

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Anabilim Dalı

**TİCARET BAKANLIĞI İHRACAT DESTEKLERİ
KAPSAMINDA LOJİSTİK VE TAŞIMACILIK
HİZMETLERİ SEKTÖR DESTEKLERİ
DEĞERLENDİRMESİ**

Yüksek Lisans Dönem Projesi

Tuba ŞEN

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Filiz SİVASLIOĞLU

İstanbul – 2023

DÖNEM PROJESİ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Tuba ŞEN

Dönem Projesinin Dili : Türkçe

Dönem Projesinin Adı : Ticaret Bakanlığı İhracat Destekleri Kapsamında Lojistik ve Taşımacılık Hizmetleri Sektör Destekleri Değerlendirmesi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bilim Dalı

Tarihi : 30.06.2023

Sayfa Sayısı : 43

Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Filiz SİVASLIOĞLU

Dizin Terimleri : Ticaret Bakanlığı, İhracat Destekleri, Lojistik, Taşımacılık

Türkçe Özet : Bu çalışma kapsamında Ticaret Bakanlığı'nın lojistik ve taşımacılık sektörüne yönelik devlet destekleri değerlendirilmiştir.

Dağıtım Listesi : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne

İmzası

Tuba ŞEN

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Anabilim Dalı

**TİCARET BAKANLIĞI İHRACAT DESTEKLERİ
KAPSAMINDA LOJİSTİK VE TAŞIMACILIK
HİZMETLERİ SEKTÖR DESTEKLERİ
DEĞERLENDİRMESİ**

Yüksek Lisans Dönem Projesi

TUBA ŞEN

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Filiz SİVASLIOĞLU

İstanbul – 2023

BEYAN

Bu projenin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir proje olarak sunulmadığını beyan ederim.

Tuba ŞEN

30.06.2023

T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
TEZSİZ YÜKSEK LİSANS DÖNEM PROJESİ
DEĞERLENDİRME RAPORU

Öğrencinin	
Adı ve Soyadı	Tuba Şen
Numarası	221415014
Anabilim Dalı	Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık
Dönem Projesi Konusu	Ticaret Bakanlığı İhracat Destekleri Kapsamında Lojistik ve Taşımacılık Hizmetleri Sektör Destekleri Değerlendirilmesi
Dönem Projesine Başladığı Tarih	Nisan 2023
Dönem Projesini Bitirdiği Tarih	Haziran 2023

Yukarıda ismi yazılı Tezsiz Yüksek Lisans öğrencisi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri gereğince, Danışmanı tarafından/.../..... Tarihinde Saat’da yapılan değerlendirme sonucunda;

☐ **Başarılı,**

☐ **Başarısız,**

bulunmuştur.

Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesini Yürüten Danışmanın

Ünvanı, Adı ve Soyadı: Dr. Öğr. Üyesi Filiz Sivaslıoğlu

Tarih:

İmzası:

ÖZET

Globalleşen dünyada sınırların ortadan kalkması ile global pazarın oyuncusu olmak artık tercih değil zorunluluk olmuştur. Bu oyunda güçlü kalmak, fark yaratmak, trendlere hızlı adaptasyon sağlamak, ihracatta; firmaların önceliğini oluşturmaktadır. Devletlerin ise çeşitli politikalarla üreticiyi desteklemesi buna bağlı olarak ülke ekonomisini güçlendirmesi ve refahı hedeflemesi hiç değişmemiştir. Türkiye, izlediği politikalarla 1980’li yıllardan bu yana ihracatçının, sayısız teşvik aracı ile özellikle parasal teşviklerle hep yanında olmuştur. Piyasaya dokunan bu anlamlı müdahalelerle, dönem dönem spesifik sektörler ağırlık verilmesi dünya trendini takip etmede yardımcı olmuştur. Milenyumun öne çıkan hizmet sektörlerinden; lojistik ve taşımacılık, bu hedeflere ulaşma kolaylığı sağlamıştır. Söz konusu bu teşviklerde aranan çeşitli performans kriterleri, üst limitler, denetim ve kontrollerin ciddiyeti sisteme yeni oyuncular kazandırmış var olanları daha da güçlü kılmış ve istenilen başarıya ulaşılmıştır. Bu da bizlere devlet teşviklerinin ne kadar önemli ve faydalı bir program olduğunu göstermektedir.

Çalışmada günümüzde Ticaret Bakanlığı ihracat destekleri kapsamında lojistik ve taşımacılık sektörüne yönelik bir değerlendirme içermektedir. Ayrıca bu çalışmada, lojistik çalışmaları literatürüne katkı sunma ve yine aynı alanda daha ileride yapılabilecek çalışmalar açısından yol gösterici bir çalışma ortaya konulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Taşımacılık, İhracat, Ticaret Bakanlığı, Devlet Destekleri, Teşvik.

SUMMARY

With the disappearance of borders in the world of globalization, being a player in the global market is no longer a choice but a necessity. Exporting companies should prioritize staying strong in this game, making a difference, and ensuring rapid adaptation to new trends in the markets. On the other hand, states continue supporting the producer with various policies, thus strengthening the country's economy and a certain level of welfare. With the policies it followed, Turkey has provided great support to exporters in the 1980s, with numerous incentive tools, especially monetary policies. Shifting its focus between different sectors according to the current conditions of the market keeps Turkey aligned with the world trends. Logistics and transportation, one of the prominent service sectors of the millennium, render these goals more accessible. The various performance criteria, upper limits, audits and controls sought in these incentives have brought new players into the system, made existing ones stronger, therefore arrived the desired success level. This shows us how important and beneficial government incentives are.

The study includes an evaluation of the logistics and transportation sector within the scope of export supports of the Ministry of Trade today. The research also aims to contribute to the literature of logistics studies and present a guiding study in terms of future studies in related fields.

Keywords: Logistics, transportation, Export, Ministry of Trade, Government Support, Promotion.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
TABLolar LİSTESİ.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TİCARET BAKANLIĞI HİZMET İHRACATININ DESTEKLENMESİ

1. Ticaret Bakanlığı	3
1.1. Ticaret Bakanlığı Tarihçesi	3
1.2. İhracat Tanımı ve Kavramı	4
1.2.1. İhracatın Önemi.....	5
1.3. Hizmet İhracatı.....	7
1.3.1. Hizmet İhracatının Önemi	8
1.3.2. Hizmet İhracatı Yöntemleri.....	9

İKİNCİ BÖLÜM

HİZMET İHRACATINA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI

2.1. Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretine Genel Destek Programı Kapsamında Sağlanan Destekler.....	10
2.2. Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretine Sağlanan Markalaşma Destekleri	10
2.3. Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörlerinin Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi	11
2.4. Yurt Dışı Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanan Destekler	12
2.5. Hizmet İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi	13

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
LOJİSTİK VE TAŞIMACILIK HİZMETLERİNE YÖNELİK
DESTEK UNSURLARI

3.1. Lojistik ve Taşımacılık.....	16
3.1.1. Taşıma Türleri.....	18
3.2. Destek Unsurları.....	20
3.2.1. Tescil ve Koruma Desteği.....	21
3.2.2. Pazara Giriş Belgeleri Desteği	22
3.2.3. Birim Desteği	22
3.2.4. Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği	22
3.2.5. Bireysel Katılım Desteği	23
3.2.6. Milli Katılım Desteği	23
3.2.7. Ürün Yerleştirme Desteği	23
3.2.8. Sektörel Alım Heyeti ve Sektörel Ticaret Heyeti Programları Desteği.....	23
3.2.9. Sanal Fuar Organizasyon Desteği.....	24
3.2.10. Yarışma ve Etkinlik Desteği	24
SONUÇ	25
KAYNAKÇA	28
ÖZGEÇMİŞ	31

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Dünya Mal ve Hizmet İhracatının Yıllık Bileşik Büyüme Oranı.....	6
Tablo 2. Yeşil Pasaport İçin Yıllık Ortalama İhracat Şartı.....	14
Tablo 3. Lojistik ve Taşımacılık Hizmet Gelirleri.....	18

ÖNSÖZ

Tezsiz Yüksek Lisans projemin hazırlanmasında kişisel akademik bilgi ve tecrübeleriyle beni yönlendiren ve yardımlarını esirgemeyen proje danışmanım sayın Dr. Öğr. Üyesi Filiz Sivaslıoğlu'na, yüksek lisans öğrenimim boyunca bana emeği geçen bütün saygı değer hocalarıma, birlikte eğitim almaktan onur duyduğum sevgili arkadaşlarıma ayrı ayrı teşekkürü borç bilirim. Eğitim hayatım boyunca her türlü desteği esirgemeyen aileme de sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

GİRİŞ

Gün geçtikçe globalleşen dünyada; tüketici davranışlarından seri üretime kadar yaşanan tüm değişimlere hızlı adaptasyon zorunluluğu ve ticarette ülke sınırlarının neredeyse silinmesi ihracatı her geçen gün daha önemli hale getirmektedir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerin dünya ekonomisine entegrasyonu dış ticaretten geçmektedir. Ekonomik büyüme ve kalkınma, dış ticaret dengesiyle ve buna bağlı olarak ülkenin ihracat performansı ile yakından ilişkilidir.

