

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE PARA YÖNETİMİ BİLİM DALI

**TÜRKİYE' NİN ÜRETİM POTANSİYELLERİ
ÇERÇEVESİNDE İHRACAT TEŞVİK YAPISININ SEÇİLMİŞ BAZI
ÜLKELER İLE KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

ÖMER NAMLİTEPE

İstanbul, 2018

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE PARA YÖNETİMİ BİLİM DALI

**TÜRKİYE' NİN ÜRETİM POTANSİYELLERİ
ÇERÇEVESİNDE İHRACAT TEŞVİK YAPISININ SEÇİLMİŞ BAZI
ÜLKELER İLE KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

ÖMER NAMLİTEPE

Danışman: Prof. Dr. Nurdan Aslan

İstanbul, 2018



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

İKTİSAT Anabilim Dalı ULUSLARARASI TİCARET VE PARA YÖNETİMİ Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi ÖMER NAMLI TEPE'nin TÜRKİYE'NİN ÜRETİM POTANSİYELLERİ ÇERÇEVESİNDE İHRACAT TEŞVİK YAPISININ SEÇİLMİŞ BAZI ÜLKELER İLE KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 26.04.2018 tarih ve 2018-12/20 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 21.05.2018

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

- | | |
|------------------|-----------------------------|
| 1. Tez Danışmanı | Prof. Dr. NURDAN ASLAN |
| 2. Jüri Üyesi | Dr. Öğr. Üyesi ERDEM TURGAN |
| 3. Jüri Üyesi | Dr. Öğr. Üyesi SUNA ŞAHİN |

GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	: Ömer Namlıtepe
Anabilim Dalı	: İktisat
Programı	: Uluslararası Ticaret ve Para Yönetimi
Tez Danışmanı	: Prof. Dr. Nurdan Aslan
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans Tezi – Mayıs 2018
Anahtar Kelimeler	: İhracat Teşvikleri, Dış Ticaret

ÖZET

TÜRKİYE' NİN ÜRETİM POTANSİYELLERİ ÇERÇEVESİNDE İHRACAT TEŞVİK YAPISININ SEÇİLMİŞ BAZI ÜLKELER İLE KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ

Küreselleşme kavramı ile önemi her geçen gün artan ihracat, ülkeler için döviz kazanmanın en sağlıklı yol olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle ihracat artışları ülkeler için son derece önemlidir. Ülkelerin ihracatlarını arttırmak için öncelikle ülke kaynaklarını doğru kullanmaları ve ardından ülke üretimini uluslararası piyasalara uygun şekilde sunmaları gereklidir. Her ülkenin sahip olduğu kaynaklar farklıdır ve bu farklı kaynakları uluslararası piyasalara sunarken, ülkede bulunan firmaların bu piyasalarda yer alabilmeleri için devletin yardımına ihtiyaçları vardır.

Ülkelerin firmalarını ihracata yönlendirmek, uluslararası piyasalarda pay almalarını sağlamak ve rekabetçi ürünlerin gelişimi için ülkelerin en çok kullandığı araç ihracat teşvikleridir. İhracat teşvikleri her ülkede farklı araçlarla ve farklı amaçlarla kullanılsa da en temel amacı ülkelerin ihracatlarını arttırmak ve uluslararası piyasalarda pazar paylarını arttırmaktır.

Bu çalışmada Türkiye' nin geçmişten günümüze ihracat teşviklerinin gelişimini, seçilmiş bazı ülkelerin ihracat teşviğı uygulamaları Türkiye dış ticaret verileri ile karşılaştırılarak incelenmiştir. Sonucunda ise Türkiye' nin üretim potansiyeli olabilecek alanların incelemesi yapılarak, Türkiye' de uygulanmakta olan teşviklerle üretim potansiyellerinin birlikte nasıl değerlendirilmesi gerektiğine dair önerilerde bulunulmuştur.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname : Ömer Namlitepe

Field : Economics

Programme : International Trade and Money Management

Supervisor : Proffessor Nurdan Aslan

Degree Awarded and Date : Master – May 2018

Keywords : Export Incentives, Foreign Trade

ABSTRACT

COMPARATIVE STUDY OF EXPORT INCENTIVE STRUCTURE BETWEEN TURKEY AND SELECTED COUNTRIES WITHIN TURKEY'S PRODUCTION POTENTIAL

With the concept of globalization, increasing export is considered the most healthy way of earning foreign exchange for the countries. For this reason, export increases are extremely important for countries. In order to increase the exports of the countries, it is first necessary to use the country resources properly and then to present the country production in accordance with the international markets. The sources of each country are different, and while presenting these different resources to international markets, companies in the country need the help of the government to take part in these markets.

It is the most used vehicle export incentives in the countries for directing exports to the countries of the countries, getting their share in international markets, and for developing competitive products. Although export incentives are used in different countries for different purposes and for different purposes, it is also necessary to increase the exports of the main target countries and increase their market share in international markets.

In this study, Turkey's export promotion practices of some countries selected for the development of export incentives from the past, Turkey's foreign trade data were analyzed by comparison. In the conclusion, Turkey's production upon examination of the area that can potentially including Turkey, have also made suggestions on how it should be evaluated together with the incentives being implemented.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	I
GRAFİK LİSTESİ.....	V
TABLO LİSTESİ	VI
KISALTMALAR.....	VIII
1.GİRİŞ.....	1
2.DIŞ TİCARETİN ORTAYA ÇIKIŞI VE DIŞ TİCARETİ OLUŞTURAN UNSURLARA GENEL BAKIŞ.....	3
2.1.Dış Ticaret Politikalarına Genel Bakış.....	5
2.1.1.İthal İkameci Dış Ticaret Politikası	5
2.1.2.İhracata Dayalı Dış Ticaret Politikası	6
2.2. Dış Ticaret Politikasının Araçları	7
2.2.1.Dış Ticaret Politikalarının Görünür Araçları	8
2.2.1.1.Gümrük Vergileri	8
2.2.1.2.Kotalar ve ithalat yasakları.....	8
2.2.2.Dış Ticaret Politikalarının Görünmez Araçları	8
2.2.2.1.Gönüllü İhracat Kısıtlamaları	9
2.2.2.2. Sübvansiyonlar	9
2.2.2.3.Bağlı Ticaret	9
2.2.2.4.Kambiyo Kontrolü.....	9
2.3.Dış Ticaretin Ekonomi Üzerindeki Etkileri	10
2.3.1.Döviz Gelirlerinde Artış	10
2.3.2.Ödemeler Dengesinde İyileşme.....	10
2.3.3.Ürün Kalitelerinin Artması.....	10
2.3.4.Teknolojik Gelişim.....	10
2.3.5.Ekonomik Büyüme	11

2.3.5.1.Dünyada Ekonomik Büyüme	12
2.3.5.2.Türkiye’ de Ekonomik Büyüme.....	14

3.TÜRKİYE İHRACAT TEŞVİKLERİNE TARİHSEL BAKIŞ16

3.1.1923 Öncesi Dönem.....	16
3.1.1.1923 Öncesi Dönem Ekonomisi	17
3.1.1.1.İaşe(Provizyon) İlkesi	17
3.1.1.2.Gelenekçilik İlkesi(Tradisyonalizm).....	18
3.1.1.3.Fiskalizm	18
3.1.2.1923 Öncesi Dönem Dış Ticaret ve Teşvik Yapısı	22
3.2.1923 Sonrası Dönem.....	25
3.2.1.1923-1959 Dönemi	25
3.1.1.1923-1959 Dönemi Ekonomisi.....	26
3.1.2.1923-1959 Dönemi Dış Ticaret ve Teşvik Yapısı.....	36
3.2.2.1960-1979 Dönemi	41
3.2.2.1.1963-1983 Dönemi Kalkınma Planları (Gelişme Dönemi)	43
3.2.2.2.1985-2000 Dönemi Kalkınma Planları (Liberal Dönem)	44
3.2.2.3.2001-2018 Dönemi Kalkınma Planları	45
3.2.2.4.1960-1979 Dönemi Ekonomi	48
3.2.5.1960-1979 Dönemi Dış Ticaret ve Teşvik Uygulamaları	53
3.2.3.1980-1999 Dönemi	57
3.2.3.1.1980-1999 Dönemi Ekonomi	58
3.2.3.2.1980-1999 Dönemi Dış Ticaret ve Teşvik Uygulamaları.....	61
3.2.4.2000 ve Sonrası Dönem	69
3.2.4.1.2000 ve Sonrası Dönem Ekonomi.....	71
3.2.4.2.2000 ve Sonrası Dış Ticaret ve Teşvik Yapısı	74

4.GÜNÜMÜZDE TÜRKİYE’ DE DEVLET TARAFINDAN UYGULANAN İHRACAT TEŞVİKLERİ76

4.1.Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği	80
4.1.1.Pazar Araştırması Projelerinin Desteklenmesi	81
4.1.2.Rapor ve Yurt Dışı Şirket Alım Desteği.....	83
4.1.2.1.Rapor ve Yurt Dışı Yerleşik Şirket Alım Desteği	83

4.1.2.2.İleri Teknolojiye Sahip Yurt Dışı Şirket Alım Desteği	83
4.1.3.Sektörel Ticaret Heyeti ve Alım Heyeti Programı Desteği	84
4.1.4.E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği	86
4.1.5.Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi	89
4.1.5.1.Firmaların Pazara Giriş Belge Desteği	89
4.1.5.2.Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projesi;	90
4.2.Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği	92
4.2.1.İşbirliği Kuruluşunun Proje Sunumu – İhtiyaç Analizi ve İstihdam	92
4.2.2.Eğitim/Danışmanlık/Küme Tanıtım Faaliyetleri	93
4.2.3.Yurt Dışı Pazarlama ve Alım Heyeti Faaliyetleri	94
4.2.4.Bireysel Danışmanlık	95
4.3.İhracatçıya Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği	95
4.3.1.Eximbank’ ın uyguladığı Faiz Oranı ile CIRR Arasındaki Farkın Desteklenmesi	96
4.3.2.İhracat Kredi Sigorta Desteği	96
4.3.3.Proje Bazlı İhracat Sigorta Desteği	97
4.4.Fuar Katılım Desteği	97
4.4.1.Bireysel Fuar Katılım Desteği	98
4.4.2.Yurt Dışı Fuarlara Milli Katılım	100
4.4.2.1.Yurt Dışı Fuarlarında Organizatör Desteği	100
4.4.2.2.Sektörel Nitelikli Yurt İçi Fuarların Desteği	101
4.5.Tasarım Desteği	105
4.5.1.Tasarım Şirketlerinin Yurt Dışında Tanıtım ve Markalaşma Amacıyla Verilen Destek	105
4.5.2.Tasarımcı Ofislerinin Desteklenmesi	106
4.6.İş Birliği Kuruluşlarının Desteklenmesi	108
4.6.1.Tasarım ve Ürün Geliştirme Projelerinin Desteklenmesi	109
4.6.2.Gemi Tasarım Hizmetleri Desteği	110
4.7.Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi	110
4.7.1. Kira Giderlerinin Desteklenmesi	110
4.7.2.Tanıtım Faaliyetlerin Desteklenmesi	112
4.7.3.Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi	113
4.7.4.Türkiye Ticaret Merkezlerinin Desteklenmesi	113

4.8.Markalaşma ve Turquality Desteği	115
4.8.1.Kuruluşun Desteklenmesi.....	116
4.8.2.Marka Destek Kapsamına Alınan şirketlerin Desteklenmesi	117
4.8.3.Turquality Destek Programı Kapsamına Alınan şirketlerin Desteklenmesi	118
4.8.4.Turquality Programının Desteklenmesi.....	120
4.9.Tarım sal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları.....	123
 5.TÜRKİYE’ DE UYGULANAN İHRACAT TEşVİKLERİNİN SEÇİLMİş BAZI ÜLKELER İLE KARşILAşTIRILMASI VE TEşVİK EDİLMESİ GEREKEN POTANSİYEL ÜRETİM ALANLARI	127
 5.1.Dünyada İhracat Teşvikleri İncelemeleri ve Türkiye ile Dış Ticaret Karşılaştırmaları	127
5.1.1.Güney Kore.....	127
5.1.2.Malezya.....	129
5.1.3.Tayvan.....	132
5.1.4.Güney Afrika.....	135
5.1.5.İrlanda.....	138
5.1.6.Polonya	140
5.1.7.Çin Halk Cumhuriyeti	143
5.1.8.İran.....	146
5.1.9.İsrail	148
5.1.10.Amerika Birleşik Devletleri(ABD)	151
5.1.11.Avrupa Birliği	153
 5.2.Türkiye’ nin Potansiyel Üretim Alanları	155
5.2.1.Doğal Kaynaklar	158
5.2.2.Enerji Kaynakları	164
5.2.2.1.Petrol, Doğalgaz ve Kömür(Tükenebilir Kaynaklar)	168
5.2.2.2.Nükleer Enerji	170
5.2.2.3.Yenilenebilir Enerji Kaynakları.....	173
5.2.3.Tarım.....	176
5.2.4.Turizm	178
5.2.5.Nüfus.....	179
 6.SONUÇ.....	180

GRAFİK LİSTESİ

- Grafik 1** : 2007-2016 Dünya Büyüme Oranları
- Grafik 2** :2016 Yılı Bazı Ülkelerin Büyüme Oranları
- Grafik 3** :Türkiye 2007-2016 Büyüme Oranları
- Grafik 4** :1878-1913 Yılları Osmanlı Dış Ticaret
- Grafik 5** :1923-1947 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
- Grafik 6** :1948-1959 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
- Grafik 7** :1923-1959 Yılları Arasında Dış Ticaret
- Grafik 8** :1960-1967 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
- Grafik 9** :1968-1979 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
- Grafik 10** :196-1979 Yılları Arasında Dış Ticaret
- Grafik 11** :1980-1997 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
- Grafik 12** :1980-1999 Yılları Arasında Dış Ticaret
- Grafik 13** :1998-2015 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
- Grafik 14** :2000-2016 Yılları Arasında Dış Ticaret

TABLO LİSTESİ

- Tablo 1** :1923-1959 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar
- Tablo 2** :Kalkınma Planları Hedeflenen Oranlar ve Gerçekleşen Oranlar
- Tablo 3** :1960-1979 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar
- Tablo 4** :1980-1999 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar
- Tablo 5** :Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı Hedef, Araç ve Sonuçları
- Tablo 6** :2000-2016 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar
- Tablo 7** :Türkiye ve Güney Kore Dış Ticaret Karşılaştırılması
- Tablo 8** :Türkiye ve Malezya Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 9** :Türkiye ve Tayvan Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 10** :Türkiye ve Güney Afrika Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 11** :Türkiye ve İrlanda Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 12** :Türkiye ve Polonya Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 13** :Türkiye ve Çin Halk Cumhuriyeti Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 14** :Türkiye ve İran Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 15** :Türkiye ve İsrail Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 16** :Türkiye ve ABD Dış Ticaret Karşılaştırması
- Tablo 17** :Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları

Tablo 18 :Dünya ve Türkiye Maden Rezervleri Miktarları

Tablo 19 :Türkiye Maden İhracatı

Tablo 20 :Türkiye’ nin Maden İthalatı

Tablo 21 :Dünya Enerji Tüketim Sıralaması

Tablo 22 :Dünya İhracat Sıralaması

Tablo 23 :Dünyada Nükleer Enerji Santralleri Sayısı ve Dünya Enerji Üretimindeki Payları



KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma Geliştirme
ASGISA	Accelerated and Shared Growth Initiative for South Africa
BBSP	Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı
BP	British Petroleum
DFİF	Destekleme Fiyat İstikrar Fonu
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
DTŞ	Dış Ticaret Şirketleri
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GEGP	Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı
GSMH	Gayri Safi Milli Hâsıla
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
IMF	International Monetary Fund
ITAC	International Trade Administration Commission
ITC	International Trade Centre
İBSP	İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı
İGEME	İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
KDV	Katma Değer Vergisi
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsleri
KKDF	Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Başkanlığı
KTZYP	Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projesi
MATRADE	Malezya Dış Ticaret Geliştirme Şirketi
MIDA	Malezya Sanayi Geliştirme Merkezi
MIDF	Malezya Sınai Kalkınma Finansmanı Berhad
MIT	Malezya Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı
MPC	Malezya Verimlilik Şirketi

MTA	Maden Tetkik Arama Genel Müdürlüğü
NASDAQ	National Association of Securities Dealers Automated Quotations
OTP	Ortak Tarım Politikası
ÖTV	Özel Tüketim Vergisi
PETKİM	Petro Kimya Holding Anonim Şirketi
PRIS	Power Reactor Information System
REN21	Renewable Network Energy Policy For 21st Century
SDŞ	Sektörel Dış Ticaret Şirketleri
SMIDEC	Küçük ve Orta Sanayileri Geliştirme Şirketi
TCMB	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TİM	Türkiye İhracatçılar Meclisi
TP	Türkiye Petrolleri
TPKK	Türk Parasını Koruma Kanunu
TTMD	Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UR-GE	Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği

1.GİRİŞ

Ülkelerin üretim yapabilmeleri ve ödemeler bilançosunun dengede olması için dövize ihtiyaçları vardır. Döviz sağlamanın en sağlıklı yolu da ihracattır. İhracat artışı ülkelerin döviz ihtiyaçlarını karşılamının yanı sıra uluslararası piyasalarda yer edinme, kaynakları etkin kullanma ve ürün kalitelerinin artması gibi birçok konuda ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Bu nedenlerden dolayı dış ticaret özellikle ihracat kavramı tüm dünyanın üzerinde önemli durduğu konular arasındadır.

Dış ticarete önemli iki unsur vardır. Bunlar ithalat ve ihracattır. Ülkeler ithalatlarının az olmasını, ihracatlarının fazla olmasını isterler. Çünkü ithalatın az olması döviz çıkışının az olmasına, ihracatın fazla olması ise döviz girişinin fazla olmasına neden olacaktır. İhracat artışları ülkeler için birçok ekonomik sorunun çözümünü getirecektir. Hem döviz getirisi hem de ekonomiye olumlu katkılarından dolayı ülkeler ihracatlarının artırılması için önlemler alınmaktadır. İhracat artışı için öncelikli olan ülkenin kaynakların yeterli olması ve bu kaynakların ihracata yönlendirilebilir olması gereklidir. İhracata uygun kaynakların üretime yönlendirilmesi ve ülkenin ihtiyacından fazlasını üretebilmesinin ardından, ilgili mal ihracata yönlendirilmelidir. İhracata yönlendirilen malların uluslararası piyasalarda yer edinmesi için ülkelerin en çok kullandığı araç ihracat teşvikleridir. Ülkelerin ihracat artışlarında ihracat teşviklerinin çok önemli bir yeri vardır. Bu nedenle ülkeler, ülke potansiyellerine ve uluslararası piyasaların talepleri doğrultusunda ihracat teşviklerini kullanmaktadırlar. Her ülkede farklı politikalar ve amaçlarla uygulanan teşviklerin en temel amacı ülkenin ihracat miktarını artırmak ve uluslararası piyasalarda yer edinmektir.

Türkiye' nin 1980 yılından sonra dışa açılma süreciyle başlayan ihracat teşviklerinin incelenmesi çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. 1980 yılından önce Türkiye' de ihracat teşvikleriyle ilgi çok az sayıda araç ve ihracatın artırılması için uygulama vardı. Ancak 1980 yılından sonra serbestleşmeye başlayan Türkiye ekonomisinin, ihracata ve özellikle ihracat artışına önem verdiğini görmekteyiz. Serbestleşme süreciyle Türkiye' de teşvik uygulamalarının her geçen yıl çeşitliliği artmıştır.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm giriş kısmıdır. İkinci bölümde dış ticaretin ortaya çıkışı ve dış ticareti oluşturan unsurlar incelenmiştir. Üçüncü bölümde Türkiye’ de uygulanan teşvikleri anlayabilmek için Türkiye’nin 1923 öncesinde ve sonrasında ekonomisi ve dış ticareti incelenmiştir. Dördüncü bölümde Türkiye’ de devlet tarafından uygulanmakta olan ihracat teşvikleri anlatılmıştır. Beşinci bölümde dünyada ihracat rakamları yüksek olan ülkelerden, kaynak zengini olup ihracatı yüksek olan ülkelere ve komşu ülkelerin zenginliği ile ihracatı gelişmiş ülkelere bazıları seçilerek ihracat teşvik uygulamaları incelenmiş ve seçilen ülkelerin dış ticaret rakamları Türkiye ile karşılaştırılmıştır. Bu bölümde son olarak Türkiye ‘nin ihracat teşviklerinin, ülkenin üretim potansiyellerine uygunluğu için ülkenin potansiyel üretim alanları incelenmiştir. Altıncı bölüm ise sonuç bölümüdür.

2.DİŞ TİCARETİN ORTAYA ÇIKIŞI VE DİŞ TİCARETİ OLUŞTURAN UNSURLARA GENEL BAKIŞ

İnsan topluluğunun ortaya çıkışıyla beraber tüketim kavramı önem kazanmıştır. Tüketim kavramı avcı toplayıcı toplumların temel ihtiyaçlarını karşılamasıyla başlamıştır. Daha sonrasında toplumların göçebe yaşamdan toplu ve yerleşik yaşam düzenine geçmesiyle beraber sosyal anlamda hayatı değişmiş ve tükettiğinden fazlasını üretebilme yeteneğini kazanmıştır. İlk başlarda kendi çevrelerinde yaşayan insanlarla mal değiş tokuşu şeklinde gerçekleşen trampa ekonomisi giderek ülke sınırlarına aşmış ve ülkelerarası mal değiş tokuşuna kadar gitmiştir (Özçalık, Nisan 2014, s. 3). Tükettiğinden fazlasını üretebilen insanlar, bu fazlalığı öncelikle ülke sınırları içerisinde gerçekleşen iç ticaret ile gidermeye başlamış, daha sonra ise ülke sınırlarını aşarak ürettiklerini kendi faydalarına yönelik olarak dış ticaretini yapmaya başlamışlardır. Dış ticaret iç ticarete göre daha fazla faydası ve getirisi olmasından dolayı, ortaya çıkışından itibaren ülkelerin üzerinde önemli durduğu konu haline gelmiştir. Ancak dış ticaret iç ticarete göre daha zordur. Çünkü iki ticaret arasında önemli farklar vardır. Bu farklar;

- İç ticaret aynı ülke sınırı içerisinde yapılırken, dış ticaret farklı ülke sınırları içerisinde yapılır,
- İç ticaret ülke parası ile yapılırken, dış ticaret farklı para birimleri ile yapılır,
- İç ticarete ülke yasaları geçerliken, dış ticarete uluslararası anlaşmalar ve ülkelerarası anlaşmalar geçerlidir,
- İç ticarete gümrükleme yapılmazken, dış ticarete gümrükleme yapılmaktadır,
- İç ticarete ulaşım sorun değilken, dış ticarete ulaşım önemli bir sorundur.

İç ticarete daha az bürokrasi ve daha az sorunla karşılaşılırken, dış ticarete ise daha fazla bürokrasi ve daha fazla sorunla karşılaşılmaktadır. Dış ticaret iç ticarete göre daha uzun ve sancılı bir süreci kapsamaktadır. Ancak ülkelerin döviz ihtiyaçlarını karşılamada dış ticaret en sağlıklı yoldur. Dış ticaretin oluşmasında iki önemli kavram vardır. Bunlar; ihracat ve ithalattır.

İthalat dar anlamıyla yabancı ülkelerden mal ve hizmet alımına denilmektedir. Ekonomi bakanlığının yaptığı geniş tanımsa; bir malın veya ekonomik değerin yürürlükteki gümrük mevzuatı ve ilgili düzenlemeler çerçevesinde fiili ithalatının yapılması ve bedelsiz ithalat hariç, ithalat tutarının kambiyo mevzuatı çerçevesinde ihracatçı ülkeye transfer edilmesine denilmektedir.

İhracat dar anlamıyla yabancı ülkelere mal ve hizmet satımına denilmektedir. Ekonomi bakanlığının yaptığı geniş tanımsa; bir malın ya da ekonomik değerin yürürlükteki ihracat mevzuatı ve gümrük mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatının yapılması bakanlıkça ihracat olarak kabul edilmiş sair çıkışlara denilmektedir.

Ülkeler arasında yapılan dış ticaret sonucunda ülkelerin dış ticaretinde dış açık, dış fazla ve dış denge olmak üzere üç kavram ortaya çıkar. İthalat ve ihracatın eşit olması durumunda dış denge, ithalatın ihracattan fazla olması durumunda dış açık, ihracatın ithalattan fazla olması durumunda ki bu istenen durumdur, dış fazla verilmektedir (Utkulu & Aydemir, Mayıs 2008, s. 7). Dış fazla ile birlikte ülkeler ihtiyaçları olan döviz ihtiyaçlarını rahatlıkla karşılamaktadırlar. Ancak ülkelerin ekonomik durumları, siyasi sorunlar, uluslararası anlaşmalar vb. konulardan dolayı çok az sayıda ülke dış fazla vermektedir. TÜİK verileri ile ülkelerin ithalat ve ihracat verileri karşılaştırıldığında dış ticareti dengede olan hiçbir ülke yoktur. Ülkeler dış fazla veya dış açık vermektedirler. Dış fazla veren ülkelere bazıları İngiltere, Almanya, Hollanda, İsviçre, Romanya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi ülkelerdir.

2.1.Dış Ticaret Politikalarına Genel Bakış

Ülkelerin dış ticaret yapması birçok etkenin bir arada uyumlu şekilde işlemesi ile mümkündür. Mal ve hizmetlerle ilgili sorunlar, uluslararası anlaşmalar, döviz kurları, ülkelerin politik sorunları gibi sorunlar bir bütün halinde eşanlı işlemesiyle dış ticaret sağlıklı bir şekilde yapılmaktadır. Dış ticareti etkileyen bir diğer faktör ise benimsemiş oldukları politikalarlardır. Ülkelerin dış ticarete etkinliğini etkileyen iki önemli politika mevcuttur. Bunlar ithal ikameci politikalar ve ihracata dayalı politikalar.

2.1.1.İthal İkameci Dış Ticaret Politikası

İthal ikameci dış ticaret politikası, daha önce yurtdışından ithal edilmekte olan malların uygulanan koruyucu ve özendirici önlemlerle yurt içinde üretilmesini öngören bir stratejisidir. İthal ikameci büyüme ve sanayileşme modeli dışa kapalı otarşik ekonomi politikaları ile uyum içerisinde. Politika Alman Ekonomist Frederic List' in "bebek endüstri" tezine dayanarak gelişmekte olan ülkelerde sanayi dallarının yeni geliştiği için dış rekabete karşı koruma durumunda olduğu, bu nedenle dış rekabete ağır gümrük tarifeleriyle korunmasını ve içe dönük üretim yapmasını öngörür (Yiğit, 1996, s. 1).

İthal ikamesi birçok ülkede, ekonomik yapıyı modernleştirmenin ve gelişmiş ülkelerdekine benzer bir sanayi yapısı oluşturma etkin bir aracı olarak görülmüştür (Egeli, 1991, s. 25). Gelişmiş ülkelerle benzer üretim ve ekonomik yapıya sahip olmakta bir araç olarak kullanılan ithal ikameci politikalarda öncelikli hedef iç talebin yerli üretimle karşılanması ve dışarıya olan bağımlılığı en aza indirmektir. Döviz çıkışını azaltarak ülke içerisinde yeterli sermaye birikimini sağlamak ve yatırımları bu sayede arttırarak gelişmişlik düzeyini arttırmak hedeflenir. İthal ikamesi stratejisinde genellikle iki aşamada gerçekleşir. İlk aşama nihai tüketim mallarının üretimi, ikinci aşamaysa ara ve yatırım malları üretimidir.

Ancak ithal ikameci politikalarını benimseyen ülkelerin uygulamış oldukları yüksek gümrük korumaları, kaynakların etkin dağılımını engeller. Ayrıca uluslararası piyasalardan daha yüksek maliyetli ve kalitesiz ürün üretimi nedeniyle kaynakların israf olmasına neden olurlar. Dışa bağımlılığının azalması beklentisi tam tersi etki ile dışa olan bağımlılığı artırmaktadır. İthal ikamesinin ilk aşamasında nihai malların ithali azalır ancak ara ve yatırım mallarının ithali artmaktadır. Bu da ithalatın azalmasına değil ithalatın içeriğinin değişmesine neden olmaktadır. İkinci aşamada ise ara ve yatırım mallarına üretilmeye başlaması üretim için gerekli olan makinelerin ithalatı ile ülke dışarıya daha bağımlı hale gelmektedir. Ülkenin ikinci aşamada ithal ettiği makine ve teçhizat ülkenin faktörleri ile uyumlu olmamasına ve sanayinin ülkenin şartlarına uygunsuz gelişmesine neden olacak ve sonucunda da ülke yapısına uygun olmayan sanayi ile karşı karşıya kalacaktır. İthalatın azalması, ithalatı yapılan kısıtlı mal ve hizmetlerin fiyatlarının artmasına neden olduğu için ihracat geri plana atılarak ülke içine yönelik üretim yapılmaktadır. Bu da uluslararası piyasaların istediği kalitede mal ve hizmetlerin üretilmemesine neden olur. İhracatın gerilemesi ülkenin döviz gelirlerinin azalmasına neden olacağı için ülke döviz darboğazına girecektir. İthal ikamesi ile oluşacak olan olumsuzluklar uygun sektörlerin seçilmesi ve ülke şartlarına uygun sanayileşmenin benimsenmesi ile elimine edilebilir.

2.1.2.İhracata Dayalı Dış Ticaret Politikası

İhracata dayalı dış ticaret politikasının temel felsefesi yurt içi talebin çeşitli makro araçlarla kısılarak bir arz fazlasının elde edilmesi ve bunun dünya pazarlarına satılmasıdır (Çelebi I. , 1990, s. 24). İthal ikameci politikalara göre daha seçici olan ihracata dayalı büyüme de hangi mallarla ve hangi sektörlerle üretim yapılacağı belirlenir. Uluslararası piyasalara üretim yapılacağı için kalitenin iyileşmesiyle birlikte ülke ekonomisi canlılık kazanır. Malların uluslararası piyasalara uygun üretilmesi ülkenin ihracatının artmasına ve ülkenin ihtiyaç duyduğu döviz kazanmasına yardımcı olur. Tüm bunlar yaşanırken ülke ekonomisinin dış ticarete açık olmalı ve üretimini uluslararası pazarlara göre şekillendirmelidir.

İhracata yönelik politikaların gerçekleştirilebilmesi için iki koşul vardır. Bunlardan birincisi ihraç edilecek mal ve hizmet fazlasının sağlanabilmesi, ikincisi ise; elde edilen bu fazlanın dünya piyasalarındaki rekabet ve fiyat çerçevesinde satış imkânının bulunmasıdır (Egeli, 1991, s. 31). İthal ikameci sanayileşmeye göre ihracatta daha hızlı bir artış ve daha kaliteli mal üretimi sağlaması nedeniyle bu politika ile dış ticarete daha dengeli bir büyüme sağlanacaktır. Ancak kaynakların etkin olmayan noktalara dağıtılması ve ihracatın yanlış teşviklerle yönlendirilmesi kaynak israfına neden olacaktır. Kaynak israfı devletin gelirlerinin azalmasına ve ekonomide beklenen gelişmenin sağlanmaması anlamına gelmektedir. Bunun önüne geçmek için ülkenin üretim üstünlükleri çok iyi analiz edilmelidir.

Dış ticaret kavramı Küreselleşme kavramı ile birlikte önemi daha da artmış bir kavramdır. İktisadın bir bilim olarak ortaya çıktığı yıllardan sonra iktisat okulları çoğunlukla üretim ve bölüşümle ilgili konularda fikirler ortaya koymuşlardır. Dış ticaret ise sürekli olarak ihmal edilmiş ve hatta dış ticareti ulusal geliri artırma aracı olarak görmüşlerdir. Oysa dış ticaret kavramı sadece gelir açısından değil birçok açıdan ekonomiye katkı sağlamaktadır. Bu katkılar; dış ödeme dengesizliklerinin giderilmesi, dış rekabetten korunma, ekonomik kalkınmayı sağlamak, piyasa aksaklıklarının giderilmesi, ekonominin serbestleşmesi, ülkenin kendine yeterliliğini sağlamak, ekonomik büyüme, tam istihdamı sağlamak, istihdam artışı gibi birçok konuda ekonomiye destek vermektedir. Bu katkıları sağlarken dış ticarete amaçlara ulaşmak için kullanılan araçlar vardır.

2.2. Dış Ticaret Politikasının Araçları

Dış ticarete müdahale etmede devletin kullanmış olduğu bazı araçlar vardır. Bu araçların en çok kullanılanı vergilerdir. Ancak zaman içerisinde bu araca ek olarak dış ticarete müdahale için araçlar ortaya çıkmıştır.

2.2.1.Dış Ticaret Politikalarının Görünür Araçları

Devletin belirli amaçlarla dış ticarete müdahale etmesinde en çok kullandığı araçların başında gelir. Malların ve hizmetlerin, ülke sınırlarını geçince alınan vergilerdir. Dış ticarete uygulanan niceliksel kısıtlamalar olarakta bilinmektedir. Gümrük vergileri ve kotalar olmak üzere iki şekilde karşımıza çıkmaktadır.

2.2.1.1.Gümrük Vergileri

Ülkeye giren malların değerleri ya da miktarları üzerinden alınan vergilerdir. Gümrük vergilerinin yurtiçi sanayiye uluslararası rekabette koruma ve hazineye gelir sağlama olmak üzere iki temel amacı vardır. İki çeşit gümrük vergisi türü vardır; malın birimi başına alınmakta olan spesifik gümrük vergisi, malın değeri üzerinden alınmakta olan advalorem gümrük vergisidir.

2.2.1.2.Kotalar ve ithalat yasakları

Devlet yetkisini kullanarak bazı mal ithalatını miktar ya da hacim olarak sınırlandırmasına kota, ithalatı tümüyle engellemesine ithalat yasağı denilmektedir. Bu aracın amacı, ülkenin ithalatının kontrol altına alınması veya ithalat kısıtlamasıdır.

Ülkeler gümrük tarifelerini dış ticareti kontrol etmek ve yönlendirmek için bu araçları kendileri belirlemekte ancak bu belirlemede Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması(GATT) kurallarına bağlıdırlar. Gümrük tarifelerini arttırırken bazen GATT kuralları buna izin vermez. İşte bu noktada ülkeler dış ticarete yön vermek için tarife dışı araçları kullanırlar.

2.2.2.Dış Ticaret Politikalarının Görünmez Araçları

Gümrük vergileri ve gümrük kotlarının dışında kalan, dış ticareti yönlendirmek için kullanılan araçlardır. Bu araçların temel fonksiyonu döviz çıkışını azaltmak amacıyla ithalatın kısıtlanmasıdır. Görünmez engellerde siyasi ve ekonomik çıkarlar önem taşımaktadır. Günümüzde sürekli olarak çeşitlenen bu engellerin bazıları şunlardır;

2.2.2.1.Gönüllü İhracat Kısıtlamaları

Siyasi ve/veya ticari yaptırım gücü bulunan ülkelerin uyguladıkları politika ya da baskılarla ticareti engellemeleridir. Ekonomi-politik de denilebilecek uygulamalarda ticaret dışı argümanlar kullanılarak ihracatçı ülke, ihracat yapmamaya razı edilmektedir (Argın & Bakkalcı, Eylül 2011, s. 15). Burada amaç, ithalatçı ülkenin belirli bir nedensellik ve gereksinimler çerçevesinde ihracat yapmak isteyen işletmeleri engellemesidir. Bu işlem belirli bir miktar sınırlaması olarak yapılabileceği gibi, gümrük merkezlerinde ithal ürünlerin maliyetini arttırıcı tedbirler almak gibi de olabilir. Bu aracın kullanılmasının en önemli nedeni, ihracatçı işletmenin çok önemli maliyet üstünlükleri olması veya ürünü konuk ülkede piyasa dengesini kendi lehine bozmak için maliyetin eşit ya da daha düşük fiyatlara satılabilmesi olabilir (Gökmen, 2013, s. 21).

