T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

AVRUPA BİRLİĞİ'NE ÜYELİK SÜRECİNDE İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARININ İŞLETMELERİN İHRACAT PERFORMANSI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

CAN SAPMAZTÜRK

TEZ DANIŞMANI
PROF.DR. BİLGE HACIHASANOĞLU

Ankara, 2013

GCRIS

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

AVRUPA BİRLİĞİ'NE ÜYELİK SÜRECİNDE İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARININ İŞLETMELERİN İHRACAT PERFORMANSI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

CAN SAPMAZTÜRK

TEZ DANIŞMANI
PROF.DR. BİLGE HACIHASANOĞLU

Ankara, 2013

GCRIS

ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Can SAPMAZTÜRK tarafından hazırlanan "Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi" başlıklı bu çalışmam, 15.01.2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından İşletme Yönetimi Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Bilge HACIHASANOĞLU (Başkan)

Dr. Burcu DİNÇERGÖK (Üye)

Dr. Neslihan TOPBAŞ (Üye)

ÖNSÖZ

Uluslararası rekabeti destekleyecek yapıda bir dış ticaret politikasının oluşturulması, ülke ekonomisinin büyümesi ve işletmelerin dış ticarette etkinliğinin sağlanması açısından önemlidir. Bu nedenle devlet yardımları, makro ve mikro boyutta fayda sağlayacak yapıda olmalıdır.

Bana bu konuda çalışma fırsatı veren ve çalışmama önemli katkılar sağlayan Prof. Dr. Tamer Arpacı'ya ve tez danışmanım Prof. Dr. Bilge Hacıhasanoğlu'na teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Can SAPMAZTÜRK

GCRIS

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ i
İÇİNDEKİLER ii
TABLOLAR LİSTESİ vii
KISALTMALAR viii
GİRİŞ 1

I. BÖLÜM
İHRACAT, İHRACATA DAYALI EKONOMİK BÜYÜME VE TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİ'NE TAM ÜYELİK SÜRECİ

1.1.İHRACAT KAVRAMI 3
1.2. İŞLETMELERİ İHRACATA YÖNLENDİREN NEDENLER 4
1.2.1. İşletme İçi Faktörler 4
1.2.2. İşletme Dışı Faktörler 6
1.3. İHRACATIN İŞLETMELER İÇİN TAŞIDIĞI RİSKLER 6
1.4. İHRACATA DAYALI EKONOMİK BÜYÜME 7
1.4.1.Ekonomik Büyüme 7
1.4.2.İhracata Dayalı Büyüme ve İhracata Dayalı Ekonomik Büyüme Teorileri 8
1.4.2.1. Neo-Klasik Büyüme Teorisi 9
1.4.2.2. İçsel Büyüme Teorisi 9
1.4.2.3. İhracat, Dış Borçlanma ve Ekonomik Büyüme 10
1.4.2.4. İhracat, Verimlilik ve Katma Değer 11
1.5. TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİ'NE ÜYELİK SÜRECİ VE GÜMRÜK BİRLİĞİ 12
1.5.1. AB'nin Kurulması 12
1.5.2. Gümrük Birliği Kavramı 13
1.5.3. Avrupa Birliği ve Türkiye Arasında İmzalanan Gümrük Birliği'nin Kapsamı 13
1.5.4. AB İlkeleri ve AB Mevzuatına Göre Gümrük Birliği 14

1.6. TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET PERFORMANSI VE EKONOMİK BÜYÜME 15
1.7. TÜRKİYE'DE İHRACAT, EKONOMİK BÜYÜME VE GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN ETKİLERİ KAPSAMINDA GERÇEKLEŞEN ARAŞTIRMALAR 21
1.7.1. Dış Ticaret, Ekonomik Büyüme, Verimlilik ve Dış Borçlanma Üzerine Yapılan Araştırmalar 22
1.7.2. Ar-Ge ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiye Yönelik Araştırmalar 24
1.7.3. AB İle Gümrük Birliği ve İhracatta Ülke Çeşitliliği Üzerine Gerçekleşen Araştırmalar 26

II. BÖLÜM
DEVLET YARDIMLARI KAVRAMI, İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI, TÜRK EXİMBANK KREDİ VE SİGORTA PROGRAMLARI, DAHİLDE İŞLEME REJİMİ

2.1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI KAPSAMINDA DEVLET YARDIMLARI KAVRAMI 28
2.1.1. Dış Ticaret Politikalarının Amaçları ve Nedenleri 28
2.1.2. Dış Ticaret Politikası Araçları 30
2.2. DEVLET YARDIMI KAVRAMI 32
2.2.1. Sektörel Bazlı Devlet Yardımları 32
2.2.2. Ülkemizde, İhracatta Devlet Yardımlarının Tarihsel Gelişimi 33
2.3. İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI, TÜRK EXİMBANK KREDİ VE SİGORTA PROGRAMLARI, DAHİLDE İŞLEME REJİMİ 35
2.3.1. Devlet Yardımlarından Yararlanmada Önceliğe Sahip İşletmeler 35
2.3.1.1. Türkiye'de KOBİ Tanımı ve KOBİ'lerin Genel Özellikleri 35
2.3.1.2. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri 38
2.3.1.3. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri 39
2.3.2. Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Yardımları 40
2.3.2.1. Ar-Ge Yardımı 40
2.3.2.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi 42
2.3.2.3. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği 43

2.3.2.3.1. Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği 44
2.3.2.3.2. Pazara Giriş Desteği 44
2.3.2.3.3. E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği 44
2.3.2.4. İstihdam Yardımı 45
2.3.2.5. Tasarım Desteği 46
2.3.2.5.1. Tasarımcı İşletmelere Verilen Destekler 46
2.3.2.5.2. Tasarım Ofislerine Verilen Destek 47
2.3.2.6. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi 48
2.3.2.6.1. Yurt Dışı Fuarlarda Katılımcıların Desteklenmesi 48
2.3.2.6.2. Yurtdışı Fuarlara İlişkin Organizatör Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi 49
2.3.2.6.3. Sektörel Nitelikteki Uluslararası Fuarlara Bireysel Katılımların Desteklenmesi 50
2.3.2.7. Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality 51
2.3.2.7.1. Marka Destek Programı Kapsamına Alınan İşletmelerin Desteklenmesi 51
2.3.2.7.2. Turquality Programı Kapsamında Bulunan İşletmelerin Desteklenmesi 53
2.3.2.7.3. Turquality Programının Desteklenmesi 54
2.3.2.8. Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi 55
2.3.2.9. Uluslararası Nitelikli Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi 56
2.3.2.10. Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi 57
2.3.2.11. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı 59
2.3.2.12. İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının AB Açısından Değerlendirilmesi 60
2.3.3. İhrcatın Finansmanı Ve Türk Eximbank Kredileri 62
2.3.3.1. İhracatın Finansmanı 62
2.3.3.2. Kısa Vadeli İhracat Kredileri 63
2.3.3.2.1. Reeskont Kredisi 63
2.3.3.2.2. Sevk Öncesi İhracat Kredisi 64
2.3.3.2.3. İhracata Hazırlık Kredileri 64

2.3.3.2.4. KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri 65
2.3.3.3. Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredileri 65
2.3.3.3.1. İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi 65
2.3.3.3.2. İhracata Yönelik Yatırım Kredisi 66
2.3.3.3.3. İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi 67
2.3.3.3.4. Avrupa Bankası Yatırım Kredisi 68
2.3.3.3.5. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi 68
2.3.3.3.6. Özellikli İhracat Kredisi 69
2.3.3.3.7. Gemi İnşa ve İhracatı Finansmanı 70
2.3.3.4. Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler 70
2.3.3.4.1. Turizm Kredisi 70
2.3.3.4.2. Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi 71
2.3.3.4.3. Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı . 71
2.3.3.4.4. Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi 72
2.3.3.4.5.Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi 72
2.4. İHRACAT KREDİ SİGORTASI 73
2.4.1. Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası 73
2.4.2. Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredi Sigortası 73
2.4.3. Teminat Mektuplarının Haksız Nakde Çevrilme Sigortası 74
2.4.4. Türk Eximbank Kredilerinin AB ve DTÖ Standartlarına Uyumu 74
2.4.5.İhracatın Finansmanında Türkiye ve AB Ülkeleri Arasındaki Fark 75
2.5.DAHİLDE İŞLEME REJİMİ 76
2.5.1. Dahilde İşleme Rejimi'nin Tanımı 76
2.5.1.1. İthalatta Şartlı Muafiyet Sistemi 76
2.5.1.2. Geri Ödeme Sistemi 78
2.5.2. Dahilde İşleme Rejimi Belgesi Alınması Kapsamında Değerlendirilen Kriterler 79
2.5.3. Dahilde İşleme Rejiminin Avantajları 80
2.5.4. Dahilde İşleme Rejiminin Türkiye Ekonomisine Etkileri 80
2.5.5. AB'de Dahilde İşleme Rejimi 82

III. BÖLÜM
İHRACAT PERFORMANSI VE İHRACAT PERFORMANSINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

3.1. İHRACAT PERFORMANSI VE İHRACAT PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİ 83
3.1.1. İhracat Performansı 86
3.1.2. İhracat Performansının Ölçülmesi 86
3.1.2.1. Objektif Kriterler 87
3.1.3. İhracat Performansına Etki Eden Faktörlerin Gruplandırılması 87
3.2. İHRACAT PERFORMANSINA İLİŞKİN ÇALIŞMALAR 89
3.2.1. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Çalışmalar 89
3.2.2. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Çalışmaların Değerlendirilmesi 96
3.2.3. Türk İşletmelerinin İhracat Performansını Etkileyen Faktörler 97
3.2.3.1. Yalnızca KOBİ'ler Üzerinde Gerçekleşen Araştırmalar 97
3.2.3.2. KOBİ'ler ve Büyük Ölçekli İşletmeler Üzerinde Gerçekleşen Çalışmalar 103
SONUÇ 107
ÖZET 112
ABSTRACT 114
KAYNAKÇA 116

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. 1. Yıllara Göre Dış Ticaret 1980-2011("000" ABD Doları)..... 16
Tablo 1. 2. Geniş Ekonomik Grupların Sınıflamasına (GEGS) Göre İhracat ("000" ABD Doları)..... 17
Tablo 1. 3. Geniş Ekonomik Grupların Sınıflanmasına (GEGS) Göre İthalat (000 ABD Doları)..... 18
Tablo 1. 4. Ülke Gruplarına Göre İhracat (000 ABD Doları) 19
Tablo 1. 5. Ülke Gruplarına Göre İthalat (000 ABD Doları) 19
Tablo 1. 6. Türkiye'de ve Diğer Ülkelerde Ar-Ge Yatırımlarının GSYH İçindeki Payı (%)..... 20
Tablo 2. 1. KOBİ Tanımı ve KOBİ'lerin Sınıflandırılması 36
Tablo 2. 2. İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin ve Büyük Ölçekli İşletmelerin Katmadeğer Ve İstihdamdaki Payı 36
Tablo 2. 3 İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Büyüklüklerine Göre Dağılımı..... 37

GCRIS

KISALTMALAR

AB : Avrupa Birliği

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

Ar-Ge : Araştırma Geliştirme

CE : Conformite European

DFİF : Destekleme Fiyat İstikrar Fonu

DTM : Dış Ticaret Müsteşarlığı

DTÖ : Dünya Ticaret Örgütü

DTSŞ : Dış Ticaret Sermaye Şirketi

EOTS : Endüstriyel Organizasyon Temelli Strateji

GATT : Ticaret ve Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması

GB : Gümrük Birliği

GSMH : Gayri Safi Milli Hasıla

GSYH : Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

ISO : Uluslararası Standartlar Teşkilatı

KGF : Kredi Garanti Fonu

KKTC : Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

KOBİ : Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiyi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

KTS :Kaynak Temelli Strateji

OECD : Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

SDTŞ : Sektörel Dış Ticaret Şirketi

SGK : Sosyal Güvenlik Kurumu

SWOT : Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler

TCMB : Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası

TMSF : Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TTGV : Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

TÜRSAB : Türkiye Seyehat Acentaları Birliği

GCRIS

GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, rekabet işletmelerin faaliyetlerini sürdürmeleri açısından önemi artan bir olgudur. Ülkeler arasında gerçekleşen iletişimde kolaylık sağlayan küreselleşme olgusu, ülkeler arasındaki ticaret engellerinin azalmasını da sağlamaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak dış ticaret de işletmeler ve ülkeler açısından önemli bir rekabet ve büyüme kaynağı olma özelliğini kazanmıştır.

Dış ticaret işletmelerin ve ülkelerin farklı değerlerde mal, hizmet, bilgi, yetenek ve teknoloji ile rekabet etmesine zemin hazırlamaktadır. Bu durum rekabetin süreklilik gerektiren bir süreç olmasını sağlar. Bu süreçte ülkeler ve işletmeler sürekliliği sağlayarak faaliyetlerini devam ettirebilmekte ve büyüyebilmektedir. Bu nedenle dış ticaret mikro ve makro boyutta öneme sahip olan bir kavramdır.

Dış ticaret işletmelerin uluslararası pazarlara farklı değerlerde ürün sunarak, farklı tüketici ihtiyaçlarına hitap etmelerini sağlar. İşletmeler iç pazarın talep ve ihtiyaçları ile kısıtlı kalmayarak uluslararası boyutta araştırma sürecine girebilir ve bu doğrultuda tecrübe ve yeni yetenekler elde edebilirler.

İşletmelerin ürünlerinde meydana getireceği farklılıklar yetenek, bilgi ve teknolojiye bağlıdır. Bu faktörler ile işletmeler kendi imkanları doğrultusunda rekabetçi kararlar alabilir. Bu nedenle küreselleşen dünyada Ar-Ge önem kazanan kavramlardır.

Dış ticaretin beraberinde getirdiği rekabet süreci ülkelerin izlediği ekonomi politikalarını da değiştirmiştir. Ekonomik büyüme ve işletmelerin dış ticaretteki etkinliği ülkeler açısından önemi artan kavramlar olmuştur. Bu doğrultuda farklı nitelik ve özellikte dış ticaret politikaları ve dış ticaret araçları rekabeti etkileyen unsurlar olmuştur. Dış ticaretin önemi doğrultusunda ihracat da önem kazanan bir kavram haline gelmiştir.

Bu çalışmanın amacı ülkemizde uygulanan ihracata yönelik devlet yardımlarının, Türk Eximbank kredi ve sigorta programlarının ve Dahilde İşleme

Rejiminin, ülkemizin makro ve mikro boyuttaki ihtiyaçlarına uygunluğunu değerlendirmektir.

Yabancı ve yerli literatür taramasının ardından gereken kaynaklara erişilmiş ve çalışma bu kaynaklar altında gerçekleşmiştir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde ihracat kavramı değerlendirilmiştir. Bu kapsamda ihracatın makro ve mikro boyutta sağlayacağı ekonomik faydalara değinilmiştir. İhracatın, ülkemizin ekonomisindeki yeri ve ihracata dayanan ekonomik büyüme ve Ar-Ge'nin ekonomik büyümeye etkisi, Avrupa Birliği ile imzaladığımız Gümrük Birliği Anlaşması doğrultusunda gerçekleşen çalışmalar ile birinci bölüm tamamlanmıştır.

İkinci bölümde devlet yardımları, dış ticaret politikaları altında kavramsal ölçüde tanımlanmıştır. Ülkemizde uygulanan, ihracata yönelik devlet yardımları, Türk Eximbank kredi ve sigorta programları ile Dahilde İşleme Rejimi tanımlanmıştır. Bu uygulamalara alternatif oluşturabilmek amacıyla Avrupa Birliği mevzuatında yer alan benzer uygulamalara da yer verilmiştir

Üçüncü bölümde ihracat performansı kavram olarak açıklanmıştır. Bu doğrultuda ihracat performansına ait ölçüm yöntemlerine ve ihracat performansının değerlendirilmesine yönelik faktörlerin dayandığı Kaynak Temelli Strateji ve Endüstriyel Organizasyon Temelli Strateji tanımlanmıştır. Yurt dışında ve ülkemizde gerçekleşen ihracat performansına yönelik çalışmalara yer verilmiştir.

I. BÖLÜM

İHRACAT, İHRACATA DAYALI EKONOMİK BÜYÜME VE TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİ'NE TAM ÜYELİK SÜRECİ

1.1.İHRACAT KAVRAMI

Ülkeler için uluslararası rekabet gücüne sahip olabilmek, yaşam standartlarını ve refah düzeyini arttırmak için belirlenmiş bir hedeftir. Bu hedefi sağlayabilmek için ülkelerin, ticaret, yatırım ve üretim gibi faaliyetlerine önem vermesi ve bu konularda uzmanlaşması gereklidir. Uluslararası boyutta rekabeti sağlayabilmek için ülkelerin, kendilerine özgü olan yetenek ve potansiyellerine önem vermeleri gerekir. Bu sayede uluslararası rekabette beklenen noktalara ulaşılabilir.[1] Uluslararası rekabetin sağlanmasında da dış ticaret önemli bir işlemdir.

İhracat da bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin yabancılara satılmasını kapsayan bir dış ticaret işlemidir.[2] İhracat makro açıdan az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kalkınmayı sağlayan en önemli işlemlerden biridir. İhracatın döviz kazandıran bir işlem olması, ihracatın teşvik edilmesini ve geliştirilmesini gerektirmektedir. Bu kapsamda; ülkeler, dış ticaret açıklarını kapatabilme imkanı bularak, sağlıklı bir ekonomik yapıya kavuşabilir.[3]

İhracat, mikro açıdan işletmelerin iç pazarda meydana gelen dalgalanmalardan ve yerel rekabetten kaçınmaları açısından önemlidir. Yüksek bir ihracat performansı da işletmelerin faaliyetlerinde sürekliliğinin sağlanmasına yardımcı olur. Aynı zamanda, yüksek ihracat performansı sergileyen işletmeler uluslararası rekabete hazır durumdadır. İşletmeler uluslararası pazarlarda rekabet

---

[1] Emin Çivi, İbrahim Erol, Turgay İnanlı ve Ece D. Erol, "Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar", **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, C.4, S.1, 2008, s.18.
[2] Halil Seyidoğlu, "ihracat", **Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük**, 2002, 3.Baskı, l, Güzem Can Yayınları, İstanbul, s. 274.
[3] Şakir Sakarya, "İhracat Yapan İşletmelerin Finansman Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması", **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, S.42, 2009, s.117-118.

ederek farklı değerler içeren ürünlere sahip olma şansını da elde eder.[4] Uluslararası pazarlarda başarı sağlayabilmek için işletmelerin küreselleşmenin getirdiği değişimleri öngörmesi ve bu değişimlere uygun stratejiler geliştirmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, işletmeler pazar fırsatlarını belirleyebilir ve rekabetlerini uzun dönemli hale getirebilirler.[5]

1.2. İŞLETMELERİ İHRACATA YÖNLENDİREN NEDENLER

İşletmeleri ihracata yönlendiren nedenler, işletmelerin iç çevresinden ve dış çevresinden kaynaklanabilir. Bu nedenler işletmeler için fırsat niteliği taşıyabilir. Ayrıca, iç ve dış çevreden kaynaklanan nedenler, ihracat yapmayı, uluslararası pazarlara yönelmeyi, işletmeler için zorunluluk haline de getirebilir.

1.2.1. İşletme İçi Faktörler

İşletmelerde üst yönetiminin uluslararası pazara giriş ve başarının sağlanması ile ilgili tutum ve davranışları, işletmeleri ihracata yönlendiren nedenlerdendir. Bu kapsamda işletme yöneticilerinin satışları arttırma, büyüme, karlılık ve risk alma isteği, uluslararası pazara açılmalarına önemli bir etkiye sahiptir. Yöneticilerin tutum ve istekleri haricinde, işletmenin kendine özgün bir malı üretebilmesi, güçlü Ar-Ge, finansman, pazarlama ve dağıtım işlevlerine sahip olması da işletmeyi uluslararası pazara yönlendirir. Ayrıca, ürün farklılaştırması kapsamındaki yetenekler ve personel ile iyi ilişki içinde olunması gibi örgütsel üstünlükler de uluslararası pazarları çekici kılmaktadır. İşletmenin farklı ve yeni bir ürüne sahip olması, bir ürünü için patent

[4] Ömer Torlak, Veysel Kula ve Şuayıp Özdemir, "Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri", **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.9, S.1, 2007, s.104.
[5] Burcu İlter Tabak ve Mustafa Tanyeri, "Değişik Ölçekli Firmalarda İhracat Pazar Fırsatlarına Yönelik Yaklaşımlar", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.6, S.4, 2004, s.85.

alması ve teknolojik üstünlüğü gibi diğer özellikler de işletme içinden kaynaklanan ve işletmeleri ihracata yönlendiren nedenlerdendir.[6]

İşletmeler uluslararası pazarlama yetenekleri veya güçlü oldukları yönler haricinde kalan nedenlerden dolayı da ihracat yapmak zorunda kalabilir. Tek pazara bağımlılık, toplam riskleri düşürme isteği, mevsimlik dalgalanmalar, ölçek ekonomisinden yararlanma isteği ve aşırı stok gibi faktörler bu nedenler arasında sayılabilir. Ayrıca, işletmeler bir veya bir kaç pazarla sınırlı kalmak istemeyebilir ve uluslararası pazarlara açılarak sınırlı pazarın oluşturabileceği riski ve bağımlılığı azaltmaya yönelebilir. Pazar bağımlılığını ve riski azaltmak için işletmeler dört temel strateji izleyebilir;[7]

- İşletmeler sınırlı sayıdaki ülkede, sınırlı pazarlarda faaliyette bulunabilir. İşletme birkaç ülkeye ve pazara odaklanır. Bu durumda pazara bağımlılık yüksektir ve pazar kaynaklı risk vardır.

- İşletmeler bir veya birkaç ülkede çok sayıda pazarda faaliyette bulunabilir. Sınırlı sayıda pazara olan bağımlılık azalmaktadır ancak ülkeden kaynaklanacak risklerde fazla bir değişim olmaz.

- İşletmeler birçok ülkede ve sınırlı pazarlarda faaliyet gösterebilir. Bu durumda işletmeler önemli derecede pazar bağımlılığını ve toplam riskini azaltabilir.

- İşletmeler çok sayıda pazar ve çok sayıda ülkede faaliyet gösterebilir. Bu durum da işletmelerin toplam risk ve pazar bağımlılığını önemli ölçüde azaltır.

Pazar bağımlılığı ve riskin azaltılması haricinde, işletmelerin sahip olduğu üretim fazlası mallar, atıl kapasiteleri, yüksek miktarda üretim yaparak sabit maliyetleri düşürme isteği, satışlardaki mevsimsel dalgalanmalar, işletmenin rekabetçi fiyat üstünlüğü, iç pazarda doyum noktasına ulaşması, işletmenin büyüme arzusu, işletmenin dış pazarlara olan coğrafi yakınlığı ve yabancı işletmelerin iç pazarda faaliyette bulunması da işletmeleri dış pazarlara yönlendiren nedenlerdendir.

---

[6] H.Ferhat Ecer, Murat Canıtez, **Uluslararası Pazarlama Teori Ve Uygulamalar, Gazi Kitapevi**, Ankara 2005, s.8.
[7] Ecer ve Canıtez, s.9.

Ayrıca, işletmeler prestij arttırma isteği doğrultusunda da dış pazarlara yönelmek isteyebilirler.[8]

1.2.2. İşletme Dışı Faktörler

İşletmelerin dış çevresinden kaynaklanan ve işletmeleri ihracata yönlendiren faktörler genellikle çeşitli kurum ve kuruluşların sağlamış olduğu desteklerdir. Bu destekler finansal, pazar araştırması ve bilgilendirmesi, stratejik ve üretime yönelik programlar ile çeşitli teşvik programlarından oluşur. Bu yardımlar devlet kurumları, ticaret odaları, ticaret birlikleri ve bankalar gibi kuruluşlardan sağlanabilir. Bu faktörler işletmeler tarafından fırsat olarak algılanabilir ve çekici bir nitelik taşır.[9]

İşletmelerin dış çevresinden kaynaklanan ve işletmeleri ihracata yönlendiren faktörler bazı durumlarda işletmeler için zorunluluk teşkil edebilir. Yurtdışından gelen beklenmeyen talepler, iç pazarda talebin daralması, lojistik avantajlar, iç pazardaki rakiplerin, yabancı pazarlara açılmaları bu faktörler arasındadır. Ayrıca iç ve dış pazardaki talep koşulları, ülkeler arası üretim faktörleri ve maliyetlerindeki farklılıklar, ülkeler arası enflasyon farklılıkları, döviz kurları arasındaki farklılıklar, teknolojik gelişme seviyelerindeki farklılıklar, ekonomik birleşmeler, tarifeler ve kotalar gibi uluslararası politika ve uygulamalar, üretim tekniklerindeki farklılıklar gibi bazı ekonomik etkenler de işletmeleri dış pazarlara yönelmeye zorlayabilir.[10]

1.3. İHRACATIN İŞLETMELER İÇİN TAŞIDIĞI RİSKLER

İhracat makro ve mikro boyutta fayda sağlayan bir dış ticaret işlemidir. Ancak bu dış ticaret işleminin de taşıdığı bazı riskler vardır;[11]

[8] Ecer ve Canıtez, s.10.
[9] Ecer ve Canıtez, s.10.
[10] Ecer ve Canıtez, s.11.
[11] Sakarya, s.119.

- İhracat kapsamında gerçekleşen satışlar, tahmin edilen seviyenin altında kalabilir.

- İşletmenin faaliyet göstereceği dış pazar ve pazarlarda rekabet ortamı beklenenden daha yoğun olabilir.

- İthalatçı taraf geç ödeme yapabilir veya hiç ödeme yapmaz.

- İşletmelerin hedef pazarlarında ihracata yönelik kısıtlamalar, yasaklar veya savaş gibi devlet müdahaleleri ile olağanüstü durumlar dış pazarlarda gerçekleşebilir.

- Döviz kurunda meydana gelebilecek dalgalanmalar ihracattan elde edilecek karı azaltabilir veya işletmelerin zarar etmesine neden olabilir.

- İşletmenin sunacağı ürünler dış pazarda kabul görmeyebilir.

1.4. İHRACATA DAYALI EKONOMİK BÜYÜME

İşletmeleri uluslararası rekabete yönlendiren ihracat işlemi, makro açıdan ekonomik büyümenin de kaynağı olabilir. Bu kapsamda, 1980 dönemiyle birlikte dışa açık, liberal bir ekonomik politika izlemeye başlayan Türkiye açısından da ihracatın önemi artmıştır. Türkiye bu ekonomik politika doğrultusunda dünya ekonomisi ile entegrasyon sağlamayı da amaçlamıştır.[12]

1.4.1.Ekonomik Büyüme

Bir ülkede ekonomik büyüme, GSYH'nın genişlemesi ile gerçekleşir. Ekonominin büyüme oranı, ülkenin nüfus artış oranından daha yüksek seviyede gerçekleşirse, o ülkede kişi başına düşen gelir de yükselir. Bu durumda, ülkedeki

[12] Serdar Öztürk, Ali Sözdemir, Özgür Koçbulut, "Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ'ye Uygunluğu", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2007, C.12, S.2, s.182.

refah düzeyinde artış yaşanır. Ekonomik büyüme, dinamik yapıya sahip olan üretim faktörleri stoğundaki artışlar ve teknolojik gelişmeler ile gerçekleşir.[13]

Sermaye ve işgücü miktarındaki artış ile teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik büyüme, Ar-Ge faaliyetleri ile yeni ürün ve üretim yöntemi geliştirmeyi başaran ülkelerde rekabet gücünü ve verimliliğini arttırabilir. Verimlilik artışı işgücü ve sermaye kullanımındaki etkinliği arttırır.[14]

1.4.2.İhracata Dayalı Büyüme ve İhracata Dayalı Ekonomik Büyüme Teorileri

İhracata dayalı ekonomik büyüme dört temel nedene dayanmaktadır;[15]

Öncelikle ihracat artışı bir ülkenin mallarına olan dış talebin artması anlamına gelir. Dış talepte meydana gelen artış, iç talepte daralmaya neden olmazsa, üretim hacmi ve istihdam kapsamında artış söz konusu olur.

İhracat ile elde edilen döviz gelirleri, ihtiyaç duyulan sermaye ve aramalı ithalatı için gereken kaynağı oluşturur. Bu kapsamda, yeni yatırımların yapılması için imkan doğar. Yeni yatırımlar ile üretim kapasitesinde artış meydana gelir. Bu durum da üretim ve istihdamda artışa neden olur.

İhracat artışı, ihracat sektörlerinde uzmanlaşmayı da sağlar. Uzmanlaşmanın sağlandığı sektörlerde verimlilik düzeyi, diğer sektörlere göre daha yüksek olur. Bu durum da kaynakların, ihracata yönelik üretim yapan sektörlere doğru kaymasına neden olur. Verimliliği düşük olan sektörlerde kullanılan üretim kaynaklarının, verimliliğin yüksek olduğu sektörlere aktarılması ile ekonominin üretim hacmi artar.

Son olarak, ihracat ile ülkeler, karşılaştırmalı üstünlüklerden yararlanma fırsatı elde eder. Serbest dış ticaretin olduğu bir ortamda işletmeler varlıklarını

[13] Halil Seyidoğlu, **Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama**, 2001, Güzem Can Yayınları, İstanbul, s. 97.
[14] Suna Korkmaz, "Türkiye'de Ar-Ge Yatırımları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin VAR Modeli İle Analizi", **Journal of Yasar University**, S.5,(5), 2010, s.3328.
[15] Seymur Ağayev, "İhracat Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: 12 Geçiş Ekonomisi Örneğinde Panel Eştümleşme ve Panel Nedensellik Analizleri", **Ege Akademik Bakış**, C.11, S.2, Nisan 2011, s.241-242.

rekabet ile sürdürür. Bu durumda, rekabet unsurları yeni teknolojilerin kullanılması, ileri yönetim ve pazarlama bilgilerine sahip olunması, eğitim ve gerekli bilgi birikimine sahip işgücünün üretimde yer alması ve Ar-Ge faaliyetlerinin yürütülmesi ile ekonomik büyüme sağlanır. Rekabet ile uzun vadede üretimde verimliliği arttıracak ve teknoloji ile etkin üretim ve yönetim tekniklerinin kullanılması imkanı doğar.

1.4.2.1. Neo-Klasik Büyüme Teorisi

Neo-Klasik Büyüme Teorisi'ne göre ülkelerin çıktılarında gerçekleşen artış oranı, belirli bir süre içerisinde birbirine yakınsanır. Bu durum, kişi başına düşük gelire sahip ülkelerin, kişi başına yüksek gelire sahip ülkelere göre daha hızlı büyümesine neden olur. Büyüme, teknolojik gelişmenin dışsallığı ile ülkeler arasında sabit olarak gerçekleşir.[16] Teknolojik gelişmenin dışsallığı, teknolojinin ülke içinde geliştirilememesi durumunda ortaya çıkar. Teknolojinin ithalatı ile üretim artışı ve kişi başına düşen üretim artar. [17]

1.4.2.2. İçsel Büyüme Teorisi

İçsel Büyüme Teorisi dış ticaretin dinamik etkileri üzerine dikkat çeker. Bu teori, toplam faktör verimliliği ve bilgi birikimine dayalı bir ekonomik büyüme modelini açıklar.[18] Teknolojik gelişme ve beşeri sermaye ,büyümenin temel belirleyicileridir.. Bu nedenle, Ar-Ge de büyümenin kaynaklarındandır. İşletmelerin Ar-Ge faaliyetleri ile buluşlar ve inovasyonlar ortaya çıkar. Bu durum makro düzeyde ekonomik büyümeye neden olurken; mikro düzeyde, işletmelerin kar ve pazar paylarını arttırmalarına neden olur. Ayrıca uzun dönemde büyümeyi de sağlar. Ar-Ge'ye dayanan bir büyüme modelinde, monopolcü rekabet piyasası söz

[16] Mustafa Özer, Necati Çiftçi, "Ar-Ge Harcamaları Ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.23, 2009, s.43.
[17] Ağayev, s.242.
[18] Harun Uçak, İbrahim Arısoy, "Türkiye Ekonomisinde Verimlilik, İhracat Ve İthalat Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi", **Ege Akademik Bakış**, C.11, S.4, Ekim 2011, s.640.

konusudur. Bu kapsamda pazardaki fiyat işletmeler tarafından belirlenir. Bu fiyat belirlenirken, Ar-Ge harcamaları dikkate alınır. Bu büyüme modelindeki monopol oluşumu, yeni veya farklılaştırılmış bir ürüne sahip olan işletmenin oligapolcü rekabet piyasasında marjinal maliyet üzerinden fiyatlandırma yapması veya üretim maliyeti üzerinden fiyatlandırma yapması ile olabilir. İki durum da işletmelerin yeniliklere yönelmesinde süreklilik sağlar. Yenilik yapabilen işletmeler belirli bir süre içerisinde monopol karı elde edebilir. Bu durum taklitlerin piyasada olmasına veya rakip işletmelerin daha ileri düzeyde yenilikler yapmasına kadar devam eder.[19] Bu doğrultuda, içsel büyüme teorisi ekonomik büyümenin teknolojik gelişmeler ve yenilikler ile üretim kaynaklarında sağlanan etkinliğin ve rekabetin sürekliliğini savunmaktadır.

1.4.2.3. İhracat, Dış Borçlanma ve Ekonomik Büyüme

İhracat, döviz girdilerini arttırır ve bu durum dış ödemeler dengesi açısından fayda yaratır. Döviz girdilerinin artması da mal ve hizmet ithalatının artmasını sağlar. Artan ithalat, sermaye malları kapsamında gerçekleşirse, ekonomik büyüme de gerçekleşebilir.[20]

Gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümenin hızlandırılması için gerekli yatırımların yurt içi kaynaklardan karşılanması, dış borçların ihtiyacını beraberinde getirir. Gelişmekte olan ülkeler açısından sermaye, kıt bir üretim faktörüdür. Yatırım malları ise ithalat yoluyla elde edilir. İthalatı karşılayan ihracat geliri de yetersiz olduğunda, döviz kıtlığı söz konusu olur. Bu durum gelişmekte olan ülkeleri dış borçlanmaya yönlendirir. Ülkeleri dış borçlanmaya iten diğer nedenler ise hammadde ve ara malı ithalatının finansmanı, ödemeler dengesindeki açıklığın giderilmesi, olağanüstü durumlarda bütçenin yetersiz kalması, fiyat istikrarının

[19] Onur Altın, Ayşen Kaya, "Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensel İlişkinin Analizi", **Ege Akademik Bakış**, C.9, S.1, 2009, s.252.
[20] Muammer Şimşek, "İhracata Dayalı-Büyüme Hipotezinin Türkiye Ekonomisi Verileri İle Analizi", **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.18, S.2, 2003, s.44.

korunması, vadesi gelen borçların ödenmesi ve bir ülkedeki artan savunma ihtiyacının finansmanıdır.[21]

Dış borçlar ile büyümenin sağlanması için yabancı sermaye malları da dahil olmak üzere, dış kaynakların gelire dönüştürülmesindeki verimlilik sağlanmalıdır. Ayrıca; verimlik elde edilen ek gelirin tasarruf edilmesine ve bunların yurt içi yatırımların finansmanında kullanılması ile ülkedeki yapısal düzenlemelerin hızına, bu düzenlemelerin, ülkenin dış ticaret stratejilerine uymasına bağlıdır.[22]

Neo-Klasik Büyüme Teorisi'nin de öngörüsü altında bir ülkede yatırım niteliği taşıyan teknoloji, her zaman ülkelerin içsel çabalarıyla elde edilemeyebilir. Bu durumda, ülke açısından ihtiyaç duyulan teknoloji ithalat yolu ile elde edilir. Teknolojik yatırımlara dayanan ithalatın meydana getireceği dış borçlanma yükünün azaltılmasında da ihracat döviz kazandıran önemli bir işlemdir.

1.4.2.4. İhracat, Verimlilik ve Katma Değer

İhracata yönelik üretimde meydana gelecek artış, ekonomide etkin olan sektörlere yönelik olarak gerçekleştiğinde; yatırımlar da bu sektörler üzerinde yoğunlaşır. Bu durumda, ekonomik verimlilik meydana gelir. İhracata yönelik üretim yapan sektörlerin uluslararası alanda rekabet etmesini sağlamak; üretim maliyetlerinin düşüklüğüne ve yeni teknolojilerin kullanılmasına bağlıdır. Bu nedenle maliyet düşüren ve yeni teknolojileri sağlayan politikaların teşviki önemlidir. Bu sayede, verimlilik artışına katkı söz konusu olur.[23]

Teknoloji, yüksek katma değer açısından önemli bir faktördür. Teknoloji sahibi ülkeler, Ar-Ge ve tasarım çalışmalarına yoğunlaşır. Bu ülkelerde teknoloji haricinde kalan diğer üretim faktörleri ise başka ülkelere devredilmektedir. Bu

---

[21] Mehmet Ali Bilginoğlu, Ahmet Aysu, "Dış Borçların Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, S.31, Temmuz-Aralık 2008, s.2-3

[22] Bilginoğlu ve Aysu, s.6

[23] Erdal Demirhan, "Büyüme Ve İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği", **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi**, S.4, C.60, Ekim-Aralık 2005, s.77-78.

durumun nedeni, teknoloji haricinde kalan diğer üretim faktörlerinin, dünya pazarlarında göreceli olarak bol olması ve değer yitirmesidir.[24]

1.5. TÜRKİYE'NİN AVRUPA BİRLİĞİ'NE ÜYELİK SÜRECİ VE GÜMRÜK BİRLİĞİ

1980 yılı sonrası dışa açık, liberal bir ekonomik politika izlemeye başlayan Türkiye; AB'ye üyelik sürecine girmiştir. Bu süreç, Türkiye ile AB arasında GB anlaşması imzalanmasını da beraberinde getirmiştir.

