COĞRAFYA ARAŞTIRMALARINDA YENİ EĞİLİMLER, MEKÂNSAL ANALİZLER VE DİSİPLİNLERARASI YAKLAŞIMLAR

-BEŞERÎ VE İKTİSADÎ COĞRAFYA-



Editör

Doç. Dr. Volkan DEDE

UMAY YAYINEVİ

COĞRAFYA ARAŞTIRMALARINDA YENİ EĞİLİMLER, MEKÂNSAL ANALİZLER VE DİSİPLİNLERARASI YAKLAŞIMLAR

-BEŞERÎ VE İKTİSADÎ COĞRAFYA-

Editör

Doç. Dr. Volkan DEDE



COĞRAFYA ARAŞTIRMALARINDA YENİ EĞİLİMLER, MEKÂNSAL ANALİZLER VE DİSİPLİNLERARASI YAKLAŞIMLAR

-BEŞERÎ VE İKTİSADÎ COĞRAFYA-

Editör

Doç. Dr. Volkan DEDE

T.C. KÜLTÜR ve TURİZM BAKANLIĞI SERTİFİKA NU/ ***Certificate Number*****:** 82658

ISBN: 978-625-8950-87-8

DOI: 10.5281/zenodo.23468144

Kütüphane Kartı/Catalog in Publication

1. Baskı, Umay Yayınevi, iv+341 sf., dizin yok, kaynakça var, ek görseller var, Samsun, 2026; 1st Edition, Umay Publishing House, iv+341 pages, no index, bibliography included, images included, Samsun, 2026

Kapak-Dizgi/*Cover-Design*:

Umay Yayınevi

Anahtar Kelimeler/Key Words

1. Beşerî Coğrafya, 2. İktisadî Coğrafya, 3. Yeni Eğilimler, 4. Mekânsal Analizler, 5. Disiplinlerarası Yaklaşımlar

Kitabın bütün yayın hakları Umay Yayınevi'ne aittir. Yayınevinden yazılı izin alınmadan, kaynağın açıkça belirtildiği akademik çalışmalar ve tanıtım faaliyetleri haricinde, kısmen veya tamamen alıntı yapılamaz; hiçbir matbu ve dijital ortamda kopya edilemez, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz. Kitabın bütünü benzerlik ve yapay zekâ tespit yazılımıyla taranmıştır. Çalışmaların bütün hukukî sorumluluğu bölüm yazarlarına aittir. All publication rights to this book belong to Umay Publishing House. Without written permission from the publisher, except for academic studies and promotional activities where the source is clearly indicated, the book may not be quoted in part or in whole; it may not be copied, reproduced, or published in any printed or digital medium. The entire book has been scanned using similarity and ai detection software. All legal responsibility for the studies rests with the authors of the chapters.

Redaktör/*Redactor:* Şengül Beyza BAŞKAN

Baskı-Cilt / *Printing and Binding:* Saytek Dijital Matbaacılık Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi

Matbaa Sertifika No/ *Printing House Certificate No.:* 82296

Web Sitesi/ *Web Page*: https://umayyayinevi.com

E-posta/*Contact*:

umayyayinevi@gmail.com
iletisim@umayyayinevi.com

Adres/Address:

55270, Atakum/Samsun/ Türkiye

Atıf/Cite: Dede, V. (Ed.) (2026). *Coğrafya araştırmalarında yeni eğilimler, mekânsal analizler ve disiplinlerarası yaklaşımlar -beşerî ve iktisadî coğrafya-*. Umay Yayınevi.

ÖN SÖZ

Coğrafya bilimi, insan ile mekân arasındaki dinamik ilişkileri, toplumsal süreçlerin mekânsal ve küresel ölçekte yaşanan dönüşümleri anlama çabasında kritik bir role sahiptir. Günümüzde beşerî ve iktisadi coğrafya; klasik betimleyici ve nitel yaklaşımlarını korumakla birlikte mekânsal istatistik, mekân-zaman analitiği, büyük veri, Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) ile niteliksel ve niceliksel metodolojilerin güçlü bir şekilde harmanlandığı yeni bir evreye girmiştir. Kentleşme kalıplarından nüfus hareketlerine, bölgesel kalkınma dinamiklerinden mekânsal iktisat stratejilerine, mekân algısından kültürel peyzaj dönüşümlerine kadar uzanan geniş bir alanda, yeni yaklaşım ve araştırma süreçlerinin merkezine yerleşmektedir. Elinizdeki bu eser; beşerî ve iktisadi coğrafyanın ekonomi, şehir ve bölge planlama, demografi ve veri bilimi gibi komşu disiplinlerle kurduğu disiplinler arası bağı vurgulamak ve metodolojik yeniliklerin alan araştırmalarına nasıl yansıdığını ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Kitap boyunca yer alan çalışmalar; değişen yerleşmeler, kentsel ve kırsal alanlardaki sosyo-ekonomik dönüşümler ve nüfus hareketlilikleri gibi geniş bir yelpazede olan çalışmaları bütüncül bir yaklaşımla ele almaktadır. Bu çalışma, toplumsal ve iktisadi süreçlerin mekânsal boyutunu derinlemesine anlamak isteyen için yapıcılara güncel bir perspektif sunmayı hedeflemektedir.

Son olarak, değerli çalışmalarıyla bu esere katkı sunan bölüm yazarlarımıza, titiz değerlendirmeleriyle kitabın niteliğini artıran hakemlerimize ve yayın sürecinin her aşamasında desteğini esirgemeyen Umay Yayınevi ekibine içtenlikle teşekkür ederiz. Kitabın, beşerî coğrafyanın değişen yüzünü anlamak isteyen herkes için yararlı bir başvuru kaynağı olmasını dileriz.

Volkan DEDE

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ •i

İÇİNDEKİLER •iii

Prof. Dr. Abdulkadir GÜZEL

ŞANLIURFA İLİNDE DÖRT KASABA YERLEŞMESİNİN GENEL ÖZELLİKLERİ (HİLVAN, BOZOVA, HALFETİ, HARRAN) •1

Prof. Dr. Alpaslan ALİAĞAOĞLU

ŞEHİR COĞRAFYASINDA AYRIŞMA VE KÜMELENME •31

Prof. Dr. Arife KARADAĞ - Dr. Öğr. Üyesi Pervin AKSAK- Dr. Zehra DURUKAN

KENTSEL BELLEĞİN KATMANLARI: BAYRAKLI'DA BİR ALAN ARAŞTIRMASI ÜZERİNDEN MEKÂN VE HAFIZA OKUMASI •53

Prof. Dr. Sabri KARADOĞAN - Doç. Dr. Ahmet YILDIRIM

REFERANDUM HARİTALARI İLE COĞRAFİ BİLGİ SİSTEMLERİ (CBS) ORTAMINDA TÜRKİYE SİYASİ EKOLOJİSİNİN YENİDEN DEĞERLENDİRİLMESİ •78

Doç. Dr. Rauf BELGE

KENT KİMLİĞİ DİNAMİKLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME •128

Arş. Gör. Dr. Canan KÜLEK - Doç. Dr. Canan Zehra ÇAVUŞ

KÜRESEL TEKSTİL VE HAZIR GİYİM TİCARETİNİN MEKÂNSAL DÖNÜŞÜMÜ: 1980-2024 DÖNEMİNDE GELİŞMİŞ VE GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERİN DEĞİŞEN KONUMU •157

Doç. Dr. Özlem ÇAKAR ÇELİK - Sümeyya Nur UÇUR

EKRANLARDAKİ DİLSEL COĞRAFİ GÖRÜNÜM: GÜZEL GÜNLER DİZİSİ ÖRNEĞİ •178

Prof. Dr. Serkan DOĞANAY - Dr. Öğr. Üyesi Gülşah DOĞANAY

GİRESUN'DA YAŞLI NÜFUS VE BAZI ÖZELLİKLERİ •192

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali TOPRAK - Gizem ATA
- Cennet Nur POLAT - Esra ULUDAĞ

LIVING WITH UNCERTAINTY: SATISFACTION AND LEGAL PRECARITY AMONG TINY HOUSE RESIDENTS IN İZMİR (TÜRKİYE) •216

Doç. Dr. Mücahit YILDIRIM - Dr. Öğr. Üyesi H. Kübra YILMAZTÜRK YILDIRIM

ÇOCUKLARDA DOĞA–TOPLUM ETKİLEŞİMİ: KÜLTÜR, SANAT VE DOĞA BÜTÜNLEŞİK BİR EĞİTİM MÜDAHALESİNİN PSİKOSOSYAL ETKİLERİ •245

Dr. Öğr. Üyesi Merve ZAYIM DİNÇER

TİCARET COĞRAFYASININ GENEL ÖZELLİKLERİ •260

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Mert ARSLAN

NÜFUS COĞRAFYASINDA HAREKETLİLİK PARADİGMASI: MEKÂNSAL AKIŞLAR, GEÇİCİ NÜFUSLAR VE YENİ YERLEŞME DİNAMİKLERİ •293

Dr. Öğr. Üyesi Şeyma NACAR

ARAZİ ÖRTÜSÜ/ KULLANIMI DURUMUNUN TARIM ALANLARI BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: ADIYAMAN İLİ ÖRNEĞİ •312

Dr. Öğr. Üyesi Sohaib K. M. ABUJAYYAB

KARABÜK'TE KENTSEL ARAZİ ÖRTÜSÜ GENİŞLEMESİNİN ZAMANSAL VE MEKANSAL DİNAMİKLERİ: GLC-FCS30D KULLANILARAK 2000-2022 DÖNEMİNİN 30 M ÇÖZÜNÜRLÜKTE ANALİZİ •328

TİCARET COĞRAFYASININ GENEL ÖZELLİKLERİ

Merve Zayım Dinçer *

GİRİŞ

İnsan topluluklarının ihtiyaçlarının çeşitlenmesi ve kaynakların yeryüzünde eşit dağılmaması, tarih boyunca farklı bölgeler arasında mal değişimini gerekli kılmıştır. Bu nedenle ticaret yalnızca ekonomik bir faaliyet olarak değil, aynı zamanda mekânsal farklılıkların bir sonucu olarak ortaya çıkan coğrafi bir süreç olarak da değerlendirilmektedir (Doğanay, 2017; Tümertekin ve Özgüç, 2009; Rodrigue, 2013). Bu durum, ticaretin temelinde bölgesel farklılıkların ve coğrafi tamamlayıcılığın bulunduğunu göstermektedir. Başka bir ifadeyle, ticaretin ortaya çıkış nedeni benzerliklerden çok farklılıklardır. Çeşitli ürün, mal ve benzeri eşyaların üretim sürecinden tüketimine kadar geçen zaman içinde ekonomik değer taşıyan başka nesneler ile takas edilmesi, alışı ve satışı anlamında kullanılmaktadır (Nar, 2019). Geleneksel ve klasik iktisadi perspektifte ticaret, kâr elde etme amacı güderek gerçekleştirilen her türlü mal ve hizmetin alım-satım, takas ve dağıtım faaliyetleri bütünü olarak tanımlanmaktadır (Alkın, 2024: 11; Macit, 2019). Ticaretin tarih içindeki ilk hali takastır. Beşerî ve ekonomik faaliyetlerin en eski formlarından biri olan ticaret, paranın icadından çok önce, insanların kendi üretemedikleri ihtiyaç maddelerini, sahip oldukları üretim fazlası (artık ürün) ile değiş tokuş etmesi esasına dayanan takas (trampa) yöntemiyle başlamıştır (Alkın, 2024: 11-12; Polat, 2007). Takas sisteminin ortaya çıkışı, ekonomik ilişkilerin başlangıcından ziyade insan toplulukları arasındaki mekânsal ve ekonomik etkileşimin ilk somut göstergelerinden biri olarak değerlendirilebilir. Zaman içerisinde paranın bir değişim aracı olarak devreye girmesi, sınırların çizilmesi ve ulaşım sistemlerinin gelişmesiyle bu faaliyet, yerel pazarlardan kıtalararası ağlara kadar uzanan sistemli ve kurumsal bir yapıya kavuşmuştur (Macit, 2019: 3-5). Bu dönüşüm, ticaretin yalnızca hacmini artırmamış; aynı zamanda ticari

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, İstanbul, mervez@istanbul.edu.tr, ORCID: orcid.org/0000-0003-2191-1957

ilişkilerin mekânsal ölçeğini genişleterek bölgesel ekonomilerin birbirine bağımlılığını güçlendirmiştir.

Ticaret, mal ve hizmetlerin üretim alanlarından tüketim alanlarına yönelmesini sağlayan ekonomik faaliyetler bütünü olmakla birlikte, aynı zamanda belirgin bir mekânsal niteliğe sahiptir. Dolayısıyla ticareti anlamak, yalnızca ekonomik süreçleri değil, bu süreçlerin gerçekleştiği mekânın özelliklerini de anlamayı gerektirmektedir. Üretim kaynaklarının, nüfusun, sermayenin, teknolojinin ve tüketim merkezlerinin yeryüzünde eşit dağılmaması, farklı bölgeler arasında ekonomik ilişkilerin gelişmesine ve ticari akışların ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle ticaretin coğrafi açıdan değerlendirilmesi, yalnızca malların alım ve satımını değil; üretim ve tüketim alanlarının dağılışını, bu alanlar arasındaki mesafeyi, ulaşım imkânlarını, pazarların konumunu ve ticari akışların yönünü de kapsamaktadır (Gallup, Sachs and Mellinger, 1999; Fujita, Krugman and Venables, 1999). Coğrafi ve modern ekonomik bakış açısıyla ele alındığında ise ticaret, yalnızca basit bir mülkiyet el değiştirmesi ya da finansal işlem değil; hammaddenin doğadan elde edilmesinden, sanayi tesislerinde işlenmesine, depolanmasına, nakledilmesine, pazarlanmasına ve nihai tüketiciye ulaştırılmasına kadar uzanan çok boyutlu ve bütünleşik bir "değer zinciri" (value chain) olarak tanımlanmaktadır (Çağlar Ghasidi, 2025: 245). Günümüzde ticari rekabet çoğu zaman tek bir ürün üzerinden değil, bu değer zincirinin ne kadar etkin yönetildiği üzerinden şekillenmektedir. Ticari faaliyetler, taraflar arasında karşılıklı bağımlılık (interdependency) ilişkileri tesis ederek yerel, bölgesel ve küresel ölçekte iktisadi büyümenin, istihdamın ve toplumsal refah artışının en temel lokomotifini oluşturmaktadır (Grozdanovska vd., 2017). Bu bağlamda ticaret, yalnızca ekonomik kalkınmanın bir sonucu değil, aynı zamanda kalkınmayı yönlendiren temel dinamiklerden biri olarak da değerlendirilebilir.