Tüm bunlarla birlikte sermaye ve işgücünün serbest dolaşımı rekabet şartlarını ağırlaştırmakta ülkeler sadece üretimi artırma odaklı olmamakta üretilen mal ve hizmeti dış ticaret dengesi için ihracata yönlendirme amacıyla yola devam etmelerini zorunluluk saymaktadırlar.

Bu bağlamda devletler global ekonomiyi kendilerine hizmet eder hale getirmek, globalleşmeyi kendi lehlerine döndürmek için milli hizmet ve mallarını üreten üreticilerine teşvikler sağlamaktadırlar.

Türkiye ekonomisinin de halihazırda gelişmekte olan ülkeler arasında yer alması üstte saydığımız gerekçeler çerçevesinde özellikle 1980 sonrası takip edilen hem mal hem hizmet sektörlerini kapsayan devlet destekli ihracat politikaları sayesinde Türk dış ticaretine katkısı yadsınamaz.

Bununla birlikte ihracatta hizmet sektörlerinin giderek artan önemi ülkelerin perspektiflerini değiştirmelerine sebep olmuştur. Özellikle lojistik ve taşımacılık, hizmet sektörünün lokomotif olması yeni gelen devlet teşvikleri ile daha da güçleneceği aşikardır.

İster mal üretimi ister hizmet üretimi olsun neredeyse tüm sektörlerin birebir bağlantıda olduğu lojistik ve taşımacılığa gereken önemin verilmesinden geçmektedir.

Çalışmam üç bölümden oluşmakta olup; birinci bölümde Ticaret Bakanlığı ihracat ve önemi hizmet ihracatı gibi kavram ve tanımlar yapılmış, ikinci bölümde hizmet ihracatına yönelik devlet yardımları açıklanmış, üçüncü bölümde lojistik ve

taşımacılık tanımını ve bu sektöreye yönelik devlet destekleri değerlendirilmesi
alışmaları incelenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TİCARET BAKANLIĞI HİZMET İHRACATININ

DESTEKLENMESİ

1. Ticaret Bakanlığı

Ticaret Bakanlığı, bir ülkenin ticaret politikalarını oluşturan ve uygulayan , ülkenin içinde ve dışındaki ticaret faaliyetlerinin yönetiminden sorumlu bakanlıklardan biridir. Bu bakanlık, ticaretin serbestleştirilmesi, dış ticaret anlaşmaları, ticari engellerin kaldırılması, ülkenin ticari politikalarının oluşturulması ve uluslararası ticarete rekabet edebilirliğin artırılması gibi konularda çalışma yapmaktadır. Ülkeler arasındaki ticaret ilişkilerinin başlatılması, geliştirilmesi ve sürdürülmesi için de Ticaret Bakanlığı önemli bir role sahiptir.

1.1. Ticaret Bakanlığı Tarihçesi

Türkiye’de Ticaret Bakanlığı’nın tarihi, Cumhuriyet’in ilanından önceki döneme kadar uzanmaktadır. Osmanlı Devleti’nde “Nafia Nezareti” adı altında bir bakanlık bulunmaktaydı ve bu bakanlık; ticaret, sanayi ve tarım alanlarını kapsamaktaydı. Osmanlı İmparatorluğu ile başlayan söz konusu politikalar, Cumhuriyet ile birlikte iktisadi devletçilik yoluyla ilerletilip devam ettirilmiş ve bugünkü Bakanlığımızın temelini teşkil eden modern bir dış ticaret bürokrasisi ile iç ve dış ticari ilişkilerin gerektirdiği hukuki kurumsal alt yapı oluşturulmuştur (“Ticaret Bakanlığı Tarihçesi”, 2023).

Cumhuriyet döneminde ise Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından 2 Mayıs 1920 tarihinde kabul edilen 3. sayılı Kanunla, İktisat Vekâleti oluşturulmuştur (“Ticaret Bakanlığı Tarihçesi”, 2023). Cumhuriyet’in ilanından sonra, 1923 yılında kurulan ilk hükümette “Sanayi ve Maadin Nezareti” adı altında bir bakanlık kurulmuştur. Bu bakanlık, sanayi, madencilik ve ticaret alanlarından sorumlu olmuştur.

Daha sonra, 1939 yılında “Ticaret Bakanlığı” adı altında bir bakanlık kurulmuştur ve bu bakanlık, sadece ticaret alanından sorumlu olmuştur. Ticaret Bakanlığı’nın kuruluş amacı; ülkenin iç ve dış ticaretinin düzenlenmesi, ticaretin geliştirilmesi, ihracatın arttırılması ve ithalatın kontrol altında tutulmasıdır.

Ticaret Bakanlığı, 1950’li yıllarda Türkiye’nin ekonomik kalkınması için önemli bir rol oynamıştır. 1980’lerde ise, Türkiye’nin dünya pazarlarına açılması ve ihracatın arttırılması amacıyla ticaret politikalarında libelleşme politikaları uygulanmıştır. Bu dönemde Ticaret Bakanlığı’nın rolü daha da önem kazanmıştır.

8 Haziran 2011 tarihli 637 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Dış Ticaret Müsteşarlığının tüm hizmet birimleri ile İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME) ve Hazine Müsteşarlığının Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlükleri birleştirilerek Ekonomi Bakanlığı kurulmuştur (“Ticaret Bakanlığı Tarihçesi”, 2023).

Bugün Türkiye Ticaret Bakanlığı, Türkiye’nin iç ve dış ticaretini yönetmekle ve Türkiye’nin ticari ilişkilerini düzenlemekle sorumlu olan önemli bir bakanlıktır.

1.2. İhracat Tanımı ve Kavramı

İhracat, “Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veya Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemleri”dir (*İhracat Yönetmeliği*, 2008).

İhracat, genel bir ifade ile bir ülkenin mal veya hizmetlerinin yabancı ülkelere satılması ve böylece döviz kazanma işlemi olarak adlandırılır. Bu işlem, üreticilerin ürettikleri malları veya sundukları hizmetleri, yabancı alıcılara göndermesi ve ülke ekonomisine döviz girişi sağlaması şeklinde işlemektedir Asgarov (2008).

Bir ülkenin ihracatı, o ülkenin üretim kapasitesi ve rekabet gücüne bağlı olduğu düşünülmektedir. İhracat yapmak için öncelikle kaliteli ve uygun fiyatlı ürünlerin üretilmesi gerekmektedir. Bunun yanı sıra, ürünlerin pazarlama ve satışını yapacak etkili bir satış ağına da ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, ihracat yapan ülkelerin,

yabancı ülkelerle ticaret anlaşmaları imzalamaları ve uluslararası standartlara uygun üretim yapmaları da önemli görülmektedir (*İhracat 2022 Raporu*, 2023).

İhracat çeşitli yöntemlerle gerçekleştirilmektedir. Bunlar; özellik arz etmeyen ihracat, kayda bağlı ihracat, kredili ihracat, ithal edilmiş malların ihracı, konsinye ihracat, ticari kiralama yoluyla yapılacak ihracat, bağlı muamele veya takas yoluyla yapılacak ihracat, transit ihracat ve bedelsiz ihracat şeklinde adlandırılmaktadır Asgarov (2008).

Tüm ülkelerin olduğu gibi Türkiye'nin ihracatı da, ülkenin ekonomik büyümesinde önemli bir faktördür. Türkiye'nin en büyük mal ihracat kalemleri arasında otomotiv, hazır giyim ve tekstil, kimya ve gıda ürünleri bulunmaktadır (*İhracat 2022 Raporu*, 2023). Genişletilmiş ödemeler dengesi hizmetler sınıflamasına göre taşımacılığın toplam hizmet ihracat içindeki payı 2021 yılında %70,2 dir (*Uluslararası Hizmet Ticareti İstatistikleri*, 2021).

Türkiye, ihracatını özellikle Avrupa ülkelerine ve Orta Doğu ülkelerine yapmaktadır. Türkiye, son yıllarda Afrika ve Asya ülkeleri ile de ihracat hacmini artırmak için çalışmalar yapmaktadır (*İhracat 2022 Raporu*, 2023).