1.5.1. AB'nin Kurulması

AB'nin temeli, 1951 yılında Paris Anlaşması ile kurulan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu ile 25 Mart 1957 yılında Roma Anlaşması ile kurulan Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu'na dayanmaktadır. Ekonomik bir yapı olan AB'nin ana hedefi ortak bir ekonomik pazar yaratılmasıdır. Bu nedenle, AB'ye üye olacak ülkelerin ekonomilerinde ve kalkınmışlık düzeylerinde birbirine yakınlık gerekmektedir.[25]

Türkiye, 3 Ekim 2005 tarihinde Lüksenburg'da gerçekleştirilen Avrupa Birliği Hükümetler Arası Konferansı'nda, Müzakere Çerçeve Belgesi'nin onaylanması ile üyelik müzakerelerine başlamıştır.[26]

---

[24] İsmail Çiloğlu, "Teşvik Politikalarının Yönlendirme Gücü", **Hazine Dergisi**, S.13, Ocak 2000, s.41.
[25] Yasemin Koldere-Akın, Selay Giray Turan, "Ülkelerin Ekonomik Göstergelerinin Avrupa Birliğine Üye Olmadaki Etkisinin İstatistiksel Tekniklerle Belirlenmesi", **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.10, S.2, s.123.
[26] Serdar Öztürk, Ali Sözdemir, Özgür Koçbulut, "Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ'ye Uygunluğu", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi**, C.12, S.2, 2007, s.193.

1.5.2. Gümrük Birliği Kavramı

GB iki veya daha fazla ülkenin mal ve hizmet ticaretinde serbestliği mümkün kılan ve ticari engelleri ortadan kaldıran bir ekonomik örgütlenme anlaşmasıdır. GB'ye taraf olmayan ülkelere karşı, ortak gümrük tarifesi uygulanmaktadır.[27]

Gümrük Birliği'nin kısa dönemde statik etkileri ve uzun dönemde dinamik etkileri vardır. Statik etkiler; teknolojik ve ekonomik yapının sabit kalması doğrultusunda, üretim faktörlerinin yeniden dağıtılmasını beraberinde getirir. GB'nin uzun vadeli dinamik etkileri ise dış rekabetin artması, ölçek ekonomilerinden faydalanma imkanı, döviz rezervlerinin artması, yatırımların teşvik edilmesi ve sanayileşmenin hızlanmasıdır.[28]

1.5.3. Avrupa Birliği ve Türkiye Arasında İmzalanan Gümrük Birliği'nin Kapsamı

Türkiye'nin AB ile Gümrük Birliği'ne giriş süreci; 1987 yılında yaptığı AB'ne tam üyelik başvurusuna dayanır. Bu kapsamda, Türkiye'nin AB üyeliğine henüz hazır olmadığı ileri sürülerek; Türkiye'nin öncelikle gümrük birliğine alınması öngörülmüştür. 1 Ocak 1996'dan itibaren Türkiye ile AB arasındaki gümrük birliği fiilen yürürlüğe girmiştir. Türkiye'nin AB ile imzaladığı gümrük birliği kapsamında, gümrük birliği dışında kalan üçüncü ülkelere ortak gümrük tarifesi uygulanmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye'nin üçüncü ülkelerden ithalat yapabilmesi için ithal edilecek malın, AB'de bulunan mallardan daha ucuz olması gerekmektedir. Türkiye'nin AB'ne yapacağı ihracat da AB ülkelerinden ve üçüncü ülkelerden daha

---

[27] Cengiz Aktaş, Didem Güven, "Gümrük Birliği Sonrasında Türkiye'nin İthalat Fonksiyonu Katsayılarındaki Değişimin İncelenmesi", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.9, Aralık 2003, s.69.

[28] Alaattin Kızıltan, Mustafa Ersungur, Özgür Polat, "Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Avrupa Birliği ile İhracat ve İthalatına Etkisi", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.22, S.1, Ocak 2008, s.84.

ucuz mal üretimine bağlıdır. Bu durum, AB ülkelerini ve Türkiye'yi düşük maliyetli üretim yapmaya zorlamaktadır.[29]

1.5.4. AB İlkeleri ve AB Mevzuatına Göre Gümrük Birliği

AB Gümrük Mevzuatında AB üyesi ülkelerde ortak gümrük, ortak tarım, ortak sanayi, ortak güvenlik ve ortak para politikaları ile birliğin ticaretini nasıl yönlendireceği düzenlenmiştir. Ortak ticaret politikası doğrultusunda, tek pazar olma yolundaki gelişmeler ve birlik içi ticaretin artması hedeflenmektedir. Ortak Gümrük Birliği ile üye ülkeler arasındaki mal dolaşımının serbestliği amaçlanmıştır. Ortak tarım politikası doğrultusunda tarımda verimliliğin arttırılması, uygun bir yaşam seviyesinin sağlanması, pazarın istikrara kavuşturulması, ürün arzının garanti edilmesi ve tarım ürünlerinin tüketicilere uygun fiyatlarla sunulması söz konusudur. Böylece, birlik içi tarım özendirilip, tarımın dışa bağlılığının azaltılması yoluna gidilir. Ortak sanayi politikası kapsamında Avrupa çapındaki büyük işletmelerin kurulmasını destekleyen bir sanayi politikası izlenmektedir. Bu doğrultuda; işsizliğin azaltılması, yeni sanayileşen birlik ülkelerinde genel sanayi dallarında rekabet gücünün sağlanması ve teknolojik ilerlemelerin sürekliliğinin sağlanması amaçlanır. Ortak ekonomi ve parasal birlik doğrultusunda AB iç pazarında mal, hizmet, kişi ve sermayenin serbest dolaşımı söz konusudur. Bu kapsamda iç pazarın riskten arındırılması ile ortak ekonomi ve parasal birliğin işleyebilmesi hedeflenmiştir. Ortak ekonomi ve parasal birlik doğrultusunda "Euro"'ya geçilerek döviz kurundaki istikrarsızlığın azaltılması, tüketicilerin daha sağlıklı fiyat kıyaslamaları yapabilmeleri, dış ticaret riskinin azaltılması, iç ve dış ticaretin geliştirilmesi amaçlanmıştır.[30]

---

[29] Aktaş ve Güven, s.70-71.
[30] Mustafa Akal, Recep Şen, "Avrupa Birliği'nde Dış Ticaret Dengesi Gelişimi", **Öneri Dergisi**, S.6, C.21, Ocak 2004, s.163-164.

1.6. TÜRKİYE'NİN DIŞ TİCARET PERFORMANSI VE EKONOMİK BÜYÜME

1980 sonrası dönemde dışa açık büyüme modelini benimseyen Türkiye'de dış ticaretin önemi daha da artmıştır. Tablo 1.1'de görüleceği üzere, Türkiye'de toplam dış ticaret hacmi 1980 sonrası dönemde düzenli bir artış içine girmiştir. Dış ticaret hacminin genişlemesinde etkili olan ihracat artışları, beraberinde ithalat artışını da getirmiştir. 1980-2011 döneminde; Türkiye, sürekli dış ticaret açığı veren bir ülke konumundadır. Bu dönemlerde ihracatın, ithalatı karşılama oranı 1988 yılında en yüksek seviyede ve 1980 yılında da en düşük seviyededir. 2011 yılında, Türkiye'nin dış ticaret açığı yaklaşık 106 Milyar ABD Doları'dır. Bu dönemde gerçekleşen ihracat yaklaşık 135 Milyar ABD Doları, ithalat ise yaklaşık 241 Milyar ABD Doları'dır. 2011 yılında Türkiye, gerçekleştirdiği ithalatın yaklaşık %56'sını, gerçekleştirdiği ihracat ile karşılayabilmektedir.

GCRIS

Tablo 1. 1. Yıllara Göre Dış Ticaret 1980-2011("000" ABD Doları)

	İhracat		İthalat		Dış Ticaret Dengesi	Dış Ticaret Hacmi	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı
Yıllar	Değer '000$	Değişim %	Değer '000$	Değişim %	Değer '000$	Değer '000$	Yüzde
1980	2.910.122	28.7	7.909.364	56.0	-4.999.242	10.819.486	36.8
1981	4.702.934	61.6	8.933.374	12.9	-4.230.439	13.636.308	52.6
1982	5.745.973	22.2	8.842.665	-1.0	-3.096.692	14.588.639	65.0
1983	5.727.834	-0.3	9.235.002	4.4	-3.507.168	14.962.836	62.0
1984	7.133.604	24.5	10.757.032	16.5	-3.623.429	17.890.636	66.3
1985	7.958.010	11.6	11.343.376	5.5	-3.385.367	19.301.386	70.2
1986	7.456.726	-6.3	11.104.771	-2.1	-3.648.046	18.561.497	67.1
1987	10.190.049	36.7	14.157.807	27.5	-3.967.757	24.347.856	72.0
1988	11.662.024	14.4	14.335.398	1.3	-2.673.374	25.997.422	81.4
1989	11.624.692	-0.3	15.792.143	10.2	-4.167.451	27.416.835	73.6
1990	12.959.288	11.5	22.302.126	41.2	-9.342.838	35.261.413	58.1
1991	13.593.462	4.9	21.047.014	-5.6	-7.453.552	34.640.476	64.6
1992	14.714.629	8.2	22.871.055	8.7	-8.156.426	37.585.684	64.3
1993	15.345.067	4.3	29.428.370	28.7	-14.083.303	44.773.436	52.1
1994	18.105.872	18.0	23.270.019	-20.9	-5.164.147	41.375.891	77.8
1995	21.637.041	19.5	35.709.011	53.5	-14.071.970	57.346.052	60.6
1996	23.224.465	7.3	43.626.642	22.2	-20.402.178	66.851.107	53.2
1997	26.261.072	13.1	48.558.721	11.3	-22.297.649	74.819.792	54.1
1998	26.973.952	2.7	45.921.392	-5.4	-18.947.440	72.895.344	58.7
1999	26.587.225	-1.4	40.671.272	-11.4	-14.084.047	67.258.497	65.4
2000	27.774.906	4.5	54.502.821	34.0	-26.727.914	82.277.727	51.0
2001	31.334.216	12.8	41.399.083	-24.0	-10.064.867	72.733.299	75.7
2002	36.059.089	15.1	51.553.797	24.5	-15.494.708	87.612.886	69.9
2003	47.252.836	31.0	69.339.692	34.5	-22.086.856	116.592.528	68.1
2004	63.167.153	33.7	97.539.766	40.7	-34.372.613	160.706.919	64.8
2005	73.476.408	16.3	116.774.151	19.7	-43.297.743	190.250.559	62.9
2006	85.534.676	16.4	139.576.174	19.5	-54.041.498	225.110.850	61.3
2007	107.271.750	25.4	170.062.715	21.8	-62.790.965	277.334.464	63.1
2008	132.027.196	23.1	201.963.574	18.8	-69.936.378	333.990.770	65.4
2009	102.142.613	-22.6	140.928.421	-30.2	-38.785.809	243.071.034	72.5
2010	113.883.219	11.5	185.544.332	31.7	- 71.661.113	299.427.551	61.4
2011	134.906.869	18.5	240.841.676	29.8	- 105.934.807	375.748.545	56.0

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret Verilerinden Hazırlanmıştır,
http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=12 , e.t. 16/08/2012.

Tablo1.2'den de belirtilen verilerde, Türkiye'nin ihracatında hammadde ve ara malı ile tüketim mallarının önemli bir paya sahip olduğu görülebilir. Yatırım mallarının ise ihracat içerisindeki payı düşüktür. 2011 yılı itibariyle Türkiye'nin yaklaşık 52 Milyar ABD Doları tutarında tüketim malı ihracatı gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye 2011 yılında yaklaşık 68 Milyar ABD Doları tutarında ara mal ihracatı gerçekleştirmiştir. Bu dönemde, gerçekleşen ara malı ihracatı toplam ihracatın yaklaşık %50'sini oluşturmaktadır. Bu yılda gerçekleşen yatırım malı ihracatı ise yaklaşık 14 Milyar ABD Doları tutarındadır.

Tablo 1. 2. Geniş Ekonomik Grupların Sınıflamasına (GEGS) Göre İhracat ("000" ABD Doları)

YIL	YATIRIM (SERMAYE) MALLARI	HAMMADDE (ARA MALLAR)	TÜKETİM MALLARI	DİĞERLERİ	TOPLAM
2011	14.191.696	67.941.697	52.218.849	554 626	134 906 869
2010	11.771.080	56.380.661	45.320.506	410 972	113 883 219
2009	11.116.832	49.734.012	40.733.029	558 739	102 142 613
2008	16.725.377	67.733.802	47.076.909	491 108	132 027 196
2007	13.754.544	49.402.983	43.695.868	418 354	107 271 750
2006	9.423.369	37.788.252	37.790.478	532 577	85 534 676
2005	7.997.690	30.289.782	34.835.399	353 537	73 476 408
2004	6.530.838	25.945.606	30.501.889	188 820	63 167 153
2003	4.344.031	18.494.475	24.125.341	288 989	47 252 836
2002	2.790.180	14.657.325	18.464.846	146 738	36 059 089
2001	2.658.240	13.368.641	15.261.528	45 807	31 334 216
2000	2.175.701	11.565.080	13.986.727	47 398	27 774 906
1999	1.820.291	10.862.729	13.849.184	55 021	26 587 225
1998	1.342.376	11.251.435	14.365.072	15 068	26 973 952
1997	1.275.677	11.100.138	13.860.745	24 511	26 261 072
1996	1.119.767	9.767.257	12.317.985	19 456	23 224 465

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret Verilerinden Hazırlanmıştır, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=12 , e.t. 16/08/2012.

Tablo 1.3'deki verilere göre Türkiye ihracatın büyük çoğunluğunu oluşturan hammadde ve ara malı, Türkiye ithalatının da büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır. Bu verilere göre ithalatı gerçekleşen tüketim malları ise ihraç edilen tüketim mallarına göre daha kısıtlıdır. 2011 yılı itibariyle Türkiye'nin yaklaşık 173 Milyar ABD Doları tutarında ara mal ithalatı gerçekleştiği görülmektedir. 2011 yılında

toplam yatırım malı ithalatı ise yaklaşık 37 Milyar ABD Doları Tutarında gerçekleşmiştir.

Tablo 1. 3. Geniş Ekonomik Grupların Sınıflanmasına (GEGS) Göre İthalat (000 ABD Doları)[31]

YIL	YATIRIM (SERMAYE) MALLARI	HAMMADDE (ARA MALLAR)	TÜKETİM MALLARI	DİĞERLERİ	TOPLAM
2011	37.270.611	173.140.243	29.692.268	738.555	240.841.676
2010	28.818.242	131.445.426	24.734.930	545.734	185.544.332
2009	21.462.823	99.509.821	19.289.707	666.070	140.928.421
2008	28.020.665	151.747.101	21.489.236	706.571	201.963.574
2007	27.054.433	123.639.631	18.694.022	674.629	170.062.715
2006	23.347.556	99.604.660	16.116.330	507.629	139.576.174
2005	20.363.222	81.868.284	13.975.300	567.345	116.774.151
2004	17.397.440	67.549.436	12.100.277	492.612	97.539.766
2003	11.325.907	49.734.760	7.813.324	465.701	69.339.692
2002	8.399.565	37.655.830	4.898.331	600.071	51.553.797
2001	6.940.425	30.300.840	3.813.409	344.409	41.399.083
2000	11.365.338	36.009.555	6.928.481	199.447	54.502.821
1999	8.727.006	26.854.200	4.820.413	269.653	40.671.272
1998	10.660.621	29.906.827	5.005.153	348.791	45.921.392
1997	11.107.859	32.119.883	5.051.940	279.039	48.558.721
1996	10.253.553	29.114.096	4.020.569	238.425	43.626.642

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret Verilerinden Hazırlanmıştır, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=12 , e.t. 16/08/2012.

Türkiye'nin dış ticaretinde, AB ülkeleri, en yüksek paya sahiptir. Türkiye'de yıllar itibariyle artan dış ticaret hacmine bağlı olarak AB ülkelerine yapılan ihracat ve AB ülkelerinden yapılan ithalat da önemli ölçüde artış göstermiştir. 2011 yılı itibariyle Türkiye, AB ülkelerine yaklaşık 62 Milyar ABD Doları tutarında ihracat gerçekleştirmiştir. AB ülkelerinden gerçekleşen ithalat ise yaklaşık 91 Milyar ABD Doları tutarındadır.

Tablo 1. 4. Ülke Gruplarına Göre İhracat (000 ABD Doları)

YIL	AB Ülkeleri	Türkiye Serbest Bölgeler	Diğer Ülkeler	Toplam
1996	12.563.345	447.108	10.214.012	23.224.465
1997	13.434.739	610.873	12.215.459	26.261.072
1998	14.809.293	830.853	11.333.805	26.973.952
1999	15.424.238	780.488	10.382.499	26.587.225
2000	15.664.421	895.420	11.215.065	27.774.906
2001	17.545.567	933.778	12.854.872	31.334.216
2002	20.415.034	1.438.477	14.205.578	36.059.089
2003	27.393.762	1.928.266	17.930.808	47.252.836
2004	36.580.859	2.563.637	24.022.657	63.167.153
2005	41.364.962	2.973.224	29.138.222	73.476.408
2006	47.934.746	2.967.219	34.632.711	85.534.676
2007	60.398.502	2.942.876	43.930.087	107.271.750
2008	63.390.419	3.008.061	65.622.092	132.027.196
2009	47.013.415	1.957.066	53.172.132	102.142.613
2010	52.685.304	2.083.788	59.114.127	113.883.219
2011	62.347.441	2.544.721	70.014.706	134.906.869

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret Verilerinden Hazırlanmıştır,
http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=12 , e.t. 16/08/2012.

Tablo 1. 5. Ülke Gruplarına Göre İthalat (000 ABD Doları)

YIL	AB Ülkeleri	Türkiye Serbest Bölgeler	Diğer Ülkeler	Toplam
1996	24.320.639	296.708	19.009 296	43.626.642
1997	26.118.947	360.658	22.079.115	48.558.721
1998	25.282.204	417.628	20.221.560	45.921.392
1999	22.529.938	507.803	17.633.531	40.671.272
2000	28.526.902	495.865	25.480.054	54.502.821
2001	19.823.457	303.200	21.272.426	41.399.083
2002	25.688.833	574.504	25.290.460	51.553.797
2003	35.140.139	588.912	33.610.642	69.339.692
2004	48.095.671	811.460	48.632.635	97.539.766
2005	52.695.793	760.060	63.318.298	116.774.151
2006	59.387.030	944.142	79.245.002	139.576.174
2007	68.394.869	1.223.729	100.444.116	170.062.715
2008	74.407.779	1.334.250	126.221.545	201.963.574
2009	56.508.918	965.287	83.454.216	140.928.421
2010	72.179.705	878.447	112.486.180	185.544.332
2011	91.128.441	1.038.057	148.675.179	240.841.676

Kaynak: TÜİK Dış Ticaret Verilerinden Hazırlanmıştır,
http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=12 , e.t. 16/08/2012.

Tablo 1.6.'da yer alan Ar-Ge yatırımlarının GSYH içindeki payı incelendiğinde, Türkiye'nin yıllar itibariyle Ar-Ge'ye verdiği önemin arttığı görülebilir. AB ülkelerinde ise genel olarak düzenli artışlar mevcut olmakla beraber Ar-Ge'ye verilen payın Türkiye'ye kıyasla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum, Japonya, Güney Kore ve Amerika gibi gelişmiş ekonomiler açısından da geçerlidir.

Tablo 1. 6. Türkiye'de ve Diğer Ülkelerde Ar-Ge Yatırımlarının GSYH İçindeki Payı (%)[32]

ÜLKELER	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Avustralya	1.72	..	1.99	..	2.24	..	..
Avusturya	2.24	2,46(c)	2.44	2.51	2.67 (c,p)	2.72	2.76 (c,p)
Belçika	1.86	1.83	1.86	1.89	1.97	2.03	1.99 (p)
Kanada	2.07	2.04	2.00	1.96	1.86	1.92	1.80 (p)
Şili	..	..	..	0.33	0.39	..	..
Çek Cumhuriyeti	1.20	1.35	1.49	1.48	1.41	1.48	1.56
Danimarka	2.48	2.46	2.48	2.58	2.85	3.06	3.06 (c)
Estonya	0.85	0.93	1.13	1.08	1.28	1.43	1.62 (p)
Finlandiya	3.45	3.48	3.48	3.47	3.70	3.92	3.87
Fransa	2.16	2.11	2.11	2.08	2.12	2.26	2.26 (p)
Almanya	2.50	2.51	2.54	2.53	2.69	2.82	2.82 (c)
Yunanistan	0.56 (c)	0.60	0.59 (c)	0.60 (c)	..	..	..
Macaristan	0.88	0.94	1.01	0.98	1.00	1.17	1.16
İzlanda	..	2.77	2.99	2.68	2.64 (p)	..	..
İrlanda	1.22	1.24	1.24	1.28	1.45	1.74 (c)	1.79 (c,p)
İsrail (1)	4.29	4.42	4.50	4.84	4.77	4.46 (p)	4.40 (p)
İtalya	1.09	1.09	1.13	1.17	1.21	1.26	1.26 (p)
Japonya	3.17	3.32	3.40	3.44	3.45	3.36	..
Güney Kore	2.68	2.79	3.01	3.21	3.36	3.56	3.74
Lüksemburg	1.63	1.56	1.66	1.58 (c)	1.57	1.66	1.63 (p)
Meksika	0.40	0.41	0.39	0.37	..	..	..
Hollanda	1.93	1.90	1.88	1.81	1.77	1.82	1.83 (p)
Yeni Zellanda	..	1.14	..	1.19	..	1.30	..
Norveç	1.57	1.51	1.48	1.59	1.58	1.78	1.69 (p)

[32] "1"; İsrail için olan istatistik verisi yetkili İsrail makamlarınca bildirilmiştir.
"c"; Sekreterlik tarafından gerekli bulunduğu hallerde OECD normlarına göre milli öngörü veya düzeltilmiş öngörü olarak belirtilmiştir.
"p" geçici

Polonya	0.56	0.57	0.56	0.57	0.60	0.68	0.74
Portekiz	0.75 (c)	0.78	0.99 (c)	1.17	1.50	1.64	1.59 (p)
Slovakya	0.51	0.51	0.49	0.46	0.47	0.48	0.63
Slovenya	1.39	1.44	1.56	1.45	1.65	1.86	2.11 (p)
İspanya	1.06	1.12	1.20	1.27	1.35	1.38	1.37 (p)
İsveç	3.58	3.56	3.68	3.40	3.70 (c)	3.61	3.43 (c)
İsviçre	2.90	..	..	..	2.99	..	..
Türkiye	0,52	0.59	0.58	0.72	0.73	0.85	0.84
Birleşik Krallık	1.68	1.73	1.75	1.78	1.77 (c)	1.85 (c)	1.77 (p)
Amerika Birleşik Devletleri	2.55	2.59	2.64	2.70	2.84	2.90	..
EU27	1.73	1.74	1.77	1.77	1.84	1.92 (p)	1.91 (p)
OECD Toplam	2.18	2.22	2.25	2.28	2.35	2.40 (p)	..

Kaynak: OECD Kütüphanesi Verilerinden Hazırlanmıştır, http://dx.doi.org/10.1787/rdxp-table-2012-1-en, e.t. 24/09/2012.

Türkiye 1980 sonrası dönemde dışa açık ekonomik büyüme politikası ile toplam ihracatında düzenli bir artış yakalamış ve dış ticaret hacmini de genişletmiştir. Ancak, Türkiye'nin gerçekleştirdiği ihracat, ithalatını karşılamada yetersizdir.

Türkiye'nin dış ticaretinde AB ülkeleri önemli bir paya sahiptir. Bu ülkelerde Ar-Ge'ye ayrılan pay, Türkiye'ye göre daha fazladır. Ar-Ge genel olarak teknoloji ve yeniliğin dışa bağımlı kalmadan elde edilmesine yol açabilmektedir. Bu durum da uluslararası rekabet, ekonomide verimlilik ve büyüme açısından gereklidir. Türkiye'nin dış ticaretinde büyük bir paya sahip olan AB ülkeleri ile rekabet edebilmesi, katma değer oluşturup ithalata olan bağımlılığını azaltması için Ar-Ge yatırımlarına daha fazla pay ayırması gerekmektedir.

1.7. TÜRKİYE'DE İHRACAT, EKONOMİK BÜYÜME VE GÜMRÜK BİRLİĞİ'NİN ETKİLERİ KAPSAMINDA GERÇEKLEŞEN ARAŞTIRMALAR

Türkiye'nin 1980 dönemi itibariyle makro ekonomik verilerine bakıldığında genel olarak gerçekleştirilen ihracatın, ithalatı karşılayamadığı tespit edilmektedir.

Ayrıca, Türkiyenin AB ülkelerinden gerçekleştirdiği ithalatının, yatırım mallarından ziyade ham madde ve ara mallarında yoğunlaştığı görülmektedir.

1.7.1. Dış Ticaret, Ekonomik Büyüme, Verimlilik ve Dış Borçlanma Üzerine Yapılan Araştırmalar

Gerni, Emsen ve Değer, dış ticaret ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Türkiye kapsamında araştırmıştır. Araştırmada 1980-2006 dönemine ait veriler kullanılmıştır.[33] Araştırmaya göre ihracat ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisidir. Ancak, ihracatın ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ithalat ile ortaya çıkmaktadır. Türkiye ekonomisi kapsamında özellikle aramalı ithalatı ihracat performansının belirleyicisi olmuştur. Türkiye'de imalat sanayi tarafından gerçekleştirilen üretim ve ihracat, ithalata bağlıdır.[34] Ekonomik büyüme kapsamında ithalata olan bu bağlılık, ithalatın finansmanı sorununu da beraberinde getirmektedir. Araştırmacılara göre yerli ve yüksek katma değerli ürünlerin ihracı ile döviz getirileri arttırılmazsa, yabancı kaynaklarla cari açığın finansmanı, büyüme ve refah sürdürülemeyebilir.[35]

Çalışkan ve Aydoğuş araştırmalarını 1985-1990 ve 1990-2002 dönemlerinden elde edilen veriler ile 64 sektör bazında gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada endüstriyel büyümenin kaynakları araştırılmıştır.[36] Araştırmaya göre 1985-1990 dönemlerinde yurtiçi talep genişlemesinin, toplam üretim artışına etkisi, 1990-2002 dönemine göre daha yüksektir. 1985-1990 döneminde ihracat genişlemesinin üretim artışına katkısı düşüktür. 1990-2002 döneminde ise ihracat artışının üretim artışına olan katkısı artmıştır. Teknolojik gelişmelerin üretim artışına olan katkısı da 1990-2002 döneminde etkisini göstermiştir. İthal ikamesinin toplam üretim artışına olan katkısı ise her iki dönemde ve hem uzun, hem de kısa vadede olumsuzdur. 1995 yılı

[33] Cevat Gerni, Ö.Selçuk Emsen, M.Kemal Değer, "İthalata Dayalı İhracat Ve Ekonomik Büyüme: 1980-2006 Türkiye Deneyimi", **2. Ulusal İktisat Kongresi**, İzmir, 2008, s.11.
[34] Gerni, Emsen ve Değer s.17.
[35] Gerni, Emsen ve Değer s.18
[36] Elif Tunalı Çalışkan, Osman Aydoğuş,"Türkiye Ekonomisinde Endüstriyel Büyümenin Kaynakları: Girdi-Çıktı Modeli İle Amprik Bir Analiz (1985-2002)", **Ege Akademik Bakış**, C.11, S.4, Ekim 2011, s.501.

sonrasında kısa vadeli sermaye girişi artmış ve ithalatın finansmanı amacıyla kullanılmıştır. İthal ikamesinin yetersizliğinden kaynaklanan bu sorun, Türkiye ekonomisinin dış kaynak bağımlılığını göstermektedir.[37]

Bilginoğlu ve Aysu, araştırmalarında, dış borçlanma ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi, Türkiye'nin 1968 ve 2005 dönemi açısından incelemişlerdir.[38] Araştırma, borç fazlası teorisi kapsamında yürütülmüştür.Bun göre, bir ülkedeki dış borçlar, ülke ekonomisini olumsuz yönde etkiliyorsa, o ülkede dış borç fazlası vardır. Bu teori ile dış borçların Türkiye ekonomisini olumsuz yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Araştırmacılara göre dış borçlanmanın cari harcamaları finanse etmesi amacıyla kullanılmaması, kalkınmaya yönelik yatırımların finansmanı için kullanılması gereklidir.[39]

Demirhan, araştırmasında 1987 yılının ilk çeyreği ile 2004 yılının üçüncü çeyreğini kapsayan dönemde; Türkiye'de ihracat ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir.[40] Araştırmaya göre ekonomik büyüme ile ihracat arasında bir ilişki yoktur. İthalat ile ekonomik büyüme arasında ilişki söz konusudur. Bu kapsamda Türkiye'de ihracata dayalı bir ekonomik büyüme söz konusu değildir. Türkiye'de ithalat büyümeyi sağlamakta ve büyüme de ihracatı sağlamaktadır. İthalat, ihracatın artmasına katkı yapmaktadır. Araştırmacıya göre ihracatın ekonomik büyümeye doğrudan katkı sağlaması, verimlilik artışı ve teknolojik yenilikler ile olabilir. İthalata dayalı büyüme, gelecekte dış açığın finansmanı sorununu da beraberinde getirecektir. Türkiye, dış borç alabileceği sürece, ithalatı ve dolaylı olarak ekonomik büyümeyi sağlayabilir. İhracat gelirleri dış borç finansmanı açısından yetersizdir.[41]

Kurt ve Terzi dış ticaret, ekonomik büyüme ve verimlilik arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmada, Türkiye'nin 1989 yılının ilk çeyreği ile 2003 yılının son çeyreğine kadar olan döneme ait veriler kullanılmıştır. Araştırma üç bölümden

[37] Çalışkan ve Aydoğuş, s.509
[38] Bilginoğlu ve Aysu, s.2
[39] Bilginoğlu ve Aysu, s.20
[40] Demirhan, s.85
[41] Demirhan, s.86-87.

oluşmaktadır. Araştırmanın ilk bölümüne göre ihracat, ekonomik büyümeye neden olmaktadır. İhracat artışı, GSMH'da artışa yol açacaktır. Verimlilik ile ihracat arasında iki yönlü bir ilişki söz konusudur. İmalat sanayinde meydana gelen verimlilik artışı, tüketim ve ara mal üretimini ve ihracatını arttırmaktadır. Artan ihracatın da yurtiçi üretimini arttırdığı görülmektedir. Araştırmanın ilk bölümüne ait bir diğer bulgu ise ekonomik büyümenin verimlilik artışına yol açmasıdır. Araştırmanın ikinci bölümüne göre ithalat ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki söz konusudur. Araştırmanın son bölümünde dış ticaret ve verimlilik arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu kapsamda sadece ithalat ile verimlilik artışı arasında ve ihracat ile ithalat arasında bir ilişki bulunmuştur. İthal edilen yatırım malları, ara mallar ve teknoloji verimliliği arttırmaktadır. Hammadde ve ara malı ithalatının yüksek olması da Türkiye'nin dışa bağımlılığını göstermektedir. Bu kapsamda ihracat, ithalatı arttırmaktadır. Araştırmacılara göre Türkiye'de dışa açıklığı arttıracak ve dışa bağımlılığı azaltacak bir politika izlenmelidir.[42]

Dış ticaret, ekonomik büyüme, verimlilik ve dış borçlanma kapsamında gerçekleştirilen araştırmalar, Türkiye'de ihracatın ithalata bağlılığını ve dolayısıyla ekonomik büyümenin de ihracat yapabilmek için kullanılan ithal girdiler ile sağlandığı sonucuna varmıştır. Bu durum imalat sanayinde meydana gelen verimlilik artışı açısından geçerli olmakla beraber; Türkiye'nin,, dış borç yükünü de arttırıcı bir etkiye sahiptir.

1.7.2. Ar-Ge ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiye Yönelik Araştırmalar

Özer ve Çiftçi araştırmalarında OECD ülkeleri açısından Ar-Ge harcamalarının genel ihracat, bilgi ve ileri teknoloji ihracatı üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Bu kapsamda teknolojik gelişme ile dış ticaret arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmada, 1990-2005 dönemlerinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Araştırma, toplam 30 OECD ülkesi kapsamındadır ve Türkiye de

[42] Serdar Kurt, Harun Terzi, "İmalat Sanayi Dış Ticareti, Verimlilik Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.21, S.1, Ocak 2007, s.32-39., http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/3717 , et: 12.4.2012.

araştırmaya dahildir. Araştırmaya göre Ar-Ge harcamaları ile ihracat arasında pozitif ve yüksek oranlı bir ilişki söz konusudur. Araştırmacılara göre gelişmekte olan ülkelerin büyümelerinde süreklilik sağlanması, yüksek katma değere sahip olan ileri teknoloji ürünlerinin üretimi ve ihracı ile sağlanmalıdır. Ayrıca, Ar-Ge için ihtiyaç duyulan beşeri sermaye, Ar-Ge yatırımları ile birlikte teşvik edilmelidir. Bu durumun sağlanması uzun dönemde büyüme oranını arttırabilir.[43]

Korkmaz, araştırmasında Ar-Ge harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin uzun dönemde var olup olmadığını incelemiştir. Araştırmada kullanılan veriler, 1990 ve 2008 yıllarını kapsayan dönemlerden elde edilmiştir. Araştırmaya göre Ar-Ge ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki vardır. Araştırmacıya göre Ar-Ge ile ortaya çıkan yeni ürün ve üretim yöntemlerinde yaşanan gelişmeler sonucunda ülke bazında rekabet gücü ve verimlilik artar. Bu kapsamda üretim faktörlerinin kullanılmasında etkinlik sağlanırsa, ekonomik büyümede olumlu bir etki yaşanabilir.[44]

Altın ve Kaya, araştırmalarında Türkiye'nin 1990-2005 dönemlerine ait veriler kapsamında Ar-Ge harcamaları ile büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.[45] Araştırmaya göre Türkiye'de Ar-Ge harcamaları ile büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki söz konusudur. Ancak Ar-Ge harcamaları kısa dönemde büyümenin kaynağı değildir. Araştırmacılara göre Türkiye, ekonomik büyüme açısından uzun dönemli planlamalara yönelmeli ve etkin teknoloji ve yenilik politikaları oluşturmalıdır. Bu kapsamda hem devlet, hem de özel sektör Ar-Ge'ye önem vermelidir.[46]

Ar-Ge ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar Ar-Ge'nin ekonomik büyümeyi sağlayan bir unsur olduğu görüşündedir. Ancak Ar-Ge ile ekonomik büyümenin gerçekleşmesi uzun vadede söz konusudur. Ar-Ge'nin ekonomik büyümeye olan uzun vadeli katkısı ise teknolojinin ve katma değeri

[43] Özer ve Çiftçi, s.43-47.
[44] Korkmaz, s.3321-3328.
[45] Onur Altın ve Ayşen Kaya, "Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensel İlişkinin Analizi", **Ege Akademik Bakış**, C.9, S.1, s.255.
[46] Altın ve Kaya, s.258.

yüksek ürünlerin elde edilmesi ile üründe ve üretim yönteminde sağlanan yenilik ve verimlilik doğrultusunda ortaya çıkmaktadır.