1.Ticaret Coğrafyasının Kapsamı

Ticaretin farklı ekonomik faaliyetleri ve coğrafi alanları birbirine bağlayan mekânsal niteliği, ticaret coğrafyasının ekonomik coğrafya içerisindeki yerinin temelini oluşturmaktadır. Ekonomik coğrafya, ekonomik faaliyetlerin yeryüzündeki dağılışını ve mekânsal organizasyonunu inceleyen beşerî coğrafyanın temel çalışma alanlarından biri olup; üretim, tüketim ve dağıtım faaliyetlerini kapsayan geniş bir inceleme çerçevesine sahiptir (Malecki, 2001; Kaygalak, 2023). Bu çerçeve içerisinde nüfus ve

kaynaklar, tarım ve sanayi faaliyetleri, ulaşım, hizmetler, uluslararası ekonomik ilişkiler ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farklılıkları ekonomik coğrafyanın başlıca inceleme konularını oluşturmaktadır (Tümertekin ve Özgüç, 2009). Ticaret coğrafyası ise ekonomik faaliyetlerin mekânsal organizasyonunu inceleyen ekonomik coğrafyanın temel araştırma alanlarından biridir. Disiplinin temel inceleme konusu, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde üretilen mal ve hizmetlerin üretim alanlarından tüketim merkezlerine doğru gerçekleşen hareketidir. Bu kapsamda ticaret coğrafyası, söz konusu hareketlerin ortaya çıkışını, yönünü ve yoğunluğunu etkileyen doğal ve beşerî faktörler ile ticari akışların oluşturduğu mekânsal örüntüleri incelemektedir. Ticaret coğrafyasının inceleme kapsamı son derece geniş bir yelpazeye yayılmaktadır: Mahalle ölçeğindeki tekil bir perakende alışveriş işleminden, çok uluslu şirketlerin kıtalararası hammadde, yarı mamul ve yüksek teknoloji transferini içeren karmaşık küresel tedarik zinciri ağlarına kadar tüm ticari ilişkiler bu disiplinin araştırma alanına girer (Şahin, 2014: 350). Tarihsel süreçte ticaret coğrafyasının kapsamı ve metodolojik yaklaşımı önemli bir dönüşüm geçirmiştir. 19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başlarında egemen olan "Ticari Coğrafya" (Commercial Geography) yaklaşımı, coğrafi mekânı sadece ticarete konu olan ürünlerin, limanların ve hammadde kaynaklarının listelendiği betimsel ve taksonomik bir envanter alanı olarak ele almıştır. Chisholm'un öncülük ettiği bu tasviri dönemde coğrafya; küresel ticaret aktörlerine veri sağlayan ansiklopedik bir rehber işlevi görmüş, mekânsal ilişkileri analiz etmek yerine sadece malların ve rotaların envanterini çıkarmakla sınırlı kalmıştır (Chisholm, 1900; Tümertekin ve Özgüç, 2009).

Ticaret coğrafyası, ticari faaliyetlerin "nerede", "neden" ve "nasıl" gerçekleştiğini sorgularken, bu faaliyetlerin mekânsal mantığını (spatial logic) analiz eder (Şahin, 2014: 350; Rodrigue, 2013). Bu mekânsal mantık; pazarlarla ilişkili ekonomik, sosyal ve endüstriyel yapıyı yansıttığı gibi ulaşım maliyetleri, mesafe, siyasi bağlar, döviz kurları ve ülkeler/bölgeler arasındaki karşılıklı ekonomik avantajlar gibi çok sayıda coğrafi ve ekonomik değişkeni bünyesinde barındırır (Şahin, 2014: 350).

2.Ticaretin Temel Unsurları

Ticaretin gerçekleşebilmesi, birbirleriyle ilişkili bir dizi ekonomik ve mekânsal unsurun varlığına bağlıdır. Bunlar; hammadde, üretim, alıcı ve satıcı, mal ve hizmet, sermaye, ulaşım/lojistik, pazardır (Özey, 2013).

Bu unsurların her biri ekonomik bir içeriğe sahip olmakla birlikte, bunların yeryüzündeki farklı dağılışı ticaretin coğrafi boyutunu meydana getirmektedir.

2.1.Hammadde: Ticari sistemin üretim boyutunun başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Tarımsal ürünler, orman ürünleri, madenler ve enerji kaynakları gibi doğal kaynakların yeryüzündeki dağılışının farklılık göstermesi, üretimin belirli alanlarda yoğunlaşmasına ve üretim bölgeleri ile tüketim alanları arasında ticari ilişkilerin gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Ülkelerin yer altı ve yer üstü kaynaklar bakımından kendine yetememesi, ihtiyaç duyulan hammadde veya enerji kaynaklarının dışarıdan temin edilmesini zorunlu kılar (Şahin, 2014: 346-350). Özellikle temel hammaddelerin üretim ve tüketim alanlarının birbirinden ayrılması, bazı ülkeleri veya bölgeleri ihracatçı, bazılarını ise ithalatçı konuma getirebilmekte ve uluslararası ticaretin coğrafi örüntüsünü şekillendirmektedir (Radetzki and Wårell, 2020). Bu bağlamda hammaddenin ticaret açısından önemi, yalnızca üretimin temel girdisini oluşturmasından değil, aynı zamanda ticari ilişkilerin yönünü ve mekânsal organizasyonunu belirleyen coğrafi bir unsur olmasından kaynaklanmaktadır. Kaynakların yeryüzündeki eşitsiz dağılışı ile üretim ve tüketim alanlarının çoğu zaman birbirinden farklılaşması, bölgeler ve ülkeler arasında karşılıklı ekonomik bağımlılıkların oluşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla hammadde, üretim sürecinin başlangıç noktası olmanın ötesinde, ticaret akımlarının ortaya çıkmasını sağlayan ve bu akımların coğrafi yönelimini şekillendiren temel unsurlardan biri olarak değerlendirilebilir.

2.2.Üretim: Hammaddenin fiziki ve kimyasal işlemlerle katma değerli yarı mamul veya mamul maddelere dönüştürülmesi sürecidir (Tümertekin ve Özgüç, 2009). Hammaddelerin ve diğer girdilerin ekonomik değere sahip mal ve hizmetlere dönüştürülmesini ifade etmekte ve ticaretin arz yönünü meydana getirmektedir. Bununla birlikte üretim faaliyetleri mekânsal olarak homojen bir dağılım göstermemektedir. Üretim faktörlerinin maliyeti, hammaddelere ve tedarikçilere erişim, pazara yakınlık ve rekabet koşulları işletmelerin kuruluş yeri kararlarını ve ekonomik faaliyetlerin belirli alanlarda yoğunlaşmasını etkilemektedir (Venables, 2019). Dolayısıyla üretimin coğrafi dağılışı, ticaretin başlangıç noktalarının ve ticari akımların yönünün belirlenmesinde temel bir işleve sahiptir.

Bu açıdan üretim, ticaretin yalnızca arz kaynağını değil, aynı zamanda bölgeler ve ülkeler arasında ortaya çıkan mekânsal iş bölümünün temelini oluşturmaktadır. Üretim kapasitesi, üretim türü ve uzmanlaşma düzeyinin mekândan mekâna farklılaşması, belirli bölgelerin bazı ürünlerde üretici ve ihracatçı, diğerlerinin ise tüketici ve ithalatçı konumunda yer almasına neden olmaktadır. Böylece üretimin coğrafi farklılaşması, ekonomik mekânlar arasında tamamlayıcılık ilişkileri yaratarak ticari bağlantıların kurulmasını ve süreklilik kazanmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle üretim, ticaret coğrafyası açısından yalnızca malların ortaya çıktığı ekonomik bir aşama değil, ticaret akımlarının kaynağını, yönünü ve mekânsal ölçeğini biçimlendiren temel bir coğrafi süreçtir.

2.3.Alıcı ve Satıcı: Alıcı ve satıcı, ticari değişimin gerçekleşmesini sağlayan temel ekonomik aktörlerdir. Satıcı, sahip olduğu mal veya hizmeti belirli koşullar altında piyasaya sunarak arzı temsil ederken; alıcı, ihtiyaçları, tercihleri ve satın alma gücü doğrultusunda talebi oluşturmaktadır. Alıcı ve satıcının farklı mekânlarda bulunması, malın taraflar arasında hareketini sağlayan ulaşım, bilgi, dağıtım ve diğer işlem maliyetlerini de ticari ilişkinin bir parçası hâline getirmektedir (Anderson and van Wincoop, 2004: 691-692). Bununla birlikte teknolojik ve lojistik gelişmeler alıcı ve satıcının aynı mekânda bulunma zorunluluğunu önemli ölçüde azaltmış ve ticari ilişkilerin yerel pazarlardan bölgesel ve küresel ölçeklere genişlemesine olanak sağlamıştır. Ancak mekânsal ayrılığın önemi bütünüyle ortadan kalkmamıştır. Nitekim ticaret akımları ekonomik büyüklükle pozitif, fiziksel mesafeyle ise güçlü bir negatif ilişki göstermektedir (Head and Mayer, 2014). Benzer biçimde mesafe, pazarlara ve tedarikçilere yakınlık, ekonomik faaliyetlerin mekânsal organizasyonu ve yerler arasındaki ticaret hacmi üzerinde etkili olmaya devam etmektedir (Venables, 2019). Bu nedenle ticaret coğrafyası açısından alıcı ve satıcının yalnızca ekonomik aktörler olarak varlığı değil; mekânsal dağılışları, birbirlerine ve pazarlara erişilebilirlikleri ile aralarındaki mesafe de ticari ilişkilerin oluşumu ve yoğunluğu bakımından önem taşımaktadır. Bu çerçevede alıcı ve satıcı arasındaki ilişki, yalnızca arz ve talebin karşılaşmasına dayanan ekonomik bir değişim ilişkisi olarak değil, farklı mekânlar arasında ekonomik bağlantı kuran bir etkileşim biçimi olarak değerlendirilmelidir. Alıcı ve satıcıların mekânsal olarak ayrışması, ticari faaliyete belirgin bir coğrafi boyut kazandırırken; bu iki aktör arasında kurulan ilişkilerin yoğunluğu ve sürekliliği,

ticari akımların yönünü ve etki alanını da biçimlendirmektedir. Dolayısıyla alıcı ve satıcı, ticaret coğrafyası açısından yalnızca değişimin tarafları değil, farklı ekonomik mekânları birbirine bağlayan ve ticari etkileşimin coğrafi yapısını oluşturan temel aktörlerdir.

2.4. Mal ve Hizmet: Ticaretin temel konusunu, ekonomik değer taşıyan ve değişime konu olan mal ve hizmetler oluşturmaktadır. Geleneksel olarak tarımsal ve endüstriyel ürünler ticaretin başlıca bileşenleri arasında yer alırken, ekonomik yapıdaki dönüşümle birlikte hizmetlerin ulusal ve uluslararası ticaret içerisindeki önemi giderek artmıştır (URL-1). Üretimin coğrafi olarak parçalandığı modern küresel sistemde, mal ve hizmetler birçok farklı ülkeden geçerek değer zincirlerine katılım sağlar (Çağlar Ghasidi, 2025: 244). Özellikle ulaştırma, finans, iletişim ve diğer üretici hizmetleri, yalnızca doğrudan ticarete konu olmaları bakımından değil, üretim faaliyetlerini ve firmalar arasındaki ekonomik ilişkileri desteklemeleri açısından da ticari sistemin önemli bileşenleri hâline gelmiştir (Francois and Hoekman, 2010). Üretimin uluslararası ölçekte parçalanması ise mal ve hizmet ticaretinin niteliğini önemli ölçüde değiştirmiştir. Küresel değer zincirlerinin gelişmesiyle birlikte tasarım, üretim, montaj, pazarlama ve dağıtım gibi üretim sürecinin farklı aşamalarının çeşitli ülkeler arasında dağılması; hammadde, ara malı, nihai ürün ve hizmetlerin birbirine bağlı üretim süreçleri içerisinde ticarete konu olmasına neden olmuştur. Özellikle ara girdilerin bir ülkede üretilerek başka bir ülkede ileri üretim veya montaj süreçlerine dâhil edilmesi, üretimin işlevsel ve mekânsal olarak parçalanmasına ve uluslararası ticaretin daha karmaşık bir yapıya kavuşmasına yol açmıştır (URL-2). Bu durum ticareti, yalnızca nihai malların üreticiden tüketiciye aktarılmasından ibaret bir faaliyet olmaktan çıkararak farklı üretim aşamalarını ve coğrafi alanları birbirine bağlayan bütünleşik bir ekonomik ve mekânsal sisteme dönüştürmüştür. Üretim süreçlerinin farklı aşamalarının farklı ülke ve bölgelerde gerçekleştirilmesi, ticaretin yalnızca nihai ürünlerin değişimine dayalı yapısından uzaklaşmasına; ara mallarının, parçaların, bileşenlerin ve üretimle bağlantılı hizmetlerin sınır aşan üretim ağları içerisinde giderek daha fazla dolaşıma girmesine yol açmıştır. Bu yapı, uluslararası üretim ağlarıyla bağlantılı yeni bir tedarik zinciri ticaretinin gelişmesini beraberinde getirmiştir (Baldwin and Lopez-Gonzalez, 2015). Dolayısıyla günümüzde mal ve hizmetler, yalnızca ticari mübadelenin konusu değil, farklı üretim alanlarını, ekonomik aktörleri ve coğrafi mekân-

ları birbirine bağlayan küresel ticaret sisteminin temel bileşenleri olarak değerlendirilmelidir.

