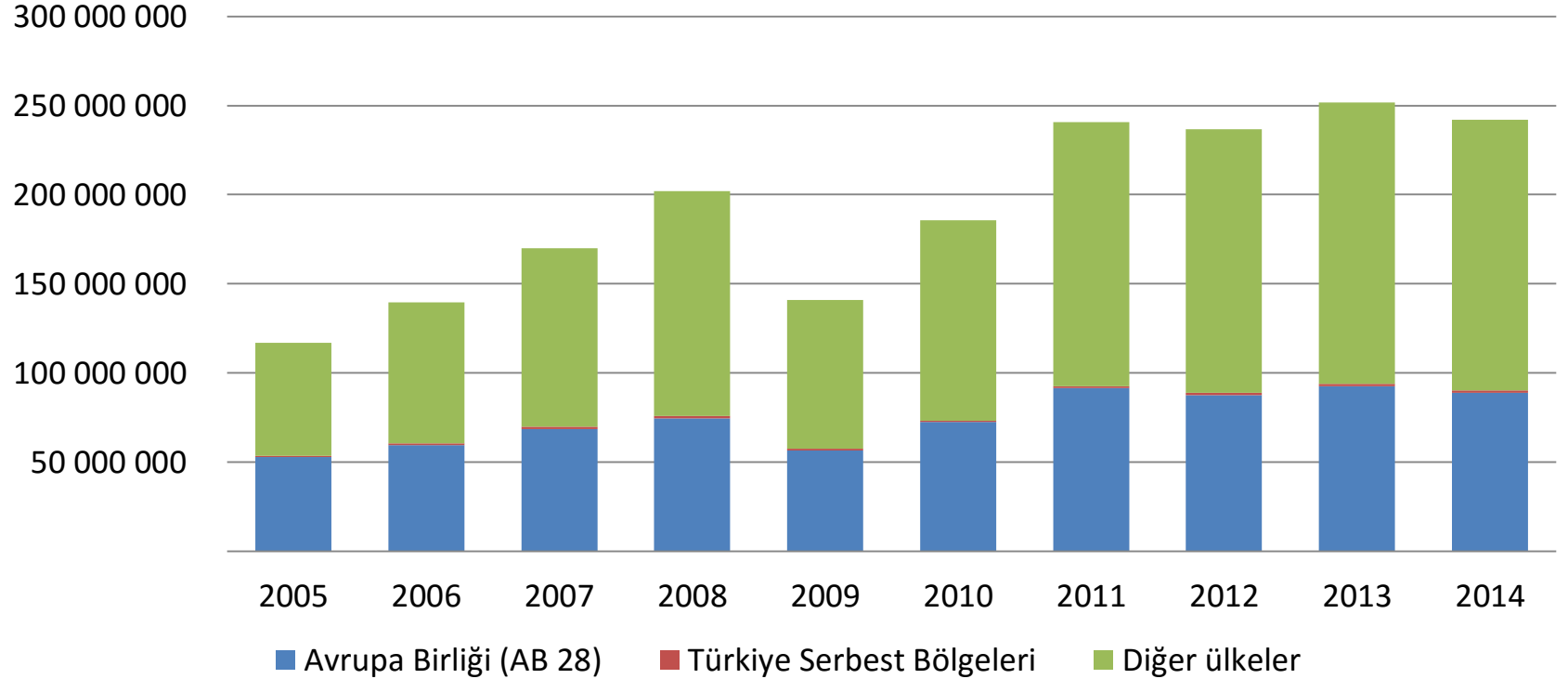
Şekil 3: Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ilk 10 ülke (1000 \$)\_TUIK, 2014