1.7.3. AB İle Gümrük Birliği ve İhracatta Ülke Çeşitliliği Üzerine Gerçekleşen Araştırmalar

Kaya, 1991-1996 ve 1996-2003 döneminde Türkiye'de AB ülkelerine ihracat yapan imalat sanayi alt ürün guruplarının ihracatta uzmanlaşma yapısını incelemiştir. Araştırmada, Türkiye'nin AB içinde uzmanlaşması kapsamında imalat sanayinin özellikle emek yoğun ve fazla teknolojik yatırım gerektirmeyen ürünlerin ihracatında uzmanlaştığı saptanmıştır. Araştırmacıya göre GB'nin, Türkiye imalat sanayi ihracatının uzmanlaşmasında, önemli bir etkisi yoktur. Türkiye'nin ihracatta uzmanlaşmadan fayda sağlayabilmesi için bütünleşik nitelikte sanayi, teknoloji ve dış ticaret politikasına ihtiyacı vardır.[47]

Kızıltan, Ersungur ve Polat 1985-2005 yıllarında Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin dış ticaretine olan etkisini araştırmışlardır. Araştırmada, gümrük birliği Türkiye'nin dış ticaretini arttırıcı bir etkiyi beraberinde getirdiği saptanmıştır. Ancak, gümrük birliği sonrasında ihraç ürünlerinin elde edilmesinde ithal girdi kullanımı da artmıştır. Araştırmacılara göre Türkiye'de ithal ikamesi uygulamaları bu sorunu çözebilmektedir. Ayrıca, teknolojik değişim, Ar-Ge yardımı ve maliyet azaltabilecek nitelikteki mikro politika araçları da uluslararası sınırlar çerçevesinde etkin bir şekilde kullanılmalıdır.[48]

Değer ve Genç, 1980-2007 dönemi kapsamında Türkiye'nin toplam ihracatı, ihracattaki ülke çeşitliliği ve GSYH arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmaya göre ihracatta ülke çeşitliliği sağlanmasının toplam ihracata ve Türkiye'nin GSYH'sına olumlu etkisi vardır. İhracat ve GSYH'daki artış da ihracatta ülke

[47] Ayten Ayşen Kaya, "İmalat Sanayi İhracatında Uzmanlaşma: Türkiye-Avrupa Birliği Analizi (1991-2003)", **Ege Akademik Bakış**, Cilt 6, S.2, 2006, s.81.
[48] Alaattin Kızıltan, Mustafa Ersungur ve Özgür Polat, "Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Avrupa Birliği İle İhracat Ve İthalatına Etkisi", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/3759, e.t. 22.05.2012, s.95-96.

çeşitliliğini etkilemektedir. Bu kapsamda, ihracatta ülke çeşitliliği ile ihracat ve GSYH arasında iki yönlü bir ilişki saptanmıştır. Araştırmacılara göre ihracatta ülke çeşitliliği sağlanmasında başarı elde edilmesi için ihracatçı işletmelerin ürün çeşitliliği ile pazar araştırmalarına yoğunlaşması ve dış pazarlarla ilgili eğitim alması önemlidir. İhracata yönelik olarak verilen teşviklerin de ürün geliştirilmesi ve pazar araştırmaları kapsamında yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.[49]

Bu araştırmalara göre GB, Türkiye'de emek yoğun ve teknolojik kıtlığın yaşandığı sektörlerin ihracatında uzmanlaşma etkisini beraberinde getirmektedir. Ayrıca, dış ticaret hacminin genişlemesi ve ithalata olan bağlılık da GB'nin etkilerindendir. Türkiye'nin ihracatta farklı ülkelere yönelmesi ise ihracat üzerinden ekonomik büyümeye katkı yaratabilmektedir.

Türkiye'de dış ticaret, ekonomik büyüme, GB'nin etkileri ve Ar-Ge üzerine yapılan araştırmalarda teşvik ve devlet yardımı da araştırmacıların vardıkları sonuçlarda yer alan kavramlardır.

GCRIS

[49] Mustafa Kemal Değer, Murat Can Genç, "İhracatta Ülke Çeşitliliğinin Toplam İhracat Ve Hasıla Üzerine Etkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Eş-Bütünleşme Ve Nedensellik Testleri (1980-2007)", **Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** S.20,2010, s.79-80.

II. BÖLÜM

DEVLET YARDIMLARI KAVRAMI, İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI, TÜRK EXİMBANK KREDİ VE SİGORTA PROGRAMLARI, DAHİLDE İŞLEME REJİMİ

2.1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI KAPSAMINDA DEVLET YARDIMLARI KAVRAMI

2.1. Dış Ticaret Politikası

Dış ticaret politikası**,** devletin ülke bazında doğrudan dış ticaret akımlarını sınırlaması, özendirmesi veya bu işlemlerin yapılış yöntemlerini düzenlemesi amacıyla ekonomiye müdahale etmesidir. Mal akımları haricinde emek, sermaye veya teknoloji akımları da devlet müdahalesine konu olabilir.[50]

2.1.1. Dış Ticaret Politikalarının Amaçları ve Nedenleri

Devletin dış ticarete müdahale etmesinin amaçları ve nedenleri;[51]

- **Dış Ödemelerde Yaşanan Dengesizliklerinin Giderilmesi:** Dış ticaret açığının söz konusu olduğu ülkelerde döviz rezervlerinin tükenme olasılığı vardır. Bu durumun yaşandığı ülkelerde ihracat, bir döviz kazandırıcı işlem olduğu için özendirilir. Ayrıca ithalat gibi döviz gideri yaratan işlemlerin kısıtlanması da dış ticaret dengesinin sağlanmasına yöneliktir.

- **Dış Rekabetten Korunma:** Yurt içindeki yeni üretim endüstrilerinin korunması kapsamında ithalata sınırlamalar getirilmesi de dış ticaret politikasının

[50] Halil Seyidoğlu, **Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama**, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 2009, s. 138.
[51] Seyidoğlu(2001), s.118-120.

amaçlarındandır. Özellikle sanayisi gelişmemiş ülkelerde yeni kurulan veya kurulması planlanan sanayilerin olgunlaşma evresine geçiş süreci içerisinde korunmaya ihtiyacı vardır. Sanayisi gelişmiş olan ülkeler açısından ise emek yoğun sanayi malları kapsamında yurtiçi endüstriler rekabet etmekte zorluk çekebilir. Bu kapsamda da devletin gerçekleştirdiği müdahale ile yurt içi endüstriler, dış rekabetten korunur.

- **Ekonomik Kalkınma:** Dış ticaret politikaları ekonomik kalkınmayı destekleyecek sanayileşme stratejilerinin oluşturulması açısından da önem taşır. Bu sanayileşme stratejileri kapsamında ihracatın özendirilmesi amaçlanır. Özellikle sanayisi gelişmemiş olan ülkelerde ihracatın özendirilmesi ile kıt döviz kaynaklarının ekonomik olarak kullanılabilmesine imkan sağlanır.

- **Piyasada Meydana Gelen Aksaklıkların Giderilmesi:** İç piyasada monopol oluşumunun engellenmesi, kalite kapsamında rekabetin desteklenmesi ve kaynak dağılımında etkinlik sağlanması ile piyasanın işleyişinde meydana gelen sorunlar çözülür.

- **Ekonominin Liberalleştirilmesi:** Dış ticaret politikaları, serbest piyasa ekonomisinin kurallarını uygulamaya da yönelik olarak gerçekleştirilir. Bu kapsamda, liberal dış ticaret politikalarının izlenmesi ile ülke ekonomisi, dünya ekonomileri ile bütünleşme yolunda ilerler.

- **İç Ekonomik İstikrarın Sağlanması:** İç ekonominin bozulması sonucunda enflasyon veya işsizlik gibi sorunlar ortaya çıkabilir. Devletin uygulayacağı gümrük tarifeleri ve kota uygulamaları ile politikanın uygulanacağı ürüne ait toplam talep yabancı mallar yerine yerli mallara yönlendirilir. Mallarda meydana gelen arz daralması, iç fiyat artışına neden olabilir. Bu durumda enflasyonun önlenebilmesi için arz daralması yaşanan mallara yönelik ithalatı kolaylaştıran dış ticaret politikaları ile fiyatlarda istikrar sağlanır.

- **Hazineye Gelir Sağlamak:** İthalat ve ihracat işletmelerinde alınan vergiler devlet hazinesi için gelir kaynağı oluşturmaktadır. Bu durum özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından önemli bir gelir kaynağıdır.

- **Dış Piyasalarda Monopol Gücünden Yararlanma:** İhraç edilecek mallar kapsamında uluslararası pazarlarda monopol yaratabilmek de dış ticaret politikası amaçlarındandır. Bu kapsamda, devlet, monopol oluşturabileceği ülkelere yapacağı ihracatı arttırırken; diğer ülkelere yapılan satışları azaltır. Ayrıca monopol oluşturulmak istenen pazarlara yüksek fiyattan mal ihraç edilmeye çalışılır. Bu sayede, dış ticaret hadleri ülke lehine değişir.

- **Otarşi:** Otarşi bir ülkenin ekonomik kapsamda kendi iç piyasası ile yeterlik sağlamasıdır. Otarşi kapsamında ülke, dış dünya ile olan ekonomik ilişkilerini en alt seviyede tutar. Ancak bu uygulama, ülke ekonomisine uzun dönemde olumlu bir katkı sağlayamaz.

- **Sosyal ve Siyasal Nedenler:** Sosyal ve siyasal nedenler, devletin belirli üretici gruplarını kayırmak istemesine neden olabilir. Bu kapsamda devlet, kayırmak istediği sektörlerlere ait malların ithalatından alınan gümrük vergilerini arttırır. Bu durum tersine de işleyebilir; devlet belirli üretici gruplarını korumak da isteyebilir. Sosyal ve siyasal nedenlere yönelik olarak uygulanan dış ticaret politikaları ile ülke güvenliği, halkın sağlığı, çevre kirliğinin önlenmesi veya doğal kaynakların korunması gibi nedenler doğrultusunda, belirli malların ihracına veya ithalatına yönelik kısıtlamalar veya yasaklar getirilebilir.

2.1.2. Dış Ticaret Politikası Araçları

Ülkeler, amaçladıkları dış ticaret politikalarını uygulayabilmek için bazı araçları kullanırlar. Dış ticaret politikasını gerçekleştirmeye yönelik olan araçlar;[52]

[52] Seydioğlu, s.121.

- **Gümrük Tarifeleri:** Malların ülke sınırlarından geçmesi durumunda alınan vergilerdir. Bu vergiler, fiyat mekanizması işleyişi ile ekonomiye etki eder.

- **Tarife Dışı Araçlar:** Miktar kısıtlamaları; Devletin ithalat üzerinde belirli miktarda kısıtlamalar sağlanması üzerine gerçekleştirdiği uygulamalardır. İthalat yasakları, ithalat kotaları ve döviz kontrolü bu uygulamalar kapsamındadır.

- **Tarife Benzeri Faktörler:** İthalatın pahalılaştırılması ve yerli üretimin karlılığının arttırılmasını amaçlayan, serbest ticarete müdahale niteliğinde olan önlemlerdir. İthal malları ikame edebilecek nitelikte mal üretebilen endüstrilere verilen sübvansiyonlar bu kapsamda yer alır.

- **Görünmez Engeller:** Devlet tarafından yürütülen, teknik düzenlemeler veya standartlar ile uygulanan ve halk sağlığı, çevrenin korunması veya kamu güvenliği gibi nedenlere yönelik olan engellerdir.

- **Gönüllü İhracat Kısıtlamaları**: İhracat işlemi sonucu, ithalat yapan ülkenin piyasasında zarar oluşması halinde, mal ihracına yönelik sınırlamalar getirilir. Bu ihracat kısıtlamaları ithalatçı ve ihracatçı ülkenin anlaşmaları doğrultusunda belirlenen kısıtlamalardır.

- **İhracatın Özendirilmesi:** İhracatın arttırılmasına yönelik uygulamalardır. İhracatın arttırılmasına yönelik uygulamalar, gelişmiş ülkeler tarafından uygulandığı gibi gelişmekte olan ülkeler tarafından da uygulanmaktadır. İhracatın artması, özellikle dış pazarlara yeni açılan ülkeler açısından önemlidir. İhracatın özendirilmesi genellikle, ihraç edilecek malın üretiminde oluşan maliyetleri azaltmaya yöneliktir.

- **Bağlı Ticaret:** Döviz tasarrufu sağlanması, yerli üretim ihracatının gerçekleştirilmesi, yabancı sermaye yolu ile büyük sanayi tesislerine sahip olunması gibi nedenlerle uygulanır. Bağlı ticaret, genellikle ülkeler arasındaki anlaşmalara dayanır. Bağlı ticarette taraflardan biri devlet kuruluşu niteliğinde olmalıdır.

2.2. DEVLET YARDIMI KAVRAMI

Devlet yardımları büyüme, tam istihdam, dış ödemeler dengesi gibi makro hedefler ile sanayi, teknoloji, çevre, enerji ve sosyal politika hedeflerinin gerçekleşmesi amacıyla kullanılan bir ekonomik müdahale aracıdır. Devlet yardımları kapsamında kamu kaynakları kullanılır. Devlet yardımları belirli bir bölge, sektör, işletme veya işletme gurubuna yönelik kamu kaynaklarının aktarımıdır. Devlet yardımı, teşvik ve sübvansiyon kavramlarını kapsamaktadır.[53] Devlet yardımları kapsamında sübvansiyon verilmesi, doğrudan finansal destek verilmesi anlamındadır. Teşvik ise harcamaların doğrudan veya dolaylı olarak kısmen veya tamamen devlet tarafından karşılanmasıdır.[54]

Türkiye'de uygulanan devlet yardımlarında ülke sanayisinin korunması ve uluslararası rekabete hazır hale getirilmesi söz konusudur. Devlet yardımlarında açıklık ilkesi uygulanır. Bu kapsamda uygulamaların nasıl yapılacağı, uygulayıcının hangi kurum olduğu, destekten kimlerin yararlanabileceği ve verilen desteğin tutarı açıkça belirtilir.[55]

Devlet yardımları vergi istisnası veya muafiyeti, düşük faizli kredi imkanları, finansman imkanları veya hibe yardımı şeklinde olabilir. Bu kapsamda devlet yardımları doğrudan ekonomiye dahil olabilmektedir. Bu doğrultuda, devlet yardımlarının kısa vadede ekonomik etki yaratabilmesine imkan sağlanır.[56]

2.2.1. Sektörel Bazlı Devlet Yardımları

Devlet yardımlarında sektörel farklılıkların uygulanması bazı sosyal önceliklere dayanır. Örneğin işsizliğin yoğun olduğu bir ekonomide emek yoğun

---

[53] Erol Kutlu ve Canatay Hacıköylü, "Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Türkiye Ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Devlet Yardımları", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.7, S.1, 2007, s.368.
[54] Yaser Gürsoy, **Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi**, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, Ağustos 2009, s.27.
[55] İsmail Çiloğlu, "Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi", **Hazine Dergisi**, Ekim 1997, S.8, s.2-3.
[56] Çiloğlu (2000), s.29.

sektörlerin desteklenmesi ile sektörel bazlı devlet yardımları işsizliği önleyici bir nitelik kazanabilir. Bu tür uygulamalar, belirli bir süre ve sınırlamalar içerisinde gerçekleşir. Sektörel bazlı yardımlarda sektörlerin hangi dönemlerde desteklendiği de farklılıklar yaratabilir. Sektör, yatırım döneminde desteklenirse yatırım maliyetleri düşer. Sektör işletme döneminde desteklenirse, işletme maliyetleri düşecektir. Bu kapsamda belirli bir sektöre destek verilmesi, diğer sektörlerde rekabetçi dezavantaj yaratabilir.[57]

Teknoloji ve katma değer de sektörel devlet yardımı uygulamalarında dikkate alınır. Bilgi birikimi ve Ar-Ge çalışmaları kapsamında yeterli rekabet gücüne sahip olmayan sektörlere de destek verilebilir. Bu nedenle sektörel devlet yardımları ekonomik ve/veya sosyal açıdan istikrarsızlık yaratabilecek kadar önemli ve büyük sektörler için kullanılır.[58]

2.2.2. Ülkemizde, İhracatta Devlet Yardımlarının Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de verilen ilk ihracat teşviki 1940 yılında vergi istisnası şeklinde gerçekleşmiştir. Bu teşvik, 1956 yılına kadar devam etmiştir. 1960 ve 1980 dönemleri arasında ise ihracatta vergi iadesi uygulamaları kullanılmıştır. 1980 sonrası dönemde ihracata dayalı sanayileşme politikası, teşviklerin kapsamını değiştirmiştir.[59] Türkiye'de 1980 sonrası dönemde mal harekatının serbestliği ve ödemeler dengesi, sermaye hesabının serbestleştirilmesi ile ülke ekonomisinin ithalata olan bağımlılığı artmıştır. Mal ithalatının serbestleştirilmesinde sektörel ayrım söz konusu olmamıştır.[60]

1963 yılında beş yıllık kalkınma planı kapsamında ihracatın arttırılması önem kazanmıştır. Bu kapsamda ihraç mallarının uluslararası standartlara uygunluğunun

---

[57] Çiloğlu(2000), s.38-40.
[58] Çiloğlu(2000), s.41-42.
[59] Ahmet Aktürk, Hasan Şenol, "KOBİ'ler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi Ve Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Öneriler", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.15, S.2, 2010, s.377.
[60] B.Ali Eşiyok, "Türkiye Ekonomisinde Üretimin Ve İhracatın İthalata Bağımlılığı, Dış Ticaretin Yapısı: Girdi-Çıktı Modeline Dayalı Bir Analiz", **Uluslararası Ekonomi Ve Dış Ticaret Politikaları**, C.3, S.1-2, 2008, s.117-118.

sağlanması, ihraç malları için modern ambalaj tesisleri kurulması, kalite kontrol sisteminin geliştirilmesi, uluslararası boyutta pazar araştırması yapılması ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi, mamul ihraç ürünlerinden alınan tüm dolaylı vergilerin iade edilmesi, ihracatçılar ve ihracatçı birlikleri tarafından dış pazarlarda temsilcilikler kurulması ve fuarlara katılımın teşvik edilmesi, işlenmiş tarım ürünlerinin teşvik edilmesi, ihracat kredi ve sigorta sisteminin iyileştirilmesi, ihracı yasak mallar haricinde tüm malların ihracının serbest kılınması, ihracatçı birliklerine üye olma zorunluluğunun kaldırılması, ihracata yönelik denetimlerin miktar, fiyat ve kalite denetimleri ile sınırlandırılması, ihracatla ilgili bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması gibi uygulamalara yer verilmiştir.

1960'lı ve 70'li yıllarda Türkiye'de ithal ikamesi uygulamasına geçmiştir. 1973 yılında yaşanan petrol krizi, Türkiye'nin dış ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu dönemde ithalatı kontrol altında tutmak için miktar kısıtlamaları ve ithalata yönelik yasaklamalar uygulanmıştır. İhracata yönelik olarak da teşvik tedbirleri getirilmiştir.

1980 dönemiyle birlikte Türkiye'de dışa açık, liberal bir ekonomik politika izlenmeye başlamıştır. Bu dönemde, ihracatın teşvikine dayalı politika izlenmiştir. Ayrıca, dünya ekonomisi ile entegrasyon sağlanması amaçlanmıştır. Bu dönemde; ihracatta vergi iadesi, ihracat kredileri, ihracatta vergi, resim ve harç istisnası ile ihracata yönelik döviz kullanım kolaylıkları yeni mali teşvik tedbirleri olarak uygulaması başlatılmıştır. Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu ve Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu da ihracatın finansmanında kullanılmıştır.

1990'lı yıllarda KOBİ'ler önem kazanmıştır. SDTŞ'ler uygulanarak KOBİ'lerin dış ticarete yöneltilmesi amaçlanmıştır. 1987 yılında Türk Eximbank kurulmuştur. Bu kapsamda, ihracatı arttırmaya yönelik parasal ve nakdi teşviklerin yerine; ihracatın, kredi ve sigorta programlarıyla desteklenmesi uygulamasına geçilmiştir.[61]

[61] Öztürk, Sözdemir, Koçbulut, s.181-183.

11 Ocak 1995 tarihinde ihracata yönelik devlet yardımları başlatılmıştır. Bu kapsamda ihracat, uluslararası koşullara aykırılık teşkil etmeden teşvik edilmiştir.[62]

Uruguay Round Nihai Senedi kapsamında imzalanan ve Türkiye'nin de taraf olduğu DTÖ'nün Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Ödemeler Anlaşması'na göre ihracata yönelik sübvansiyon verilmesi yasaktır. Türkiye ve AB arasında imzalanan Gümrük Birliği'nin kurulmasına yönelik 6 Mart 1995 tarihli ve 1/95 sayılı ortaklık konseyi kararına göre ihracatın gerçekleşmesine yönelik verilen doğrudan parasal ödeme niteliğindeki ihracat performansına yönelik yardımlar 1994 yılı sonu ile yürürlülükten kaldırılmıştır.[63] Bu kapsamda Türkiye'de uygulanan ihracata yönelik devlet yardımları, uluslararası anlaşmalar doğrultusunda yürütülmektedir.

2.3. İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI, TÜRK EXİMBANK KREDİ VE SİGORTA PROGRAMLARI, DAHİLDE İŞLEME REJİMİ

2.3.1. Devlet Yardımlarından Yararlanmada Önceliğe Sahip İşletmeler

2.3.1.1. Türkiye'de KOBİ Tanımı ve KOBİ'lerin Genel Özellikleri

Türkiye'de KOBİ tanımına 18.11.2005 tarihli remi gazetede yer alan "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik" kapsamında yer verilmiştir. Bu tanıma göre KOBİ'lerin çalıştırdığı personel sayısı 250'den az olmalıdır. Yıllık net satış hasılatı ise 25 Milyon Türk Lirasını geçmemelidir.[64]

---

[62] Aktürk ve Şenol, s.379.
[63] Erol Kutlu, Canatay Hacıköylü,"Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Türkiye Ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Devlet Yardımları", **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.7, S.1, 2007, s.382
[64] KOSGEB Faaliyet Raporu, 2011, http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Baskanligimiz.aspx?ref=23, et.23.06.2012.

Tablo 2. 1. KOBİ Tanımı ve KOBİ'lerin Sınıflandırılması

Çalışan Sayısı	Sınıf	Yıllık Net Satış Hasılatı (TL)
0-9	Mikro	1.000.000
10-49	Küçük	5.000.000
50-249	Orta	25.000.000

Kaynak: KOSGEB Faaliyet Raporu, 2011

Tablo 2. 2. İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin ve Büyük Ölçekli İşletmelerin Katmadeğer Ve İstihdamdaki Payı

Çalışan Sayısı	Sınıf	Katmadeğer Payı	İstihdam Payı
0-9	Mikro	6	27
50-249	Küçük ve Orta	28	42
250 ve üzeri	Büyük	66	31

Kaynak: Zerrin Özbek, "KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisine Etkileri", Uluslararası Ekonomik Sorunlar, s.52 e.t. 17.7.2012
http://www.mfa.gov.tr/data/Kutuphane/yayinlar/EkonomikSorunlarDergisi/sayi31/Zerrin%20ozbek.pdf

Tablo 2.2'den de anlaşılabileceği üzere imalatçı KOBİ'lerin toplam istihdam içindeki payı, büyük ölçekli işletmelere göre daha fazladır. Ancak büyük ölçekli işletmelerin, KOBİ'lere göre daha yüksek katma değer payına sahip olduğu göze çarpmaktadır. Tablo 2.3'de belirtilen veriler, imalatçı işletmelerin büyük oranda mikro ölçekli KOBİ'lerden oluştuğunu göstermektedir. Yüksek katma değer payına sahip olan imalatçı büyük ölçekli işletmelerin de istihdam içerisindeki payının, mikro ölçekli KOBİ'lere göre daha fazla olduğu bu verilerde gözükmektedir.

Tablo 2. 3. İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren İşletmelerin Büyüklüklerine Göre Dağılımı

Çalışan Sayısı	**İşletme Sayısı**	**%**	**İstihdam**	**%**
1-9	245.789	90.2	588.317	27
10-49	21.236	7.8	444.694	20.3
50-150	3.499	1.3	298.009	13.6
151-250	875	0.3	168.317	7.7
250 ve üzeri	1.083	0.4	683.949	31.4
Toplam	272.482	100.00	2.183.286	100.00

Kaynak: Zerrin Özbek, "KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisine Etkileri", Uluslararası Ekonomik Sorunlar, s.51 e.t. 17.7.2012 http://www.mfa.gov.tr/data/Kutuphane/yayinlar/EkonomikSorunlarDergisi/sayi31/Zerrin%20ozbek.pdf

Tablo 2.3'deki veriler doğrultusunda ülkemizde faaliyet gösteren imalatçı KOBİ'ler değerlendirildiğinde, orta ölçekli KOBİ'lerin, toplam KOBİ istihdam payı içerisindeki düşüklüğü göze çarpmaktadır.

KOBİ'ler daha az yatırım ile daha çok üretim ve ürün çeşidi sağlayabilen işletmelerdir. Genellikle pazara yönelik üretim yapan büyük ölçekli işletmelerin stratejilerinden farklı olarak; KOBİ'ler, sipariş üzerine üretime yoğunlaşmıştır. Bu durum KOBİ'ler için stok maliyetini önemli ölçüde azaltmaktadır. KOBİ'ler talep ve teknoloji değişimine daha rahat uyum gösterebilirler. Ancak KOBİ'ler genellikle emek yoğun teknoloji kullanmaktadır. Bu durum emeğin ucuz olduğu ülkelerde avantaj oluşturmaktadır.[65]

KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelere göre daha küçük örgüt yapısına sahiptir. Bu kapsamda KOBİ'lerde iş bölümü daha kolay uygulanabilir. Uzman personel ve mali danışman istihdamında eksiklik çeken KOBİ'ler, genellikle profesyonel destek alamamaktadır. KOBİ'lerde stratejik kararlar işletme sahibi veya ortaklar tarafından

[65] Hakkı Mümin Ay, Esra Talaşlı, "Türkiye'de KOBİ'lerin İhracattaki Yeri Ve Karşılaştıkları Sorunlar", **Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, Mayıs 2007, s.177-178.

alınır. Alt düzey personelin iş süreçlerine tam katılımı sağlanamamaktadır. Büyük ölçekli işletmelere göre KOBİ'lerin faaliyet süresi daha kısadır.[66]

2.3.1.2. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri

SDTŞ'ler KOBİ'lerin ihracat sektörü için bir organizasyon altına toplanması, uluslararası pazarlara yönlenmesi ve ihracatta uzmanlaşması amacı ile uygulanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda kurulan işletmeler SDTŞ ünvanı alabilir. SDTŞ'ler kuruldukları yöreler bakımından farklılıklar göstermektedir. Normal yörelerde SDTŞ'ler, aynı üretim dalında faaliyet gösteren en az 10 KOBİ'nin bir araya gelmesi ve en az 500 Milyar TL sermayeli anonim şirket ünvanı ile kurulmalıdır. Bu kapsamda her bir ortağın sermaye payı, toplam şirket sermayesinin en fazla 10%'u tutarında olmalıdır. Kalkınmada öncelikli yörelerde ise aynı veya farklı üretim dallarında faaliyet gösteren en az 5 KOBİ'nin, en az 250 Milyar TL sermaye ile anonim şirket statüsünde kurulması gerekmektedir. Bu şekilde kurulacak SDTŞ'nin her bir ortağının sermaye payı, şirket sermayesinin en fazla 20%'si tutarında olmalıdır. Bu iki durum haricinde aynı üretim dalında faaliyet gösteren Üretici Dernekleri ve Üretici Birlikleri de anonim şirket şeklinde ve en az 500 Milyar TL sermaye ile kurulduğunda SDTŞ statüsü alabilir. SDTŞ statüsü için müracaat eden işletmelerin talepleri, DTM tarafından değerlendirilir.[67]

SDTŞ statüsü taşıyan işletmeler, fuarlara katılmak, faaliyet gösterdikleri sektörle ilgili pazar araştırması projesi yürütmek, DTM tarafından gerçekleştirilen ticaret heyeti programlarına katılmak ve dış ticaret, gümrük, teşvik mevzuatı vb. konularda seminer veya eğitim programı düzenlemek veya bu programlara katılmakla yükümlüdürler. SDTŞ'leri kuruldukları yıl hariç, takip eden takvim yılları içinde bu yükümlülüklerinin en az ikisini gerçekleştirmelidir.

SDTŞ'ler her yıl belirli bir oranda ihracat gerçekleştirmek zorundadır. Bu kapsamda normal yörelerde kurulan bir SDTŞ, kurulduğu yıl hariç takip eden her

[66] Ay ve Talaşlı, s.178.
[67] Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin 2004/4 Sayılı Tebliğ

takvim yılında 1 Milyon ABD Dolarını aşmamak üzere, faaliyet gösterdiği sektörün toplam ihracat hacminin en az 1%'i oranında ihracat yapmalıdır. Kalkınmada öncelikli yörelerde kurulan SDTŞ'ler ise kuruldukları yıl hariç, müteakip takvim yılı içinde en az 400.000 ABD Doları, takip eden her takvim yılı içinde de en az 750.000 ABD Doları tutarında ihracat gerçekleştirmelidir. Bu yükümlülük Üretici Dernekleri ve Üretici Birlikleri dahilinde kurulacak SDTŞ'ler için de geçerlidir. SDTŞ'ler bu yükümlülükleri yerine getirmezse ünvanlarını kaybederler.[68]

SDTŞ'leri ile sürekli ihracat yapan bir KOBİ birliği sağlanmak istenmektedir. Bu kapsamda ihracatta sektörel bazda gelişmiş, bilgi birikimine sahip ve dış pazarları yeterli düzeyde tanıma gücüne kavuşmuş bir yapı oluşturmak amaçlanmaktadır. SDTŞ uygulaması KOBİ'lere yönelik olarak uygulanmaktadır. Bu uygulamanın nedeni KOBİ'lerin genel özelliklerinden ve Türkiye ekonomisinde geniş bir yere sahip olmasından kaynaklanmaktadır.

2.3.1.3. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri

DTSŞ'leri de, SDTŞ'ler gibi ihracata yönelik devlet yardımlarında önceliğe sahiptir. Bir işletmenin DTSŞ ünvanı alması için en az 2 Milyon TL ödenmiş sermaye ile kurulması gerekmektedir. Bu işletmelerin başvuru yılından bir önceki takvim yılında en az 100 Milyon ABD Doları veya bu tutar değerinde ihracat yaptığı gümrük beyannamesinde görünmelidir. Ayrıca, DTSŞ'ler anonim şirket statüsü taşımalıdır. Gereken koşulları sağlayan işletmeler bu ünvanı elde etmek için DTM'ye başvuru yaparlar. DTSŞ ünvanı DTM tarafından verilir.[69]

[68] Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin 2004/4 Sayılı Tebliğ
[69] Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsüne İlişkin Tebliğ 2004/12

2.3.2. Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Yardımları

2.3.2.1. Ar-Ge Yardımı

Ar-Ge Yardımı'nın amacı, sanayi kuruluşlarının Ar-Ge projelerine sermaye desteği sağlamaktır. Sanayi kuruluşları kapsamında, işletme büyüklüğüne önem verilmeden, işletme düzeyinde katma değer oluşturabilen bütün kuruluşlara yönelik olarak Ar-Ge yardımı verilebilmektedir. Bu projelere ilişkin giderler hibe yolu ile DFİF'den sağlanmaktadır. Bu destekle ilgilenen müsteşarlık, DTM'dir. Uygulamacı kuruluş ise TTGV'dir. Ar-Ge yardımı, yeni bir ürün elde edilmesi, ürün kalitesinin veya standartlarının arttırılması, yeni üretim tekniklerinin ve teknolojilerinin geliştirilmesi veya üretim maliyetinin azaltılabilmesi kapsamındadır.

Bu destek kapsamında kavram geliştirme, teknolojik ve teknik fizibilite çalışmaları, kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan çalışmalar, tasarım çalışmaları, prototip üretimi, pilot tesisin kurulması, deneme üretimi, patent ve lisans çalışmaları, satış sonrası ürün tasarımından kaynaklı sorunların çözümüne ilişkin faaliyetler desteklenir. Bu projeler, Türkiye'nin mevcut sanayi yapısı, teknoloji ve iş gücü birikimi ile uluslararası kapsamda rekabetçi üstünlük oluşturulmasını temel almaktadır.

Stratejik Odak Konuları Projeleri de bu destek kapsamında yer almaktadır. Bu projeler, Ar-Ge faaliyetlerinin hangi alanlarda yürütülmesi gerektiği ve Ar-Ge faaliyetlerinin Türkiye'de geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için gereken unsurları tespit eden projelerdir. Ar-Ge desteği kapsamında projelerin önerilmesi, değerlendirilmesi, desteklenmesi, izlenmesi ve yürütülmesi ile ilgili tüm yazışma ve raporlar gizli tutulmaktadır.[70]

İşletmelerin Ar-Ge ile ortaya çıkardığı teknoloji, teknik üretim yapabilme ve bu üretimin gerçekleşmesini sağlayacak gerekli makine, teçhizat ve diğer

[70] Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ, 98/10, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

malzemeleri geliştirebilme bilgisine sahip olabilmelerine yöneliktir. İşletmelerin gerçekleştireceği yenilik ise bir fikri satılabilir, yeni veya geliştirilmiş bir yöntem haline getirmesidir. İşletmenin üründe gerçekleştireceği yenilik ise yeni bir teknolojiye sahip olan veya önceki haline göre içerdiği malzemeleri, parçaları ve işlevi açısından teknolojik farklılığa sahip olması gerekmektedir. İşletmenin üretim yönteminde gerçekleştireceği yenilik ise geleneksel yöntemler dışında üretilen, yeni bir ürünün veya geliştirilmiş bir ürünün üretilmesinde veya halen üretilmekte olan ürünlerin üretilmesi için kullanılan yöntemleri de kapsamaktadır. Bu destek kapsamında sadece teknoloji transferinden oluşan projeler desteklenmez. Lisans veya know-how satın alınmasını içeren projelerde bir ürün veya sistem oluşturulmalı veya geliştirilmelidir.[71]

Ar-Ge yardımı, işletmelerin kabul edilen Ar-Ge projeleri kapsamında, projenin uygulanması için gereken masraflara %50'ye kadar destek sağlamaktadır. Projeyi bitirebilmek için gereken masrafların kalan kısmı işletme tarafından sağlanır. İşletmelerin Ar-Ge desteği alabilmesi için söz konusu harcamaları ölçülebilir nitelikte olmalı ve faturalandırılmalıdır. Destek alacak olan işletmelerin projelerinin desteklenmesine ve izlenmesine yönelik olan masraflar DTM onayı ile DFİF'den karşılanmaktadır. Bu kapsamda değerlendirme masrafı olarak 1.500 ABD Doları alınmaktadır. Projeler 12 ayı aşmadığı zaman 3.000 ABD Doları izleme masrafı olarak alınmaktadır. 12 ayı aşan projelerde ise 6.000 ABD Doları izleme masrafı olarak alınır. Değerlendirme ve izleme masraflarının haricinde kabul edilen Ar-Ge projesine ait bütçenin %3'ü oranında bir pay da TTGV'nin diğer masraflarını karşılamak amacıyla işletme tarafından ödenir. Projenin bitimi ile alınan patent ve projenin uygulanması ile elde edilen kar ve diğer gelirler, (TTGV'ye proje sözleşmesi kapsamında belirtilen hükümler haricinde) işletmeye aittir.[72]

Sermaye katılımı ile desteklenecek olan Ar-Ge projelerinin süresi iki yılı aşamaz. Bu kapsamda sağlanacak sermaye desteği de 1 Milyon ABD Dolarını geçemez. Stratejik Odak Konuları Projeleri ise bir yıl süreyi aşamaz ve sağlanan

[71] Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ, 98/10, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.
[72] Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ, 98/10, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

destek tutarı da azami 100.000 Amerikan Dolarıdır. Stratejik Odak Konuları Projelerine ait tüm giderler de destek ile karşılanmaktadır.[73]

Ar-Ge desteği ile yeni ürün, kalite arttırıcı faaliyetler, yeni teknolojinin elde edilmesi ile yeni üretim tekniği ve üretim maliyetini azaltacak etkisi olan faaliyetlere yönelik olarak destek verilmektedir. Bu kapsamda destek yeniliğin veya teknolojinin kavram olarak geliştirilmesinden, deneme üretiminin gerçekleştirilmesi ve patent veya lisansının alınmasına kadar olan sürece dayanmaktadır. Ar-Ge desteğinde işletmelerin niteliklerine yönelik bir ayrım veya öncelik istisnası yoktur.

2.3.2.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

Bu desteğin amacı, çevre, kalite ve insan sağlığı ile mal güvenliğine yönelik olarak düzenlenen belgelerin ve işaretlerin Türkiye'de ticari ve sınai faaliyette bulunan işletmeler, tarım ve yazılım sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, DTSŞ'ler ve SDTŞ'ler tarafından kazanılması kapsamında yapılacak olan harcamaların belirli bir bölümünü DFİF'den karşılamaktır. Bu destek tarım ürünlerine ait laboratuar analizleri de kapsamaktadır.[74]

Bu destek kapsamında işletmelerin ISO 9000 serisi kalite güvence sistemi belgeleri, ISO 14000 çevre yönetim sistemi belgeleri, CE işareti ve ISO 22000 gıda güvenliği yönetimi sistemi belgelerini alabilmesi için belgelendirme masrafları destek kapsamındadır. Ayrıca işletmelerin ihracat yapabilmeleri için ülke pazarlarına ait zorunlu giriş belgelerine ait belgelendirme masrafları ile olumlu sonuçlanma kaydı altında tarım ürünlerine ait laboratuar analiz raporları ve tarım ürünlerine ait belgelendirme işlemleri de belgelendirme masrafları adı altında karşılanmaktadır. Belirtilen belgelere ve laboratuar analiz raporlarına ilişkin belgelendirme masrafları %50 oranında desteklenmektedir. Her belge veya analiz raporu da 25.000 ABD Dolarından fazla desteklenmez. Bu destek kapsamında ödemenin yapılacağı

[73] Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ, 98/10, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.
[74] Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ 97/5, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu

işletmeler ve ödeme yapılacak miktar ile ilgili incelemeyi DTM yapmaktadır. Bu destek kapsamında ortaya çıkarılan belgelere ait giderler DFİF'den ödenir.[75]

Bu destek ile Türk işletmelerinin uluslararası pazarlara girişlerine ve rekabet etmelerine yardımcı olabilecek nitelikteki belgelerin ve raporların elde edilmesi kolaylaştırılmaktadır. Bu kapsamda belgelendirme masraflarının karşılanması desteklenmektedir. Bu destek kapsamında işletme büyüklüğüne göre bir ayrım yoktur.