2.5.Sermaye: Sermaye, üretimin gerçekleştirilmesi ve ticari faaliyetlerin sürdürülebilmesi için gerekli temel ekonomik unsurlardan biridir. Hammaddenin temin edilmesinden üretim tesislerinin kurulmasına, malların depolanması ve taşınmasından pazarlama ve satış faaliyetlerine kadar ticari sürecin farklı aşamalarında sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte sermaye, yalnızca üretimin finansmanını sağlayan bir unsur olmayıp, farklı ekonomik faaliyetler ve coğrafi alanlar arasındaki hareketliliği bakımından da ticaret coğrafyası açısından önem taşımaktadır. Nitekim doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ülke içerisindeki dağılışı homojen olmayıp, belirli bölge ve kentlerde yoğunlaşmakta; yatırımın yer seçiminde yığılma ekonomileri, kentleşme ve bilgi maliyetleri gibi mekânsal faktörler etkili olmaktadır (Yavan ve Kara, 2003: 35-37; Yavan, 2010: 1697-1700).

Sermayenin ulusal sınırların ötesindeki hareketliliği ise farklı ülke ve bölgelerin uluslararası üretim sistemleriyle bağlantı kurmasının temel araçlarından birini oluşturmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımların farklı bölgesel gelişme sonuçları ortaya çıkarabilmesi ve bu yatırımların yeni uluslararası iş bölümü, mekânsal iş bölümü ve küresel üretim ağlarıyla ilişkili olması, sermaye hareketlerinin belirgin bir coğrafi niteliğe sahip olduğunu göstermektedir (Pavlínek, 2022: 5-8). Küresel değer zincirlerinin gelişmesiyle birlikte ticaret ve yatırımlar arasındaki ilişkinin güçlenmesi de sermaye, üretim ve ticaret akımlarının uluslararası ölçekte giderek daha fazla bütünleşmesine neden olmaktadır (Cadestin vd., 2018). Bu bakımdan sermaye, ticaret coğrafyası açısından yalnızca üretim ve ticaretin finansman kaynağı olarak değil; ekonomik faaliyetlerin yer seçimini, mekânsal yoğunlaşmasını ve farklı bölgelerin ulusal ve küresel üretim ağlarına eklemlenme biçimlerini etkileyen temel unsurlardan biri olarak değerlendirilmelidir.

2.6.Ulaşım ve Lojistik: Ulaşım ve lojistik, üretim alanları ile pazarlar arasındaki mekânsal ayrılığın aşılmasını sağlayarak ticari faaliyetlerin gerçekleşmesinde temel bir işlev üstlenmektedir. Ulaşım, insanların ve ekonomik değere sahip mal ve hizmetlerin farklı mekânlar arasındaki hareketini sağlarken, ulaşım sistemlerinin gelişimi ekonomik faaliyetlerin mekânsal organizasyonu üzerinde de etkili olmaktadır (Bakırcı, 2019: 381-

382). Hammaddelerin üretim alanlarına, ara ve nihai malların ise pazarlara ulaştırılması, üretim ve tüketim alanları arasında ekonomik bağlantıların kurulmasını mümkün kılmaktadır.

Ulaşım altyapısının niteliği, coğrafi konum ve ulaşım maliyetleri, bu bağlantıların yoğunluğu ve ticaretin mekânsal yönelimi üzerinde etkili olan başlıca unsurlar arasındadır. Ulaşım maliyetlerinin coğrafi koşullar ve altyapı olanaklarıyla yakından ilişkili olduğu; özellikle yetersiz altyapının ulaşım maliyetlerini artırarak ticaret hacmini önemli ölçüde azaltabildiği ortaya konulmaktadır (Limão and Venables, 2001: 451-452). Bunun yanında ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle hava taşımacılığında maliyetlerin azalmasına ve taşıma hızının artmasına olanak sağlamış; böylece malların daha hızlı biçimde uzak pazarlara ulaştırılması kolaylaşırken hava yoluyla gerçekleştirilen uluslararası ticaret de önemli ölçüde gelişmiştir (Hummels, 2007: 149-151). Lojistik ise ulaşım faaliyetlerini depolama, elleçleme, dağıtım ve tedarik süreçleriyle bütünleştirerek malların üretim noktalarından pazarlara etkin biçimde ulaştırılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle ulaşım ağlarının gelişmişliği, erişilebilirlik ve lojistik olanaklar; üretim alanlarının pazarlara bağlanmasını, ticaret maliyetlerinin düzeyini ve ticari akımların mekânsal yönelimini doğrudan etkileyebilmektedir. Bu bakımdan ulaşım ve lojistik, ticaret coğrafyası açısından yalnızca malların bir yerden başka bir yere taşınmasını sağlayan faaliyetler değil; üretim ve tüketim alanlarını birbirine bağlayan, pazarların erişilebilirliğini belirleyen ve ticari akımların yönü ile yoğunluğunu biçimlendiren temel mekânsal unsurlardır.

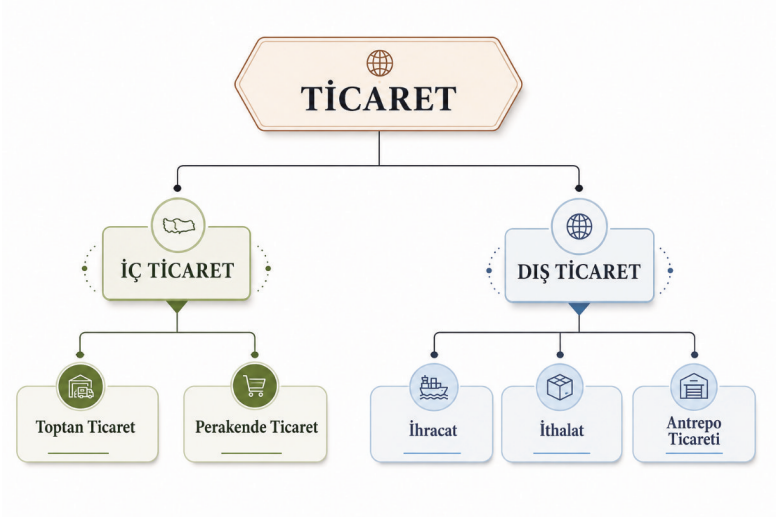
2.7.Pazar: Pazar, üretilen mal ve hizmetlerin talep ile karşılaştığı ve ticari değişimin gerçekleştiği ekonomik ve mekânsal alanı ifade etmektedir. Ticaret coğrafyası açısından pazarın önemi yalnızca alıcı ve satıcıların bir araya geldiği bir değişim alanı olmasından değil; talebin büyüklüğü, nüfusun ve satın alma gücünün mekânsal dağılışı, erişilebilirlik ve üretim alanlarına olan uzaklık gibi özellikleriyle ticari faaliyetlerin yönünü ve yoğunluğunu etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle pazarlar, yerel ölçekteki ticaret merkezlerinden ulusal ve uluslararası pazarlara kadar farklı mekânsal ölçeklerde ortaya çıkabilmektedir.

Pazara erişim, ekonomik faaliyetlerin mekânsal organizasyonu bakımından da önem taşımaktadır. Firmaların kuruluş yeri kararları yalnızca üretim faktörlerinin maliyetlerinden değil, pazarlara ve tedarikçilere yakın-

lık ile pazardaki rekabet koşullarından da etkilenmektedir (Venables, 2019). Ekonomik coğrafya açısından pazar erişimi ise bir ülkenin coğrafi konumu ve ticaret ortaklarının konumları dikkate alınarak karşı karşıya bulunduğu ihracat talebini ve dolayısıyla pazar potansiyelini ifade eden mekânsal bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Redding and Venables, 2004: 54). Pazarın coğrafi niteliği yerel ölçekte de belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır. Pazar yerinin ulaşım ağlarına yakınlığı, tüketicilerin pazara erişim olanakları, merkezi konumu ve nüfus kitlesine yakınlığı, pazarın kuruluş yeri ve sürdürülebilirliği bakımından önem taşımaktadır. Nitekim Yalova Köylü Üretici Pazarı örneğinde pazarın şehir içi ulaşım ağlarıyla bağlantılı ve nüfus çekebilecek merkezi bir konumda bulunmasının pazarın devamlılığı açısından avantaj oluşturduğu görülmektedir (Arıcı, 2019: 39-40). Bu bakımdan pazar, ticaret coğrafyası açısından yalnızca mal ve hizmetlerin satıldığı bir alan değil; üretim ve tüketim alanlarını birbirine bağlayan, ticari akımların yönünü ve yoğunluğunu etkileyen ve ekonomik faaliyetlerin mekânsal organizasyonunda belirleyici rol oynayan temel unsurlardan biridir.

3.Ticaret Türleri

Ticaret, gerçekleştiği mekânsal ölçeğe, ticari işlemin niteliğine ve malların izlediği akışa göre farklı biçimlerde sınıflandırılabilir. Coğrafi açıdan en temel ayrımlardan biri, ticari hareketlerin ülke sınırları içinde veya ülkeler arasında gerçekleşmesine dayanmaktadır. Bu çerçevede ticaret, öncelikle iç ticaret ve dış ticaret olmak üzere iki temel grupta ele alınabilir. İç ticaret kendi içerisinde toptan ve perakende ticaret biçiminde ayrılırken, dış ticaret ihracat ve ithalat hareketleri üzerinden şekillenmektedir. Antrepo ticareti ise dış ticaret sistemi içerisinde malların yeniden ihracı ve dağıtımıyla bağlantılı özel bir ticari işlev göstermektedir (Şekil 1).



Şekil 1: Ticaret Türleri

3.1. İç Ticaret

İç ticaret, bir ülkenin siyasi sınırları içerisinde gerçekleşen mal ve hizmet alışverişini ifade etmektedir. Üretim ve tüketim alanlarının mekânsal olarak birbirinden ayrılması, ülke içerisindeki ticari hareketliliğin temel nedenlerinden biridir. Bölgelerin üretim yapıları ve ekonomik uzmanlaşma düzeyleri de birbirinden farklıdır. Bu farklılıklar, bölgeler arasında mal ve hizmet akımlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Nitekim ülke içi ticaret üzerine yapılan çalışmalar, üretim faaliyetlerinin coğrafi dağılışı ile iç ticaretin mekânsal örüntüsü arasında yakın bir ilişki bulunduğunu göstermektedir (Crafts and Klein, 2015). İç ticaretin gelişmesinde ulaşım ağları ve bölgeler arasındaki erişilebilirlik de önemli rol oynamaktadır. Ulaşım olanaklarının gelişmesi, üretim alanları ile tüketim merkezleri arasındaki bağlantıları güçlendirmektedir. Aynı zamanda taşıma sürelerinin ve maliyetlerinin azalmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye üzerine yapılan bir araştırmada, 2000'li yıllarda gerçekleştirilen karayolu yatırımları sonucunda seyahat sürelerinin azalmasının ülke içi ticaret üzerinde güçlü ve pozitif bir etki meydana getirdiği belirlenmiştir (Coşar vd., 2022). İç ticaret, malların dağıtım biçimine göre toptan ve perakende ticaret şeklinde ele alınabilir. Toptan ticaret, malların büyük miktarlarda üreticilerden veya tedarikçilerden alınarak perakendecilere ve diğer işletmelere aktarılmasını kapsamaktadır. Bu yönüyle üretim ile nihai tüketim arasındaki dağıtım sisteminin önemli bir aşamasını oluşturmaktadır. Perakende ticaret ise mal ve

hizmetlerin nihai tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan ticari faaliyetleri kapsamaktadır. Perakende sektörünün yapısı zaman içerisinde değişmiş; küçük ölçekli ve bağımsız işletmelerin yanında ulusal ve uluslararası ölçekte faaliyet gösteren zincirler de önem kazanmıştır (Bağcı ve Yavan, 2022: 18). Perakende ticaret aynı zamanda belirgin bir mekânsal niteliğe sahiptir. Perakende işletmelerinin dağılışı; tüketicilerin özellikleri, kentsel yapı, erişilebilirlik ve pazar koşullarıyla ilişkili olarak değişebilmektedir. Ankara'daki 516 örgütlü gıda perakende noktasını inceleyen Büyükcivelek (2014), işletmelerin yer seçimi ile mahallelerin sosyal, ekonomik ve fiziksel özellikleri arasında belirgin ilişkiler bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu bakımdan iç ticaret, yalnızca ülke sınırları içerisinde gerçekleşen mal ve hizmet değişimini ifade etmemektedir. Aynı zamanda farklı üretim ve tüketim alanlarını birbirine bağlamaktadır. Bölgeler arasındaki ekonomik ilişkileri güçlendirmekte ve ülke içindeki ekonomik bütünleşmeye katkı sağlamaktadır.