İhracatçı, ihraç edeceği mala göre ilgili ihracatçı birliğine üye olan gerçek usulde vergiye tabi (tek vergi numarası sahibi) gerçek ve tüzel kişi tacirler, Esnaf ve Sanatkârlar Odalarına kayıtlı olup, üretim faaliyeti ile iştigal eden esnaf ve sanatkarlar ile Joint-venture ve konsorsiyumlardır Bağrıaçık (2003).

1.2.1. İhracatın Önemi

İhracat, bir ülkenin ekonomik kalkınması için önemli bir faktör ve birçok ülke için milli gelirin önemli bir kaynağı olarak görülmektedir. Uluslararasılaşma kavramının temelinde bir işletmenin dış pazarlara açılması, yani ilk aşamada ihracat faaliyeti yer almaktadır. Neredeyse tüm iktisat teorilerinde dış ticaretin; verim, ekonomik büyüme ve refah artırıcı terimleri ile ilişkilendirildiği ve önemine dikkat çektikleri görülmektedir Altıntaş ve Özdemir (2006).

İhracat ile sağlanan ekonomik büyüme ile, bir ülke dış pazarlarda rekabet edebilmekte, üretim kapasitesini artırabilmekte ve ülke ekonomisine yeni kaynaklar

kazandırabilmektedir. İhracatın artması, ülkenin istihdamına katkı sağlamakta, ihracat yapan firmalar, ihracat faaliyetleri için daha fazla çalışan istihdam etmekte ve böylece ülkenin işsizlik sorununa çözüm sağlayabilmektedir. İhracat bir ülkenin döviz kazanması için önemli bir yol olarak görülmektedir. Böylelikle döviz girdisi sayesinde dış ticaret açığını azaltılması hedeflenmektedir. Yine ihracat, uluslararası piyasada rekabet gücü kazandırmakta, ihracat yapan firmalar yurt dışındaki rakipleri ile rekabet edebilmek için kaliteli ve rekabetçi ürünler geliştirmeye çabalayarak piyasada daha büyük ve etkin pay almaktadırlar. İhracat, bir ülkenin teknolojik gelişmesine de katkı sağlamakta dış piyasanın ihtiyaçlarını karşılamak için yeni teknolojilere yatırım yapmakta ve böylece ülkenin teknolojik altyapısını da güçlenmektedir Demirhan (2003).

Ülkelerin temel amaçlarından biri ekonomik büyümedir (Kesgingöz ve Karamelikli, 2015). Bu bağlamda stabil bir dış ticaret dengesinde, ihracatın ekonomik kalkınmadaki payı göz ardı edilemez.

İhracat, ülke ekonomisinde; ekonomik büyümeden istihdama, uluslararası rekabetten teknolojik gelişme gibi konularda çok önemli bir rol oynadığı göz önüne alındığında devletin ihracatı artırmak adına izlediği çeşitli politikalar ve buna bağlı sunduğu teşvikler bulunmaktadır (*Uzak Ülkeler Stratejisi*, 2022).

İhracatın önemi ve kazançları ile tüm dünyada hem mal ihracatı hem hizmet ihracatı, her geçen yıl artan bir ivmeye sahiptir. Nitekim aşağıdaki tabloda on yıllık periyodlar ile mal ve hizmet ihracatının bileşik büyüme oranlarını görmekteyiz. Milenyumun ilk on yılı ihracatta bir önceki on yıla göre, mal ihracatı %9 hizmet ihracatı %10 olmak üzere büyük bir artış gösterdiği açıkça görülmektedir (*Uzak Ülkeler Stratejisi*, 2022).

Tablo 1. Dünya mal ve hizmet ihracatı yıllık bileşik büyüme oranı

Yıllar	Mal İhracatı	Hizmet İhracatı
1990-2000	6,3	6,2
2000-2010	9	10
2010 -2020	1,3	2,3

Kaynak: Uzak Ülkeler Stratejisi. (2022). (www.ticaret.gov.tr).

Kısacası ihracat ülkelere doğrudan gelir getirmesinin yanı sıra uzmanlaşma, kaynak kullanımında etkinlik, teknoloji transferi, iyi uygulamaların keşfedilmesi, rekabetin artarak firmaların etkinliğinin ve verimliliğinin artması, tüketicilerin faydasının artması ve kültürler arası diyalog gibi daha birçok yararı vardır Yenisu (2019).

1.3. Hizmet İhracatı

Hizmet sektörü, tarım ve sanayi ile birlikte üç temel sektörden biridir. 1950’li yıllardan itibaren gelişme gösteren hizmet sektörü, özellikle küreselleşmedeki gelişmelere paralel olarak 1980’lerden sonra hız kazanmıştır. Hizmetler, hem bir iş kolu olarak ekonomide yer almakta, hem de mamul malların üretiminden önce (tasarım), üretim esnasında (lojistik) ve sonrasında (pazarlama) ortaya çıkmaktadır Uluğ ve Türker (2021).

Temel bir ifade ile hizmet ihracatı; yurt dışında yerleşik kişi veya kuruluşlara yönelik olarak yurt içinde ya da yurt dışında gerçekleştirilen, yurt içinde ya da yurt dışında faydalanılan döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerin sunumları olarak tanımlanmaktadır (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

Hizmet ihracatı, hizmetin yurtdışına gidilerek veya teçhizat ve eleman gönderilmek suretiyle yurt dışında hizmet verilmesi yoluyla gerçekleşir. Hizmetten yurtdışında faydalanılmasından kastedilen husus; Türkiye’de yurtdışındaki müşteri için yapılan hizmetin, müşterinin yurtdışındaki iş, işlem ve faaliyetleri ile ilgili olması başka bir ifadeyle Türkiye’deki faaliyetleri ile ilgisi bulunmamasıdır Sarıgül ve Topçu (2016).

Hizmet ihracatı, kısaca bir ülkede üretilen hizmetlerin başka bir ülkeye satılmasıdır. Üçüncül olarak adlandırılan hizmet ihracatı, mal ihracatı kadar bilinmese büyüme hızıyla doğru orantılı artan bir öneme sahiptir. Yazılım, danışmanlık, turizm, eğitim, finansal hizmetler, sağlık hizmetleri gibi geniş bir yelpazede yer alan ve soyut olarak nitelendirilen tüm ürün ve faaliyetleri kapsamaktadır Uluğ ve Türker (2021).

1.3.1. Hizmet İhracatının Önemi

Geçmişte ülke ekonomilerinin önemli bir bölümünü tarım ve sanayi sektörleri oluştururken, özellikle ulaştırma ve haberleşme alanındaki teknolojik gelişmeler ile birlikte uluslararası hizmet ticaretinin ağırlığı 1950'li yıllardan itibaren modern ekonomilerde yaygın biçimde artmaya başlamıştır Çakmak vd. (2011).

Geleneksel olarak, ihracat mal ticaretine odaklanmıştır. Ancak, son yıllarda hizmet sektörünün büyümesiyle birlikte hizmet ihracatı da önemli hale gelmiştir. 2000'lerin başından bu zamana kadar, senelik periyotlarda mal ticaretinden daha hızlı bir ivme kateden hizmet ticareti rekabetin ve yatırımın arttığı bir alan olarak görülmektedir.

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ve bu duruma bağlı olarak ortaya çıkan yeni hizmet türleri ile birlikte uluslararası yatırımlardaki artış ve işgücü hareketliliği sonucu hizmet sektörleri son yıllarda dünya ticaretinde giderek artan bir önem kazanmıştır (Devlet yardımları rehberi, 2022).

Hizmet sektörü, genellikle yüksek değerli hizmetlerin sunulduğu bir sektördür. Hizmetlerin ihracatıyla elde edilen gelir, milli geliri artırmakta ve istihdamı desteklemektedir. Ülke mal ticaretinde bir açık veriyorsa, hizmet ihracatı ile bu açık dengelenmektedir. Nitekim açıkların azaltılmasında hizmet ticaretinin büyük bir paya sahip olduğu bilinmektedir. Böylece ülkenin ticaret dengesi iyileşmekte ve dış ticaret açığı azaltılmaktadır. Hizmet ihracatı, bir ülkenin gelir kaynaklarını çeşitlendirmekte böylece sınırlı kaynaklarla üretilen mal ihracatına dayalı bir ekonomi yerine, hizmet ihracatıyla birlikte daha dengeli ve çeşitli bir yapıya sahip olmaktadır Özsağır ve Akın (2012).