2.2.2.2. Sübvansiyonlar

İhracatın özendirilmesi için ihracat yapan firmalara verilen desteklerdir. Firmaların maliyet avantajı ile uluslararası piyasalarda daha etkin rol oynamasına yardımcı olur. Devlet tarafından nakdi yapılan yardımlardır.

2.2.2.3.Bağlı Ticaret

Ülkeler arası anlaşmalara bağlı olarak karşı satınalım, geri satınalım, dengeleme..vs gibi çok farklı seçeneklerde karşımıza çıkan bu kısıtlama. Ülkelerin döviz tasarrufu sağlamak ve büyük sanayinin ülkede kurulması için kullanılmaktadır.

2.2.2.4.Kambiyo Kontrolü

Genel olarak dövizle ilgili işlemler üzerine hükümetin koymuş olduğu kısıtlamalara, yani döviz piyasalarına yapılan devlet müdahalelerini kapsamaktadır. Döviz kontrolleri ve kurlara müdahale sonucunda dış ticaretin yapısı değiştirilmektedir.

2.3.Dış Ticaretin Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Dış ticaretin ekonomi üzerindeki etkileri merkantilizm döneminde keşfedilmiştir. Merkantilist dönemlerde dış ticaret gücün kaynağı olarak görülmüştür. Özellikle ihracatı serbest bırakan ve ithalatı kısıtlayan bir anlayış ile dış ticarete sadece gelir açısından bakılmıştır. Klasik iktisatçıların ekonomide serbestleşmeyi savunmalarının ardından ihracat kadar ithalatında ekonomi üzerinde etkileri vurgulanmıştır. Serbest ticaret koşulları altında dış ticaretin ekonomi üzerinde birbirine bağlı birçok etkisi mevcuttur.

2.3.1.Döviz Gelirlerinde Artış

Ülkelerin sahip olduğu dövizler gelişmiş ülkeleri yakalamalarında en önemli araçlardandır. Yatırımlar ve yeni üretim yöntemlerine sahip olmada döviz ihtiyaçları vardır. Döviz gelirini arttırmak içinde en sağlıklı yol ihracattır. İhracat artışları ülkelerin ihtiyaç duydukları döviz sağlamaktadır.

2.3.2.Ödemeler Dengesinde İyileşme

İhracat artışları ülkeye döviz girişlerinin artmasını ve ödemeler dengesinde oluşan açıkların giderilmesini sağlayacaktır. Ülkelerin ödemeler dengesinde ihracat artışına bağlı bir iyileşme olacaktır.

2.3.3.Ürün Kalitelerinin Artması

Ülkeler sahip oldukları kaynakları etkin şekilde kullanarak diğer ülkelerle rekabet edeceklerdir. Yeni pazarlara girmek ürünlerinin kalitelerini ve ürün rekabetini artıracığından daha rekabetçi ürünler üretilecektir. İhracat artışı rekabet ve ürün kalitelerini arttıracaktır.

2.3.4.Teknolojik Gelişim

Ülkelerin ihracat artışları beraberinde daha hızlı ve daha uzmanlaşmış ürünleri kapsayacağı için yeni teknolojilerde bu gelişim ile birlikte ülke içerisinde hızlanacaktır. İhracat artışları teknolojik gelişimi beraberinde getirecektir.

2.3.5.Ekonomik Büyüme

Dış ticaret ile büyüme arasında bir ilişki olduğu aşikâr olsa da dış ticaretin ekonomik büyüme açısından önemsiz olduğunu savunan veya bu konu ile hiç ilgilenmeyen öğretiler de mevcuttur. 1960’larda büyümenin asıl kaynağını dış ticaret olarak gören modeller ihracata dayalı büyüme modeli olarak belli bir yer edinmiştir. Ancak büyüme teorileri, dış ticareti büyümenin kaynaklarından sadece bir tanesi olarak görmektedir. Aslında dış ticaret ve büyüme ilişkisi iki yönlüdür. Yani, dış ticaret büyümeyi etkilerken; büyüme de dış ticareti etkilemektedir (Gül, Kamacı, & Konya, 2013, s. 3).

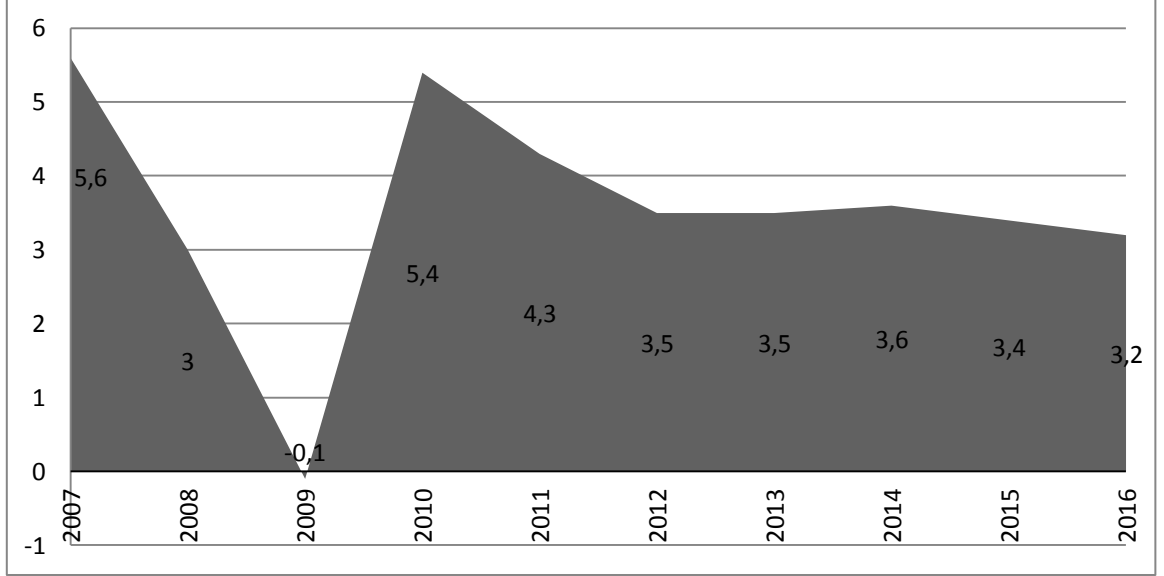
Ekonomik Büyüme, GSMH ve istihdam düzeyinin zaman içerisinde gelişimini ifade etmektedir. Uzun dönemde GSMH’ nın artması ile kişi başına düşen milli gelir artacak ve dolayısıyla toplam refah da yükselecektir. Ekonomik büyüme, üretim faktörlerinin kişi başına reel milli geliri yükseltecek şekilde sürekli olarak artmasıdır. Bunu sağlayan ise yatırım, işgücü, doğal kaynaklar, teknoloji düzeyi, örgütlenme biçimi gibi makro değişkenlerin düzeyindeki yükseliştir (Aslan, Aralık 2011, s. 571). Ekonomilerin sahip oldukları makro değişkenlerin artması ve bunun reel ekonomiye büyüme olarak yansımalarının yanı sıra, makro değişkenlerdeki azalmalar da ekonomik daralma olarak adlandırılmaktadır. Ekonomik büyümeyi etkileyen oldukça fazla makro ekonomik değişken ve bu makro ekonomik değişkenleri etkileyen birçok faktörlerde mevcuttur. Nihai sonuca bakıldığında tüm ekonomilerde ekonomik büyüme istenilen ve gerçekleşmesi için planların yapıldığı son derece önemli bir kavramdır.

Ekonomik büyüme oranları ülkeler hakkında bilgi verdiği gibi dünya ekonomisi hakkında da bilgi vermektedir. Ülkelerin üretimlerini planlarken büyüyen dünya ekonomisini yakalamak için daha fazla üretim yapılması, hangi alanlarda üretim yapılması gerektiği ve ne kadar üretim yapılacağı gibi bilgileri de bizlere vermektedir. Ülkelerin büyümeleri ticari partnerlerinin de büyümelerine yardımcı olacaktır. Dış ticaret için önemli bir kavram olan ekonomik büyüme kavramı bizlere yönelmemiz gereken alanları ve geliştirmemiz gereken sektörleri göstermektedir.

2.3.5.1.Dünyada Ekonomik Büyüme

IMF’ den alınan verilerle dünyanın 2007-2016 yılları arasındaki on yıllık süreç içerisinde büyüme oranları aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Grafik 1: 2007-2016 Dünya Büyüme Oranları(%)



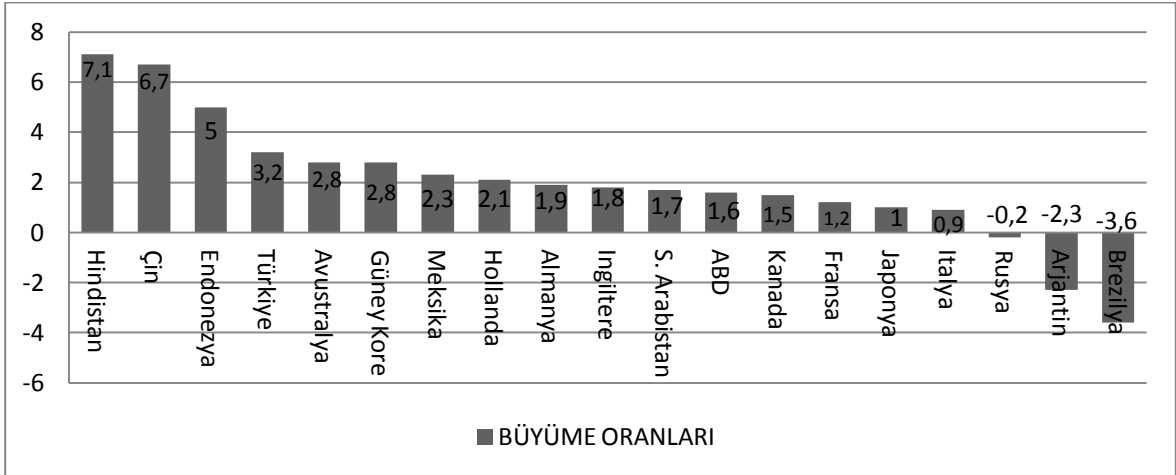
Kaynak: IMF’ den Alınan Veriler İle Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

2007 yılından 2016 yılına kadar dünyanın büyüme oranları sürekli olarak azaldığı görülmektedir. 2009 yılında yaşanan küresel krizle birlikte büyüme yerine daralma yaşanmış, sonraki yıl toparlanma yaşanmış olsa da 2007 yılındaki büyüme oranının altında bir büyüme gerçekleşmiştir. Dünyanın büyüme oranlarının düşmesinde gelişmiş ülkelerin büyüme hızlarındaki düşüşler ve buna bağlı olarak gelişen ülkelere sermaye akımının yavaşlaması gösterilebilir.

IMF’ den alınan verilere göre dünya 2018 ve 2022 yılı arasında büyüme tahminleri sırasıyla 3.7, 3.7, 3.7, 3.8, 3.8’ dir. IMF in yapmış olduğu tahminleri değerlendirecek olursak; 2007 ve 2016 yılları arasında dünya ekonomisi ortalama %3,5 oranında büyümüştür ki bu büyümenin içerisinde küresel kriz nedeniyle 2009 yılında ekonomik bir daralma yaşanmıştır. Tüm bunlar göz önüne alınırsa IMF’ in yapmış olduğu tahminler oldukça gerçekçi bir tabloyu yansıtmaktadır.

Dünya ekonomisinin büyümesini gösterense ülkelerin büyüme oranlarıdır. 2016 yılında dünya ekonomisinin bazı ülkelerin ekonomik büyüme oranları aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Grafik 2: 2016 Yılı Bazı Ülkelerin Büyüme Oranları(%)



Kaynak: IMF' den Alınan Verilerle Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

2016 yılında bazı ülkelerin büyüme oranları yukarıda verilmiştir. Bunlara ek olarak 2016 yılında en iyi ekonomik büyüme oranını %7,8 ile Özbekistan, %7,2 büyüme oranı ile İzlanda, %7,1 büyüme oranı ile Hindistan, %7,1 büyüme oranı ile Bangladeş, %6,9 büyüme oranı ile Filipinlerdir. Birde madalyonun diğer yüzü olan ekonomik daralma yaşayan ülkeler mevcuttur. Bu ülkelerinde başında ise -%9,8 ekonomik daralma ile Yemen Cumhuriyeti, -%3,6 ekonomik daralma ile Brezilya, -%3,1 ekonomik daralma ile Azerbaycan, -%2,3 ekonomik daralma ile Arjantin ve -%0,2 ekonomik daralma ile Rusya gelmektedir.

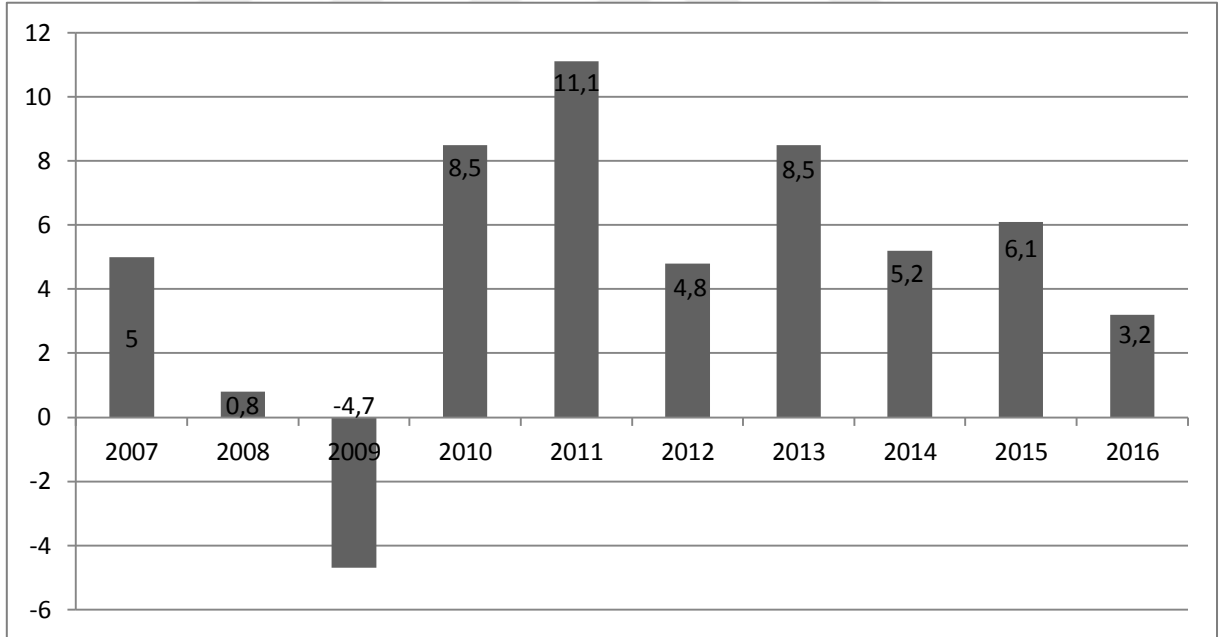
Ekonomik büyüme bizlere pazar olabilecek ülkeleri göstermektedir. Çünkü büyüme daha fazla üretimi ve daha fazla ihracatı beraberinde getireceği için gerekli olan hammadde veya ara malı tedarikini sağlamada etkin rol oynayacaktır. Bu yüzden büyüme rakamları ihracatın yönelmesi gereken bölgeler ve sektörlerde bize yol gösterici özelliğe sahiptir.

Gelişmekte olan ülkeler kapasitelerini tam kullanıma yaklaştırdıkça büyüme oranları istikrarlı bir şekilde artmaktadır. Kapasite kullanımları tam kullanıma gelindiğinde ise büyüme oranlarında azalışlar meydana gelmektedir, tıpkı gelişmiş ülkelerde olduğu gibi. Bu noktada bizim gibi gelişmekte olan ülkelerin öncelikli hedefi gelişmekte olan ülkeler olması gerekmektedir. Gelişmiş ülkeler iyi birer pazar olabilirler ancak gelişmekte olan ülkeler iyi pazar olmanın yanı sıra, daha iyi fırsatları karşımıza çıkaracaktır. Bu nedenle dünya ekonomileri arasında büyüme oranları yüksek olan ülkeler; Özbekistan, İzlanda, Hindistan, Bangladeş ve Filipinler gibi ülkelere yönelik politikalar hem ülkeler hem de dünya ticareti için önemlidir.

2.3.5.2. Türkiye’ de Ekonomik Büyüme

Dünya bu gelişmeler yaşanılırken Türkiye’ nin büyüme oranları aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Grafik 3: Türkiye 2007-2016 Büyüme Oranları



Kaynak: IMF’ den Alınan Verilerle Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Türkiye 2007 ve 2016 yılları arasında ortalama %4,8 oranında büyümüştür. Bu yıllar arasında en yüksek büyümesini 2011 yılında %11,1 oranı ile yakalarken, -%4,7 ile 2009 yılında küresel kriz etkisiyle ekonomik daralma yaşamıştır. Gerek dış faktörler gerekse iç faktörler nedeniyle istikrarsız bir seyirde görünen büyüme oranları her şeye rağmen iyi bir oranda ilerlemektedir. Son on yıllık dünya büyüme oranının ortalamasının %3,5 olduğunu göz önüne alırsak ve Türkiye' nin on yıllık sürede ortalama %4,8 büyüme oranı ile iyi bir başarı elde ettiği görülmektedir. IMF' e göre Türkiye 2017 yılında %5,1, 2018 yılında ise %3,5 oranında büyüyecektir. Türkiye'nin planlarına göreyse 2018 yılı ve 2020 yılları arasında, Türkiye'nin her yıl %5,5 büyüme oranı yakalayacağı tahmin edilmektedir. Türkiye yüksek büyüme oranları ile hem ihracat hem de ithalata ihtiyaç duymaktadır.

Bir ekonomide en önemli sorunlardan birisi, ekonomik büyüme oranının nasıl arttırılabileceğidir. Bu sorunun çözümünde en önemli yollardan birisi ihracatın artırılmasıdır. Çünkü ihracattaki artış ekonomideki mal ve hizmetlerin üretimini arttırmaktadır. İhracatın ekonomik büyüme ve yukarıdaki etkilerine ek olarak dış pazara iç pazardan daha fazla üretim yapabilir (Şimşek, 2003, s. 43). Ülkeler için ihracatın arttırılması birçok sorunun hal olmasına olanak sağlamakta ve bununla da kalmayarak ülkelerin büyümesine yardımcı olmaktadır. İhracatın arttırılmasında iyi pazarlama stratejileri, yeni pazarlar bulmak, yeni üretim yöntemleri geliştirmek, potansiyel gücü doğru kullanabilmek gibi yollarla ihracatta artışı sağlanabilir. İhracat artışlarında teşviklerin çok önemli bir yeri vardır. Devlet tarafından verilen teşviklerle yeni pazarlar bulunabilir, teknoloji transferleri sağlanabilir, yeni yatırımlar yapılabilir.

Türkiye' de devlet tarafından uygulanmakta olan teşvikleri anlayabilmemiz için öncelikli olarak tarihsel süreç içerisinde hem ekonomi hem de dış ticaretteki gelişimleri incelememizde fayda var. Çünkü Türkiye' nin 1923 yılından önce ve 1923 yılından sonra uygulamış olduğu politikalarla günümüz teşvikler sistemi oluşmuştur.

3.TÜRKİYE İHRACAT TEŞVİKLERİNE TARİHSEL BAKIŞ

Türkiye Cumhuriyeti'nde uygulanmakta olan ihracat teşviklerini anlayabilmek için öncelikle Türkiye Ekonomisini incelememiz ve geçirdiği aşamaları görmemiz, teşvikleri anlamamızda bize yardımcı olacaktır. Türkiye ekonomisinin genel görünümünün incelenebilmesi için Anadolu' nun yakın tarihinin iyi bilinmesi gerekir. 1923 yılından önceki dönemi de incelemeye dâhil etmeliyiz. Çünkü 1923 yılından sonra oluşan yapı 1923 yılından önceki yapının üzerinden oluşmuştur. 1923 öncesi ve 1923 sonrası dönemde yaşanan ekonomik ve dış ticaret analizi teşvik sistemi hakkında doğru yorum yapabilmemiz için incelenmelidir.

3.1.1923 Öncesi Dönem

1299 yılında fetihlerle kurulan Osmanlı İmparatorluğu, daha fazla toprak ve daha fazla nüfus politikasıyla 17. yüzyıla kadar dünya üzerinde süper güç olmuştur. Daha çok askeri başarılarla büyümüş olan Osmanlı İmparatorluğu aynı zamanda tarımla ilgilenmiş ve askerleri savaş zamanları dışında tarım alanlarında kullanarak ülke ihtiyaçlarını karşılamıştır. Osmanlı İmparatorluğu için esas olan toprakların çokluğu ve bu toprakların kazanımı için savaşların olmasıydı.

Osmanlı İmparatorluğu kuruluşundan başlayarak 19. yüzyıla kadar fetih politikasıyla hareket etmiş, dine dayalı yönetim ve tarıma dayalı bir üretim anlayışı ile devleti yönetmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun bu anlayışı, 17. yüzyıldan sonra yaşanan dış gelişmeleri takip etmede yetersiz kalmış ve batı uygarlığı olarak isimlendirilen kültür bütünüyle, hiçbir zaman ilişkisini kesmeyen Osmanlı İmparatorluğu, yükselme döneminde kendi uygarlığını batı uygarlığından üstün saymış ve bu uygarlıktaki gelişmeleri takip etme gereği duymamıştır (Mardin, 2004, s. 9-10). Toprak kazanımını ülkenin gelişmişliği ile bir tutan devletin, 1699 yılında Karlofça Anlaşmasıyla toprak kaybetmeye başlamasının ardından dağılma sürecine giren Osmanlı İmparatorluğu, çağı yakalayamaz hale gelmiştir. 19. Yüzyıldan sonra ilkeleri esneten ve batıyı örnek almaya başlayan Osmanlı İmparatorluğu çok geç kalmış ve kaçınılmaz son gelmiş, Osmanlı İmparatorluğu dağılmıştır.

3.1.1.1923 Öncesi Dönem Ekonomisi

Osmanlı İmparatorluğunda ekonomik faaliyetleri diğer faaliyetlerden ayıran kesin çizgiler yoktu. Osmanlıya göre ekonomi toprak kazanımı ve vergilerden ibaretti. Bu amaçla iktisadi görüşlerini üç temel ilke üzerine kurdular.

3.1.1.1.İaşe(Provizyon) İlkesi

İktisadi faaliyetlerin amacı, insanların ihtiyacını karşılamaktır. Üretilen mal ve hizmetlerin, mümkün olduğu kadar bol, kaliteli ve ucuz olmasını, yani piyasada mal arzının mümkün olan en yüksek düzeyde tutulması esastır. Bu ilkeye göre öncelikli hedef yurtiçi ihtiyaçların karşılanmasıydı. Yurtiçi ihtiyaçların tümü karşılandıktan sonra, fazla kalan mal varsa, onun ihraç edilmesine müsaade edilirdi. İaşe ilkesine dayanan iktisadi politika için ihracat üretim faaliyetinin hedefi değildi. Üretimin hedefi yurtiçi ihtiyaçların karşılanmasıdır. İhracat bu ihtiyaçlar karşılandıktan sonra kalan malların, yani ülke bakımından hiçbir değeri kalmayan, iktisadi deyimle marjinal faydası sıfır olan malların satılması demektir. İhraç edilen malların gerçekten bu nitelikte olmasını garanti altına almak için devlet en sıkı müdahaleyi bu alanda gösterirdi. Hangi maldan ne miktarda ihracat yapılacağı her seferinde özel bir izinle belirlenir; ayrıca yüksek bir gümrük vergisi uygulanırdı. Buna karşılık ithalatın, hiçbir tahdide tabi tutulmadan serbestçe yapılmasına müsaade edilirdi. Çünkü ithalat yurtiçinde ihtiyaç duyulan, ya hiç üretilmeyen ya da az miktarda üretilen malların getirilmesi anlamında iaşe ilkesine göre arzu edilen bir faaliyetti. Marjinal faydası yüksek olan malların ülke pazarına girmesini sağladığı için, ithalat kolaylaştırılır, hatta teşvik edilirdi. İaşe ilkesine dayanan bu iktisat politikası, dış ticarete, ihracatı zorlaştırıcı ve kısıtlayıcı, ithalatı ise kolaylaştırıcı ve teşvik edici niteliği ile günümüz himayeci iktisat politikalarına hiç benzemeyen bir kimlik gösterir (Genç, 2016, s. 178-180).

3.1.1.2.Gelenekçilik İlkesi(Tradisyonalizm)

Devletin oluşturmuş olduğu siyasi ve ekonomik dengeleri korumak, değişmesini engellemek ve değişme olduğu takdirde yine eski yapıya dönmesi çabalarına gelenekçilik ilkesi denilmekteydi. Osmanlıda iktisat politikaları ilk kurallarına uygun şekillerde işlerdi. Değişen yapıları yine ilk yapılara döndürmeye çalışırlardı. Bu ilke Osmanlı İmparatorluğu' nun batı uygarlığının gerisinde kalmasında en temel neden olarak gösterilir. Çünkü bu ülke Osmanlı' nın, batının ekonomik alanda yaşadığı sanayileşme ve modernleşme çabalarının çok gerisinde kalmasına neden olmuştur.

3.1.1.3.Fiskalizm

En genel ve kısa tanıma ile fiskalizm, hazineye ait gelirleri mümkün olduğu kadar yüksek düzeye çıkarmaya çalışmak ve ulaştığı düzeyin altına inmesini engellemektir. Hazine gelirlerinin esas fonksiyonu devletin yapması gereken harcamaları karşılamak olduğu için, fiskalizmin dolaylı bir uzantısı olarak harcamaları kısımaya yönelik çalışmaları da zikretmek doğru olur. Bu ilkenin ana hedefi gelirleri mümkün olduğu kadar yükseltmektir (Genç, 2016, s. 182). Fiskalizm Osmanlı içerisinde öyle bir hal aldı ki, her türlü iktisadi faaliyete, sadece getireceği vergi geliri açısından bakması iktisadi anlamda çökmesine neden oldu. Osmanlı' nın ekonomik alanda benimsemiş olduğu bu ilkeler çöküşünü hızlandıran ilkeler olmuştur.

Sanayi devrimine kadar dünya ekonomisinin temelini tarım oluşturuyordu. 17. yüzyıldan sonra sanayi devriyle birlikte dünya ekonomisinin temel dayanakları tarımdan sanayiye dönüşüyor, dönüşümün başını İngiltere ve Fransa çekiyordu. Osmanlı İmparatorluğu da kuruluşundan dağılma sürecine kadar geçen sürede, ekonominin yapısını tarım merkezli tımar sistemi oluşturuyordu. Tımar sistemi sayesinde hem ülkenin tarıma elverişli toprakları işleniyor hem de ülkenin var oluşunu ve gücünü oluşturan ordu için asker yetiştiriliyordu.

17. yüzyıla kadar Osmanlı toprakları sürekli genişlediği için tarıma dayalı gelirler de genişlemiştir. Kurulan tımar sistemi gelir artışında önemli bir paya sahipti. Tarım ekonomisi kol gücüne dayanan dokuma tezgâhları, ufak el sanatları, madencilik, gümrük gelirleri, ticaret ve savaşlardan elde edilen gelirler desteklemekteydi (Cebeci, 2008, s. 187). 1763'te James Watt'ın buhar gücüyle çalışan makineleri icat etmesiyle başlayan sanayileşme, üretimde kol gücünden makine gücüne doğru bir dönüşümü başlatmış, Avrupa ülkeleri hızla sanayileşmeye ve ekonomilerinin temellerini tarımdan sanayi sektörüne doğru geçişe başlamıştı. Bu dönüşümle birlikte daha hızlı ve ucuza ürünler üretilip ihtiyaçlar karşılanmaya başlanmış, fazla olan ürünler ihracat yoluyla dış ülkelere satılmaya ve ülkeleri yeni pazarlar bulmaya itmişti.

Osmanlı İmparatorluğu'nda sanayi ve ticaret genellikle gayrimüslim azınlık tarafından gerçekleştirilmiştir. Sanayi tekniğine ve sermayeye sahip olmayan Anadolu halkı genellikle el sanatlarıyla uğraşmış, ticaretse ayıp ve/veya günah sayılmış, peygamberi tacir olan Anadolu halkı "bir gram eksik tartarsa cehennemde yanacağından" korktuğu için ticaretle uğraşmamıştır. İslam dini ticareti, üretimi ve helal kazancı övmektedir. Ancak Anadolu'nun cehaletiyle birleşen hurafeler tüccarın iyi görülmemesi sonucunu doğurmuştur. İslami düşünce yanlış yorumlandığı için ticaret ve üretim gelişmemiştir. (Argın & Bakkalcı, Eylül 2011, s. 375-376). Osmanlı İmparatorluğun da sanayi daha çok el emeğine dayanan usta çırak ilişkisi biçimindeydi. Sanayi için gerekli olan ulaşım kolaylığı ise yoktu. Ülkede ulaşım ilkel yollarla sağlanmakta ve bu alana ayırabilecek bir bütçe de gereksiz bir harcama olarak görülmekteydi.

Avrupa 15. yüzyılda uygulamış olduğu merkantilist politikalar ile yeterli bir sermaye birikimine ulaşmış ve bu sermaye birikimini sanayileşmede kullanarak hızlı bir şekilde temel sektörünü değiştirebilmiştir. Oysa Osmanlı İmparatorluğu'nda Avrupa' da merkantilist politikalar uygulanırken tam tersi politikalar uygulanmış ve yeterli sermaye birikime sahip olamamıştı. Bu nedenlerden dolayı Osmanlı İmparatorluğu'nun 20. yüzyıl başında bile henüz sanayileşme yolunda ciddi kararlar almadığı görülüyor.

Osmanlı İmparatorluğu' nun özellikle sarayın ve ordunun ihtiyaçlarını karşılamak için kurduğu birkaç fabrikadan ve ülkede yabancı sermayenin kurduğu küçük ölçekli ve az sayıda sınaî tesisinden başka sınaî faaliyet yoktu. Devlet sermayesiyle 1810 yılında kurulan ve askeri kundura, çizme, palaska, fişeklik gibi malları imal eden Beykoz tesisleri, sonra 1835'te uha, fes, battaniye imal etmek üzere İstanbul' da Feshane tesisleri kuruldu. Kadife, ipekli kumaş, saten ve tafta üretmek için 1845'te Hereke fabrikası tesis edildi. Yine devlet eliyle 1850' de pamuklu dokuma ürünleri imal etmek üzere İstanbul Bakırköy bez fabrikası faaliyete geçti. Son olarak 1892' de yıldız ini fabrikası kuruldu. Anılan sınaî tesisleri dışında İstanbul' da Tophane' de top fabrikası ve Zeytinburnu'nun da mermi-barut fabrikası vardı. Ülkenin her kasabasında küçük atölyeler ve sanatkrlar vardı. (Tokgöz, 2011, s. 8). Devlet eli ile askeri amaçlı olarak sanayileşmeye alışan Osmanlı İmparatorluğu 1838 Balta Limanı Anlaşması ile Avrupa'nın kapitalist sistemine eklenmek zorunda bırakılmıştır. Balta Limanı Anlaşması ile başlayan ve diğer Avrupa lkeleri ile yapılan anlaşmalar sonucunda Osmanlı ekonomisi dış etkenlere açılmıştır. Az sayıda olan fabrikaları ve yetersiz üretimleriyle, kapitalizmin ortasında savunmasız kalan Osmanlı sanayisi, Avrupa lkeleri karşısında rekabet gücünü yitirmiştir. Ayrıca Osmanlı bu anlaşmalar ile Avrupa'nın açık bir pazarı haline gelmiştir.

Yerli retimi korumak ve üretim artışını teşvik için 1913 yılında Teşvik-i Sanayi Kanunu ıkarıldı. Bu kanundan yararlanmak isteyen üreticilerin en az beş beygirlik g kullanmaları, 1000 Osmanlı Lirası değerinde üretime sahip olmaları ve bir yıl boyunca 750 kişi çalıştırmaları gerekliydi. Bu şartları sağlayan firmalara bedava arazi ve gümrük muafiyetleri gibi kolaylıkların yanı sıra yurt içinde öncelikle bu firmaların ürünlerini alma zorunluluğu getirilmiştir. Uygulama kredi kolaylığı ve girişimcilik için teşvikler sağlamadığı için kanun ülkede beklenen etkiyi yaratmadığı gibi gümrük vergilerinin düşük olması yabancı firmaların ülke içine kolaylıkla girmesine ve var olan üreticinin ağır rekabet koşulları altında üretim yapmasına neden olmuştur.

1913 ve 1915 yıllarına göre düzenlenen fakat sadece büyük kent merkezlerini kapsayan sanayi sayımları sonuçlarına göre bugünkü Türkiye sınırları içinde kalan imparatorluk parçasında kurulmuş sınaî tesislerin dağılımı şöyleydi: 20 un değirmeni, 2 makarna fabrikası, 1 bira fabrikası, 6 konserve fabrikası, 1 buz imalathanesi, 3 kireç-3 tuğla imalathanesi, 11 tabakhane, 7 marangoz ve doğrama atölyesi, 2 yay imalathanesi, 2 sabun imalathanesi, 2 porselen imalathanesi, 2 pamuk iplik ve dokuma fabrikası, 5 çeşitli dokuma fabrikası, 35 matbaa, 8 sigara kağıdı fabrikası, 5 maden eşya fabrikası ve 1 kimyasal ürün fabrikası bulunmaktaydı.

Osmanlı İmparatorluğunda sanayinin gelişmemesinde etkili olan gelişmeleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Sermaye birikiminin yetersiz olması,
- Ulaşımın ilkel ve yetersiz olması,
- Bilgi birikimi eksikliği
- Sanayileşmenin kaynak israfı sayılması(Sakızlı Ohannes Efendi ve Portakal Mikail Paşa Mülkiye’ de verdikleri derslerde söylemişlerdir),
- Sanayi ve ticaret sektörlerini gayrimüslim halk tarafından yapılması,
- Osmanlı sanayisinin korunması olmaksızın yapılan anlaşmalarla rekabet gücünü yitirmesi ve üretimin düşmesidir

Yukarıdaki nedenler ve ekonomi alanında benimsenmiş olan ilkeler nedeniyle Osmanlı İmparatorluğu’ nun sanayileşme hareketi genel olarak başarısız oldu. Fakat Teşvik-i Sanayi Kanunu gibi önemli bir kanunu ileride kurulacak olan Türkiye Cumhuriyeti’ne güzel bir miras olarak bıraktı. Teşvik-i Sanayi Kanunu Osmanlı İmparatorluğu’nda sanayileşmeyi sağlayamamış olsa da ilerleyen yıllarda Türkiye Cumhuriyeti için sanayileşmede rehberlik eden bir kanun olacaktır.