3.2. Dış Ticaret

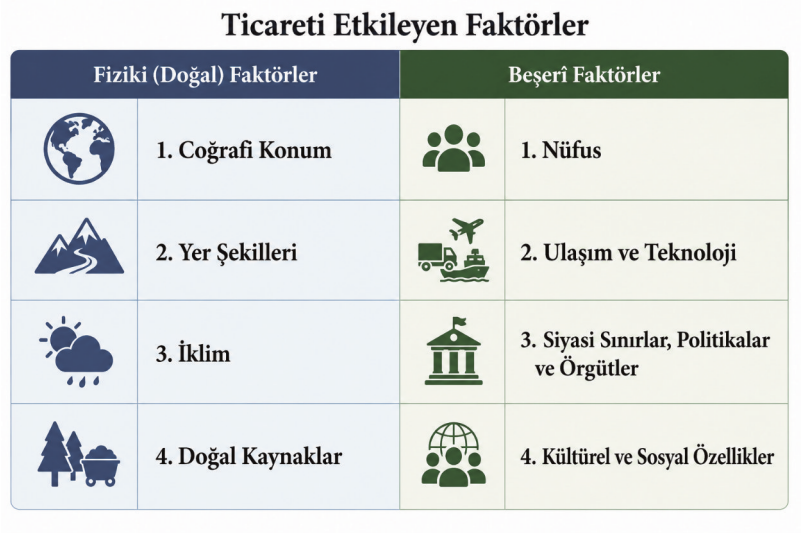
Dış ticaret, mal ve hizmetlerin ülkelerin siyasi sınırlarını aşarak uluslararası dolaşıma katılmasını ifade etmektedir. Ülkelerin doğal kaynakları, üretim kapasiteleri ve tüketim ihtiyaçları birbirinden farklıdır. Bu farklılıklar, ülkeler arasında mal ve hizmet değişiminin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Dış ticaret böylece farklı üretim ve tüketim alanlarını uluslararası ölçekte birbirine bağlayan ekonomik bir sistem oluşturmaktadır.

Dış ticaretin temel bileşenlerini ihracat ve ithalat oluşturmaktadır. İhracat, bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin diğer ülkelere satılmasını ifade etmektedir. İthalat ise ihtiyaç duyulan mal ve hizmetlerin diğer ülkelerden temin edilmesidir. İhracat ve ithalat hareketleri ülkelerin dış ticaret yapısının temelini oluşturmaktadır. Bu hareketlerin büyüklüğü ve yönü ekonomik koşullara bağlı olarak zaman içerisinde değişebilmektedir. Türkiye'nin ihracat ve ithalat hareketlerinin uzun dönemli gelişimini inceleyen araştırmalar da dış ticaret akımlarının farklı ekonomik dönemlerde değişen özellikler gösterdiğini ortaya koymaktadır (Türkvatan, 2023). Dış ticaretin coğrafi yapısı, ülkelerin üretim özelliklerinin yanı sıra uluslararası pazarlara erişim olanaklarından da etkilenmektedir. Üretim merkezlerinin limanlara, sınır kapılarına ve diğer uluslararası çıkış noktalarına bağlantısı bu açıdan önem taşımaktadır. Ulaşım altyapısının gelişmesi, iç bölgelerin

uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırabilmektedir. Türkiye üzerine yapılan bir araştırmada, karayolu altyapısındaki iyileşmelerin ulaşım maliyetlerini düşürdüğü ve bölgesel ihracat ile ithalatı artırdığı ortaya konulmuştur (Coşar and Demir, 2016). Dış ticaret kapsamında değerlendirilen faaliyetlerden biri de antrepo ticaretidir. Bu ticaret biçiminde mallar bir ülkeye getirildikten sonra doğrudan iç pazara sunulmak zorunda değildir. Mallar belirli bir süre depolanabilir ve daha sonra başka ülkelere yönlendirilebilir. Bu süreçte sınıflandırma, paketleme, taşıma ve pazarlama gibi hizmetler de önem kazanabilmektedir. Böylece bazı ülkeler ve ticaret merkezleri, üretici ile nihai pazar arasında aracılık ve yeniden dağıtım işlevi üstlenmektedir. Hong Kong gibi antrepo ekonomilerinin farklı ülkelerdeki alıcı ve satıcılar arasındaki ticarete aracılık ettiği ve yeniden ihracat faaliyetlerinde önemli rol oynadığı ortaya konulmaktadır (Feenstra and Hanson, 2004). Antrepo ticareti, ticaret coğrafyası açısından özellikle coğrafi konum, limanlar, ulaşım ağları ve lojistik olanaklarla yakından ilişkilidir. Uluslararası ticaret güzergâhları üzerinde bulunan merkezler, malların depolanması ve farklı pazarlara yeniden yönlendirilmesi bakımından avantaj sağlayabilmektedir. Bu nedenle antrepolar yalnızca depolama alanları olarak değerlendirilmemelidir. Aynı zamanda uluslararası mal akımlarının düzenlenmesine ve farklı pazarların birbirine bağlanmasına hizmet eden lojistik unsurlardır. Bu yönüyle antrepo ticareti, stratejik konuma sahip liman ve ticaret merkezlerinin uluslararası ticaret ağları içerisindeki aracılık ve dağıtım işlevlerini güçlendiren önemli bir dış ticaret faaliyetidir.

4. Ticareti Etkileyen Faktörler

Ticaret, farklı ekonomik faaliyetler ve mekânlar arasında kurulan ilişkiler bütünü olduğundan, ticari akımların ortaya çıkışı ve gelişimi coğrafi koşullardan bağımsız değildir. Üretim ve tüketim alanlarının dağılışı, doğal kaynakların mekânsal farklılıkları, ulaşım olanakları, nüfus ve pazar yapısı ile ekonomik ve kurumsal koşullar ticaretin hacmi, yönü ve mekânsal organizasyonu üzerinde farklı düzeylerde etkili olmaktadır (Şekil 2). Bu yönüyle uluslararası ticaret, ekonomik niteliğinin yanı sıra teori, sınırlar ve bölgeler üzerinden belirgin bir coğrafi boyuta da sahiptir (Andresen, 2010: 94).



Şekil 2: Ticareti Etkileyen Faktörler

4.1. Fiziki (Doğal) Faktörler

Fiziki çevre koşulları, ekonomik faaliyetlerin yeryüzündeki dağılışını ve buna bağlı olarak ticari ilişkilerin mekânsal yapısını etkileyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Coğrafi konum, yer şekilleri, iklim ve doğal kaynaklar; üretim olanaklarının mekânsal farklılaşmasına katkıda bulunurken, ulaşım ve erişilebilirlik koşulları aracılığıyla bölgelerin ticari sistem içerisindeki konumlarını da etkileyebilmektedir. Nitekim fiziki coğrafyaya ilişkin özelliklerin ekonomik faaliyetlerin dünya üzerindeki mekânsal dağılışında önemli bir yere sahip olduğu; bu özelliklerin bir bölümünün tarımsal üretim, bir bölümünün ise ticaret açısından önem taşıdığı ortaya konulmaktadır (Henderson vd., 2018: 357-358).

4.1.1. Coğrafi Konum

Coğrafi konum, bir ülke veya bölgenin diğer ekonomik alanlarla kurabileceği ticari ilişkilerin niteliği ve yoğunluğu üzerinde etkili olan temel faktörlerden biridir. Üretim ve tüketim merkezlerine, büyük pazarlara, hammadde ve tedarik alanlarına, denizlere ve başlıca ulaşım güzergâhlarına göre konum; bölgelerin ticari erişilebilirlikleri bakımından önemli farklılıklar ortaya çıkarabilmektedir. Ekonomik faaliyetlerin mekânsal dağılışı üzerinde doğal coğrafi özelliklerin yanı sıra ekonomik aktörlerin birbirlerine göre konumları da önem taşımakta ve bu durum ticaret ile coğrafya arasındaki ilişkinin temel boyutlarından birini oluşturmaktadır (Red-

ding, 2022: 147-148). Coğrafi konumun ticaret üzerindeki etkisinin belirgin biçimde görüldüğü unsurlardan biri denizlere ve limanlara erişimdir. Denize doğrudan erişimi bulunmayan ülkeler, uluslararası pazarlara ulaşabilmek için komşu ülkelerin ulaşım ağlarına ve limanlarına bağımlı hâle gelebilmekte; bu durum mesafe ve transit geçişlerden kaynaklanan ek maliyetlerle ticari faaliyetleri sınırlandırabilmektedir. Nitekim denize kıyısı olmayan ülkelerin özellikle mamul mal ticaretinde önemli bir ticari dezavantajla karşı karşıya bulunduğu ampirik olarak da ortaya konulmaktadır (Gyawali, 2024). Bununla birlikte coğrafi konumun ticaret açısından ortaya çıkardığı avantaj veya dezavantajlar mutlak değildir. Ulaşım altyapısının gelişmesi, liman ve hinterland bağlantılarının güçlenmesi, yeni ulaşım koridorlarının oluşturulması ve ekonomik merkezlere erişilebilirliğin artması, konumdan kaynaklanan bazı sınırlılıkları azaltabilmektedir. Dolayısıyla coğrafi konumun ticaret üzerindeki etkisi, yalnızca bir ülke veya bölgenin yeryüzündeki sabit yeri üzerinden değil, diğer üretim alanları, pazarlar ve ulaşım ağlarıyla kurduğu mekânsal ilişkiler çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu bakımdan coğrafi konum, ticari akımların yönünü ve yoğunluğunu etkileyen temel faktörlerden biri olmakla birlikte, etkisi ulaşım sistemleri, erişilebilirlik ve ekonomik bağlantılarla birlikte değerlendirilmesi gereken dinamik bir coğrafi unsurdur.

4.1.2. Yer Şekilleri

Yer şekilleri, ulaşım güzergâhlarının oluşumunu ve ekonomik alanlar arasındaki erişilebilirliği etkileyerek ticari faaliyetlerin mekânsal organizasyonunda önemli rol oynamaktadır. Dağlık ve engebeli alanlar ulaşım bağlantılarının kurulmasını güçleştirebilirken; vadiler, havzalar, boğazlar ve dağ geçitleri ulaşımın belirli güzergâhlarda gelişmesine olanak sağlayabilmektedir. Nitekim Türkiye ulaşım coğrafyası literatüründe de fiziki coğrafya özelliklerinin karayolu ulaşımının biçimlenmesinde temel rol oynadığı; özellikle topoğrafya, yükselti ve eğim koşullarının yol güzergâhlarının oluşumu üzerinde etkili olduğu ortaya konulmaktadır (Bakırcı, 2019: 398). Yer şekillerinin ulaşım üzerindeki etkisi özellikle eğim koşullarında belirginleşmektedir. Eğimin artması ulaşım sistemlerinin teknik özelliklerini ve işletme koşullarını etkileyebilmekte; özellikle demiryollarında taşıma kapasitesinin azalması, hızın düşmesi ve enerji tüketiminin artması gibi sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Bu nedenle ulaşım güzergâhlarının belirlenmesinde eğimin daha düşük olduğu alanlar önem kazanmakta ve

hatlar mümkün olduğu ölçüde topoğrafik açıdan daha elverişli sahalara yönelmektedir (Çağlıyan vd., 2013: 474-475). Topoğrafik koşulların ulaşım üzerindeki bu etkileri ticari ilişkilerin mekânsal yapısına da yansımaktadır. Dağlık ve engebeli alanlar ekonomik merkezler arasındaki bağlantıları güçleştirerek ticaret maliyetlerini artırabilirken, akarsu vadileri gibi doğal koridorlar bölgeler arasındaki hareketliliği kolaylaştırabilmektedir. Topoğrafya ile ticaret arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik araştırmalar da güzergâhların engebeli yapısı ile dağ ve akarsu sistemlerinin ticaret maliyetleri üzerinde etkili olduğunu; özellikle dağların ticaret üzerindeki sınırlandırıcı etkisinin akarsu sistemlerinin kolaylaştırıcı etkisinden daha güçlü olabildiğini göstermektedir (Frensch vd., 2023). Bununla birlikte ulaşım teknolojilerindeki gelişmeler ile tünel, köprü, viyadük ve gelişmiş kara ve demiryolu sistemleri, topoğrafyanın meydana getirdiği fiziksel engellerin belirli ölçüde aşılmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla teknolojik gelişmeler yer şekillerinin ulaşım üzerindeki sınırlayıcı etkisini azaltabilmekte, ancak topoğrafik koşulların ulaşım güzergâhları ve ekonomik alanlar arasındaki erişilebilirlik üzerindeki etkisini bütünüyle ortadan kaldırmamaktadır. Bu bakımdan yer şekilleri, ticaret coğrafyası açısından yalnızca ulaşımı kolaylaştıran veya sınırlandıran fiziki bir özellik değil; ekonomik alanlar arasındaki ulaşılabilirliği, ulaşım güzergâhlarının oluşumunu ve taşıma koşullarını belirleyerek ticari akımların mekânsal yönelimini de etkilemektedir.

4.1.3. İklim

İklim, üretim faaliyetlerinin türünü, verimliliğini ve mekânsal dağılışını etkileyerek ticaretin oluşumunda rol oynayan temel doğal faktörlerden biridir. Sıcaklık ve yağış koşulları başta olmak üzere iklim özelliklerinin bölgeden bölgeye farklılaşması, özellikle tarımsal üretimde ürün deseninin ve üretim miktarının mekânsal olarak farklılaşmasına neden olmaktadır. Nitekim iklim koşullarının tarımsal ürünlerin yetiştirilebileceği alanların ve üretim miktarının belirlenmesinde önemli rol oynadığı; ürünlerin sıcaklık ve yağış gereksinimlerine uygun alanlar ile üretimin yoğunlaştığı alanlar arasında belirgin bir ilişki bulunduğu ortaya konulmaktadır (Ustaoğlu ve Uzun, 2018: 2434). Bu farklılaşma, belirli ürünlerin bazı bölgelerde yoğunlaşmasına ve üretim alanları ile tüketim alanları arasında ticari ilişkilerin gelişmesine zemin hazırlamaktadır.