Bu sebeple hizmet ihracatı, bir ülkenin ekonomik kalkınması için önemli bir faktördür ve birçok ülke hizmet ihracatını teşvik etmek için politikalar geliştirmekte ve hizmet ihracatı yapan firmalara çeşitli teşvikler sağlamaktadır.

1.3.2. Hizmet İhracatı Yöntemleri

Hizmet ihracatı da geleneksel mal ihracatı gibi farklı yöntemlerle gerçekleştirilmektedir. Hizmetlerin sunum şekline ve satın alma sürecine göre farklılık göstermesi bu yöntemlerin ortaya konmasında ana faktörlerdendir.

Cross-Border Trade (Sınır Ötesi Ticaret): Hizmet sağlayıcılarının doğrudan yabancı müşterilere hizmet sunması şeklinde ifade edilen bu yöntem, hizmetlerin fiziksel olarak yurtdışına satılması olarak da açıklanmaktadır. Örneğin, bir ülkedeki bir şirketin diğer ülkelerdeki müşterilerine hizmet sunması şeklinde örneklendirilebilir Akman (2013).

Consumption Abroad (Yurtdışında Tüketim): Bu yöntem ile tüketici veya şirketlerin yurtdışında hizmet satın almasını ifade eder. Örneğin, yabancı turistlerin bir ülkedeki turistik faaliyetlere katılması veya bir yabancı şirketin bir ülkedeki hizmet sağlayıcısından hizmet satın alması şeklinde örneklendirilebilir Akman (2013).

Commercial Presence (Ticari Varlık): Hizmet ihracatı yapan bir şirketin yurtdışında bir şube veya ofis açarak hizmetlerini yurtdışında sunmasıdır. Bu yöntem birçok hizmet sektörü için tercih edilen bir seçenek olarak görülmektedir Akman (2013).

Presence of Natural Persons (Doğal Kişilerin Varlığı): Bu yöntem, yurtdışındaki müşterilere hizmet sunmak için şirket çalışanlarının yurtdışına gitmesini veya yurtdışındaki müşterilere uzaktan hizmet sunması şeklinde özetlenmektedir. Bir yabancı müşteriye dijital olarak hizmet sunmak veya yurtdışındaki bir konferansta sunum yapmak olarak örneklendirilebilir Akman (2013).

Hizmet ihracatı yöntemleri, şirketin sektöre ve müşteri ihtiyaçlarına göre değişebilmektedir. Şirketler, hizmet ihracatı yapmak için en uygun yöntemi seçmek için pazar araştırması yapmalı ve hedefledikleri pazarlara uygun bir strateji geliştirmelidir.

İKİNCİ BÖLÜM

HİZMET İHRACATINA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI

2.1. Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretine Genel Destek Programı Kapsamında Sağlanan Destekler

Döviz kazandırıcı hizmet ticaretine genel destek programı kapsamında Türkiye'de yerleşik döviz kazandıran hizmet sektörlerinde faaliyette bulunan işletmelere, ihracata yönelik hizmetlerin sunulması ve döviz kazandırması amacıyla destekler sağlanmaktadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Pazar araştırması, tanıtım ve reklam faaliyetleri kapsamında yurt dışı ofis açma, yurt dışı fuar katılımları, broşür, katalog, tanıtım filmleri gibi tanıtım materyalleri hazırlama ve yayınlama giderler desteklenmektedir. Yurt dışındaki müşterilerin ziyaret edilmesi, yurt dışında pazarlama ve satış faaliyetleri yapılması, yurt dışı danışmanlık hizmetleri alınması gibi ihracat öncesi faaliyetler için de bu kapsamda sağlanan destekler mevcuttur. Bununla birlikte yurt dışında gerçekleştirilecek hizmet ihracatı projeleri kapsamında finansman desteği ve yurtdışında gerçekleştirilecek hizmet ihracatı faaliyetleri için alınacak sigorta poliçeleri destekler arasındadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Bu kapsamda sağlanan destekler, Türkiye'de yerleşik işletmelerin hizmet ihracatının artırılmasına ve döviz kazandırılmasına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ancak, desteklerin alınabilmesi için bazı koşulların sağlanması gerekmektedir ve desteklerin miktarı da belirli sınırlar dahilinde verilmektedir. Bu nedenle, işletmelerin program hakkında ayrıntılı bilgi alarak, başvuru süreci ve koşulları hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir.

2.2. Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretine Sağlanan Markalaşma Destekleri

TURQUALITY®Programı, dünya çapında tanınmış şirketlerin deneyimlerinden yola çıkarak hazırlanmıştır. Bu program, katılımcı kuruluşların

yönetimsel bilgi birikimini geliştirmeyi, kurumsallaşmalarını desteklemeyi, uluslararası pazarlarda kendi markalarıyla etkili bir şekilde var olmalarını sağlamayı ve bunun sonucunda Türk hizmet sektörünün olumlu imajını güçlendirmeyi hedeflemektedir. Ticaret Bakanlığı, hizmet sektöründeki kuruluşların bölgesel ve küresel marka haline gelmelerini teşvik etmektedir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

TURQUALITY® Destek Programı veya marka adaylığı için başvuruda bulunacak kuruluşların, bir düzeyde iş yönetimi kalitesine, operasyonel beceri seviyesine ve markalaşma potansiyeline sahip olmaları gerekmektedir. Hizmet sektörü kuruluşları, ön başvurularının ardından markalaşmada bulundukları düzeye göre TURQUALITY® Destek Programı'na ya da Marka Destek Programı'na dâhil olabilmektedir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Sağlık turizmi, perakende, bilişim, yazılım, elektronik oyunlar, eğitim, konaklama, gastronomi, film/dizi, ulaştırma altyapı, lojistik ve havayolu yolcu taşımacılığı sektörlerinde faaliyet gösteren şirketler ve iş birliği kuruluşları 5 yıl boyunca bu destek kapsamında değerlendirilerek sağlanan desteklerden faydalanabilirler. Başvurularını Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) Genel Sekreterliğine yapmaları gerekmektedir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Destek Programı kapsamında şirketler ve kuruluşlar çeşitli harcamaları için destekler almaktadır. Bu destekler hizmet marka tesciline ilişkin giderleri, reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları, belgelendirme giderleri, yurtdışı birimlerine ilişkin kira ödemeleri, temel kurulum ve dekorasyon harcamaları, franchising giderleri, danışmanlık ve rapor satın alımına ilişkin giderleri ve yazılımcı, aşçı, şef, tercüman, mühendis gibi belli meslek grupları için maaş ödemeleri %50 oranında desteklenmektedir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

2.3. Döviz Kazandırıcı Hizmet Sektörlerinin Pazara Girişte Dijital Faaliyetlerin Desteklenmesi

Döviz kazandırıcı hizmet sektörlerinin pazara girişte dijital faaliyetlerin desteklenmesi, Türkiye'de hizmet ihracatının artırılması için son yıllarda öncelikli olarak ele alınan bir konudur. Dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde, hizmet

ihracatı yapan işletmelerin dijital pazarlama, e-ticaret, dijital içerik üretimi ve diğer dijital faaliyetlerde etkin olmaları büyük önem taşımaktadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Bu kapsamda, Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Genel Destek Programı kapsamında hizmet ihracatı yapan işletmelerin dijital faaliyetlerinin desteklenmesi için çeşitli destekler sağlanmaktadır. Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal ticaret heyeti faaliyetlerine ilişkin giderler, Bakanlık tarafından uygun görülen uluslararası niteliği haiz sanal fuarlara yararlanıcı ve iş birliği kuruluşlarının iştirak etmelerini sağlamak üzere, iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuarlara katılım organizasyonlarına ilişkin giderler ve Bakanlık tarafından uygun görülen, iş birliği kuruluşlarınca düzenlenen sanal fuar organizasyonlarına dair giderler bu destek kapsamındadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Bu destekler sayesinde, hizmet ihracatı yapan işletmelerin dijital faaliyetlerindeki rekabet güçlerinin artırılması ve uluslararası pazarda daha etkin bir şekilde yer almaları hedeflenmektedir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