2.3.2.3. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

Bu desteğin amacı, Türkiye'de sınai ve ticari faaliyette bulunan işletmeler, döviz kazandırıcı hizmet veya faaliyetlerle ilgilenen işletmeler ile işbirliği kuruluşları ve organizatör kuruluşların, pazar araştırması ve pazara giriş faaliyetlerine yönelik giderlerin desteklenmesidir.

Destek kapsamında belirtilen işbirliği kuruluşları, Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, İl Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Organize Sanayi Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile imalatçılar tarafından kurulan dernek, birlik ve kooperatiflerden oluşmaktadır. Organizatör kuruluşlar ise DTM'nin koordinasyonu kapsamında faaliyet gösteren sektörel ticaret heyeti veya alım heyeti organizasyonu yapan işbirliği kuruluşlarıdır. Bu destek kapsamında meydana gelen giderler DFİF'den karşılanmaktadır. Bu destek, yurt dışı pazar araştırması desteği, pazara giriş desteği, sektörel ticaret heyeti, alım heyeti programları desteği ve e-ticaret sitelerine üyelik desteği kapsamında verilmektedir.[76]

[75] Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ 97/5, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu
[76] Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ, 2011/1, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

2.3.2.3.1. Yurt Dışı Pazar Araştırması Desteği

Bu destek kapsamında işletmelerin gerçekleştireceği yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler %70 oranında desteklenmektedir. Her yurt dışı pazar araştırması gezisine verilen destek 7.500 ABD Doları'nı aşmamaktadır. Her takvim yılı kapsamında, her bir işletme için 10 yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenmektedir. Ayrıca her bir yurt dışı pazar araştırması gezisi kapsamında en fazla iki işletme personelinin ulaşım ve konaklama giderleri de desteklenmektedir. Bir takvim yılı içerisinde aynı ülkeye yönelik olarak en fazla 2 yurt dışı pazar araştırması gezisine destek verilmektedir. Yurt dışı pazar araştırması gezisi coğrafi konumu birbirine yakın olan en fazla üç ülkeyi kapsayabilir. Bu desteğin verilmesinde, işletmelerin pazar araştırmasını amaçlaması şarttır.

2.3.2.3.2. Pazara Giriş Desteği

İşletmelerin ve işbirliği kuruluşlarının uluslararası pazarlara giriş stratejilerini ve eylem planlarını oluşturabilmesi amacıyla uluslararası kuruluşlara yaptırılan ve satın alınan sektör, ülke, yabancı işletmeler veya marka odaklı raporlar ile yabancı işletmelerin alımlarına yönelik danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin karşılanmasıdır. Bu kapsamda işletmeler %60 oranında ve işbirliği kuruluşları %75 oranında desteklenmektedir. Verilecek olan destek 200.000 ABD Doları'nı aşamaz. Bu destek kapsamında alınacak olan raporlar, alım tarihi itibariyle en fazla 2 yıllık olabilir.[77]

2.3.2.3.3. E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği

Bu destek, işletmelerin nihai tüketicilere yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderlerini %70 oranında desteklemektedir. Verilecek destek yıllık 100.000 ABD Doları'nı aşamaz. Destek kapsamında, işletmeler en fazla 5 e-ticaret sitesine

[77] Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ, 2011/1, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

üye olabilir ve 3 yıl boyunca yararlanabilir. Ayrıca bu desteğin alınabilmesi için işletmeler en az bir yabancı dilde ticari faaliyetleriyle ilgili internet sitesine sahip olmalıdır. İşletmelerin e-ticaret sitelerinde yer alan site içi reklamları ve reklam bandları destek kapsamı dışındadır.[78]

Pazar araştırmasına yönelik destek üç bölümden oluşmaktadır. Bu kapsamda yurt dışı pazar araştırması desteği, pazara giriş desteği ve e-ticaret sitelerine üyelik desteği doğrudan işletmelere yönelik olarak verilmektedir. Bu destek işletmelere kendi imkanlarıyla gerçekleştirebilecekleri pazar araştırmaları haricinde yabancı kuruluşlardan satın alınacak rapor ve danışmanlık hizmetlerinde de maliyet düşürecek niteliktedir. Ayrıca işletmelerin e-ticaret uygulamalarına yönelik maliyet düşürücü destekler de pazar araştırması ve pazara giriş desteği doğrultusunda yer almaktadır. Bu destek kapsamında işletmelere en fazla teşvik tutarı pazara giriş desteği ile sağlanmaktadır.

2.3.2.4. İstihdam Yardımı

İstihdam yardımı, SDTŞ ünvanına sahip olan işletmelerin dış ticaret faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri için gerekli kalifiye personel istihdamı ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla verilmektedir. İstihdamı sağlanacak personel yönetici olarak görev aldığında, yıllık brüt maaşının %75'i karşılanmaktadır. Karşılanacak toplam yıllık brüt maaş tutarı 18.000 ABD Doları'nı aşamaz. Diğer personele ait yıllık brüt maaşlarında %75'i karşılanmaktadır. Bu doğrultuda karşılanacak toplam yıllık brüt maaş tutarı 9.000 ABD Doları'nı aşamaz. Bu yardım kapsamında her bir SDTŞ'ye en fazla bir yönetici ve iki yönetici olmayan personel için destek verilmektedir. Her bir SDTŞ'ye bu destek bir defa sağlanmakta olup; bir yıl süreyle geçerlidir. İstihdam yardımında DTM, talepleri değerlendirme ve uygulama konusunda yetkili kuruluştur.[79]

[78] Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ, 2011/1, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.
[79] İstihdam Yardımı Hakkında Tebliğ, 2000/1, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

Bu destek ile kalifiye dış ticaret personeli istihdamında, personel giderleri bir yıl süre ile karşılanmaktadır. Bu yardım sadece SDTŞ'lere yönelik olarak verilmektedir.

2.3.2.5. Tasarım Desteği

Bu destek ile amaçlanan Türkiye'de tasarım kültürünü oluşturmak ve yaygınlaştırmaktır. Bu kapsamda tasarım desteği endüstriyel ürün veya moda tasarımı alanlarında faaliyet gösteren tasarımcı işletmeler ile tasarım ofisleri, tasarım dernek ve birliklerine verilmektedir. Bu destek kapsamında tanıtım, reklam, pazarlama, istihdam, danışmanlık harcamaları ile yurt dışında açılan birimlere ait giderler DFİF'den karşılanmaktadır. Tasarım desteğine ayrılan bütçe yıllık 12 Milyon ABD Doları'nı geçememektedir. Tasarım desteğinden yararlanan tasarımcı işletmeler ve tasarım ofisleri destek aldıkları süre boyunca Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi ve Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi konulu ihracata yönelik devlet yardımlarından yararlanamazlar. Ayrıca Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği'nden yararlanan tasarımcıların, bu destekten yararlanması mümkün değildir. Bu destek kapsamında yer alan tasarımcı işletmelerin endüstriyel ürün veya moda tasarımı alanında faaliyet göstermesi gerekmektedir. Tasarım ofisleri ise sadece tasarım hizmeti ve/veya danışmanlığı kapsamında faaliyette bulunan ve bünyesinde en az üç adet tasarımcı bulunan işletmelerdir.[80]

2.3.2.5.1. Tasarımcı İşletmelere Verilen Destekler

Tasarım faaliyetiyle uğraşan işletmelerin yurt dışında tanıtımlarının gerçekleşmesi ve markalaşma faaliyetlerinin sürdürülebilmesi amacıyla, yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilecek reklam, tanıtım ve pazarlama gibi faaliyetlerine ilişkin giderler %50 oranda desteklenmektedir. Bu kapsamda verilecek destek yıllık

[80] Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

300.000 ABD Doları'nı aşamaz. Bu işletmelerin yurt dışında açacakları birimlere ait demirbaş ve dekorasyon giderleri %50 oranda desteklenmektedir. Verilecek desteğin tutarı da yıllık 100.000 ABD Doları'nı aşamaz. Yurt dışında açılacak birimlere ait kira giderleri ile bu birimlerin kiralanmasına ait danışmanlık giderleri ve vergi/resim/harç giderleri %50 oranda desteklenmektedir. Bu kapsamda verilen destek de yıllık 200.000 ABD Doları'nı aşamaz. Tasarımcı işletmelerin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tescili kapsamındaki harcamaları %50 oranda ve 50.000 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir. İstihdam edilen tasarımcıların da brüt maaş giderleri %50 oranda ve yıllık 150.000 ABD Dolarını aşmayacak şekilde desteklenmektedir. Tasarımcı işletmelerin kurumsal kimlik oluşturması, stratejik boyutta yapılandırılması, kalite kontrol sistemi oluşturulması, numune tesis yapılandırılması, moda ve trendler, ürün ve ambalaj tasarımı, stratejik pazarlama, perakende operasyonlar, kurulması, mağaza açılması ve işletilmesi, uluslararası ihracat ve hukuk gibi unsurlara ait danışmanlık giderleri ile satın alacakları veya kiralayacakları yazılım ürünlerinin lisansları, devreye alınması, iyileştirilmesi ve idamesi için yapacakları danışmanlık, eğitim ve dış kaynak kullanımı harcamaları %50 oranında ve yıllık 200.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde desteklenmektedir.[81]

2.3.2.5.2. Tasarım Ofislerine Verilen Destek

Tasarım ofislerinin doğrudan tasarım hizmetleri ve/veya danışmanlık faaliyetleri kapsamında yurt dışı pazarlarında tanınması ve markalaşmasına yönelik yurt dışında gerçekleştirdikleri reklam, tanıtım ve pazarlama gibi faaliyetleri %50 oranda desteklenmektedir. Verilen destek tutarı 150.000 ABD Doları'nı aşamaz. Yurt dışında açacakları birimlere ait dekorasyon giderleri %50 oranda ve yıllık 150.000 ABD Doları'na kadar, kira giderleri ile açılacak birimlerin danışmanlık giderleri ve vergi/resim/harç giderleri %50 oranda ve yıllık en fazla 100.000 ABD Doları kadar desteklenmektedir. Tasarım ofislerinin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tescili kapsamında meydana gelen harcamaları ve markalarının yurtdışında tescil

[81] Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

edilmesi ile korunmasına ilişkin giderleri %50 oranda ve yıllık 50.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde destek verilmektedir. Tasarım ofislerinin istihdam edeceği tasarımcıların brüt maaş giderleri %50 oranda ve yıllık 50.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde desteklenir. Tasarımcı ofislerin kurumsal kimlik oluşturması, stratejik boyutta yapılandırılması, moda ve trendler, stratejik pazarlama gibi unsurlara at danışmanlık giderleri ile satın alacakları veya kiralayacakları yazılım ürünlerinin lisansları, devreye alınması, iyileştirilmesi ve idamesi için yapacakları danışmanlık, eğitim ve dış kaynak kullanımı harcamaları %50 oranda ve yıllık 100.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde desteklenmektedir.[82]

Tasarım, işletmelerin inovasyon gerçekleştirebileceği ve kalite olgusu yaratabileceği bir faaliyettir. Bu kapsamda verilen destek tasarım yapan işletmelere ve tasarım ofislerine yöneliktir. Tasarım desteği ile tasarımcı işletmelerin pazarlama, tanıtım, patent marka tescili, istihdam edilen personelin maaşları, eğitim ve danışmanlık harcamalarını kısmi olarak karşılamaya yöneliktir. Destek kapsamında yalnızca tasarım hizmeti veya danışmanlığı faaliyetinde bulunan işletmeler de aynı konularda ve daha düşük tutarlarda desteklenmektedir.

2.3.2.6. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Bu destek Türkiye'de faaliyet gösteren işletmeler ile üretici ve imalatçı organizasyonlarının yurt dışı fuarlarına katılımları ve sektörel niteliğe sahip uluslararası fuarlara yapacakları bireysel katılımları kapsamında meydana gelen harcamaların DFİF'den karşılanmasını amaçlamaktadır.[83]

2.3.2.6.1. Yurt Dışı Fuarlarda Katılımcıların Desteklenmesi

Bu destek kapsamında katılımcı işletmelerin organizatörlere ödeyeceği katılım bedeli ve bu işletmelerin fuar standlarında görev yapacağı 2 personele ait

[82] Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.
[83] Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 2009/5, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

ulaşım masrafları %50 oranda desteklenerek işletmelere geri ödenmektedir. İşletmelerin katılacağı genel nitelikli yurt dışı fuarları Milli Katılım veya Türk İhraç Ürünleri fuarı kapsamında ise 10.000 ABD Dolarını geçmeyecek tutarda destek sağlanır. Fuarlar, sektörel nitelikte ve Milli Katılım, Yabancı Firma Katılımlı Sektörel Fuar veya Sektörel Türk İhraç Ürünleri Fuarı kapsamında ise 15.000 ABD Dolarını geçmeyecek tutarda destek sağlanmaktadır. SDTŞ'ler ile gen mühendisliği, biyoteknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, nano teknolojisi, teknik tekstil, donanım, yazılım, bilişim ve elektronik konularında üretim yapan işletmelere ait katılım bedelinin %75'ine yönelik destek verilmektedir. Ayrıca üretici/imalatçı organizasyonlarının katılacağı yurtdışı fuarlara katılım bedeli de %75 oranda desteklenmektedir.

Yurt dışı fuarlara katılan işletmelerin tesis imalatı, makine, yat imalatı ve otomotiv ana sanayi sektöründe faaliyet göstermesi durumunda fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısımlarına ilişkin giderler %50 oranda ve 10.000 ABD Doları'nı geçmeyecek şekilde desteklenir. İşletmeler doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, beyaz eşya ve halı sektöründe faaliyet gösterdiği durumda, fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısımları %50 oranda ve 6.000 ABD Doları'nı geçmeyecek tutarda destek verilmektedir.[84]

2.3.2.6.2. Yurtdışı Fuarlara İlişkin Organizatör Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

DTM'nin görevlendirdiği organizatörlerin yurt dışı fuarlarda Türk ihraç ürünlerini tanıtmak amacıyla gerçekleştirdiği seminer, duyuru, reklam ve broşür harcamaları desteklenmektedir. Katılımcılara kiralanacak toplam fuar alanlının %15'inden fazla olmayan alanlarda gerçekleşecek faaliyetlere yönelik giderler de bu destek kapsamında karşılanmaktadır. DTM'nin görevlendirdiği organizatörlerin yurt dışı fuarlarda gerçekleştireceği fuar kapsamında tüm işletmelere ait toplam katılım

[84] Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 2009/5, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

bedeli %25'ini geçmemek üzere desteklenmektedir. Bu kapsamda düzenlenen yurt dışı fuar genel nitelikli ise 80.000 ABD Doları, sektörel nitelikli ise 120.000 ABD Dolarına kadar %75 oranda desteklenir. Sektörel Türk İhraç Ürünleri Fuarları ve sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara milli katılım gerçekleştiğinde, fuara konu olacak sektörün tanıtımına yönelik giderler %75 oranda ve 80.000 ABD Doları'na kadar destek sağlanmaktadır.[85]

2.3.2.6.3. Sektörel Nitelikteki Uluslararası Fuarlara Bireysel Katılımların Desteklenmesi

İşletmelerin uluslararası fuarlara bireysel olarak katılım gösterdiği durumlarda, ödeyeceği stand kirası, nakliye harcamaları ve bu standlarda görev yapacak en fazla 2 personelin ulaşım giderleri %50 oranda desteklenmektedir. Bu kapsamda verilen destek 15.000 ABD Doları'ndan fazla olamaz. Bireysel katılım sektörel nitelikli fuarlar kapsamında gerçekleştiğinde ve tesis imalatı, makine, yat imalatı ile otomotiv yan sanayi sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeler tarafından katılım gösterildiğinde desteklenmemiş fuar nakliye masrafları %50 oranda ve 10.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde desteklenir. İşletmeler doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, beyaz eşya, mücevherat ve halı sektöründe faaliyet gösteriyorsa verilen destek %50 orandadır ve 6.000 ABD Doları'nı geçemez. Bireysel katılım SDTŞ'ler tarafından gerçekleşirse kira ve nakliye harcamaları %75 oranda desteklenir. Bu kapsamda verilen destek tutarı da 15.000 ABD Doları'nı geçemez. Gen mühendisliği, biyoteknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri gibi ileri teknolojinin yoğun olduğu sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler ile üretici/imalatçı işletmelerin kira ve nakliye harcamaları %75 oranda desteklenmektedir ve verilen destek tutarı 15.000 ABD Doları'nı geçemez.[86]

Yurt dışı fuarlara katılımın sağlanması, ihracatçı işletmeler açısından ürünlerini tanıtma, faaliyet gösterdikleri sektör hakkında bilgi toplama ve yeni

[85] Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 2009/5, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.
[86] Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 2009/5, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

müşteriler elde etmek açısından önemlidir. Bu kapsamda verilen devlet yardımı ile işletmelerin yurt dışı fuarlara katılımına yönelik katılım bedeli, personel masrafları, kira ve nakliye gibi harcamaları kısmen karşılanmaktadır. Bu destek kapsamında SDTŞ'ler ve yüksek teknolojik yapıya sahip sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere daha fazla destek oranı sağlanmaktadır.

2.3.2.7. Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality

Bu desteğin amacı, Türkiye'de ticari veya sınai faaliyette bulunan işletmelere ait ürünlerin markalaşması için gerçekleştirecekleri faaliyetlere konu olan giderlere ilişkin harcamaların DFİF'den karşılanmasıdır. Ayrıca Türk markalarının pazara giriş ve tutundurma faaliyetlerine yönelik gerçekleştireceği her türlü faaliyet ve organizasyonlara ilişkin giderler ile olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesine yönelik yurt içi ve yurt dışında gerçekleştirilecek her türlü harcamalar da desteklenmektedir.[87]

2.3.2.7.1. Marka Destek Programı Kapsamına Alınan İşletmelerin Desteklenmesi

Bu destek kapsamında işletmelerin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile destek kapsamına alınan markaların tescili ve korunmasına ilişkin gerçekleşen giderler %50 oranda desteklenmektedir. Verilecek destek yıllık 50.000 ABD Dolarını aşamaz.

İşletmelerin stratejik iş planlarında hedef pazarlar olarak belirtecekleri ülkelerde destek kapsamında bulunan markaları ile ilgili olarak gerçekleştirecekleri tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerine yönelik harcamaları yıllık 300.000 ABD Dolarını aşmayacak şekilde %50 oranda desteklenmektedir. Bu markalara verilen desteklere ek olarak, işletmelerin açtıkları ve/veya açacakları yurt dışı birimlerine

[87] Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

ilişkin brüt kira ile vergi/resim/harç, komisyon, hizmet, alınan birimlerin kiralanmasına yönelik hukuki danışmanlık giderleri ile bu birimlerin işletilmesi için gereken ve banka tarafından belirlenen temel kurulum giderleri %50 oranda desteklenir. Bu kapsamda verilen destek yıllık 500.000 ABD Dolarını aşamaz.

İşletmelerin stratejik iş planlarında hedef pazarlar olarak belirtecekleri ülkelerde destek kapsamında bulunan markalarına yönelik olarak mağaza/lokanta/kafe açılması amacı ile gerçekleştirdikleri uygun mahal araştırmasına yönelik danışmanlık ile yerel vergi, resim ve harçlar %50 oranda ve yıllık azami 400000 ABD Doları tutarında desteklenmektedir. Bu destek işletmelerin açtıkları veya açacakları mağaza/lokanta/kafelere ilişkin konsept mimari çalışmaları ve dekorasyon giderlerini de kapsamaktadır. İşletmelerin hedef pazarlar olarak belirledikleri ülkelerde destek kapsamında bulunan markalı ürünlerin satışı için açtıkları ve/veya açacakları showroomlar ile farklı markaların satıldığı showroom, reyon, kiosk gibi tahsis edilmiş satış alanlarında yer alan ürünlerine ait dekorasyon, brüt kira ile vergi/resim/harç ve/veya komisyon harcamaları %50 oranda desteklenmektedir. Bu kapsamda verilen destek yıllık 200.000 ABD Dolarını geçemez.[88]

İşletmelerin çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik olarak mevzuata uyum sağlayabilmesi amacıyla mağaza/lokanta/kafe açılışı ve işletilmesi için gerçekleştirecekleri kalite, hijyen ve çevre belgeleri gibi konulara ilişkin tüm giderleri %50 oranda desteklenmektedir. Bu kapsamda verilen destek tutarı yıllık 50.000 ABD Dolarını geçemez.

İşletmelerin destek kapsamında bulunan markalarını ile ilgili franchise vermesi durumunda yurt dışında açılacak ve faaliyete geçecek yıllık en fazla on mağaza desteklenir. Bu kapsamda dekorasyon harcamaları mağaza başına %50 oranda ve 50.000 ABD Dolarını aşmayacak şekilde desteklenmektedir. Kira giderleri ise mağaza başına %50 oranda desteklenir. Ayrıca bu destek iki yıl boyunca uygulanır ve 100.000 ABD Dolarını aşamaz.

---

[88] Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

İşletmelerin kurumsal kimlik oluşturması, kalite kontrol sistemi oluşturması gibi konularda alacakları danışmanlık giderleri ile Bilgisayarlı Tasarım, Kurumsal Performans Yönetimi ve Perakende Yönetimi gibi bilgi yönetimi konularında satın alacakları veya kiralayacakları yazılımlara ilişkin giderler %50 oranda desteklenmektedir. Desteğe, yazılımların iyileştirilmesi ve idamesi için yapılacak danışmanlık, eğitim ve dış kaynak kullanımı harcamaları da dahildir. Bu kapsamda verilen destek yıllık 500.000 ABD Dolarını geçemez.[89]

2.3.2.7.2. Turquality Programı Kapsamında Bulunan İşletmelerin Desteklenmesi

Turquality programına dahil olan işletmelere verilen destek oranı %50'dir. Bu program kapsamında işletmelerin, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tescili ile Turquality sertifikası bulunan markaların yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderlerine destek verilmektedir. Bu destek kapsamında çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik giderler ile endüstriyel/moda tasarımcısı ve aşçı/şef kapsamında bulunan personel giderleri de desteklenmektedir.

Turquality sertifikası olan markaların, işletmelerin belirlediği hedef pazarlarında gerçekleştireceği reklam, tanıtım, halkla ilişkiler, sponsorluk, pazar araştırması ve doğrudan pazarlama gibi konulara yönelik giderleri destek kapsamındadır. Hedef pazarlarda işletmelerin uygun mahal araştırmalarına yönelik danışmanlık, mimari, dekorasyon, brüt kira, vergi/resim/harç ve hizmet harcamaları ile ofis, depo, showroom ve satış sonrası servis birimlerine ait komisyon giderleri ve DTM'nin belirlediği temel kurulum giderleri desteklenmektedir. Ayrıca, farklı markalı ürünlerin satıldığı showroom ve mağaza gibi alanlarda işletmelerin kiralayacakları kiosk ve stand gibi yerlere ilişkin kira, dekorasyon, hizmet ve komisyon harcamaları da destek kapsamındadır. Turquality programına dahil olan işletmelerin kurumsal kimlik oluşturması, kalite kontrol sistemi oluşturması gibi konularda alacakları danışmanlık giderleri ile bilgisayarlı tasarım, kurumsal performans yönetimi ve perakende yönetimi gibi bilgi yönetimi konularında satın

[89] Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

alacakları veya kiralayacakları yazılımlara ilişkin giderler %50 oranda desteklenmektedir. Turquality programına dahil olan işletmelerin franchise vermesi durumunda yurt dışında açılacak ve faaliyete geçirilecek olan mağazaların dekorasyon ve kira giderleri de destek kapsamındadır.[90]

2.3.2.7.3. Turquality Programının Desteklenmesi

Turquality programı %100 oranda desteklenmektedir. Turquality programı için ayrılan bütçe ise yıllık en fazla 35 Milyon ABD Dolarıdır. Bu tutar kapsamında marka ve Turquality programına dahil edilmiş veya edilecek olan işletmelerin iş yönetimi kalitesi, markalaşma potansiyellerinin belirlenmesi, performanslarının izlenmesi gibi konular ile Turquality programı kapsamında yapılacak faaliyetlere ilişkin tüm denetim ve danışmanlık giderleri desteklenmektedir. Marka ve Turquality destek programı kapsamında bulunan işletmelerin, ürün ve üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, operasyonel mükemmellik, stratejik planlama, pazarlama ve markalaşma gibi konularda gerçekleştirecekleri eğitim, seminer ve danışmanlık gibi faaliyetleri de destek kapsamında yer almaktadır.

Turquality programı kapsamında gerçekleştirilen pazara giriş, iletişim stratejisi, Türk Malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla gerçekleştirilecek halkla ilişkiler faaliyetleri ve Türk markalarının pazara girişi gibi konular oluşturacağı giderler de %100 oranda desteklenir. Turquality programının kurumsallaştırılması ve program kapsamında yapılacak personel istihdamı ve eğitimine ilişkin harcamalar da bu destek kapsamındadır. Ayrıca, Turquality programına ait stratejinin güncellenmesi, yenilenmesi, geliştirilmesi, uygulanması ve program kapsamında yapılacak stratejik çalışmalar ile bu konularda satın alınacak danışmanlık giderleri de desteklenmektedir.[91].

Bu destek ile Türk işletmelerinde uluslararası boyutta rekabet edebilecek güçlü markalar oluşturmaları amaçlanmaktadır. Bu kapsamda tanıtım, pazar

[90] Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.
[91] Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

araştırması, reklam ve pazarlama faaliyetleri desteklenerek markalaşma süreci teşvik edilir. Bu destekle oluşturulacak markalarda çevre ve kalite gibi olgular da ön plana çıkmaktadır. Bu destek kapsamında yurt dışı temsilciliklerin açılmasına yönelik teşvik de söz konusudur.

2.3.2.8. Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Yurt dışı birim, marka ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi; Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulunun 2010/6 ve bazı değişiklikleri içeren 1011/7 sayılı Tebliğleri ile İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kararına göre düzenlenmiştir.

Bu düzenlemede, Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş üretim faaliyeti gerçekleştiren ve kapasite raporu sahibi işletmeler, yazılımcı işletmeler, DTSŞ'ler ve SDŞ'ler ile İhracatçı Birlikleri Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Sektörel Üretici Dernekleri veya imalatçıların kurdukları dernek-birlik veya kooperatiflerin ürünlerinin pazarlama ve tanıtımını desteklemek amacıyla yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ile yurt dışında mal ticareti gayesiyle açılan mağaza, depo, ofis, showroom veya reyon giderlerinin bir kısmının DFİF'den karşılanması öngörülmektedir.

Buna göre yurt dışında açılan birimin mağaza olması halinde birim başı kira gideri % 60 oranında ve yıllık en fazla 120.000 ABD Doları kadar, açılan birimin ofis, showroom, depo veya reyon olması halinde kira gideri yine % 60 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

Kira giderleri desteğinden en fazla 15 birim yaralanabilir ve bu destekten yararlanma süresi en fazla 4 yıldır. Bu Tebliğ kapsamındaki desteklerden yararlanan birimlerde Türkiye'de üretilen ürünlerin pazarlanması gerekir. Yabancı markalar için yurt içinde fason olarak üretilen ürünler bu Tebliğ kapsamında desteklenmez.

Bu destek kapsamında, yukarıda sayılan şirketlerin ve işbirliği kuruluşlarının yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilen görsel ve yazılı tanıtım, sponsorluk, internet sayfası tasarımı, reklam panoları, yabancı dilde hazırlanmış firma

katalogları, broşürleri, eşantiyonları, tanıtım malzemeleri ve reklam giderleri %60 oranında ve yurt dışı birimin bulunduğu her bir ülke için yıllık en fazla 150.000 ABD Dolarına kadar desteklenir. Bu destek tanıtımın yapılacağı ülkede marka tescil belgesine sahip olunması halinde yıllık 250.000 ABD Dolarına kadardır.

Şirketlerin yurt içi tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.[92]

2.3.2.9. Uluslararası Nitelikli Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi

Bu desteğin amacı, Türkiye'de uluslararası niteliğe ihtisas fuarları düzenleyen yerli organizatörlerin fuar öncesinde ve fuar süresince gerçekleştireceği tanıtım ve tutundurma faaliyetlerine ilişkin giderlerin desteklenmesidir. Söz konusu organizatörlerin DTM tarafından belirlenen kriterlere uygun olması gerekmektedir. Bu kapsamda verilecek destek DFİF'den karşılanmaktadır.

Bu destek kapsamında DTM tarafından uygun görülen işletmelere ait yurt dışı tanıtım faaliyetleri desteklenir. Bu faaliyetler işletmelerin tanıtım amacıyla gerçekleştireceği radyo, TV reklamları, afiş, broşür ve basın toplantısı gibi faaliyetlerden oluşabilir. Ayrıca DTM'nin uygun gördüğü ve her ülke başına iki kişiyi geçemeyen, organizatörler tarafından davet edilen önemli yabancı alıcıların yol giderleri de destek kapsamındadır. Fuar süresince gerçekleşen, fuarın konusuna ilişkin seminer, konferans ve panellere ait masraflar da destek kapsamındadır. Gerçekleşecek fuarın Ticaret Müşavirlikleri'nce tanıtılması da desteklenmektedir.

Bu destek kapsamında, destek verilecek olan fuarlar sektörel olarak belirlenmiştir. Tekstil, konfeksiyon, halı, deri, taşıt araçları ve yan sanayi, gıda ve gıda teknolojisi, elektrik-elektronik sanayi, madeni eşya sanayi, tüpraş sanayii, inşaat malzemeleri ve mobilya sanayi ürünlerine yönelik olarak düzenlenecek fuarlar bu

[92] Yurt Dışı Birim, Marka Ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2010/6, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

destekten yararlanabilir. Ayrıca; gerçekleşecek olan fuar, daha önce üç defa düzenlenmiş olmalıdır. Önceki dönemlerde gerçekleşen fuara en az 25 adet yabancı işletme ve toplamda en az 100 işletme katılmış olmalıdır. Bu destek kapsamında gerçekleşen aynı fuara en fazla iki defa destek verilmektedir.

Bu destek kapsamında yurtdışı tanıtım faaliyetleri %50 oranda desteklenmektedir ve verilecek tutar 25.000 Amerikan Dolarından fazla olmamalıdır. Önemli yabancı alıcılara ilişkin ulaşım giderleri de %50 oranda desteklenir ve verilen destek 15.000 Amerikan Dolarını geçemez. Fuarın konusu ile ilgili seminer, konferans ve panellere ait masraflar ise %50 oranda desteklenir ve verilen destek 5.000 Amerikan Dolarını geçemez.[93]

2.3.2.10. Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi

Bu yardımın amacı, Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan işletmeler ile yazılım sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin uluslararası boyuttaki rekabet gücünü arttırmaktır. Bu kapsamda söz konusu işletmelerin eğitim ve danışmanlık giderleri ile uygun görülen proje bazlı giderleri DFİF'den karşılanır. Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi kapsamında yer alan ihracata yönelik devlet yardımlarından yararlanan işletmeler bu destekten yararlanamaz.

Bu yardımda yer alan danışmanlık giderleri, işletmelerin ihracat kapasitelerini arttırmaları amacıyla ihtiyaç duydukları bilgi, beceri ve tecrübeye sahip gerçek veya tüzel kişilerden işletme, ekonomi, ticaret ve hukuk konularında alacakları yardıma yöneliktir. Bu yardım kapsamında eğitimcilerin düzenleyeceği, AB ve DTÖ mevzuatı, dış ticarette fiyatlandırma, finansman, muhasebe, gümrük ve kambiyo mevzuatı gibi konuları içeren eğitimden yararlanacak işletmelerin, program süresi içerisinde yer alan giderleri %70 oranında desteklenir. Bu kapsamda verilen destek 20.000 ABD Doları'nı aşamaz. Ayrıca verilen destek her bir eğitimcinin on eğitim

[93] Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 95/7.

programı ile sınırlıdır. Her bir eğitim programına, her işletmeden en fazla dört kişi katılabilir. Verilecek eğitime katılacak toplam kişi sayısı ise yirmi kişiyi geçemez.

Bu yardım kapsamında üç adet proje bazlı destek verilmektedir. Proje bazlı eğitim ve danışmanlık programları kapsamında verilecek eğitim ve/veya danışmanlık ihtiyacının analizi, iş planı, ihracat stratejilerinin hazırlanması, süreç iyileştirme ve süreç yönetimi gibi konularda program giderleri desteklenmektedir. Bu kapsamda yer alan eğitim, danışmanlık ve program organizasyonuna yönelik faaliyet giderleri en fazla %75 oranında desteklenir. Verilen proje bazlı destek tutarı 400.000 ABD Doları'nı geçemez.

Proje bazlı verilen destekler kapsamında yer alan proje bazlı yurt dışı pazarlama veya alım heyeti programları kapsamında ortak pazar araştırmaları, pazar ziyaretleri, küme tanıtım faaliyetleri ve yurt dışı fuar ziyaretleri gibi konular yer almaktadır. Bu destek kapsamında düzenlenen beş adet yurt dışı pazarlama programı, her bir program bazında 150.000 ABD Doları'na kadar desteklenir. On adet yurt dışı pazarlama programında ise verilen destek her bir program bazında 100.000 ABD Doları'nı geçemez. Bu destek kapsamında yer alan ulaşım, konaklama, tercümanlık, görsel ve yazılı tanıtım ve halkla ilişkiler hizmeti giderleri ile seminer, konferans ve toplantı yapılacak yerlere ait kira giderleri en fazla %75 oranında desteklenir.

Proje bazlı yardımlar kapsamında yer alan son yardım proje bazlı bireysel danışmanlık programıdır. Bu programdan diğer iki proje bazlı destek programına katılan işletmeler yararlanabilir. Bu programa katılan işletmeler DTM'nin uygun gördüğü konular kapsamında bireysel danışmanlık hizmeti alabilir. Bu kapsamda verilen bireysel danışmanlık programı, yıllık 50.000 ABD Doları'na kadar desteklenir. İşletmelerin üç yıl alacakları danışmanlık hizmetine yönelik giderler ise %70 oranında karşılanır.[94]

[94] Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2010/8, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu.

2.3.2.11. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı

Ülkemiz tarımsal ürünlerinin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin arttırılması amacıyla; ihracatçılara, Devlet yardımlarından yararlanma imkanı sağlanmaktadır. Para Kredi Kurulunun 2010/10 Sayılı Tebliği çerçevesinde; bazı tarımsal ürünlere, Destekleme ve Fiyat İstikrara Fonu çerçevesinde teşvikten yararlanma imkanı sağlanmıştır. İhracatçıların bu teşvikten yararlanabilmeleri için imalatçı firmaların, kendi dış ticaret şirketleri ya da şirketlerinin de yer aldığı aynı kuruluş bünyesindeki bir dış ticaret firması kanalıyla ihracatlarını gerçekleştirmeleri ve dış ticaret firmalarının hak edişlerini imalatçı firmalarına devretmeleri gerekmektedir. Aynı imkan, SDŞ'lerin ortaklarına da tanınmıştır.

Tebliğin kapsamında yer alan ürünlerin İhracat Bağlantılı Üretim Sözleşmesi kapsamında temin edilerek ihraç edilmeleri halinde, ihracat iade miktarı ve azami ödeme oranları %50-%75'lik artış tutarlarının %60'ı oranında üreticilere nakit olarak ödenmekte; bakiyesi ise ihracatçılar adına açılmış olan mahsup hesaplarına alacak kaydedilmektedir.

Ayrıca, tebliğde belirtilen ürünlerin organik tarım yöntemi ile üretilmesi ve bu durumun Organik ürün sertifikası ile tevsik edilmesi halinde, ihracat iade miktarları ve azami ödeme oranları %50 oranında arttırılmakta; bu suretle hesaplanacak %50'lik artış oranı ihracatçı adına açılmış olan mahsup hesabına alacak kaydedilmektedir. Bu tebliğ kapsamında vergiler, vergi cezaları, SGK primleri, haberleşme giderleri, enerji giderleri TMSF've tasfiye halindeki bankalara olan borçlar ve bunların gecikme zammı ile faizlerine ilişkin giderlerin tamamı da mahsup edilmektedir.[95]

Tarım ürünlerine yönelik olarak verilen bu destek, ihracata yönelik devlet yardımları kapsamında sektörel farklılığa sahip olan tek destektir. Bu destek ile Türk tarım ürünlerine rekabet gücü kazandırmak ve ihracat potansiyelini arttırmak

[95] Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Tebliğ, 2010/10, Para Kredi ve koordinasyon Kurulu.

amaçlanmıştır. Bu doğrultuda tarım ihracatçılarının kamu borçlarının ödenmesinde kolaylık sağlanması ve uluslararası standartlara uygun sertifikaların kazandırılması söz konusudur. Böylece tarım ürünlerinde finansal ve kalite yönlü kolaylık sağlanmaktadır.