İklimin ticaret üzerindeki etkisi yalnızca üretim koşullarının farklılaşmasıyla sınırlı değildir. Sıcaklık ve yağış koşullarındaki değişimler üre-

tim miktarı ve verimlilik üzerinde etkili olarak ihracata konu olan ürünlerin arzını da değiştirebilmektedir. Bu ilişki özellikle iklim koşullarına doğrudan bağımlı olan tarımsal ürünlerde belirgindir. Tarımsal ticaret üzerine yapılan araştırmalar, artan sıcaklıklar ve değişen yağış koşullarının önemli üretim bölgelerindeki tarımsal verim üzerinde baskı oluşturduğunu ve aşırı hava olaylarının tarımsal ihracat dinamiklerini etkileyebildiğini göstermektedir (Nes vd., 2025). İklim koşullarının ticaret üzerindeki bir diğer etkisi, hava olaylarının üretim ve ticari akışlarda meydana getirebildiği kesintiler üzerinden ortaya çıkmaktadır. Aşırı sıcaklıklar, fırtınalar, kuraklıklar ve diğer meteorolojik olaylar üretim kapasitesini ve ticari hareketliliği etkileyerek uluslararası ticaret akımlarında değişikliklere neden olabilmektedir. Farklı ülkeleri kapsayan ampirik çalışmalar, özellikle aşırı sıcaklıklar ve fırtınalar gibi olayların uluslararası ticaret akımları üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebildiğini ve bu etkinin olay türüne ve ülkelere göre farklılaşabildiğini ortaya koymaktadır (Martínez-Martínez vd., 2023). İklim ve ticaret arasındaki ilişki, günümüzde üretim ve ticaret ağlarının uluslararası ölçekte bütünleşmesi nedeniyle daha karmaşık bir nitelik kazanmıştır. Bir bölgede meydana gelen iklim kaynaklı üretim kayıpları yalnızca o bölgenin ihracatını etkilememekte, ticari bağlantılar aracılığıyla başka ekonomik alanlara da yansıyabilmektedir. Nitekim yüksek sıcaklıkların ihracat üzerinde kısa dönemde anlamlı negatif etkiler meydana getirdiği ve yerel sıcaklık şoklarının uluslararası ticaret ağları aracılığıyla doğrudan etkilenmeyen ülkelere kadar taşınabildiği ortaya konulmaktadır (Osberghaus and Schenker, 2025). Bu bakımdan iklim, ticaret coğrafyası açısından üretim olanaklarını ve ürünlerin mekânsal dağılışını belirleyen doğal bir unsur olmanın yanı sıra, ticarete konu olan ürünlerin arzını, ticari akımların sürekliliğini ve ekonomik alanlar arasındaki ilişkileri etkileyen temel coğrafi faktörlerden biri olarak değerlendirilebilir.

4.4. Doğal Kaynaklar

Doğal kaynaklar, ticari faaliyetlerin oluşumu ve yönü üzerinde etkili olan doğal faktörlerden biridir. Madenler, enerji kaynakları, ormanlar ve diğer doğal kaynaklar yeryüzünde eşit biçimde dağılmamıştır. Bazı ülkeler belirli kaynaklar bakımından zenginken, bazı ülkelerde bu kaynaklar sınırlı düzeydedir. Bu durum ülkelerin üretim yapılarında ve dış ticaret ilişkilerinde farklılıklar ortaya çıkarmaktadır. Doğal kaynakların eşitsiz coğrafi dağılışı, doğal kaynak ticaretinin temel özelliklerinden biri olarak de-

ğerlendirilmektedir (URL-3). Doğal kaynaklara sahip olmak, ülkelerin belirli ekonomik faaliyetlerde uzmanlaşmasını da etkileyebilmektedir. Özellikle petrol, doğal gaz ve çeşitli madenler bakımından zengin ülkelerde bu kaynakların üretimi ve ihracatı ekonomik yapı içerisinde önemli bir yer tutabilmektedir. Nitekim doğal kaynakların dünya ticaretinde önemli bir paya sahip olduğu ve bazı ülkelerin ihracatında belirleyici konumda bulunduğu belirtilmektedir (Ruta and Venables, 2012). Doğal kaynakların üretim üzerindeki etkisi sanayi faaliyetlerinde de görülmektedir. Enerji kaynaklarının bulunduğu alanlar, özellikle enerji yoğun üretim faaliyetleri için avantaj sağlayabilmektedir. Enerji kaynaklarının mekânsal dağılışı ile sanayi kuruluşlarının yer seçimi arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada, enerji kaynakları bakımından zenginliğin sanayi üretiminin coğrafi dağılışı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir (Elliott vd., 2024). Buna karşılık ihtiyaç duyduğu doğal kaynaklara yeterli düzeyde sahip olmayan ülkeler, bu kaynakları başka ülkelerden temin etmek durumunda kalmaktadır. Özellikle enerji ve temel hammaddelerde ortaya çıkan bu durum, kaynak sahibi ülkeler ile kaynak ihtiyacı bulunan ülkeler arasında sürekli ticari bağlantıların kurulmasına neden olmaktadır. Böylece doğal kaynakların coğrafi dağılışı, bazı ülkelerin ihracatçı, bazılarının ise ithalatçı konumunda yer almasında etkili olmaktadır. Bu bakımdan doğal kaynaklar, ticaret coğrafyası açısından yalnızca üretimde kullanılan girdiler değildir. Kaynakların yeryüzündeki farklı dağılışı, ülkelerin üretim olanaklarını ve uzmanlaşma alanlarını etkilemektedir. Aynı zamanda ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin ortaya çıkmasına ve ticaret akımlarının belirli yönlerde gelişmesine katkı sağlamaktadır.

4.2. Beşerî Faktörler

Ticaretin gelişmesinde fiziki faktörler kadar beşerî faktörler de önem taşımaktadır. Nüfus, ulaşım ve teknoloji bu faktörlerin başında gelmektedir. Siyasi koşullar, uygulanan politikalar ve kültürel özellikler de ticari ilişkileri etkileyebilmektedir. Bu faktörler üretim ve tüketim alanları arasındaki bağlantıların kurulmasında da rol oynamaktadır. Bu nedenle ticari faaliyetlerin incelenmesi, fiziki (doğal) ve beşerî coğrafya koşullarının birlikte değerlendirilmesini gerektirmektedir.

4.2.1. Nüfus

Nüfus, ticareti etkileyen temel beşerî faktörlerden biridir. Bir bölgede yaşayan nüfusun büyüklüğü, tüketici kitlesini ve pazarın genişliğini etkilemektedir. Ancak nüfus miktarı tek başına ticari potansiyeli belirlememektedir. Gelir düzeyi ve sosyoekonomik özellikler de pazarın yapısı üzerinde etkilidir. Bu nedenle ticari alanların oluşumunda nüfusun sayısal büyüklüğü kadar ekonomik özellikleri de önem taşımaktadır (Bayar, 2005: 22).

Nüfusun mekânsal dağılışı ve yoğunluğu da ticaret açısından önemlidir. Nüfus coğrafyası açısından nüfusun mekân üzerindeki dağılışı, bu dağılışı etkileyen unsurlar ve zaman içerisinde meydana gelen değişimler temel inceleme konuları arasında yer almaktadır (Sertkaya Doğan, 2019: 674). Büyük kentler ve yoğun nüfuslu bölgeler, daha geniş tüketici kitlelerinin bir arada bulunduğu alanlardır. Bu durum mal ve hizmetlere yönelik talebin belirli merkezlerde yoğunlaşmasına katkı sağlamaktadır. Buna bağlı olarak perakende ticaret ve hizmet faaliyetleri de nüfusun yoğunlaştığı alanlarda gelişebilmektedir. Nüfus yoğunluğu, ekonomik faaliyetlerin mekânsal yoğunlaşması ve kentsel ekonomik yapı üzerinde de etkili olabilmektedir (Ahlfeldt and Pietrostefani, 2019: 94-95). Nüfus ile ticaret arasındaki ilişki yerel pazarların dağılışında da görülmektedir. Pazarların gelişmesi ve devamlılığı için yeterli bir tüketici kitlesinin bulunması önemlidir. Bu nedenle pazarın konumu kadar çevresinde bulunan nüfus ve bu nüfusun pazara erişim olanakları da önem taşımaktadır. Yerel pazarların merkezi ve nüfus çekebilecek alanlarda bulunması, ticari faaliyetlerin devamlılığı açısından avantaj sağlayabilmektedir (Arıcı, 2019: 39-40). Nüfusun artması, mevcut ticari alanların kapasitesi üzerinde de etkili olabilmektedir. Özellikle yoğun nüfuslu alanlarda ticari kapasitenin talebi karşılayamaması çeşitli erişim sorunlarına yol açabilir. Pazar kapasitesi ile hizmet verilen nüfus arasındaki dengenin bozulması, bazı alanlarda ticari hizmetlere erişimin güçleşmesine neden olabilmektedir (Kaylı ve Bayar, 2025: 456). Nüfusun demografik ve ekonomik yapısı da tüketim biçimlerinin farklılaşmasına neden olmaktadır. Gelir düzeyi, yaş yapısı, hane büyüklüğü ve tüketim alışkanlıkları talep edilen mal ve hizmetlerin türünü değiştirebilir. Bu nedenle aynı nüfus büyüklüğüne sahip iki bölgenin ticari yapısı aynı olmayabilir. Nüfusun özellikleri, pazarın büyüklüğünün yanında hangi ticari faaliyetlerin gelişeceği üzerinde de etkili olmaktadır.

Göç ve kentleşme gibi nüfus hareketleri ticari yapının zaman içerisinde değişmesine neden olabilmektedir. Nüfusun belirli merkezlerde toplanması yeni tüketim alanlarının ortaya çıkmasını sağlayabilir. Göç alan bölgelerde tüketici kitlesinin büyümesi ve çeşitlenmesi, farklı mal ve hizmetlere yönelik yeni talepler oluşturabilir. Bu durum yerel ticaretin çeşitlenmesini ve yeni işletmelerin ortaya çıkmasını destekleyebilmektedir (Südaş ve Mutluer, 2008). Bu bakımdan nüfus, ticaret açısından yalnızca tüketici sayısını belirleyen bir unsur değildir. Nüfusun miktarı, mekânsal dağılışı ve sosyo-ekonomik özellikleri pazarların büyüklüğünü ve niteliğini etkilemektedir. Göç ve kentleşme gibi nüfus hareketleri ise yeni tüketim alanlarının ortaya çıkmasına ve ticari faaliyetlerin mekânsal dağılışının zaman içerisinde değişmesine katkı sağlamaktadır.

4.2.2. Ulaşım ve Teknoloji

Ulaşım ve teknoloji, ticari faaliyetlerin gelişmesini etkileyen temel beşerî faktörler arasındadır. Üretim ve tüketim alanlarının farklı yerlerde bulunması, malların bu alanlar arasında taşınmasını gerekli kılmaktadır. Ulaşım sistemleri üretim alanları ile pazarlar arasında bağlantı kurulmasını sağlar. Bu nedenle ulaşım yalnızca insanların ve malların bir yerden başka bir yere taşınması anlamına gelmemektedir. Farklı ekonomik alanların birbirine bağlanmasını ve ticari ilişkilerin daha geniş alanlara yayılmasını sağlayan önemli bir coğrafi unsurdur.

Ulaşımın coğrafi niteliği, hareketin belirli başlangıç ve varış noktaları arasında gerçekleşmesiyle yakından ilişkilidir. Ulaşım ağları ve bu ağların geçtiği güzergâhlar, ekonomik faaliyetlerin mekânsal dağılışı üzerinde etkili olabilmektedir. Havalimanlarının kuruluş yerlerini coğrafi açıdan ele alan çalışmalarda da ulaşım alanlarının yer seçiminin doğal ve beşerî çevre özelliklerinden bağımsız olmadığı görülmektedir (Özür, 2018: 15-16). Bu nedenle ulaşım sistemlerinin gelişimi kadar bu sistemlerin nerede geliştiği de ticaret açısından önem taşımaktadır. Ulaşım ağlarının gelişmişliği, bölgelerin pazarlara erişimini de etkilemektedir. Karayolları ve demiryolları iç bölgeler arasındaki bağlantıları sağlarken, limanlar ve havaalanları daha uzak pazarlarla ilişki kurulmasına imkân vermektedir. Birden fazla ulaşım türünün birleştiği merkezler ise malların toplanması ve dağıtılması bakımından önem kazanabilmektedir. Ulaşım olanaklarının sınırlı olduğu alanlarda mesafe ve taşıma maliyetleri ticari ilişkileri güçleşti-

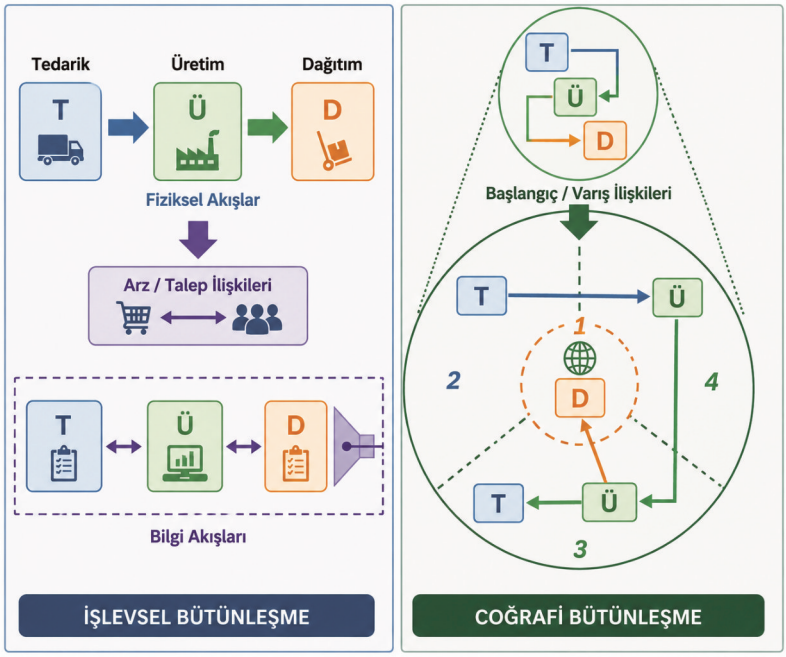
rebilir. Buna karşılık ulaşım bağlantılarının gelişmesi, üretim alanlarının daha geniş pazarlara ulaşmasını kolaylaştırmaktadır.