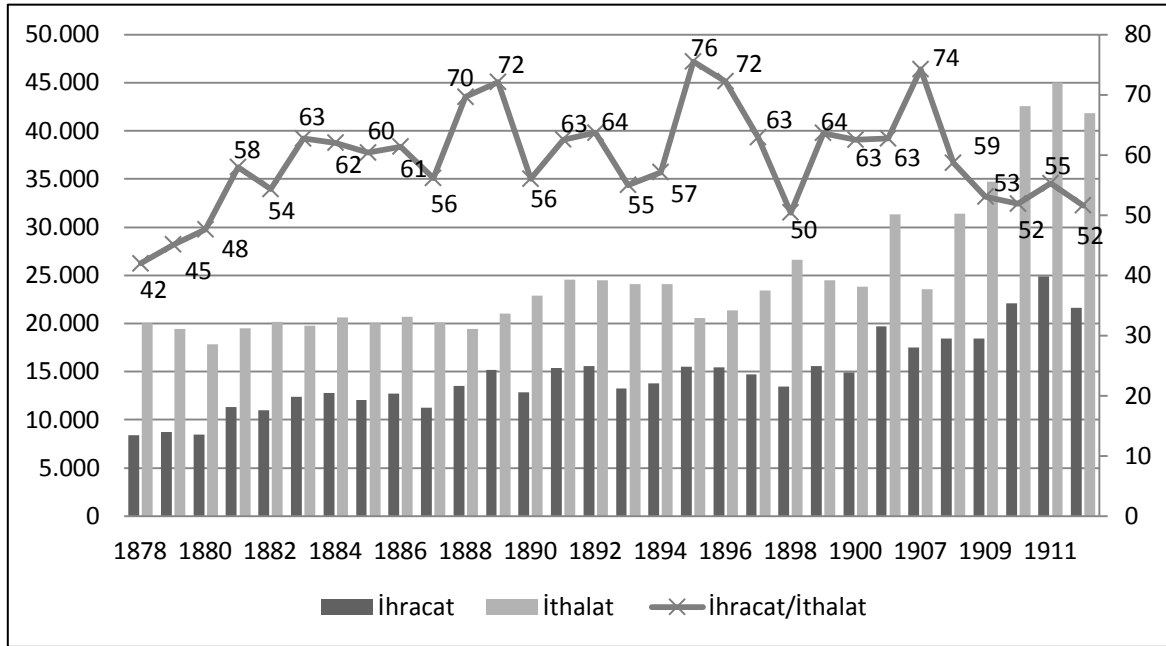
3.1.2.1923 Öncesi Dönem Dış Ticaret ve Teşvik Yapısı

Osmanlı Dış Ticaret İstatistikleri 1878 yılından itibaren yayınlanmaya başlandı. Bu istatistiklerin mal gruplarına göre sistematik tasnifi de 1907 yılından itibaren mümkün oldu. Osmanlı İmparatorluğu'nda 1880-1913 yılında toplam ihracatın %55' ini oluşturan ürünler şöyle sıralanmaktadır; kuru üzüm, ham ipek, pamuk, fındık, afyon, arpa, tiftik, yapağı, yumurta, incir, ipek kozası, zeytinyağı, meşe palamudu, susam, geri kalan %45 içinde halı, kilim, işlenmiş deri ve bazı gıda maddeleri (un, tahıl, şeker, çay, kahve, pirinç) ile tekstil ürünleri (pamuklu, yünlü, ipekli, keten dokuma ürünleri ve her çeşit giyim eşyası) oluşturmaktaydı. Ayrıca ithalat içinde kömür, petrol, işlenmiş metaller, boya, demiryolu inşaat malzemeleri, silah ve cephane önemli yer tutmaktaydı (Tokgöz, 2011, s. 18-19).

Osmanlı İmparatorluğu 19. yüzyıla kadar hammadde ihracı ve ülke içinde üretilmeyen veya az üretilen ürünlerin ithali şeklinde bir dış ticaret politikası yürütmüştür. 19. yüzyılın ortalarında çağı yakalamak için nihai ürünlerin ihracatına başlamış ve ithalatta ise yatırım için gerekli olan makine ve teçhizatı ithal etmiştir. Ancak Fransa ve İngiltere'nin uygulamış olduğu korumacı politikalardan dolayı Osmanlı yeniden hammadde ihracına başlamıştır. Dış ticarete nihai ürün üretmek ve satmak isteyen Osmanlı İmparatorluğu daha önceden verdiği kapitülasyonlar nedeni ile pazarını yaratamamıştır. Sanayileşememe nedenleri de bu nedene eklenince Avrupa'nın pazarı haline gelmiştir.

Aşağıda grafikte 1878-1913 yılları arasında Osmanlı İmparatorluğu'nun ihracat, ithalat ve İhracatın ithalatı karşılama oranları gösterilmiştir.

Grafik 1: 1878-1913 Yılları Osmanlı Dış Ticaret (Milyon Osmanlı Lirası)



Kaynak: Şevket Pamuk, 19. Yüzyılda Osmanlı Dış Ticareti, Tarihi İstatistikler Dizisi Cilt 1, T.C. Devlet İstatistik Enstitüsü, Yayın No:1831, Ankara, Ağustos 1995, s.18. Veriler Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur.

Grafikte ilk göze çarpan nokta ihracat gelirlerinin ithalat giderlerini karşılamadığıdır. Dış ticaret dengesi bu yüzden sürekli olarak açık vermektedir. Verilen yıllarda en yüksek ihracat 1911 yılında 25 milyon osmanlı lirası ve en düşük ihracat 1878 yılında 8 milyon osmanlı lirasıdır. İhracat bu yıllar içinde ortalama olarak 15 milyon osmanlı lirası olarak gerçekleşmiştir. En yüksek ithalat 1911 yılında 45 milyon osmanlı lirası ve en düşük ithalat 1880 yılında 18 milyon osmanlı lirasıdır. İthalat bu yıllar içinde ortalama olarak 25 milyon osmanlı lirası olarak gerçekleşmiştir. Gelişen dünya ekonomilerine paralel olarak ithalat ve ihracatta bu yıllarda sürekli olarak artış göstermektedir. İthalat ihracattan daha hızlı bir şekilde artmıştır, ithalattaki bu artışın nedeninde verilen kapitülasyonların etkisi çok büyüktür. Cumhuriyet öncesi dönemde sürekli olarak dış fazla verilmiştir. Bu dönemde en yüksek dış açık 1910 yılında 20,4 milyon osmanlı lirası, en düşük dış açıksa 1895 yılında 5 milyon osmanlı lirasıdır.

Osmanlının ithalat miktarlarının ihracat miktarlarından fazla olması sürekli olarak dış açıklarının olmasına neden olmuştur. İlk yıllarda bu açıklar ülke ekonomisi için önemli değildi. Çünkü dış ticaret ülke ekonomisi için bir anlam ifade etmiyordu. Osmanlının ilk yıllarında önemli olan daha fazla toprak ve vergilerdi. Ancak toprak kaybetmeye başladığında ve batıda yaşanan gelişmelerle birlikte ekonominin önemini anlaşıldı. Bundan sonrasında Osmanlı dış ticareti için geç kalınmış bir noktaydı. Çünkü dış açıklarını kapitülasyonlardan dolayı vergilerle kapatamıyor, üretim yetersizliğinden dolayı ihracatla da bu açıkları kapatamayınca tek yol dış borçlanma ile bu açıkları kapatmak olmuştur. Alınan dış borçlar ekonomide yeni üretim alanları oluşturmak veya oluşmuş üretim alanlarını güçlendirmek için kullanılmadığı gibi saray harcamaları gibi gereksiz yerlere harcanması, dış borçların artmasına ve bununla birlikte faizlerinde bu borcun üstüne eklenmesi Osmanlıyı içinden çıkılmaz bir borç batağına batırmıştır. Borçları ödeyemez bir hal alıncaya kadar dış borçlanma devam etmiştir. Dış borçlarının fazlalığı ve ödeme zorlukları ile 1881 yılında kurulan Duyun-u Umumiye ile Osmanlı İmparatorluğu'nun dış borçları denetlenmeye başlandı. Tarihte ilk ihracat teşviklerini de bu dönemde görmekteyiz. Vergi indirimleri, İhracat özendirmeleri gibi önlemler ile ihracatın artırılması hedeflenmiştir.

Ancak alınan önlemlere rağmen yaşanan ekonomik ve siyasi sorunlar Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılmasının önüne geçememiştir. Osmanlı İmparatorluğu dağılıp yerine Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur.

3.2.1923 Sonrası Dönem

Osmanlı İmparatorluğu dağılıp yerine Türkiye Cumhuriyetin kurulmasından günümüze kadar geçen süre içerisinde, Türkiye Cumhuriyeti için önemli birçok gelişme yaşanmıştır. Yaşanan bu gelişmeler incelenecek olan dönemlerinde belirleyicisi olacaktır. Türkiye Cumhuriyeti'nin iktisadi tarihini dört döneme ayırarak incelememiz, Türkiye ekonomisini anlamamızda bize çok yardımcı olacaktır. Bu dönemler;

- 1923-1959 Dönemi; Türkiye Cumhuriyeti bu dönemde yaşanan savaş olumsuzluklarından kurtulmaya ve devraldığı mirasın iyileştirilerek, sanayileşmeye çalışıldığı dönemdir.
- 1960-1979 Dönemi; Sanayileşmede hızlı adımlar atabilmek için Türkiye Cumhuriyeti'nin planlı kalkınma dönemidir.
- 1980-1999 Dönemi; Sanayileşmek ve dışa açılmak için serbestleşmenin yaşandığı dönemdir.
- 2000-2016 Dönemi; Ekonominin güçlendirilmeye çalışıldığı dönemdir.

3.2.1.1923-1959 Dönemi

Cumhuriyetin kuruluşu sırasında Türkiye, 8 yıl süren savaş ve 4 yıllık bağımsızlık mücadelesinden yeni çıkmış, sermaye birikimi olmayan bir ülke durumundaydı. Üstelik yüzyıllar boyunca askerlikle uğraşmış, sanayi ve ticaret geleneği ile bilgisi yetersiz kalmıştır. Ekonomik ve sosyal yönden son derece sarsılmış bulunan Türkiye Cumhuriyeti, Kurtuluş Savaşı süresince ne ithalat ne de ihracat yapma olanağı bulunabilmiştir (Narlı, 1989, s. 15). Bağımsızlık savaşı kazanıldıktan sonra, Türkiye ekonomisi, gerek sayısal görünüm, gerekse düşünüş biçimi ve davranışları ile sanayi devrimini gerçekleştiren batı Avrupa ülkelerinin çok gerisinde bulunuyordu. Ekonomi, üretim araçları bakımından çok zayıf durumdaydı. Toprak dengesiz dağılmış ve bakımsız, tarım araçları ilkel, toprağı işleme yöntemleri gelenekseldi. Sanayi hemen hemen yok gibiydi. Hizmetler kesimi de çok yetersizdi. Üretimin büyük bir bölümü aile işletmelerinde üretilip orada tüketiliyordu, dolayısıyla ulusal üretimin büyük bir bölümü pazara akmayan mal ve hizmetlerden oluşuyordu (Karayakalı, 2003, s. 35)

Türkiye Cumhuriyeti Osmanlıdan devraldığı borçlar, gelişmemiş bir ekonomi ve yoksul bir halk ile kuruldu. Öncelikli hedef devralınan yapının iyileştirilebilmesi için ekonominin güçlendirilmesi oldu. Bu dönemin en temel özelliği ülkenin olumsuz koşullarının ortadan kaldırılması ve ekonomik gelişmişliğin sağlanabilmesi için tarım ve sanayi alanında yapılan yeniliklerdir.

3.1.1.1923-1959 Dönemi Ekonomisi

Üretim yetersizliği, altyapısı olmayan bir ülke, kapitülasyonlar ve imtiyazların altında ezilmiş bir ekonomik yapı, Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan borçlar ve yoksul bir halk ile yeni bir devlet kurulacaktı. Kurulacak olan yeni devletin baş etmesi gereken birçok sorun vardı. Daha cumhuriyet bile ilan edilmeden önce Atatürk ekonomik sorunların çözümü için İzmir'de Türkiye İktisat Kongresini topladı. Türkiye Cumhuriyeti için ekonominin neden önemli olduğunu, Atatürk'ün Türkiye İktisat kongresinde yaptığı açılış konuşmasındaki şu sözlerle anlaşıyor:

‘Efendiler tarih milletlerin yükselme ve düşme sebeplerini ararken birçok siyasi, askeri, sosyal nedenler bulmakta ve saymaktadır. Şüphe yok, bütün bu nedenler de, sosyal olaylarla etkilidir. Fakat bir milletin doğrudan doğruya yükselmesiyle, düşmesiyle ilgili ve ilişkili olan milletin ekonomisidir. Gerçekten Türk tarihi araştırılırsa bütün yükselme ve düşme sebeplerinin bir iktisat meselesinden başka bir şey olmadığı anlaşılır. Yeni Türkiye'mizi hak ettiği yere ulaştırmak için, mutlaka ekonomimize birinci dereceden önem vermek zorundayız. Çünkü zamanımız tamamen bir iktisat devresinden başka bir şey değildir.’

Atatürk ülkenin bağımsızlığı ve gelişmesi için ekonominin önemini vurgulamıştır. Ekonomik bağımsızlığın sağlanabilmesi için çiftçi, tüccar, sanayici ve işçi gruplarının sorunlarını bilmek ve ekonomik hedefleri belirlemek için 1135 delegeden toplam 3000 kişi ile Osmanlı Bankası Deposunda 17 Şubat 1923 Cumartesi günü Türkiye İktisat kongresi toplanmıştır.

Kongrede, milliyetçi ve liberal ekonomik politikaları benimsenmişken, uygulanan ekonomi politikaları, özel girişime önem veren ve dışa açık bir yapı görünümündedir. Dışa açık bir ekonomi politikasının uygulanmasının önemli nedeni ise Lozan Barış Anlaşmasının ekonomik hükümleri olmuştur (Savrukılınç, Özel, & Kılıç, 2013, s. 62). Kongrede alınan kararlar ekonomiye yön verecek nitelikte olmayıp, katılımcıların sektörlerine dair isteklerini kapsadığı için ekonominin sağlam temellere oturmasında başarılı politikalar olmamıştır. Ayrıca İzmir İktisat kongresinde ekonomide liberal bir görüş hâkim olması istenilirken, devletçi bir görüş ekonomiye hâkim olmuştur. Çünkü sermaye yetersizliği ve girişimci eksiklikleri nedeniyle devlet ekonomiye müdahale ediyordu. Lozan Barış Anlaşması gereği gümrük vergilerine müdahale edemiyor, gümrük vergileri serbest görüş ile belirleniyordu.

Türkiye Cumhuriyeti' nin kuruluşundan itibaren tarım konusu üzerinde önemle durulmuştur. 1927 nüfus sayımına göre çalışan nüfusun %78,2' sinin çiftçilikle uğraşması ve GSMH' nin %44'ünü sağlaması sebebiyle tarım önemli üretim kolunu oluşturmuştur. Bu sebeple çiftçinin eğitilmesine büyük önem verildi. İlk adım 1924 yılı silâh altına alma yasası ile atıldı. Askere alınan köylülere, askerlik hizmeti sırasında tarım makineleri ve yeni yöntemler öğretmeye başladı. Bunun dışında Tarım Bakanlığı köylülere araç gereç kullanımını öğretmek ve yeni tarım yöntemleri konusunda eğitmek için uzmanlar ve vilayet tarım istasyonlarından yararlanarak eğitim programını genişletti. Çiftçinin durumunun düzeltilmesi için devlet gelirlerinde düşme görüleceğinin bilinmesine rağmen 17 Şubat 1925'te Aşar Vergisi kaldırıldı, yerine binde 6' lık vergi konuldu (Akandere & Semiz, 2015, s. 213-216). Bu durum büyük toprak sahiplerinin daha da zenginleşmesine neden olacaktı ancak devletin buradaki amacı Osmanlı dönemi boyunca sömürülen ve savaşla daha da ağırlaşmış olan köylülerin durumunun korunmasıydı. Köylünün korunarak tarımsal üretimin artması hedeflenmiştir. 1920 ve 1929 yılları tarımsal alanda hızlı bir toparlanmanın yaşandığı yıllar olmuştur. Aşar vergisinin kaldırılması ve sanayi sektörünün giderek ekonomi içinde artan payı ile vergi gelirlerini tarım ve kırsal alandan toplayan Osmanlı anlayışı terk edilmeye, yerine devletin gelirlerini kent ekonomisinden sağladığı bir yapı oluşturmak istenmiştir.

1930 yılında yaşanan Büyük Bunalım, dünya tarım ve hammadde stoklarında görülen anormal artış, tarım ve hammadde fiyatlarında büyük bir düşüşe neden olmuştur. Dünya pazarlarında tarım ürünlerinin fiyatlarındaki aşırı düşüşler, Türkiye ihraç ürünlerinin fiyatlarına yansiyarak ihracat gelirlerinde önemli bir gerilemeye neden olmuştur. Örneğin; Buğday 12,6 kuruştan 3,6 kuruşa, incir 5,1 kuruştan 2,6 kuruşa, üzüm 4,7 kuruştan 3,0 kuruşa, zeytin 8,9 kuruştan 4,4 kuruşa ve tütün 62,3 kuruştan 33,1 kuruşa düşmüştür. İhraç ettiği ürünlerin %80'inden fazlası tarıma dayalı olan Türkiye Ekonomisi, fiyat düşüşlerinden en çok etkilenen ülkelerden biri olmuştur (Karayakalı, 2003, s. 61-65). Dünya Bunalımı'nın patlak vermesinden ve tarımsal malların fiyatlarının düşmesinden sonra, beklentiler kent ekonomisine yöneldi, sanayileşme iktisadi gelişme çabalarının merkezine yerleştirildi (Karaömerlioğlu, 2006, s. 26).

Cumhuriyet öncesi cılız bir sanayi yapısı olan ülkede, sermaye eksikliği ve eğitim eksikliği nedeni ile sanayi geri planda kalmıştı. Üstüne birde kapitülasyonlar ve imtiyazlarla yabancı malların pazarı haline gelen ülkede Cumhuriyetin ilanı ile birlikte milli sanayinin oluşması için önlemler alınmaya başlandı. Sanayinin gelişmesi için 1923-1930 döneminde Osmanlıdan kalan Teşvik-i Sanayi Kanunu Muvakkat' nı günün şartlarına uymadığı için değiştirilmesi gereği duyulmuştur. Bu gerekliliğin neticesinde 28 Mayıs 1927 tarihinde 1055 sayılı Sanayi Teşvik Kanunu çıkarılmıştır. Bu kanun 15 yıl süre ile yürürlükte kaldı. Kanundaki asıl amaç özel sermayeyi sanayileşme alanına çekebilmektir ve bu amaçla sanayi sektörü için özendirici tedbirler içermektedir. Yeni kurulan Cumhuriyette sanayinin bu kadar cılız olmasında 1. Dünya savaşının büyük etkisi vardır. Osmanlı döneminde sanayi ve ticaretle daha çok gayrimüslim kişiler uğraşıyordu, savaş yıllarında gayrimüslimler ülkeyi terk edince kötü olan sanayi daha da kötüleşti. Sanayi sektöründeki büyüme, diğer sektörlerin gerisinde kalmıştır.

Sanayi sektörünün gelişmesi için devlet, kalkınma hamlesini bizzat başlatmak gereğini duymuştur. Bu sebeplerden kaynaklanan devletçilik politikası, sanayileşmeyi hızlandırmak için bir seçenek olarak doğmuştur. Devlet öncülüğünde planlı sanayileşme hedeflenmiştir (Yazıcıoğlu, 2014, s. 180). Türkiye Cumhuriyetinde ticari hayatın başlaması için 26 Ağustos 1924 yılında İş Bankasını kuruldu. Ayrıca deniz ticaretinin geliştirilmesi için 19 Nisan 1926 tarihli Kabotaj Kanunu çıkarıldı. Türkiye'nin üretiminde büyük öneme sahip olan üç beyaz(şeker, un, pamuk) ve üç siyah(kömür, demir, akaryakıt) üretimine öncelik verildi. 1923 yılından sonra liberal politikalar benimseyen Türkiye'nin ülke imkânsızlıkları nedeniyle devletçi politikalar izlemek zorunda kalmıştır. Devletin ekonomiye doğrudan müdahaleleri sürekli olarak devam etmiştir. 1930 yılına kadar sanayileşme için düzenlemeler yapan devletin 1930 yılından sonra sanayileşme için doğrudan müdahalesini sanayinin gelişmesi için 1933 yılında Birinci Beş Yıllık Sanayi Planı(BBSP) ile görüyor. BBSP' nin temel amaçları;

- Türkiye içinde yetişen ürünlerle ilerleyen sanayi kollarını temel almak,
- Fabrikaların gereksinim ve tüketimle orantılı olması,
- Büyük firmaların kurulmasında devlet desteğine ihtiyaç duyulması halinde, devletin bu firmalara destek vermesidir.

1933 planı ile uygulamada sadece sanayi sektörüne 100 Milyon TL'lik yatırım yapılmış, elektrik üretimi, liman, demiryolu yapımı gibi altyapı hizmetleriyle birlikte 311 Milyon TL harcanmıştır. Yatırımların önemli bir kısmı Sümerbank, Etibank, Denizcilik Bankası, İller Bankası, Ziraat Bankası ve İş Bankası tarafından yürütülüyordu. Sümerbank, plana uygun olarak yeni fabrikalar açtı, özel sermayeli başka iş alanlarına girdi. Pamuklu ve yünlü kumaş, çimento, demir, sentetik alanlarındaki üretimi arttırdı. Satış mağazaları açarak özel teşebbüsle rekabete girdi. Etibank, maden, petrol arama, elektrik enerjisi, kömür madenciliği ve dağıtımıyla, bu ürünlerin yurtiçi ve dışı satımına yardımcı oldu (Akandere & Semiz, 2015, s. 222). 1936 yılında İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı(İBSP) hazırlanmıştır. Birinci plana göre daha geniş kapsamlı olan ve ülke içindeki kaynakları daha iyi değerlendirecek olan plan savaş nedeni ile uygulanamamıştır.

1932-1939 yılları arasında devletçilik uygulamaları çerçevesinde Kamu İktisadi Teşebbüs(KİT) sayısı 31'den 111'e çıkmıştır. Avrupa'da savaş başlayınca, Türkiye yaklaşık bir milyon çalışma yaşındaki insanı silâh altına aldı. Bir yandan üretim faaliyetleri için yetişmiş işgücü ve kaynak sıkıntısı artarken, diğer yandan ülkenin tüketim harcamaları hızla yükseldi. Toplam talep karşısında toplam arz yetersiz kalınca, enflasyon oranındaki artış hükümetin denetiminden çıktı. 1929 Büyük Bunalımı'nın tersine, bu kez tarım ürünleri fiyatı hızla yükselmeye başladı. Örneğin buğdayın fiyatı 13,5 kuruştan 100 kuruşa, zeytinyağı kilosu 85 kuruştan 350 kuruşa fırladı. Fiyatlar genel endeksi 1938-1943 arasında beş misli yükseldi. Savaş öncesinde 28 kuruş olan şekerin kilo fiyatı 1943 yılında 338 kuruşa yükselmiştir. İç fiyatlardaki bu artış, devletin her türlü tüketim malları piyasalarında büyük miktarlarda ve hacimde satın almalarda bulunmasının etkisiyle olmuştur. Üreticiler, toptancılar ve büyük tüccarlar stokçuluk, karaborsa gibi yollarla büyük kazanç sağladılar (Tokgöz, 2011, s. 117). Bu durum üreticinin yükselen fiyatlar nedeniyle ülke içi üretime yönelmelerine ve ihracatın ihmal edilmesine neden olmuştur.

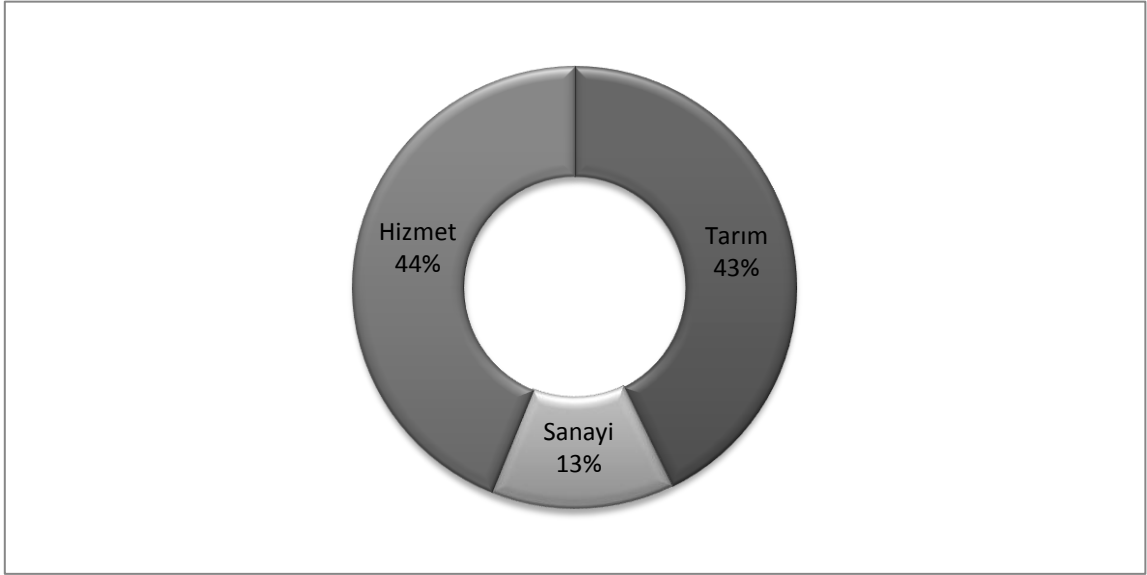
1940' lı yıllarda Türkiye' yi etkilemiş olan 1930 devletçi uygulamalar ve 1939 yılında yaşanan savaş nedeniyle içine daha da kapanmıştır. 1950 yılının sonuna kadar kendine yetmeye çalışmış ve durgun bir seyrirde ilerlemiştir. 1950 yılından sonra devletin ekonomideki yerine azaltıcı ve tarıma önem veren politikalara yönelmiştir. Tarıma yönelişinde Kore Savaşının etkisi büyüktür. Savaşın başlaması ile tarım ürünleri fiyatları yükselmiştir. Bu yükseliş hükümetin tarım üretimine ağırlık vermesine neden olmuştur. Cumhuriyetin kuruluş yıllarından itibaren hızlı sanayileşmeye ağırlık veren ve bu yönde politikalarla ilerlemeye çalışan Türkiye'nin tarıma ağırlık vermesi sanayileşmenin geri plana atılmasına neden olmuştur. Bu durum savaş nedeni ile artan fiyatlardan pay almak isteyen Türkiye'nin sanayileşme sürecinin yavaşlamasına neden olmuştur.

Türkiye’ de ilk sanayi sayımı 1927 yılında yapılmıştır. Sayım sonuçlarına göre, ülkede üretilen değerin %56’i tarım ve sanayi sektöründen gelmektedir. 1927 yılında üretilen sanayi üretiminin %44’ ü gıda, %29’u ise dokuma ve giyim sanayidir. Yapılan ithalatın %90’ı ise sanayi ürünleridir. Bu ithalatın %70’i tüketim, %30’u da ara ve yatırım maddeleridir. 1927 sanayi sayımı ile Türkiye’de 65.245 işyeri olduğu sonucuna varılmıştır. Bu iş yerlerinin ancak 155 tanesi, 100 kişiden fazla işçi çalıştırmaktadır. 10 kişiden fazla işçi çalıştıran işyerlerinin toplam içindeki oranı ise %3’dür. 65 civarındaki işyerinin %96’sında çevirici güç yani bir motor yoktur. İşler kol gücü ile yürütülüyordu. Sanayi işletmelerinin %44’ü tarımsal hammaddelerin basit işlemlerini yapmaktaydı. İşletmelerin %34’ü dokuma sanayinde, %23’ü ise maden, metal, toprak ve makine dallarında üretim yapıyordu (Yazıcıoğlu, 2014, s. 179). 1947 yılına kadar sanayileşme ve serbestleşme yönünde atılan adımlar 1947 yılında Vaner Planı olarak da adlandırılan Türkiye İktisadi Kalkınma Planı(TİKP) ile tersi uygulamalara dönmüştür. Özellikle tarımda geri kalmışlığı iyileştirmek ve tarım sektörünü sanayi için öncü sektör almıştı.

1954-1961 dönemi, liberal bir dış ticaret rejimi içinde dış dengenin sağlanamayacağıının anlaşıldığı, bu nedenle dış ticaret kontrollerine gidilen, ancak ticaret açıkları yine ortadan kalkmayan, hatta artık müzminleşen; öte yandan geniş kamu kesiminin özel sermaye biriktirmesiyle işlevsel bir bütünlük içinde eklemlendiği bir ekonomik yapının yerleştiği yıllardır (Boratav, 2003, s. 111). 1923-1959 yılları arasında dönem dönem liberal politikalar uygulanmaya çalışılsa da gerek iç gerekse dış etkilere dolaylı ithal ikameci ve devletçi politikaların uygulandığı yıllar olmuştur.

Bu dönemi kendi içerisinde sektörlerin ortalama fiyatlarıyla değerlendirmemiz gerekirse;

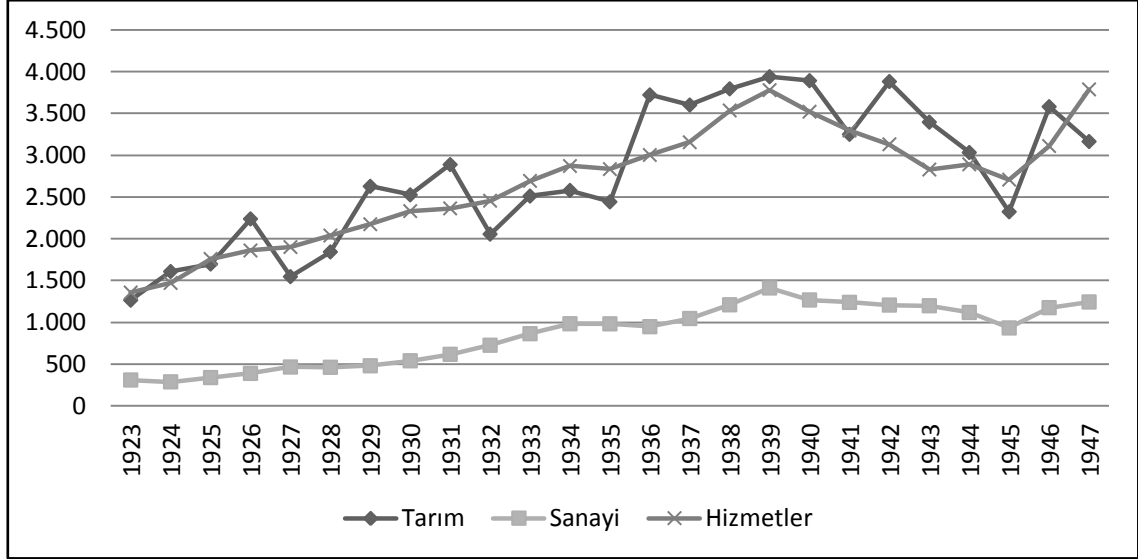
Tablo 1: 1923-1959 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar



Kaynak: TÜİK Verilerinden Yararlanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Tabloda Türkiye'nin tarım ülkesi olduğu açık şekilde görülmektedir. 1923-1959 yılları içerisinde GSYH' nin %44 'ünü hizmetler, %43'ünü tarım ve %13'ünü sanayi oluşturmaktadır. Yüzyıllar boyu savaş ve tarım ile uğraşmış olan bir mirası devralan ve tarımın ekonomi gelişiminde önemli bir sektör olduğunun farkında olan Türkiye'nin bu dönem içerisinde tarıma ağırlıklı politikalar izlemesi son derece doğru olmuştur. 1923-1959 yılları arasında tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin GSYİH' ya yaptıkları katkıları değerleri bakımından inceleyecek olursak, bu dönemi 1923-1947 ve 1948-1959 yılları arasında iki döneme ayırmamız gerekecektir. Çünkü 1923-1947 yılları hesaplamalarında 1948 yılı temel alınmış, 1948-1967 yıllarında ise 1968 yılı temel alınmıştır. Grafiklerin doğru yorumlanması için bu dönemi iki döneme ayırarak incelemek daha sağlıklı sonuçlar elde etmemizi sağlayacaktır.

**Grafik 5: 1923-1947 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri
(Bin TL)**



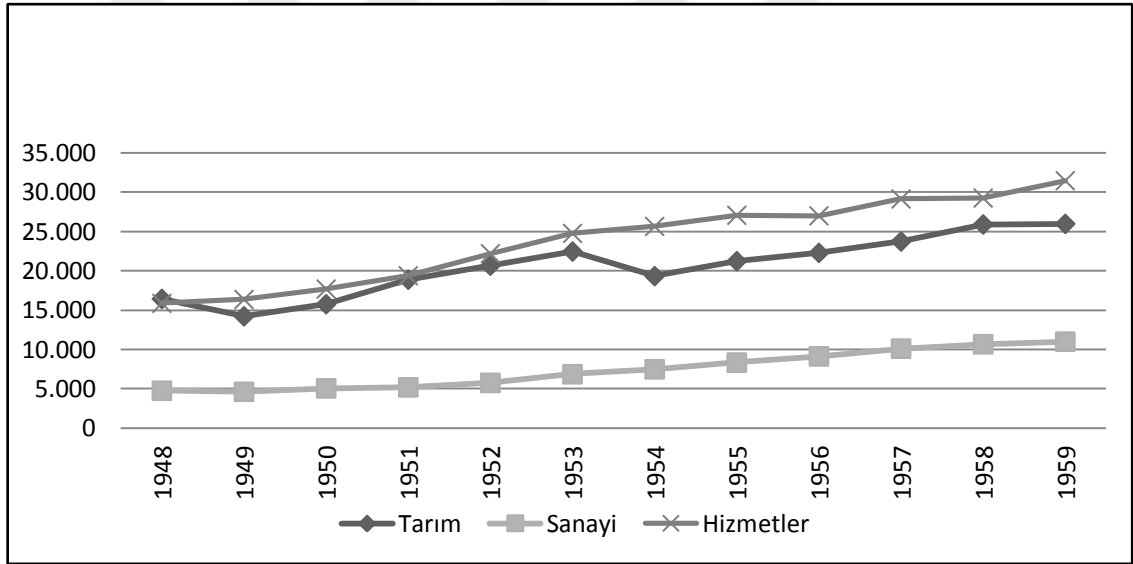
Kaynak: TÜİK Verilerinden Yararlanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Grafikte tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin GSYİH' dan aldıkları değerler gösterilmiştir. Cumhuriyetin kuruluş yılı olan 1923 yılında tarım sanayi ve hizmetler sektörlerinin katkıları sırasıyla 1.264, 309, 1.356 TL'dir. 1947 yılına gelindiğinde ise 3.163, 1.243, 3.787 bin TL'ye yükselmiştir. Tarım sektörü bu dönemde ülke ekonomisinin kalkınmasına öncelik etmekte ve sanayileşmenin sağlanabilmesi için tarım sektörünün gelişmesine önem verilmektedir. Bu dönemde tarımın en yüksek katkısı 1939 yılında 3.939 TL, en düşük katkısı 1923 yılında 1.264 TL'dir. Ortalama bu döneme katkısı ise 2.775 TL'dir. Bu dönemde tarım sektörünün en iyi büyüme hızı 1936 yılında 54,1 ile 3.721 TL, en kötü büyüme hızı 1927 yılında -30,9 ile 1.546 TL olarak gerçekleşmiştir.

1923-1947 yıllarında hizmetler sektörünün GSYİH' ya yaptığı katkı ise tarım sektörüne yakın değerlerdir. İhmal edilen hizmetler sektörü her şeye rağmen ekonomiye yüksek katkılar sağlamıştır. Hizmetler sektörünün bu dönemde en yüksek katkısı 1939 yılında 3.778 TL, en düşük katkısı 1929 yılında 1.356 TL ve hizmetler sektörünün bu döneme ortalama katkısı 2.673 TL'dir. Hizmetler sektörünün en iyi büyüme hızı 1947 yılında 21,8 ile 3.787 TL, en kötü büyüme hızı ise 1943 yılında -9,6 ile 2.828 TL olarak gerçekleşmiştir.

Sanayi sektörünün bu dönem içerisinde GSYİH' ya katkısı çok düşüktür. Bu dönemde sanayinin en yüksek katkısı 1939 yılında 1.411 TL, en düşük katkısı ise 1924 yılında 287 TL ve bu döneme ortalama katkısı ise 857 TL'dir. Sanayi sektörünün en iyi büyüme hızı 1946 yılında 26,1 ile 1.175 TL, en kötü büyüme hızı 1940 yılında -10,2 ile 1.267 TL olarak gerçekleşmiştir. Sanayi sektörünün diğer sektörlerin altında kalmıştır ancak yaşanan iç ve dış olumsuzluklara rağmen düzenli bir artış içinde olduğu görülmektedir. 1940 yılından savaş nedeniyle düşük bir düşme eğilimine girmiş olsa da tarım ve hizmetler sektörü kadar etkilenmemiştir. Grafikten de görüldüğü gibi bu dönemde sektörlerin ekonomiye katkıları sırası ile tarım, hizmetler ve sanayidir.