2.3.2.12. İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının AB Açısından Değerlendirilmesi

AB'de devlet yardımları Roma Anlaşması'nın 87. Maddesine göre düzenlenmiş olup; bu düzenlemede aksine hüküm olmadığı takdirde, bir üye devlet tarafından veya devlet kaynakları vasıtası ile herhangi bir şekilde yapılan ve belirli teşebbüslerin veya belirli malların üretimini kayırarak, rekabeti bozacak niteliğe sahip olan her türlü yardım üye ülkeler arasındaki ticareti etkilediği ölçüde ortak pazar ile bağdaşmaz hükmü yer almaktadır.[96]

Artan işsizlik ve tekstil, gemi yapımı, demir-çelik gibi geleneksel sanayi dallarında da meydana gelen atıl kapasite, AB'nin ekonomisinin temel sorunlarıdır. AB bu sorunlarla başa çıkmak için sanayi politikasında yer alan üç unsur ile çözüm aramaktadır. Bu unsurlar; yüksek teknolojiye dayanan ve gelecekte büyük ölçüde istihdam yaratabilecek yeni sanayi dallarının geliştirilmesi, geleneksel sanayi sektörlerinin desteklenmesi, korunması ve geliştirilmesi ve işsizliğin azaltılması ile girişimciliğin yaygınlaştırılması kapsamında KOBİ'lere özel önem verilmesidir.[97]

AB'de uygulanan devlet yardımları ile Türkiye'de uygulanan ihracata yönelik devlet yardımları arasında benzerlikler vardır. Bu yardımlar AB'de yatay yardımlar altında incelenmektedir. Bu kapsamda Ar-Ge yardımı, istihdam yardımı, eğitim yardımı ve çevre koruma yardımı Türkiye'de uygulanan devlet yardımlarıyla benzer niteliktedir.

---

[96] Buket İlhan, "Avrupa Birliği Rekabet Politikasında Devlet Yardımları ve Türkiye'nin Uyumu", **Sayıştay Dergisi**, S.76, s.103.
[97] Pelin Öge Güney, Oktay Salih Akbay, "Avrupa Birliği'nin Sanayi Politikası Ve Türk Sanayiine Etkileri", **Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.4, S.7, s.149.

AB'de uygulanan Ar-Ge yardımı ile Türkiye'de uygulanan Ar-Ge yardımı benzerlikler taşımakla beraber bazı farklılıklar da içermektedir. Bu kapsamda AB'de Ar-Ge yardımı; Ar-Ge faaliyetleri büyümenin, yenilenmenin, rekabet gücünün arttırılması ve yeni iş fırsatları yaratılmasını amaçlamaktadır. AB'de bir desteğin Ar-Ge yardımı olarak adlandırılması için temel araştırma, endüstriyel araştırma veya rekabet öncesi araştırma olması gerekmektedir. Bu kapsamda yatırım projeleri baz alınarak hesaplanan Ar-Ge yardımları temel araştırma projelerinde, proje maliyetinin %75'ine ve sınai projelerin maliyetinin %50'sine kadar verilmektedir.[98] Türkiye'de verilen Ar-Ge yardımları sadece sınai nitelikteki faaliyetlere yöneliktir.

AB'de istihdam yardımları, rekabeti bozmadan iç pazardaki istihdamı desteklemeyi ve bunun bir sonucu olarak istihdamı arttırılarak işsizlikle mücadeleyi sağlamayı amaçlamıştır.[99] Türkiye'de ise bu yardım işletmeleri ihracata yönlendirme amacıyla verilmektedir. Ayrıca ülkemizde bu yardım sadece SDTŞ'ler için geçerlidir.

Çevre yardımları kapsamında AB'de yatırım, yatay destekler ve işletmelere sağlanan yardımlar olarak üç bölümden oluşmaktadır. Yatırım destekleri, işletmelerin teknolojiyi kullanarak tesislerini yeni standartlara getirmeleri, dolayısı ile atıkların çevreden kolay uzaklaştırılması, kirlilik miktarının düşürülmesi gibi amaçlar için verilmektedir. Yardım miktarının belirlenmesinde yalnızca çevreye zarar vermeyi önlemek amacıyla yapılan yatırım maliyetleri kullanılmaktadır. Yatay destekler kapsamında ise daha az kirliliğe sebep olabilecek yeni teknolojiler geliştirmek için teknik bilgi, danışmanlık, çevreyle ilgili denetimler ve çevre dostu ürünlerin tanıtımını içermektedir. Ayrıca halkın çevre sorunlarına ilişkin bilincini yükseltmeye yönelik çalışmalara ve ekolojik kalite etiketlerinin ve çevre dostu ürünlerin tanıtımına verilen yardımları da kapsamaktadır.[100] Türkiye'de ise uluslararası pazarlara girmeyi kolaylaştırmak amacıyla çevre ve kalite ile ilgili belgelendirme masrafları karşılanmaktadır.

[98] İlhan, s.107-108.
[99] İlhan,s.108.
[100] İlhan,s.109.

AB'de kurtarma ve yeniden yapılandırma yardımları uygulanmaktadır. Bu kapsamda AB, sıkıntı yaşayan işletmeleri kurtarmak, bu işletmelerin ekonomiye kazandırılmaları ve pazarların rekabetçi yapılarının devamının sağlanması için bu tür yardımları devreye sokmuştur. Bölgesel politika kaygıları, işletmelerin ortadan kalkması durumunda tekel durumların ortaya çıkacağı düşüncesi, rekabetçi bir piyasanın devamlılığının istenmesi ve KOBİ sektörünün geniş ekonomik yararları sebebi ile işletmelerin yeniden yapılandırılmalarını desteklemektedir. İşletmelerin bu yardımdan faydalanması için işletmede zararların oluşması, cironun düşmesi, mal stoklarının düşmesi, kapasite fazlalığı, nakit akışının azalması, borçların artması ve faiz ödemelerinin belirgin şekilde artması gibi kriterler aranır. İşletmeler, bu yardımlardan yalnızca bir kez yararlanma hakkına sahiptir. Önceden öngörülemeyen ve yardım alan işletmenin kusurunun bulunmadığı durumlarda ilk verilen yardımın üzerinden on yıl geçmiş ise işletmelere yeniden yardım verilebilmektedir.[101] Türkiye'de ise ihracata yönelik devlet yardımları kapsamında bu türden bir devlet yardımı bulunmamaktadır.

AB'de eğitim yardımları uygulanmaktadır. Bu yardım işletmelerin veya bir endüstri dalının maliyetlerini düşürecek, çalışanlarının bilgi ve beceri seviyesini yükseltecek eğitimlere ait giderlerin finansmanını sağlamak amacıyla verilmektedir.[102] Ülkemizde benzer nitelikli yardım Uluslar arası Rekabetçiliğin Desteklenmesi programında verilmektedir.

2.3.3. İhrcatın Finansmanı Ve Türk Eximbank Kredileri

2.3.3.1. İhracatın Finansmanı

Dış ticaretin finansmanı ihracatçılara ve ithalatçılara yönelik olmak üzere iki yöntemle sağlanmaktadır. İhracatın finansmanı gelişmekte olan ülkeler açısından büyük öneme sahiptir. Bir ihracat faaliyetinde ithalatçı, genellikle ithal ettiği malların

[101] İlhan, s.110-111.
[102] İlhan,s.111.

eline geçmesinden sonra ödeme yapılmasını ister. Ayrıca uzun vadeli kredi alternatiflerini tercih eder. İhracatçı ise yurtdışına gönderdiği mallara karşılık olarak en kısa sürede ödeme yapılmasını ister. İthalatçı taraf bu durumda ödeme süresini uzun tutuğunda ihracatçı taraf iki aşamada finansman ihtiyacı duyar; üretim ve ihracatın hazırlanmasına yönelik yükleme öncesi finansman ve ithalatçının kredilendirilmesini sağlayan sevkiyat sonrası finansman.[103]

Türk işletmelerinin, işletme sermayesi eksikliği, ihracata yönelik sevk öncesi kredileri önemli kılmaktadır. Bu işletmeler uluslararası piyasalarda rekabet edebilecek nitelik ve fiyatta ürün kapasitesine sahip olsa bile ihracatı gerçekleştiremez. Yükleme öncesi ihracat finansmanı, üretim, tedarik ve malların hazırlanması açısından bir ihtiyaçtır. Sevk öncesi krediler ile ihracatçılar malların tedariki, stoklanması, depolanması ve nakliyesinin getirdiği ek finansman yükünü giderebilir. Sipariş ile yükleme arasında geçen sürenin ek maliyet oluşturması, sermaye mallarının üretimi ve sevki uzun vadede gerçekleşebilir.[104]

2.3.3.2. Kısa Vadeli İhracat Kredileri

2.3.3.2.1. Reeskont Kredisi

Reeskont kredileri ile Türk ihracatçılarının kaynaklarının uygun maliyet kapsamında arttırılması hedeflenmektedir. Reeskont kredileri ABD Doları ve Türk Lirası cinsinden verilmektedir. Reeskont kredilerin 120 ve 180 günlük vade seçeneği vardır. Reeskont Kredisinde faiz oranı 180 gün vadeli krediler için %9, 120 gün vadeli krediler için %8,9'dur. Bu krediyi kullanan işletmeler için taahhüt ettikleri ihracat işleminin gerçekleşmesi, kredi kullanım tarihinden itibaren 12 ay'dır. Bu krediyi kullanan işletmeler, taahhüt olarak Türk Eximbank'tan alacağı, Türk Eximbank nezdinde limiti olan herhangi bir bankanın avalini taşıyan bonoyu gösterir.

[103] Kerim Özdemir, "Yükleme Öncesi İhracat Finansmanında Doğrudan Erişimin İhracat Üzerine Etkisi", **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S.7, 2004/1, s.38.
[104] Özdemir, s.38-39.

Taahhüt edilen bono üzerindeki kredi tutarı, 12 ay içinde gerçekleştirilmesi gereken ihracat tutarıdır. Bu krediden, DTSŞ'ler, SDTŞ'ler, imalatçı-ihracatçı, ihracatçı veya ihracata yönelik nihai mal üreten imalatçı işletmeler yararlanabilmektedir. DTSŞ'ler için kredi limiti 90 Milyon Amerikan Doları'dır. Krediden faydalanabilen diğer işletmeler için ise kredi limiti 50 Milyon Amerikan Doları'dır. Reeskont Kredisi alan işletmeler, kısa vadeli ihracat sigortası da yaptırmışsa, 180 gün vadeli krediler için faiz oranı % 8,75'e, 120 gün vadeli krediler için de %8,65'e düşmektedir.[105] Bu kredide DTSŞ'leri en yüksek paya sahiptir.

2.3.3.2.2. Sevk Öncesi İhracat Kredisi

Bu krediden, imalatçı-ihracatçı, ihracatçı veya ihracata yönelik mal üreten imalatçı işletmeler yararlanabilmektedir. DTSŞ ve SDTŞ'ler yararlanamaz. Ayrıca KKTC'de yerleşik imalatçı-ihracatçı, ihracatçı veya ihracata yönelik mal üreten imalatçı işletmeler de bu krediden yararlanabilir. Bu kredi kapsamında işletmelerin kullanabileceği limit 15 Milyon Amerikan Doları'dır. KKTC'de yerleşik işletmelerin kullanabileceği limit 500.000 Amerikan Doları'dır. Sevk öncesi ihracat kredileri döviz ve ulusal para cinsinden kullandırılabilir. Bu krediler, 120, 180, 360 ve 540 gün vade ile geri ödenebilmektedir. 120 ve 180 gün vadeli kredilerde anapara ve faizi en geç kredi vadesinde yapılır. 360 gün vadeli kredilerde anapara ödemesi 180. ve 360. günlerde iki eşit taksitle her dönem tahakkuk eden faizlerle beraber ödenir. 540 gün vadeli kredilerde ise anapara ödemesi 180. , 360. ve 540. günlerde üç eşit taksitle her dönem tahakkuk eden faizlerle beraber yapılır.[106]

2.3.3.2.3. İhracata Hazırlık Kredileri

Bu krediden, imalatçı-ihracatçı, ihracatçı veya ihracata yönelik mal üreten imalatçı işletmeler yararlanabilmektedir. DTSŞ ve SDTŞ'ler yararlanamaz. İhracata Hazırlık Kredilerinde, kredi limiti 15 Milyon ABD Doları'dır. Bu krediler, 120, 180,

[105] Türk Eximbank Reeskont Kredisi Uygulama Esasları, 15.07.2011 Revizyonu.
[106] Türk Eximbank Sevk Öncesi İhracat Kredisi Uygulama Esasları, 24.01.2012 Revizyonu

360 ve 540 gün vade ile geri ödenebilmektedir. Ancak 540 gün vade seçeneği sadece KOBİ'ler tarafından kullanılabilir. Teminat olarak banka teminat mektupları, KGF Kefaleti ile Devletin İç ve Dış Borçlanma Senetleri kabul edilmektedir. Teminat oranı, alınacak kredinin anapara, faiz ve taahhüt riski toplamının tamamını karşılayacak nitelikte olmalıdır. Taahhüt edilen miktar, kredinin orijinal vadesi içerisinde yapılan ihracat işlemleriyle kapatılmalıdır. Bu krediler, 120, 180, 360 ve 540 gün vade ile geri ödenebilmektedir. 120 ve 180 gün vadeli kredilerde anapara ve faizi en geç kredi vadesinde yapılır. 360 gün vadeli kredilerde anapara ödemesi 180. ve 360. günlerde iki eşit taksitle her dönem tahakkuk eden faizlerle beraber ödenir. 540 gün vadeli kredilerde ise anapara ödemesi 180. , 360. ve 540. günlerde üç eşit taksitle her dönem tahakkuk eden faizlerle beraber yapılır.[107]

2.3.3.2.4. KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri

Bu krediden KOBİ tanımı kapsamında yer alan, imalatçı-ihracatçı veya ihracata yönelik mal üreten imalatçı işletmeler yararlanabilmektedir. Kredi limiti her işletme için toplam 500.000 ABD Dolarıdır.[108] Kredinin geri ödemesi 360 ve 540 gün vade ile gerçekleştirilebilir. 360 günlük geri ödeme kapsamında, anapara iki eşit taksitle ve tek seferde ödenebilmektedir. 540 gün vadede ise üç eşit taksit ile anapara geri ödenir.[109]

2.3.3.3. Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredileri

2.3.3.3.1. İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi

İhracata yönelik işletme sermayesi kredilerinin amacı, Türk ürünlerinin ihracına yönelik üretim yapan işletmelerin sermaye ihtiyaçlarını finanse etmektir. Bu

[107] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-67/ihracata-hazirlik-kredileri-ihk.html
[108] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-66/dis-ticaret-sirketleri-ihracat-kredisi-dts.html
[109] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-68/kobi-ihracata-hazirlik-kredileri.html

krediden Türkiye'de yerleşik olan ve imalatçı-ihracatçı veya ihracata yönelik mal üreten imalatçı vasfına sahip işletmeler yararlanabilir. Kredi kapsamında işletmeler, ekonomik amaçlarına ulaşmak için ihtiyaç duydukları temel nitelikteki harcamalarını, orta veya uzun vadeli finansman ile elde edilebilecek makine ve teçhizatları ile hammadde ve ara malı alımlarını karşılayabilirler. Ayrıca bir aylık dönem için elektrik, su, doğal gaz ve personel masrafları gibi işletme sermayesi ihtiyaçları kullanılabilir. Bina, arsa ve kullanılmış malın finansmanı gerçekleştirilmez. Kredi kapsamında finanse edilecek mallar yurtiçinden tedarik edilmeli ve Türk malı olmalıdır. Kredi limiti 7,5 Milyon Euro'dur. Kredi kapsamında süresiz veya alınan kredinin süresi ile uyumlu banka teminat mektupları, devlet iç ve dış borçlanma senetleri ve KGF kefaleti teminat olarak alınır. Bu krediyi kullanan işletmeler, anapara ödemesini bir yıl geri ödemesiz olmak üzere üç veya beş yıl vade ile gerçekleştirir. Bu krediyi kullanan işletmeler, anapara, faiz ve diğer masraflar karşılığında, faaliyetlerine konu olan malları ihraç ederek krediyi kapatırlar.[110]

2.3.3.3.2. İhracata Yönelik Yatırım Kredisi

Bu kredi ile Türk ürünlerinin ihracatına yönelik olarak mal üreten imalatçıların ve imalatçı-ihracatçıların, makine, teçhizat ve diğer yatırım unsurlarının finansmanı amaçlanmaktadır. Bina, arsa ve kullanılmış malın finansmanı gerçekleştirilmez. Bu krediyi kullanmak isteyen işletmelerin Türkiye'de yerleşik olmaları gerekmektedir. Kredi limiti 10 Milyon Euro'dur. Kredi kapsamında süresiz veya alınan kredinin süresi ile uyumlu banka teminat mektupları, devlet iç ve dış borçlanma senetleri ve KGF kefaleti teminat olarak alınır. Bu krediyi kullanan işletmeler, anapara ödemesini iki yıl geri ödemesiz olmak üzere beş veya yedi yıl vade ile gerçekleştirir. Bu krediyi kullanan işletmeler, anapara, faiz ve diğer

[110] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-951/ihracata-yonelik-isletme-sermayesi-kredisi-img-srchttpw-.html

masraflar karşılığında, faaliyetlerine konu olan malları ihraç ederek krediyi kapatırlar.[111]

2.3.3.3.3. İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi

Bu kredi Türk Eximbank ile Dünya Bankası arasında imzalanan bir anlaşma çerçevesinde yürütülmektedir. Kredinin amacı, gemi ve yat yapımı, makine imalatı, demir dışı metal, otomatik yan sanayi ile elektrik-elektronik sektörlerinde faaliyet gösteren imalatçı-ihracatçı veya ihracata yönelik mal üreten imalatçıların ihtiyaç duyduğu orta ve uzun vadeli işletme sermayesi ve sabit sermaye yatırımlarının finansmanıdır.

Bu krediden yararlanmak için, işletmelerin sadece söz konusu sektörlerde faaliyet göstermesi yeterli değildir. Krediyi kullanacak işletmelerin kredi aldıkları dönem sonrası dahil olmak üzere borç/özkaynak oranları en fazla 85/15 olmalıdır. Ayrıca işletmelerin ödeme gücü en az 1,1 olmalıdır. Kredinin toplam tutarı 300 Milyon ABD Doları'dır. Bu kredi ulusal para cinsinden verilmemektedir. Kredi limiti her bir işletme veya ticari gurup için en fazla 20 Milyon ABD Doları'dır. Bu kredi, maliyeti 5 Milyon ABD Doları ve üzerindeki tüm kredi talepleri doğrultusunda Dünya Bankası ön inceleme yapmaktadır. Verilecek kredi tutarı, faiz oranı ve vadesi, alıcı ve satıcı işletmeler arasında imzalanan sözleşme veya proje kapsamında Türk Eximbank tarafından belirlenir. Bu kredi ihracatın finansmanı ve ihracat kapsamında gerçekleştirilecek yatırımlar için ithal edilecek veya iç piyasadan temin edilecek mal ve yapı harcamalarına yönelik olarak kullanılabilir. Bu kredi kapsamında kredinin anapara ve faiz tutarları toplamının en az 100%'ü oranında asli teminat temin edilmelidir. Bu kapsamda süresiz veya proje süresi ile uyumlu banka teminat mektupları, devlet iç ve dış borçlanma senetleri, KGF kefaleti, gayrimenkul rehini, ticari işletme rehini ve gemi ipoteği teminat olarak kullanılabilir.[112]

---

[111] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-952/ihracata-yonelik-yatirim-kredisi-img-srchttpwwweximbank-.html

[112] Türk Eximbank İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi(EFIL-IV) Uygulama Esasları

2.3.3.3.4. Avrupa Bankası Yatırım Kredisi

Bu kredi, sanayi, turizm ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin yurt dışında gerçekleştirecekleri sabit sermaye yatırımları ile işletme sermayesi ihtiyaçlarının finansmanını amaçlamaktadır. Kredi tutarı 200 Milyon Euro'dur. Kredi ABD Doları cinsinden de kullandırılabilir. Krediyi kullanmak isteyen KOBİ'lerin ihracat veya döviz kazandırıcı faaliyetlerde bulunması gereklidir. Ayrıca, bu krediden sadece özel sektörde faaliyet gösteren KOBİ'ler faydalanabilir. Kredi kapsamında yer alan KOBİ tanımına göre, sermayesinin %25'i veya daha fazlası başka bir işletmeye veya kuruluşa ait olmamalıdır. Sermayesinin %25 veya daha fazlası başka bir işletme veya kuruluşa aitse, çalışan sayısı 500 kişiden az olmalıdır. Bu şartlar altında kredi müracatı yapılabilir.

Bu kredi kapsamında kısa vadeli finansman ihtiyaçları ile hisse senedi alımı gibi finansal amaçlı işlemler finanse edilemez. Kredi, ihracatın ve döviz kazandırıcı hizmetlerin finansmanı ile ihracat amacıyla gerçekleştirilecek projeler kapsamında mal ve yapı alımı için kullandırılır. Söz konusu mal ve yapı alımları yerel piyasalardan veya ithalat yoluyla elde edilebilir. Bu kredi kapsamında bir projenin kredilendirilmesi için 25 Milyon Euro'dan daha az bir tutara sahip olması gereklidir. Bu kredi kapsamında her bir işletmenin veya işletmelerin oluşturduğu bir gurubun limiti 12,5 Milyon Euro'dur. Krediye ait tutar, vade ve faiz oranları Türk Eximbank tarafından belirlenir. Kredi kapsamında verilen ihracat veya hizmet taahhüdü, krediye ait ilk kullanım ve son vade tarihi arasında gerçekleştirilen, anapara tutarı kadar işletmelerin gerçekleştireceği mal ve hizmet ihracatıyla kapatılır.[113]

2.3.3.3.5. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi

Bu kredi, Türk işletmelerinin kalıcı ihracat pazarları elde etmesi, döviz girdisinin arttırılması, Türk işletmelerinin yurtdışında gerçekleştireceği marka faaliyetlerinin desteklenmesi ve Türk menşeli ürünlerin doğrudan pazarlanması

[113] Türk Eximbank Avrupa Yatırım Bankası Kredisi Uygulama Esasları

amacıyla verilmektedir. Bu krediyi, Türk Eximbank'ın uygun bulduğu, kredi amacı kapsamında bir projeye sahip olan, Türkiye'de yerleşik olan ve yurt içi ile yurt dışı pazarlarda deneyimi olan tüm işletmeler kullanabilmektedir. Krediden yararlanmak için kredi vadesi içinde, Türk Eximbank'ın tespit edeceği tutarda Türk ürünlerinin ihracı ve/veya satışı gerçekleştirilmelidir. Kredi kapsamında yurt dışında açılacak tesisin yatırım tutarı 200.000 ABD Doları'nın üzerinde olmalıdır. Kredi tutarı belirlenirken, reklam giderleri ile ilk mal stoğuna ilişkin tutarlar da göz önüne alınmaktadır. Krediye konu olacak yatırım, en fazla %85 oranında desteklenir. Kredi vadesi 7 yılı geçemez. Ayrıca, vade, geri ödeme, faiz ve kredi limitine yönelik koşullar, Türk Eximbank tarafından belirlenir. Süresiz veya proje süresi ile uyumlu olan banka teminat mektubu, Devlet iç ve dış borçlanma senedi ve KGF kefaleti teminat olarak kabul edilmektedir.[114]

2.3.3.3.6. Özellikli İhracat Kredisi

Özellikli İhracat Kredisi orta vadeli bir ihracat kredisi programıdır. Kredi programının amacı Türk Eximbank tarafından uygun bulunan, Türkiye'de yerleşik olan, ihracata yönelik mal üreten ve Türk Eximbank'ın diğer kredi programlarını kullanmayan işletmelerin mal ve hizmet projelerinin finansmanını sağlamaktır. Bu kredi kapsamında 12 aydan daha uzun vadede ihracat finansmanı ihtiyacı olan işletmeler ile yeni pazarlara yeni ürün ihraç edecek işletmelere, projeleri kapsamında kredi verilir. Kredi kapsamında uygulanan kredi tutarı, vade ve faiz oranları Türk Eximbank tarafından belirlenmektedir. Ancak, verilecek kredi tutarı, işletme tarafından verilen ihracat taahhüdünün %80'ini aşamaz. İşletme tarafından ihracı taahhüt edilecek mal, en az %50 yerli katkı oranına sahip olmalıdır.

[114] Türk Eximbank Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi Uygulama Esasları, 25.04.2005 Revizyonu

2.3.3.3.7. Gemi İnşa ve İhracatı Finansmanı

Gemi üretimi yan ve ihracatını gerçekleştiren Türk işletmelerinin üretim aşamasındaki ihtiyaçlarının karşılanması, rekabet güçlerinin desteklenmesi ile bu işletmelerin yurt dışı kapsamında kredilendirme oranının arttırılması amacıyla verilmektedir. Kredi kapsamında yer alacak teminat mektupları, ithalatçıya ve ithalatçının finansman kurumuna yapılan avans niteliğindeki ödemeler ile bu ödemelere ait faiz ve üretim için gereken makine ve ekipmanların vadeli ithalatı veya yurt içinden temin edilmesine ait ödemeler garanti kapsamına alınır. Kullandırılan kredi limiti ile düzenlenen teminat mektubunun tutarı, gemi kontrat bedelinin %85'ini geçemez. Kredi kapsamında vade süresi 24 aydır. Bu krediyi kullanacak işletmelerin projelendirecekleri gemiye ait kontrat bedelinin en az %15'i oranındaki harcamaları özkaynaklar ile yapılmalıdır. Kredi kapsamında uygulanacak faiz oranı Türk Eximbank tarafından belirlenir. Krediye ve teminat mektuplarına konu olan gemiye ait ihracat taahhüdü verilmeli ve geminin ihracatı ile kapatılmalıdır. Kredi kapsamında süresiz veya proje süresi ile uyumlu banka teminat mektupları, devlet iç ve dış borçlanma senetleri, KGF kefaleti teminat amacıyla kullanılabilir.[115]

2.3.3.4. Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler

2.3.3.4.1. Turizm Kredisi

Kredinin amacı, konaklama hizmeti veren turizm işletmelerinin yurt içinde ve yurt dışında verdikleri hizmetler karşılığında sağladıkları döviz girdilerinin arttırılması, turizm sektörüne ve ödemeler dengesine katkıda bulunulmasıdır. Krediden turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler haricinde TÜRSAB üyesi olan ve A gurubu işletme belgesine sahip seyahat acentaları ve tur operatörleri ile özel havayolu işletmeleri yurt içinde ve yurt dışında verdiği hizmetler karşılığında yararlanabilir. Kredi limiti 15 Milyon ABD Doları'dır. Kredi kapsamında, krediye ait

[115] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-121/uygulama-esaslari-ve-ekleri.html

anapara, faiz ve taahhüt riskinin tamamını kapsayacak şekilde banka teminat mektupları, KGF kefaleti ve devlet iç ve dış borçlanma senetleri kullanılabilir. Turizm kredisinde 360, 180 ve 120 günlük vade uygulanabilir.[116]

2.3.3.4.2. Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi

Bu krediden gereken belgelere sahip kara, deniz ve hava yolu nakliyatı gerçekleştiren işletmeler kullanabilmektedir. Kredi limiti 6 Milyon ABD Doları'dır. Kredi kapsamında, krediye ait anapara, faiz ve taahhüt riskinin tamamını kapsayacak şekilde banka teminat mektupları, KGF kefaleti ve devlet iç ve dış borçlanma senetleri kullanılabilir. Bu kredide vadeler 120, 180 ve 360 günlük olabilir.[117]

2.3.3.4.3. Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı

Bu kredinin amacı, müteahhit işletmelerin faaliyet gösterdikleri mevcut pazarlarda kalıcılığını sağlamak ve yeni pazarlara yönelmelerini teşvik etmek amacıyla yurt dışında gerçekleştirecekleri projelerin teminat mektuplarıyla desteklenmesidir. Bu kredi programı doğrultusunda geçici teminat mektupları ve işletmelerin ihalelerini kazanmaları durumunda kesin teminat mektubu ile kredi talebi karşılanır. Ayrıca işverenin, işletmelere geri ödeme garantisi kapsamında avans niteliği taşıyan teminat mektupları da, bu programda değerlendirilir. Bu programda her bir işletme için düzenlenen toplam garanti tutarı 25 Milyon ABD Doları'nı aşamaz. Verilecek teminat mektupları ihale veya sözleşme bedelinin %25'ini geçemez. Teminat mektuplarına ait vade Türk Eximbank tarafından belirlenir.[118]

---

[116] Türk Eximbank Turizm Kredisi Uygulama Usul ve Esasları, 27.07.2011 Revizyonu
[117] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-129/uluslararasi-nakliyat-pazarlama-kredisi-unpk.html
[118] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-111/yurtdisi-muteahhitlik-hizmetleri-teminat-mektubu-progra-.html

2.3.3.4.4. Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi

Bu kredinin amacı, Türkiye'de yerleşik işletmelerin yurt dışında gerçekleştirecekleri döviz kazandırıcı hizmetler kapsamında doğan harcamaları ile yurt dışında gerçekleştirecekleri yazılım, danışmanlık ve projelendirme gibi hizmetlerin proje bazlı ihracına yönelik harcamalarının finansmanıdır. Bu kredi kapsamında her bir işletme için kredi limiti 4 Milyon ABD Doları'dır. Proje limiti ise kredi limit kapsamında, sözleşmede yer alan Türk mal ve hizmet tutarlarının %85'ini aşmayacak şekilde Türk Eximbank tarafından belirlenir. Kredi vadesi ve faiz oranları, proje bazında Türk Eximbank tarafından belirlenir. Bu kredi kapsamında süresiz veya proje süresi ile uyumlu banka teminat mektupları, devlet iç ve dış borçlanma senetleri ve KGF kefaleti teminat olarak kabul edilmektedir.[119]

2.3.3.4.5.Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi

Bu krediden, yurt dışı fuar organizasyonu gerçekleştiren organizatörler, bu organizatörlerin gerçekleştirdiği yurt dışı fuarlara milli katılım sağlayan işletmeler ile T.C. Ekonomi Bakanlığı tarafından düzenlenen sektörel fuarlara bireysel katılım sağlayan işletmeler yararlanabilmektedir. Krediden yararlanacak milli ve bireysel katılım sağlayacak işletmeler için kredi limiti 100.000 ABD Dolarıdır. Organizatörler için belirlenen kredi limiti ise sahip oldukları belgelere göre değişmektedir. A sınıfı belgeye sahip organizatörler için 1 Milyon ABD Doları, B sınıfı belgeye sahip organizatörler için 750.000 ABD Doları ve C sınıfı belgeye sahip organizatörler için 500.000 ABD Doları tutarında kredi limitleri söz konusudur. Kredi tutarları katılım gösterecek işletmeler ve organizatörler için ayrı koşullarda belirlenir. Katılımcı işletmelerin yurt dışında gerçekleşecek fuarlara katılmalarından kaynaklanacak harcamaların azami %80'i oranında kredi verilir.

Organizatörler için bu oran %30'dur. Söz konusu harcamalar kredi başvuru tarihi ile kredi vadesi arasında yer almalıdır. Bu kredi kapsamında anapara, faiz ve

[119] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-131/doviz-kazandirici-hizmetler-kredisi.html

taahhüt riski toplamının %100'ü oranında banka teminat mektupları, KGF kefaleti, devlet iç ve dış borçlanma senetleri ve TCMB nezdinde kesinleşmiş, %60 oranda DFİF alacaklarının temliki teminat olarak kabul edilir.[120]

2.4. İHRACAT KREDİ SİGORTASI

2.4.1. Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası

Bu sigorta programının amacı, ihracatçı işletmelerin kısa vadeli satışları doğrultusunda ortaya çıkabilecek ticari ve politik risklere karşı, ihracat bedellerinin teminat altına alınması, ihracatın teşvik edilmesinin sağlanması ve ihracatçı işletmelerin ticari bankalardan daha rahat ihracat kredisi alabilmesini sağlamaktır. Bu program kapsamında, ihracatçıların her bir yıl içerisinde Türk Eximbank'ın kapsamına aldığı ülkelerdeki ithalatçılara yapacakları ve 360 güne kadar vadesi olan tüm sevkiyatları sigortalanır. Bu program kapsamında ihracatların tüm sevkiyatları tek bir sigorta ile teminat altına alınabilir. Bu program kapsamında yer alan ticari riskler, alıcıya ait iflas, ihracat bedelinin ödenememesi ve sevk edilen malların kabul edilmemesi gibi konulardan oluşmaktadır. Politik riskler ise ithalatın engellenmesi, sevkiyatı süren mallara el konulması ve savaş gibi ihracatçı ile ithalatçının iradesi haricinde ortaya çıkan risklerdir. Bu sigorta programı kapsamında doğabilecek ticari ve politik riskler sonucu ortaya çıkan zarar %90 oranında karşılanır.[121]

2.4.2. Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredi Sigortası

Bu sigorta programı, tek bir sözleşme ile Türk menşeli mal ve hizmetlerin ihracatından doğacak alacakları sigortalamanın yanı sıra bu programdan yararlanan işletmelerin ticari bankalardan finansman sağlamasını olanaklı kılmaktadır. Bu program, Türk ihracatçılarının rekabet üstünlüğü sağlaması, gelişmekte olan riskli

[120] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-62/yurt-disi-fuar-katilim-kredisi.html
[121] Türk Eximbank Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası Uygulama Usul ve Esasları

pazarlara uzun vadeli satışlar gerçekleştirebilmesini amaçlamaktadır. Bu program kapsamında verilecek prim oranı ithalatçı ülkeye ait risk derecesi, teslim süresi ve ödeme vadesi kapsamında belirlenir. Oluşacak zarara ait tanzim oranı %90'ı geçemez. Bu program kapsamında 2 yıl ve daha uzun vadeye sahip işlemlerin sigortalanması için, sözleşme bedelinin en az %15'i mal teslimine kadar ihracatçıya ödenmelidir. Bu program kapsamında politik risk programı ve kapsamlı risk programı uygulanmaktadır. Kapsamlı risk programında politik ve ticari riskler sigortalanır.[122]

2.4.3. Teminat Mektuplarının Haksız Nakde Çevrilme Sigortası

Bu program Türk müteahhit işletmelerin, yurt dışında iş üstlenmek amacıyla teklif verme aşamasında veya işi üstlendikten sonra kamu işveren makamlarına verilen geçici, avans veya kesin teminat mektupları ile işveren tarafın bankasına muhatap düzenlenen teminat mektuplarının haksız nakde çevrilmesine karşı sigorta ile teminat altına alınmasını amaçlar. Bu kapsamda teminat mektupları nakde çevrilirse, bir mahkeme veya hakem kararı doğrultusunda haksızlığın tespiti sigorta yapan işletme tarafından gerçekleştirilir. Tazminat talebinin uygun bulunması sonucunda tazminat ödemesi gerçekleşir. Ayrıca, mahkeme ve hakem kararının elde edilmesinin mümkün olmadığı durumlarda Türk Eximbank tarafından inceleme yapılmaktadır.[123]

2.4.4. Türk Eximbank Kredilerinin AB ve DTÖ Standartlarına Uyumu

AB ve DTÖ tarafından temel alınan Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması'nın EK-I/K maddesine göre hükümetlerin uluslararası sermaye piyasalarından temin edeceği kredilerin faiz oranlarından daha düşük faiz ile ihracat kredisi vermesi uluslararası ticareti olumsuz yönde etkiler. Ancak, bu anlaşmaya

[122] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-174/orta-ve-uzun-vadeli-ihracat-kredi-sigortasi.html
[123] http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-191/teminat-mektuplarinin-haksiz-nakde-cevrilme-sigortasi.html

göre OECD Uzlaşması'na taraf olan veya uzlaşmanın faiz oranlarını fiilen uygulayan ülkelerin ihracat kredisi uygulamaları yasak değildir. Türkiye'de Nisan 1998 tarihi itibariyle OECD ihracat kredi grubunun üyesidir. Türk Eximbank'ın uyguladığı orta ve uzun vadeli ihracat kredi programları OECD uzlaşması hükümlerine uygundur. Kısa vadeli döviz kredilerinde de uygulanan faiz oranları ile piyasa faiz oranlarının paralellik arz etmesi ve bu programların devlete ek yük getirmemesi kapsamında uygulanan programlar uluslararası kurallara uymaktadır. Ancak uygulanmakta olan Türk Lirası cinsinden kısa vadeli kredi programlarındaki faiz oranları, piyasa faiz oranlarının altındadır.[124]

Sübvansiyonlar ve Telafi Edici Tedbirler Anlaşması'nın EK-I/J kapsamında ihracat kredi sigortası veya garanti programları uzun dönemli işletme maliyetlerini ve ödenen tazminatları karşılamada yetersiz kalacak prim üzerinden sağlanamaz. Türk Eximbank'ın sigorta programlarında; prim oranları giderleri karşılayabilecek düzeydedir. Primler ödenen tazminatların üzerindedir. Karşılanan risklerin büyük bir bölümü de Hazine Garantisi altındadır[125].