Ulaşım sistemleri ile ticari faaliyetler arasındaki ilişki limanlarda daha belirgin hâle gelmektedir. Limanların yalnızca deniz ulaşımına uygun bir konumda bulunması yeterli değildir. Kara ve demiryolu bağlantıları ile hinterlandındaki üretim ve tüketim alanlarına erişebilmesi de önem taşımaktadır. Derince Limanı örneğinde limanın konumu ve gelişimi; demiryolu, karayolu ve denizyolu ulaşım sistemleriyle olan bağlantılarıyla birlikte değerlendirilmektedir (Zayım ve Bayartan, 2018). Limanlar, deniz ulaşımı ile kara ulaşımının birleştiği önemli bağlantı noktalarıdır. Aynı zamanda geniş hinterlantlardan gelen malların toplandığı ve farklı pazarlara yönlendirildiği alanlardır. Liman faaliyetlerinin gelişmesi çevredeki sanayi ve ticaret faaliyetlerini destekleyebilmektedir. Bu ilişki Mersin Limanı örneğinde de görülmektedir. Limanın gelişmesiyle birlikte sanayi, ticaret ve nüfus arasında karşılıklı bir etkileşim ortaya çıkmıştır (Balcı Akova, 1996: 222).

Ulaşım türlerinin gelişmesi de ticari ilişkilerin ulaştığı alanların genişlemesinde etkili olmuştur. Özellikle hava ulaşımı, mesafenin kısa sürede aşılmasını sağlayarak uzak merkezler arasındaki bağlantıları güçlendirmiştir. Türkiye'de hava ulaşımının gelişimi yeni havaalanlarının açılması, iç hat bağlantılarının yaygınlaşması ve uluslararası uçuşların artmasıyla birlikte gerçekleşmiştir (Taşlıgil, 1997: 89-90). Hava ulaşımının gelişmesi özellikle hızlı taşınması gereken veya ekonomik değeri yüksek ürünlerin daha uzak pazarlara ulaştırılması açısından önem taşımaktadır.

Ulaşım sistemleri aynı zamanda üretimin mekânsal yapısıyla da ilişkilidir. Günümüzde bir ürünün hammaddesi, parçaları, üretimi ve nihai pazarı farklı ülkelerde bulunabilmektedir. Bu durum üretim alanları arasında düzenli ulaşım bağlantılarının kurulmasını gerekli hâle getirmiştir. Ulaşım ve dağıtım olanaklarındaki gelişmeler, üretimin farklı bölgelere yayılmasını ve bu bölgelerin aynı üretim sistemi içerisinde birbirine bağlanmasını kolaylaştırmaktadır (Rodrigue, 2006: 510-512). Bu gelişmeler lojistik faaliyetlerin önemini de artırmıştır. Günümüzde malların hareketi yalnızca taşıma işleminden oluşmamaktadır. Depolama, dağıtım, yükleme, boşaltma, stok yönetimi ve bilgi akışı gibi birçok faaliyet bu sürecin parçası hâline gelmiştir. Bu nedenle ticaret ile ulaşım arasındaki ilişki giderek daha geniş bir lojistik yapı içerisinde gelişmektedir. Lojistik faaliyetlerin coğrafi

yapısı; mal ve bilgi akımları, ulaşım ağları ve dağıtım merkezleri üzerinden şekillenmektedir (Hesse and Rodrigue, 2004: 171-175) (Şekil 3).



Şekil 3: Küresel Üretim Ağlarında İşlevsel ve Coğrafi Bütünleşme

Kaynak: Rodrigue, 2006'dan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Şekilde görüldüğü gibi tedarik, üretim ve dağıtım aşamaları arasında fiziksel akışların yanında bilgi akışları da bulunmaktadır. İşlevsel bütünleşme bu süreçler arasındaki arz ve talep ilişkilerini güçlendirirken, coğrafi bütünleşme üretim ağının farklı konumları arasındaki başlangıç ve varış ilişkilerini ortaya koymaktadır. Böylece ulaşım ve bilgi sistemleri, farklı coğrafi alanlarda bulunan üretim ve dağıtım faaliyetlerinin aynı ticari ağ içerisinde bağlantılı biçimde yürütülmesini sağlamaktadır (Rodrigue, 2006).

Teknolojik gelişmeler ise, ulaşım sistemlerinin yapısını ve ticaretin gerçekleşme biçimini önemli ölçüde değiştirmiştir. Ulaşım araçlarının hızlanması ve taşıma kapasitesinin artması daha fazla malın daha kısa sürede taşınmasına imkân vermiştir. Konteyner taşımacılığının yaygınlaşması farklı ulaşım türleri arasında yük aktarımını kolaylaştırmıştır. Soğuk zincir sistemleri ise gıda ve benzeri ürünlerin daha uzun mesafelere taşınmasını mümkün hâle getirmiştir. Bu gelişmeler bazı ürünlerin pazar alanlarını ge-

nişletmiş ve daha uzak üretim ve tüketim alanları arasında ticari bağlantılar kurulmasına katkı sağlamıştır.

Teknolojinin ticaret üzerindeki etkisi yalnızca ulaşım araçlarında meydana gelen gelişmelerle sınırlı değildir. Bilgi ve iletişim teknolojileri de ticaretin yapısında önemli değişikliklere neden olmuştur. İnternet, dijital iletişim sistemleri ve elektronik ticaret, alıcı ile satıcı arasındaki bilgi akışını hızlandırmıştır. Firmalar ürünlerini farklı bölgelerde ve ülkelerde bulunan tüketicilere daha kolay ulaştırabilir hâle gelmiştir. Böylece ticari ilişkilerin kurulmasında fiziksel yakınlığın önemi bazı alanlarda azalmış ve pazarların coğrafi sınırları genişlemiştir.

Ancak dijital teknolojilerin gelişmesi coğrafyanın önemini ortadan kaldırmamıştır. Elektronik ortamda sipariş ve ödeme yapılabilse de fiziksel malların depolanması, taşınması ve tüketiciye ulaştırılması gerekmektedir. Bu nedenle depoların, dağıtım merkezlerinin ve ulaşım bağlantılarının konumu önemini korumaktadır. İnternet firmaların pazarlarla ilişkisini değiştirmiştir, fakat ulaşım ve yer seçiminin önemini ortadan kaldırmamıştır (Lasserre, 2004: 73-74). Teknolojik gelişmeler aynı zamanda ulaşım ile bilgi akışını birbirine daha fazla yaklaştırmıştır. Dijital sistemler sayesinde yüklerin konumu takip edilebilmekte, taşıma güzergâhları planlanabilmekte ve stok bilgileri daha hızlı paylaşılabilmektedir. Böylece malların fiziksel hareketi ile bu hareketi yönlendiren bilgi akışı birlikte yürütülmektedir. Modern lojistik sistemlerde bilgi teknolojilerinin giderek daha önemli hâle gelmesi de bu değişimin bir sonucudur (Hesse and Rodrigue, 2004: 175-177). Ulaşım ve teknolojideki gelişmeler bütün bölgeleri aynı biçimde etkilememektedir. Büyük limanlara, havaalanlarına, ana ulaşım koridorlarına ve güçlü iletişim altyapısına sahip alanlar ticari ağlara daha kolay bağlanabilmektedir. Ulaşım ve teknolojik altyapının sınırlı olduğu bölgelerde ise pazarlara erişim daha güç olabilmektedir. Bu durum bazı merkezlerin üretim, dağıtım ve ticaret bakımından daha fazla önem kazanmasına yol açmaktadır. Dolayısıyla ulaşım ve teknoloji, bölgeler arasındaki bağlantıları güçlendirirken ticari faaliyetlerin belirli alanlarda yoğunlaşmasına da katkı sağlayabilmektedir. Bu bakımdan ulaşım ve teknoloji, ticaretin mekânsal yapısını etkileyen ve birbirini tamamlayan iki temel beşerî faktördür. Ulaşım sistemleri üretim, dağıtım ve tüketim alanlarını birbirine bağlamaktadır. Teknolojik gelişmeler ise bu bağlantıların daha hızlı ve daha geniş alanlarda kurulmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte mesafe,

konum ve erişilebilirlik önemini tamamen kaybetmemektedir. Ulaşım ve teknolojide meydana gelen değişimler, ticari akımların hızını ve ulaştığı alanları değiştirdiği gibi bazı merkezlerin ticaret içerisindeki önemini de artırabilmektedir.

4.2.3. Siyasi Sınırlar, Politikalar ve Örgütler

Siyasi sınırlar, ülkelerin egemenlik alanlarını birbirinden ayıran temel beşerî unsurlardır. Ancak sınırlar yalnızca siyasi alanları ayırmamaktadır. Farklı ekonomik sistemleri, gümrük uygulamalarını ve ticaret politikalarını da birbirinden ayırmaktadır. Bu nedenle bir malın ulusal sınırı aşması, farklı ekonomik ve hukuki koşullarla karşılaşması anlamına gelmektedir. Uluslararası ticarette görülen sınır etkisi de ticari ilişkilerin yalnızca fiziksel mesafeye bağlı olmadığını göstermektedir. Sınırların ticaret üzerindeki etkisi ülkeler ve bölgeler arasında farklılık gösterebilmektedir (Andresen, 2010).

Siyasi sınırların işlevleri ülkelerin coğrafi ve jeopolitik özelliklerine göre de farklılaşabilmektedir. Sınırlar bir taraftan devletlerin egemenlik ve güvenlik alanlarını belirlerken, diğer taraftan ülkeler arasındaki geçişlerin gerçekleştiği alanları oluşturmaktadır. Türkiye'nin batı kara sınırları da Avrupa ile Asya arasındaki konumu nedeniyle bu açıdan önem taşımaktadır. Türkiye'nin siyasi coğrafya özellikleri ile sınır güvenliği arasında yakın bir ilişki bulunması, sınırların yalnızca bir ayırma hattı olarak değil, daha geniş bir coğrafi sistem içerisinde değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir (Kazel ve Bayartan, 2021: 201-203).

Sınırların ticaret üzerindeki etkisi özellikle sınır kapılarında daha açık biçimde görülmektedir. Sınır kapıları, ülkeler arasındaki mal ve insan hareketlerinin gerçekleştiği önemli geçiş noktalarıdır. Bu alanlardaki ticari hareketlilik ulaşım bağlantılarının yanında siyasi ve ekonomik ilişkilerden de etkilenmektedir. Türkiye-İran sınırında bulunan Esendere Gümrük Kapısı buna örnek verilebilir. Bölgedeki siyasi ve güvenlik sorunlarının yoğunlaştığı dönemlerde ticari faaliyetler olumsuz etkilenmiş, koşulların iyileşmesiyle birlikte ticari hareketlilik yeniden gelişme göstermiştir (Koday vd., 2019: 1535-1536). Siyasi gelişmelerin ticaret üzerindeki etkisi sınır bölgeleriyle sınırlı değildir. Savaş ve çatışmalar, üretim alanlarının yanında ulaşım güzergâhlarını ve dış ticaret bağlantılarını da etkileyebilmektedir. Bu durum özellikle uluslararası ticarette önemli paya sahip ürünlerde daha

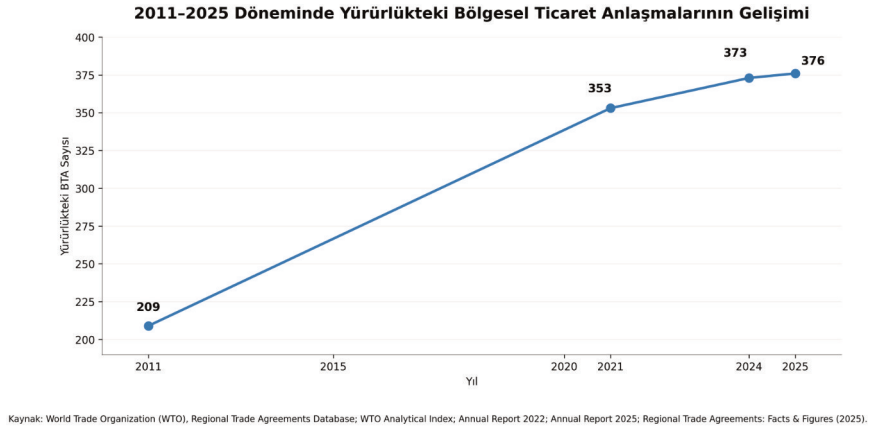
geniş coğrafyalara yayılan sonuçlar ortaya çıkarabilir. Ukrayna-Rusya Savaşı sırasında Ukrayna'nın önemli buğday üretim alanlarında üretimin aksaması ve Karadeniz limanlarından gerçekleştirilen ihracatın kesintiye uğraması bunun belirgin örneklerinden biridir. Savaş öncesinde dünya buğday ihracatında önemli paya sahip olan iki ülke arasındaki çatışma, buğday ticaretini ve bu ürüne bağımlı ülkelerin erişimini küresel ölçekte etkilemiştir (Kahraman ve Akova, 2024: 683-688).