Grafik 6: 1948-1959 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri (Bin TL)



Kaynak: TÜİK Verilerinden Yararlanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

1948 yılından sonra dünya ekonomisinin toparlanmaya başlamasının etkisiyle Türkiye ekonomisinde de istikrarlı artışlar yaşanmıştır. Ekonomiye sektörlerin yaptığı katkıları incelediğimizde diğer dönemde tarım, hizmetler, sanayi şeklindeki sıralaması bu dönemde hizmetler, tarım, sanayi şekline dönüşmüştür. 1950 yılından sonra uygulanan devletin ekonomideki yerini azaltma politikası sanayinin daha fazla artmasına ve tarım sektörünün bu dönemde azalmasının nedenidir.

1948-1959 yıllarının başlangıç yılı olan 1948 yılında tarım, sanayi ve hizmetlerin GSYH' ya katkıları sırasıyla 16.437, 4.753, 15.875 TL iken 1959 yılına gelindiğinde ise 25.985, 11.000, 31.479 TL'ye yükselmiştir. Tarım sektörünün en yüksek katkısı 1959 yılında 25.985 TL, en düşük katkısı 1949 yılında 14.218 TL ve tarım sektörü ortalama olarak GSYH' ya 20.576 TL'dir. Tarım sektörünün bu dönemde en iyi büyüme hızı 1951 yılında 19,8 ile 18.876 TL, en kötü büyüme hızı 1954 yılında -13,9 ile 19.335 TL olarak gerçekleşmiştir. Hizmetler sektörünün GSYH' ya en yüksek katkısı 1958 yılında 29.264 TL, en düşük katkısı 1948 yılında 15.875 TL ve ortalama olarak bu döneme katkısı 23.827 TL' dir. Hizmetler sektörünün en iyi büyüme hızı 1951 yılında 14,5 ile 19.384 TL, en kötü büyüme hızı 1956 yılında -0,3 ile 27.004 TL olarak gerçekleşmiştir. Sanayi sektörünün GSYH' ya en yüksek katkısı 1959 yılında 11.000 TL, en düşük katkısı 1949 yılında 4.622 TL ve ortalama olarak bu döneme katkısı 7.413 TL'dir. Sanayi sektörünün bu dönemde en iyi büyüme hızı 1953 yılında 19,2 ile 6.857 TL, en kötü büyüme hızı 1949 yılında -2,7 ile 4.622 TL olarak gerçekleşmiştir.

1923-1959 yılları arasında uygulanan ekonomi politikalarının kısa vadede beklenen sonuçları vermesi zordu. Çünkü ekonomi zayıf ve bilgisizdi. Ekonominin ivme kazanabilmesi için sektörler güçlendirilmeliydi. Bu güçlendirmenin de ellerinde verimli ve uzun yıllardır uğraştıkları tarım sektöründen sağlanması gerekmekteydi. 1923-1959 yılları arasında tarım sektörü sanayileşme için temel sektör seçildi ve bu yönde adımlar atıldı. Sadece tarım sektörünün değil sanayi sektörünün de gelişimi için adımlar atan Türkiye'nin bazı dönemlerde sektörel önceliklerini değiştirmesi, ekonominin beklenildiği yönde gelişmemesine neden oldu. 1923 yılından 1959 yılına kadar geçen sürede sanayi sektörü istenildiği gibi gelişme sağlayamamış olsa da tarım ve hizmetler sektörlerinin ekonomi içerisinde, hizmetler sektörünün ekonomideki etkinliğinin artması ve sanayi de yaşanan düzenli artışlar bize ekonominin gidişatının dönemin kötü şartları düşünüldüğünde umut verici olmuştur.

3.1.2.1923-1959 Dönemi Dış Ticaret ve Teşvik Yapısı

Türkiye Cumhuriyetinin ilk yıllarında dış ticaret ihmal edilmiştir. Bunun üç önemli nedeni vardır. Birincisi devralınan kötü ekonomik şartları iyileştirmeye çalıştığı için öncelikle üretimin artması ve sektörlerin iyileşmesini sağlamıştır. Öncelikli hedefi ülke içerisindeki üretimi iyileştirmek olduğu için dış ticaret ihmal edilmiştir. İkincisi ise Osmanlı İmparatorluğu'nun 1916 yılında yürürlüğe koyduğu ağırlık esasına dayalı spesifik tarife başlangıçta %18'lik advalorem vergiye denk bir koruma sağlamıştı. Ancak fiyatların sürekli olarak artması, ağırlık üzerinden alınan bu verginin koruyucu niteliğini azaltmıştır. 1. Dünya Savaşı sonunda bu oran yaklaşık olarak %6'ya kadar düşmüştür (Töre, 1982, s. 50). Oluşan kayıpları ortadan kaldırmak için Osmanlı tarifelerdeki esasları %5 ve %12 gibi emsallerle çarparak %12-14'lük advaloreme denk düşen gelir artışı sağlayabildiler. Türkiye Cumhuriyeti bu tarifieden Lozan Anlaşması ile kurtuldu ve imzalanan ek ticaret anlaşması 24 Haziran 1928 tarihine kadar Britanya, Fransa, İtalya, Japonya, Yunanistan, Romanya ve Yugoslavya'ya 1916 tarihli spesifik Osmanlı tarifelerini kabul etti. 1929 yılına kadar gümrük vergilerini kontrol edememesi dış ticarete gerekli önemin verilmesini geciktirdi. Üçüncüsü ise altyapı ve ulaşımın dış ticarete destek verecek kadar iyi olmayışydı.

1929 yılından sonra hükümet Lozan'ın gümrüklerle ilgili maddesine göre dış ticarete müdahale etmeye başlaması, aynı yılın üçüncü çeyreğinde tüm dünyayı saran ekonomik depresyonun etkisiyle tüm dünyada benimsenen korumacılıkla örtüşmüştür. Bu dönemde Türkiye ikili anlaşmalara dayalı takas sistemini benimsedi ve ithalat kotalarını devreye soktu(kota sistemi 1937 yılında kaldırıldı). İlk kliring anlaşması 27 Haziran 1933' te Fransa'yla ve hemen ardından Almanya ile yapıldı. 1930'lu yıllarda Türkiye'nin dış ticaretini ortalama olarak %85'i ikili anlaşmalarla %15'i serbest olarak yapıldı. İkili anlaşmalar çerçevesinde yapılan ithalat karşılığında ihracat yapılmaktaydı. Kliring sisteminin doğal sonucu olarak ihracat dünya fiyatlarından sapma göstermiştir. Böylece yüksek maliyetli ve fiyatlı ürünler ihracat olanağı bulmuştur (Parasız, 1998, s. 44-45).

Bu anlaşmalar sonucunda dış ticarete çok büyük değişimler yaşanmadı. Bunun birinci nedeni üretimin yetersiz oluşundan kaynaklanmaktaydı. Yüksek maliyetli ve fiyatlı ürünler alıcı bulmuştu ama bu ürünlerin üretimi ülke içindeki ihtiyacı karşılayamıyorken ihracat yapılmaya çalışılması başarı getiremedi. İkinci nedeni ise, ürünlerin dış ülkelerdeki ürünlerle rekabet edebilecek kadar kaliteli olmayışındı. Kalite sorunu ilerleyen yıllarda Türkiye için dış ticarete önemli bir sorun haline gelecek ve bu sorun için önlemler alınması gerekecekti.

Ülke gelirinin arttırılmasının en sağlıklı yolu ihracattı ve bu kapsamda ihracatın teşvik edilmesine yönelik olarak Cumhuriyet döneminde ilk teşvik 21 Mayıs 1927 tarihinde uygulanan vergi istisnasıdır. Daha sonra 1930 yılında 1705 sayılı “Ticarette Tağışın Meni ve İhracatın Murakabe ve Korunması” isimli kanun yürürlüğe konulmuştur. 1936 yılında ihraç mallarında standardın sağlanması için bir standardizasyon müdürlüğü kurulmuştur. Daha sonraları, dış piyasadaki rakipler karşısında anlaşmış olarak çıkmak ve ihracatın daha geniş organizasyonunu sağlamak amacıyla ihracat birlikleri oluşturulmuştur. 1939-1945 yılları arasındaki savaş döneminde bazı malların ihracı izne bağlanmış, bazılarının ihracı ise tamamen yasaklanmıştır. Savaş yıllarında uygulanan kontrolcü ve koruyucu sistem 1946 yılından itibaren kaldırılmıştır (Karluk, 1981, s. 291).

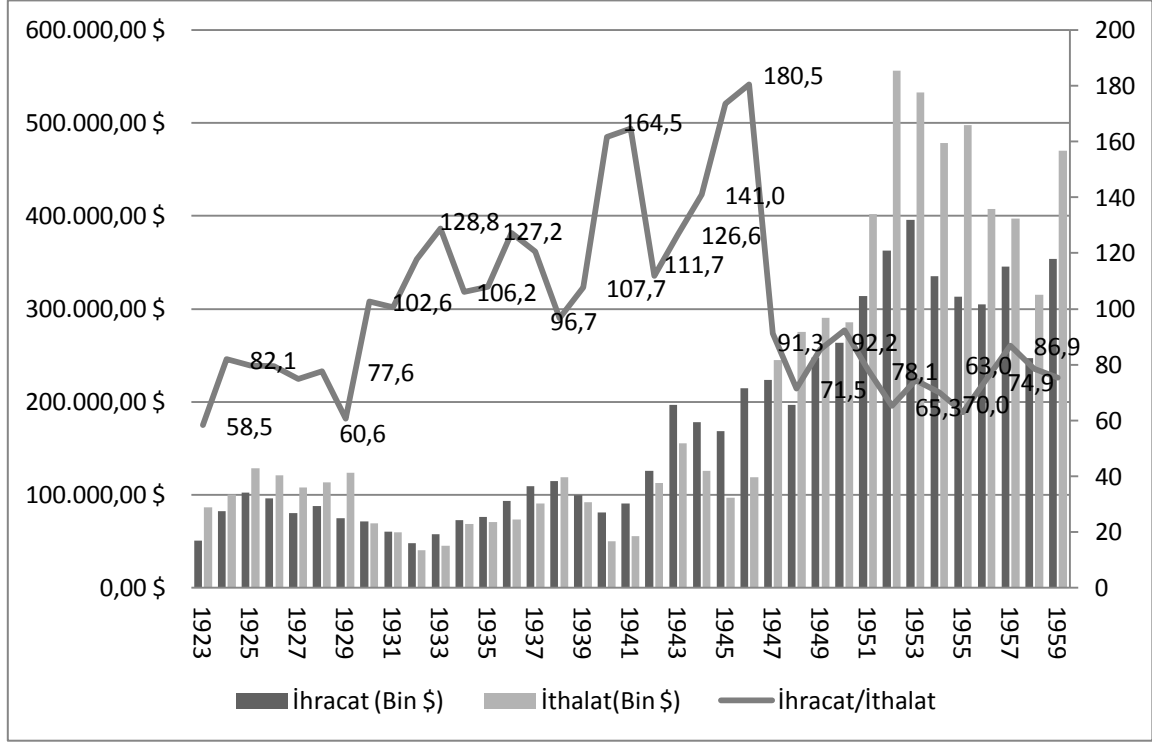
Türkiye’nin dış ticaret hacmi içinde ithalatın payı Cumhuriyet’in ilk yıllarında oldukça yüksek bir seviyededir. Cumhuriyet’in ilk yılı olan 1923’te dış ticaret hacmi içinde ithalatın payı %63.11 gibi oldukça yüksek bir orana ulaşmıştır. İthalatın dış ticaret hacmi içindeki bu yüksek payı 1929 dünya ekonomik krizine kadar devam etmiş ve kriz ile birlikte Türkiye ithalatındaki gerileme, dış ticaret hacmi içinde ithalat oranının düşmesine sebep olmuştur. İthalatın ihracata göre daha büyük bir paya sahip olması, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için kaçınılmaz sonuçtur. Çünkü gelişmekte olan ülkeler hızlı bir sanayileşme çabasına girdikleri zaman, kalkınmaları için gerekli olan yatırım malları(makine ve teçhizat) ile bazı hammadde ve yarı işlenmiş ürünlere olan ihtiyaçları hızla artmaktadır. Genellikle yatırım malları gelişmiş ülkelerde üretildiği için, kalkınma çabalarına bağlı olarak ülkelerin dış ticaret hacimlerindeki ithalat payları da süratle genişlemektedir.

1930 yılına kadar serbest dış ticaret politikaları benimseyen Türkiye, 1930 yılında yaşanan büyük bunalımın ve kambiyo kontrol rejimi ile dış ticaret politikalarında korumacı bir anlayışı benimsemiştir. 1929 yılından sonra Lozan Anlaşması hükümlerinde gümrük rejimlerini kendisi düzenlemeye başlayan ülkenin korumacı politikaları giderek ağırlaşmıştır. Korumacı politikalar sektörleri korumak yönünde değil vergileri arttırmak ve gelir yönünden kullanıldığı için üretimin dış ticarete yönlendirilmesine engel olmuştur.

Dış ticarete korumacılığın gevşetilme sürecini ilk adımı 1946 devalüasyonu ile birlikte, ithalat miktar kontrollerinin uygulamasını sınırlayan serbestleşme listelerinin sapmasıyla başlamıştır. Bu başlangıç 1950 Haziranında 1704 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla ilan edilen ithalat rejimiyle oldukça ileri bir aşamaya getirilmiş ve 3 yıl boyunca Türkiye, gümrük tarifeleri dışındaki koruma önlemlerinin büyük ölçüde kaldırıldığını bir dış ticaret politikası izlemiştir (Boratav, 2003, s. 102). 1950-1960 döneminde Türkiye' nin uyguladığı iki önemli iktisat politikası vardır. Birincisi, sanayileşmeyi özel kesim eliyle yürütmek, İkincisi ise dış ekonomik ilişkilerde devlet müdahalesini asgariye indiren yeni bir düzene geçmek. Böylece ortaya üç önemli iktisat politikası çıkmıştır. Tarım sektörüne öncelik vermek, sanayileşmeyi özel kesime bırakmak, dış ticarete liberalizasyonu sağlamak (Sezgin, 2009).

1923-1959 yılları arasında dış ticarete yaşanan gelişmeler aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Grafik 7: 1923-1959 Yılları Arasında Dış Ticaret(Bin \$)



Kaynak: Yazar Tarafından TÜİK Verileri Kullanılarak Hazırlanmıştır

1923-1959 yılları arasında ihracat ortalama 171 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında alınan kötü mirasın etkisi ile en düşük ihracat ilk yılda yaşanmıştır. 1923 yılında ihracat 50 bin dolardır. Sonraki yıllarda artış eğiliminde devam eden ihracat, Büyük Bunalımın etkisi ile düşme eğilimine girmiştir. 1959 yılından sonra planlı döneme geçilmesiyle birlikte ihracat tekrar hızlı bir yükselme sürecine girmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarından 1959 yılına kadar yaşanan iç ve dış gelişmeler ihracatın dalgalı bir seyir izlemesine neden olmuştur. 1923-1959 yılları arasında ihracatta en kötü büyüme -%28,4 oranıyla 1958 yılında 247 bin dolar, en iyi büyüme %62,3 oranıyla 1924 yılında 82 bin dolar olarak gerçekleşmiştir.

1923-1959 yılları arasında ithalat ortalama olarak 199 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Kötü şartlarda olan ekonominin düzeltilmesi ve ihtiyaçların karşılanması için yüksek bir ithalat miktarı olan Türkiye'nin, ithalatı dalgalı bir seyir izlese de, ithalatı sürekli olarak artış eğilimindedir. İki dönemde ithalatı düşme eğilimi göstermiştir. Bu dönemler, Büyük Bunalım ve 2. Dünya Savaşı dönemleridir ki bu dönemlerde Türkiye dış fazla vermiştir. Kalkınmaya çalışan Türkiye'nin yüksek miktarlarda ithalat yapmasından dolayı iki dönemde ithalatın kısılması dış fazla verilmesine neden olmuştur. 1929-1959 yılları arasında ithalatta en fazla azalma 1940 yılında -%45,9 oranıyla 50 bin dolar, en kötü büyüme 1947 yılında %105,8 oranıyla 244 bin dolar olarak gerçekleşmiştir.

Dış ticaret dengesi 1923-1959 yılları arasında kalkınmaya çalışan ve bunun içinde ithalata bağımlı olan Türkiye'nin dış ticaretinin, sürekli olarak dış açık verdiği görülmektedir. Ancak 1930-1937 ve 1940-1946 yılları arasında dış ticaretin fazla verdiği görülmektedir. 1930-1937 yılları arasında dış fazla verilmesinin iki önemli nedeni vardır. Birincisi 1929 Bunalımı sonucu ithalatın düşmesi, ikincisi Lozan Anlaşmasına göre 1929 yılından sonra Türkiye'nin gümrük vergilerini kontrol etmeye başlamasıdır. 1940-1946 yılları arasında yaşanan dış ticaret fazlasının nedeni 2. Dünya Savaşın Artan ihracatı ve düşen ithalattan kaynaklanmıştır. 1923-1959 döneminde en yüksek dış açık 1952 yılında 193 bin dolar, en düşük dış açık ise 1938 yılında 4 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde en fazla dış fazla 1946 yılında 96 bin dolar, en düşük dış fazla ise 1931 yılında 290 dolar olarak gerçekleşmiştir.

3.2.2.1960-1979 Dönemi

Türkiye Cumhuriyeti 1960 yılına kadar plansız bir şekilde kalkınmaya çalışmıştır. Bu döneme kadar yaşanan ekonomik ve siyasal sıkıntılar nedeniyle 1960 yılında Askeri Kuvvetlerin ülke yönetimine el koymasıyla yeni bir döneme geçmiştir. Bu dönemde sosyal ve ekonomik özgürlüklere büyük önem verilmiştir. 1961 yılında 91 sayılı yasa ile yatırım hesaplarının analizi ve kalkınma planlarının hazırlanması için, Türkiye’ de ilk olarak Devlet Planlama Teşkilatı(DPT) kurulmuştur. İlk kez 1963 yılında uygulanmaya başlanan beş yıllık kalkınma planları ile iç pazara yönelik endüstri faaliyetlerine ağırlık verilmiştir. İthal edilen endüstri ürünleri yerine yerli üretim uygun görülmüştür. 1960-1979 yılları arasında karma ekonomi koşulları uygulanmıştır (Çelebi E. , 2002, s. 36). Türkiye sanayileşme sürecine bu yıllarda da devam etmiştir. Sanayileşmek için ithalat yapması gerekiyordu ve bu ithalatın finansmanını geleneksel ihraç ürünlerinden sağlamaktaydı. Ancak geleneksel ihraç ürünlerinin değerleri düşük olduğu için gerekli finansman sağlanamıyordu. Yatırımların artması ve yeni sektörlerin yaratılması gerekiyordu.

Türkiye’ de yatırımları teşvik eden politikalar gerçek anlamda ilk kez planlı dönem de uygulanmaya başlanmıştır. Osmanlı’nın son dönemi ve Cumhuriyetin kuruluşundan sonra sanayinin desteklenmesi amacıyla uygulanan teşvik-i sanayi kanunu bir tarafa bırakılırsa, Türkiye’ de gerek yatırımların gerekse ihracatın devlet eliyle kapsamlı şekilde resmen teşvik edilmesi 1962 yılında DPT’ nin kurulmasıyla başlamıştır. 1961 anayasası ile getirilen planlı kalkınma ve buna bağlı olarak hazırlanan beş yıllık kalkınma planları özel sektör için yol gösterici, kamu sektörü içinse emredici nitelik taşımıştır. 1963 yılından itibaren her beş yılda bir hazırlanan bu kalkınma planlarında sanayi sektörü ekonominin lokomotif sektörü olarak kabul edilmiştir, yerli sanayinin gelişmesi ve özel sektörün kalkınmada etkin olabilmesi için özel sektöre çeşitli teşvikler verilerek sanayi yatırımlarının yönlendirilmesi temel hedef olmuştur (Yavan, 2010, s. 74-75). 1963 yılından sonra hazırlanan planların 1963 yılından önce hazırlanan planlarından çok farklıydı. 1963 yılından sonraki planlar ekonominin uzun dönemde bütününe ele alırken, 1963 yılından önceki planlar kısa dönemde kısmi olarak ele alınmıştır.

Türkiye’ de planlama fikri 1930’lu yıllarda hazırlanan sanayi planları ile başlamıştır ve DPT’ nin kurulmasıyla birlikte süreklilik kazanmıştır. Literatürde genel kabul gören görüşe göre; planlarda birinci dönem, temel ekonomik perspektifler açısından Büyük Bunalımla başlayıp, İkinci Dünya Savaşı sonlarına kadar uygulanan devletçi politikalardan sonra, 1946-1958 yılları arasında özel sektöre öncelik veren 1960 öncesi dönemdir. İkinci dönem, ithal ikameci politikalarla birlikte kalkınmanın planlarla gerçekleştiği düşünülen 1960-1980 dönem (Takım, 2011, s. 155), Üçüncü dönem ise 1980-1999 yılları ihracata dayalı büyümenin yaşandığı ve liberalleşmenin başladığı, sonrasında, 2000-2017 yıllarında ise güçlü bir ekonomik yapının oluşturulmaya başlandığı dönemdir. 1963 yılından günümüze kadar on kalkınma planı yürürlüğe girmiştir. Bunlar sırasıyla;

- 1963-1967 Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 1968-1972 İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 1973-1977 Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 1979-1983 Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 1985-1989 Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 1990-1994 Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 1996-2000 Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 2001-2005 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 2007-2013 Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi
- 2014-2018 Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi

Kalkınma planlarını tek tek incelemek çok sağlıklı sonuçlar vermeyecektir. Çünkü Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı dışında tüm planlar başarısız olmuştur. Birinci Kalkınma Planı’ da kısmen başarı sağlamıştır. Bu nedenle planları içerdiği dönemler itibari ile ortak amaçları ve etkileri olmak üzere üç dönem olarak kısaca değinmek planları anlamamızda bize yardımcı olacaktır.

3.2.2.1.1963-1983 Dönemi Kalkınma Planları (Gelişme Dönemi)

Bu dönem içerisinde 1963-1967, 1968-1972, 1973-1977, 1979-1983 dönemleri olmak üzere dört kalkınma planı uygulanmıştır. DPT, ülkenin potansiyeline uygun planlar hazırlayarak kalkınma sürecinin hızlanmasına çalışırken, ekonomi karma anlayışa dayanmıştır. 1960-1980 döneminde, ithal ikameci kalkınma politikaları, özellikle sanayi sektörüne önemli kaynak aktarımları sağlamışsa da, teşvik sistemi, sektör öncelikli bir şekilde uygulanamamıştır. Ekonomik gelişme süreci ithalata ve iç piyasaya aşırı bağımlı bir sanayi yapısının oluşmasına neden olmuştur; teknoloji geliştirmeye yönelmemiştir. Bu yapı Türkiye'nin rekabete açık, ihracata yönelik bir strateji uygulamasını geciktirmiştir (Bayraktutan & Bıdırdı, 2015, s. 39). Türkiye'nin ekonomik yapısı dikkate alındığında planların uzun vadede yapılması gerekmektedir. Kalkınma, Türkiye'nin kötü ekonomik yapısı düşünüldüğünde, beş yıllık planla biranda gerçekleştirilecek kadar kolay bir kavram değildi. Bu nedenle uzun vadeli olarak yirmi yıllık bir süreyi içeren ve dört kalkınma planı ile kalkınma için ilk adım atılmış oldu.

Türkiye' de 1963-1983 yılları arasında uygulanan kalkınma planları ile hedeflenen;

- Ekonomik büyümenin sağlanması,
- Bölgelerarası gelişmişlik farkının azaltılması,
- Sermaye birikiminin oluşması,
- Geri kalmışlığın ortadan kaldırılmasını,
- Sanayileşmenin gerçekleşmesi hedeflenmiştir.

Dört planla ulaşılacak istenen amaç sanayileşmeydi. Ancak sanayileşme için uygun sektörler seçilmemişti ve uzun vadede bir sanayileşme planı oluşturulmamıştı. Bu nedenle İhracat hedeflerinden yoksun içe dönük bir sanayi yapısı oluşmuş, sanayinin yüksek maliyet ve karlarla çalışmasına göz yumulmuştu. Kaynak kıtlığına her plan da değinilmesine rağmen kaynakların israf edilmesine de göz yumulmuştur.

Planlarda kalkınma esas alınmış, tasarruf ve yatırım teşvik edilerek sanayileşme düşünülmüştür. Buna karşın Türkiye’yi küresel piyasalarda etkili bir üretici konumuna taşıyacak, gelişmiş ülkelerle rekabet edecek güce getirebilecek seçici özendirme projeleri değil de onun yerine, her şeyin özendirildiği, ancak hiçbir sektör ve projenin özendirilmediği bir yol izlenmiştir. Yapılan bu hatalar planların hedeflenen rakamlarına ulaşılmamasına neden olmuştur (Özdemir, 2014, s. 19).

3.2.2.2.1985-2000 Dönemi Kalkınma Planları (Liberal Dönem)

1930 yılından itibaren Türkiye’de ithal ikameci politikalar uygulanmıştır. İthal ikameci politikaların amacı ülke içindeki talebin, ülke içindeki kaynaklarla karşılanarak döviz kısıtlamasına gidilmesi ve ülkenin döviz stokunun artması amaçlanmıştır. Ayrıca ülkedeki sanayilerin rekabet edebilecek aşamaya gelinceye kadar korunması amaçlanmıştır. Oysa Türkiye’de durum böyle olmamış aksine ülkenin kendi kendine yetebilme çabası başlamıştır. İthal ikameci politikaların planlanan hedeflere ulaşılmasında doğru adım olmadığına inanılması ve dış ticarete önem verilmesi gerekliliği ile bu dönemde liberal politikalar benimsenmiştir. Benimsenen politikalarla Türkiye’nin dışa açılma serüveni başlamıştır. Bu dönem içerisinde 1985-1989, 1990-1994- 1996-2000 dönemleri olmak üzere üç kalkınma planı uygulanmıştır.

1985-2000 yılları arasında uygulanan kalkınma planlarının hedefleri;

- Türkiye ekonomisinin dışa açılması ve ihracata önem verilmesi,
- Altyapı yatırımlarının artırılarak ticaretin geliştirilmesi,
- Özel sektör yatırımlarının artırılması,
- Sanayinin hızlandırılması,
- Türk ulusunun hayat seviyesinin yükseltilmesi,
- Gelir dağılımının iyileştirilmesi,
- Bölgesel farkların azaltılması en temel hedefleri olmuştur.

3.2.2.3.2001-2018 Dönemi Kalkınma Planları

Türkiye ekonomisinin dışa açılmasını sağlayan 1980 kararlarıyla birlikte ekonomi hızlı bir şekilde dış dünya'ya açılmıştır. Bu açılmayla birlikte ekonominin güçlenmesi ve dünya sıralamasında yüksek sıralarda yer alabilmesi için planlar uygulamaya koyulmaya başlanmıştır. 2001-2005, 2007-2011, 2014-2018 yılları arasında olmak üzere üç plan yürürlüğe konulmuştur. Bu üç planın ortak hedefleri;

- Dış pazarlarda rekabetin artırılması için teknolojik gelişmenin sağlanması,
- Küreselleşmenin yakalanabilmesi için teknoloji yoğun, nitelikli işgücü ve çevreye duyarlı çağdaş üretim yöntemleri ile nitelikli ürün üretimi hedeflenmiş,
- Nitelikli ürünler ile ihracatın arttırılması,
- İstihdamın artırılması ve gelir dağılımında adaletin sağlanması
- Bölgesel gelişmelerin desteklenmesi,
- Yüksek gelir gurubu ülkeleri içinde yer almak gibi hedefleri vardır.

Yürürlüğe konulan kalkınma planları istenilen sonuçlara tam anlamıyla hiçbir yıl ulaşamadı. Birinci planın büyüme hedeflerini çok yaklaşması dışında, diğer tüm planlar hedeflerin çok altında kalmıştır. İstenilen büyüme hızlarını yakalayamamaları da planların ekonominin gelişmesindeki etkileri yadsınamaz. Planlarda yer alan hedef ve gerçekleştirmeler sektörel olarak değerlendirilmesi aşağıdaki tabloda incelenmiştir.

Tablo2: Kalkınma Planları Hedeflenen Oranlar ve Gerçekleşen Oranlar

	GSMH		TARIM		SANAYİ		HİZMETLER	
	HEDEF	GERÇEKLEŞEN	HEDEF	GERÇEKLEŞEN	HEDEF	GERÇEKLEŞEN	HEDEF	GERÇEKLEŞEN
Birinci Plan(1963-1967)	7,0	6,7	4,2	3,2	12,3	9,7	6,8	6,0
İkinci Plan(1968-1972)	7,0	6,9	4,1	8,1	12,0	7,6	6,3	7,7
Üçüncü Plan(1973-1977)	7,6	3,2	3,7	2,2	11,4	6,8	6,8	4,4
Dördüncü Plan(1979-1983)	8,2	6,3	5,3	2,2	9,9	4,9	8,5	6,5
Beşinci Plan(1985-1989)	6,8	6,3	3,6	3,3	7,5	6,4	6,4	6,0
Altıncı Plan(1990-1994)	7,3	6,0	4,2	3,5	8,4	7,2	6,9	6,0
Yedinci Plan(1996-2000)	7,0	7,7	3,3	2,9	6,8	3,3	6,0	3,5
Sekizinci Plan(2001-2005)	6,5	4,4	2,1	1,1	7,0	5,1	7,5	4,3
Dokuzuncu Plan(2007-2013)	7,0	3,3	3,6	2,1	7,8	3,7	7,3	4,0
Onuncu Plan(2014-2018)	5,5	*	3,1	*	6,4	*	5,5	*

Kaynak: DPT Kalkınma Planları Verilerinden Yararlanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Hızla değişen dünya ekonomik koşullar karşısında Türkiye Kalkınma Planları çok çabuk eskimekte, değişime ayak uyduramamaktadır. Türkiye'nin, özellikle 1980 sonrasında dışa açık bir büyüme modeli benimsemesi, plan öngörülerinin de küresel olmasını gerektirmektedir. Genel olarak planların tutarlı, kararlı ve belirgin stratejilere sahip olamaması, belirlenen stratejilerden taviz verilmesi ve planlama sürecinde siyasal yargıların egemen olması planlamanın başarısını önemli ölçüde gölgelemektedir. Bunların yanında Türkiye'de planların başarısını engelleyen en önemli faktörlerden biri de, devletin hantal ve ağır işleyen bürokratik yapısıdır. Sağlam bir kaynak yapısı olmayan planların gerçekçi olmaları olanak dışıdır. Bütün bu nedenlerin üstünde, Türkiye'de planlamanın ve planların işlevselliğini engelleyen en önemli sorun planlama ve plan konusundaki önyargılardır (Özdemir, 2014, s. 22-24). Ancak kalkınma planları hedeflenen sayısal değerlere ulaşmamış olsa da Türkiye ekonomisine katkıları büyük olmuştur. Özellikle sanayileşme alanında etkileri yadsınamaz. Sanayileşme ülkenin ithalatını artırırken bir yandan da ihracatın artması için önlemler alınmaktaydı. Gelişmekte olan ülkenin ithalatı ihracatından daha fazla artıyordu. Bunun sonucunda da dış ticaret açığı meydana geliyordu.

Bu dönemde ülke içerisinde kalkınma planları yapılırken, dünya ekonomisinde önemli gelişmeler yaşandı. 2. Dünya savaşı sonrasında hızlı bir toparlanma ve büyüme yaşayan Avrupa ülkeleri 1960' lardan itibaren Türkiye' den işçi talep etmeye başladılar. Avrupa' ya giden işçi sayısı her geçen yıl arttı. İşçilerin ailelerine gönderdiği dövizler ödemeler dengesi açıklarının bir nebze olsa hafifletiyordu. 1973 yılında petrol krizinin yaşandığı sıralarda Türkiye' de döviz sıkıntısı yoktu. Ancak enflasyon nedeni ile gelen fiyat artışları ile birlikte iç fiyatları arttırmaya başlamasının ardından, enflasyon oranları %10' lardan %20' lere çıktı ve dış ödemeler dengesi bozuldu. Buna ek olarak,

- 1974 Kıbrıs Harekâtı ve ABD'nin silah ambargosu döviz harcamalarını arttırmış,
- 1973 Petrol fiyatlarının yükselmesi dünya ekonomisinin yavaşlamasına ve ihracat gelirlerinin olumsuz etkilenmesine,
- Ekonomik durgunluk Avrupa'daki işçilerin çıkarılmasına ve işçi dövizlerini gerilemesine neden olmuştur.

Türkiye gerek iç gerekse dış sebeplerden dolayı ekonomik sorunlara uzun vade de çözümler üretemiyordu. Bu sebepten öncelikli hedefi sanayileşme ve ardından üretimin ihracata yönlendirmesi gerekiyordu. Sanayileşmenin ihracatla desteklenmesi döviz getirisinin yanı sıra yeni pazarlarla birlikte dış ilişkilerinde kuvvetlenmesini beraberinde getirecekti. Dünya ekonomilerinde çok hızlı başlayan sanayileşme ve ardından dışa açılma süreçleri 1970’li yıllardan sonra sadece ekonomik alanda değil sosyal ve kültürel alanlarda yeni bir ekonomik yapı olan küreselleşme olgusunun ortaya çıkmasına sebep oldu. Küreselleşme olgusu ticari ve finansal alanlarda olmak üzere iki alanda ortaya çıktı. Ticari küreselleşme, devletin ekonomide yerinin azalması, devlet müdahalesinin azalması, özelleştirmenin artması, ticari engellerin ortadan kalkması, kotaların ortadan kalkması, ihracata dayalı bir büyümeyi ortaya çıkarmıştır. Finansal serbestleşme, sermaye ve para piyasalarında liberal politikalar uygulanmasını kapsamaktadır. 1970’li yıllarda başlayan küreselleşme olgusu Türkiye’de 1980 yılında alınan kararlar ile tanınmaya başlandı.