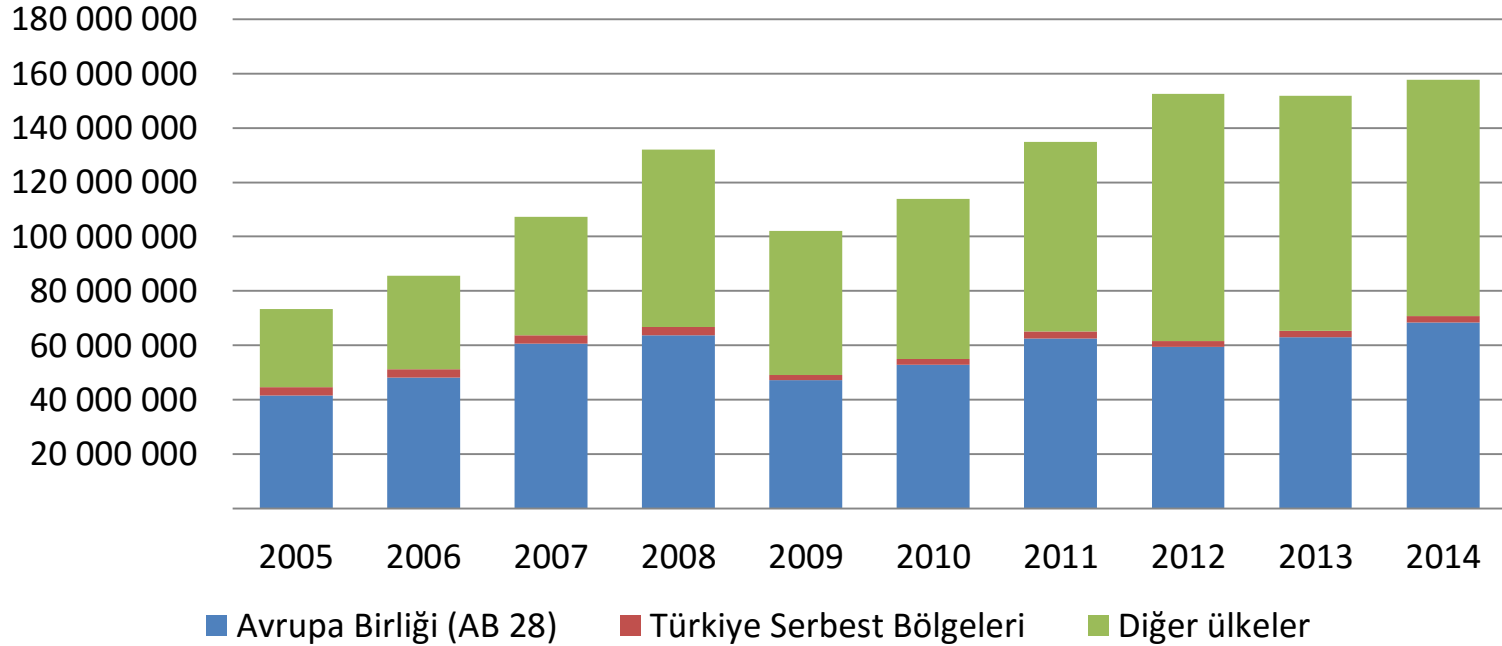
Şekil 4: Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ilk 10 ülke  
(1000\$)\_TUIK,2014