2.4. Yurt Dışı Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanan Destekler

Yurt dışı teknik müşavirlik hizmetleri, Türkiye'nin yurt dışındaki projelere teknik danışmanlık, mühendislik, proje yönetimi gibi hizmetler sunarak döviz kazanmasına olanak sağlayan önemli bir sektördür. Bu sektörün gelişimi için Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticareti Genel Destek Programı kapsamında çeşitli destekler sağlanmaktadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Başvuru talebinde; son iki yıl içerisinde her bir yıla ilişkin gelirlerinin en az %51'inin teknik müşavirlik hizmet gelirlerinden elde eden bütün firmalar bulunabilir. Yurt dışı teknik müşavirlik hizmetlerine sağlanan destekler; proje desteği, yurt dışı ofis desteği, istihdam desteği, danışmanlık desteği, reklam, tanıtım ve pazarlama desteği, pazar araştırması desteği, yurtdışı fuar katılım desteği, seminer ve konferans katılım desteği, teknik müşavirlik ve teknik müşavirlik heyet programı desteği, yurtdışı eğitim desteği, yazılım desteği, mesleki sorumluluk sigortası desteği,

uluslararası mesleki yarışmalara katılım desteğidir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Bu destekler sayesinde, yurt dışı teknik müşavirlik hizmetleri veren firmaların uluslararası pazarda daha etkin bir şekilde yer almaları, rekabet güçlerinin artırılması ve sektörün gelişiminin desteklenmesi amaçlanmaktadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

2.5. Hizmet İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi

Hizmet ihracatı, Türkiye'nin döviz kazanımı açısından önemli bir sektördür ve bu sektörün gelişmesi için birçok destek sağlanmaktadır. Bu desteklerden biri de hizmet ihracatçılarına hususi damgalı pasaport verilmesidir amaçlanmaktadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Bu destek ile hizmet sektörümüzün uluslararası rekabet gücünü artırmak ve hizmet gelirlerini yükseltmek amacıyla, hizmet ihracatı yapan kurumların ve kuruluşların ürün ve hizmetlerinin yurtdışı pazarlarda daha etkili bir şekilde tanıtması hedeflenmektedir (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Hususi damgalı pasaport, yurt dışına seyahat eden kişilere tanınan bir imtiyazdır ve bu pasaport sahiplerine vize muafiyeti gibi bazı avantajlar sağlamaktadır. Hizmet ihracatçılarına da hususi damgalı pasaport verilmesi, yurt dışındaki pazarlarda daha etkin bir şekilde faaliyet göstermeleri ve ihracat potansiyellerini genişletmelerine olanak sağlamaktadır (Devlet Yardımları Rehberi, 2022).

Hizmet ihracatçılarına hususi damgalı pasaport verilmesi için belirli kriterler bulunmaktadır. Bunlardan ilki Hizmet İhracatçı Birliği'ne üye olmak ikincisi ise aşağıdaki tabloya göre ortalama ihracat şartlarını sağlamaktır (Hizmet İhracatçılarına Yeşil Pasaport, 2022).

Tablo 2. Yeşil pasaport için yıllık ortalama ihracat şartı

Son 3 Takvim Yılı itibariyle (2020-21-22) yıllık ortalama ihracatı	Yeşil Pasaport Adedi	Toplam İhracatı
500 bin ile 10 milyon ABD Doları arası (10 milyon USD dahil)	1	Toplam İhracatın 1,5 milyon ABD Doları ile 30 milyon ABD Doları arasında olmalı
10 milyon ile 25 milyon ABD Doları arası (25 milyon USD dahil)	2	Toplam İhracatın 30,01 milyon ABD Doları ile 75 milyon ABD Doları arasında olmalı
25 milyon ile 50 milyon ABD Doları arası (50 milyon USD dahil)	3	Toplam İhracatın 75,01 milyon ABD Doları ile 150 milyon ABD Doları arasında olmalı
50 milyon ile 100 milyon ABD Doları arası (100 milyon USD dahil)	4	Toplam İhracatın 150,01 milyon ABD Doları ile 300 milyon ABD Doları arasında olmalı
100 milyon ABD Doları üzeri	5	Toplam İhracatın 300,01 milyon ABD Dolarının üzerinde olmalı

Kaynak: Hizmet ihracatçılarına yeşil pasaport. (2022). (www.hib.org.tr).

Bu kriterleri sağlayan hizmet ihracatçıları, hususi damgalı pasaport başvurusu yapabilirler. Başvuru işlemleri Ticaret Bakanlığı tarafından yürütölmekte olup, başvuruların değerlendirilmesi ve pasaportların verilmesi sürecinde belirli bir takvim uygulanmaktadır sağlamaktır (Hizmet İhracatçılarına Yeşil Pasaport, 2022).

Hizmet ihracatçılarına hususi damgalı pasaport verilmesi, hizmet ihracatının geliştirilmesi ve ölkö ekonomisinin döviz kazanımının artırılması açısından önemlidir. Bu pasaport sayesinde hizmet ihracatçıları, yurt dışındaki müşterileriyle daha sık ve etkili bir şekilde görüşebilir, pazarlama faaliyetlerini daha rahat bir şekilde yapabilir ve yeni iş fırsatlarına daha kolay bir şekilde erişebilirler sağlamaktır (Hizmet İhracatçılarına Yeşil Pasaport, 2022).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LOJİSTİK VE TAŞIMACILIK HİZMETLERİNE YÖNELİK DESTEK UNSURLARI

3.1. Lojistik ve Taşımacılık

Lojistik kelimesi Türk Dil Kurumu sözlüğünde, insanların ihtiyaç duyduğu ürünlerin, hizmetlerin ve bilgilerin taşınmasının verimli ve etkin bir biçimde planlanarak gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmıştır (TDK Sözlükleri, 2023).

Lojistik kavramının Latin dilinde logic (mantık) ile statistics (istatistik) kelimelerinin bir araya gelmesinden, başka bir görüşe göre ise Yunanca dilindeki “hesap yapma bilimi”, “hesap yapma becerisi” anlamını taşıyan “logistikos” kelimesinden türediği söylenmektedir Yalvaç, (2021).

Bir başka tanıma göre lojistik, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile ürünün istenilen yerde ve zamanda, etkin planlama, denetleme ve uygulama süreçlerini kapsamaktadır Gürdal, (2006).

Lojistik kavramı başlangıçta savaş veya barış şartlarında ordunun ihtiyaç duyduğu ürün ve personelin taşınması veya tedarik, bakım gibi ihtiyaçların karşılanması anlamında kullanılmıştır. Fakat yaşanan teknolojik ve ekonomik gelişmeler neticesinde lojistiğin tanım ve kapsamında değişiklikler olmuştur Bayraktutan, (2012).

Lojistik ve taşımacılık, mal ve hizmetlerin tedarik zinciri boyunca üreticilerden tüketicilere kadar ulaştırılması için gerekli olan faaliyetleri kapsar. Lojistik, ürünlerin depolanması, stok yönetimi, taşıma planlaması, tedarik zinciri yönetimi, envanter yönetimi ve dağıtım planlamasını içerirken, taşımacılık, ürünlerin farklı noktalar arasında fiziksel olarak hareket ettirilmesini sağlayan bir alt dalıdır Yalvaç, (2021).

Lojistik faaliyetleri, ürünlerin üretim yerlerinden depolama alanlarına, depolama alanlarından taşıma araçlarına, taşıma araçlarından müşterilere kadar olan süreci kapsamaktadır. Bu süreçte depolama, taşımacılık, envanter yönetimi, sipariş

yönetimi ve dağıtım gibi faaliyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesi, lojistik yönetimi kavramının temelini oluşturmaktadır.

Lojistik, birçok farklı sektörde kullanılmaktadır. Örneğin, üretim sektöründe, ürünlerin hammaddelerinin tedarikinden ürünlerin teslimatına kadar olan süreçlerde lojistik yönetimi kritik bir rol oynamaktadır. Perakende sektöründe ise, ürünlerin stok yönetimi, mağaza dağıtımı ve müşterilere teslimatı için lojistik faaliyetlerin verimli bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir.

Lojistik, ürünlerin tedarik zinciri boyunca hareket ettirilmesi ve müşterilere zamanında, uygun maliyetlerle ve güvenli bir şekilde ulaştırılması için yapılan planlama, organizasyon, yönetim ve kontrol faaliyetlerinin tümünü kapsayan bir kavramdır.

Lojistik ve taşımacılık, günümüzde ticaretin önemli bir parçası haline gelmiştir. İşletmeler, ürünlerini müşterilerine zamanında, uygun maliyetlerle ve güvenli bir şekilde ulaştırarak müşteri memnuniyetini artırabilirler. Bu nedenle, lojistik ve taşımacılık sektörü, ticari faaliyetlerin verimli bir şekilde yürütülmesi için önemlidir.

Lojistik ve taşımacılık faaliyetleri, farklı modlarla gerçekleştirilebilir. Bunlar arasında kara, deniz, hava ve demiryolu taşımacılığı bulunur. İşletmeler, ürünlerini taşıırken, en uygun taşıma modunu seçerek maliyetleri azaltabilir ve müşteri beklentilerini karşılayabilirler Oğuz ve Oğuz (2020).