Devletlerin uyguladığı ticaret politikaları da ticari ilişkilerin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Gümrük vergileri, kotalar, ithalat ve ihracata yönelik düzenlemeler ile çeşitli teknik uygulamalar bu politikaların başlıca araçlarıdır. Bu uygulamalar bazı ürünlerin ülkeye girişini sınırlandırabilir veya yerli üretimi destekleyebilir. Buna karşılık ticaretin serbestleştirilmesine yönelik politikalar dış pazarlara erişimi kolaylaştırabilir. Bu nedenle devletlerin aldığı ekonomik kararlar, ülkeler arasındaki mal ve hizmet hareketlerinin miktarını ve yönünü değiştirebilmektedir.

Ticaret politikalarında istikrar ve öngörülebilirlik de önem taşımaktadır. Firmaların yeni bir dış pazara yönelmesi, üretim kapasitesini artırması veya ihracata yönelik yatırım yapması uzun dönemli kararlar gerektirebilmektedir. Gelecekte uygulanacak gümrük vergileri ve diğer ticaret politikalarının belirsiz olması bu kararları etkileyebilir. Ticaret politikası belirsizliğinin firmaların dış pazarlara giriş ve yatırım kararları üzerinde etkili olduğu, ticaret anlaşmalarının ise bu belirsizliğin azaltılmasına katkı sağlayabildiği görülmektedir (Handley and Limão, 2022). Bu durum ticaret politikalarının aynı zamanda mekânsal sonuçlara sahip olduğunu göstermektedir. Bir ülkenin belirli ülkelere veya ürünlere yönelik ticaret koşullarını değiştirmesi, ticaret ortaklarının ve mal akımlarının yönünün değişmesine neden olabilir. Bazı ülkelere sağlanan ticari kolaylıklar ise ekonomik ilişkilerin bu ülkeler üzerinde yoğunlaşmasını sağlayabilir. Böylece ticaret politikaları yalnızca toplam ihracat ve ithalat miktarını değil, ticaretin hangi ülkeler ve bölgeler arasında gerçekleşeceğini de etkileyebilmektedir.

Ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin gelişmesinde bölgesel ticaret anlaşmaları da önemli bir yere sahiptir. Serbest ticaret alanları ve gümrük birlikleri gibi düzenlemeler, taraf ülkeler arasındaki bazı ticaret engellerinin azaltılmasına dayanmaktadır. Bu durum ülkelerin birbirlerinin pazarlarına ulaşmasını kolaylaştırırken, ticari ilişkilerin belirli ülke grupları içerisinde yoğunlaşmasına da katkı sağlayabilir. Bölgesel ticaret anlaşmaları bu ne-

denle uluslararası ticaretin mekânsal yapısını etkileyen unsurlardan biridir. Bu anlaşmalar son yıllarda karşılıklı ticaret serbestleşmesinin en yaygın biçimlerinden biri hâline gelmiştir (Freund and Ornelas, 2010: 139-140) (Şekil 4). Bölgesel ticaret anlaşmalarının oluşmasında yalnızca ekonomik koşullar etkili değildir. Ülkeler arasındaki siyasi ilişkiler de bu süreçte rol oynamaktadır. Ekonomik çıkarlar ile siyasi ilişkilerin birlikte hareket etmesi, hangi ülkeler arasında ticaret anlaşmalarının kurulacağını etkileyebilmektedir. 1950-2000 dönemini kapsayan bir araştırmada, ticaretten sağlanabilecek kazançlar ile ülkeler arasındaki siyasi ilişkilerin bölgesel ticaret anlaşmalarının coğrafi dağılışında birlikte etkili olduğu ortaya konulmuştur (Martin vd., 2012).



Şekil 4: 2011-2025 Döneminde Yürürlükteki Bölgesel Ticaret Anlaşmalarının Gelişimi

Kaynak: URL-5

Özellikle 2008 Küresel Finans Krizi sonrasında uluslararası ticaret sisteminde yaşanan dönüşümlerle birlikte bölgesel ve serbest ticaret anlaşmalarının önemi artmıştır. Doha Turu'nda çok taraflı müzakerelerin sonuçlandırılamaması ve büyük ekonomilerin alternatif ticari düzenlemelere yönelmesi, bu dönemde serbest ticaret anlaşmaları ve mega-bölgesel ticaret girişimlerinin yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır (Aggarwal and Evenett, 2013: 550-552).

Ticaretin gelişmesinde uluslararası ekonomik örgütler de önemli rol oynamaktadır. Bu örgütler, ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin belirli kurallar içerisinde yürütülmesine katkı sağlamaktadır. Dünya Ticaret Örgütü (WTO) bu yapının küresel ölçekteki temel örneklerinden biridir.

WTO'nun kurucu anlaşması, uluslararası ticarette tarifelerin ve diğer ticaret engellerinin azaltılmasını ve ayrımcı uygulamaların ortadan kaldırılmasını temel amaçlar arasında göstermektedir (URL-4). Bunun yanında bölgesel ekonomik bütünleşmeler de ticaretin mekânsal yapısında önemli değişiklikler meydana getirebilmektedir. Avrupa Birliği gibi bütünleşmeler ile farklı bölgelerde oluşturulan serbest ticaret alanları, üye ülkeler arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesini kolaylaştırmaktadır. Ticari engellerin azalmasıyla daha geniş pazar alanları ortaya çıkabilmekte ve üretim ile tüketim alanları arasındaki bağlantılar güçlenebilmektedir. Bununla birlikte bu süreç bütün ülkeleri aynı biçimde etkilememektedir. Bir ekonomik bütünleşme içerisindeki ülkelerin birbirleriyle ticareti gelişirken, birlik dışında kalan ülkeler farklı ticaret koşullarıyla karşılaşabilmektedir.

Günümüzde ekonomik bütünleşmelerin coğrafyası da giderek daha karmaşık hâle gelmektedir. Ticaret anlaşmaları yalnızca birbirine komşu ülkeler arasında yapılmamaktadır. Farklı bölgelerde ve kıtalarda bulunan ülkeler de aynı ticaret anlaşmasının tarafı olabilmektedir. Dolayısıyla ekonomik bütünleşme alanlarının sınırları her zaman fiziki yakınlıkla örtüşmemektedir. Bu durum siyasi ve ekonomik ilişkilerin, coğrafi mesafenin yanında uluslararası ticaret ağlarının oluşumunda da etkili olduğunu göstermektedir. Bölgesel ticaret anlaşmalarının dünya ticaretindeki yaygınlığı da bu yapının önemini artırmaktadır (Freund and Ornelas, 2010). Bu bakımdan siyasi sınırlar, politikalar ve örgütler ticaretin mekânsal yapısını etkileyen önemli beşerî faktörlerdir. Siyasi sınırlar ekonomik alanları birbirinden ayırırken, sınır kapıları bu alanlar arasında bağlantı sağlamaktadır. Ticaret politikaları mal ve hizmet hareketlerinin koşullarını değiştirmektedir. Bölgesel anlaşmalar ve ekonomik örgütlenmeler ise ülkeler arasında yeni ticari bağlantıların kurulmasını kolaylaştırmaktadır. Böylece siyasi ve kurumsal koşullar, ticari akımların yalnızca miktarını değil, yönünü ve mekânsal dağılışını da etkileyebilmektedir.

4.2.4. Kültürel ve Sosyal Özellikler

Kültürel ve sosyal özellikler, ticari ilişkilerin gelişmesini etkileyen beşerî faktörler arasında yer almaktadır. Toplumların dili, değerleri, tüketim alışkanlıkları ve sosyal ilişkileri ekonomik davranışların biçimlenmesinde rol oynamaktadır. Bu nedenle ülkeler arasındaki ticari ilişkiler yalnızca ekonomik büyüklük ve coğrafi uzaklıkla açıklanamamaktadır. Kültürel yakınlık da ticaret üzerinde etkili olabilmektedir. Asya ülkelerini 1970-

2009 dönemi için inceleyen bir araştırmada, kültürel benzerlik ile uluslararası ticaret arasında uzun dönemli bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir (Arslan, 2014: 89-91).

Kültürel yakınlığın ticarete etkisinin bir diğer boyutu tüketici tercihleri ile ilgilidir. Benzer kültürel özelliklere sahip toplumlarda belirli ürünlere yönelik zevk ve tercihlerin de birbirine yakın olması mümkündür. Bu durum, ülkelerin birbirlerinin ürünlerine yönelik talebini artırabilir. Kültürel yakınlığın ikili ticaret üzerindeki etkisini inceleyen Felbermayr ve Toubal (2010), kültürel yakınlığın ticaret hacmini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Çalışmada bu etkinin tüketici tercihleri ve ticaret maliyetleri olmak üzere iki farklı kanaldan gerçekleşebildiği gösterilmektedir (Felbermayr and Toubal, 2010: 279-281). Dil, kültürel özelliklerle ticaret arasındaki ilişkinin önemli unsurlarından biridir. Ortak bir dilin kullanılması alıcı ve satıcılar arasındaki iletişimi kolaylaştırmaktadır. Ürünler ve pazarlar hakkında bilgi edinilmesini de kolaylaştırabilir. Dil farklılıkları ise iletişim ve bilgi edinme süreçlerinde ek maliyetler ortaya çıkarabilir. Bu nedenle ortak dil veya tarafların birbirleriyle doğrudan iletişim kurabilmesi, ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin gelişmesini kolaylaştıran unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Melitz, 2008). Ticari ilişkilerin kurulmasında güven de önem taşımaktadır. Uluslararası ticarette tarafların farklı ülkelerde bulunması, birbirleri hakkında bilgi edinmelerini zorlaştırabilir. Toplumlar arasındaki güven düzeyi bu noktada ekonomik ilişkilerin kurulmasını ve sürdürülmesini etkileyebilmektedir. Avrupa ülkeleri üzerinde yapılan bir araştırmada, başka bir ülkenin vatandaşlarına duyulan güvenin düşük olmasının o ülkeyle gerçekleştirilen ticaretin de daha düşük olmasıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir. Araştırma aynı zamanda güven düzeyinin tarihsel ve kültürel özelliklerden etkilenebildiğini göstermektedir (Guiso vd., 2009: 1095-1097). Sosyal ve ticari ağlar da ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin gelişmesinde rol oynamaktadır. Uluslararası ticarette tarafların birbirleri ve potansiyel ticaret olanakları hakkında yeterli bilgiye sahip olmaması ticari ilişkileri sınırlandırabilmektedir. Ulusal sınırları aşan iş ve sosyal ağlar, ticaret fırsatları hakkında bilgi edinilmesini kolaylaştırırken, uluslararası sözleşmelerin uygulanmasında karşılaşılan sorunların azaltılmasına da katkı sağlayabilmektedir (Rauch, 2001: 1177-1179).

Kültürel farklılıklar ise her zaman ticareti sınırlandıran bir unsur değildir. Farklı ülkelerde tüketici tercihleri, iletişim biçimleri ve ürünlere

yüklenen anlamlar değişebilmektedir. Firmaların faaliyet gösterecekleri pazarların bu özelliklerini tanıması, ürün ve pazarlama stratejilerini yerel koşullara göre düzenlemelerini sağlayabilir. Bu nedenle kültürel farklılıkların tanınması ve doğru yönetilmesi, dış pazarlara ulaşma ve bu pazarlarda kalıcı olma açısından önem taşımaktadır (Erden Özsoy, 2018: 46-49). Bu bakımdan kültürel ve sosyal özellikler, ticaretin mekânsal yapısının oluşmasında göz ardı edilmemesi gereken unsurlardır. Kültürel yakınlık, ortak dil, güven ve sosyal ağlar bazı ülkeler arasındaki ticari bağlantıların daha kolay kurulmasını sağlayabilir. Kültürel farklılıklar ise pazarların yapısını ve bu pazarlara yönelik ticari stratejileri değiştirebilir. Böylece toplumlar arasındaki kültürel ve sosyal ilişkiler, ticari akımların yönü ve yoğunluğu üzerinde de etkili olabilmektedir.

KAYNAKÇA

Aggarwal, V. K., & Evenett, S. J. (2013). A fragmenting global economy: A weakened WTO, mega FTAs, and murky protectionism. Swiss Political Science Review, 19(4), 550-557. https://doi.org/10.1111/spsr.12059.

Ahlfeldt, G. M., & Pietrostefani, E. (2019). The economic effects of density: A synthesis. Journal of Urban Economics, 111, 93-107. https://doi.org/10.1016/j.jue.2019.04.006.

Alkın, M. (2024). Geçmişten günümüze uluslararası ticaret politikalarına genel bakış. Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1), 8-19. https://doi.org/10.47257/busad.1511466.

Anderson, James, E., and Eric van Wincoop. (2004). Trade Costs" Journal of Economic Literature 42 (3): 691-751.

Andresen, M. A. (2010). Geographies of international trade: Theory, borders, and regions. Geography Compass, 4(2), 94-105. https://doi.org/10.1111/j.1749-8198.2009.00314.x.

Arıcı, F. (2019). Üretici, tüketici ve sürdürülebilirliği açısından üretici pazarı değerlendirmesi: Yalova Köylü Üretici Pazarı. Türk Coğrafya Dergisi, 72, 35-44.