2.4.5.İhracatın Finansmanında Türkiye ve AB Ülkeleri Arasındaki Fark

AB'de kredi sunan kuruluşlar ile sigorta ve garanti sunan kuruluşlar birbirinden ayrılmıştır. Bu kapsamda Türkiye'de faaliyet gösteren tek kuruluş Türk Eximbank'tır. AB'de daha çok orta ve uzun vadeli ihracat kredileri ve sigortaları ağırlıktadır. AB'de ihracat kredileri de sektörel olarak ayrılmıştır. AB'de devlet garantisi altında dış kaynaklı kredi kullanımı yaygındır. Türkiye'de düşük faizli devlet kaynağına dayanan ihracat kredileri ağırlıktadır. AB'deki üreticiler yaklaşık %90 oranla kendi Eximbank'larının sağladığı kredilerden, geri kalan %10'luk kısım ise düşük faizli ticari kredilerden faydalanmaktadır. Türkiye'de ise Türk Eximbank gereken finansman ihtiyacının yaklaşık %10-%15'ini karşılayabilmektedir. Bu doğrultuda geriye kalan diğer işletmeler ise AB'deki faizlerin yaklaşık iki katı büyüklüğünde faiz oranına sahip ticari kredileri kullanmaktadır. Bu durum

[124] Öztürk, Sözdemir ve Koçbulut, s.193-194.
[125] Öztürk, Sözdemir ve Koçbulut, s.194.

finansman maliyetini çok yükselterek Türkiye'nin sahip olduğu ucuz işçilik avantajını yok edebilecek niteliktedir. Böylece AB işletmeleri Türkiye karşısında rekabetçi avantaja sahip olmaktadır.[126]

2.5.DAHİLDE İŞLEME REJİMİ

2.5.1. Dahilde İşleme Rejimi'nin Tanımı

Dahilde İşleme Rejimi, 31.12.1995 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 95/7615 sayılı Dahilde işleme Rejimi Kararı kapsamında Türkiye mevzuatına dahil olmuştur. Bu karara takiben, 27.01.2005 tarihli, 25709 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2005/1 sayılı tebliğ ile Dahilde İşleme Rejimi'nin uygulama, usul ve esasları belirlenmiştir. Dahilde İşleme Rejimi, ihraç ürünlerine uluslararası pazarlarda rekabet kazandırmayı, ihracatı arttırmayı ve çeşitlendirmeyi amaçlayan bir dış ticaret rejimidir. İhracat yapan işletmelere, ihraç edecekleri ürünü oluşturmak için gereken hammadde, yarı mamul, mamul, ambalaj ve işletme malzemelerinin ithaline vergi muafiyeti sağlar. Dahilde İşleme Rejimi iki ana sistemden oluşmaktadır. Bunlar ithalatta şartlı muafiyet sistemi ve geri ödeme sistemidir.[127]

2.5.1.1. İthalatta Şartlı Muafiyet Sistemi

Türkiye Gümrük Bölgesinde ikamet eden işletmelerin işlenmiş ve ihraç edilecek bir ürünün elde edilmesi için gereken, ithal edilecek eşyanın vergi muafiyeti ile elde edilmesini sağlamaktadır.[128] Bu sistem kapsamında işletmeler öncelikle, dahilde işleme izin belgesi kapsamında ürünün ihracatını taahhüt etmiş olmalıdır. Gerçekleşecek ithalat kapsamında da alınması gereken vergi tutarları kadar teminat

[126] Öztürk, Sözdemir ve Koçbulut, s.194-195.
[127] Abdullah Takım, Ş.Mustafa Ersungur, "Dahilde İşleme Rejimi: İhracat Ve İthalat Üzerindeki Etkisi", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.24, S.2, 2010, s.292, e.t. 29.04.2012, http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/6515/6092
[128] Aktürk ve Şenol, s.383.

verilerek, eşya gümrüksüz olarak ithal edilebilir. İşlenmiş ürünün üretimi için ithal eşyanın yerine serbest dolaşımdaki eşyanın da kullanılabilme ihtimali vardır. Bu sistem kapsamında, belge olarak öncelikle ihracat sonra ithalat yapılır.[129]

Şartlı muafiyet sistemi kapsamında işletme malzemesi ithal edilirse, işletme katma değer vergisi ve özel tüketim vergisi ödemekten muaf tutulur ve ithal edilecek eşya ticaret politikası önlemlerinden muaf tutulur. İşlenmiş ürünün elde edilebilmesi kapsamında ithal eşya yerine serbest dolaşımdaki eşyanın kullanılmasına olanak sağlanır.[130]

Serbest dolaşımdaki eşya, 4458 sayılı Gümrük Kanununun 18 inci maddesi kapsamında açıklanmıştır; Türkiye Gümrük Bölgesi'nde elde edilen ve Türkiye Gümrük Bölgesi dışından sağlanan ithal girdileri bünyesinde bulundurmayan veya Türkiye'nin gümrük birliği imzaladığı ülkelerde üretilen ve o ülkelerin menşeini taşıyan veya tamamı veya bir kısmı üçüncü ülkelerde üretilen ancak ithalatı Türkiye veya Türkiye'nin gümrük birliği imzaladığı ülkelerden gerçekleştirilen, ilgili vergileri ödenmiş eşyadır.[131]

Şartlı muafiyet sisteminde verilecek olan teminat para, banka tarafından verilen teminat mektupları ile hazine tahvil ve bonolarından oluşabilir. Şartlı muafiyet sistemi'nin uygulanması kapsamında teminat uygulamaları belirtilen şekilde gerçekleşebilir;[132]

A sınıfı onaylanmış kişi statü belgesine sahip olan işletmeler yapacakları ithalat esnasında doğan verginin %1'ini, B sınıfı belgeye sahip olan işletmeler, ithalat esnasında doğan verginin %5'ini ve C sınıfı belgeye sahip olan işletmeler de, ithalat esnasında doğan verginin %10'unu teminat olarak yatırması ile ithalatlarını gerçekleştirilebilir.

---

[129] Hasan Odabaş, "Dış Ticaret Yardımları ve Dahilde İşleme Rejimi", **Bütçe Dünyası**, C.28, S.4, 2008, s.79.
[130] Takım ve Ersungur, s.294.
[131] 4458 Sayılı Gümrük Kanunu, Resmi Gazete, S.23866, s.15.
[132] Dahilde İşleme Rejimi Tebliği, İhracat: 2005/1

Onaylanmış kişi statü belgesine sahip olmayan dış ticaret sermaye şirketleri ile sektörel dış ticaret şirketleri, ithalat esnasında doğacak verginin %10'unu teminat olarak yatırarak ithalatlarını gerçekleştirebilir. Ancak bu işletmeler belge/izin müracaat tarihinden önceki takvim yılı içerisinde gerçekleştirdikleri ihracat kadar dahilde işleme izni alabilir ve bu kapsamında yapılacak ithalatta vergi teminatı gerçekleşebilir.

İmalatçı-ihracatçı statüsünde bulunan işletmeler, müracaat tarihinden dört yıl önce düzenlenen ve taahhüdü kapatılan, gerçekleştirdikleri ihracatın sanayi ürünleri kapsamında 1 Milyon ABD Dolarından ve tarım ürünleri kapsamında 500.000 ABD Dolarından az olmaması durumunda yapacakları ithalatta, doğacak verginin %10'unu teminat olarak yatırarak ithalatlarını gerçekleştirebilir.

2.5.1.2. Geri Ödeme Sistemi

Bu sistem kapsamında eşyanın geri ödeme sisteminde olduğu gümrük beyannamesinde belirtilmelidir. Bu sistem ile yapılacak ithalat kapsamında her türlü vergi ödenir. İthal eşya ile ürünün işlenmesi ve ihracatından sonra da ithalat sırasında ödenen vergiler işletme tarafından geri alınır.[133]

Geri ödeme sistemi kapsamında, AB'ye üye ülkelere ihraç edilecek işlem görmüş ürünün elde edilmesi amacıyla kullanılacak eşyanın ithalatından doğan gümrük vergisi ile toplu konut fonu tahsil edilir. Bu vergiler haricinde kalan vergiler ise teminata bağlanır. Geri ödeme sistemi kapsamında ithal miktar kısıtlaması olan eşyalar uygulamaya tabi tutulmaz.[134]

Geri ödeme sistemi kapsamında, dahilde işlemeye tabi tutulan eşya, ticaret politikası önlemleri kapsamında serbest dolaşımda olan eşyadır. Bu eşyanın işlenmiş üründe kullanılması ve ihracatın gerçekleşmesi durumunda, eşyanın serbest dolaşıma girişinde alınan ithalat vergileri geri verilmektedir. Şartlı muafiyet sisteminde ise

[133] Odabaş, s.79
[134] Dahilde İşleme Rejimi Tebliği, 2005/1

ithalat politikası önlemleri uygulanmamakta ve ithalat vergileri geri ödenmemektedir. Şartlı muafiyet sisteminde ithalat vergileri teminata bağlanmakta ve ihracat gerçekleştikten sonra iade edilmektedir.[135]

Şartlı muafiyet sistemi ile amaçlanan, ihracatçıların ürünlerini elde etmeleri için gereken ithal eşyanın elde edilmesinde ödemesi gereken vergilerin ertelenmesi ve ihracat gerçekleştirildikten sonra ödemenin yapılmasıdır. Geri ödeme sistemi ile ihracatçılar, yapacakları ithalat kapsamında ödediği vergileri geri alabilmektedir.

2.5.2. Dahilde İşleme Rejimi Belgesi Alınması Kapsamında Değerlendirilen Kriterler

Dahilde işleme rejimi amaçları dahilinde sınırlamalar barındırmaktadır. Dahilde işleme rejimi kapsamında belge alınması için ithal edilecek ürüne ait bazı kriterler mevcuttur;[136]

Dahilde işleme rejimi kapsamında bir eşyanın ithal edilmesi için, ithal edilecek eşyanın, işlem görmüş bir ürünün elde edilmesi amacıyla kullanılacağı tespit edilebilmelidir.

Dahilde işleme rejimi kapsamında elde edilecek ürün, Türkiye Gümrük Bölgesi'nde faaliyet gösteren işletmelerin ekonomik çıkarlarına olumsuz bir etkide bulunmamalıdır. Serbest bölgelerde faaliyet gösteren işletmelere olan etkisi, bu değerlendirmeye tabi tutulmaz.

Elde edilecek ürün Türk malı imajını olumsuz yönde etkilememelidir. Dahilde İşleme Rejimi'ne yönelik olarak gerçekleşecek faaliyet ülke sınırları içinde gerçekleşmelidir.

---

[135] Güven Sayılgan, Coşkun Şenol, "Dahilde İşleme Rejimi Ve Türk İşletmelerinin İhracatı Üzerine Etkileri", **Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, S.35, Ocak-Temmuz 2010, s. 42.

[136] Takım ve Ersungur, s.293.

Dahilde işleme rejimi kapsamında elde edilecek ürün katma değer yaratmalı ve kapasite kullanımını arttırmalıdır. Ayrıca ürünün rekabet gücü artmalı ve üründe ihraç edilebilme potansiyeli oluşturulmalıdır.

2.5.3. Dahilde İşleme Rejiminin Avantajları

Dahilde işleme rejimi kapsamında yapılan ithalat üçüncü ülkelerden gerçekleştirilirse, işletmeler kaynak kullanım destekleme fonu, katma değer vergisi ve diğer vergi, resim ve harçlardan muaf tutulur. İthalat AB ülkelerinden gerçekleşirse kaynak kullanım destekleme fonu hariç, belirtilen tüm vergilerden muafiyet sağlanır. Dahilde işleme rejimi kapsamında verilecek ihracat taahhüdü üçüncü ülkelere yönelik ise, yapılacak ithalatta kota ve gözetim önlemlerinde muafiyet sağlanır. Dahilde işleme rejimi ile ihracat niteliği taşıyan satış ve teslimler kapsamında ithalatta gümrük vergisi muafiyeti sağlanır. Geri ödeme sistemi ile işletmenin ödediği vergilerin geri alabilmesi imkanı sağlanmaktadır. Dahilde işleme rejimi rekabet arttırıcı özellik taşımaktadır. Bu nedenle de iç piyasanın canlanması açısından olumlu etkiler yaratabilir.[137]

2.5.4. Dahilde İşleme Rejiminin Türkiye Ekonomisine Etkileri

Dahilde işleme rejimi, Türkiye açısından dış ticaret dengesini sağlamaya yarayan bir araçtır. Dahilde işleme rejimi ile ihracatçılar, üretecekleri malları elde etmeleri için gereken ara malları ve diğer girdileri ithalat ile sağlayabilmektedir. İthalat esnasında da gümrük muafiyeti uygulanmaktadır. Bu kapsamda dahilde işleme rejimi ihracat teşviki niteliğindedir.[138] Dahilde İşleme Rejiminin sonucu olarak kamu gelirlerinin bir kısmından vazgeçilmesi ile bu sistem kapsamında ithal edilen ara mal ve hammaddelerin, yurt içi pazarlarında da üreticilerinin olması ve bu durumun bir sonucu olarak iç pazarda talep daralmalarının yaşanması, dahilde işleme

[137] Takım ve Ersungur, s.293.
[138] Odabaş, s.80.

rejiminin eleştirilen yönüdür.[139] Dahilde işleme rejimi kapsamında sektörel bir ayrım yoktur. Üretim yapan ve ihracatçı statüsü taşıyan tüm işletmeler dahilde işleme rejiminden yararlanabilir.

Türkiye'de 1996 ve 2007 yıllarında gerçekleşen toplam ihracatın %48,6'sı dahilde işleme rejimi kapsamında gerçekleşmiştir. 1996 Dahilde İşleme Rejimi'nin toplam ihracat içindeki payı %38,4'tür. Bu oran 2007 yılında da %42,7'ye yükselmiştir. 1996-2007 yılları kapsamında elektronik sektörü %77'lik bir döviz kullanım oranına sahiptir. Bu oran elektronik sektörünün her 100 Dolar'lık ihracatına karşılık olarak ortalama 77 Dolar'lık ithalat yaptığını göstermektedir. Döviz kullanım oranı demir-çelik sektöründe %72, elektrikli makine ve lastikte %66, taşıt araçlarında %64 ve kimyasallarda %63'tür.[140] 1996-2007 yılları kapsamında Dahilde İşleme Rejimi'nin kullanılmasının artması ile sektörlerin ithalata olan bağlılığını da arttırmıştır.

Türkiye'de, 2010 yılı itibariyle dahilde işleme rejimi kapsamında gerçekleştirilen ihracatta kullanılan ithal girdiler yaklaşık %60'lık bir orana sahiptir. Özellikle son dönemlerde ara malların ithalatında artış yaşanmaktadır. Ara mal ithalatının artması tamamen dahilde işleme rejimi'nin yarattığı bir sonuç değildir. Ancak bu durum Türkiye'nin gerçekleştirdiği ihracatın yüksek oranla ithalata bağımlı olduğunu göstermektedir. Türkiye ihracatının yaklaşık %50'si dahilde işleme rejimi ile gerçekleşmektedir. Bu nedenle, dahilde işleme rejimi ihracatçıların ithal girdi kullanmasını teşvik etmektedir[141].

Dahilde işleme rejimi Türkiye ihracatının, ithalata bağlı olmasındaki temel neden değildir. Türkiye'nin ekonomik yapısının bir sonucu olarak, Dahilde işleme rejimi uygulamasına son verilse de, işletmeler ürünlerini elde etmek için ithal girdiye ihtiyaç duyacaktır.[142] Ayrıca ihracat teşviklerinin DTÖ, GATT ve AB ile imzalanan Gümrük Birliği kapsamında belirtilen hükümler nedeniyle sınırlı şekillerde

[139] Sayılgan ve Şenol, s.40.
[140] Takım ve Ersungur s.299-300.
[141] Takım ve Ersungur, s. 295.
[142] Odabaşı, s.80.

verilebilmesi de Dahide işleme rejimi'nin, uygulanabilen bir ihracat teşviki olması açısından önemini oluşturmaktadır.[143]

Türkiye'de emek yoğun ve fason üretimin yaygın olması dahilde işleme rejimi kapsamında ithalat yapılmasını arttırmaktadır. Ayrıca Türkiye'de enerji, işçilik üzerinden alınan vergi ve finansman maliyeti gibi girdi faktörlerinin oluşturduğu maliyet yüksektir. Bu durumda ihracatçılar, uluslararası pazarlarda rekabet edebilmek için ucuz girdiye ihtiyaç duymaktadır. Dahilde İşleme Rejimi kapsamında yapılan ithalat da ihracatçılara ihtiyaç duydukları ucuz girdiyi sağlamaktadır. Bu nedenle dahilde işleme rejimi Türkiye'de ihracatın teşviki açısından önemli bir araçtır.[144]

2.5.5. AB'de Dahilde İşleme Rejimi

AB ülkelerinde dahilde işleme izin belgesi alımı için gereken koşullar ağırlaştırılmaktadır. AB içinde üretilen mallar kapsamında bu belge verilememektedir. AB ülkelerinde dahilde işleme belgesi alınabilmesi için, işleme tabi tutulacak eşyalarla karşılaştırılabilecek hiçbir eşyanın AB'de üretilmemiş olması, yeterli miktarda bulunmaması, AB'deki üreticiler tarafından uygun bir sürede üretiminin sağlanamaması, fiyatının ekonomik olmaması veya kalite kapsamında yetersiz olması gerekmektedir. AB ülkelerinde dahilde işleme rejimi gümrük birliği kapsamında gerçekleşen ithalatta uygulanır. Ayrıca AB ülkeleri sermaye ve teknoloji yoğun üretim yapmaktadır. Bu durum ithalata dayalı üretim yapılmasını azaltan bir üretim yapısının varlığını da göstermektedir.[145]

[143] Sayılgan ve Şenol, s.41.
[144] Takım ve Ersungur, s. 296.
[145] Takım ve Ersungur, s.295-296.

III. BÖLÜM

İHRACAT PERFORMANSI VE İHRACAT PERFORMANSINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

3.1. İHRACAT PERFORMANSI VE İHRACAT PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİ

İhracat performansına değinmeden önce, ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ'lerin, uluslararası pazarlama gücünün incelenmesi gerekir.

Tabak ve Tanyeri Türkiye'nin ihracat pazar fırsatlarını ortaya çıkarmak amacıyla KOBİ'ler ve büyük ölçekli işletmeler üzerinde araştırma yapmıştır. Araştırmada SWOT analizi kullanılmıştır. Araştırmada 261 işletmeden elde edilen verilere kullanılmıştır.[146]

Araştırmaya göre, Türk işletmeleri açısından en güçlü yön olarak belirlenen faktörler; kalite, ucuz işgücü, gelişmiş bölgelere olan coğrafi yakınlık, ürünlerin uygun fiyata sahip olması, teknoloji, değişen koşullara kolay ve hızlı uyum sağlayabilme ve yeterli hammadde kaynağına sahip olmaktır.[147]

Araştırma kapsamında, işletmelerin güçlü yönleri, KOBİ'ler ve büyük ölçekli açısından farklılıklar göstermektedir. İşletmenin ihracata yönelik istek ve çaba içinde olması KOBİ'ler açısından güçlü yön olarak görülmüştür. KOBİ'lerin diğer güçlü yön olarak gördüğü faktörler ise; ürünlerin uygun fiyatlı olması, coğrafi olarak gelişmiş pazarlara yakın olunması, ucuz işgücü temin edilebilmesi, tanıtım yapılması ve zengin ürün çeşidi sunulabilmesidir. Büyük ölçekli işletmeler ise çoğunlukla satılan ürünün çok kullanılıyor olmasını ve üretim tesislerinin ekonomik ölçekte olmasını güçlü yön olarak değerlendirmiştir. Eğitimli işgücünün istihdamı ve teknolojik olarak

[146] Burcu İlter Tabak, Mustafa Tanyeri, "Değişik Ölçekli Firmalarda İhracat Pazar Fırsatlarına Yönelik Yaklaşımlar", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.6, S.4, 2004, s.86-87.
[147] Tabak ve Tanyeri s.89.

gelişmiş düzeyde olmak da büyük ölçekli işletmeler açısından güçlü yön olarak görülmüştür.[148]

Araştırmaya göre Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin ve büyük ölçekli İşletmelerin zayıf yönleri kapsamında büyük ölçekli işletmeler, uzun dönemli planlama yapılamamasını ve ekonomideki yüksek vergi oranlarını zayıf yön olarak değerlendirmektedir. Büyük ölçekli işletmeler marka yaratılmamasını çoğunlukla zayıf yön olarak görmektedir. Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'ler ise, genellikle uzun dönemli planlama yapılmamasını zayıf yön olarak değerlendirmemektedir. KOBİ'ler büyük ölçekli işletmeler gibi yüksek vergi oranlarını zayıf yön olarak görmektedir. Ayrıca Türk mallarında kalitenin yakalanması da KOBİ'ler açısından zayıf yön olarak görülmektedir. Markalaşma ise genellikle KOBİ'ler açısından içine girilen bir süreç değildir ve marka eksikliği zayıf yön olarak değerlendirilmemektedir. Bu durumun nedeni KOBİ'lerin genellikle fason üretim yapmayı tercih etmesidir. KOBİ'lerin zayıf yön olarak gördüğü diğer faktörler ise kalifiye insan gücünün eksikliği, devlet yardımlarının yetersiz olması, kalite kapsamlı rekabet yapılamaması, teknoloji ve üretim kapsamında yeterli seviyede olunamaması ve Ar-Ge eksikliğidir.[149]

Türkiye'de faaliyet gösteren işletmeler açısından yüksek vergi oranları zayıf yön oluşturan bir unsurdur. Ancak kalite, teknoloji, marka, Ar-Ge ve kalifiye personel istihdamı kapsamında özellikle KOBİ'lerin zorlandığı ve yönlendirilmesi gerektiği görülmektedir. KOBİ'lerin bu ihtiyaçları kapsamında devlet yardımlarının verilmesi, KOBİ'lerin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü arttırabilir.

Araştırmaya göre, Türkiye'de faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmeler ile KOBİ'lerin pazar fırsatlarına yaklaşımları kapsamında büyük ölçekli işletmeler açısından Türkiye'de genç nüfusun varlığı ve işletmenin önemli pazarlarda tanınıyor olması fırsat yaratan faktörlerdir. Ayrıca büyük ölçekli işletmeler, Türkiye'nin AB ile birleşmesini de KOBİ'lere göre daha fazla fırsat olarak görmektedir. KOBİ'ler açısından ise devlet teşviklerinin verilmesi ve bu teşviklerin arttırılması önemli bir

[148] Tabak ve tanyeri s.90.
[149] Tabak ve Tanyeri s.92.

fırsat olarak görülmektedir. Ayrıca hammadde fiyatlarının ucuzlaması, dünya ekonomisinde canlanma yaşanması, Türkiye'nin uluslararası pazarlarda tanıtımının yapılması de KOBİ'ler açısından, büyük ölçekli işletmelere göre fırsat niteliği taşımaktadır.[150]

KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilmesi için devlet destekleri büyük bir öneme sahiptir. KOBİ'lerin bünyelerinde bulunduramadığı teknoloji, eğitimli iş gücü, ekonomik üretim yapabilme imkanı, marka ve kaliteli ürünün üretilmesi gibi faktörler, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda rekabet etmeleri açısından önem taşımaktadır. Ayrıca KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelere göre finansman sorunu yaşamaktadır. KOBİ'lerin bu sorunları aşaması ve uluslararası pazarlarda rekabet etmesi için devlet desteklerinin çoğunlukla KOBİ'lerin ihtiyaçlarına yönelik olarak verilmesi gerekmektedir.

Araştırmaya göre; Türkiye'de faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmeler ile KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda karşılaşabilecekleri tehditlere olan yaklaşımları kapsamında, uluslararası pazarlarda küreselleşmenin etkisiyle rekabetin kalite yönlü olarak artması büyük ölçekli işletmeler açısından tehdit olarak görülmektedir. KOBİ'ler ise kalite yönlü rekabetin yerine ürün fiyatına dayanan rekabete önem verdiklerinden kalite faktörünü tehdit olarak görmemektedir. KOBİ'ler büyük ölçekli işletmelere göre Uzakdoğu kaynaklı fiyat rekabetinin artmasını, uluslararası pazarlarda bürokratik engellerin varlığını ve vergilerin artmasını tehdit olarak görmektedir. Enerji maliyetinin artmasını ve hammadde temininde zorlukların yaşanmasını ise genellikle büyük ölçekli işletmeler tarafından tehdit olarak görülmektedir.[151]

Araştırmacılara göre devlet destekleri, KOBİ'ler açısından daha fazla öneme sahiptir. Devlet desteklerinin yönlendirmesine KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelere göre daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Ancak KOBİ'ler devlet desteklerinden yeterli ölçüde yararlanamamaktadır.[152]

---

[150] Tabak ve Tanyeri s.93.
[151] Tabak ve Tanyeri s.94.
[152] Tabak ve Tanyeri, s.96.

Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'leri ve büyük ölçekli işletmeleri kapsayan SWOT analizi neticesinde; KOBİ'lerin fiyat bazlı rekabete, büyük ölçekli işletmelerin ise kalite bazlı rekabete daha çok önem verdiği görülmektedir. Bu araştırma genel olarak KOBİ'lerin finansal sorunları nedeniyle kalite, teknoloji, nitelikli işgücü istihdamı ve markalaşma gibi kavramlara yönelmediklerini ortaya koymaktadır. Araştırma KOBİ'lerin devlet desteklerine olan bağlılığını da vurgulamıştır.

3.1.1. İhracat Performansı

İhracat uluslararası boyutta karar alma stratejisidir. Kar elde etmek amacıyla, uluslararası boyutta müşterilerin ihtiyaçlarını, isteklerini ve tercihlerini tatmin etmek amacıyla işletmenin olanaklarını değerlendirmesi, planlaması, olanaklarını kullanması ve denetlemesidir.[153]

İşletmeler açısından ihracat performansı ihracatta sağlanan başarıyı gösterir. Yüksek bir ihracat performansı ile işletmeler faaliyetlerinde süreklilik sağlayabilir.[154] Bu başarıdan doğan süreklilik ise işletmelerde ekonomik boyutta gerçekleşen faydaya ve işletmelerin karar alma mekanizması olan yöneticilerin ekonomik faydaya olan katılımına bağlıdır.

3.1.2. İhracat Performansının Ölçülmesi

İhracat performansı objektif kriterler ve subjektif kriterler kapsamında ölçülebilir.[155] Objektif kriterler doğrultusunda gerçekleşen ölçümde işletmelerin ekonomik verilerinden yararlanılır. Subjektif kriterler ise ekonomik veriler haricinde kalan işletme yöneticilerinin algı ve tutumlarıdır.

---

[153] Murat Canıtez ve Tülay Yeniçeri, "İhracat Performansı Düşük Olan KOBİ'ler İle Yüksek Olan KOBİ'lerin Farklılıklarını Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Araştırma", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, S.29, Temmuz-Aralık 2007, s. 116.

[154] Ömer Torlak, Veysel Kula, Şuayıp Özdemir, "Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri", **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.9, S.1, 2007 s.104.

[155] Canıtez ve Yeniçeri s. 116-117

3.1.2.1. Objektif Kriterler

Objektif kriterler ihracat satışları, ihracat karlılığı ve bu iki kavramın değişimini kapsayan kriterlerdir. İhracat satışları kapsamında ihracat satışlarının toplam tutarı, ihracat satışlarının yoğunluğu, ihracat yapılan pazar sayısı ve pazar paylarının değerlendirildiği kriterlerdir. İhracat karlılığı kapsamında ise ihracatla ilgili varlıkların ve yatırımların geri dönüş oranları incelenir. Ayrıca ihracat işlemi ile oluşan net kar ve ciro da bu kriter altında değerlendirilir.

3.1.2.2. Subjektif Kriterler

Subjektif kriterler stratejik nitelikli kriterler ile davranışsal kriterlerden oluşmaktadır. Stratejik nitelikli kriterler işletmenin pazar odaklılığını, pazar çabalarını, müşteri ve rekabet odaklılığı kapsar. Ayrıca işletmenin pazarlama faaliyeti dışında kalan diğer işlevlerinin ihracata yönelik olarak koordine edilmesi de bu kapsamdadır. Davranışsal kriterler ise işletmenin ihracat faaliyetine verdiği tepkilerden oluşur. İşletmenin ihracat işlemi ile algıladığı başarı, tatmin ve zor pazarlara girme kararı vermesi davranışsal kriterlerdir.

3.1.3. İhracat Performansına Etki Eden Faktörlerin Gruplandırılması

İhracat performansının belirleyici faktörleri iki ana başlık altında incelenmektedir. Bunlar işletmenin iç çevresinden kaynaklanan faktörler ve işletmenin dış çevresinden kaynaklanan faktörlerdir. İç çevreden kaynaklanan faktörler, Kaynak Temelli Strateji'ye dayanmaktadır. Dış çevreden kaynaklanan faktörler ise Endüstriyel Organizasyon Temelli Strateji'ye dayanır.[156]

KTS'ye göre, işletmelerin stratejilerini belirleyen faktörlerin temelini, işletmelerin sahip olduğu kaynakların ve yeteneklerin özgünlüğü oluşturur.

[156] Shaoming Zou, Simona Stan, "The Determinants Of Export Performance: A Rewiev Of The Emprical Literature Between 1987 And 1997*",* **International Marketing Review**, C.15, S.5, 1998, s.342.

İşletmeler, taklit edilmesi zor olan özellikleri ile performanslarını arttırabilir ve rekabetçi üstünlük oluşturabilir. Bir sektörde faaliyet gösteren işletmeler farklı kaynaklara ve yeteneklere sahiptir. Bu kaynak ve yetenekler işletmeler arasında heterojendir, değişmesi kolay değildir. Bu kaynakların ve yeteneklerin geliştirilmesi de uzun vadede meydana gelebilir. Kısa ve orta vadede kaynakların ve yeteneklerin nasıl geliştirileceği bilinmeyebilir. Ayrıca, bazı kaynaklar ve yetenekler alınamaz ve satılamaz. Bu durum üretim faktörleri arzının esnek olmamasına yol açar. Kısa ve orta vadede değişemeyecek nitelikte kaynaklara ve yeteneklere sahip olan işletmeler rekabetçi avantaj elde edebilir.[157]

EOTS, dışsal talep ve arz koşullarının sektörün yapısını belirlediği görüşündedir. Her sektör farklı performansa sahiptir. Bu durumun nedeni, her sektörün sahip olduğu yoğunluk, farklılaşma derecesi, pazara giriş engelleri, ölçek ekonomileri ve ürün farklılaşması gibi faktörlerin etkileridir. EOTS, işletmelerin stratejik davranışlarına çevresel faktörlerin etki ettiği görüşündedir. Dış çevrenin yarattığı etki, iç çevrenin yarattığı etkiye göre daha fazladır. İşletmelerin faaliyet gösterecekleri sektörün seçimi, işletme stratejilerinin belirleyicisidir. İşletmeler, rekabet kapsamında faaliyet gösterecekleri en uygun sektörü seçmelidir. İşletmelerin sahip oldukları stratejik kaynaklar, işletmeler arasında kolayca değişebilir. Bu durumda işletmelerin yüksek kar elde edip, başarıyı sağlayabilmesi için, faaliyet gösterdikleri sektörün yapısı doğrultusunda kaynaklarını nasıl kullanmaları gerektiğini öğrenmeleri ve stratejilerini uygulamaları gerekir. İşletmelerin sahip olduğu kaynaklar tek başına yeterli başarı faktörü değildir. İşletmelerin faaliyet gösterecekleri sektörün karlılığı yeterli olmazsa, sahip oldukları kaynakların önemi ortadan kalkar.[158]

KTS ve EOTS'nin arasında temel farklılıklar mevcuttur;[159]

---

[157] Eyüp Kahveci, "İşletme Stratejileri ve İhracat Performansı İlişkileri", **Akedemik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi**, S.6, Haziran 2012 s.4-5., http://iibf.kilis.edu.tr/iibfdergi/vol4no6/kahveci.pdf ,e.t.16.08.2012

[158] Eyüp Kahveci, s.6.

[159] Eyüp Kahveci, s.4

- KTS, işletmelerin yüksek kar elde etmelerinin temelinde girişimcilik ve yenilik faaliyetlerinin yer aldığını savunmaktadır. EOTS ise işletmelerin rekabeti sınırlandırarak yüksek kar elde edeceğini savunur.

- KTS'ye göre, işletmelerin girişimci ve yenilikçi faaliyetleri piyasa dengesini sürekli bozar ve hiçbir zaman piyasada tam denge sağlanamaz. EOTS'ye göre, piyasa dengesinin oluşabileceği durumlar söz konusudur. Piyasanın dengede olması da rekabetçi sürecin analiz edilmesi için uygundur.

- KTS, sektör içi heterojenliğin söz konusu olduğunu savunmaktadır. EOTS'ye göre de sektör yapısını ve sektör performansını işletmelerin ve tüketicilerin davranışları belirler.

3.2. İHRACAT PERFORMANSINA İLİŞKİN ÇALIŞMALAR

3.2.1. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Çalışmalar

Smith**,** Madsen ve Hansen, Ar-Ge yatırımlarının ihracat performansı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu kapsamda araştırma, Danimarka'da faaliyet gösteren işletmeler üzerinde gerçekleşmiştir. Araştırmada 3424 işletmeden elde edilen veriler kullanılmıştır. Araştırmada ciro ve ihracat karlılığı gibi objektif ölçüm metodları kullanılmıştır. Bu işletmelerin ise 1013'ü Ar-Ge yatırımı yapmaktadır.[160]

Araştırmaya göre Ar-Ge yatırımları ihracat performansı açısından yüksek derecede anlamlı ve olumlu bir etkiye sahiptir. Personel sayısı yüksek olan büyük ölçekli işletmelerin ihracata ve Ar-Ge yatırımlarına yönelimi daha fazladır. Ancak bu durum 5000 ve üzeri çalışana sahip çok büyük ölçekli işletmeler için geçerli değildir. İşletmelerde personel maaşlarının toplamının oluşturduğu maliyetin ciro içindeki payının artması ihracat performansını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum

[160] Valdemar Smith, Erik S. Madsen, Mogens Dilling-Hansen, "Do R&D Investments Affect Export Performance?", **CIE Discussion Papers**, S.09, 2002, s.2-9., http://www.econ.ku.dk/cie/dp/dp_2000-2002/2002-09.pdf/ , e.t. 16.08.2012.

emek yoğun sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler kapsamında ortaya çıkmaktadır. Ancak işletmelerin sahip olduğu personelin taşıdığı nitelik ve yeteneklerin artması da ücretlerde artış yaratan bir faktördür. Bu doğrultuda ücret yapısı işletme personelinin kalitesi altında ihracat performansını olumlu yönde etkiler. İşletmelerin faaliyet süresinin fazla olması da hem ihracata yönelimi, hem de Ar-Ge yatırımlarına yönelimi arttırmaktadır. İşletmelerde finansal ödeme gücünün artması da işletmeleri ihracata yönlendiren bir faktördür. Bu durum özellikle imalatçı işletmeler açısından geçerlidir. İşletmelerin faaliyet gösterdikleri pazarlarda yoğunlaşması Ar-Ge yatırımına yönelimi arttırırken, pazara giriş engellerinin artması, Ar-Ge yatırımları açısından olumsuz bir etki yaratmaktadır.[161]

Bu araştırmada, Ar-Ge'nin ihracatta başarı yaratan bir faktör olduğu vurgulamakla beraber; işletmelerin finansman kaynaklarının ve istihdam ettiği personelin taşıdığı niteliklerin de önemi vurgulamıştır.

Luis Lages, Carmen Lages ve Cristiana Raquel Lages, işletme yöneticilerinin ihracat performansı üzerine olan bakış açılarını araştırmıştır. Araştırma, ekonomik büyüme açısından ihracata yüksek oranla bağlı olan ve gelişmiş ekonomik yapıya sahip olan Portekiz ve İngiliz işletmeleri kapsamında gerçekleşmiştir. Toplam 478 Portekiz ihracatçı işletme ile 108 İngiliz ihracatçı işletme yöneticilerinden alınan veriler değerlendirilmiştir.[162]

Araştırmaya göre Portekiz ve İngiliz yöneticilerin ihracat performansına bakış açıları benzerdir. İhracat performansının en önemli belirleyicisi ürün kalitesidir. Rekabetçi fiyatlandırma ise ikinci derece öneme sahiptir. Hizmet kalitesi ve ithalatçı ile olan ilişki ve ithalatçıya olan güven de önemli belirleyiciler arasındadır. Faaliyet gösterilen pazardaki rekabet durumu, tasarım, marka, dağıtım kanalı, ürün farklılaşması, inovasyon, stratejik uyum, tutundurma ve yabancı pazarın nitelikleri kapsamında değerlendirilebilecek pazar payının dengesiz olması ve belirsizlik ortamı gibi faktörler ise az sayıda yönetici tarafından önemli olarak değerlendirilmiştir. Ancak araştırmacılar uluslararası rekabet kapsamında bu faktörlere daha fazla önem

[161] Smith, Madsen ve Dilling-Hansen, s.11-14.
[162] Luis Filipe Lages, Carmen Lages, Cristiana Raquel Lages, European Managers' Perspective On Export Performance Determinants", **Journal of Euromarketing**, C.15, S.2, 2005, s. 77-82.

verilmesi gerektiğini savunmaktadır. Kalite ve fiyat bazlı rekabetin yeterli olmayacağı görüşündedir.[163]

Bu araştırmada dikkat çeken bir diğer nokta; AB ülkelerinde işletme genellikle yöneticilerin kalite olgusu ile fiyatlandırmaya öncelikli olarak önem vermeleridir.