Lojistik ve taşımacılık sektörü, teknolojik gelişmelerin de etkisiyle büyük bir dönüşüm yaşamaktadır. Yeni nesil teknolojiler, tedarik zincirindeki verimliliği artırmak için kullanılmaktadır. Örneğin, akıllı lojistik sistemleri, ürünlerin hareketini gerçek zamanlı olarak izleyerek stok yönetimi ve dağıtım planlamasında verimliliği artırır. Ayrıca, yapay zeka ve robotik teknolojileri, lojistik ve taşımacılık sektöründe verimliliği ve güvenliğini artırmak için kullanılmaktadır Gürdal (2006).

Tablo 3. Lojistik ve taşımacılık hizmet gelirleri

YIL	Hizmet Gelirleri (Milyon ABD Doları)
2018	24.342,00
2019	23.396,00
2020	16.087,00
2021	24.419,00
2022	36.696,00
2023*	8.909,00

*2023 yılı ocak şubat mart ayını kapsamaktadır.

Kaynak: Hizmet ticareti istatistikleri. (2023). (www.ticaret.gov.tr).

Tüm bu nedenlerle, lojistik ve taşımacılık sektörü, küresel ticarete önemli bir yere sahiptir ve ülkelerin ekonomik kalkınmasında da önemli bir rol oynamaktadır. Sonuç olarak, lojistik kavramı, ürünlerin tedarik zinciri boyunca hareketini sağlamak için yapılan planlama, organizasyon, yönetim ve kontrol faaliyetlerinin tümünü ifade etmektedir. Bu faaliyetler, üretim, perakende, sağlık, gıda, turizm ve diğer birçok sektörde önemli bir rol oynamaktadır.

3.1.1. Taşıma Türleri

Taşıma, bir yere gitmek isteyen bir şeyin veya birisinin, bir başka yerdeki hedefine ulaşması için kullanılan araç veya yöntemdir. Taşıma, herhangi bir ürünün, malzemenin, insanların veya hayvanların bir yerden diğerine nakledilmesini içermektedir Gürdal (2006).

Taşıma, lojistik yönetiminin sadece bir parçasıdır ve depolama, envanter yönetimi, sipariş yönetimi ve dağıtım gibi diğer faaliyetlerle birlikte, tedarik zinciri boyunca hareket eden ürünlerin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır. Taşıma, farklı şekillerde gerçekleşir ve birçok çeşitlilik göstermektedir. Bunlar

karayolu taşımacılığı, demiryolu taşımacılığı, denizyolu taşımacılığı, havayolu taşımacılığı, boru hattı ve kombine taşımacılıktır.

Karayolu taşımacılığı, özellikle kısa mesafeli taşımacılık için sıklıkla tercih edilmektedir. Kamyonlar, kamyonetler ve diğer araçlar, malların, ürünlerin ve hizmetlerin bir noktadan diğerine taşınması için kullanılmaktadır. Kamyon, kamyonet, otobüs, minibüs gibi araçlarla yapılan taşımacılıktır. Genellikle kısa mesafelerde ve küçük hacimli ürünlerin taşınması için tercih edilmektedir. Dünyanın her yerinde ulaşılabilme olanağına sahip, kapıdan kapıya gelebilen en yaygın aynı zamanda tek taşıma türüdür Akbulut (2016).

Demiryolu taşımacılığı, özellikle büyük hacimli malların uzak mesafelere taşınması için kullanılmaktadır. Demiryolu araçlarıyla yapılan bir taşımacılık türüdür. Büyük hacimli ve ağır yüklerin taşınması için tercih edilmektedir. Kaza oranı karayoluna oranla daha düşük olan demir yolu taşımacılığı yüksek tonajlı yük taşımacılığına elverişli bir taşımacılık türüdür Koç, (2019).

Denizyolu taşımacılığı: Gemi, tekne gibi deniz araçlarıyla yapılan taşımacılıktır. Büyük hacimli, ağır ve dayanıklı malların taşınması için tercih edilmektedir. Yüksek hacimli malzemelerin ve ürünlerin taşınması için sıklıkla tercih edilir ve genellikle okyanus taşımacılığı, nehir taşımacılığı ve göl taşımacılığı gibi alt kategorilere ayrılmaktadır Akbulut (2016).

Havayolu taşımacılığı, hızlı teslimat gerektiren ürünlerin taşınması için kullanılmaktadır. Uçaklarla yapılan taşımacılık türüdür. Hızlı teslimat gerektiren ürünlerin taşınması için tercih edilmektedir. Şehirleri, ülkeleri hatta kıtaları en hızlı şekilde ve en kısa zamanda birbirine bağlayan sektör havayollarıdır Oğuz (2020).

Boru hatları ise özellikle petrol, doğalgaz gibi sıvı veya gaz ürünlerinin taşınmasında kullanılmaktadır. Sıvı veya gazların taşınması için kullanılan boru hatlarıyla gerçekleştirilen taşımacılıktır Koç (2019).

Kombine taşımacılık: Farklı taşıma modları kullanarak gerçekleştirilen taşımacılıktır. Örneğin, bir gemiye yüklenen konteynerlerin, demiryolu veya karayolu taşımacılığıyla son varış noktasına taşınması şeklinde tanımlanabilir Oğuz (2020).

Bu taşıma türleri, lojistik yönetiminde ürünlerin tedarik zinciri boyunca hareket ettirilmesinde önemli bir rol oynar ve doğru seçim, ürünlerin zamanında ve güvenli bir şekilde teslim edilmesini sağlamaktadır.

3.2. Destek Unsurları

5448 Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetler ile hizmet ihracatının hukuki çerçevesinin oluşturulmasını, hizmet ihracatımızda sürdürülebilir artışın sağlanması amacıyla ihracata yönelik kurumsal kapasite oluşturulmasına ve kapasitenin güçlendirilmesine, yurt dışı pazarlara erişime, pazarda tutundurmaya ve pazar payını arttırmaya yönelik faaliyetlere ilişkin giderlerin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF)’ndan karşılanmasını düzenlemektir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

Bu Karar incelendiğinde; döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetler ile hizmet ihracatının tanımını; hizmet ihracatının sınıflandırmasını ve yöntemlerini, lojistik ve taşımacılık sektörü ile diğer hizmet sektörlerine sağlanan destekleri kapsadığını görülmektedir.

Bu desteklerden yararlanmak için yararlanıcı (firma – şirket) veya iş birliği kuruluşu olmak gerekmektedir. Başvuru merci ise üyesi oldukları İhracatçı Genel Sekreterlikleridir. (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

Yararlanıcı; Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan ve Türk Ticaret Kanunu’nun 124’üncü maddesinde belirtilen kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketleri ifade etmektedir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

İş birliği kuruluşu; Bakanlık tarafından belirlenen kamu kurum ve kuruluşları ile sektörel çatı kuruluşlarını ve hizmet sektörlerindeki diğer kuruluşları ifade etmektedir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

Ticaret Bakanlığı, yararlanıcıların büyüme ve markalaşma süreçlerinin tüm kademelerinde çeşitli teşviklerle destekleyerek, bir sonraki basamağa taşımak gibi bütüncül bir yaklaşım sergileyerek ihracatı arttırma ve dengeli bir dış ticaret politikası hedeflemektedir. Tüm bu teşviklerle amaç ihracatçının katma değeri yüksek hizmetler ihraç etmesine olanak sağlanmaktadır.

Tüm bu teşviklerin planlanması ihracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma olmak üzere 3 temel aşama içermektedir. İlk aşama ile küçük ve orta ölçekli firmaların ticari faaliyetlerine ihracatı dahil etmek, adaptasyonlarını hızlandıracak mekanizmaları devreye sokmaktır. İkinci aşama yani pazarlama, ihracata adım atmış ama düzenli olmayan ya da yeterli pazara sahip olmayan firmaların yeni pazarlar bulması var olanlarda kuvvetlenmesini hedeflemektedir. Üçüncü aşama ise, yurt dışı pazarda pay sahibi hizmeti ve dağıtım kanalları ile marka yetkinliğine haiz firmalara sunulan destek mekanizmaları devreye girmektedir (Ticaret Bakanlığı Devlet Destekleri Rehberi, 2021)

İhracatı teşvik tedbirleri maliyetleri düşürerek veya ihracatçı firmanın yurt dışı pazarlarda karşılaştıkları engelleri aşmasına yardımcı olacak tüm tedbirleri içine almaktadır (Karluk, 1991).