3.2.2.4.1960-1979 Dönemi Ekonomi

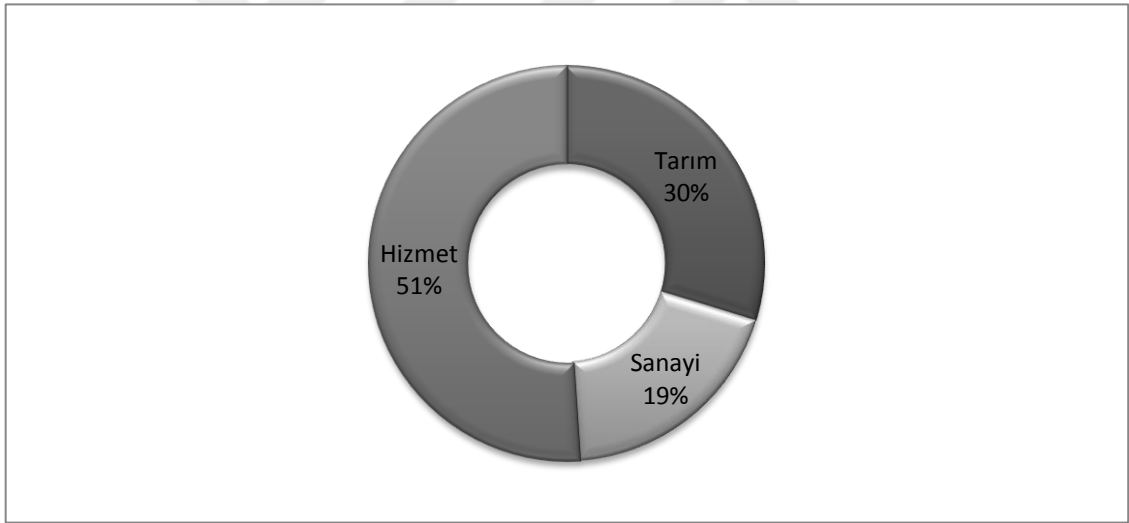
1960 ve 1970’li yıllarda tarım toplumu imajından kurtulamayan Türkiye için, tarım ülke ekonomisi için büyük önem arz ediyordu. Bu durum tarım kesimi üzerine daha çok yatırım yapması gerektiğini gösteriyordu. İlk defa 1945 yılında çıkarılan çiftiyi topraklandırma yasası, 1967’de tekrar yürürlüğe girmiştir. 1973 yılında toprak ve tarım reformu yasası çıkarıldı. Bu yasa ile toprakta mülkiyet dağılımının, tasarrufun ve işletmenin adil dağılımı sağlandı. Hükümet, kırsal alana yönelik kalkınma planlarını geliştirmeye başlamış, 1967 yılında toplum kalkınması modelini benimsemiştir. Bu model, ekonomik, sosyal ve kültürel koşullarını geliştirmek, toplulukları ulusun bütününde kaynaştırmak ve milli kalkınmaya tam olarak katılmalarını sağlamak için devletin çabaları ile bütünleştirme sürecidir (Demirtürk, 2015, s. 158-159). Tarım bu yıllar içinde de Türkiye ekonomisi için kurtarıcı sektör olarak görülmüştür. Bunun için 1960 yılından sonra tarımda modern girdiler ve teknolojik araçlar ile verimlilik artışı sağlanılmaya çalışılmıştır. Alt yapının iyileştirilmesi ve beşeri sermayenin geliştirilmesi projeleri desteklenmiştir.

1963 yılından itibaren planlı ekonomik kalkınma modeline geçişle birlikte, tarımda devletin yön verdiği yoğun üretim süreci başlamış, köylülük popülist politikalarla desteklenmiştir. Devletin uyguladığı fiyat sübvansiyonuna dayalı uygulamalar sonucunda kimyasal gübre, tarımsal ilaç, tohumluk gibi verimlilik üzerinde doğrudan etkide bulunan araçların kullanımında önemli artışlar gerçekleşmiştir. Bu dönemde tarımdaki küçük ölçekli işletmelerin varlığını sürdürülmesini sağlayan, diğer bir uygulama da devletin tarım sektörüne verdiği desteğin bir boyutu da tarımsal destekleme kapsamına alınan ürünler ve tarımsal birlikler başta olmak üzere alıcı kuruluşların ürün alımlarındaki fiyat ayarlamaları ile ilgili olmuştur (Eşiyok, 2004, s. 12-13). Tarımsal destek politikaları ve yüksek taban fiyatı uygulamaları ülke içerisinde üreticilerin üretim yapmaları teşvik edilmiştir.

1960'lı yıllarda sanayileşmenin finansmanı için gerekli yatırımlar iç tasarruflar, işçi dövizleri ve tarımsal gelirlerle sağlandı. Büyük yatırımlar gerektiren demir-çelik, petrol-kimya ve diğer ara mallarında ağırlıklı KİT'lerdeydi. Nitekim Ereğli Demir-Çelik ve PETKİM gibi kamu kuruluşları 1960'larda devreye girdi. Buna karşılık, tekstil ve gıda sanayinin yanı sıra, radyo, buzdolabı, çamaşır makinesi ve otomotiv gibi dayanıklı tüketim mallarında nihai üretim özel sektör tarafından yapılmaya başlandı. Önceleri montaj sanayi olarak küçümsenen bu tesislerde büyük ölçüde ithal edilen parçalar bir araya getiriliyor ve yerli sanayi artıyordu (Pamuk, 2014, s. 237).

1960-1979 yılları arasından tarım, hizmetler ve sanayi sektörlerinin ortalama olarak GSYİH' dan aldıkları paylar aşağıda tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3: 1960-1979 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar

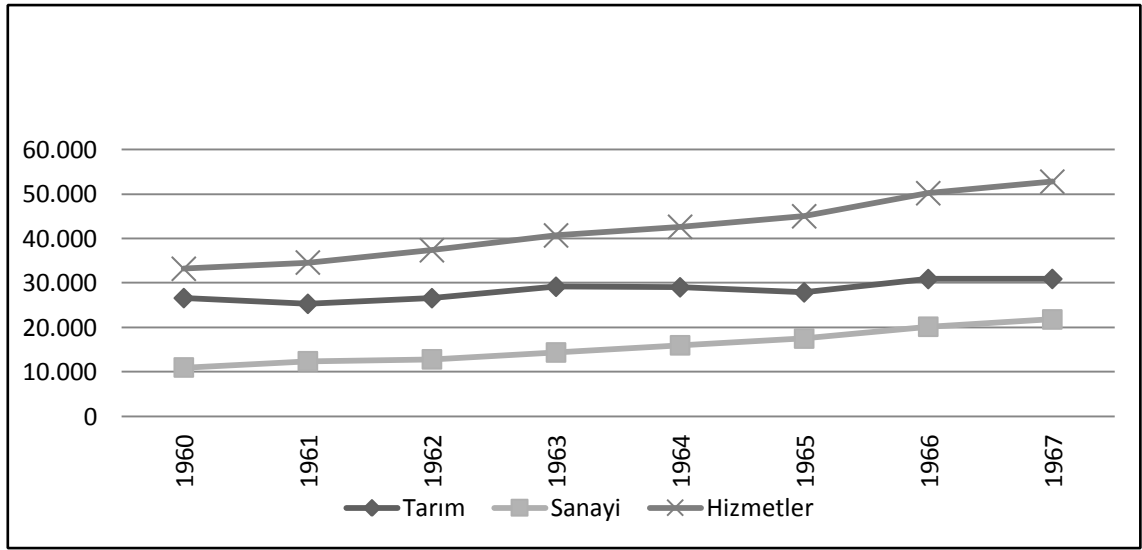


Kaynak: TÜİK Verilerden Yararlanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

1960-1979 yılları arasında tarım sektörünün GSYİH içindeki payı ortalama olarak bir önceki dönemde %43 iken bu dönemde %30' a gerilemiştir. Sanayi sektörü bir önceki dönemde ortalama %13 iken bu dönemde ortalama olarak %19' a yükselmiştir. Hizmetler sektörü bir önceki dönemde %44 iken bu dönemde % 51' e yükselmiştir. Ekonomi bir önceki dönemle karşılaştırıldığında tarım sektöründe gerileme olurken sanayi ve hizmetler sektörlerinde ilerleme yaşanmaktadır. Şüphesiz sanayileşme politikalarının bu ilerlemede katkısı büyüktür.

1960-1979 yılları arasında tarım, hizmetler ve sanayi sektörlerinin GSYİH' ya katkılarını yıllar itibari ile baktığımızda ise 1960-1967 ve 1968-1979 dönemi olarak iki dönemde incelememiz gerekmektedir. 1948-1967 yılları 1968 fiyatlarıyla ve 1968-2006 yılları 1987 fiyatlarıyla hesaplandığı için bu dönemi iki dönemde incelemek daha sağlıklı sonuçlar verecektir.

Grafik 8: 1960-1967 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri (Bin TL)



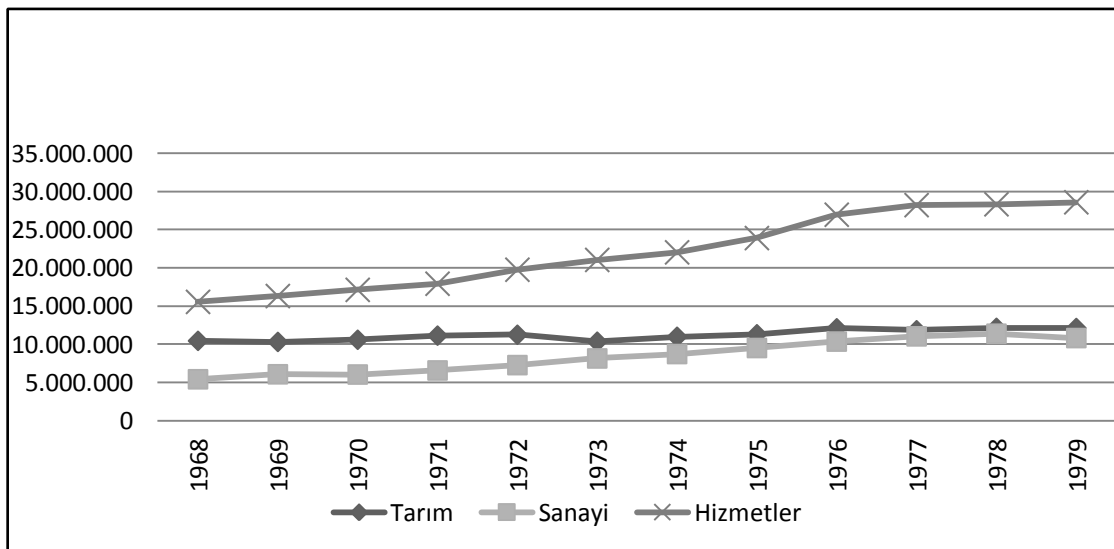
Kaynak: TÜİK verilerinden yararlanarak yazar tarafından oluşturulmuştur

1960-1967 yılları arasında planlı dönemin etkisiyle sektör değerlerinin artış eğiliminde olduğu görülmektedir. 1923-1959 döneminde tarım ve hizmetler sektörünün birbirlerine çok yakın değerlerde seyir etmelerine karşılık bu dönemde tarım ve hizmet sektörlerinin değerleri arasında fark açılmakta sanayi sektörünün değerleri ise yukarı yönde hareket etmektedir. Planlar hedeflerine ulaşmamış olsa da ekonomiye istikrar getirdiği kesindir. Bu dönemden önce istikrarsız şekilde hareket eden sektörler bu dönemde yukarı yönlü bir seyir izlemişlerdir. Bu seyrinde en dikkat çeken ve en umut verici olay tarım sektörünün ekonomi içerisindeki ağırlığı düşerken sanayi sektörünün ağırlığının artması olmuştur.

1960 yılında tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin değerleri sırasıyla 26.591, 11.000 ve 33.178 TL'dir. 1967 yılına gelindiğinde ise yine sırasıyla 30.901, 21.797, 52.763 TL'ye yükselmiştir. Tarım sektörünün bu dönemde GSYH'ya en yüksek katkısı 1967 yılında 30.901 TL, en düşük katkısı 1961 yılında 25.301 TL ve bu döneme ortalama katkısı 28.286 TL'dir. Tarım sektöründe en iyi büyüme hızı 1966 yılında 10,7 ile 30,8 milyar TL, en kötü büyüme hızı 1961 yılında -4,9 ile 25,1 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Hizmetler sektörünün bu dönemde GSYH'ya en yüksek katkısı 1967 yılında 52.763 TL, en düşük katkısı 1960 yılında 33.178 TL ve bu döneme ortalama katkısı 42.041 TL'dir. Hizmetler sektörünün en iyi büyüme hızı 1966 yılında 11,5 ile 50,1 milyar TL, en kötü büyüme hızı ise 1961 yılında 4,2 ile 34,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Sanayi sektörünün bu dönemde GSYH'ya en yüksek katkısı 1967 yılın 21.797 TL, en düşük katkısı 1960 yılında 11.000 TL ve bu döneme ortalama katkısı 15.755 TL'dir. Sanayi sektörünün en iyi büyüme hızı 1961 yılında 11,7 ile 12,3 milyar TL, en kötü büyüme hızı 1960 yılında 0,4 ile 11 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

Planlamanın ve Dünya ekonomisindeki sakin havanın etkisiyle üç sektörde de olumlu bir artış görülmektedir. Sektörel gelişmelerin yanı sıra sektörel önceliklerinde değiştiği grafikte net bir şekil görülmektedir.

Grafik9: 1968-1979 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: TÜİK Verilerinden Yaralanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

1968-1979 yıllarına gelindiğinde ise sektörler daha umut verici bir hal almıştır. Tarım sektörünün ekonomideki ağırlığı sanayi sektörüne eş değerler alırken sanayi sektörü yavaş ve istikrarlı artışını sürdürmüştür. Dönem sonuna gelindiğinde ise tarım ve sanayi sektörleri arasındaki fark gittikçe kapanmıştı. Hizmetler sektörü tarım ve sanayi sektöründen bağımsız şekilde üst sınırlarda da yer almaya devam etmiştir.

1968-1979 yıllarının başlangıç yılı olan 1968 yılında tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin GSYH' dan aldıkları paylar sırasıyla 10 milyar, 5 milyar, 15 milyar TL iken 1979 yılına gelindiğinde ise yine sırasıyla 12 milyar, 11 milyar, 29 milyar TL' ye yükselmiştir. Tarım sektörünün bu dönemde GSYH' ya en yüksek katkısı 1978 yılında 12,1 milyar TL, en düşük katkısı 1969 yılında 10,3 milyar TL ve bu döneme ortalama katkısı 11,2 milyar TL'dir. Tarım sektöründe en iyi büyüme hızı 1976 yılında 6,9 ile 12 milyar TL, en kötü büyüme ise 1973 yılında -8,1 büyüme ile 10 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Hizmetler sektörünün bu dönemde GSYH' ya en yüksek katkısı 1979 yılında 28,6 milyar TL, en düşük katkısı 1968 yılında 15,5 milyar TL ve ortalama bu döneme katkısı 22,1 milyar TL'dir. Hizmetler sektörünün en iyi büyüme hızı 1976 yılında 2,8 ile 30 milyar TL, en kötü büyüme hızı 1978 yılında 0,4 ile 28 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Sanayi sektörünün bu dönemde GSYH' ya en yüksek katkısı 1978 yılında 11,3 milyar TL, en düşük katkısı 1968 yılında 5,4 milyar TL ve ortalama bu döneme katkısı 8,4 milyar TL'dir. Sanayi sektörünün en iyi büyüme hızı 1973 yılında 12,0 ile 8 milyar TL, en kötü büyüme hızı 1979 yılında -5,0 ile 10,8 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

1960-1979 yılları arasında hizmetler ve sanayi sektöründe istikrarlı artışların olduğu ve sektörel sıralamaların değişmeye başladığı dönemdir. Tarım sektöründe ise gelir olarak sürekli artışın yanı sıra sektörden aldığı payın her geçen yıl daraldığı ve GSYH' ya daha az katkı yaptığı görülmektedir.

3.2.5.1960-1979 Dönemi Dış Ticaret ve Teşvik Uygulamaları

1946 yılından beri kronikleşen dış ticaret açıkları ve ithal bağımlılık 1960-1979 döneminin de temel sorunu olmuştur. Dönem boyunca dış ticaret açıkları giderek büyümüş ve ihracatın ithalatı karşılama oranı sürekli düşmüştür. Dış ticaretin bu kadar kötü duruma gelmesinde sabit kur politikasının etkisi çok büyüktür. Sabit kur ithalatı daha da özendiriyorken ihracatı ise caydırıyordu.

1963-1983 dönemini kapsayan birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü beş yıllık kalkınma planları dönemi ihracat politikalarında kronik hale gelen dış ticaret açıklarını kapatmak için, ithal ikameci ve ihracata yönelik sanayi politikalarıyla birlikte uygulamaya konulmuştur. Türkiye’ de hızlı nüfus artışına bağlı olarak ihracat sınırlı kalmıştır. İç talepteki artış ve ihracat mallarının talep esnekliğinin düşük olması ihracatın Türkiye ekonomisi içerisinde payının giderek düşmesine neden olmuştur. Türkiye’ de iç pazara yönelik bir sanayileşme yaşanmaktaydı ve ihracatı geleneksel tarım ürünleriyle sürdürmeye çalışan Türkiye’nin dış ticaretten istediği sonuçları alamamasına neden oluyordu. Ekonomide yaşanan gelişmelerin üretime dayanması ve bu üretiminde ihracata dönüşmesi gerekiyordu. Dört plan boyunca ihracatın gelişmemesinin sanayileşme yetersizliği, üretilen ürünlerin uluslararası rekabet edebilecek nitelikte olmaması ve kötü ekonomik yapı dış ticaretin olumlu sonuçlar vermesini engelliyordu. Bu yapının değişmesi için sanayi sektörünün kuvvetlendirilmesi ve ürünlerin uluslararası piyasalarda rekabet edebilir hale gelmesi gerekiyordu.

Üretimi arttırıp, üretilen ürünlerin uluslararası piyasalarda rekabet edebilir hale gelmesini sağlayacak önlemler almak yerine, üretim arttırılmadan üretimin dışa açılması yönünde önlemler alınıyordu. Bu önlemler şunlardır; ihracatta vergi iadesinden yararlanan malların listesi genişletilmiş, listeye sanayi ürünleri yanında bazı tarımsal ürünlerde eklenmiştir. Ayrıca ihracatçılara %9 faizle kredi sağlanmıştır, bankaların bu tür kredileri arttırmaları uyarılmış, Merkez Bankası'nın ihracatla ilgili senetleri daha düşük faiz oranıyla iskontoya tabi tutulması sağlanmıştır (Karayakalı, 2003, s. 445).

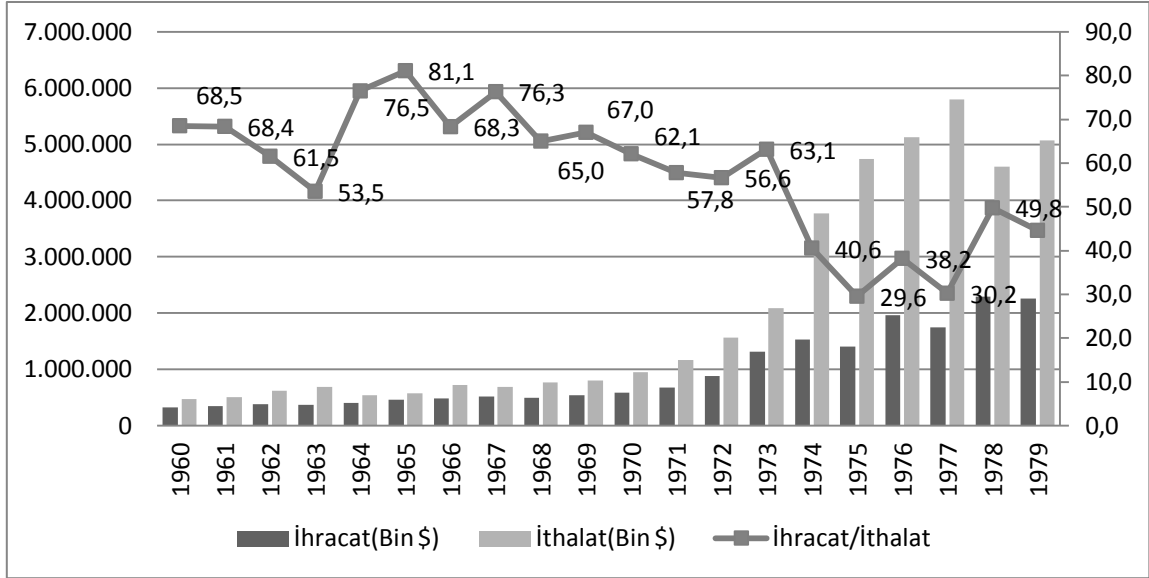
İhracatı özendirici önlemler alınırken ithalatı ise kısıtlayıcı önlemler alınıyordu. İthalatı azaltmak için ithalat kotaları getirilmiştir. İthalat kotaları ile nelerin ithal edileceği listelerle belirlenmiştir. İthalata konu olabilecek mallar üç listede yer almıştır;

- Kota Listesi; İthalatın miktar kısıtlamalara tabi olan malların listesi,
- 1 Numaralı Liberalizasyon Listesi; İthalatın kısıtlamaya tabi olan malların listesi,
- 2 Numaralı Liberalizasyon Listesi; İthalatı için izin alınması gereken malların listesidir.

Her üç listede de bulunmayan malların ithalatına izin verilmemiştir. Diğer yandan ithalatın yapılması için Merkez Bankası ithalatın bedelinin belirli bir yüzde kadar teminat yatırılması zorunlu tutulmuştur(sanayi girdileri için %20, tüketim malları için %40). Ayrıca ithalatta alınan vergiler sadece gümrük vergisi olarak kalmamış, diğer vergi resim ve harçlar da ithalat maliyetlerini arttırmıştır (Argın & Bakkalcı, Eylül 2011, s. 410).

İthalatı azaltacak önlemler alınmasına rağmen dış ticaret açıkları sürekli olarak artıyordu. Hızlı sanayileşmenin yarattığı döviz ihtiyaçlarını ihracat yoluyla değil, önce işçi dövizleri, daha sonrada kısa vadeli borçlanma ile çözmeye çalışıldı. Dünya ekonomisinin konjonktürü ve artan petrol fiyatları da ödemeler dengesinde ortaya çıkan dengesizlikleri ağırlaştırdı (Pamuk, 2014, s. 244-245). Bu dönemim dış ticaret verileri aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Grafik 10: 196-1979 Yılları Arasında Dış Ticaret



Kaynak: TÜİK Verilerinden Yararlanılarak Yazar Tarafından Hazırlanmıştır

1960-1979 yılları arasında sektörel olarak yaşanan gelişmeler ne yazık ki dış ticaret için olumlu etkiler yaratmamıştır. Sanayi sektöründe yaşanan gelişmeler ülke nüfusunun artarak ülke içi tüketimin artması, üretilen ürünlerin uluslararası piyasalarda rekabet gücü olmaması ve uygulanan sabit kur politikası nedeniyle ihracatın giderek azalmasına ve ithalatın ise yüksek miktarlarda artmasına neden olmuştur. Bu dönemde ihracat ortalama olarak 957 bin dolardır. İhracatın en yüksek 1978 yılında 2.28 milyar dolar, en düşük 1960 yılında 320 bin dolardır. En yüksek ihracat büyümesi 1973 yılında %48,8 oranında 1,3 milyar dolar, en düşük ihracat küçülmesi ise 1977 yılında -%10,6 oranında 1,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Planlı dönemin etkisiyle ihracattaki artışlar dikkat çekmektedir.

İthalat ise ortalama olarak 2 milyar dolardır. En yüksek ithalat 1977 yılında 5,7 milyar dolar, en düşük ithalat ise 1960 yılında 468 bin dolardır. En yüksek ithalat büyümesi 1974 yılında %81,1 oranında 3,7 milyar dolar, en düşük ithalat küçülmesi 1964 yılında -%21,9 oranında 537 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat sürekli olarak artmaktadır. Özellikle 1970 yılından sonra yaşanan petrol krizleri ve artan petrol fiyatlarından dolayı ithalatın diğer yıllara göre daha fazla arttığı görülmektedir.

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren var olan dış açıklar bu dönem itibari ile de devam etmiştir. Diğer dönemlerde belli aralıklarla dış fazla verilmişken bu dönemde hiç dış fazla verilmemiştir. İthalata bağlı olan Türkiye ekonomisinin 1970 yılında yaşanmış petrol krizleri ile petrol fiyatlarının artması dış ticaret açığını daha da derinleştirmiştir. 1960-1979 yıllarında dış ticaret ortalama olarak 1,1 milyar dolar açık vermiştir. En yüksek açık 1975 yılında 3,3 milyar dolar, en düşük dış açıksa 1965 yılında 108 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. 1973-1979 dönemi ekonominin darboğazlar, üretim azlığı, enflasyon, büyümenin durması gibi ekonomik yönden çok zor günlerin yaşandığı bir dönemdir. Bu yıllarda görülen enerji ve döviz sıkıntısı ekonomi üzerindeki olumsuz etkileri ithal ikamesine ağırlık veren sanayileşme politikasının yetersizliği ve 1979 ekonomik bunalımı 24 Ocak 1980 kararlarının alınmasının da en etkili sebepler olmuştur. 1980 yılına kadar sanayileşme çabaları içinde sanayileşemeyen ve dış ticareti ihmal etmiş Türkiye, bu tarihten sonra dış ticaretin önemini daha iyi anlayacaktır.

3.2.3.1980-1999 Dönemi

Türkiye ekonomisinin 1954-1980 döneminde karşılaştığı en önemli sorun döviz ihtiyacının sağlanmasında ortaya çıkan güçlükler olmuştur. Kalkınma Planları'nın öngördüğü yatırımların yapılabilmesi, büyük ölçüde bu döviz sorunun çözümüne bağlı kalmıştır. Uygulanan ithal ikamesine dayalı sanayileşme politikası uzun dönemde Türkiye ekonomisinin kendisine daha yeterli kılmayı ve daha az ithalata ihtiyaç duyacak bir yapıya kavuşturmayı amaçlıyordu. Ancak, sermaye malları ve ara malları ihtiyaçları yönünden Türkiye ekonomisinin döviz ihtiyacı azalma yerine artmış durumdaydı (Parasız, 1998, s. 237-238). 1970'li yıllarda baş gösteren petrol şokları, ihracatın yetersiz olması ve ithalatın artan bir ivme ile dış ticaret açığını arttırması, hızlanan enflasyon %100'lerin üzerine çıkması ve bütün bunlara ek olarak ülke içi siyasi gerginliğin tırmanması ve halk olaylarının şiddetlenmesi kısa ve uzun vadeli köklü değişikliklerin alınmasını kaçınılmaz kılmıştır (Karaçor & Alptekin, 2014, s. 308).

Bu değişikliğin temelleri 24 Ocak Kararları ile atılmıştır. Bu karar ile Türkiye' de ihracata yönelik bir serbestleşme yaşandı. 24 Ocak kararlarıyla birlikte ödemeler dengesinde iyileşme, enflasyonu düşürerek istikrar sağlamak, üretimi arttırarak üretimi ihracata yönlendirmek en temel amaçlarıydı. 1923'den bu yana uygulanan içe dönük büyüme modeli terk edilerek dışarıya dönük bir büyüme modeline geçişle birlikte piyasa ekonomisine önem verilmeye başlandı. Bu kararlar birlikte ekonomide bazı önlemler alındı. Bu önlemler ödemeler dengesi sorunlarına karşı, büyük bir devalüasyonla TL'nin dolar karşısında değeri 47 liradan 70 liraya düşürüldü, ihracat teşvik amacıyla çeşitli kur, vergi ve diğer destekler sağlandı, ticaret ve rejimler serbestleştirildi, iç piyasalarda ise fiyat kontrolleri kaldırıldı, kamu finansmanında iyileşme sağlamak için KİT ürünlerinin fiyatları arttırıldı ve yabancı sermayeyi özendirmek için ek önlemler alındı. 24 Ocak Kararlarıyla kısa vadeli politikaların ötesinde orta ve uzun vadeli değişimler hedeflendi. Türkiye'nin dünya ekonomisiyle bütünleşmesini hedefleyen, uluslararası piyasalarda rekabeti ön plana çıkartan ve ihracata dayalı bir büyümeyi temel alan köklü değişiklikler de bu dönemin en temel hedefleridir.

3.2.3.1.1980-1999 Dönemi Ekonomi

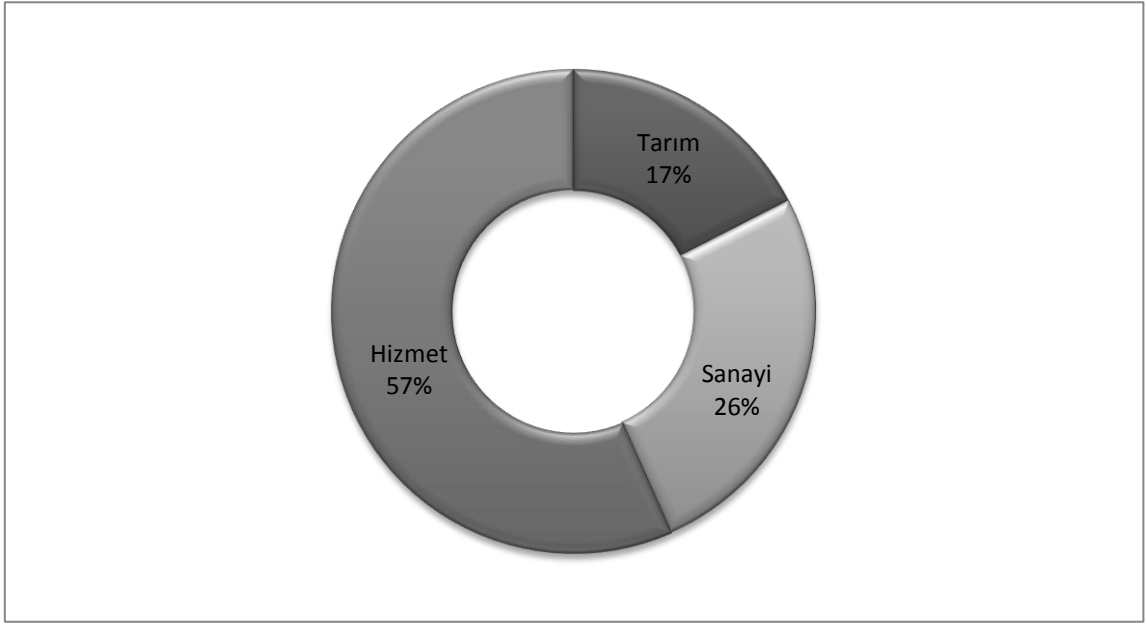
1980 yılına kadar ithal ikameci politikalarla ekonomiye yön veren Türkiye’ de, dışa kapalı ve rekabetçi olmayan bir yapı oluşmuştur. Türkiye ekonomisinde öncelikle iç talebi karşılayacak üretim ve ithal ettiği malları üretme politikası ile çok uzun süreler gümrük vergileri ve diğer vergilerle korunmuştur. Bu koruma tekel yapıların oluşmasına, üretilen malların uluslararası piyasalarda rekabet gücünün oluşmamasına neden olmuştur. 1980 öncesi uygulanan politikaların sonucunda ekonomide şöyle bir görüntü hâkimdi;

- Ölçek ekonomilerinden yararlanmayan küçük ölçekli işletme birimleri,
- Düşük kapasite kullanımı, geri ve eskimiş teknolojiler,
- Rekabet eksikliği nedeniyle düşük ve kalitesiz üretim,
- Yerli girdi kullanılarak yapılacak üretim ama uzmanlaşmadan uzaklaşan bir üretim yapısı,
- Aşırı korumanın verdiği rahatlık nedeniyle yeniliklere duyarsız üretim,
- Yüksek maliyet ve dış pazarlardan soyutlanma,
- Pazarlarda tekelleşme

Bu görüntünün en temel nedeni bilinçsiz şekilde işlenen ithal ikameci politikalar olmuştur. Çünkü tüketim mallarının üretimi, ülkede ara ve yatırım malı ithalatını arttırmıştır. Tüketim, ara ve yatırım malı arasında olması gereken denge uygulanan politikalarla sağlanamayınca döviz ihtiyacı her geçen gün artmıştır. Üretimin olması için, yatırım ve ara malı ihracı gerekiyordu. İthal ikameci politikalar ülkeyi döviz bağımlı bir hale getirmişti. Bu bağımlılık ülkenin kapasite kullanım oranlarını %50’ lerin altına düşürmüştür. Kapasite kullanım oranlarının düşmesi ve döviz ihtiyacı artışları nedeniyle ülke büyük bir darboğazın içine girmiştir. 24 Ocak Kararlarıyla ithal ikameci sanayileşme politikaları terk edilerek ihracata ağırlık veren sanayileşme modeli benimsenmiştir. 24 Ocak Kararlarıyla yatırım ve ara malı üretim önceliği terk edilerek, sanayileşmenin dışa açılmasına önem verilmiştir.

1980 yılından sonra uygulanan ekonomik politikalar Türkiye'nin hem siyasi hem de ekonomik açıdan dönüm noktası olmuştur. Bu dönemin en temel özelliği ülkenin ihracata dayalı bir sanayileşme stratejisi ile birlikte serbestleşmeye başlamasıdır. Tarım, hizmetler ve sanayi sektörlerinin 1980-1999 yılları arasında ortalama GSYİH' ya katkıları aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo4: 1980-1999 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar

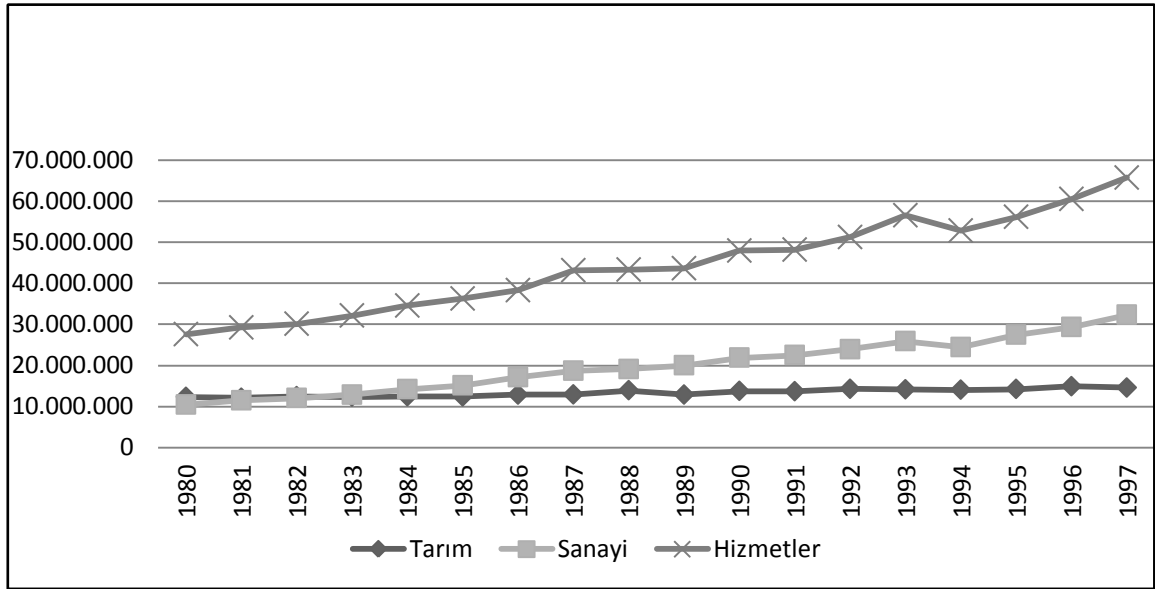


Kaynak: Yazar tarafından TÜİK Verilerinden Oluşturulmuştur

1980-1999 döneminde tarım sektörlerinin ortalama olarak GSYİH' dan aldığı pay bir önceki dönem %30 iken bu dönemde %17, sanayi sektörünün ortalama olarak GSYİH' dan aldığı pay bir önceki dönem %19 iken bu dönemde %26, hizmetler sektörünün ortalama olarak GSYİH' dan aldığı pay bir önceki dönem %51 iken bu dönemde %57 olmuştur. Bu dönemde en dikkat çeken sektör sanayi sektörü olmuştur. Hızlı artışı ile Cumhuriyetin kuruluşundan itibaren hedeflenen sanayileşme süreci bu dönemde hız kazanmış gibidir. Bu artış yatırım ve yeni üretim tesislerinden değil daha çok atıl kapasitelerin kullanılmaya başlamasından kaynaklıdır. Sanayi sektörü görece olarak artmış ve bu artışın devam etmesi için yeni kapasitelerin yaratılması gerekmektedir. Sanayi ve hizmetler sektörlerinin artışları yanında tarım sektörü beklenildiği gibi sürekli azalmakta ve ekonomideki etkinliği azalmaktaydı.