Lages, Silva ve Styles işletmelerin örgütsel öğrenme, ilişki ve kalite doğrultusunda sahip oldukları yeteneklerin ürün ve ürün kalitesi kapsamında gerçekleştirilen inovasyona olan etkisi ile ihracat performansına olan etkisini araştırmışlardır. Araştırmacılar, örgütsel öğrenme yeteneğini, işletmelerin inovasyon gerçekleştirme kapsamında sahip olduğu bilgi seviyesini geliştirebilme ve bilgiyi kavrama yeteneği olarak tanımlamışlardır. İlişki yeteneği, ihracatçının müşterileri ile olan iletişimi, müşterileri ile olan bilgi paylaşımı ve uzun vadeli ilişki kurabilme konusunda sahip oldukları yetenek olarak tanımlanmıştır. Kalite yeteneği ise işletmelerin ürün tasarımı, ürün geliştirmesi, müşteri ihtiyaçlarına odaklı üretim gerçekleştirmesi, üst yönetimin kalite kavramına olan katılımı ve kalite kapsamında eğitim verilmesi olarak tanımlanmıştır. Araştırma 1332 Portekizli imalatçı işletmeden elde edilen veriler ile gerçekleşmiştir.[164] Araştırmada ihracat satışları ve ihracat karlılığı gibi objektif ve ihracatçının müşterileri ile ilişki kurabilmesi ve bu ilişkiyi yönetebilmesi subjektif ölçüm kriteri olarak kullanılmıştır.

Araştırmaya göre, işletmelerin örgütsel öğrenme yeteneği ile ürün kapsamında gerçekleştirilen inovasyon arasında olumlu bir ilişki vardır. İşletmelerin ilişki yeteneği ile ürün kapsamında gerçekleştirilen inovasyon, ürün kalitesi ve ilişki performansı arasında olumlu bir ilişki vardır.

Araştırmaya göre işletmelerin ilişki performansı, ekonomik performansını olumlu yönde etkilerken; işletmelerin kalite yetenekleri ise ürün kalitelerini olumlu

[163] Lages, Lages ve Lages, ss. 84-88.
[164] Luis Filipe Lages, Graça Silva, Chris Styles, "Relationship Capabilities, Quality And Innovation As Determinants of Export Performance", **Journal of International Marketing**, C.17, S.4, s.47-54.

yönde etkilemektedir. Araştırmaya göre ihracat performansı ile ürün kalitesi ve ürün inovasyonu arasında olumlu bir ilişki vardır.[165]

Araştırmacılara göre ihracat yapılacak pazarlar kapsamında kalite tek başına yeterli bir faktör değildir. Ürün kapsamında gerçekleştirilen inovasyon gibi uluslararası boyutta farklılaştırma yaratabilecek faktörlerin de önemi büyüktür. İşletmelerin ilişki yetenekleri ve ilişki performansları da ürün kalitesini ve ürün inovasyonunu geliştirmek açısından önemlidir. İşletmeler ihracat performanslarını arttırmak için ürün inovasyonuna ve ilişki yönetimi yeteneklerine yatırım yapmalıdır. Araştırmacılara göre ürün kapsamında gerçekleşen bir inovasyon, ürün kalitesinden daha büyük oranda ekonomik fayda yaratabilmektedir.[166]

Araştırmanın dikkate alınması gereken yanlarından biri de işletmelerin, müşteri ihtiyaçlarını saptayarak, üründe kalite olgusu yaratmasıdır. Araştırmanın önemli yanlarından bir diğeri ise üründe kalitenin önemli olduğu; ancak, ürünün farklılık taşıyan ve taklit edilemeyen özelliklere sahip olmasının, ihracat açısından daha büyük öneme sahip olmasıdır. Bu kapsamda, ihracata konu olacak bir ürün müşteri ihtiyaçlarını tatmin edebilecek özellikte olmalı ve rekabet yaratabilecek farklılıklar taşımalıdır.

Calantone, Kim, Schmidt ve Cavusgil, Amerika, Japonya ve Güney Kore'de faaliyet gösteren işletmelerin ürün adaptasyonu stratejileri ile ihracat performansları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırmada ihracat satışları ve ihracat karlılığı gibi objektif ve işletme yöneticilerinin rekabet ve pazarlama faaliyetlerine bakış açıları gibi subjektif ölçüm metodları kullanılmıştır. Araştırmaya göre ihracat performansı ile ürün adaptasyonun gerçekleşmesi ve işletmelerin inovasyona olan yönelimi arasında pozitif ilişki vardır. İhracat performansının artması, işletmelerin ürün adaptasyonu sürecinde meydana gelen maliyetleri karşılamalarına da olanak sunmaktadır. İnovasyona olan açıklık ise yönetsel faaliyetlerden kaynaklanmaktadır. Bu durum üç ülke için de geçerlidir. Ürün adaptasyonunun faaliyet gösterilen pazarlarda rekabetçi baskı yaratabilecek ve müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak

[165] Lages, Silva, Styles ss.56-59.
[166] Lages, Silva, Styles s.60.

nitelikte olması da ihracat performansı üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. İç pazar ile ihracatın gerçekleştirildiği dış pazarlar arasında benzerliklerin olması ihracat performansı açısından doğrudan bir etki yaratmamaktadır. Ancak pazar benzerliği ürün adaptasyonunun gerçekleşmesine yardımcı olabilmektedir. Bu durum da üç ülke açısından geçerlidir. Pazarlar arasında var olan farklılıklar ise işletmeleri, ürün adaptasyonu gerçekleştirmeye yöneltmektedir. Bu durum da ürün adaptasyonunu başarılı bir şekilde gerçekleştirebilen işletmelerin, ihracat performansında olumlu etki yaratmaktadır. Araştırmaya göre Amerikalı işletmeler ülkelerinin sahip olduğu geniş iç pazar nedeniyle, ihracatlarını pazar benzerliklerinin ve kolay tatmin edilebilecek müşteri guruplarının var olduğu ülkelerde gerçekleştirmektedir. Bu durum da Amerikalı işletmelerin ürün adaptasyonu ve inovasyona olan bağlılığın öneminin azalmasına neden olmaktadır. Araştırmaya göre dış pazarlar hakkında bilgi sahibi olunması da ürün adaptasyonu stratejisini olumlu yönde etkileyerek ihracat performansında olumlu etkiler oluşturabilmektedir.[167]

Bu araştırmada işletmelerin, yöneticilerin de katılımıyla, farklı değerlere sahip ürün elde edebileceği ve bu sayede, uluslararası boyutta rekabeti sağlayabileceği üzerinde durulmuştur. Üründe farklılık yaratabilecek boyutta değer kazandırmak maliyetli olsa da bu ürünlerin uluslararası rekabette sağlayacağı avantaj, işletmelerde karlılık sağlayabilir.

Shoham ve Kropp ihracat performansı ile pazarlama karması elemanları ve planlama arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmada ihracat satışları ve ihracattan elde edilen karlılık objektif, işletme yönetiminin ihracattan duyduğu tatmin de subjektif performans ölçütü olarak kullanılmıştır. Araştırmada üretici ve ihracatçı niteliğine sahip 81 Amerikan işletmesinden alınan veriler kullanılmıştır.[168]

Araştırmaya göre ihracat performansı ile ihracat planlaması arasında pozitif bir ilişki vardır. Kaliteli ürün ve hizmet sunumu ve geniş ürün yelpazesine sahip

---

[167] Roger J. Calantone, Daekwan Kim, Jeffrey B. Schmidt ve S. Tamer Cavusgil, "The Influence Of International And External Firm Factors On International Product Adaptation Strategy And Export Performance: A Three –Country Comparison", **Journal of Business Research**, S.59, 2006, s.176-183.

[168] Aviv Shoham, Fredric Kropp, "Explaining International Performance: Marketing Mix, Planning And Their Interaction", **Marketing Intelligence & Planning**, C.16, S.2, 1998, s.114-117.

olunması gibi kalite unsurları, kapsamlı ihracat planlaması gerçekleştiren işletmeler açısından ihracat performansına olumlu yönde etki etmektedir. Planlamaya yeterli önemi vermeyen işletmeler açısından bu faktörler ile ihracat performansı arasındaki ilişki anlamsızdır. Araştırmaya göre ihracat performansı ile yüksek fiyat uygulamaları arasında anlamsız bir ilişki vardır. Araştırmacılar, bu durumun nedenini özellikle küçük ölçekli ihracat işletmelerinin faaliyet gösterdikleri pazardaki fiyata bağlılıkları ile açıklamaktadır. İhracat performansı ile tutundurma faaliyetleri arasındaki ilişki ise karlılık kapsamında olumsuzdur. Araştırmaya göre düşük reklam faaliyeti gerçekleştiren işletmeler, yüksek reklam faaliyetlerine yönelen işletmelere göre daha iyi ihracat performansı sergilemektedir. Araştırma kapsamında yer alan çoğu işletme geniş müşteri gurupları haricinde tutundurma faaliyetlerini düşük tuttuklarını dile getirmiştir.[169]

İhracat performansı ile dağıtım kanallarından destek alınması arasında ise pozitif bir ilişki mevcuttur. Araştırma kapsamında yer alan çoğu işletme aldıkları destek seviyesini üst düzeyde tutmaktadır. Kullanılan dağıtım kanalının türü ile ihracat performansı arasında ise anlamsız bir ilişki vardır. Ancak araştırma kapsamında yer alan küçük işletmeler, kanal yapısının önemli bir faktör olduğunu vurgulamıştır. Dağıtım kanalının kalitesi, yoğun ihracat planlaması yapan işletmeler açısından ihracat performansını olumlu etkilemektedir.[170]

Cavusgil ve Zou, ihracat performansı ile ürün adaptasyonu, tutundurma adaptasyonu, dağıtım kanalı desteği, rekabetçi fiyatlandırma, işletmenin uluslararası boyuttaki yeterliliği ve işletmenin ihracata olan bağlılığı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma kapsamında 16 farklı sektörde faaliyet gösteren 79 Amerikan işletmesinden elde edilen veriler kullanılmıştır. Bu işletmeler tüketim ürünü ve endüstriyel ürün imalatı yapmaktadır. Araştırmada ihracat karlılığı ve ihracat karlılığının işletmenin büyümesine olan etkisi objektif ve işletme yöneticilerinin

[169] Shoham ve Kropp s.120.
[170] Shoham ve Kropp s.121.

ihracatta başarı algısı ve ihracatın stratejik hedeflere ulaşma kapsamında işletme yöneticilerinde yarattığı algı ise subjektif ölçüm metodu kullanılmıştır.[171]

Araştırmaya göre pazarlama karması elemanları işletmenin ve işletme yönetiminin ihracata katılımı doğrultusunda ihracat performansına doğrudan etki etmektedir. Bu durum, ihracatta başarının işletme yönetiminin elinde olduğunu göstermektedir. İhracatı gerçekleştirebilmek için ihtiyaç duyulan kaynakların sağlanması ve bu kaynakların yönetiminde etkinlik, ihracat sürecine katılım, tecrübe birikimi, ürün adaptasyonu, üründe değişim yaratabilme yeteneği ve dağıtım kanalı desteği ile dağıtım kanalına verilen teknik eğitim ile satış imkanı ihracat performansına olumlu yönde etki eden faktörlerdir. İhracatın planlı gerçekleşmemesi, ürün adaptasyonunu etkileyen unsurlara önem verilmemesi ve düşük kalitede dağıtım kanalı seçimi ile yanlış fiyatlandırma stratejileri ihracat performansını olumsuz yönde etkilemektedir. Araştırmaya göre gerçekleştirilecek ürün adaptasyonunun yoğunluğu işletmelerin uluslararası boyutta yeterliliğe sahip olması, ürünün özgün, yeni veya belirli bir kültüre yönelik olmasına bağlıdır. Ayrıca sahip olunan teknolojinin pazarda rekabetçi avantaj yaratabilme gücü de yüksek teknolojiye dayalı pazarlarda ürün adaptasyonunun gerçekleşmesini etkiyen önemli bir faktördür.

Araştırmanın sonuçlarına göre tutundurma faaliyetleri ihracat performansını arttırıcı bir etkiye sahip değildir. Tutundurma faaliyetleri genellikle pazardaki rekabetçi baskıdan dolayı uygulanmaktadır. Teknoloji yoğun pazarlarda faaliyet gösteren veya özgün ürüne sahip olan işletmelerde tutundurma faaliyetlerinin yoğunluğu azaltılmaktadır. Araştırmacılara göre tutundurma faaliyetlerinin ihracat performansı üzerindeki etkisizliği işletme yönetiminin tutundurma karması stratejilerini uygulamasındaki eksiklerinden kaynaklanabilir. Tutundurmanın kültürel özellikler açısından farklılıklar taşımasının gerekliliği ve işletmelerin tutundurma faaliyetlerini gerçekleştirdiğinde kültür farklılıklarından dolayı beklenen etkiyi yaratamamaları da bu faktörün ihracat performansı üzerindeki etkisizliğine neden olabilir.

---

[171] S.Tamer Cavusgil, Shaoming Zou, "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation Of The Emprical Link In Export Market Ventures", **Journal of Marketing**, C.58, Ocak 1994, s.1-12.

Araştırmaya göre pazardaki rekabet ve işletmenin ürünlerini pazara sunmada yetersiz kalması, ihracatta dağıtım kanallarına yönelime neden olmaktadır. Bu kapsamda işletmeler dağıtım kanallarına ürünleri hakkında gerekli eğitimi ve teknik desteği sağlama eğilimindedir. Araştırmaya göre fiyat sadece yüksek teknolojiye sahip ürünler ile rekabet eden işletmeler açısından önemli bir rekabet aracı olarak görülmektedir. Bu kapsamda işletmeler yüksek fiyat uygulamalarına yönelebilmektedir. İşletmelerin teknolojiye yaptığı yatırımların yüksek maliyete sahip olması da bu doğrultuda bir rekabetin oluşmasına neden olmaktadır. Araştırmaya göre, ihracat, işletmelerin hem iç hem de dış çevresiyle uyumlu olmalı ve planlı bir şekilde yürütülerek, işletmelerin stratejik yönetim sürecine dahil edilmelidir. Bu durumu sağlayan işletmeler ihracatta uzun vadede başarı elde edebilmektedir.[172]

3.2.2. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Çalışmaların Değerlendirilmesi

İhracat performansına yönelik AB üyesi ülkelerde gerçekleşen araştırmalara göre Ar-Ge faaliyetleri ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir. Ar-Ge faaliyetlerinin başarısı finansal kapsamda yeterliliğe ve tecrübeye bağlıdır. İnovasyon ve kalite de ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir. İnovasyon ile üründe sağlanan farklılıkların da ihracat performansı üzerinde olumlu etkisi vardır. Genel olarak AB ülkelerinde ihracatçı işletmelerin yöneticileri de üründe kalite olgusunun ve kaliteden kaynaklanan fiyat rekabetinin ihracatta başarı için önceliğe sahip olduğu görüşündedir. AB ülkelerinde gerçekleştirilen araştırmalarda, işletmelerin yurt dışı pazarlara giriş engelleri Ar-Ge faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

AB ülkelerinde faaliyet gösteren işletmelerin yöneticilerin ihracatta başarı sağlamaya yönelik bakış açılarında en yüksek paya sahip faktör ürün kalitesidir. Fiyat bazlı rekabet, işletmelerin sağladığı hizmetin kalitesi ve ithalatçılarla olan ilişkilerinin güçlenmesi de işletme yöneticileri tarafından önem veriler faktörlerdir.

[172] Cavusgil ve Zou, s.13-16.

Diğer ülkelerde yapılan çalışmalarda ise ihracatta planlama önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Planlama özellikle pazarlama faaliyetlerinin başarısını ve dolayısıyla ihracat performansını etkileyen olumlu bir faktördür. İşletmelerin ürünlerini yabancı pazarlara uyumlaştırma yetenekleri ile ihracat performansı arasında olumlu bir ilişki vardır. Bu durum ürün adaptasyonunu etkileyen inovasyon faaliyetleri ile işletmenin finansal ve yönetsel kaynaklarını kullanmadaki başarısı açısından da geçerlidir. Tutundurma faaliyetleri genellikle yüksek maliyet gerektirdiği için ihracat performansına olumsuz yönde etki etmektedir. Dağıtım kanalı ilişkileri ve dağıtım kanalı desteği ihracat performansına olumlu yönde etki etmektedir. Ancak dağıtım kanalının türü ihracat performansı açısından anlamsız bir etkiye sahiptir. Yüksek fiyat uygulamaları ise genellikle teknoloji yoğun sektörlerde kullanılmaktadır. Bu durumun nedeni teknolojinin rekabetçi üstünlük oluşturabilen bir faktör olması ve teknolojinin elde edilmesinde oluşan maliyetin yüksek olmasıdır. İhracat performansına olumlu yönde etki eden bir unsur da iç pazar ile dış pazarın benzerlikler taşımasıdır.

Yurt dışında gerçekleşen çalışmalar genel olarak işletme bünyesindeki yetenekleri, farklılık yaratan unsurları ihracat performansına olumlu yönde etki eden faktörler olarak saptamıştır. KTS kapsamında değerlendirilebilecek faktörler ihracat performansı açısından çoğunluktadır. Ancak işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazardaki iletişim yetenekleri ve pazar özellikleri de ihracat performansını etkileyebilen ve EOTS kapsamında değerlendirilebilen faktörlerdir.

3.2.3. Türk İşletmelerinin İhracat Performansını Etkileyen Faktörler

3.2.3.1. Yalnızca KOBİ'ler Üzerinde Gerçekleşen Araştırmalar

Kayabaşı, Kiracı, Kanberoğlu ve Oğuz, Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'ler kapsamında ihracata performansına etki eden faktörleri araştırmıştır.

Araştırmada 95 işletmeden elde edilen veriler kullanılmıştır.[173] Araştırmaya göre işletmelerin stratejilerini faaliyet gösterdikleri pazara yönelik olarak uygulaması, faaliyet gösterdiği pazarı takip etmesi ve pazardaki rekabet hakkında bilgi edinmesi, üründe kaliteye önem vermesi ve hizmet sağlayarak ürünlerini destekleyebilmesi, müşteri ve dağıtım kanalı ilişkilerini geliştirmesi, yeterli düzeyde teknolojik altyapıya sahip olması ihracat performansını arttırmaktadır. Hükümet müdahaleleri, yasal engeller ve faaliyet gösterilen pazarda ikame ürün oluşumu da ihracat performansını olumsuz yönde etkilemektedir.[174]

Bu araştırmaya göre ihracatın gerçekleştirileceği pazar ve pazardaki rekabet durumu hakkında bilgi edinilmesi, ürün kalitesi ve satış sonrası hizmet sunumu, dağıtım kanalında güçlü ilişkiler sağlanması ve teknolojik açıdan uluslararası boyutta yeterliliğe sahip olmak KOBİ'ler açısından ihracat başarısını gösteren unsurlardır.

Pazara giriş engelleri de ihracatta başarısızlığa yol açan nedenlerdir. Bu kapsamında işletmeler tarafından kontrol edilemeyecek yapıda olan yasal engeller ile devlet müdahaleleri yer almaktadır. Ancak pazarda ikame ürün oluşumu da KOBİ'ler açısından pazara giriş engeli olarak görülmektedir. Bu kapsamda işletmeler ürünlerinde farklılıklar yaratarak yetenekleri doğrultusunda mücadele edebilir.

Yücel ve Yeniçeri işletmelerin ihracat performansı ile insan sermayesi, örgütsel sermaye ve dışsal sermaye arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmada 245 işletmeden elde edilen veriler kullanılmıştır.[175] Araştırmaya göre işletme çalışanlarının yeteneği, tecrübesi, motivasyonu, sahip olduğu bilgi ve bu bilgilerin geliştirilebilmesi, ihracatta satışların artması ve karlılığı sağlayarak, ihracat performansını arttırmaktadır. Ayrıca, işletmenin sahip olduğu marka değeri ve bu

[173] Aydın Kayabaşı, Hakan Kiracı, Zafer Kanberoğlu, Ahmet Oğuz, "KOBİ'lerde İhracat Performansını Belirleyen Unsurların İncelenmesi: İnegöl'de Faaliyette Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S.28, 2010, s.3-5.
[174] Kayabaşı, Kiracı, Kanberoğlu, Oğuz, s.7.
[175] İlhami Yücel, Harun Yeniçeri, "İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibariyle Gruplandırılması", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, S.20, s.710-711.

değerin tanıtımı da ihracat satışlarını ve karlılığı arttırarak; ihracat performansı üzerinde olumlu etki yaratmaktadır.[176]

Yücel ve Yeniçeri araştırmasında istihdam edilen personelin işletmeye fayda sağlayacak yapıda olmasının ve işletmelerde markalaşma ile marka tanıtımının, ihracatta başarı elde etme açısından önemini vurgulamıştır. Araştırmanın önemli bir noktası da markanın işletmelerde ekonomik fayda yaratarak, ihracatta başarı sağlamasıdır.

Canıtez ve Yeniçeri ihracat performansına etki eden faktörleri ve ihracat performansı düşük olan KOBİ'ler ile ihracat performansı yüksek olan KOBİ'lerin farkını oluşturan unsurları araştırmıştır. Araştırma, sadece ihracat yapan, toplam 114 işletme kapsamında gerçekleşmiştir.[177] Araştırmaya göre satış sonrası hizmet sunumuna önem vermek ve bu hizmette kaliteyi arttırmak, pazarlama faaliyetinde müşteri odaklı yaklaşım, işletme fonksiyonları arasında koordinasyon ve eşgüdüm sağlamak ile faaliyet gösterilen pazarda rekabetçi değişimlere hızlı cevap verebilmek ihracat satışlarının ve karın artması ile KOBİ'lerde ihracat performansını yükseltmektedir.[178]

Bu araştırmada ihracatta müşteri odaklı yaklaşımın, işletmelerde ihracatın bir strateji altında yer alması ve bu stratejide işletmenin sahip olduğu bilgi, beceri ve yeteneklerin kullanılması ile faaliyet gösterilen pazarda meydana gelen değişimlere karşılık verebilmenin ihracatta başarı sağladığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca bu araştırma da satış sonrası hizmet sunumunun ihracattaki önemini vurgulamıştır.

Danışman ve Sökmen, ihracat yoğunluğu ve ihracat işlemi sonrası işletme yönetiminin elde ettiği memnuniyet doğrultusunda girişimci eğilimlerin ve işletmelerin niteliklerinin ihracat performansına etkisini araştırmıştır. Araştırmada 423 KOBİ'den elde edilen veriler kullanılmıştır.[179] Araştırmaya göre işletme

---

[176] Yücel ve Yeniçeri s.716-717.
[177] Canıtez, Yeniçeri, s.117-122.
[178] Canıtez, Yeniçeri, s.130-131.
[179] Ali Danışman, Ahmet Gökhan Sökmen, "Girişimci Özellikleri Ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma", **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C.16, S.1, 2007, s.219.

büyüklüğü ile yüksek düzeyde teknoloji kullanımı ihracat yoğunluğunu arttırarak ihracat performansına olumlu yönde etki etmektedir. İhracat desteklerinden faydalanabilme ve girişimci eğilim ise araştırma kapsamında yer alan subjektif ölçüm metodu altında ihracatta olumlu etkiler yaratmaktadır.[180]

Girişimcilik genel olarak kar elde etme ve risk alma doğrultusunda yeni fikir geliştirebilme yeteneğidir.[181] Bu araştırma doğrultusunda da girişimciliğe olan eğilim işletmelerin sahip olduğu bir yetenek olarak görülebilir. Bu yetenek ile ihracata yönelik devlet desteklerinden faydalanabilme yeteneği araştırmada işletme yönetiminde memnuniyet yaratarak, işletmeleri ihracata yönlendirmektedir. Sahip olunan teknoloji düzeyi ise diğer araştırmalarda da yer alan ve ihracatta ekonomik başarı sağlayan bir kaynaktır. Bu araştırmanın önemli noktalarından biri de araştırma örneğinin KOBİ'lerden oluşması ve KOBİ'lerde personel sayısının yarattığı farkın, ihracatta başarı sağlayan bir faktör olarak bulunmasıdır.

Kılıç, araştırmasını 63 imalatçı KOBİ'den elde ettiği veriler ile gerçekleştirmiştir. Araştırmada ihracat yapılan ülke sayısı ve ihracat ile gerçekleşen satışların toplam satışlara olan oranını objektif, işletme yöneticilerinin ihracattan duyduğu tatmin düzeyini de subjektif ölçüm kriteri olarak kullanmıştır.[182] Araştırmada ürün tasarımı ve ürüne ait fiziksel nitelikler, pazar şartlarına uygun dağıtım kanalı seçimi, reklam ve kişisel satış kapsamında gerçekleşen tutundurma faaliyetleri, fiyatın pazar şartlarına uygun olarak düzenlenmesi, fiyat ile rekabetin gerçekleşmesi, ihracat yapılan pazar sayısının artması, işletmenin kullandığı teknoloji düzeyi ve işletme tarafından gerçekleştirilen yenilikler ile farklı tüketici ihtiyaçlarına yönelme gibi faktörlerin ihracat yapılan ülke sayısı ve ihracat ile gerçekleşen satışların toplam satışlara olan oranının ihracat performansında etkili

---

[180] Danışman, Sökmen, s.222-224.

[181] Halit Yıldırım, "İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Tespiti: Aksaray Örneği", **Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi**, C.3, S.2, 2011, s.190, http://www.sobiad.org/eJOURNALS/dergi_YBD/arsiv/2011_2/mehmet_halit_yildirim.pdf, 19.10.2012.

[182] Sabiha Kılıç, "Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Pazarlaması Davranışını Etkileyen Faktörler İle İhracat Performansı Arasındaki İlişkilere Dair Amprik Bir Çalışma: Çorum Makine İmalat Sanayi Örneği", **Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.11, S.1, Haziran 2007, s.40-49.

olduğu sonucuna varılmıştır. Bu faktörlerin beraberinde getirdiği karlılık, maliyetin azalması, ölçek ekonomisi kullanımı, atıl üretim kapasitesini kullanabilme imkanı ve uluslararası pazarda riskin azalması gibi sonuçların işletme yöneticilerinin ihracattan duyduğu tatmin düzeyini arttırıcı etkide bulunduğu sonucuna ulaşmıştır.[183]

Çalıpınar ve Baç, işletme özelliklerinin, inovasyona olan etkisini KOBİ'ler üzerinde araştırmıştır. Araştırmada 35 işletmeden elde edilen veriler kullanılmıştır. [184]Araştırmaya göre işletmelerde ihracat gelirinin artması, gerçekleştirilen inovasyon sayısında da artış meydana getirmektedir. İnovasyona olumlu yönde etki eden diğer faktörler ise patent kapsamında gerçekleşen harcamalar, reklam ve dış ortaklıklardır. Araştırmada çalışan sayısı ve işletmelerin faaliyet gösterdiği sürede yaşanan artışların inovasyonda olumsuz yönde etki yarattığı ve Ar-Ge harcamalarındaki artışın inovasyon üzerinde anlamsız bir etki oluşturduğu bulgularına varılmıştır. Araştırmacılar; Ar-Ge harcamaları ile inovasyon arasındaki anlamsızlığın nedenini, KOBİ'lerin finansal kaynak yetersizliğinden dolayı Ar-Ge harcamalarının büyük oranda dış kaynaklar üzerinden sağlanması olarak açıklamaktadır. Personel sayısı ve işletmenin faaliyet gösterdiği sürenin artması ile Ar-Ge arasındaki olumsuz ilişki ise yeni teknolojilerin, uzun faaliyet süresine sahip işletmeler tarafından kullanılmadığı ve bu nedenle faaliyetlerini gerçekleştirmek için yüksek sayıda personele ihtiyaç duyması olarak açıklamaktadır.[185]

İşletmeler, Ar-Ge çalışmaları ile yeni ürün ve süreç geliştirmeyi, yeni üretim teknikleri bulmayı veya mevcut üretim tekniklerini geliştirmeyi, rakipleriyle rekabetlerini sürdürmeyi, verimlilik arttırmayı, üretim maliyetlerini düşürmeyi ve işveren-işçi ilişkisini güçlendirmeyi amaçlar. Endüstriyel boyutta gerçekleşen Ar-Ge maliyet azaltmak, üründe yenilik sağlamak veya kalitenin geliştirilmesi amacı güder. Ürün ve süreçte yaşanacak yenilik, gelişim ve değişimin sürekli olduğu küresel

[183] Kılıç, s.50-55.
[184] Hatice Çalpınar ve Uğur Baç, "KOBİ'lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler Ve Bir Alan Araştırması", **Ege Akademik Bakış**, C.7, S.2, 2007 s.451-452.
[185] Çalpınar ve Baç, s.453-455.

rekabet ortamında rekabet gücünün korunmasını sağlar.[186] Ar-Ge, başta teknoloji olmak üzere inovasyon için gereken önemli bir faaliyettir. [187]

Çalpınar ve Baç araştırmasında inovasyonların Ar-Ge ile gerçekleşebileceği, ancak bu durumun gerçekleşebilmesi için işletmelerin finansal kaynak gücünün olması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca yeni teknolojilerin işletme bünyesine kazandırılması ile işletmelerin personel ücretlerinden doğan maliyetlerinin azalabilmesi söz konusudur. Araştırmada yer alan dış ortaklıkların Ar-Ge üzerindeki olumlu etkisi ise bir başarı olarak değil, işletmelerimizin kaynak temininde yaşadığı bir sorun olarak görülmelidir.

Sakarya, Türkiye'de ihracat yapan işletmelerin ihracat finansman kaynaklarının belirlenmesine yönelik araştırma yapmıştır. Araştırma çoğunluğu Marmara bölgesinde faaliyet gösteren 142 işletme kapsamındadır. Araştırma kapsamında yer alan işletmelerin büyük çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu işletmelerin büyük çoğunluğu on yıl ve daha uzun süredir iş tecrübesine sahiptir.[188] Araştırmaya göre işletmeler faaliyetlerini yürütürken en çok finansman, üretim ve pazarlama konusunda sıkıntı yaşamaktadır. Bu işletmelerin yaklaşık yarısı finansman konusunda uzmanlık sahibi yöneticileri bünyesinde bulundurmamaktadır. Araştırmaya göre özkaynaklar ve banka kredileri, işletmelerin en önemli finansman kaynaklarıdır. Bu işletmelerin yaklaşık %32'si tamamen özkaynakları ile finansman ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bu işletmelerin yaklaşık %23'ü ticari banka kredileri kullanmaktadır. Türk Eximbank kredileri ise araştırma kapsamında yer alan işletmelerin yaklaşık %10'u tarafından kullanılmaktadır. Araştırma kapsamında yer alan işletmeler, genellikle sevk öncesi ihracat kredileri ile sevk öncesi ve sevk sonrası kısa vadeli ihracat sigortasını kullanmaktadır. Araştırma kapsamında yer alan işletmelerin yaklaşık %37'si ihracat sigortası kullanmamaktadır. Araştırmacıya göre işletmeler Eximbank kredi ve sigorta programlarından yeterince yararlanamamaktadır. Bilgi eksikliği de bu duruma neden olmaktadır. İşletmelerin ihracatta başarı sağlamaları için alternatif finansal araçlar, Eximbank kredi ve

[186] Onur Altın, Ayşen Kaya, "Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensel İlişkinin Analizi", **Ege Akademik Bakış**, C.9, S.1, 2009, s.252.
[187] Çalpınar ve Baç, s.447.
[188] Sakarya, s.123-126.

programları kapsamında bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Ayrıca işletmelerin finansman konusunda uzman personel istihdam etmeleri de gerekmektedir.[189]

Bu araştırma KOBİ'lerin finansal kaynaklara erişiminin yanı sıra bu kaynakların kullanımı konusundaki yetersizliklerini ortaya koymaktadır.

3.2.3.2. KOBİ'ler ve Büyük Ölçekli İşletmeler Üzerinde Gerçekleşen Çalışmalar

Özçelik ve Taymaz inovasyon ile uluslararası rekabet arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırmaları Türk imalat sanayinde faaliyet gösteren 4000 işletme kapsamında gerçekleştirilmiştir. İhracat performansının ölçülmesinde ihracat yoğunluğu kullanılmıştır.[190] Araştırmada inovasyon yapan işletmelerin daha yüksek ihracat performansı sergileyebildiği ortaya çıkmıştır. Araştırma kapsamında yer alan ve inovasyon yapan işletmeler sermaye yoğun üretim yapısına ve daha fazla çalışan sayısına sahiptir. İşletme büyüklüğü de ihracat performansı açısından değerlendirilmiştir. 150 personele kadar işletme büyüklüğü, ihracat performansında olumlu bir etki yaratmaktadır. Araştırmada inovasyon yapan işletmeler ile diğer işletmelerin ortak bir özelliği, reklam faaliyetinin yoğunluğu olarak tespit edilmiştir. Ancak bu faktörün ihracat performansı açısından anlamsız bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Araştırmacılara göre bu durumun nedeni işletmelerin reklam faaliyetlerini yurt içi pazarlarda yoğunlaştırmasıdır. Araştırmanın önemli noktalarından bir diğeri de ülkemizde, inovasyonların üründen ziyade, süreç bazlı gerçekleşmesidir. [191]

Bu araştırmada işletmelerin uluslararası boyutta farklılık yaratabilecek ürünleri elde etmekten ziyade, üretim sürecinde yeniliğe yönelmeleri vurgulanmıştır. Bu durum işletmelerimizin önceliği üretim maliyetinin azaltılmasına tanıdığını

---

[189] Sakarya, s.126-133.
[190] Emre Özçelik, Erol Taymaz, "Does Innovativness Matter for International Competiveness in Developing Countries? The Case of Turkish Manufacturing Industries", **Economic Research Center Working Papers in Economics**, Mayıs 2002, 01/07, s.10-11., http://www.erc.metu.edu.tr/menu/series01/0107.pdf , e.t. 16.08.2012.
[191] Özçelik ve Taymaz, s.13-21

gösterir. Ürün kapsamında inovasyon gerçekleştirmek için yeni teknolojilere dayanan üretim sermayesi yoğunluğu sağlanmalıdır.

Ar ve Tokol, yeşil pazarlama uygulamaları ile ihracat kapsamında elde edilen kazanımları ortaya çıkarmak amacıyla araştırmalarını gerçekleştirmiştir. Araştırma 153 işletme kapsamında gerçekleşmiştir.[192] Araştırmaya göre yeşil ürün uygulamaları ihracatı ve işletme müşterilerini olumlu yönde etkilemektedir. Yeşil pazarlama uygulamalarının, dış ticaret engelleri, maliyet ve karlılık açısından da olumlu bir etkisi yoktur. Ancak, ihracat kapsamında yeşil pazarlama uygulamaları, işletmelerin yeni pazarlara girme şansı elde etmeleri, pazar paylarını arttırmaları, işletme imajını geliştirmeleri ve satış oranlarını arttırmak kapsamında olumlu etkiler doğurmaktadır.[193]

Yeşil pazarlama, bir firmanın çevresel duyarlılığını ön plana çıkardığı pazarlama planının geliştirilmesi ve kullanılmasıdır. Çevresel endişeler, yeşil tüketim ihtiyacını arttırmakta ve buna karşılık yeşil pazarlamacıların artan müşteri ihtiyaçlarını karşılamalarına yönlendirmiştir.[194]

Ar ve Tokol, araştırmada işletmelerin ihraç edecekleri ürünlerin pazarlamasında müşteri odaklı stratejiler benimsemesinin yeni pazarlara ulaşabilme imkanı yaratılabilindiği, müşteri sadakati oluşturmaya katkı sağlayabileceği ve bu durumun satış arttırıcı etkiler doğurabileceği sonucunu vurgulanmıştır. Buradan çıkan önemli netice, çevreye duyarlı bir ürünün uluslararası pazarlarda yasal engelleri aşmaktan ziyade, müşteri kazanmaya yönelik kazanımlar elde etme ve işletme imajını yükseltecek boyutta fayda yaratmasıdır.