Devlet yardımlarının ekonomiye etkilerini, devletin bu programlara mali kaynak sağlama şekline ve desteğin veriliş biçimine göre sınıflandırmak mümkündür. Finansman şekli yönünden incelendiğinde, genel olarak devlet yardımlarının, herhangi bir maliye politikası aracı ile benzer ekonomik etkilere sebep olduğu görülmektedir (İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Sanayi Dairesi Başkanlığı, 2022).

3.2.1.Tescil ve Koruma Desteği

Bu destekten faydalanacak firmaların Türkiye’de tescillenmiş markalarının yurt dışında tesciline ve korunmasına ilişkin harcama kalemleri %50 oranında ve bir takvim yılında Ticaret Bakanlığı’nca belirlenen üst limitlerle desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği’dir (5448

Sayıli Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.2. Pazara Giriş Belgeleri Desteği

İhracata hazırlık aşamasında sıkça firmaların ihtiyaç duyduğu pazara girişte avantaj sağlayacak ve hatta zorunlu olan, bakanlıkça belirlenen belge, sertifika veya akreditasyonlara ilişkin harcamalar %50 oranında ve bir takvim yılında Ticaret Bakanlığı'nca belirlenen üst limitlerle desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.3. Birim Desteği

Pazarlama aşamasında firmaların en fazla 5 biriminin vergi, resim ve harç dâhil brüt kira ve komisyon giderleri ile birimlerin açılması ve/veya işletilmesine ilişkin belgelendirme giderleri en fazla 5 yıl boyunca %50 oranında ve bir takvim yılında Ticaret Bakanlığı'nca belirlenen üst limitlerle desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.4. Reklam, Tanıtım ve Pazarlama Desteği

Pazarlama aşamasında şirket ve iş birliği kuruluşlarının Yurt dışına yönelik reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler en fazla 5 yıl boyunca %50 oranında ve bir takvim yılında Ticaret Bakanlığı'nca belirlenen üst limitlerle desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.5. Bireysel Katılım Desteği

Pazarlama aşamasında firmaların ve iş birliği kuruluşlarının bireysel katılım sağladığı, Bakanlık tarafından belirlenen yurt dışı etkinliklere ilişkin giderleri %50 oranında ve etkinlik başına Ticaret Bakanlığı'na belirlenen üst limitlerle desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.6. Milli Katılım Desteği

Şirketlerin ve iş birliği kuruluşlarının Ticaret Bakanlığı'na belirlenen milli katılım organizasyonlarına ait giderleri %60 oranında desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.7. Ürün Yerleştirme Desteği

Pazarlama aşamasında şirket ve işbirliği kuruluşlarının yurt dışında gösterimi yapılan sinema filmi, belgesel, dizi, animasyon filmi ve program formatı ile dijital oyunlardaki ürün yerleştirme giderleri en fazla 5 yıl boyunca, %50 oranında ve bir takvim yılında Ticaret Bakanlığı'na belirlenen üst limitlerle desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.8. Sektörel Alım Heyeti ve Sektörel Ticaret Heyeti Programları Desteği

İş birliği kuruluşlarının Bakanlık tarafından uygun görülen ve bir takvim yılı içinde gerçekleştirecekleri en fazla 5'er adet; sektörel alım heyeti programlarına ilişkin giderleri 2023 yılı için %50 oranında ve program başına en fazla 1.202.000 TL, sektörel ticaret heyeti programlarına ilişkin giderleri %50 oranında ve program

başına en fazla 1.803.000 TL tutarında desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.9. Sanal Fuar Organizasyon Desteği

İş birliği kuruluşlarının Bakanlık tarafından uygun görülen sanal fuara ilişkin organizasyon giderleri 2023 yılı için %50 oranında ve faaliyet başına en fazla 1.202.000 TL tutarında desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

3.2.10. Yarışma ve Etkinlik Desteği

İş birliği kuruluşlarının lojistik ve taşımacılık sektörüne yönelik olarak düzenledikleri ve Bakanlık tarafından uygun görülen, bir takvim yılı içinde en fazla 1 adet yarışma veya etkinliğe ilişkin giderleri 2023 yılı için %50 oranında ve etkinlik başına en fazla 2.404.000 TL tutarında desteklenir. Başvuru mercii Ticaret Bakanlığı olup, inceleyici kurum Hizmet İhracatçıları Birliği'dir (5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar, 2022).

SONUÇ

Gelişmekte olan ülkeler için sanayinin başlangıcından bu yana ihracat, ekonominin en önemli kalemi olmuştur. Günümüzde, globalleşme ve teknolojik gelişmeler sebebiyle rekabet, yadsınamaz bir gerçeklik ile daha da elzem bir duruma gelmiştir. İhracatçı firmaların bu ortamda kâr mekanizmalarını devam ettirmek adına daha hızlı ve güvenilir ticaret ile oyunda kalmaları gerekmektedir.

Uluslararası hizmet ticareti tüm dünyada olduğu gibi Türkiye ekonomisinin de gündeminde önemli bir yer teşkil etmektedir. Uluslararası hizmet ticaretinin öneminin giderek artması ve Türkiye'nin pek çok hizmet alanında mukayeseli üstünlüğe sahip olması sebebiyle geleneksel olarak turizm ve taşımacılık sektörlerinde rekabetçi olan ülkemiz, son yıllarda geleneksel olmayan yenilikçi niteliği haiz pek çok hizmet sektörünün uluslararası ticaretini gerçekleştirir konuma gelmiştir. Bu aşamaya gelmeden önce hizmet ihracatının sektör çeşitliliğinin ve var olan payının arttırılmasında izlenen teşvik edici politikalar önem arz etmektedir.

Her ne kadar mukayeseli üstünlüğe haiz olsa da geleneksel ihraç ürünlerinden farklılık arz eden ama dolaylı olarak tüm sektörlerle iç içe olan lojistik ve taşımacılık, daha yenilikçi daha esnek destek modellerine ihtiyaç duymaktadır. 1980'den günümüze kadar süre gelen Türk dış ticaret politikası; ihracata dayalı sanayileşme sonucu, ihracat hızla artmış ve yapısı değişmiştir. Bunda ihracat teşvik tedbirlerinin büyük payı vardır.

Bilgi teknolojilerinin günlük yaşama artan entegrasi; lojistik ve iletişim gibi hizmet sektörlerinin, küresel değer zincirlerinde vazgeçilmez önemi lojistik ve taşımacılığı hem mal hem hizmet ihracatında önemli bir noktaya taşımıştır.

Gittikçe artan küresel rekabet sonucunda lojistik hizmetler, “stratejik rekabet avantajı” sağlamanın önemli bir aracı haline gelmiştir. Küresel çapta yeni lojistik üsler ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, lojistik hizmetlerin; mal ticaretindeki rekabetçiliği arttırmadaki ve küresel değer zincirlerine eklemlenmedeki önemi, mal ve hizmet ticaretine yönelik politikaların birlikte ele alınması gerekliliğine yönelik kuvvetli bir sebep teşkil etmektedir.

Tüm bu gereksinimler çerçevesinde Türkiye Ticaret Bakanlığı, 2021 yılı temmuz ayında hizmet ticareti için bir Genel Müdürlük kurmuştur. Bu genel müdürlük; sağlık ve seyahat hizmetlerinden, lojistik ve taşımacılık hizmetlerine, kültürel ve yaratıcı endüstri hizmetlerinden bilişim, yazılım, oyun, telekomünikasyon hizmetleri, fuarcılık, gayrimenkul, yurt dışı müteahhitlik ve teknik müşavirlik ile eğitim hizmetlerine uzanan geniş çerçeveli bir sektörel bakış açısı ile hizmet ihracatının artırılmasına yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Bu bağlamda Hizmet İhracatçıları Birliği Genel Sekreterliği ise Ticaret Bakanlığı'na bağlı olarak Şubat 2021 tarihinde kurulmuştur.

Ticaret Bakanlığı, firmaların büyüme ve markalaşma süreçlerinin tüm kademelerinde çeşitli teşviklerle destekleyerek, bir sonraki basamağa taşımak gibi bütüncül bir yaklaşım sergileyerek ihracatı arttırma ve dengeli bir dış ticaret politikası hedeflemektedir. Tüm bu teşviklerle amaç ihracatçının katma değeri yüksek hizmetler ihraç etmesine olanak sağlanmaktadır. (Ticaret Bak. Devlet Destekleri Rehberi,2022)

Bununla birlikte Ticaret Bakanlığı Türkiye'nin geleneksel ihracat pazarı (Avrupa) dışında hedeflediği Uzak Ülkeler Stratejisi adıyla yola çıktığı politikayla Lojistik ve taşımacılık sektörlerimizin uzak ülkelere hem mal ticaretinin artırılması, hem de hizmet geliri oluşturulması noktasındaki katkıları söz konusu politikanın ayrılmaz parçaları olarak tasarlanmaktadır.