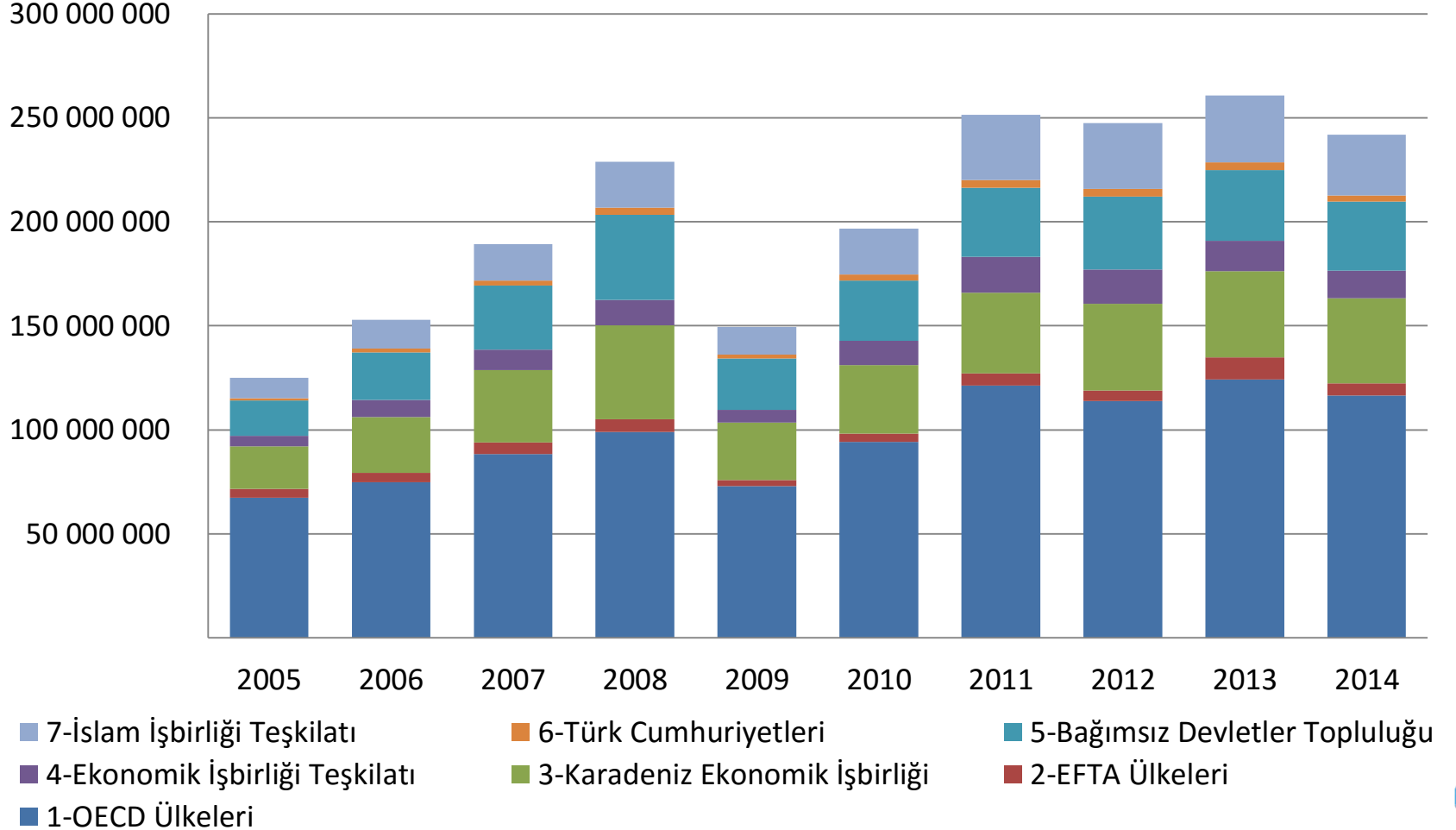
Şekil 5: Ülke gruplarına göre yıllık ithalat, (1000 \$)



Şekil 6: Ülke gruplarına göre yıllık ihracat, (1000 \$)



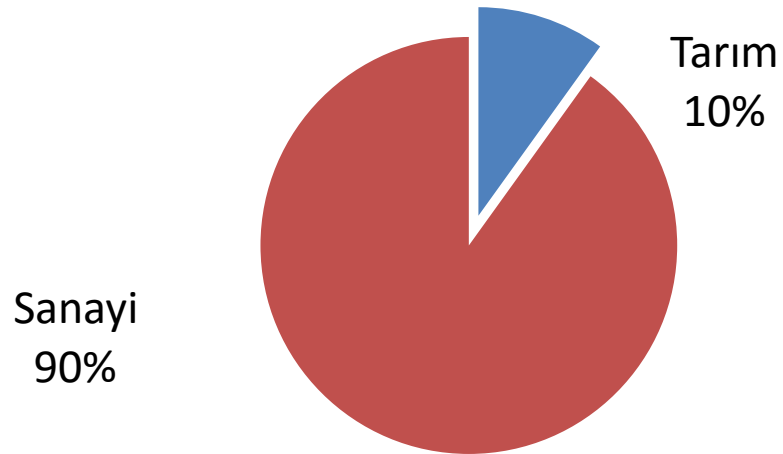
Şekil 7: Seçilmiş ülke gruplarına göre yıllık ithalatımız (1000\$)



Tablo 2: Sanayi ihracatında yer alan ilk 10 ürün grubunun sıralanması\_TÜİK, 2014