1980-1999 dönemini tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin değerleri inceliğimiz zamansa;

Grafik11: 1980-1997 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: TÜİK Verilerin Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

1980-1999 yılları arasında tarım, hizmetler ve sanayi sektörünün gelişimi oldukça ümit vericidir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren sanayi sektörünün ekonomi içindeki ağırlığını arttırmayı hedefleyen Türkiye' nin bu dönemde bu amacına çok yaklaştığı görülmektedir. Sektörlerin gelişimlerine bakıldığında istikrarlı artışları göz çarpmaktadır. 1980-1999 döneminin başlangıç yılı olan 1980 yılında tarım, sanayi ve hizmetlerin GSYH' ya yaptıkları katkılar sırasıyla 12 milyar TL, 10 milyar TL ve 28 milyar TL, 1999 yılında ise yine sırasıyla 8 milyon TL, 21 milyon TL ve 35 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Tarım sektörünün bu dönemde en yüksek katkısı 1998 yılında 8,7 milyon TL, en düşük katkısı 1981 yılında 12 milyar TL ve bu dönemde ortalama katkısı 8 milyar TL' dir. Tarım sektörünün en iyi büyüme hızı 1988 yılında 8,0 ile 13 milyar TL, en kötü büyüme hızı ise 1989 yılında -7,7 ile 12 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Hizmetler sektörünün bu dönemde en yüksek katkısı 1999 yılında 36 milyon TL, en kötü katkısı 1980 yılında 27 milyar TL ve bu döneme ortalama katkısı 3 milyon TL' dir. Hizmetler sektörünün en iyi büyüme hızı 1987 yılında 12,7 ile 43 milyar TL, en kötü büyüme hızı ise 1994 yılında -6,6 ile 52 milyar TL olarak

gerçekleşmiştir. Sanayi sektörünün bu döneme en yüksek katkısı 1998 yılında 22 milyon TL, en kötü katkısı 1980 yılında 10 milyar TL ve ortalama bu döneme katkısı 2 milyon TL' dir. Sanayi sektörünün en iyi büyüme hızı 1986 yılında 13,1 ile 17 milyar TL, en kötü büyüme hızı ise 1994 yılında -5,6 ile 24 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. 1980 başında sürekli yüksek seyir izleyen hizmetler sektörünün bu dönemde de GSYİH' ya katkısının yüksek olduğunu görülmüyor. Tarım ve sanayi sektörlerinin dönem başında yakın değerlerde bulunurken ilerleyen yıllarda tarım sektörünün değerlerinin düştüğünü ve sanayi sektörünün önemli bir artış ile yükseldiğini görmekteyiz.

3.2.3.2.1980-1999 Dönemi Dış Ticaret ve Teşvik Uygulamaları

Türkiye ekonomisindeki değişimin kilometre taşı olarak kabul edilen 24 Ocak 1980 kararlarının, Türkiye dış ticareti üzerinde önemli etkileri olmuştur. 1980 sonrası Türkiye ekonomi politikasının temel unsurları arasında yer alan ve dış ticaret üzerindeki etkili olan bazı gelişmeleri; gerçekçi esnek kur uygulaması, zamanla serbestlik derecesi arttırılan kambiyo politikası, zaman içerisinde liberalize edilen bir ithalat rejimi, ucuz kredi ve vergi iadesi gibi teşvik ve sübvansiyonlarla desteklenen ihracat şeklindedir (Demirbaş, 2003, s. 234).

1980 serbestleşme kararlarının etkilerinin en yoğun hissedildiği yer dış ticaret olmuştur. Özellikle üretimin artması ve ardından üretimin ihracata yönlendirilmesi ülkeye döviz girişlerini arttırmıştır. Döviz girişlerinin artması TL' nin değer kaybetmesini durdurmuş ve 1985 yılının Haziran ayından itibaren bankalara döviz kurlarını serbestçe belirleme yetkisi verilmiştir. Var olan üretimin kullanılması ile iktisadi ve sosyal büyüme sınırlarına ulaşılmıştır. Böylece ülkenin dış tasarrufları kendisine çekerek yeni üretim alanları ile ihracat artışına devam etmesi için liberalleşme aşamasının ikinci aşaması olan finansal liberalleşmeyi gerçekleştirmek için 1989 yılında Türk Parasını Koruma Kanunu(TPKK) çıkarılarak, sermaye hareketlerinde tam serbestleşme sağlanmıştır. Bu sayede hem tasarrufları ülkeye çekerek yeni üretim alanları oluşturmak ve ülke içindeki sermaye eksikliği kapatılması hem de dünya ekonomileri ile bütünleşme amaçlanmıştır.

24 Ocak kararları iki aşamalı olarak gerçekleşmiştir. Birinci aşama 1980-1987 yıllarını kapsayan, 1930'lardan bu yana izlenen, müdahaleci ve içe dönük modelin yerine piyasaya daha fazla ağırlık veren ve ihracata yönelik sanayileşmeye önem verildiği dönemdir. İkinci aşama 1987-2000 yıllarını kapsayan, sermaye hareketlerinin serbest bırakıldığı dönemdir.

Birinci aşamada Türkiye' nin üretimi ihracata yönlendirmiştir. İkinci aşama olan sermaye hareketlerinin serbestleşmesi, finansal piyasalar ve bankacılık sektöründeki sorunların var olduğu, ekonomik istikrarın sağlanamadığı bir ortamda gerçekleşmiştir. 1990' lı yıllardan itibaren Türkiye yoğun sermaye hareketleriyle karşılaşmıştır. Artan sermaye hareketlerinin büyük bir bölümü doğrudan sermaye hareketleri şeklinde değil, yüksek reel faiz ve sabit döviz kuruna dayalı, spekülasyon amaçlı, kısa vadeli sermaye hareketleri şeklinde gerçekleşmiştir (Ekinci, 2011, s. 73). Ekonomi yüksek faizlerin etkisiyle üretime dayalı olunmasında çok para üretimine dayanmıştır. Paradan para kazanma ülkesi olarak kullanılan Türkiye' nin ekonomik yapısı spekülasyon etkilerinin artmasını önlemek için, finansal serbestleşmeden önce denetim ve kontrol mekanizmaları ile bu sorunların önüne geçmesi ve oluşacak sorunları ortadan kaldırması gerekmektedir (Özatay, 2009, s. 65-66). Kamu açıklarının artmasına ve buna bağlı reel faizlerin yükselmesi kamu kesimi dengelerinin daha da bozulmasına neden oldu.

1990’larda gerekleŖen kurumsal dnŖmlerin en önemlisi, 1995 yılında AB ile imzalanan ve ertesi yıldan itibaren geçerli olan Gümrük Birliği anlaŖmasıdır. AnlaŖmanın yürürlüğe girmesiyle birlikte, Türkiye AB ile arasındaki mamul mallar ticaretinde gümrük tarifelerini kaldırmayı ve üçüncü ülkelerden yapılan ithalata uyguladığı gümrük tarifelerini de AB’nin uyguladığı düzeye çekmeyi kabul ediyordu. Gümrük Birliği anlaŖmasının yürürlüğe girmesini izleyen yıllarda Türkiye’nin AB ile ticareti hemen artıŖ göstermedi, bunun bir nedeni anlaŖma öncesi gümrük tarifelerinin zaten bir hayli dŖk olması, bir diğer nedeni de 1990’lı yıllarda Türkiye ekonomisinin karŖı karŖıya kaldığı istikrar sorunlarıydı. Ancak 2001 krizi ve TL’nin önemli oranda değer kaybından sonra, Türkiye’ de AB ülkelerine yapılan ihracatta hızlı artıŖ oldu, özellikle otomotiv dalında, Türkiye’yi üretim ss olarak kullanmaya baŖladılar. Tekstil gibi daha emek yoğun dallarda ihracat önceleri arttı, ancak daha sonra AB Çin’ e uyguladığı engelleri kaldırdınca, Türkiye’ nin ihracatı gerilemeye baŖladı.

1996 yılına kadar farklı yöntemlerle farklı alanlara kanalize edilmiŖ olan ihracat politikasına yönelik yardımların kapsamı, AB ile gerekleŖtirilen Gümrük Birliği AnlaŖması ile birlikte en son halini almıŖtır (Mete & Akyazı, 2017, s. 91). Özellikle 1980 sonrasında uygulanan baŖlıca ihracat teŖvikleri ve kısa tanımları Ŗyledir (Odası, 2007, s. 194-196);

Vergi İadesi; İhraç rnlerin üretim aŖamasında alınan dolaylı veya doğrudan vergilerin iade edilmesi esasına dayanan tedbir ilk kez 1963 yılında uygulanmıŖtır. En uzun süre ve etkin teŖvik aracı olarak, özellikle 1980’ li yılların ilk yarısına damga vuran ‘‘vergi iadesi’’ teŖviki, 1986 yılından sonra kamuoyunda yoęunlaŖan ‘‘hayali ihracat’’ iddiaları ile 1989’ dan itibaren yürürlükten kaldırılmıŖtır.

Kaynak Kullanımını Destekleme Fonu(KKDF); GerekleŖtirilen ihracat tutarları üzerinden prim ödemeleri yapılarak, ihracatın finansmanında kullanılan kredi faizlerinin yükünün azaltılması hedeflenmiŖtir. 1984 tarihinde oluŖturulmuŖ hala kullanılan bir fondur.

Vergi, Resim ve Harç İstisnası; İhracat ile ilgili her türlü işlemlerde vergi, resim ve harç bağışıklığı sağlamaya yönelik olarak 1985 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Gümrük Muafiyetli İhracat; İhraç ürünleri bünyesinde kullanılan hammaddelerin, belli oranda ihracat taahhüdü karşılığında, gümrüksüz ithaline müsaade edilmesi şeklinde uygulanan bir araç olup 1984 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Halen uygulanan Dâhilde İşleme Rejimi, esas itibarıyla bu sisteme dayanmaktadır.

İhracat Sayılan Satış ve Teslimler; Vergi iadesi esasına dayanan teşvik mantığının, döviz kazandırıcı hüviyetteki yurt içi satış ve teslimine uyarlanması olup, vergi iadesi ile aynı kararlara dayandırılarak uygulanmıştır. Ancak 1984 yılından sonra bu teşvik için kullanılan kaynak değiştirilmiş, ödeme “vergi iadesi” olarak değil “prim ödemesi” şeklinde yapılmıştır.

1980 yılından önce Türkiye’ nin ekonomik yetersizlikleri ve benimsemiş olduğu ithal ikameci anlayış ile ihracatın ekonomideki yerini tam kavrayamamıştır. 1980 yılından sonra ihracata dayalı bir ekonomik modeli benimsemesi, ihracat teşviklerini ekonominin önemli bir enstrümanı yapmıştır. 1980 öncesinde ihracat teşviklerine sadece devletin uygulamaları içinde yer verilmişken, 1980 yılından sonra ise bakanlıkların içerisinde birimler oluşturularak, kanunlar yolu ile başlı başına bir politika aracı olmuştur.

Dışa açık büyüme modeline geçildiği 1980 sonrası dönemde ekonomiye ilişkin tedbirler kapsamında ihracatın teşvik edilmesi amacıyla, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Maliye Bakanlığı, TCMB ve Eximbank gibi kuruluşlar; İhracata vergi iadesi ödemesi, DFİF primi ödemesi, KKDF ödemesi, ihracatta kurumlar vergisi iadesi, enerji desteği ve navlun ödemeleri, gibi ana teması doğrudan para ödemeleri, istisnalar veya düşük faizli krediler şeklinde teşvik enstrümanları uygulanmıştır. Ancak bu durum DTÖ anlaşmasına taraf olmamız ve AB ile Gümrük Birliği sürecine girilmesi nedeniyle doğrudan parasal ödemeler şeklinde yapılan sübvansiyonlar 1994 yılının sonunda gündeme gelmemek üzere yürürlükten kaldırılmıştır.

1980' li yıllarda uygulanan serbestleşme kararlarının başarısı, ihracatta sağladığı artışlardır. İhracat artışını etkileyen birden fazla etken mevcuttur. Bunlar;

- Küreselleşme ile birlikte pek çok gelişmekte olan ülkelerin ihtiyaçları doğrultusunda, diğer ülkelerin ihracatları artmaktaydı. Küreselleşmenin getirisi olan ihracat artışlarından en fazla etkilenen ülkelerden biri Türkiye olmuştur. Türkiye ihracatındaki artışların %80 'i mamul mallardan kaynaklanıyordu. Mamul malların 1979 yılında toplam ihracat içinde payı %36 iken 1990 yılına gelindiğinde %80' e çıkmıştır. Bu mal gruplarının içinde tekstil, giyim ve demir-çelik ürünleri en baş sıklarda yer almaktaydı.
- 1980 öncesi dönemde ihracat, üretimden kopuk, salt bir ticaret olayı olarak değerlendirilmiş, üretime sağlanan destekler ve ticaretin özendirilmesi ile üretim ihracata yönlendirilmiştir.
- 1980'lerin ilk yarısında Irak ile İran arasındaki savaş nedeni ile artan ihtiyaçları Türkiye' den karşılanması da ihracat artışında büyük rol oynamıştır. Bu dönemdeki savaş Türkiye' yi Orta Doğu' nun pazarı haline getirdi ve Avrupa Topluluğuna yaptığı ihracattan daha fazlasını Orta Doğu' ya yapmıştır.
- 24 ocak kararlarıyla birlikte, faizler arttırılmış, özel kesim sübvansiyonları azaltılmış, emisyon hacmi aşağıya çekilmiş, TL %46,6 devalüe edilmiş, ihracat kazançları vergi dışı tutulmuş ve ihracat içindeki vergiler kaldırılmıştır.
- 1994 yılı içerisinde ihracata yönelik parasal teşvikler verilmiştir. Parasal teşviklere ek olarak ihracatın finansman gereksinimini karşılamak amacıyla Eximbank' a gerekli kaynak aktarımı yapılmıştır. TCMB kredili veya kabul kredili ihracata ait iskonto edilmiş alacaklar için reeskont uygulaması getirmiş ve devlet bankaları dışsatım için TL ve döviz kredisi programları uygulanmıştır. (Karayakalı, 2003, s. 452).

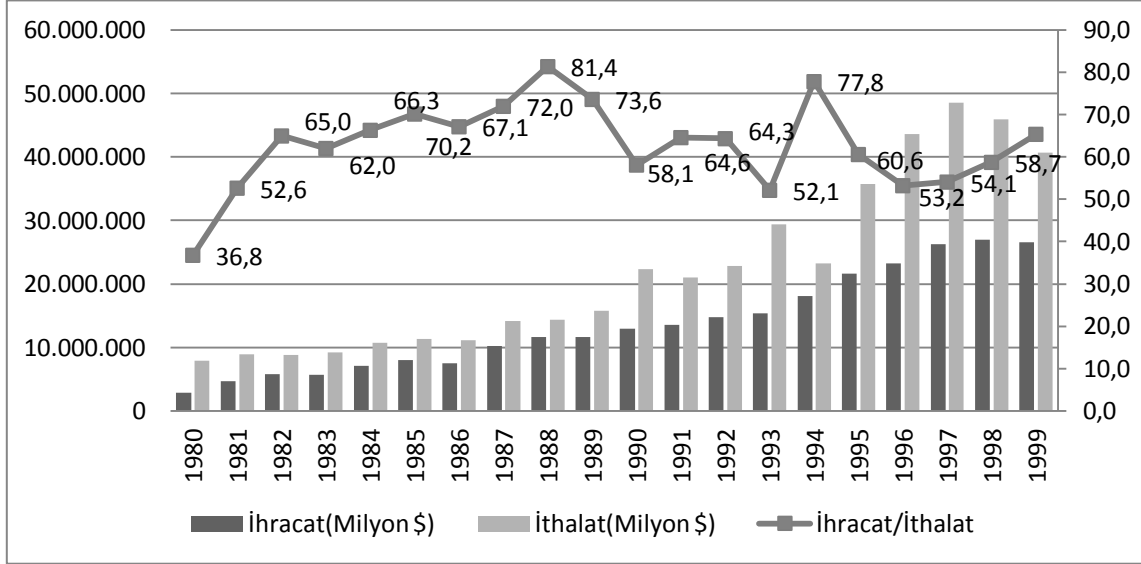
Bu gelişmelerle birlikte Türkiye ihracatında önemli artışlar yaşanmıştır. Ekonominin dışa açılması, ihracat oranının ulusal gelir içindeki payının yükselmesine neden olmuştur. İhracatın GSYİH' ya oranı 1980 yılında %5' den 1988' de %14,4' e yükselmiştir. Ancak 1988' den sonra ihracat yavaşlamaya başlamıştır. Bunun nedeni ekonomideki olumlu etkiler ortadan kalkmış ve kapasite kullanımı sınır seviyelere ulaşmıştır. Göreli olarak ihracatta büyüme yaşanmış olsa da yeni kapasitelerin yaratılamamasından dolayı 1980 yılından sonraki hızlı büyüme devam ettirilememiştir.

1980 yılında ithalatta gelişme; öncelikle ekonominin dışa kapalı yapısından ileri gelmektedir. Yatırım ve ara malı sanayilerinden ithal ikamesinden amaçlanan düzeye ulaşılmaması sonucu bu malların ithalatı artmaya devam etmiştir. 1980'den sonra ithalat rejimi giderek serbestleşmiş ve ithalatın büyümesinde kuşkusuz etkili olmuştur. Türkiye'nin hizmet ticaretiyle elde ettiği döviz gelirlerinin büyümesi, kredi şeklinde yabancı sermaye girişinin ve petrol fiyatlarının artması Türkiye'nin ithalatının artmasının temel sebebedir (Sezgin, 2009, s. 180). Ekonomik eksikliklerin bu dönemde devam etmesinden dolayı ithalata bağımlı büyüme bu yıllarda da devam etmektedir. Bu yapıdaki bir ekonominin gelişimi, ancak kesintisiz ve yüksek düzeyli bir dış kaynak akımına bağlıdır. Bu da, 1980'li yılların koşullarında, iktisat politikası kararları üzerinde uluslararası sermayenin giderek ağırlaşan bir egemenlik kurması anlamına gelecektir.

1980 yılından sonra alınan kararlar ve atıl kapasitelerin kullanılması Türkiye ihracatını olumlu yönde etkilemiştir. Bununla birlikte uzun yıllar tarım ülkesi olan Türkiye'nin sanayi sektörüne doğru hızlı bir ilerleme kaydettiği yıllar olmuştur. Her ne kadar ihracatta hızlı artışlar yaşansa da, üretim için dışa bağıllığını sürdürmeye devam eden Türkiye' nin ithalatında da hızlı artışlar yaşanmıştır.

1980-1999 yılları arasında ihracat, ithalat ve ihracatın ithalatı karışılama oranı aşağıdaki grafikte gösterilmiştir.

Grafik 12: 1980-1999 Yılları Arasında Dış Ticaret(Milyon \$)



Kaynak: TÜİK Verilerinden Yaralanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Grafikte, Türkiye'nin 1980-1999 yılları arasında gerçekleşen ihracat, ithalat ve ihracatın ithalatı karşılama oranları gösterilmektedir. Türkiye'nin bu dönemde ihracatı ortalama olarak 13,7 milyon dolardır. 1980 yılında ihracatı 2,9 milyon dolarken 1999 yılında 26,5 milyona çıkmıştır. Bu dönem içerisinde ihracatta en yüksek büyüme oranı 1981 yılında %61,6 artışla 4,7 milyon dolar, en küçük büyüme ise 1986 yılında -%6,3 küçülme ile 7,4 milyon dolara olarak gerçekleşmiştir. Bu yıllarda ihracatın en yüksek 1998 yılında 26,9 milyon dolar, en düşük 1980 yılında 2,9 milyon dolar olduğu görülmektedir.

Bu dönemde ithalat ortalama olarak 22,2 milyon dolardır. 1980 yılı başında ithalat 7,9 milyon dolarken 1999 yılında 40,6 milyon dolar çıkmıştır. Bu dönem içerisinde ithalatta en küçük büyüme oranı 1994 yılında -%20,9 azalışla 23,2 milyon dolar, en yüksek büyüme ise 1980 yılında %59 artışla 7,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu yıllarda ithalatın en yüksek 1997 yılında 48,5 milyon dolar, en düşük 1980 7,8 milyon dolar olduğu görülmektedir.

İhracatta bu dönemde alınan serbestleşme kararlarıyla birlikte düzenli artışlar olmasına rağmen ithalatta da artışların yaşanması bu dönemde de Türkiye'nin dış açıklarının olmasına neden olmuştur. 1980-1999 döneminde dış ticaret açığı ortalama 8,5 milyar dolardır. 1980 yılında dış açık 4,9 milyon dolarken 1999 yılında dış açık 14 milyon dolara yükselmiştir. Bu dönemde en yüksek dış açık 1997 yılında 22,2 milyon dolar, en düşük dış açıklısa 1988 yılında 2,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Dış açıklar ihracatın ithalatı karşılamamasına neden olmuştur.



3.2.4.2000 ve Sonrası Dönem

Bu dönemin en önemli özelliği mali disiplinin sağlanması oldu. Kamu borçlarının ve bütçenin kontrol altına alınması devletin önceliği oldu. Kamu borçlarının ödenmesi ve düzenlenmesi için vergi artışları ve özelleştirmeler, ekonominin önemli aktörleri oldu. Borç ödemelerinden önce kamu borcunun GSYİH' ya oranı %90' lardan 2010 yılı sonlarına doğru %40 'lara düşürüldü. Kamu düzeninin sağlanması yabancı yatırımların ülkeye getirilmesinde önemliydi. Çünkü Cumhuriyet tarihi boyunca doğrudan yabancı yatırımlar sınırlı kalmıştı ve ülkenin ekonomisinin üretim artışı için doğrudan yabancı yatırımlara ihtiyacı vardı. Uygulanan politikalarla doğrudan yabancı yatırımlarda artış sağlandı ancak bu artış yeni yatırımlar yapılmasından ziyade, Türkiye' de var olan şirketlerin satın alınması biçiminde gerçekleştiği için ekonomide beklenen etkiyi tam anlamıyla yakalayamadı. İstihdamı artırma, yeni üretim yöntemleri çekme, yeni ürünler konusunda etkisi sınırlı oldu. Ancak sınırlı etkilere rağmen Türkiye' de uzun dönemde diğer yıllarla karşılaştırıldığında iyi bir büyüme ve ekonomik düzen sağlamıştır.

2001 yılında yaşanan kriz ile birlikte bu büyüme yavaşlamaya başladı. Krizle birlikte bankalarda oluşan büyük açıklar nedeniyle, gecelik faizler 2001 yılında %6000' e yükseldi. Büyük miktarlarda sermaye çıkışları ve döviz rezervlerinin azalması karşısında hükümet kur çıpasından vazgeçti. TL, %50' den fazla değer kaybetti. Finans sektöründe baş gösteren kriz üretiminde olumsuz etkilenmesine neden oldu. 2001 yılı Türkiye ekonomisi açısından en kötü yıllardan biri olarak değerlendirilir. %9,5'lik büyüme oranı 1945 yılından bu yana Türkiye' de en büyük küçülmeyi ifade etmektedir. Bununla birlikte iç ve dış borç toplamının milli gelir düzeyine yaklaşması, toplanan tüm vergilerin tamamına yakın kısmın faiz giderlerine gidiyor olması, borçlanma maliyetinin çok yüksek olması, yüksek enflasyon gibi temel parametrelere ilişkin veriler oldukça hassas bir noktada bulunduğunu göstermektedir (Acar, 2013, s. 16). 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz neticesinde, IMF ve Dünya Bankası desteğiyle Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı(GEGP) adı altında yeni bir yapısal reform programı uygulamaya koyulmuştur. GEGP ile yürürlüğe koyulan sıkı para ve maliye politikaları bu dönemin genel çerçevesini oluşturmuştur. GEGP ile hedefler ve sonuçlar;

Tablo 5: Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı Hedef, Araç ve Sonuçları

PROGRAMIN UNSURLARI	PROGRAMIN HEDEFLERİ	PROGRAMIN UYGULAMA ARAÇLARI	PROGRA MIN SONUÇLARI
Yapısal Yenilemeler	TCMB’ nın özerkliği ve piyasa ekonomisinin düzenlenmesi	TCMB Kanunu, doğal tekellere ve ağ endüstrilerine yönelik düzenleyici kurum yasaları	Telekomünikasyon,
Bankacılık Sistemi Reformları	Sağlam bankacılık sistemi rasyolarının oluşturulması	Bankacılık kanunu	BDDK’ nın kurulması, TMSF’ ye işlerlik kazandırılması
Faiz ve Kambiyo Politikaları	Yatırımcılar için orta vadeli perspektif sağlanması	Kur sistemleri	Dalgalı kur sistemine geçilmesi,yönetimli dalgalanma,örtülü kur çıpasının uygulanması
Ekonomik Büyüme Stratejileri	Sıkı maliye politikası, anti-enflasyonist yaklaşım, istikrarlı ekonomik büyüme	Yüksek Oranlı Faiz Dışı Fazla, Cari Açık/Milli Gelir Oranın kontrolü ve finansmanı	Düşük kur politikasıyla oluşan cari açığın dış borçlanma rakamlarına yansması

Kaynak: Taşar, M.O., Türkiye’nin Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı ve Makro Ekonomik Etkilerinin Analizi, Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2010; Kaya, A., Mali Sürdürülebilirlik Teorisi ve Türkiye Uygulaması, Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No:292, İstanbul, 2013; Onur Sungur, 2000 Sonrası Türkiye Ekonomisi Büyüme, Enflasyon, İşsizlik, Borçlanma ve Dış Ticarete Gelişmeler, Toplum ve Demokrasi, Ocak-Aralık, 2015, s.246.

GEGP, net malların ekonomik hedefleri ortaya koymadığından, krizlerden kaynaklanan belirsizlik ortamından çıkılmasını kolaylaştırmamıştır. Ocak 2003’ de hükümet tarafından hazırlanan Acil Eylem Planı’ nda kurumsal yapıya ilişkin eylemler ve kamu yönetimi alanında önemli reformlara yer verilmiştir. Bu kapsamda, özelleştirme çalışmalarına hız verilmiş yabancı sermayenin Türkiye’ ye gelmesi ve yatırım ortamının iyileştirilmesi için ön hazırlıklar başlamış ve bankacılık sektörünün sorunları giderilmeye çalışılmıştır (Karaçor & Alptekin, 2014, s. 312). Tüm alınan önlemler sonucunda 2002-2007 döneminde yüksek büyüme dönemleri gerçekleşmiştir. İhracatta ve üretimde yüksek oranlı artışlar sağlanmış, enflasyon oranları düşmüş, mali disiplin göreceli de olsa sağlanmıştır.

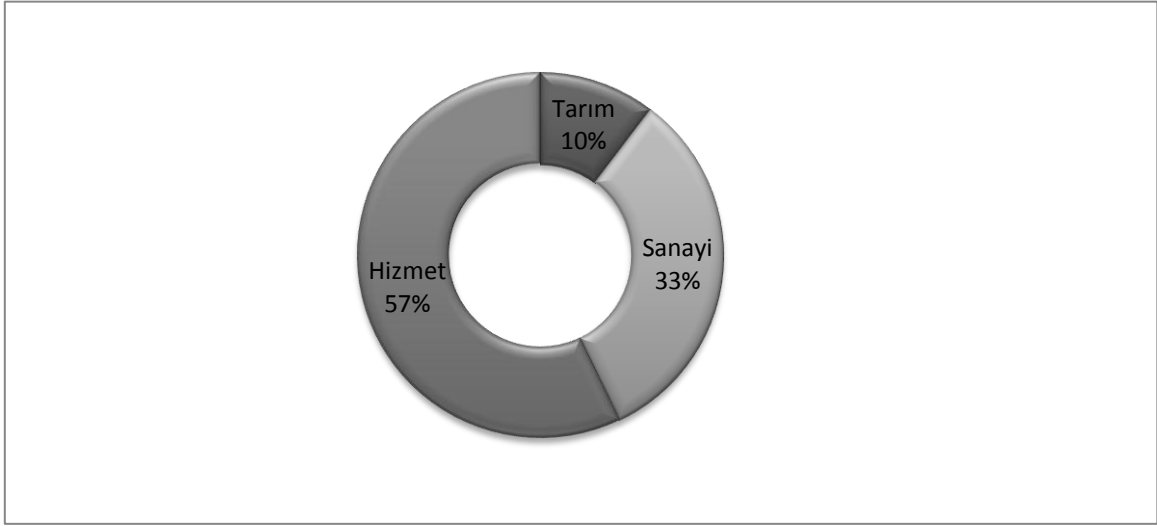
2008 yılında dünya ekonomisinde finansal piyasalarda başlayan kriz reel sektörün de etkilenmesine neden olmuştur. Ancak Türkiye'nin 2001 yılının öncesinde uygulanan sıkı para ve maliye politikası, daha sonra yaşanan 2001 kriziyle birlikte uyguladığı yapısal reformlar, ülkenin kamu maliyesi ve bankacılık sektörü altyapısını güçlendirmiş, krizi etkilerini diğer ülkelere göre daha sınırlı hissetmiştir. Türkiye bu krizden çıkmak için KDV ve ÖTV indirimleri yapmış, KOBİ'lere kurumlar vergisi indirimleri yapmış ve yatırım teşviklerini düzenlemiştir. Bu alınan önlemlerle birlikte krizin Türkiye üzerindeki etkisi sınırlı olmuştur.

3.2.4.1.2000 ve Sonrası Dönem Ekonomi

Türkiye'nin kuruluşundan 2000'li yıllara kadar uygulanan tarım politikalarının tarım sektöründe istenen başarıyı sağlayamaması, bütçeye yük olması ve uluslararası kuruluşların baskısı ile Türkiye' de tarım politikalarında reform başlatıldı. Türkiye' de 2000 yılı sonrası, tarım politikalarının oluşturulmasında IMF ve Dünya Bankası ile yapılan anlaşmalar belirleyici oldu. 1999 yılında IMF ile stand-by anlaşması ve 2001 yılında Dünya Bankası ile Tarım Reformu uygulaması projesi anlaşması imzalanmış ve hükümleri büyük ölçüde uygulamıştır. Ayrıca, Dünya Ticaret Örgütü Uruguay Tarım Anlaşması ve AB Ortak Tarım Politikası hükümleri Türkiye tarım politikalarına genel çerçevede yön vermiştir (Erdoğan & Gedikli, 2016, s. 246-244). 1980 yılından sonra başlayan ve 2000 yılından sonrada devam eden özel sektör yanlısı politikalar izlendi. Büyük sanayilerin fikirleri de alınarak sanayileşme sürecinde hızlı kalkınma dönemine girildi. Sanayileşmenin ülke içinde kalmaması ve dışarıya açılması için ihracata yönelik bir sanayileşme süreci izlenmeye başlandı. Üretimin ihracattan kopuk olması önlenerek gelirlerin artırılması ve ekonominin temel sektörünün gelişmesi yönünde politikalar izlendi. Enflasyonun 2003 yılından sonra düşmesi ve bu düşüşe faiz oranlarındaki düşüşlerin eşlik etmesi sonucunda doğrudan yatırımlar artmaya başlamıştır. Mevzuatlarda yapılan iyileştirmelerle birlikte de yatırımcıların reel sektöre yönelmesi daha da kolaylaştırıldı. Bu dönemin en önemlilerinden biride özelleştirmelerin artmasıdır. Özelleştirme ile devlet gelirlerini artırırken kaynaklarında daha etkin kullanılması sağlanmıştır.

Bu dönemde tarım, sanayi ve hizmetler sektörlerinin GSYH’ dan aldıkları ortalama değerler şöyledir;

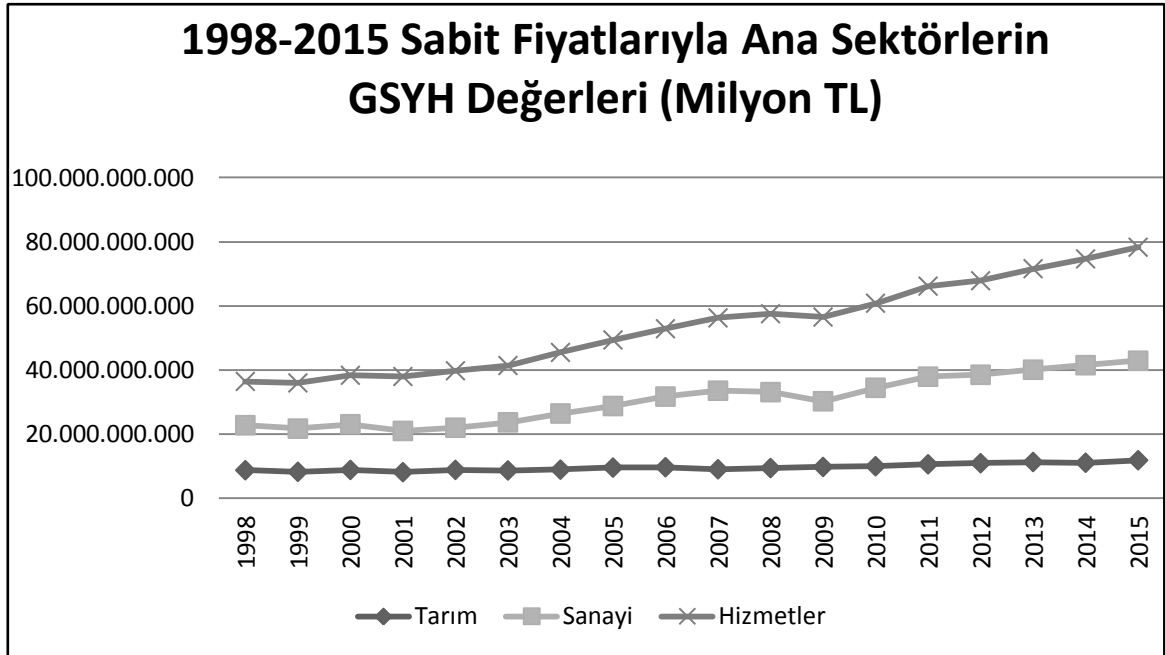
Tablo 6: 2000-2016 Yıllarında Ortalama Olarak Tarım, Sanayi ve Hizmetler Sektörlerinin Sabit Fiyatlarla GSYH Aldıkları Paylar



Kaynak: TÜİK Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Kuruluş yıllarında kurtarıcı sektör olarak görülen tarımın ilerleyen yıllarda azalması ve sanayi sektörünün temel sektör alınması bu yıllar itibari ile de tam anlamıyla gerçekleşemese de ekonominin ilk yıllardan itibaren istikrarlı bir şekilde artış ve düzen içinde olduğu görülmektedir. 2000-2017 yıllarında, tarım bir önceki dönem %17 iken bu dönemde %10’ a düşmüş, sanayi bir önceki dönem %26 iken bu dönemde %33’ yükselmiş ve hizmetler sektörü bir önceki dönemde %57 iken bu dönemde de %57 olarak ortalama gelirini korumuştur. Sanayileşme ilk yıllarda savaşlar ve ekonomik yetersizlikler nedeni ile ihmal edilmiştir. Sanayinin gelişmesi için tarım sektörü öncülüğünde sanayileşmeye başlayan Türkiye de, yıllar itibari ile sanayinin payı giderek artarken, tarımın payı giderek azalmıştır.