Daha geniş kapsamda tüm bu teşviklerin planlanması İhracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma sistemi ile kurgulanmış 3 temel aşama içermektedir. Ticaret Bakanlığı; firmaları, büyüme ve markalaşma süreçlerinin tüm bu kademelerinde çeşitli teşviklerle destekleyerek, bir sonraki basamağa taşıma amaçlı bütüncül bir yaklaşım sergilemektedir.

İlk aşama ile küçük ve orta ölçekli firmaların ticari faaliyetlerine ihracatı dahil etmek, adaptasyonlarını hızlandıracak mekanizmaları devreye sokmaktır. İkinci aşama yani pazarlama ihracata adım atmış ama düzenli olmayan ya da yeterli pazara sahip olmayan firmaların yeni pazarlar bulması var olanlarda kuvvetlenmesini hedeflemektedir. Üçüncü aşama ise yurt dışı pazarda pay sahibi hizmeti ve dağıtım

kanalları ile marka yetkinliğine haiz firmalara sunulan destek mekanizmaları devreye girmektedir.

Bu teşvikler ile Bakanlık; tüm hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren hizmet ihracatçılarının sorunlarına kalıcı ve etkin çözümler sunmayı hedeflemekte ve sektör firmalarının rekabetçiliğini arttırmayı amaçlamaktadır. Var olan ihracatın çeşitli politika araçlarıyla desteklenmesi, dışa dönük ve ihracata dayalı kalkınma stratejisini benimseyen ülkemizin bu ve yeni pazar paylı hedefleyen stratejileri ile başarıya ulaşması kaçınılmazdır.

KAYNAKÇA

- 2023 Yılı Destek Üst Limitleri. Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/destekler/hizmet-sektoru-destekleri/doviz-kazandirici-hizmet-sektorleri-markalasma-destegi> (E.T.:11.05.2023)
- 5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Karar. Erişim adresi: <https://www.ticaret.gov.tr/destekler/hizmet-sektoru-destekleri/hizmet-ihracatinin-tanimlanmasi-siniflandirilmasi-ve-desteklenmesi-hakkinda-karar> (E.T.:30.05.2023)
- 5448 Sayılı Hizmet İhracatının Tanımlanması, Sınıflandırılması ve Desteklenmesi Hakkında Kararın Lojistik ve Taşımacılık Hizmetlerine Yönelik Uygulama Usul ve Esaslarına İlişkin Genelge. Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/data/62a05fd413b87637d86a4cbf/5448%20Say%C4%B1l%C4%B1%20Karar%C4%B1n%20Lojistik%20ve%20Ta%C5%9F%C4%B1mac%C4%B1l%C4%B1k%20Hizmetlerine%20Y%C3%B6nelik%20Uygulama%20Usul%20ve%20Esaslar%C4%B1na%20%C4%B0li%C5%9Fkin%20Genelge.pdf> (E.T.:30.05.2023)
- Akbulut, D. (2016). *Türkiye’de karayoluyla yapılan kargo taşımacılığının yapısı ve sektörel değerlendirmeler*. Ulaştırma ve Haberleşme Uzmanlığı Tezi, Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı.
- Akman, S. (2013). Hizmetler Ticareti TOBB Bilgilendirme Toplantısı. Erişim adresi: https://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1362055951-8.Hizmetler_Ticareti_Sait_Akman.pdf (E.T: 25.06.2023)
- Altıntaş, M. H. ve Erkan Ö. (2006). İhracat İşletmelerinin Uluslararasılaşması Türkiye’de Faaliyet Gösteren Kobi’lere Yönelik Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1, s. 183-204.
- Bağrıaçık, A. (2003) *Belgelerle Uyulamalı Dış Ticaret İşlemleri*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Bayraktutan, Y. Tüylüoğlu, Ş. ve Özbilgin, M., (2012). Lojistik sektöründe yoğunlaşma analizi ve lojistik gelişmişlik endeksi: Kocaeli örneği. *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 4, Sayı 3, s. 61-71.
- Çakmak, E., Bozkurt, E., Aksu, H., ve Emsen, Ö. (2011). Türkiye’de Hizmet Ticareti ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Sosyo Ekonomi*, 16(16), 21-40.
- İhracat Yönetmeliği (2008,12 Temmuz). *Resmi Gazete* (Sayı:26934). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/anayasa/MevzuatFihristDetayIframe?MevzuatTur=7&MevzuatNo=10365&MevzuatTertip=5>

- İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Sanayi Dairesi Başkanlığı. (2022) *Devlet Yardımları Uygulamasının Mali ve Ekonomik Göstergelerle Mukayesesi*, Ankara: DTP Yayınları, Yayın No:2663, 3.
- Gürdal, S. (2006), *Türkiye Lojistik Sektörü Altyapı Analizi*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- Hizmet İhracatçılarına Yeşil Pasaport. (2022). Erişim adresi: <https://hib.org.tr/tr/yesil-pasaport/> (E.T.:14.05.2023).
- Hizmet Ticareti İstatistikleri. (2023). Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/hizmet-ticareti/hizmet-ticaret-istatistikleri> (E.T.:05.05.2023).
- Hizmet Ticaretinin Tarihsel Gelişimi. (2020) Erişim adresi: <https://www.ticaret.gov.tr/hizmet-ticareti/doviz-kazandırıcı-hizmetticareti/hizmet-ticaretinin-tarihsel-gelisimi> (E.T.:13.04.2023).
- İhracat 2022 Raporu Yeni Vizyon Yeni Yol Haritası , (2023). Erişim adresi: https://tim.org.tr/files/downloads/Strateji_Raporlari/TIM%20I%CC%87hraca t%20Raporu%202022.pdf (E.T.:15.05.2023).
- Karluk, R. (1991) *Uluslararası Ekonomi*, İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Kesgingöz, H. ve Karamelikli, H., (2015), “Dış Ticaret-Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyümenin CO2 Emisyonu Üzerine Etkisi”, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(3), 7-17.
- Koç, A. K. (2019). *Lojistik Faaliyetlerin Maliyetlemesi ve Muhasebeleştirilmesi: Iğdır İlinde Nakliye ve Kargo Şirketleri Üzerine Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Oğuz, H. ve Oğuz, D. (2020), Türkiye Ekonomisinde Lojistik. *Uluslararası İşletme ve Ekonomi Çalışmaları Dergisi*, (2), 65-74.
- Özsağır, A. ve Akın, A. (2012), Hizmetler Sektörü İçinde Hizmet Ticaretinin Yeri ve Karşılaştırılmalı Bir Analizi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 11, Sayı 41, s. 311-331.
- Sarıgül, S. ve Toçu, B. (2016). Hizmet ihracatında katma değer vergis istinasının katma değer vergisi genel uygulama tebliği açısından değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, Cilt 9, Sayı 3, s. 281-296.
- TDK Sözlükleri. (2023) Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/> (E.T.:14.05.2023).
- Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehber 2022 Ocak. Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/data/5b87fac913b8761160fa1cf0/Devlet%20Yard%C4%B1mlar%C4%B1%20Rehberi%202022.pdf> (E.T.:28.05.2023)
- Ticaret Bakanlığı Tarihçesi. Erişim adresi: <https://ticaret.gov.tr/kurumsal/tarihce> (E.T.:06.05.2023)

Uluğ, E. ve Türker, O. (2021). Hizmet İhracatının Büyüme Üzerine Etkisi: BRICS Ülkeleri Örneği, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Sayı 32, s. 967- 973.

Uluslararası Hizmet Ticareti İstatistikleri 2021. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Uluslararası-Hizmet-Ticareti-İstatistikleri-2021-45815> (E.T.:07.05.2023)

Uzak Ülkeler Stratejisi (2022). Erişim adresi: https://ticaret.gov.tr/data/62c696dd13b876ae383fd792/uus_rapor.pdf (E.T.:01.05.2023)

Yalvaç, D. (2021). *Kitle Kaynaklı Lojistik: Türkiye'deki Kitle Kaynaklı Lojistik Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme* (Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Yenisu E. (2019). Türkiye’de İhracat, İthalat ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 18, Sayı 3, s. 1175-1193.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ŞEN Tuba
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 07.08.1984 - İskenderun/HATAY
Telefon : 05534289901
Faks :
e-mail : tubasen5@gmail.com

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Lisans	Anadolu Üniversitesi - İktisat (İngilizce)	2014
Ön Lisans	Anadolu Üniversitesi - Dış Ticaret	2008

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
8	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri	Uzman

Yabancı Dil

İngilizce