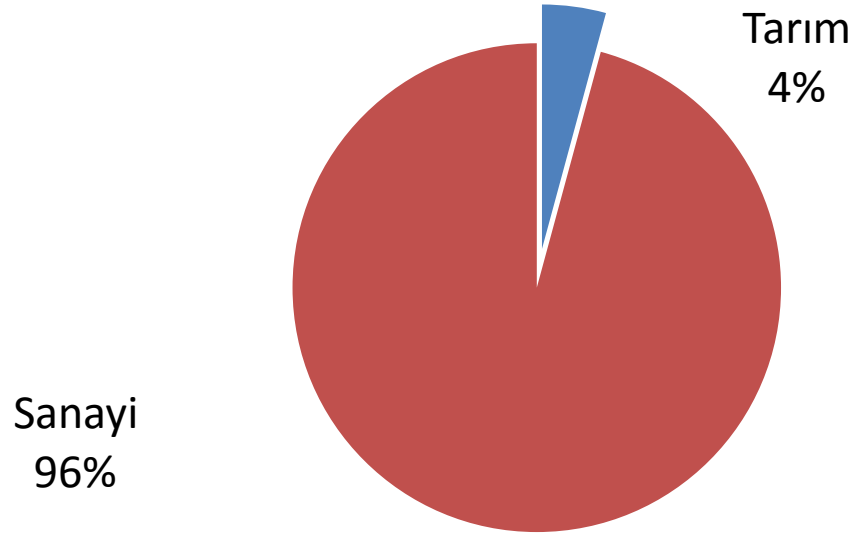
Sıra	Fasıllar	Miktar (\$)
1	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	18 063 448
2	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	13 591 126
3	Örme giyim eşyası ve aksesuarı	10 024 248
4	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	9 692 254
5	Demir ve çelik	9 244 173
6	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	7 716 840
7	Demir veya çelikten eşya	6 356 117
8	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	6 232 503
9	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar	6 111 840
10	Plastikler ve mamulleri	6. 097 283

Şekil 8: Türkiye İhracatında sektörel dağılım\_TUİK,  
2014





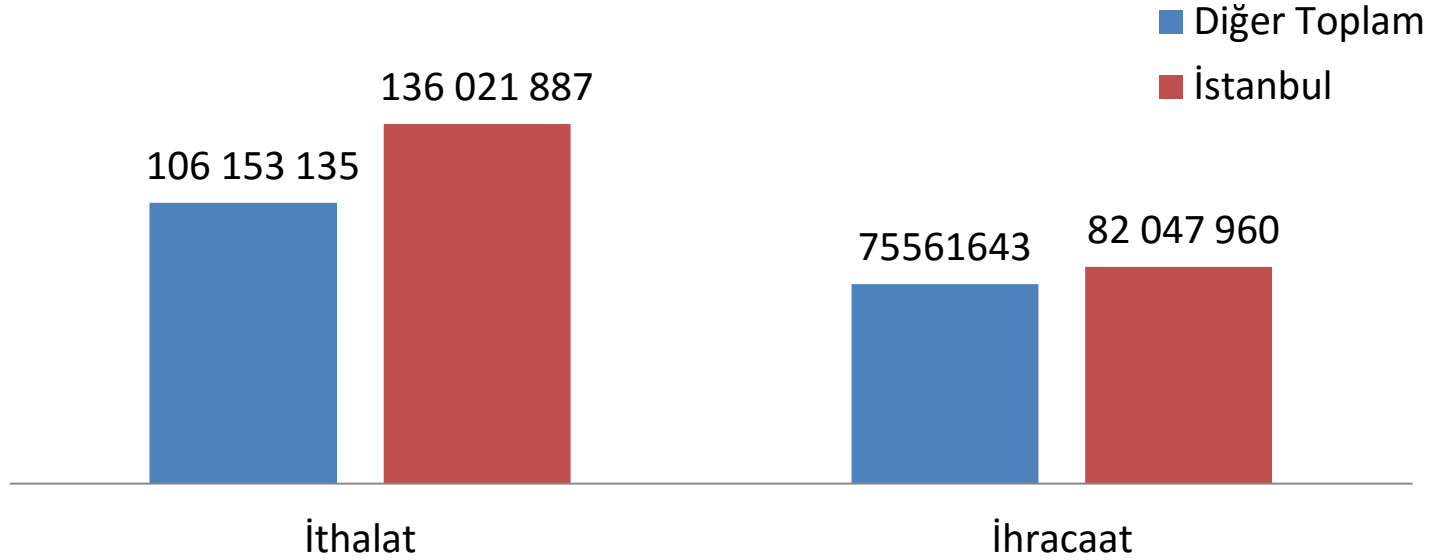
Şekil 9: Türkiye İthalatında sektörel dağılım\_TUİK,  
2014