Göksel, bilgi eksikliğinin yoğun olduğu pazarlara ihracat yapan işletmeler açısından, ihracat sigortası programlarının etkisini araştırmıştır. Araştırmaya göre büyük ölçekli işletmeler, ihracat sigortası ihtiyacı olmadan da ihracat işlemlerini

---

[192] Aybeniz Akdeniz Ar, Tuncer Tokol, "Tekstil Sektöründeki İşletmelerin Yeşil Pazarlamadan Kaynaklı Kazanımları", **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, C.9, S.31, 2010, s.158., http://www.esosder.com/?sayfa=dergilist&sayi=31 ,e.t. 16.08.2012.

[193] Ar ve Tokol s. 163-166.

[194] SCHOELL, William F., DESSLER, Gary, REINECKE, John A., **Introduction to Business**, Massachusetts, Allyn and Bacon, 1992, s.389.

gerçekleştirebilmektedir. Orta ölçekli işletmelerde ise ihracat sigortaları önem taşımaktadır. Ancak orta ölçekli işletmelerin bir kısmı daha uygun koşullarda ihracat sigortası sağlandığında ihracata yönelmektedir. Araştırma kapsamında yer alan küçük ölçekli işletmelerde ise ihracat sigortasından bağımsız olarak, yeterli üretkenliğin olmaması ihracat yapmalarını engellemektedir.[195]

Bu araştırma ihracata yönelik sigorta programlarının yeterli kaynağa ve yeteneğe sahip olmayan işletmelerde risk olgusunu azaltabileceğini anlatmaktadır. Ayrıca istihdam edilen personel sayısını düşük olan KOBİ'lerde dış pazarın talebini karşılayabilecek üretim kaynağının olmadığı da vurgulanmıştır.

Özdemir ve Kula ihracat performansı araştırmalarını 581 işletmeden elde ettiği veriler doğrultusunda gerçekleştirmiştir.[196] Araştırmaya göre işletme büyüklüğü, işletmenin ihracat departmanın olması, ihracat ile elde edilen tecrübe, ihracatın gerçekleştiği pazarda sürekliliğin sağlanması, ihracat yapılan ülke sayısının artması, gerçekleştirilen ihracatın toplam satışlar içindeki payını arttırarak ihracat performansına olumlu yönde etki etmektedir. İhracat gerçekleştirilmeden önce pazar araştırmasının yapılmaması da ihracat performansını olumsuz yönde etkilemektedir.[197]

Perçin, araştırmasını 160 işletme kapsamında gerçekleştirmiştir.[198] Araştırmaya göre işletme yöneticilerinin ihracat satışlarını planlı olarak gerçekleştirebilmesi, pazar araştırması yapabilmesi, müşterileri ile ilişki kurabilmesi, eğitimi ve tecrübesi gibi özellikleri ile genel anlamda işletmelerin ihracat pazarlaması stratejilerini kullanabilme yeteneği, ihracat yoğunluğunu arttırmaktadır. İhracatta ülke çeşitliliğinin sağlanabilmesi de ihracat yoğunluğuna olumlu yönde etkisi bulunan ihracat pazarlaması stratejilerinin kullanılmasındaki yeteneğe bağlıdır.

---

[195] Türkmen Göksel, "Export Insurance Policy When Exporting To Lesser-Known Markets", **Sosyo Ekonomi**, S.2, 2010, s.111.
[196] Şuayıp Özdemir, Veysel Kula, "İhracat Performansının Belirleyicisi Olarak İşletme Yöneticilerinin İhracata Yaklaşımı", **Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, S.2, 2005, s.40.
[197] Özdemir ve Kula, s.110-113.
[198] Selçuk Perçin, "İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Ve Firmaların İhracat Performans Ölçülerine Göre Sınıflandırılmasındaki Rolü: İSO 1000 Sanayi Firmaları Uygulaması", **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 9, 2005, s.144.

Bu araştırmada e-ticaret kullanımının sınırlı sayıda pazara ihracat gerçekleştiren işletmeler açısından olumlu bir etkisi olduğu saptanmıştır.[199]

Bu araştırmada ihracatta farklı ülkelere yönelebilen işletmelerin e-ticaret gibi pazarlama yöntemlerinden ziyade, profesyonel bir pazarlama olgusu altında başarı sağlayabildiği vurgulanmıştır.

KTS'ye dayanan genel bir değerlendirme yaparsak; ülkemizde gerçekleştirilen ihracat performansına yönelik araştırmalar, işletmelerimizin kaynakları doğrultusunda kullanabileceği yetenekler ile stratejilerini planlamasının ve uygulamasının, ihracatta ekonomik başarı getirebileceğini ve bu ekonomik başarının da işletme yöneticilerimizde tatmin duygusu oluşturup, işletmeleri ihracata yönlendirebileceğini söyleyebiliriz. Bu kapsamda, işletmelerimiz ihtiyaç duydukları beşeri sermaye, finansman kaynağı ve üretim teknolojisi sermayesi birikimi altında Ar-Ge, pazarlama, pazar araştırması, finansal yönetim, yeteneklerini sergileyerek, uluslararası boyutta rekabet edebilecek yapıya sahip olabilir.

İhracat performansına yönelik araştırmalara göre işletme büyüklüğünün etkisine de bir açıklama getirilebilir; yeterli finansal kaynağa ve ileri üretim teknolojisine sahip olan, kaynaklarını yeteneğe çevirerek stratejilerini oluşturacak ve uygulayacak kalitede personeli ve yöneticiyi bünyesinde istihdam eden, işletmelerde büyüklük, rekabet kapsamında önem yitirmektedir. Ancak işletmelerin istihdam edecekleri personel sayısı, emek yoğun üretimin yapısının önem kazandığı sektörlerde ve uluslararası pazarlardaki talebin karşılanabilmesi açısından farklılık gösterebilir.

İhracat performansının öne çıkardığı önemli bir nokta da işletmelerin karar alma mekanizması olan yöneticilerin görüşlerinin ihracata yönelim ve uluslararası pazarlama stratejilerindeki katılım payıdır. Ülkemiz açısından da devlet yardımları kaynak ve yetenek sıkıntısı içerisindeki işletme yöneticileri tarafından önemli görülmüştür. Bu nedenle devlet yardımlarının taşıdığı nitelik, işletmelerimizi yönlendirebilecek güçtedir.

[199] Perçin, s.152-153.

SONUÇ

Ülkemiz, 1980 sonrası dönemde dışa açık bir ekonomik politika izleme kararı almıştır. Bu politika ve içine girdiğimiz Avrupa Birliği'ne üyelik süreci ile dış ticaret ve ihracatın teşvik edilmesi ülkemiz için önemi artan kavramlar olmuştur. Bu çalışmada ülkemizin dış ticaretine ait makro ekonomik veriler ve bu konuda gerçekleştirilen araştırmalar ile işletmelerimizin ihracattaki başarısını etkileyen mikro kapsamlı faktörlere ilişkin araştırmalar, uygulanmakta olan ihracata yönelik devlet yardımlarının taşıdığı nitelik ve kapsam açısından değerlendirilmiştir.

Ülkemizin 1980-2011 dönemine ait dış ticaret verilerine bakıldığında dış ticaret hacminde artışın sağlandığı görülmektedir. Ancak yaşanan ihracat artışlarının yanı sıra, ithalatımızın da önemli ölçüde artış göstermesi süre gelen dış ticaret açığının da artmasına neden olmuştur. Bu durum ihracatımızdaki katma değer eksikliğini ortaya koymaktadır. İthalatımıza ait verilere bakıldığında ise hammadde ve ara mal ithalatının, toplam ithalattaki en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. Ülke guruplarına göre dış ticaretimizin verilerine bakıldığında, gümrük birliği anlaşması imzaladığımız ve üyelik süreci içinde olduğumuz Avrupa Birliği, ülkemizin artan dış ticaret hacminde önemli bir paya sahiptir. Katma değeri yüksek ürünlerin ve teknolojinin elde edilmesine olanak sağlayan ve dış ticarette rekabet unsuru olan Ar-Ge yatırımlarının, GSYH içindeki payına ait OCED verileri incelendiğinde, ülkemizin Ar-Ge faaliyetlerine verdiği önemde artışın yaşandığı görülmektedir. Ancak gelişmiş ekonomiler ve Avrupa Birliği ülkeleri açısından kıyaslama yapıldığında, ülkemizde Ar-Ge yatırımlarına verilen payın yetersizliği görülmektedir.

Ülkemizde dış ticaret, ekonomik büyüme ve dış borçlanma üzerine gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde ülkemizin ithal girdi sağlayabildiği sürece ihracat gerçekleştirebildiği, ithalata olan bağlılığımızın dış borçlanma sorununu beraberinde getirdiği ve imalat sanayimizde gerçekleşen verimlilik artışlarının da gerçekleştirilen ithalata bağlı olduğu sonucuna varılmıştır. Ar-Ge faaliyetlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi üzerine gerçekleşen araştırmalar değerlendirildiğinde Ar-Ge'nin uzun dönemde ekonomik büyümenin kaynağı olduğu

ve ileri teknoloji ve katma değere sahip ürünlerin ihracatını sağlayabildiği sonucuna varılmıştır. Ülkemiz ile Avrupa Birliği arasında imzalanan gümrük birliği anlaşmasının dış ticaretimize etkisi üzerine gerçekleştirilen araştırmaların incelenmesi ile gümrük birliğinin dış ticaret hacmimizin artmasında etkili olduğu, ancak ithalata olan bağımlılığımızın artmasına ve ülkemizde teknoloji yoğunluğunun düşük olduğu sektörlerde ihracat üzerinde uzmanlaşma sağladığı sonucuna varılmıştır.

Makro ekonomik veriler ve araştırmalar doğrultusunda ülkemizin ihracatta başarı sağlaması için katma değer oluşumlarına ve Ar-Ge yatırımlarına önem vermesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Mikro boyutta ise işletmelerimizin ihracattaki başarısını ölçen ihracat performansı üzerine yapılan araştırmalar değerlendirilmiştir. Bu araştırmalara göre işletmelerimizin ihracattaki başarısı sahip oldukları kaynaklara ve yeteneklere dayanmaktadır. Yeterli finansal kaynağı, teknolojiyi, marka olgusunu, yönetici ve kalifiye personeli bünyesinde bulunduran işletmelerimiz, inovasyon, kalite, kaynaklara erişebilme ve kaynakları kullanım etkinliği, pazarlama, pazar araştırmaları ile girişimci yetenekleri doğrultusunda oluşturduğu müşteri, rekabet ve pazar odaklı stratejiler ile yüksek ihracat performansına sahip olabilmektedir. Pazardaki belirsizliği ortadan kaldıramayan, sınırlı sayıda pazara bağlı kalan, ürün farklılaştırması ve finansal kaynaklara erişemeyen işletmelerimizin ise ihracat performansı düşüktür. Özellikle ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ'ler üzerinde yapılan araştırmalar değerlendirildiğinde finansman konusunda uzman yönetici ve personel eksikliği çeken işletmelerin kredi alımlarında ve alınan kredinin kullanımında etkinlik sağlayamaması söz konusudur.

İhracat performansı kapsamında gerçekleşen araştırmalar değerlendirildiğinde ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracat performansının, yeterli personel istihdamını sağlayabilmesine bağlı olduğu sonucuna da varılmıştır. Ülkemizde imalat sanayinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki payını ve yarattıkları katma değer oranlarını gösteren veriler doğrultusunda mikro ölçekli KOBİ'lerin önemli bir çoğunluğa sahip olmasına rağmen, katma değer oluşumunda

yetersiz olduğu da saptanmıştır. Bu durum KOBİ'lerde personel istihdamının önemini ortaya koymaktadır.

Ülkemizin mikro ve makro boyuttaki ihtiyaçlarına çözümler üretebilecek devlet yardımları ülkemizde de uygulanmaktadır. Özellikle ihracatın teşvik edilmesi amacıyla ekonomik kalkınmanın temelini oluşturması beklenen çeşitli teşvik araçları, krediler ve sigorta programları kullanılmaktadır. Ancak ülkemizde uygulanan devlet yardımları taşıdıkları nitelikler ve kapsamları açısından değerlendirildiğinde Ar-Ge yardımı, tasarım desteği ve milli markalaşma süreci olan Turquality programı haricinde mikro ve makro düzeyde kalıcı çözümler üretebilecek nitelikte bir uygulama söz konusu değildir.

Devlet destekli ihracat kredi ve sigorta programları, ülkemizde Türk Eximbank tarafından sağlanmaktadır. Türk Eximbank'ın sağladığı bu programlar kısa ve uzun vadeli olarak verilmekte ve işletmelerimizin yatırım ihtiyaçlarını da karşılayacak niteliktedir. Ancak bu kredi ve sigorta programlarının kullanım oranları özellikle KOBİ'ler açısından düşük seviyededir. KOBİ'lerimizin bu sorununun çözümünün temelinde de kredi alımında ve kullanımında etkinlik sağlayabilecek yönetici ve personel istihdamı gereklidir. Ülkemizde yönetici ve kalifiye personel istihdamına yönelik teşvik ise sadece Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine yöneliktir.

Başarı sağlayabilecek devlet yardımı sisteminin oluşturulabilmesi için öncelikle işletmelerimize ileri teknolojiye dayanan bir üretim yapısı, stratejilerini gerçekleştirmeye yetecek finansman kaynağına erişimi sağlayabilecek nitelikte bilgiye, beceriye ve tecrübeye sahip personel ve yönetici istihdamının sağlanması gerekmektedir. Bu kaynaklara dayanan temeller altında işletmelerimiz uzun vadede planlama yapma eğilimi göstererek, Ar-Ge faaliyetlerine yönelimi arttıracak bir yapıya kavuşabilir. Ar-Ge ile işletmelerimiz ürünlerinde ve üretim süreçlerinde inovasyon oluşturabilecek bir yapıya sahip olabilir. İnovasyonun getirdiği yenilikler ile taklit edilemeyen ürünler elde edilebilir. Ayrıca yeniliğe dayanan işletme kültürü oluşturularak Ar-Ge faaliyetlerinde süreklilik sağlanabilir. İşletmelerimiz bu yapı ile ihracatı bir rekabet aracı olarak görerek dış pazarlarda rekabet etmeye de yönelecektir.

Bu yapı ile ithal edilen ara-malları, kalite yönünden zayıflık göstermeden milli kaynaklarımızla elde edilebilir. Üretimimizde hammadde bağlılığını azaltacak teknolojiler geliştirilebilir. Bu sayede küresel ortamda rekabet edebilecek bir ekonomik sistem oluşturulabilir.

Ülkemizin içerisinde bulunduğu dış ticaretten kaynaklanan sıkıntıları ve AB'ye üyelik süreci ile içine girdiği yoğun dış ticareti de dikkate alarak işletmelerimize uluslararası boyutta rekabet gücü kazandırabilecek bir teşvik sisteminin de oluşturulması gerekmektedir. Bu sistem, teknolojinin ve inovasyonun ortaya çıkışını ve mevcuttaki üretim ve ürün nitelikleri ile kalitesini farklılaştırabilecek bir faaliyet olan Ar-Ge'ye dayanmalıdır. Ar-Ge'nin beraberinde getireceği olumlulukların teşvikinde işletmelerimizin ihracattaki başarısını etkileyen diğer faktörlere de yer vererek, ihracatın ve katma değer oluşumunun sürekliliğini de beraberinde getirebiliriz. Bu nedenle farklı çözümler üretilebilir;

- Ülkemizde uygulanmakta olan istihdam yardımı, sadece ihracat gerçekleştirmeye dayalı bir sistem olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'ne yöneliktir. İstihdam yardımı özellikle imalat sanayimiz açısından başta KOBİ'ler olmak üzere işletmelerin ihtiyaçlarına yönelik nitelikli çalışan ve yönetici istihdamı sağlanmalıdır. Bu sayede işletme stratejileri daha yapıcı uygulamalar üzerine odaklanabilir.

- Ülkemizde uygulanan pazar araştırması ve pazara giriş desteğinin yanı sıra Ar-Ge araştırmalarına ticari katkı sağlayabilecek nitelikte pazar araştırması desteğine yer verilmelidir. Bu şekilde müşteri ihtiyaçları, talep ve rekabet ön görülerek bir inovasyon oluşturulabilir.

- Ar-Ge yatırımlarına yönelik teşvik süreleri ve teşvik tutarları proje niteliklerine dayandırılarak arttırılmalıdır. Ürün bazında gerçekleşecek inovasyonlar ve bu ürünlerin katma değer oranları doğrultusunda daha fazla teşvik tutarı sağlanmalıdır. İthal edilen bir ürünü benzer veya daha üstün bir seviyede elde etmeye dayanan inovasyonlar da buna dahil olmalıdır.

- Ar-Ge faaliyetlerinin artması ile uygulanmakta olan Turquality programı ve tasarım destekleri de yeni veya farklılaştırılmış ürünlerin pazarlanması ve

farklılaştırılması açısından daha etkin bir yapıya kavuşacaktır. Bu durum fiyat bazlı rekabeti kolaylaştırmanın yanı sıra kalite yönlü rekabeti de beraberinde getirecektir. Ayrıca, teknolojinin ve kalitenin uluslararası pazarda hetorojen bir yapıda olması halinde, farklılıklar marka ve tasarım ile yaratılabilir.

- Çevre maliyetleri ve kalite belgeleri sadece bürokrasiyi aşmak amacıyla değerlendirilmemelidir. Kalitenin ve yeşil pazarlamanın uluslararası rekabet gücü olarak kullanılmasını sağlamak amacıyla bu yardım ileri teknolojilerin kullanımı açısından teşvik edilmelidir. Bu durum özellikle ihracatımızda geniş bir yere sahip olan AB ülkeleri ile rekabet edebilme açısından Ar-Ge teşviki altında yer almalıdır.

- Özellikle KOBİ'lerin bünyesinde finansman konusunda uzman personel ve yönetici istihdamının karar sürecinde etkinliği sağlanarak, uluslararası pazarlarda yaşanan belirsizliklerin aşılmasına yardımcı olabilecek uzun ve orta vadeli ihracat sigortalarının ve işletmelerin uluslararası pazarlara yönelik yatırım yapmasını sağlayacak uzun vadeli yatırım kredilerinin kullanımı artabilir. Bu durum, kaynak kullanımında da etkinlik sağlayacağından yatırım kararları daha rahat alınabilir.

- Uygulamada olan Dahilde İşleme Rejimi, işletmelerimizin üretiminde maliyet avantajı sağlamaktadır. Ancak bu sistemin kullanımında kalite ve rekabet olgusu da değerlendirilerek iç pazarda var olan ürünlerin ikame edilmesini önleyecek bir kontrol sistemi oluşturulmalıdır. Bu durum ülkemizin üyelik süreci içinde olduğu ve dış ticaretimizde önemli payı olan Avrupa Birliği'nin uygulamaları ile dış ticaretimizde uzun vadede katma değer oluşumu sağlanması açısından uygulanabilir. İhracatçılarımızın ürünlerini elde etmede önceliği iç pazarda faaliyet gösteren ve elde edilecek ürüne kalite doğrultusunda eksiklik sağlamayacak üreticiye tanıması, imalat sanayimizin yabancı ürünlere karşı rekabet ve katma değer kapsamında fayda yaratabilecek yapıda gelişmesini sağlayabilir.

ÖZET

SAPMAZTÜRK, Can. Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2013

Bu çalışmada, 1980 sonrası dönemde Türkiye'de uygulanan ihracata yönelik devlet yardımlarının, Türk Eximbank kredi ve sigorta programlarının ve Dahilde İşleme Rejimi'nin taşıdığı nitelikler, Türkiye'nin dış ticaret yapısı ve Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin ihracat performansı açısından değerlendirilmiştir. Tez üç bölümden oluşmaktadır.

Tezin birinci bölümünde ihracat, ihracata dayalı ekonomik büyüme, Türkiye ile Avrupa Birliği arasında imzalanan Gümrük Birliği ve Türkiye'de ihracat ile ekonomik büyüme kapsamında gerçekleşen çalışmalara değinilmiştir.

Tezin ikinci bölümünde devlet yardımları kavramı açıklanmış ve Türkiye'de uygulanan ihracata yönelik devlet yardımları, Türk Eximbank kredi ve sigorta programları ile Dahilde İşleme Rejimi tanımlanmıştır. Bu uygulamalar Avrupa Birliği'ndeki uygulamalar ile karşılaştırılmıştır.

Tezin üçüncü bölümünde işletmelerde ihracat performansı kavramı açıklanmış ve yabancı ülkeler ile Türkiye'de ihracat performansına yönelik araştırmalara yer verilmiştir.

Çalışmada Türkiye'nin Ar-Ge'ye ve devlet destekli kaynak tedarikine dayanan uzun vadeli bir politika ile mikro ve makro boyutta uluslararası rekabet gücü elde edebileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler:

1.Dış Ticaret

2.İhracata Dayalı Ekonomik Büyüme

3.Avrupa Birliği

4.Devlet Yardımları

5.İhracat Performansı

GCRIS

ABSTRACT

SAPMAZTÜRK, Can**.** Evaluation of Export Oriented Government Grants for the Export Performance of Enterprises in the European Union Membership Process, POST GRADUATE THESIS, Ankara, 2013.

This study evaluates the post 1980 period's export oriented government grants, characteristics of credit and insurance programs of Turk Eximbank and Inward Processing Regime, foreign trade structure and export performance of the enterprises, that operate in Turkey. Thesis is consisted of three chapters;

The first chapter of the thesis refers to exports, export-oriented economic growth, Customs Union which was signed between Turkey and European Union and the realized studies for exports and economic growth.

The second chapter of the thesis explains the concept of government grants and defines the export oriented government grants, credit and insurance programs of Eximbank and Inward Processing Regime, in Turkey.

The third chapter of the thesis explains the export performance of the enterprises and researches regarding to export performance of Turkey and foreign countries are included.

The study comes to the solution that Turkey has a long term policy, based upon R&D and government supported resource procurement, which will create micro and macro based international competition power.

Keywords :

1. Foreign Trade

2. Export-oriented Economic Growth

3. European Union

4. Government Grants

5. Export Performance

GCRIS

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Ecer, H.F., Canıtez, M., *Uluslararası Pazarlama Teori Ve Uygulamalar* ,Gazi Kitapevi, Ankara, 2005.

SCHOELL, W. F., DESSLER, G., REINECKE, J. A., *Introduction to Business*, Massachusetts, Allyn and Bacon, 1992.

Seyidoğlu, H.,"ihracat", *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, 2002, 3.Baskı, l, Güzem Can Yayınları, İstanbul.

Seyidoğlu, Halil**,** *Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama*, 2001, Güzem Can Yayınları, İstanbul.

Seyidoğlu, Halil, *Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama*, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 2009

Yaser Gürsoy, *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, Ağustos 2009

MAKALELER

Ağayev, S., "İhracat Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: 12 Geçiş Ekonomisi Örneğinde Panel Eştümleşme ve Panel Nedensellik Analizleri", *Ege Akademik Bakış*, C.11, S.2, Nisan 2011, s.241-254.

Akal, M, Şen, R., "Avrupa Birliği'nde Dış Ticaret Dengesi Gelişimi", *Öneri Dergisi*, S.6, C.21, Ocak 2004, ss.161-172.

Akın, Y., Turan, S.G., "Ülkelerin Ekonomik Göstergelerinin Avrupa Birliğine Üye Olmadaki Etkisinin İstatistiksel Tekniklerle Belirlenmesi", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.10, S.2, ss.121-140.

Aktaş, C, Güven, D., "Gümrük Birliği Sonrasında Türkiye'nin İthalat Fonksiyonu Katsayılarındaki Değişimin İncelenmesi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.9, Aralık 2003, ss.67-80.

Aktürk, A.,Şenol, H., "KOBİ'ler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi Ve Etkinliğinin Arttırılmasına Yönelik Öneriler", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.15, S.2, 2010, ss.375-391.

Altın, O, Kaya, A, "Türkiye'de Ar-Ge Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensel İlişkinin Analizi", *Ege Akademik Bakış*, C.9, S.1, ss.251-259.

Ay, H.M., Talaşlı,E., "Türkiye'de KOBİ'lerin İhracattaki Yeri Ve Karşılaştıkları Sorunlar", *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, Mayıs 2007, s.177-178.

Bilginoğlu, M.A., Aysu, A., "Dış Borçların Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.31, Temmuz-Aralık 2008, ss.1-21.

Calantone, R.J., Kim, D., Schmidt, J.B.,Cavusgil, S.T., "The Influence Of International And External Firm Factors On International Product Adaptation Strategy And Export Performance: A Three –Country Comparison", *Journal of Business Research*, S.59, 2006, ss.176-185

Canıtez ,M.,Yeniçeri,T., "İhracat Performansı Düşük Olan KOBİ'ler İle Yüksek Olan KOBİ'lerin Farklılıklarını Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Araştırma", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* S.29, Temmuz-Aralık 2007, ss. 113-134.

Cavusgil, S.T., Zou, S., "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation Of The Emprical Link In Export Market Ventures", *Journal of Marketing*, S.58, Ocak 1994, s.1-21.

Çalışkan, E.T., Aydoğuş,O, ”Türkiye Ekonomisinde Endüstriyel Büyümenin Kaynakları: Girdi-Çıktı Modeli İle Amprik Bir Analiz (1985-2002)”, *Ege Akademik Bakış*, C.11, S.4, Ekim 2011, ss.499-510.

Çalpınar, H., Baç, U., “KOBİ’lerde İnovasyon Yapmayı Etkileyen Faktörler Ve Bir Alan Araştırması”, *Ege Akademik Bakış*, C.7, S.2, 2007 ss.445-458.

Çiloğlu, İ, “Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi”, *Hazine Dergisi*, Ekim 1997, S.8, ss.1-15.

Çiloğlu, İ., “Teşvik Politikalarının Yönlendirme Gücü”, *Hazine Dergisi*, S.13, Ocak 2000, ss.29-49.

Çivi, E., Erol, İ., İnanlı,T., ve Erol,E.D., "Uluslararası Rekabet Gücüne Farklı Bakışlar", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, C.4, S.1, 2008, ss. 1-22.

Danışman, A., Sökmen, A.G., “Girişimci Özellikleri Ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: KOBİ’ler Üzerinde Bir Araştırma”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.16, S.1, 2007, ss.213-230.

Değer, M.K., Genç, M.C., “İhracatta Ülke Çeşitliliğinin Toplam İhracat Ve Hasıla Üzerine Etkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Eş-Bütünleşme Ve Nedensellik Testleri (1980-2007)”, *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.20,2010, ss.66-85.

Demirhan, E., “Büyüme Ve İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği”, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.4, C.60, Ekim-Aralık 2005, ss.75-88.

Eşiyok, B.A., “Türkiye Ekonomisinde Üretimin Ve İhracatın İthalata Bağımlılığı, Dış Ticaretin Yapısı: Girdi-Çıktı Modeline Dayalı Bir Analiz”, *Uluslararası Ekonomi Ve Dış Ticaret Politikaları*, C.3, S.1-2, 2008, ss.117-160.

Gerni, C., Emsen, Ö.S., Değer, M.K., "İthalata Dayalı İhracat Ve Ekonomik Büyüme: 1980-2006 Türkiye Deneyimi", *2. Ulusal İktisat Kongresi*, İzmir, 2008.

Güney, P.Ö., Akbay, O.S., "Avrupa Birliği'nin Sanayi Politikası Ve Türk Sanayiine Etkileri", *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.4, S.7, ss.147-162.

İlhan, B., "Avrupa Birliği Rekabet Politikasında Devlet Yardımları ve Türkiye'nin Uyumu", *Sayıştay Dergisi*, S.76, ss.101-132.

Kaya, A., "İmalat Sanayi İhracatında Uzmanlaşma: Türkiye-Avrupa Birliği Analizi (1991-2003)", *Ege Akademik Bakış*, Cilt 6, S.2, 2006, ss.73-82.

Kayabaşı, A., Kiracı, H., Kanberoğlu, Z., Oğuz, A., "KOBİ'lerde İhracat Performansını Belirleyen Unsurların İncelenmesi: İnegöl'de Faaliyette Bulunan İşletmeler Üzerinde Bir Alan Araştırması", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.28, 2010, ss.1-12.

Kılıç,S.,"Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Pazarlaması Davranışını Etkileyen Faktörler İle İhracat Performansı Arasındaki İlişkilere Dair Amprik Bir Çalışma: Çorum Makine İmalat Sanayi Örneği", *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.11, S.1, Haziran 2007, ss.40-62.

Korkmaz, S., "Türkiye'de Ar-Ge Yatırımları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin VAR Modeli İle Analizi", *Journal of Yasar University*, C.20, S.5, 2010, ss.3320-3330.

Kutlu, E., Hacıköylü, C., "Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Türkiye Ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Devlet Yardımları", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.7, S.1, 2007, ss. 367-390.

Lages, L.F., Lages, C., Lages, C.R., European Managers' Perspective On Export Performance Determinants", *Journal of Euromarketing*, C.15, S.2, 2005, ss. 75-92.

Lages, L.F., Silva, G., Styles, C., "Relationship Capabilities, Quality And Innovation As Determinants of Export Performance", *Journal of International Marketing*, C.17, S.4, ss.47-70.

Odabaş, Hasan, "Dış Ticaret Yardımları ve Dahilde İşleme Rejimi", *Bütçe Dünyası*, Cilt 28, Sayı 4, 2008, ss.75-81.

Özdemir, K., "Yükleme Öncesi İhracat Finansmanında Doğrudan Erişimin İhracat Üzerine Etkisi", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.7, 2004/1, ss.37-51.

Özdemir, Ş., Kula, V., "İhracat Performansının Belirleyicisi Olarak İşletme Yöneticilerinin İhracata Yaklaşımı", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S.2, 2005, ss.40-53

Özer, M., Çiftçi, N., "Ar-Ge Harcamaları Ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.23, 2009, ss.39-50.

Öztürk, S., Sözdemir,S., Koçbulut, Ö., "Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ'ye Uygunluğu", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2007, C.12, S.2, ss.179-197.

Perçin, S., "İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Ve Firmaların İhracat Performans Ölçülerine Göre Sınıflandırılmasındaki Rolü: İSO 1000 Sanayi Firmaları Uygulaması", *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 2005, ss.139-155

Sakarya,S., "İhracat Yapan İşletmelerin Finansman Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, S.42, 2009, ss.117-134.

Sayılgan, G., Şenol, C., "Dahilde İşleme Rejimi Ve Türk İşletmelerinin İhracatı Üzerine Etkileri", *Erciyes Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S.35, Ocak-Temmuz 2010, ss.37-53.

Shoham, A., Kropp, F., "Explaining International Performance: Marketing Mix, Planning And Their Interaction", *Marketing Intelligence & Planning*, C.16, S.2, 1998, s.114-123.

Şimşek, M., "İhracata Dayalı-Büyüme Hipotezinin Türkiye Ekonomisi Verileri İle Analizi", *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.18, S.2, 2003, ss.43-63.

Tabak, B.İ., Tanyeri, M., "Değişik Ölçekli Firmalarda İhracat Pazar Fırsatlarına Yönelik Yaklaşımlar", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C.6, S.4, 2004, ss.84-97.

Torlak, Ö, Kula, V., Özdemir, Ş., "Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.9, S.1, 2007, ss.103-114.

Türkmen, G., "Export Insurance Policy When Exporting To Lesser-Known Markets", *Sosyo Ekonomi*, S.2, 2010, ss.99-114.

Uçak, H., Arısoy, İ., "Türkiye Ekonomisinde Verimlilik, İhracat Ve İthalat Arasındaki Nedensellik İlişkisinin Analizi", *Ege Akademik Bakış*, C.11, S.4, Ekim 2011, ss.639-651.

Yücel, İ, Yeniçeri, H., "İhracat Yapan KOBİ'lerin İnsan Sermayesi, Örgütsel Sermaye, Dışsal Sermaye İle İhracat Performansı İtibariyle Gruplandırılması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, S.20, ss.707-719.

Zou, S., Stan, S., "The Determinants Of Export Performance: A Rewiev Of The Emprical Literature Between 1987 And 1997", International Marketing Review, C.15, S.5, 1998, ss.333-356.

E-DERGİ

Ar, A.A., Tokol, T.,"Tekstil Sektöründeki İşletmelerin Yeşil Pazarlamadan Kaynaklı Kazanımları", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.9, S.31, 2010, s.148-168,, http://www.esosder.com/?sayfa=dergilist&sayi=31 ,e.t. 16.08.2012.

Kahveci, E.,"İşletme Stratejileri ve İhracat Performansı İlişkileri", *Akedemik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, S.6, Haziran 2012 ss.1-34., http://iibf.kilis.edu.tr/iibfdergi/vol4no6/kahveci.pdf ,e.t.16.08.2012

Kızıltan, A., Ersungur, M., Polat, Ö., "Gümrük Birliğinin Türkiye'nin Avrupa Birliği ile İhracat ve İthalatına Etkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.22, S.1, Ocak 2008, ss.83-99, http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/3759, e.t. 22.05.2012.

Kurt, S., Terzi, H., "İmalat Sanayi Dış Ticareti, Verimlilik Ve Ekonomik Büyüme İlişkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.21, S.1, Ocak 2007, ss.25-46., http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/3717 , et: 12.4.2012.

Özbek, Z., "KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisine Etkileri", *Uluslararası Ekonomik Sorunlar*, ss.49-57, e.t.17.7.2012, http://www.mfa.gov.tr/data/Kutuphane/yayinlar/EkonomikSorunlarDergisi/sayi31/Zerrin%20ozbek.pdf

Özçelik,E., Taymaz, E.,"Does Innovativness Matter for International Competiveness in Developing Countries? The Case of Turkish Manufacturing Industries", *Economic Research Center Working Papers in Economics*, Mayıs 2002, 01/07, ss.1-24., http://www.erc.metu.edu.tr/menu/series01/0107.pdf , e.t. 16.08.2012.

Smith, V., Madsen, E.S., Dilling-Hansen, M., "Do R&D Investments Affect Export Performance?", *CIE Discussion Papers*, S.09, 2002, ss.1-16., http://www.econ.ku.dk/cie/dp/dp_2000-2002/2002-09.pdf/ , e.t. 16.08.2012.

Takım, A., Ersungur Ş.M. , "Dahilde İşleme Rejimi: İhracat Ve İthalat Üzerindeki Etkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C.24, S.2, 2010, ss.289-305, e.t. 29.04.2012, http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/view/6515/6092

Yıldırım, H., "İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Tespiti: Aksaray Örneği", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, C.3, S.2, 2011, ss.189-199, http://www.sobiad.org/eJOURNALS/dergi_YBD/arsiv/2011_2/mehmet_halit_yildirim.pdf, 19.10.2012.

DİĞER

KOSGEB Faaliyet Raporu, 2011

4458 Sayılı Gümrük Kanunu, Resmi Gazete, S.23866

www.tüik.gov.tr

www.oecd-ilibrary.org

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin 2004/4 Sayılı Tebliğ, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsüne İlişkin Tebliğ 2004/12, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ, 98/10, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ 97/5, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ, 2011/1. Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, İstihdam Yardımı Hakkında Tebliğ, 2000/1, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 2009/5, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Yurt Dışı Birim, Marka Ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2010/6, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 95/7, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2010/8, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Para Kredi ve koordinasyon Kurulu,.Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Tebliğ, 2010/10, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Dahilde İşleme Rejimi Tebliği, İhracat: 2005/1, http://www.ekonomi.gov.tr, 17.05.2012.

Türk Eximbank Reeskont Kredisi Uygulama Esasları, 15.07.2011 Revizyonu, http://www.eximbank.gov.tr, 26.06.2012.

Türk Eximbank Sevk Öncesi İhracat Kredisi Uygulama Esasları, 24.01.2012 Revizyonu, http://www.eximbank.gov.tr, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-67/ihracata-hazirlik-kredileri-ihk.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-66/dis-ticaret-sirketleri-ihracat-kredisi-dts.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-68/kobi-ihracata-hazirlik-kredileri.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-951/ihracata-yonelik-isletme-sermayesi-kredisi-img-srchttpw-.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-952/ihracata-yonelik-yatirim-kredisi-img-srchttpwwweximbank-.html, 26.06.2012.

Türk Eximbank İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi(EFIL-IV) Uygulama Esasları, http://www.eximbank.gov.tr, 26.06.2012.

Türk Eximbank Avrupa Yatırım Bankası Kredisi Uygulama Esasları, http://www.eximbank.gov.tr, 26.06.2012.

Türk Eximbank Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi Uygulama Esasları, 25.04.2005 Revizyonu, http://www.eximbank.gov.tr, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-121/uygulama-esaslari-ve-ekleri.html, 26.06.2012.

Türk Eximbank Turizm Kredisi Uygulama Usul ve Esasları, 27.07.2011 Revizyonu

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-129/uluslararasi-nakliyat-pazarlama-kredisi-unpk.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-111/yurtdisi-muteahhitlik-hizmetleri-teminat-mektubu-progra-.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-131/doviz-kazandirici-hizmetler-kredisi.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-62/yurt-disi-fuar-katilim-kredisi.html, 26.06.2012.

Türk Eximbank Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası Uygulama Usul ve Esasları, http://www.eximbank.gov.tr, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-174/orta-ve-uzun-vadeli-ihracat-kredi-sigortasi.html, 26.06.2012.

http://www.eximbank.gov.tr/TR/belge/1-191/teminat-mektuplarinin-haksiz-nakde-cevrilme-sigortasi.html, 26.06.2012.

GCRIS