Grafik 13: 1998-2015 Sabit Fiyatlarıyla Ana Sektörlerin GSYH Değerleri (Milyon TL)



Kaynak: TÜİK Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

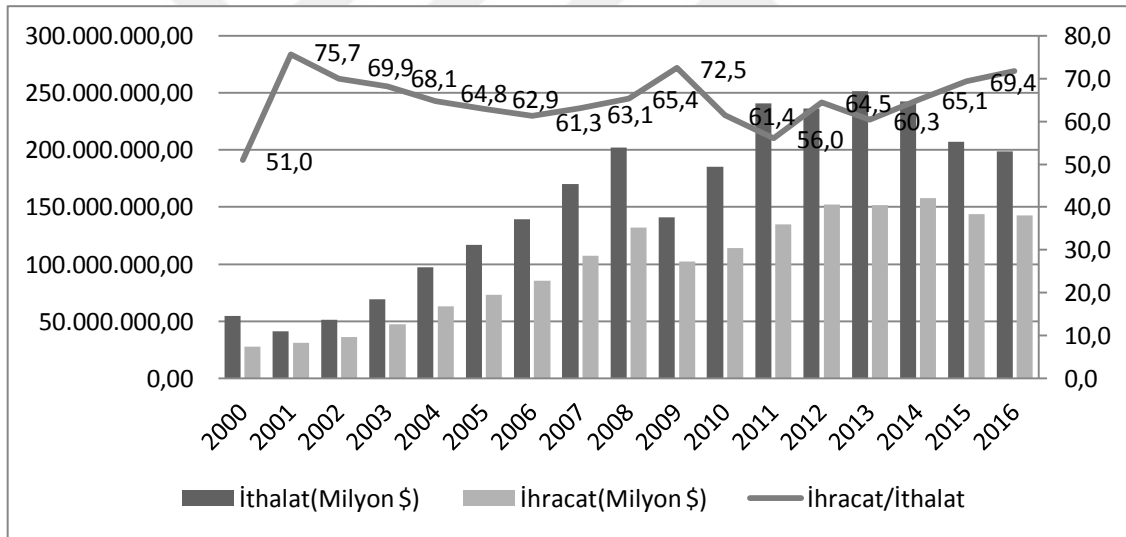
Bu dönemde tarım sektörünün GSYH' ya en iyi katkısı 2015 yılında 131 milyon TL, en kötü katkısı 2001 yılında 68 milyon TL ve bu döneme ortalama katkısı 95 milyon TL' dir. Bu dönemde tarımın en iyi büyüme hızı 2002 yılında 8,8 ile 8,8 milyon TL, en kötü büyüme hızı 2001 yılında -7,9 ile 8,1 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Hizmetler sektörünün bu dönem içinde GSYH' ya en iyi katkısı 2015 yılında 78 milyon TL, en kötü katkısı 1999 yılında 35 milyon TL ve ortalama bu döneme katkısı 53 milyon TL' dir. Hizmetler sektörünün bu dönemde en iyi büyüme hızı 2004 yılında 9,8 ile 45 milyon TL, en kötü büyüme hızı ise 2009 yılında -1,8 ile 56 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Sanayi sektörünün bu dönemde en iyi katkısı 2015 yılında 42 milyon TL, en kötü katkısı 2001 yılında 21 milyon TL ve ortalama bu döneme katkısı 30 milyon TL' dir. Sanayi sektörünün bu dönemde en iyi büyüme hızı 2013 yılında 13,9 ile 40 milyon TL, en kötü büyüme hızı 2001 yılında -9,0 ile 21 milyon TL olarak gerçekleşmiştir.

Grafikte en dikkat çeken nokta tarım sektörünün ekonomiye katkısının azalması ve sanayi sektörününse katkısının giderek artmasıdır. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren yüksek katkıları olan hizmetler sektörü bu dönemde de ekonomiye en çok katkı yapan sektör olmuştur. Hükümetin 2000 yılından sonra uyguladığı sıkı para ve maliye politikalarına ek olarak GEGP' nin da etkisiyle ekonomide sanayi sektörünün hızlı artışı gözle görülür bir şekilde artmıştır.

3.2.4.2.2000 ve Sonrası Dış Ticaret ve Teşvik Yapısı

Yaşanan 2000 ve 2001 krizleriyle birlikte dış ticarete gerilemeler yaşanmıştır. Ancak hükümetin 2001 yılından sonra GEGP ile birlikte dış ticarete iyileşme olmuştur. 2000-2016 yılları arasındaki dış ticaret aşağıdaki grafikteki gibidir.

Grafik14: 2000-2016 Dış Ticaret(Milyon \$)



Kaynak: TÜİK Verileri Kullanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Grafikte, Türkiye'nin 2000-2016 yılları arasında ihracat, ithalat ve ihracatın ithalatı karşılama oranları verilmiştir. Türkiye'nin 2000 yılında ihracatı 27,7milyar dolarken 2016 yılında 142,5 milyar dolara çıkmıştır. Bu dönem içerisinde en yüksek büyüme oranı 2003 ve 2004 yıllarında yaşanmıştır. 2003 yılında %31 artışla 47,2 milyon dolara, 2004 yılında %33,7 63 milyon dolara yükselmiştir. En küçük büyüme oranı ise 2008 krizinin etkisiyle 2009 yılında -%22,6 küçülmeye 102 milyon dolara düşmüştür. Bu dönem içerisinde en yüksek ihracat 2014 yılında 157 milyon dolar, en düşük ihracat 2000 yılında 27,7 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Bu dönemde ithalat ortalama 155,6 milyon dolardır. 2000 yılı başında ithalat 54,5 milyon dolarken 2016 yılında 198,6 milyon dolar çıkmıştır. Bu dönem içerisinde ithalatta en küçük büyüme oranı 2008 krizinin etkisiyle 2009 yılında -%30,2 azalışla 140,9 milyon dolar gerçekleşmiş, en yüksek büyüme oranı ise 2004 yılında %40,7 artışla 97,5 milyon dolar gerçekleşmiştir. Bu dönemde en yüksek ithalat 2013 yılında 251 milyon dolar, en düşük ithalatsa 41 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Bu dönemde dış ticaret verilerini incelerken iki ayrı dönemin olduğu görülmektedir. İlk dönem 2008 yılına kadar ithalat ve ihracatın hızlı artışı, ikinci dönemse 2008 krizi nedeniyle dış ticaretin azalmaya başlamasıdır. 2009 yılından sonra alınan önlemler sonucunda ithalat hızlı bir şekilde artışını sürdürürken ihracatta aynı performans gözlenmemektedir. Bu dönemde dikkat çeken bir diğer nokta ise Türkiye'nin baş belası haline gelen dış açıklarının istikrarlı şekilde artmasıdır. Bu artışta uygulanan devalüasyonların etkisi çok büyüktür. Dış açıkların olması Türkiye'nin sürekli olarak dövize ihtiyacı olmasına neden olmuş ve bu ihtiyacı üretimle karşılayamayınca sürekli yaptığı devalüasyonlar Türkiye'nin dış ticaret açıklarının kronikleşmesine neden olmuştur. 2000-2016 yılları arasında dış ticaret açığı ortalama olarak 55,4 milyon dolardır. Bu yıllar arasında en yüksek dış açık 2011 yılında 105,9 milyon dolar, en düşük dış açıksa 2001 yılında 10 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

4.GÜNÜMÜZDE TÜRKİYE’ DE DEVLET TARAFINDAN UYGULANAN İHRACAT TEŞVİKLERİ

Teşvik kavramı Türkçeye Arapça’ dan geçme bir sözcüktür. Arapça anlamı şevk olan sözcüğün dilimizdeki karşılığı ise isteklendirme, özendirme, gayrete getirmedir. Her ekonomide ulaşılmak istenilen ekonomik ve sosyal hedefler vardır. Teşvikler, bu hedefler doğrultusunda gelişmesi istenilen ekonomik faaliyetlere devlet eli ile sağlanan maddi veya hukuki destekler ve kolaylıklardır (Durman & Hüseyin, 2006, s. 41). Teşvik ve yardım kavramları çoğu zaman yanlış kullanılmaktadır ve karıştırılan kavramlardır. Bu iki kavram öz itibarıyla birbirlerine benzemektedirler ancak uygulama ve içerik yönünden birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Teşvik kavramı Arapça bir sözcüktür, yardım sözcüğü ise öz Türkçedir. Yardımlar devlet tarafından belli koşullar olmaksızın, işlem öncesinde nakdi ve ayni olarak verilir ve geri ödemesizdirler. Teşvikler belli şartları taşıma şartı aranır ve işlem sonrasında belli bir kısmı verilir. Yardımların daha açık olması ve teşviklerin ise daha karmaşık bir yapıya sahip olması ayrıldıkları bir diğer noktadır. Teşvikler farklı kurumlarda farklı şekillerde uygulanmaktadırlar. Bizim inceleyeceğimiz kısım Türkiye Cumhuriyeti’ nin uygulamış olduğu ihracat teşvikleridir. Bu noktada ihracat teşvikleri ve yatırım teşvikleri kavramlarının ayrımını yapmakta fayda vardır. Çünkü sistem içerisinde birden fazla kurumun uygulamış olduğu ihracat teşviklerinin karışmasının yanında devletin uygulamakta olduğu yatırım teşvikleri ile karıştırılmaktadır.

Yatırım Teşvikleri; Ekonomi Bakanlığınca, 15 Haziran 2012 tarihinde 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Teşviki Hakkındaki Karar ile yürürlüğü girmiştir. Yatırım teşviklerinde amaç üretimin ve istihdamın arttırılması, katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesine yönelmek, stratejik yatırımlara özendirmek, doğrudan yatırımları arttırmak, bölgeler arası gelişmişlik farklarının ortadan kaldırmak ve çevreyi korumayı özendirmektedir. Yatırım teşvikleri Türkiye’ de bir sanayi bilincinin oluşması ve bir sanayi yapısına kavuşması için verilen teşviklerdir.

İhracat Teşvikleri; işletmelerin ihracata yönelik faaliyetlerini gerek üretim, gerekse pazarlama-tanıtım aşamalarında destekleyerek, uluslararası pazarlarda karşılaşılan sorunların giderilmesine yardımcı olmak ve rekabet gücünü kazanmalarına olanak sağlamaktadır. İhracat teşvikleri prensip olarak gelişmiş ülkelerin uygulamalarına paralel olarak ‘bir faaliyetin yapılması’ şartına bağlı olarak sağlanmaktadır (Ersan, 2012, s. 11). Çalışmanın ana konusunu oluşturan ihracat teşviklerinin gelişimi ve Türkiye’ de uygulaması detaylı şekilde anlatılacaktır. Günümüzde uygulanan teşvik sistemleri, gelişmiş ülkelerde, ülke ekonomisinin dünya pazarlarında sahip olduğu payı korumak ve istihdam alanının genişletmek için kullanılmanın yanı sıra büyümeyi artırma, istihdam, rekabet edebilme özelliğine sahip yüksek mal üretimi, işsizliğin azalması ve yabancı yatırımcıların ülkeye çekilmesi amaçlarıyla uygulanmaktadır.

Türkiye’ de 1980 yılına kadar ülke içerisine yönelik olan üretim yapısı 1980 kararlarıyla birlikte dışa dönük bir ekonomik yapıya dönüşmüştür. Bu karar ekonomi üzerinde birçok değişime neden olmuştur. Bunlardan en önemlisi dış ticaret kavramı Türkiye’ de daha önemli ve daha kapsamlı bir hal almıştır. Türkiye’ de ihracat teşviklerinin kullanılması, firmaların büyüklüğüne ve firmanın ihracat yapma sıklığına göre sınıflandırılmaktadır. Devlet firmaları üçe ayırıyor. Hiç ihracat yapmamış firmalar, ara sıra ihracat yapmış firmalar ve sürekli olarak ihracat yapan firmalar. İhracat yapmamış firmalara ihracat yapabilmeleri için pazar araştırmaları, fuar katılımları gibi firmayı ihracata alıştıracak teşvikler verilirken. Ara sıra ihracat yapan firmalara uluslararası rekabeti geliştirme, pazara giriş belgeleri desteği gibi pazarda tutunmaya yönelik teşvikler verilirken, sürekli ihracat yapan firmalara ise uluslararası bir marka yaratabilmek için destekler verilmektedir.

Türkiye’ de devlet tarafından uygulanan teşvikler diğer ülkelerden farklı olarak firmaların ihracat potansiyellerine göre verilmektedir. Teşviklerden yararlanmak isteyen firmaların devletin farklı kurum ve kuruluşlarına başvuruları ile gerçekleşmektedir. Firmalar bu desteklerden daha hızlı ve daha az bürokrasi ile yararlanmak için firmalara özel statülü şirket unvanları verilmektedir. Özel statülü şirketler ikiye ayrılır; dış ticaret sermaye şirketleri ve sektörel dış ticaret şirketleri.

Ödenmiş sermayeleri en az 2 milyon TL olan ve bir önceki takvim yılında gümrük beyannamesi bazında; en az(FOB) 100 milyon dolar veya eş değerdeki fiili ihracatı gerçekleştirilen(transit ve bedelsiz ihracat hariç) anonim şirketlere, her yılın Ocak ayının son gününe kadar başvurulması kaydıyla Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsü verilir veya hâlihazırda Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsü yenilenebilir (Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Tebliği). Bu şartlara haiz olan şirketlerin, Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsü alabilmeleri için Dış Ticaret Sermaye Şirketi Başvuru Formunu doldurarak, formda belirtilen belgelerle birlikte DTM(İhracatçı Genel Müdürlüğü) müracaat etmeleri gerekmektedir. İbraz edilen bilge ve belgeler aksi sabit oluncaya kadar doğru kabul edilir. Ait olduğu yıl yürürlükteki Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine ilişkin kararda yer almayan şirketlere; talepleri halinde, başvuru tarihi itibarıyla 12 ay geriye gitmek suretiyle yapılacak inceleme sonucunda, başvuru şartlarına haiz oldukları belirlenmesi durumunda, yürürlükteki Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine ilişkin karara ek yapılmak suretiyle Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsü verilebilir.

Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin amaçları;

- Türkiye İhraç ürünlerinin tanıtılması,
- Türkiye İhraç ürünlerin çeşitlendirilmesi,
- Türkiye firmalarının yurt dışında yeni pazarlara girmesi,
- Türkiye firmalarının yurt dışında pazar paylarını arttırmalarıdır.

Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Birkaç Örnek;

- ASELSAN Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- PETKİM PETROKİMYA Holding A.Ş.
- Zorlu Dış Ticaret A.Ş.
- VESTEL Ticaret A.Ş.
- Türkiye Petro Rafinerileri A.Ş.
- Şişecam Dış Ticaret A.Ş.

KOBİ' ler ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla; ihracatın ve ilgili konularında(finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme,..vs) hizmet sağlayarak, dış ticarette uzmanlaşmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerine teminen kurulan şirketlere, Dış Ticaret Müsteşarlığınca Sektörel Dış Ticaret(SDŞ) statüsü verilmektedir. SDŞ ve ortağı KOBİ' ler, ihracata yönelik devlet yardımlarının hedef grubunu oluştururlar ve bu yardımlardan öncelikle yararlanırlar (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Hakkında Tebliğ).

Türkiye'de devlet tarafından firmalara, SDŞ ve dış ticaret sermaye şirketlerine verilen teşvikler;



4.1.Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

Türkiye’ de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım sektöründe iştigal eden şirketler ile işbirliği kuruluşlarının potansiyel pazar hakkında sistematik ve objektif bilgi sağlanması, yeni ihraç pazarları yaratılması ve geleneksel pazarlarda pazar payımızın arttırılmasına yönelik olarak gerçekleştirecekleri (Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, 2010, s. 8) pazar araştırması ve pazara giriş faaliyetlerine ilişkin giderlerinin belli bir bölümünün Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanması bu desteğin temel amacıdır (Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Tebliği).

Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Belgelerinin desteklenmesinde KOBİ/SDŞ/DTŞ’ lerin projeleri üç farklı şekilde desteklenir;

- Şirketlerin kendi bünyesinde yapacakları projeler; Masa başı alan araştırmasına dayanan pazar araştırması faaliyetini yürütmek istemesi halinde, raporun, ön değerlendirmeyi yapacak olan İGEME tarafından belirlenecek standartlarda hazırlanması gerekir.
- Danışmanlık şirket veya kurumların şirket için yürüteceği projeler; Şirket nam ve hesabına, danışmanlık şirketleri/kurumları ile İGEME tarafından masa başı alan araştırmasına dayanarak hazırlanan projelerle destekten yararlanır.
- SDŞ/DTŞ yapacakları projeler; SDŞ/DTŞ’ ler pazar araştırma desteklerinden yararlanmak için projeleri bünyeleri içinde yapabilecekleri gibi, danışmanlık şirketi/kurumu veya İGEME’ yi kullanarak proje hazırlatabilirler.

Pazar araştırması ve pazara giriş belgelerinin desteklenmesi kendi içerisinde beş destekten oluşmaktadır. Bu destekler;

4.1.1.Pazar Araştırması Projelerinin Desteklenmesi

Sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler tarafından gerçekleştirilen pazar araştırması projelerine ilişkin giderler %70 oranında ve proje başına en fazla 5.000 USD' ye kadar desteklenir. Destek kapsamında en fazla iki şirket çalışanın aşağıdaki belirtilen giderleri desteklenir;

- a) Ulaşım: Pazar araştırması kapsamında uluslararası ve şehirlerarası ulaşımında kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs bileti ücretleri ile günlük 50 USD' ye kadar araç kiralama giderleri,
- b) Konaklama: Pazar araştırmasının yapıldığı ülkede konaklama yapılan süre içerisinde, kişi başı 150 USD' yi geçmemek kaydıyla konaklama giderleri(Oda+Kahvaltı) destek kapsamında desteklenir. Örneğin; proje kapsamında şirket iki kişiyi pazar araştırmasına göndermesi durumunda bu kişilerin 300 USD' ye kadar destekten yararlanma hakkı vardır. İki kişinin otel tutarının 200 USD olması durumunda $200 \times 0,70 = 140$ USD destek verilir. Ancak konaklamaya 500 USD verilmesi durumunda bu tutarın sadece 300 USD' si desteklenmektedir.

Pazar araştırma projelerinde bir yıl içerisinde şirket başına en fazla on araştırma gezisi desteklenir. Pazar araştırma gezisi bir ülkeye yapılabileceği gibi en fazla üç ülkede de yapılabilir. Birden fazla ülke ziyaretlerinde ülkelerin coğrafi konumlarının yakın olması gerekmektedir. Bir yıl içerisinde aynı ülkeye en fazla iki yurt dışı gezisi desteklenmektedir.

Pazar araştırmalarında yol hariç en az iki en fazla on günlük kısmı desteklenir. Yurt dışı pazar araştırması süresince yolculuk ve gidilen ülkenin resmi tatil günleri hariç olmak üzere her gün için ülkede yerleşik en az bir kurum/kuruluş/şirket ile görüşme yapılmalıdır. Örneğin on günlük pazar araştırması süresinde en az on kurum/kuruluş/şirket gezilmesi gerekmektedir. Görüşmelerin yapıldığı gün "Görüşme Yapılan Kurum/Şirket Bilgi Formu" doldurularak karşılıklı imzalanmaktadır. Görüşme yapılmayan günler için konaklama ve ulaşım giderleri desteklenmez.

Pazar araştırma projelerinin desteklenmediği durumlar;

- Pazar araştırmasının amaçlanmadığı yurt dışı gezileri,
- Grup seyahati veya resmi/özel kurum/kuruluşlarca yabancı ülkelere yönelik olarak gerçekleştirilen toplantı, sergi, konferans..vb. organizasyonlar,
- Yurt dışı pazar araştırma gezisinin gerçekleştiği ülkede ve tarihlerde düzenlenen bir fuara stand ile iştirak ettiği tespit edilen şirketler destek kapsamı dışındadır.

Pazar araştırma projelerinden yararlanmak isteyen şirketler ve SDŞ' ler ödeme talep formu(IPAD), taahhütname, beyanname, pazar araştırma değerlendirme formu ve görüşme yapılan kurum/kuruluş bilgi formlarını Bakanlığın internet sitesi üzerinden temin ederek Bakanlığa başvuruda bulunabilirler. Destek ödeme başvuruları, şirket çalışanı/çalışanlarının Türkiye' ye giriş tarihinden en geç üç ay içerisinde yapılması gereklidir. Üç aylık sürenin hesaplanmasında Bakanlığa evrak giriş tarihi esas alınır.

İGEME ve KOSGEB' in de benzer niteliklere sahip destekleri mevcuttur. Bu durum daha fazla firmaya ulaşıyor gibi görünse de uygulamada karışıklıklara neden olmaktadır ve kaynakların etkin dağılımını engellemektedir. Bu bölümde anlatılan pazar araştırma desteği devlet tarafından verilen desteği anlatmaktadır. Pazar araştırmasında desteklerin firmalar için yetersiz, dokümanların fazla olması ve ödeme aşamasında harcamalara ilişkin belgeler bazen istenilen kriterlere uygun olmamaktadır. Bu belgeler yurt dışından temin edildiği için sonradan düzeltilmesi oldukça zor olmakta ve desteğin ödenmeme durumu ile karşılaşmaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, Mayıs 2004, s. 184-190). Pazar araştırma desteği destekler içinde en fazla kullanılan ve en fazla sorun yaşanan destek türüdür. Destekten yararlanmak isteyen firmaların uzman kurum veya kişilerden destek alarak bu destekten yararlanmaları halinde destekle ilgili sorun yaşamayacaklardır. Ancak uzman kişi veya kurumlar firmanın harcama kalemlerinde bir artışa neden olacaktır. Bu durumda ilave bir masraf istemeyen firmalar Ekonomi Bakanlığından destekle ilgili tebliğleri dikkatli bir şekilde okuyarak ve uygulamadaki sorunları göz önüne alarak destekten yararlanabilir.

4.1.2.Rapor ve Yurt Dışı Şirket Alım Desteği

4.1.2.1.Rapor ve Yurt Dışı Yerleşik Şirket Alım Desteği

Şirketler ve SDS' lerin yurt dışına yönelik pazar giriş stratejileri ile eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla Bakanlıkça uygun görülen;

- a) Pazar Araştırma hizmeti veren kurum/kuruluşlarından yurt dışında yerleşik şirket veya marka odaklı rapor giderleri(satın alınan raporların ödeme belgesi tarihi itibarıyla en fazla iki yıllık olması gerekir),
- b) Yurt dışında yerleşik şirket alımlarına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin(satın alınan raporlar ve danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin desteklenmesinde Bakanlıktan ön onay alınması gereklidir),

Şirketler için %60, SDS' ler için %75 oranında ve yıllık en fazla 200.000 USD' ye kadar tutarlar destek kapsamındadır. Şirketler bu destekten en fazla üç yıl süresince yararlanabilirler. Destek süresinin başlangıç tarihi ilk destek ödemesine esas teşkil eden ödeme belgesinin tarihidir.

Destekten yararlanmak isteyen şirketler ve SDS' ler; rapor desteği ön onay başvuru formu, rapor desteği ödeme talep formu, taahhütname(şirket ve SDS' lerin ayrı ayrı düzenlenir), beyanname(şirket ve SDS' ler için ayrı ayrı düzenlenir) belgeleri ile birlikte ödeme tarihinden itibaren en geç altı ay içerisinde başvuruyu Bakanlığa yapılması gereklidir. Altı aylık sürenin hesaplanmasında ödeme tarihi ve Bakanlığa evrak giriş tarihi esas alınır.

4.1.2.2.İleri Teknolojiye Sahip Yurt Dışı Şirket Alım Desteği

Yurt içindeki üretim teknolojisinin gelişmesi, var olan üretimin arttırılması, yeni üretim yöntemleri öğrenilerek yurt içinde faaliyet gösteren firmaların verimlilik artı sağlaması gibi nedenlerle yurt dışında ileri teknolojiye sahip şirketlerin alımları devlet tarafından desteklenmektedir.

İleri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak yurt dışında yerleşik şirketlerin alımına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler şirket için %75 oranında ve yıllık 500.000 USD' ye kadar desteklenir. Satın alınan şirketin danışmanlık giderlerinin desteklenmesi için Bakanlıktan ön onay alınması gerekmektedir.

Satın alınacak yurt dışında, yerleşik şirketin ileri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak nitelikte olduğuna ilişkin karar; Bakanlığın yanı sıra TÜBİTAK ve/veya başvuru bazında gerekli görülen üniversite, ileri teknoloji enstitüsü ve diğer kamu kurum/kuruluş temsilcilerinin katılımıyla oluşturulacak Değerlendirme Komisyonu tarafından oybirliği ile karar verilir. İleri teknolojiye sahip yurt dışı şirket alım desteğine başvuru için, ön onay başvuru formu, kredi-faiz desteği ödeme talep formu, taahhütname ve beyanname ile birlikte Bakanlığa yapılmaktadır.

4.1.3.Sektörel Ticaret Heyeti ve Alım Heyeti Programı Desteği

Sektörel Ticaret Heyeti; İhracatının arttırılması, yeni pazarlar bulunması ve ülkenin ekonomik ve ticari açıdan tanıtımı amacıyla ülkede yerleşik şirketler, kurum ve kuruluşlar ile görüşmelerini, ilgili tesisleri yerinde görmelerini ve meslek kuruluşlarını ziyaret etmelerini sağlamak amacıyla Bakanlık Koordinasyonunda işbirliği kuruluşlarınca üyesi şirketlere yönelik olarak düzenlenen dış ticaret organizasyonudur.

Sektörel Alım Heyeti; Yurt dışından ülkeye davet edilen üretici ve ithalatçı firma yetkilileri, kurum ve kuruluş temsilcileri ve basın mensuplarının ihracatçı firma temsilcilerimizle ikili iş görüşmeleri gerçekleştirmeleri, meslek kuruluşları ile görüşmeleri, ihracata yönelik faaliyet gösteren tesisleri yerinde görmeleri ve ülkede düzenlenen fuarları ziyaret etmeleri suretiyle ihracatın arttırılması, ihraç ürünlerinin çeşitlendirilmesi, ihraç ürünlerine yeni pazarlar bulunması ve mevcut pazar paylarımızın korunmasını teminen Bakanlık Koordinatörlüğünde ve ihracatçı birlikleri organizasyonunda veya ihracatçı birlikleri ile organizatör kuruluş iş birliğinde gerçekleştirilen programlardır.

Bakanlık koordinasyonunun işbirliği kuruluşlarınca düzenlene sektörel ticaret heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına 100.000 USD' ye kadar, alım heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına 75.000 USD' ye kadar desteklenir. Bakanlığın hedeflerine uygun olması halinde desteğin oranı 10 puan daha arttırılır.

Her bir sektörel ticaret heyetine en fazla iki şirket çalışanı katılabilir. Katılımcıların destek kapsamında aşağıdaki giderleri desteklenir;

- Ulaşım; Ulaşımda kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs biletleri ile toplu taşımaya yönelik araç kiralama giderleri,
- Konaklama; Sektörel ticaret heyetlerinde bir şirket/SDŞ en fazla iki kişi, alım heyetlerinden bir davetli şirket/kuruluşlarının en fazla kişi başına günlük 150 USD' ye kadar konaklama(oda+kahvaltı) giderleri,
- Tanıtım ve Organizasyon Giderleri; Tercümanlık giderleri, Seminer/konferans/toplantı/iki görüşmelerin yapılacağı yerlerin kiralama giderleri, fuar katılımına ilişkin giderler, görsel ve yazlı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler hizmet giderleri, sergilenecek ürünlerin nakliye giderleri destek kapsamındadır.

Ticaret Heyeti ve Alım Heyeti Programı kapsamına alınmak için ilgili işbirliği kuruluşunun program başlangıç tarihinden en az üç ay önce program taslağını ve tahmini bütçesi ile Bakanlığa başvuruda bulunması gereklidir. Özel ve zorunlu hallerde belirtilen süre ve bütçeler Bakanlık tarafından esnetilebilir. Programların destek kapsamına alınmasında Bakanlık yetkilidir. Bakanlıkça uygun bulunan firmalar destek kapsamına alınır.

Onaylanan sektörel ticaret heyetlerinde faaliyetlerin koordinasyonunu yapmak üzere işbirliği kuruluşlarınca bir ön heyet düzenlenebilir. Ön heyetin yurt dışında görevlendirdiği iki kişiye ait ulaşım ve konaklama giderleri destek kapsamında desteklenir.

4.1.4.E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği

İnternetin hayatımızda her geçen gün daha fazla yer kapladığını düşünürsek ve alıcılara daha kolay ulaşmayı sağladığını da kabul edersek, firmaların/SDŞ' lerin e-ticaret siteleri hem zaman hem de maliyet avantajı sağlayacaktır. Bu doğrultuda e-ticaret siteleri firmalar/SDŞ' lerin ürünlerini çok daha kolay ve hızlı şekilde alıcı bulmasını sağlamaktadır. Devlet tarafından e-ticaret sitelerine toplu üyelik giderleri %80 oranında desteklenir. Toplu üyeliklerde başvuruda yer alan her bir şirket için işbirliği kuruluşlarına e-ticaret sitesi başına yıllık en fazla 2000 USD destek verilir. Toplu üyeliklerde desteğinden yararlanabilmek için başvuruda en az 250 şirketin yer alması gerekir. E-Ticaret sitelerine üyelikten yararlanmak isteyen şirketlerin aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekmektedir;

- Şirket tanımına uymak ve işbirliği kuruluşunun üyesi olmak,
- Ana faaliyet olarak hizmet sektöründe yer almamak,
- Aynı site için toplu üyelik desteğinden üç yıl yararlanmamış olmak.

Bu özellikleri taşıyan firmaların bir sonraki adımıysa üye olunacak e-ticaret sitesinin özelliklerini öğrenmek. Üye olunacak e-ticaret sitesinin aşağıdaki özelliklere sahip olması gereklidir. Bunlar;

- Onay talep edilen site en az 2 yıldır kullanımda olmalıdır.
- Aynı firma tarafından sahip olunan/işletilen/altyapısı paylaşılan ve benzer nitelikli hizmetleri sunan sitelerden yalnızca birine onay verilir.
- E-ticaret sitesi özgün olarak geliştirilmelidir.
- Site altyapısı tüm internet tarayıcılarında sorunsuz çalışacak şekilde tasarlanmalı ve sitede yer alan linkler aktif olmalıdır. Site en az %99 oranında erişilebilir olmalı ve sitenin trafik altyapısı yoğun site ziyaretlerini kaldırabilecek seviyede olmalıdır.

- Merkezi Türkiye’de bulunan sitelerin, kullanmakta olduğu trafik izleme program raporlarının görüntülenebilmesi için Bakanlığa kullanıcı adı-şifre tanımlanmalıdır. Aynı IP üzerinden ya da site içeriği ile ilgisiz IP bloklarından yoğun olarak giriş yapıldığı tespit edilen sitelere onay verilmez.
- Sitenin Alexa dünya sıralaması, yabancı siteler için en fazla 200.000, merkezi Türkiye’de bulunan siteler için en fazla 500.000 olmalıdır.
- Google üzerinden “site: site adı” formatında yapılacak indekslenmiş aramalarda en az 30.000 sonuç gösterilmesi gerekir. E-ticaret hizmetlerine ait içerik sitenin alt alanında yer alıyorsa, arama yapılırken alt alan adı esas alınır (“site adı/alt alan, alt alan.site adı vb.”).
- Merkezi Türkiye’de bulunan sitelerin, Google Analytics üzerinde hesabı olmalı ve Bakanlıkça erişimin sağlanması için ekonomi.etd@gmail.com hesabına yetki verilmelidir.
- Merkezi Türkiye’de bulunan e-ticaret sitelerinin son 12 ayda, her ay için oturum (tekil ziyaretçi) sayısı en az 10.000 olmalıdır. Bu sayının bakım, yenileme gibi durumlarda sağlanamaması halinde sitenin onayının devamına Bakanlık(İhracat Genel Müdürlüğü) karar vermeye yetkilidir.
- Merkezi Türkiye’de bulunan e-ticaret sitelerinin toplam yıllık ziyaretçilerinin %50’sinin yabancı kaynaklı olması gerekir. Yıllık yurtdışı ziyaretçi sayısı en az 200.000 olan sitelerde bu koşul aranmaz.
- Sitede ürün veya firma zorunlu olmak üzere en az 1 sorgulama filtresi bulunmalıdır. Site içeriği yeterli seviyede olmalıdır.
- Merkezi Türkiye’de bulunan e-ticaret siteleri çoklu dil desteği sağlamalı ve yabancı dildeki sayfalarında Türkçe ifade yer almamalıdır.
- Ücretli üye şirketlerin profil sayfalarında unvan, iletişim ve faaliyet bilgileri yer almalıdır.
- Bakanlıkça gerekli görülmesi halinde sitenin üye firma ekranlarına erişim için Bakanlığa “test firma” kullanıcı adı ve şifresi verilmelidir.

Şirket özelliklerine ve üye olunacak e-ticaret sitesi istenilen özellikleri taşıması durumunda proje başvuru formu, proje grubu başvuru formu, ödeme talep formu, taahhütname ve beyanname belgeleri ile birlikte ödeme tarihinden en geç altı ay içerisinde Bakanlığa yapılır. Altı aylık sürenin hesaplanmasında Bakanlığa evrak giriş tarihi esas alınır. İşbirliği kuruluşlarının sitelere yapacağı ödemelerin Bakanlık tarafından iletilecek proje grubu onay bildiriminden sonra olması gerekir. E-ticaret sitesinin düzenleyeceği fatura süresinin en fazla bir yıl olması gereklidir. Çünkü bir yıl destek bir yıllık süreyi kapsamaktadır. Topu üyeliklerde üye olunacak e-ticaret sitesinin Bakanlıktan onay alınmış siteler olması gereklidir. Bu sitelerde yer alan reklam ve bonnerler bu destekte desteklenmezler. Siteye üye olunma zorunluluğu vardır.

Destekten en fazla beş e-ticaret sitesi için yararlanılabilir. Toplu üyelik başvurularında yer alan şirketlerin aynı site için en fazla üç yıllık üyeliği desteklenir.

Şartları taşıyan işbirliği/SDŞ' lerin Bakanlıkça gerekli incelemeleri yapılmasına müteakip ödeme yapılacak kuruluş ve ödeme tutarı TCMB' ye bildirilir. TCMB bildirilen hesap numaralarına ödemeleri yapar.

Ürünlerin yurt dışına elektronik ortamda pazarlanabilmesi amacıyla Bakanlıkça uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderlerinin karşılanması bu desteğin amacıdır (Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı Yatırım Destek Ofisi, 2013, s. 31). Türkiye' de Bakanlıkça onaylanmış e-ticaret sitelerinin bazıları;

- ✓ bysharing.com
- ✓ chemorbis.com
- ✓ globalpiyasa.com
- ✓ steelorbis.com
- ✓ turkishexporter.net
- ✓ yatirimyeri.com

Bakanlığın onay verdiği yabancı e-ticaret sitelerinden bazıları;

- ✓ alibaba.com(Çin)
- ✓ mfg.com(ABD)
- ✓ tiu. ru(Rusya)
- ✓ zodel.com(İsviçre)
- ✓ kompass.com(Fransa)
- ✓ fordaq.com(Belçika)
- ✓ ec21.com(Güney Kore)

4.1.5.Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi

Şirketler tarafından çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini teminen akredite edilmiş kurum ve/veya kuruluşlardan alınan yurt dışı pazara giriş belgelerinin belgelendirme işlemleriyle Küresel Tedarik Zincirinin(KTZ) daha etkin bir tedarikçi olarak katılmalarını sağlamak için ara malı üretim ve ihracat yetkinliklerinin artırılmasına yönelik gerçekleştirilen harcamaların belirli bir bölümünün Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan karşılanmasının temel alır (Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi Tebliği). Pazara giriş belgeleri desteği kendi içerisinde iki bölüme ayrılmaktadır. Bunlar;

4.1.5.1.Firmaların Pazara Giriş Belge Desteği

Uluslararası bir pazara girişte zorunlu olan veya avantaj sağlayacak olan belgelerin devlet tarafından desteklenerek alınmasını kapsamaktadır. Bu belgeler insan can, mal emniyeti ve güvenliği, tarım ürünlerine ilişkin laboratuvar işlemlerini kapsayan belgelerdir. Bu desteğe ilişkin giderlerin %50 oranında ve şirket başına yıllık en fazla 250.000 USD' ye kadar desteklenmektedir. Üst sınırın belirlenmesinde bir takvim yılı içinde yapılan başvurular dikkate alınarak hesaplanır. Şirketler tarafından gerçekleştirilen giderler ve belirlenen belgelerin alınış tarihinden itibaren en geç altı ay içerisinde üyesi oldukları İBGS(İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği)' ne ibraz etmesi gerekmektedir. Onaylanan destekler TCMB' ye bildirilir ve şirketin ilgili Bankasına destek tutarı ödemesi yapılır. Altı aylık sürenin hesaplanmasında başlangıç belge ödeme tarihi bitişinde ise bakanlığa evrak giriş tarihi esas alınır.