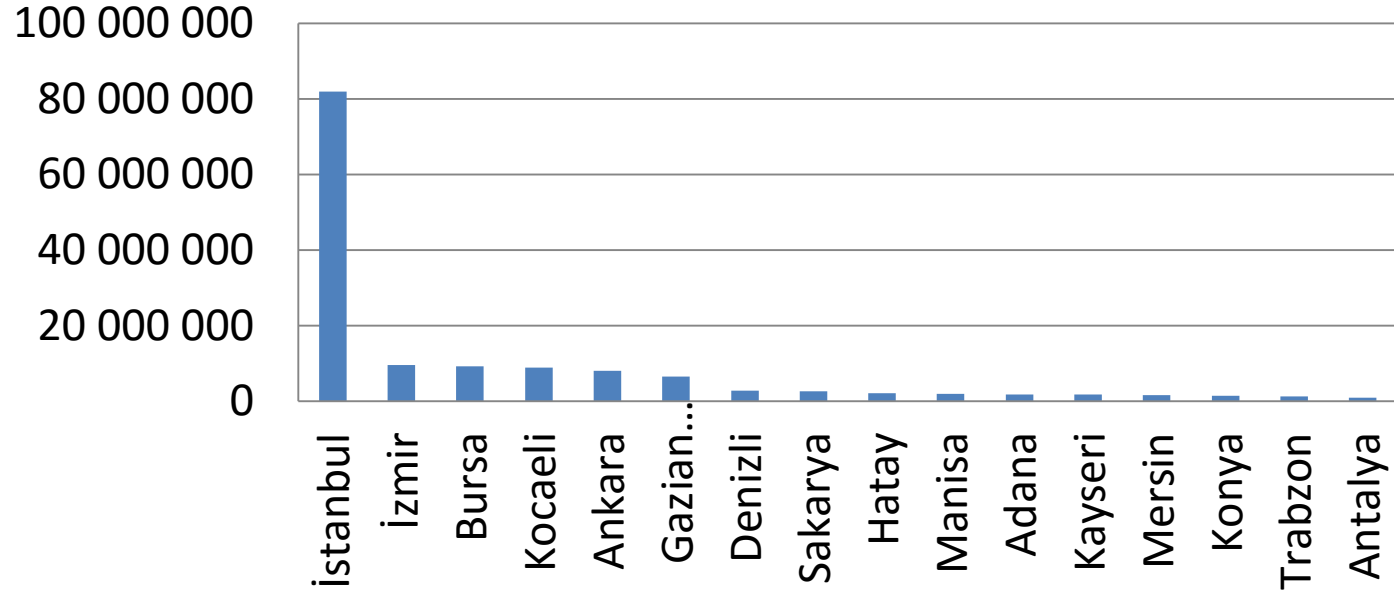
Tablo 3: Sanayi ithalatında yer alan ilk 10 ürün grubunun sıralanması TÜİK, 2014

Sıra	Fasıllar	Miktar (\$)
1	Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler, bitümenli maddeler, mineral mumlar	54 889 415
2	Kazanlar, makinalar, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	28 104 042
3	Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	17 948 538
4	Demir ve çelik	17 575 890
5	Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	15 735 932
6	Plastikler ve mamulleri	14 150 792
7	Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	8 120 823
8	Organik kimyasal ürünler	5 833 426
9	Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar, tıbbi, cerrahi alet ve cihazlar, bunların aksam, parça ve aksesuarı	4 878 069
10	Eczacılık ürünleri	4 428 199