Arslan, Ü. (2014). Uluslararası ticaret ve kültürel yakınlık: Asya örneği. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 36(1), 89-101. https://doi.org/10.14780/iibdergi.201417538.

Bağcı, U. E., & Yavan, N. (2022). Geleneksel perakendeci bakkalların rekabetçi stratejileri: Değer zinciri analizi. Ege Coğrafya Dergisi, 31(1), 17-32.

Bakırcı, M. (2019). Ulaşım ve coğrafya: Türkiye'de ulaşım coğrafyası literatür analizi. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 17(34), 381-420.

Balcı Akova, S. (1996). Mersin Limanı. Türk Coğrafya Dergisi, 31, 219-257.

Baldwin, R. and Lopez-Gonzalez, J. (2015). Supply-chain Trade: A Portrait of Global Patterns and Several Testable Hypotheses. World Econ, 38: 1682-1721. https://doi.org/10.1111/twec.12189.

Bayar, R. (2005). CBS yardımıyla modern alışveriş merkezleri için uygun yer seçimi: Ankara örneği. Coğrafi Bilimler Dergisi, 3(2), 19-38. https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000055.

Büyükcivelek, A. B. (2014). Empirical analysis of the spatial distribution of organised food retailers in Ankara with regard to neighbourhoods' social, economic and physical characteristics. METU Journal of the Faculty of Architecture, 31(1), 67-95.

Cadestin, C., De Backer, K., Desnoyers-James, I., Miroudot, S., Ye, M., & Rigo, D. (2018). Multinational enterprises and global value chains: New insights on the trade-investment nexus (OECD Science, Technology and Industry Working Papers, No. 2018/05). OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/194ddb63-en.

Chisholm, G. G. (1900). Handbook of commercial geography (3rd ed.). Longmans, Green, and Co.

Coşar, A. K., & Demir, B. (2016). Domestic road infrastructure and international trade: Evidence from Turkey. Journal of Development Economics, 118, 232-244. https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2015.10.001.

Coşar, A. K., Demir, B., Ghose, D., & Young, N. (2022). Road capacity, domestic trade and regional outcomes. Journal of Economic Geography, 22(5), 901-929.

Crafts, N., & Klein, A. (2015). Geography and intra-national home bias: U.S. domestic trade in 1949 and 2007. Journal of Economic Geography, 15(3), 477-497.

Çağlar Ghasidi, G. (2025). Yeniden şekillenen uluslararası ticaret yollarından kapsamında ticaret ve lojistik ilişkisi. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(2), 243-258. https://doi.org/10.30692/sisad.1627301.

Çağlıyan, A., Yıldız, A., & Bozkurt Yıldız, A. (2013). Türkiye'de demiryolu güzergâhları jeomorfoloji ilişkisi. Marmara Coğrafya Dergisi, 28, 466-486.

Doğanay, H. (2017). Ekonomik coğrafya (7. bs.). Pegem Akademi.

Elliott, R. J. R., Sun, P., & Zhu, T. (2024). Energy abundance, the geographical distribution of manufacturing, and international trade. Review of World Economics, 160(4), 1361-1391. https://doi.org/10.1007/s10290-024-00544-6.

Erden Özsoy, C. (2018). Uluslararası ticarette kültür farklılıkları. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(2), 37-50.

Feenstra, R. C., & Hanson, G. H. (2004). Intermediaries in entrepôt trade: Hong Kong re-exports of Chinese goods. Journal of Economics & Management Strategy, 13(1), 3-35. https://doi.org/10.1111/j.1430-9134.2004.00002.x.

Felbermayr, G. J., & Toubal, F. (2010). Cultural proximity and trade. European Economic Review, 54(2), 279-293. https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2009.06.009.

Francois, Joseph, and Bernard Hoekman. (2010). Services Trade and Policy. Journal of Economic Literature 48 (3): 642-92.

Frensch, R., Fidrmuc, J., & Rindler, M. (2023). Topography, borders, and trade across Europe. Journal of Comparative Economics, 51(3), 816-832.

Freund, C., & Ornelas, E. (2010). Regional trade agreements. Annual Review of Economics, 2, 139-166. https://doi.org/10.1146/annurev.economics.102308.124455.

Fujita, M., Krugman, P., & Venables, A. J. (1999). The spatial economy: Cities, regions, and international trade. MIT Press.

Gallup, J. L., Sachs, J. D., & Mellinger, A. D. (1999). Geography and economic development. International Regional Science Review, 22(2), 179-232.

Grozdanovska, V., Jankulovski, N., & Bojkovska, K. (2017). International Business and Trade. International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR), 31(3), 105-114. https://www.gssrr.org/JournalOfBasicAndApplied/article/view/6884.

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2009). Cultural biases in economic exchange? The Quarterly Journal of Economics, 124(3), 1095-1131. https://doi.org/10.1162/qjec.2009.124.3.1095.

Gyawali, P. (2024). Estimating the landlocked penalty for international trade. The World Economy, 47(6), 2220-2235. https://doi.org/10.1111/twec.13536.

Handley, K., & Limão, N. (2022). Trade policy uncertainty. Annual Review of Economics, 14, 363-395. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-021622-020416.

Head, K., & Mayer, T. (2014). Gravity equations: Workhorse, toolkit, and cookbook. In G. Gopinath, E. Helpman, & K. Rogoff (Eds.), Handbook of international economics (Vol. 4, pp. 131-195). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-444-54314-1.00003-3.

Henderson, J. V., Squires, T., Storeygard, A., & Weil, D. N. (2018). The global distribution of economic activity: Nature, history, and the role of trade. The Quarterly Journal of Economics, 133(1), 357-406. https://doi.org/10.1093/qje/qjx030.

Hesse, M., & Rodrigue, J.-P. (2004). The transport geography of logistics and freight distribution. Journal of Transport Geography, 12(3), 171-184. https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2003.12.004.

Hummels, David. (2007). Transportation Costs and International Trade in the Second Era of Globalization."Journal of Economic Perspectives 21 (3): 131-154.

Kahraman, M., & Akova, İ. (2024). Ukrayna-Rusya Savaşı ve küresel buğday krizi. Karadeniz Araştırmaları, 21(83), 681-700. https://doi.org/10.56694/karadearas.1446841.

Kaygalak, İ. (2023). Türkiye'de ekonomik coğrafyanın yüzyılı. Ege Coğrafya Dergisi, 32(Cumhuriyet'in 100. Yılı Özel Sayısı), 13-35. https://doi.org/10.51800/ecd.1318713.

Kaylı, Z., & Bayar, R. (2025). Siirt şehrinde pazar erişilebilirliği ve mekânsal eşitsizlikler: CBS yaklaşımı. Ege Coğrafya Dergisi, 34(2), 441-464. https://doi.org/10.51800/ecd.1792835.

Kazel, E., & Bayartan, M. (2021). Siyasi coğrafya açısından Türkiye'nin sınır güvenliği: Batı kara sınırları. Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi, 6(1), 201-219.

Koday, S., Koday, Z., & Kızılkan, Y. (2019). Coğrafi özellikleri bakımından Esendere Gümrük Kapısı ve sınır ticareti. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23(4), 1535-1549.

Lasserre, F. (2004). Logistics and the Internet: Transportation and location issues are crucial in the logistics chain. Journal of Transport Geography, 12(1), 73-84. https://doi.org/10.1016/S0966-6923(03)00027-9.

Limão, N., & Venables, A. J. (2001). Infrastructure, geographical disadvantage, transport costs, and trade. The World Bank Economic Review, 15(3), 451-479. https://doi.org/10.1093/wber/15.3.451.

Macit, T. B. (2019). Uluslararası ticaret, otomotiv sektörü, geleceği ve Türkiye çalışmaları [Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi].

Malecki, E. J. (2001). Economic geography. In N. J. Smelser & P. B. Baltes (Eds.), International encyclopedia of the social & behavioral sciences (pp. 4125-4131). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B0080-4307(01)02546-8.

Martin, P., Mayer, T., & Thoenig, M. (2012). The geography of conflicts and regional trade agreements. American Economic Journal: Macroeconomics, 4(4), 1-35. https://doi.org/10.1257/mac.4.4.1.

Martínez-Martínez, A., Esteve-Pérez, S., Gil-Pareja, S., & Llorca-Vivero, R. (2023). The impact of climate change on international trade: A gravity model estimation. The World Economy, 46(9), 2624-2653. https://doi.org/10.1111/twec.13464.

Melitz, J. (2008). Language and foreign trade. European Economic Review, 52(4), 667-699. https://doi.org/10.1016/j.euroecorev.2007.05.002.

Nar, M. Ş. (2019). Arkaik toplumlardan günümüze değiş-tokuş ekonomisi ve örnek ülke uygulamaları. Journal of Economy Culture and Society, 60, 207-225. https://doi.org/10.26650/JECS2019-0006.

Nes, K., Schaefer, K. A., Gammans, M., & Scheitrum, D. P. (2025). Extreme weather events, climate expectations, and agricultural export dynamics. American Journal of Agricultural Economics, 107(3), 826-845. https://doi.org/10.1111/ajae.12505.

Osberghaus, D., & Schenker, O. (2025). International trade and the transmission of temperature shocks. Environmental and Resource Economics, 88, 965-1007. https://doi.org/10.1007/s10640-025-00957-3.

Özey, R. (2013). Ticaret coğrafyası ve küreselleşme. Aktif Yayınevi.

Özür, N. (2018). Türkiye'de havalimanlarının kuruluş yerlerinin sürdürülebilir arazi kullanımı bakımından değerlendirilmesi. Türk Coğrafya Dergisi, 71, 15-25. https://doi.org/10.17211/tcd.413346..

Pavlínek, P. (2022). Revisiting economic geography and foreign direct investment in less developed regions. Geography Compass, 16(4), e12617. https://doi.org/10.1111/gec3.12617.

Polat, A. (2007). Uluslararası ticarette risk yönetimi [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi].

Radetzki, M., & Wårell, L. (2020). The Geography of Commodity Production and Trade. In A Handbook of Primary Commodities in the Global Economy (pp. 28-53). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.

Rauch, J. E. (2001). Business and social networks in international trade. Journal of Economic Literature, 39(4), 1177-1203. https://doi.org/10.1257/jel.39.4.1177.

Redding, S. J. (2022). Trade and geography. In G. Gopinath, E. Helpman, & K. Rogoff (Eds.), Handbook of International Economics (Vol. 5, pp. 147-217). Elsevier. https://doi.org/10.1016/bs.hesint.2022.02.003.

Redding, S., & Venables, A. J. (2004). Economic geography and international inequality. Journal of International Economics, 62(1), 53-82.

Rodrigue, J.-P. (2006). Transportation and the geographical and functional integration of global production networks. Growth and Change, 37(4), 510-525. https://doi.org/10.1111/j.1468-2257.2006.00338.x.

Rodrigue, J.-P. (2013). The Geography of Transport Systems (3rd ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203371183.

Ruta, M., & Venables, A. J. (2012). International trade in natural resources: Practice and policy. Annual Review of Resource Economics, 4(1), 331-352. https://doi.org/10.1146/annurev-resource-110811-114526.

Sertkaya Doğan, Ö. (2019). Nüfus coğrafyası çalışmalarıyla Ord. Prof. Ali Tanoğlu. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 17(34), 673-690.

Südaş, İ., & Mutluer, M. (2008). Ekonomik etkileri açısından Türkiye'nin turizm merkezlerine yönelik Avrupalı göçleri. Ege Coğrafya Dergisi, 17(1-2), 51-59.

Şahin, V. (2014). Lojistik coğrafyası üzerine bir değerlendirme. Marmara Coğrafya Dergisi, (29), 344-362. https://doi.org/10.14781/mcd.90671.

Taşlıgil, N. (1997). Türkiye'de hava ulaşımının gelişimi. Öneri Dergisi, 2(7), 89-97.

Tümertekin, E., & Özgüç, N. (2009). Ekonomik coğrafya: Küreselleşme ve kalkınma. Çantay Kitabevi.

Türkvatan, A. (2023). Exports and imports in Turkey: A regime-switching approach. The World Economy, 46(3), 791-834. https://doi.org/10.1111/twec.13319.

Ustaoğlu, B., & Uzun, A. (2018). Akdeniz Bölgesi'nde (Türkiye) yetiştirilen tarım ürünlerinin özel iklim isteklerine uygun arazilerin ağırlıklı çakıştırma analizi ile belirlenmesi. Journal of Human Sciences, 15(4), 2433-2453.

Venables, A. J. (2019). Economic geography and trade. In Oxford Research Encyclopedia of Economics and Finance. Oxford University Press.

Yavan, N. (2010). The location choice of foreign direct investment within Turkey: An empirical analysis. European Planning Studies, 18(10), 1675-1705. https://doi.org/10.1080/09654313.2010.504350.

Yavan, N., & Kara, H. (2003). Türkiye'de doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve bölgesel dağılışı. Coğrafi Bilimler Dergisi, 1(1), 19-42.

Zayım, M., & Bayartan, M. (2018). Transportation systems and location, historical development, and potential of the Derince Port. In T. Çetin, L. Dumitrache, H. Kara, M. Mulalic, & L. Selendili (Eds.), New horizons in social sciences (pp. 465-484). Lambert Academic Publishing.

URL-1: https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/serv_e.htm:erişimtarihi22.08.2026.

URL-2:https://www.oecd.org/en/publications/interconnected-economies_9789264189560-en.html:erişimtarihi22.08.2026.

URL-3:https://www.wtoilibrary.org/content/books/9789287044976/read:erişimtarihi23.08.2026.

URL-4: https://www.wto.org/erişimtsrihi23.08.2026.

URL-5: https://rtais.wto.org/UI/PublicMaintainRTAHome.aspx:erişimtarihi24.08.2026.