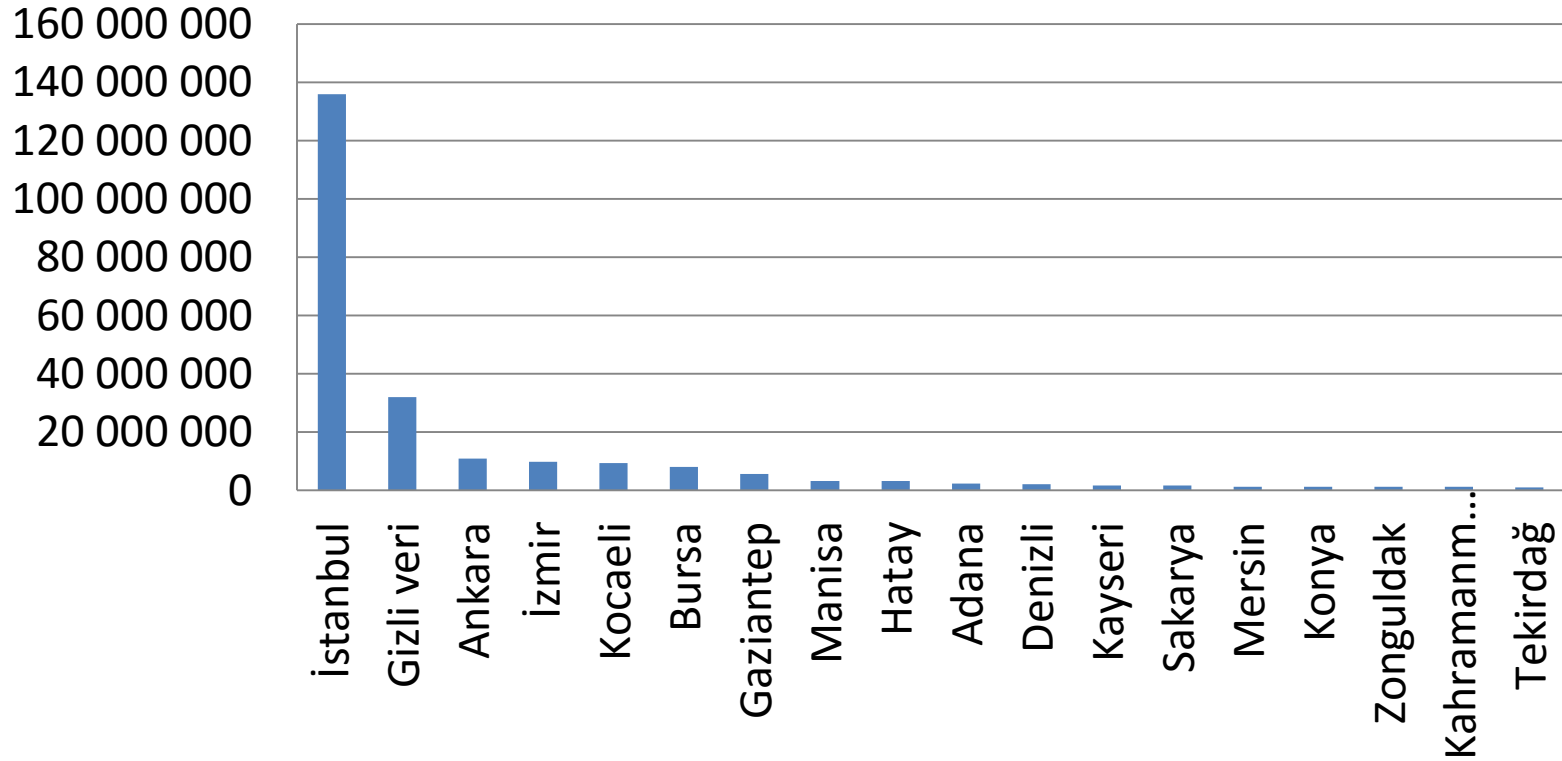
Şekil 10: İstanbul'un Türkiye ihracat ve ithalatındaki durumu (1000 \$)



Şekil 11: İllere göre ihracat (1000 \$)



Şekil 12: İllere göre ithalat (1000 \$)



# ELEKTRONİK TİCARET YADA E-TİCARET

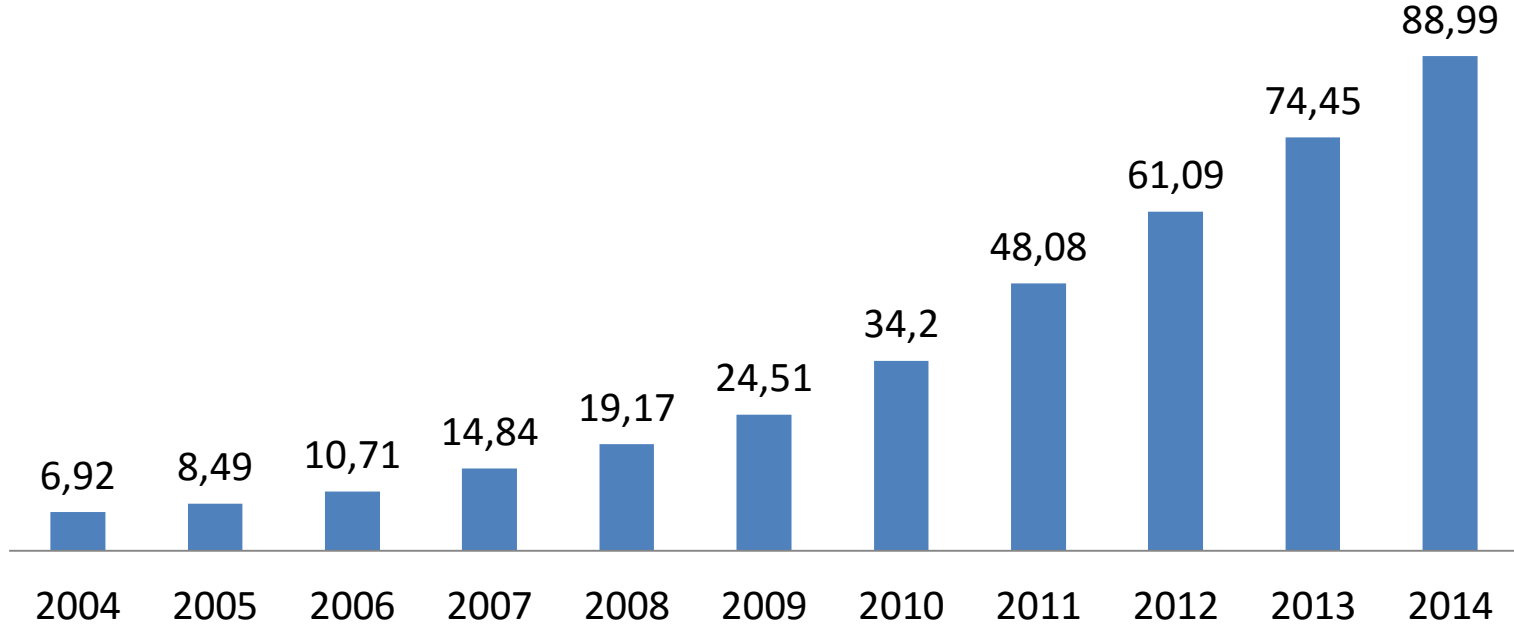
E-Ticaret konusunda en yaygın genel kabul görmüş tanım OECD tarafından 1997'de yapılan tanımdır. Bu çerçevede E-Ticaret. aşağıdaki eylemleri kapsayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır.

- • Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
- • Firmaların elektronik ortamda buluşması
- • Ödeme sürecinin yerine getirilmesi.
- • Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi,
- • Satış sonrası bakım, destek v.b. hizmetlerin temin edilmesi.

# E-ticaret çalışmalarının başlatılmasındaki ana hedefler şu başlıklar altında ele alınabilir

- İşletmenin çalışma hayatına devam edebilmesini sağlamak
- Yeni gelir kanalları elde etmek
- Pazar payını arttırmak
- Maliyetleri düşürmek
- Ürün ve servis için kullanılan süreyi kısaltmak
- Tedarik zincirini geliştirmek
- Global erişilebilir olmak
- Müşteri hizmetlerini ve iletişimi kolaylaştırmak
- Hizmet kalitesini yükseltmek
- Müşteri sürekliliğini sağlamak

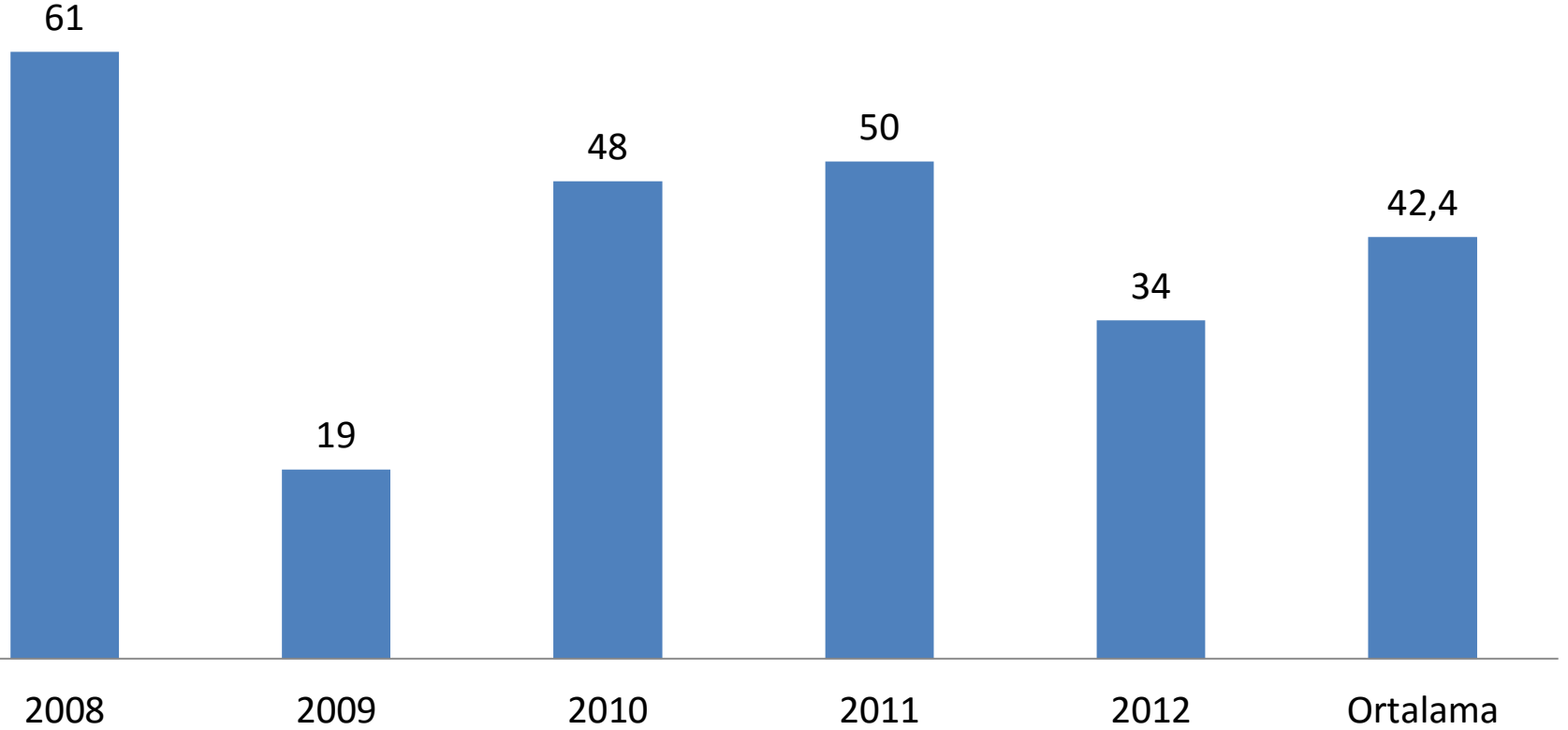
Şekil 13: Amazon'un Net Gelir (Milyar Dolar)





Tablo 4: Dünyanın E-Ticaret Alanındaki Görünümü_Ocak 2014		Perakende İçerisindeki Payı (%)
İşletmeden Tüketicie (B2C) Dünya E-Ticaret Hacmi	988 Milyar Dolar	
Dünya Sınır Ötesi E-Ticaret Hacmi	200 Milyar Dolar	
ABD'nin e-Ticaret Hacmi	225 Milyar Dolar	5,4
Avrupa E-Ticaret Hacmi	312 Milyar Euro	5
Türkiye E-Ticaret Hacmi (B2C)	7 Milyar TL	1,8

Şekil 14:Türkiye'de E-Ticaret Büyüme Oranı (%)



**Grafik 15: İnternette gerçekleştirilen kartlı ödemeler ve E-Ticaret**