4.1.5.2.Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projesi;

Küresel Tedarik Zinciri; Hammadde, ara malı ve ara malların nihai ürüne çevrilmesi, ara malı/nihai ürünlerin müşterilere dağıtımı ve satış sonrası hizmetler safhalarını içeren üretici ve dağıtıcılardan oluşan küresel ağıdır.

Şirketlerin küresel firmalarla tedarikçi ilişkisi kurmalarını sağlayacak ve bu süreçte belge desteklerin bakanlık tarafından bir kısmının desteklenmesi amaçlanmıştır. Destekten yararlanmak isteyen projeler Bakanlık tarafından içerik, şekil ve bütünlük açısından incelenir. İbraz edilen belgelere yönelik ön inceleme yapılır. Ön inceleme sırasında projenin aşağıdaki yetkinlikleri değerlendirilir;

- Mevcut üretim yetkinliği ve geliştirme potansiyeli
- Finansal Performans
- Bilgi Sistemleri Yönetimi
- Organizasyon ve İnsan Kaynakları

Ön inceleme çalışmasının yanı sıra gerekli görülen durumlarda Bakanlık yetkilileri başvuru sahibi tedarikçiye yerinde inceleyebilir.

KTZ Projesi destek kapsamında bulunan faaliyetler;

1. Makine, Ekipman, Donanım Alım; KTZ katılım süreçlerinde ihtiyaç duydukları seri üretim amaçlı kullanılmayan, ürün geliştirme, test//analiz doğrulama, kalite kontrol veya ölçme amaçlarına hizmet edecek makine, ekipman ve donanım alımı destek kapsamındadır. Proje dahilinde alınacak makine, ekipman ve donanım satın alınma tarihinden itibaren üç yıl boyunca başka bir şirket/kuruluşa satılamaz.
2. Yurt Dışı Ofis-Depo Harcamalarının Desteklenmesi; Tedarikçilerin, tedarik ilişkisi çerçevesince yurt dışında açtığı/açacağı ofise veya depoya ilişkin kira giderleri proje süresince desteklenir. Kiralama yerinin konut olarak kullanılmaması gereklidir.

3. Yazılım Alımının Desteklenmesi; İhtiyaç duyulan ve Bakanlıkça uygun bulunan yazılımlar olabilir veya mevcut yazılımların güncellenmesine ait giderler destek kapsamındadır. Proje dahilinde alınacak yazılım, satın alınma tarihinden üç yıl boyunca başka şirkete/kuruluşa satılamaz.
4. Eğitim, Danışmanlık ve Müşteri Ziyaretlerinin Desteklenmesi; Bakanlıkça uygun bulunan konularda eğitim veya danışmanlık hizmetleri destek kapsamındadır.
5. Sertifika, Test/Analiz, Ürün Doğrulama Harcamalarının Desteklenmesi; Pazara giriş belgeleri listesinde yer alan veya Bakanlıkça uygun bulunan sertifikasyon, test/analiz raporları ve ürün doğrulama giderleri desteklenir. Bakanlıkça desteklenen bazı sertifikalar; ADR Sertifikası, ABZOO CODE, BRC Sertifikası, DIN Serisi Sertifikasyonu, NF İşareti, Yangın Sertifikaları, ..., v.b. Bu destek kapsamında bir şirketin azami iki projesi iki yıl süresince %50 oranında ve toplamda 1.000.000 USD' ye kadar desteklenir.

Destek kapsamında bir şirketin azami bir projesi iki yıl süresince %50 oranında ve toplamda 1.000.000 USD' ye kadar desteklenir.

Bakanlık KTZYP başvurularını ihracat stratejisi ve politikaları ile şirketin yer aldığı sektördeki küresel tedarik zinciri katılım ve sürdürülebilirlik potansiyeli çerçevesinde içerik, amaca uygunluk, bütçe ve proje yönetim kapasitesi açısından değerlendirerek sonuçlandırır. Uygun olması halinde TCMB' ye ödemeyi bildirir ve TCMB proje hesabına destek ödemesini aktarır.

4.2.Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği

Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği 8/2010 yılına kadar eğitim desteği adı altında yürütülmekteydi ancak 9/2010 tarihinden sonra kapsamı genişletilerek UR-GE(Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi) desteği uygulamalarını geçilmiştir (Mete & Akyazı, 2017, s. 93). Türkiye’ de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler il işbirliği kuruluşlarına, Bakanlıkça Tebliğ amaçlarına uygun olarak gerçekleştirilecek olan; uluslararası rekabet güçlerinin geliştirilmesine yönelik şirket, İşbirliği kuruluşları ve Bakanlık tarafından gerçekleştirilecek faaliyetlerin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan desteklenmesini kapsamaktadır (Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme Tebliği).

Bu destek kapsamında UR- GE ve eğitimcilerin düzenleyeceği eğitim programlarını desteklemekteydi. 2016 yılında Tebliğ’ de yapılan değişiklikler ile ‘Eğitimcilerin Düzenleyeceği Programları’ yürürlükten kaldırıldı. UR-GE projelerinden sonra firma bazlı ve/veya işbirliği kuruluşu altında uygun görülmesi halinde eğitim destekleri verilmeye başlandı.

UR-GE Destekleri Dört Aşamadan Oluşmaktadır;

1. İşbirliği Kuruluşunun Proje Sunumu – İhtiyaç Analizi ve İstihdam
2. Eğitim/Danışmanlık/Küme Tanıtım Faaliyetleri
3. Yurt Dışı Pazarlama Faaliyeti ve Alım Heyeti
4. Bireysel Danışmanlık

4.2.1.İşbirliği Kuruluşunun Proje Sunumu – İhtiyaç Analizi ve İstihdam

UR-GE projelerinin ilk aşaması şirketlerin rekabet güçlerini ve ihracat kapasitelerini geliştirmesini teminen şirket, sektör, pazar analizi, tedarik zinciri analizi, ortak vizyon oluşturma, sektör trendlerini belirleme, yurt dışı pazar analizleri yapılarak ihracat potansiyeli belirlenir. Proje iş planı, ihracat stratejisi ve projenin üç yıllık yol haritası ile birlikte Bakanlığa en az iki ay önceden başvuruda bulunulur. Bakanlıkta proje değerlendirme komisyonu, proje/faaliyet başvurularının ihracat stratejisi ve politikaları çerçevesinde amaca uygunluk, projenin bütçe uyumu ve işbirliği

kuruluşunun proje yönetim kapasitesi açısından değerlendirir. Bakanlıkça uygun bulunması halinde ve projenin performansına göre iki yıla kadar projeyi uzatabilir. Projenin değerlendirilmesi ve sonuçlandırılması Bakanlık tarafından yapılır.

Projenin Bakanlık tarafından onaylanması durumunda üç yıllık projeler için toplam destek oranı %75 ve destek üst limiti 400.000 USD' dir.

4.2.2.Eğitim/Danışmanlık/Küme Tanıtım Faaliyetleri

Projenin Bakanlıkça onaylanmasının ardından işbirliği kuruluşunun(Küme) yurt dışında tanıtımları yapılmaktadır. Kümenin tanıtımına ilişkin aşağıdaki faaliyetler desteklenmektedir;

- Küme web sitesi tasarımı
- Küme tanıtım kitapçığı ve broşürlerin; tasarımı ve basımı
- Küme tanıtım filminin hazırlanması
- Yazılı ve görsel tanıtımda çıkan küme tanıtımları
- Küme danışmanlık ve eğitim hizmetleri;
 - Dış Ticaret Yönetimi
 - Markalaşma
 - İnovasyon ve kümelenme
 - Kurumsallaşma ve insan kaynakları yönetimi
 - Kalite ve verimlilik
 - Proje ve/veya stratejik yönetim
 - Kalite ve verimlilik
 - Proje ve/veya stratejik yönetim
 - Finansal ve risk yönetimi
 - Moda ve tasarım faaliyetleri

Destek kapsamındadır. Yalnızca Türkçe olan veya yurt içine yönelik yapılan tanıtım faaliyetleri desteklenmektedir.

Bu aşamada UR-GE projelerinin kümelenme anlayışı temelinde planlanması ile proje faaliyetlerinin organizasyonu ve koordine edilmesine yönelik olarak işbirliği kuruluşları tarafından istihdam edilen en fazla iki uzman personelin istihdam giderleri en fazla %75' i proje süresince desteklenir. İstihdam edilen uzman personelin her biri için proje süresince ilgili işbirliği kuruluşunun emsal personeli istihdam gideri esas alınır.

4.2.3.Yurt Dışı Pazarlama ve Alım Heyeti Faaliyetleri

Yurt Dışı Pazarlama Faaliyetleri; Kümenin ve faaliyetlerinin yapacağı kurum ziyaretleri, yurt dışı fuar katılımları, eşleştirme faaliyetleri ve faaliyetlerin tanıtımlarına ait; en fazla iki kişi konaklama ve ulaşım giderleri, tanıtım ve organizasyon giderleri, görsel ve yazılı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler giderleri, fuar katılım ücretleri, sergilenecek nakliye giderleri ve toplantı/ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderlerinin destek oranı %75 ve üst limiti 150.000 USD' dir. Bu destek kapsamında on adet pazarlama faaliyetleri desteklenmektedir.

Yurt Dışı Alım Heyeti Faaliyetleri; Yurt dışında alıcı firmaların Türkiye'den alım yapmaları için proje bazlı alım heyeti programları faaliyetleri; yurt dışında yerleşik firmaların ve basın mensuplarının Türkiye' ye davet edilerek ikili iş görüşmeleri gerçekleştirmeleri, tesis ziyaretleri, meslek kuruluşu ziyaretlerine ilişkin faaliyetlerin; en fazla iki kişilik ulaşım ve konaklama giderleri, tanıtım ve organizasyon giderleri, tercümanlık giderleri, seminer/konferans/toplantı/ikili görüşme yapılacak yerlerin kiralama giderleri, görsel ve yazılı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler hizmet giderleri %75 oranında ve destek üst limiti 100.000 USD' ye kadar desteklenir. Faaliyetler kapsamında on adet faaliyet desteklenmektedir.

4.2.4.Bireysel Danışmanlık

İhtiyaç analizi, eğitim ve/veya danışmanlık faaliyetleri ile yurt dışı pazarlama ve alım heyeti faaliyetlerine katılan şirketler, Bakanlıkça uygun görülen konularda proje bazlı bireysel danışmanlık hizmeti alınabilir. Bireysel danışmanlıkta yararlanabilecek faaliyetler; bilgi ve iletişim teknolojisi, finansal yönetim ve risk yönetimi, kalite ve verimlilik, üretim ve tedarik zinciri yönetimi, Bakanlıkça uygun görülen firma ihtiyaçlarına özgü diğer konularda danışmanlık alımlarını kapsar.

Proje bitimine müteakip şirketler bireysel danışmanlık desteğinden yıllık 50.000 USD kadar %70 oranında yararlanabilirler. Üç yıla kadar destekten yararlanma hakları vardır. Proje bitiminden sonra en geç altı ay içerisinde başvurular Bakanlığa yapılır. Başvurular Bakanlık tarafından sonuçlanır.

UR-GE faaliyetlerine ilişkin destek ödemeleri faaliyet bitiş tarihinden itibaren en geç üç ay içerisinde Bakanlığa yapılır. Üç aylık sürenin hesaplanmasında Bakanlığa evrak girişi esas alınır. Eksik belge olması durumunda Bakanlık iki ay ek süre verir. Üç aylık süre ve verilen ek iki aylık sürenin hesaplanmasında Bakanlığa evrak teslim tarihleri dikkate alınır. Gerekli incelemeler yapıldıktan sonra Bakanlıkça olumlu sonuçlanan projelerin destek ödemeleri TCMB' ye bildirilir.

4.3.İhracatçıya Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği

Bu destek ihracatımızın ve Türkiye' de yatırım malı niteliğindeki ürünlerin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün ve ihracat potansiyellerinin arttırılması amacıyla destekten Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş.' nin yararlandırılmasını kapsamaktadır (İhracatçıya Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği Tebliği).

Destek kapsamındaki faaliyetler;

4.3.1.Eximbank’ ın uyguladığı Faiz Oranı ile CIRR Arasındaki Farkın Desteklenmesi

Eximbank tarafından kullanılan orta ve uzun vadeli yatırım malı niteliğindeki mal ihracatı alıcı kredilerinde(yurt içi ve/veya yurt dışı bankalar aracılığıyla kullanılan alıcı kredileri ile alıcı veya bankasının kredi hesaplarında izlen iskonto kredileri dahil) Eximbank’ ın uyguladığı faiz oranı ile CIRR arasındaki farka tekabül eden faiz giderlerinin tamamı desteklenir.

Bu destekten yararlanmak isteyen şirketlerin başvuru dilekçesi, faiz farkı hesaplama tablosu ve Bakanlık tarafından talep edilecek diğer belgelerle birlikte başvurularını Bakanlığa yapılabilir. Başvurular yılda bir kez bir önceki yıla ait olarak 31 Mart tarihine kadar Bakanlığa yapılır. Bakanlık incelemenin ardından tutarı TCMB’ ye bildirir.

4.3.2.İhracat Kredi Sigorta Desteği

Eximbank ihracat Kredi Sigortası Programları dahilinde sigorta kapsamına alınan ve yıllık olarak düzenlenen reasürans anlaşması çerçevesinde reasü edilen risklerden doğan tazminat ödemeleri neticesinde oluşan zarar rasyosunun takvim yılı bazında %60’ ın üzerine çıkması durumunda, bu oranın üzerinde kalan tazminat tutarının reasürans anlaşmasında belirlenen Eximbank payına düşen girdilerinin yıllık en fazla 20 Milyon USD’ ye kadar kısmı desteklenir.

İhracat Kredi Sigortası Tazmin Desteği zarar rasyosunun %60’ ın üzerine çıkması durumunda takvim yılı sonunda; başvuru dilekçesi, sigorta tazmin desteği özet tablosu ve Bakanlık tarafından talep edilecek diğer belgelerle birlikte Bakanlığa başvuru yapılabilir. Başvurular yılda bir kez bir önceki yıla ait olarak 31 Mart tarihine kadar bakanlığa yapılır. Bakanlık incelemenin ardından tutarı TCMB’ ye bildirir.

4.3.3.Proje Bazlı İhracat Sigorta Desteği

Eximbank İhracat Kredi Sigortası Programları dâhilinde özellikle yatırım malı makine, teçhizat gibi orta ve uzun vadeli sigortaya konu spesifik nitelikteki mal ihracatının sigortalanmasına yönelik işlemlerde, Eximbank tarafından herhangi bir reasürör bulunmaması ve/veya reasürans tutarının yetersiz olması durumunda, Eximbank tarafından yapılan tazminat ödemelerinin reasüre edilmeyen kısmı %50 oranında ve yıllık en fazla 100 Milyon USD' ye kadar desteklenir.

Proje bazında İhracat Sigorta Desteği Başvurusu için Bakanlıktan ön onay alınması gereklidir. Ön onay için başvuru dilekçesi ile birlikte Bakanlığa Başvuru yapılır. Ön onayın ardından sözleşme, proje bazlı ihracat sigorta desteği ön onay formu, proje ile ilgili detaylı raporlar, ödeme belgeleri ve Bakanlıkça talep edilecek diğer belgelerle birlikte başvuru tamamlanır. Başvurular yılda bir kez bir önceki yıla ait olmak koşuluyla 31 Mart tarihine kadar yapılır. Bakanlık tarafından onaylanan başvuruların destek ödemelerinin bildirimi TCMB' ye yapılır. TCMB' de ilgili firmanın banka hesabına destek tutarını öder.

4.4.Fuar Katılım Desteği

Türk Ticaret Kanunun hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirketler ile Türkiye' de yerleşik kurum, kuruluş veya üretici/imalatçı organizasyonlarının yurt dışı fuar organizasyonlarına iştiraklerine ve Bakanlıkça belirlenerek ilan edilen yurt dışında düzenlenen sektörel nitelikte uluslararası fuarlar listesinde yer alan fuarlara bireysel katılımları ile ihracatın arttırılması için fuar organizasyonlarının sağlıklı bir şekilde yürütölmesini teminen, belirlenecek organizatörlerin görev ve sorumluluklarının tespit edilmesi ve faaliyetlerinin değerlendirmesini kapsar (Yurt Dışında Fuar Düzenlenmesi ve Değerlendirilmesine İlişkin Tebliğ).

Fuar katılım desteği katılımcıların en çok hata yaptığı destek türüdür. Bu destekten yararlanmak isteyen firmaların ihracatçı birliğine üye olması ve Bakanlığın belirlediği fuarlardan birine katılmış olması gerekmektedir. Bakanlık internet siteleri üzerinden katılabilecekleri fuarları yayımlamaktadır.

Ekonomi Bakanlığı tarafından her yıl ihracatın ülke ve pazar bazında çeşitlendirilmesi ve firmaların hedef pazar olarak nitelenen ülkelere yönlendirilmesi amacıyla yönelik olarak, “15 Hedef Ülke” belirlemektedir. Hedef ülkelerde düzenlenen fuarlara iştirak eden katılımcılar için normal şartlar uygulanmakta olan destek oranına 20 puana kadar daha ilave puan yaparak firmalar desteklerden yararlanmaktadır (Ersan, 2012, s. 57-58).

4.4.1.Bireysel Fuar Katılım Desteği

Katılımcıların bireysel olarak katılabileceği fuarlar, Bakanlık tarafından ilan edilir ve fuara katılım kapsamında yapılacak destek başvuruları, katılımcı tarafından fuar öncesinde veya fuarın bitimini müteakip üç aylık süre içerisinde banka hesap bilgilerini içeren taahhütname, kayıtlı elektronik posta adreslerini içerir ve ilgili kişiler tarafından imzalanmış beyanname, katılımcıya ait imza sirküleri veya örneği ve fuar metrekaresi bilgisini teşvik edecek belgenin(fatura, sözleşme, ödeme belgesi..vb) aslı veya örneğiyle birlikte ilgili İhracatçı Birliğine yapılır. Başvurular katılımcının üyesi olduğu ihracatçı birliğine, ihracatçı birliğine üye değil ve ihracatçı birliğine üyelik şartı yoksa herhangi bir ihracatçı birliğine başvuruda bulunulabilir.

Bireysel katılımlarda destek kapsamında stant kirası, ürünlerin nakliyesi ve ekonomi sınıfı uçuşları fuar katılım destekleri oranında desteklenmektedir. Bireysel katılımı desteklenen sektörel nitelikli uluslararası fuarlar listesine eklemek için Bakanlığa başvuruda bulunulabilir. Fuar başlamadan bir ay önce Bakanlığa iletilmesi gerekmektedir. Bakanlık bireysel katılımı desteklenen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlar listesine fuar ekleme taleplerini özel ve zorunlu hallerde değerlendirmeye alır ve sektörel nitelikli uluslararası fuarlar listesine eklenebilmesi için bazı şartları sağlaması gerekmektedir. Bu şartlar;

- a) Konusu itibariyle sektörel nitelikli,
- b) Uluslararası nitelikli,
- c) Önceki yıl/yıllardaki performansının değerlendirilebiliyor,
- d) İngilizce dil seçeneği bulunan kurumsal bir internet sitesinin mevcut olması gereklidir.

Bakanlık bu şartlara uymayan başvuruları değerlendirmeye almaz. Ancak Bakanlıkça fuarlarda bir fayda görülmesi halinde bu şartlar esnetile bilir veya aranmayabilir.

Bireysel olarak katılabileceğiniz ve Bakanlıkça onaylı fuarlardan bazıları;

- AGENDA SHOW; ABD(Long Beach)' de düzenlenen bu fuarın faaliyet alanı Hazır Giyim ve Tekstildir,
- Heimtextil; Almanya(Frankfurt)' da düzenlenen bu fuarın faaliyet alanı Ev tekstil Ürünleridir,
- Eltex; Almanya(Nürnberg)' de düzenlenen bu fuarın faaliyet alanı Enerji ve Enerji teknolojileridir.

4.4.2.Yurt Dışı Fuarlara Milli Katılım

4.4.2.1.Yurt Dışı Fuarlarında Organizatör Desteği

Bakanlıkça görevlendirilen organizatörün, yurt dışı fuar organizasyonuna yönelik olarak Türk İhraç ürünlerinin, sektör/sektörlerin ve/veya katılımcıların ve/veya yurt dışı fuar organizasyonun tanıtımı amacıyla yurt dışında gerçekleştirmek üzere;

- a) Defile,
- b) Fuar konusu sektörler ile ilgili seminer, basın toplantısı veya duyuru,
- c) Reklam panoları, afiş, katalog, broşür/kitapçık biçimindeki tanıtım etkinlikleri,
- ç) Elektronik ortamda tanıtım/videowall, multivizyon gösterileri,
- d) Kitle iletişim araçlarında yayınlanacak reklamlar,
- e) Toplam alanı 25 m²'yi geçmemek üzere, fuar konusu sektörlerin, katılımcıların veya Türk ihraç ürünlerinin tanıtımı ve katılımcı firmalar tarafından ihtiyaç duyulan iletişim hizmetlerini vermeye yönelik info stant,
- f) “Türkiye Markası Standı” ve “Türkiye Markası Standı” projesinin bir unsuru ve devamı olarak fuar yerleşkesi içerisinde oluşturulması planlanan gösteri/etkinlik/trend alanı,
- g) “Türkiye Markası Standı” bulunmayan fuarlarda katılımcılara kiralanan toplam fuar alanının %15’ini geçmemek üzere gösteri/etkinlik/trend alanı, harcamaları destek kapsamındadır.

Tanıtım faaliyetlerine yönelik harcamalar, katılımcılarca kiralanan yerin metrekaresi cinsinden fuar alanının katılım bedeli ile çarpımı sonucunda bulunacak tutarın %25’ ini geçmemek üzere; yurt dışı fuarının genel nitelikli olması halinde 80.000 USD, sektörel nitelikte olması halinde 120.000 USD’ ye kadar %75 oranında desteklenir.

Yurt dışı fuar organizasyonlarında altmışın üzerinde katılımcı olması halinde %25' lik üst limit aranmaz. Fuarın sektörel nitelikli olması halinde Bakanlıkça uygun görülmesi halinde 120.000 USD' ye ek olarak yapılan harcamaların %75' ini geçmemek üzere 80.000 USD' na kadar ek ödeme yapılır.

Başvurular değerlendirilirken aynı sektörde ve aynı ülkede üç ay öncesi ve sonrasında bir yurt dışı fuar organizasyonu olup olmadığı ve fuarın özelliği itibariyle ülkemizin ihracatına olan katkıları değerlendirilir. Bunlara ek olarak organizatörün geçmiş yıllarda yaşamış olduğu organizasyonlar ve gözlemci raporları değerlendirilerek Bakanlıkça uygun görülen yurt dışı fuar organizasyonuna Bakanlıkça organizatör yetkilendirilir. Bir yıl içinde aynı ülkede en fazla bir fuar düzenlenmesine müsaade edilir.

Başvurusu onaylanan organizatör fuar başlamasından en geç bir ay içerisinde İBGS katılımcıların bilgileri, fuar bilgileri, katılımcıların hesap bilgileri ve bakanlıkça istenen diğer belgelerle birlikte başvuru yapılır. Başvuru dosyasında eksik belgelerin olması durumunda dosyaların teslim tarihinden itibaren 15 gün içerisinde tebligat yapılması suretiyle, başvuru dosyalarının fuar bitişinden en geç üç ay içinde tamamlanması gerekmektedir. Aksi halde organizatörün bu yükümlülüğü yerine getirmemesi puanlarında bu durumun dikkate alınmasına neden olur.

4.4.2.2.Sektörel Nitelikli Yurt İçi Fuarların Desteği

Bakanlık tarafından belirlenen sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarların dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması amacıyla organizatörlerin yapacakları harcamalar ile katılımcıların harcamalarını Bakanlıkça belirlenecek kriterler çerçevesinde tanıtım faaliyetleri için azami %75' e kadar olmak üzere, her bir yurt içi fuar için yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım faaliyetlerinde 150.000 USD' ye kadar, yurt içinde tanıtım faaliyetlerine ilişkin 50.000 USD' ye kadar desteklenir. Katılımcıların yer kirası, stand konstrüksiyonu için ödenen fatura tutarının %50 oranında ve azami 30.000 TL' ye kadarı destek kapsamında katılımcılara ödenmektedir. Bu destekle ilgili harcamalar DFİF' den karşılanmaktadır.

Bu destekten Bakanlıkça belirlenen şartlara haiz sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarları düzenleyen organizatörler ve katılımcılar yararlanabilir. Bir takvim yılı içerisinde katılımcıların yararlanacağı desteklerinin yurt içi fuar katılım sayısı, destek oran ve miktarları Bakanlıkça sınırlandırılabilir.

Yurt içi fuarlara ilişkin yurt dışında gerçekleştirilecek tanıtım faaliyetlerinin kapsamı;

- Yurt içi fuarın konusu ile ilgili seminer, konferans, toplantı ve duyuruların yapılması,
- Reklam panoları, afiş, katalog, broşür/kitapçık biçimindeki etkinlikler,
- Elektronik ortamdaki tanıtımlar,
- Kitle iletişim araçlarında yayınlanacak reklamlar,
- Yurt içi fuarın konusu sektör/sektörlerde düzenlenen uluslararası yurt dışı fuar ziyaretleri kapsamında en fazla iki organizatörün ulaşım ve konaklama giderleri,
- Yurt içi fuarın konusu sektör/sektörlerde düzenlenen uluslararası yurt dışı fuarlarda gösteri/etkinlik/trend alanları destek kapsamındadır.

Yurt içi fuarlara ilişkin yurt içinde gerçekleştirilecek tanıtım faaliyetlerinin kapsamı;

- Fuarlara yurt içinden katılımcıların katılımı ve ziyaretçi sayının artırılması için fuar öncesinde ve fuar sırasında gösteriler, etkinlikler, trend alanları ve fuarın tanıtımı için yapılacak harcamalar destek kapsamındadır.
- Organizatörlerin bu karar kapsamındaki tanıtım desteklerinden yararlanabilmesi için, yurt içi fuarın yurt dışında tanıtımının yapılması esas olup; tanıtım harcamalarının ağırlıklı olarak yurt dışında yapılması zorunludur. Yalnız veya ağırlıklı olarak yurt içinde yapılan tanıtım harcamalarına yönelik destek başvuruları değerlendirmeye alınmaz.
- Yurt içinde yapılacak olan fuar organizasyonlarında, aynı yurt içi fuar organizasyonu için organizatörler azami on defa bu desteklerden yararlanabilirler.

Sadece gerçekleşen ödemeler dikkate alınarak, harcamaların fatura veya bankacılık sistemi çerçevesinde düzenlenen ödeme belgeleriyle birlikte teşvik edilmesi ve ödemelerin bizzat organizatörler ve katılımcılar tarafından yapılması gereklidir. Fuar bitişinden en geç üç ay içerisinde Bakanlıkça belirlenen ihracatçı birliğine destek başvurusu yapılmaktadır. Belgelerde eksiklik olması durumunda Bakanlıkça, belgelerin tamamlanması için üç aylık süre verilmektedir. Sürelerin hesaplanmasında ihracatçı birliğine evrak giriş ve çıkışları göz önünde bulundurulur. Yani fuar biriminden sonraki üç aylık süre ihracatçı birliğine evrakların giriş tarihi esas alınır, eğer evrak teslim edildiğinde fuarın bitişinin 91. günüyse başvuru değerlendirmeye alınmaz. Ancak 90. günse başvuru değerlendirmeye alınır. Eksik evraklar için verilen ek üç aylık süredeyse belgelerin eksik olduğuna dair yazılı belgenin birlikten çıkış tarihi ve eksik belgelerin birliğe ulaştığı tarihler dikkate alınmaktadır. Posta veya kargoda yaşanan aksaklıklar dikkate alınmaz. Başvurusunu Bakanlığın belirlediği koşullarda ve belgelerin eksiksiz tamamlanması durumunda ihracatçı birliği belgeleri inceler ve uygun görmesi halinde ödemeyi TCMB' na bildirir. TCMB' da ödemeyi bildirilen hesaplara destek ödemesini yapar.

2017 yılı itibariyle Bakanlıkça 280 prestijli fuar destek kapsamına alınmıştır. Prestijli fuarlardan bazıları;

- International CES; ABD(Las Vegas)' de düzenlenen bu fuarın faaliyet konusu Tüketici elektriğidir,
- London Boat Show; İngiltere(Londra)' de düzenlenen bu fuarın faaliyet konusu Gemiciliktir,
- ARABLAST; BAE(Dubai)' de düzenlenen bu fuarın faaliyet konusu Plastik, Petrol ve Kimyadır,
- CHIC; ÇİN(Şangay)' da düzenlenen bu fuarın faaliyet konusu Hazır Giyim ve Tekstildir.

Bakanlık fuar desteklerini belirlerken veya yeni fuarlar eklerken belli ülkelerdeki fuarlara daha fazla özen göstermektedir. Hedef ülke konumunda olan bu ülkelerse 2017 yılı itibariyle şunlardır; ABD, Brezilya, Çin, Endonezya, Güney Afrika, Hindistan, Japonya, Kazakistan, Kenya, Meksika, Nijerya, Peru, Polonya ve Tayland'dır.

Katılımcılar veya firmalar kendilerine uygun olan fuarları bulmaları için öncelikle bir araştırma yapmaları gerekmektedir. Bu araştırmada en büyük destekleri internet olacaktır. Firmalara ve katılımcıların fuar araştırırken aşağıda yer alan bazı internet sitelerinden yararlanmaları hem zamandan hem de maliyetlerin azalmasını sağlayacaktır.

Fuar sitelerinden bazıları;

- www.ufinet.org; 191 tam üyesi olan bu site uluslararası fuar birliğinin bir kuruluşudur. Üyelik gerektirir. Türkiye' de bu siteye üyeleri ITC-AFEKS, İZFAŞ, TÜYAP ve TURKEL' dir,
- www.expodatabase.com; Tüm dünyada düzenlenen 10.000' den fazla fuar kaydı yer aldığı internet sitesidir.Ücretli olarak hizmet sunmaktadır,
- www.avma.de; Almanya' da ve tüm dünya da düzenlenen fuarlara ilişkin zengin bir kaynaktır. Ücretsiz olarak hizmet sunmaktadır.
- www.jetro.com; Japonya' nın yanı sıra 100 ülkeye ilişkin fuar kaydı yer aldığı internet sitesidir. Ücretsiz hizmet sunmaktadır.
- www.tobb.com; Türkiye' de fuarların kayıtlarının yer aldığı internet sitesidir.

4.5.Tasarım Desteği

Türkiye’ de tasarım kültürünün oluşturulması ve yaygınlaştırılmasını teminen tasarım şirketleri, tasarım ofisleri ve işbirliği kuruluşlarının gerçekleştireceği tanıtım, reklam, pazarlama,istihdam, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları danışmanlık harcamaları ile yurt dışında açacakları birimlere ilişkin giderler bu destek kapsamında desteklenmektedir (Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ).

Tasarım desteğinin desteklediği faaliyetler ve destek tutarları;

4.5.1.Tasarım Şirketlerinin Yurt Dışında Tanıtım ve Markalaşma Amacıyla Verilen Destek

- Yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirecekleri tanıtım harcamaları %50 oranında ve yıllık en fazla 300.000 USD,
- Yurt dışı birimlerin kurulum/dekorasyon giderleri ve konsept mimari çalışmaları %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 USD,
- Yurt dışı birimlerinin brüt kira giderleri ve bu birimlerin kiralamasına ilişkin giderleri ile vergi/resim/harç giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 USD
- Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile markaların yurt dışında tescili, tescilinin yenilenmesi ve korunmasına yönelik giderleri %50 oranında yıllık en fazla 50.000 USD,
- İstihdam edilen tasarımcılar (tasarımcıların şirket ortağı olmaması gerekli) ile modelistlerin brüt maaş giderleri %50 oranında yıllık en fazla 150.000 USD,
- Uluslararası pazarlarda rekabet avantajını arttırmak üzere alacakları danışmanlık giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 USD tutarında desteklenmektedir.

Desteklenecek Faaliyetler;

- Tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi; Konferans, kongre, panel ve seminer katılımı amacıyla yapılan ulaşım giderleri ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs biletleri ücretleri ile sınırlı olmak kaydıyla desteklenir. (Bu destek kapsamında konaklama giderleri desteklenmez) Tanıtım malzemelerinin nakliye bedelleri sadece fuar katılımı ve defile düzenlenmesi için desteklenir.

- Yurt dışı birimlere ilişkin giderlerin desteklenmesinde; kira desteğinden yararlanmak için kiraya veren ile kiracı arasında ilişki olmaması gerekmektedir. Marka ve logoyu gösterir tabela, kamera güvenlik sistemi, ürünler için güvenlik sistemi, alarm sistemi, yer ve duvar döşemeleri, raf ve dolaplar, ışıklandırma, duvar döşeme, montaj/demontaj gibi faaliyetler destek kapsamındadır.
- Tasarım şirket ofislerinin markalarının tescili, tescilinin yenilenmesi ve tescilinin korunmasına yönelik giderler destek kapsamında desteklenir.
- İstihdam edilen tasarımcı ve modelistlerin piyasa fiyatı oranlarında toplam ücretleri destek kapsamındadır. Ortaklara yapılan ödemelerse bu kapsamda desteklenmemektedir.
- Tasarım ve hukuk danışmanlıkları giderleri destek kapsamındadır. Danışmanlık destekleri kapsamında gerçekleştirilen ulaşım ve konaklama giderleri destek kapsamı dışındadır.

Tasarım şirketlerinin yurt dışında tanıtım ve markalaşma amacıyla alacakları desteğe başvuru için başvuru forma ve başvuru formunun ekindeki belgelerle birlikte Bakanlığa müracaat etmeleri gereklidir. Bakanlık yapacağı ön inceleme ve gerekli görmesi durumunda Tasarım Destek Komitesinin görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça değerlendirilir ve destek kapsamına alınmaları Bakanlıkça onaylanır veya onaylanmaz. Destek süresi 4 yıldır ve destek başlangıç tarihi Bakanlıkça destek kapsamına alındığı tarihtir.

4.5.2.Tasarımcı Ofislerinin Desteklenmesi

- Yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilecek tanıtım harcamaları %50 oranında ve yıllık en fazla 150.000 USD,
- Yurt dışında açacakları ofislerin kurulum, dekorasyon ve konsept mimari çalışmaları %50 oranında yıllık en fazla 50.000 USD,
- Yurt dışında açacakları ofislerin kira giderleri ve ofislerin kiralanmasına ilişkin danışmanlık giderleri ile vergi/resim/harç giderleri % 50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 USD,
- Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile markaların yurt dışında tescili, tescilinin yenilenmesi ve korunmasına yönelik giderleri %50 oranında yıllık en fazla 50.000 USD,

- Yurt dışında açacakları ofislerde istihdam edilen tasarımcılar ile modelistlerin brüt maaş giderleri %50 oranında yıllık en fazla 200.000 USD,
- Yurt dışında açacakları ofislerin pazarlarda rekabet avantajını arttırmak üzere alacakları danışmanlık giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 USD tutarında desteklenmektedir.

Desteklenecek Faaliyetler;

- Tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi; Konferans, kongre, panel ve seminer katılımı amacıyla yapılan ulaşım giderleri ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs biletleri ücretleri ile sınırlı olmak kaydıyla desteklenir. (Bu destek kapsamında konaklama giderleri desteklenmez) Tanıtım malzemelerinin nakliye bedelleri sadece fuar katılımı ve defile düzenlenmesi için desteklenir.
- Yurt dışı birimlere ilişkin giderlerin desteklenmesinde; kira desteğinden yararlanmak için kiraya veren ile kiracı arasında ilişki olmaması gerekmektedir. Marka ve logoyu gösterir tabela, kamera güvenlik sistemi, ürünler için güvenlik sistemi, alarm sistemi, yer ve duvar döşemeleri, raf ve dolaplar, ışıklandırma, duvar döşeme, montaj/demontaj gibi faaliyetler destek kapsamındadır.
- Tasarım şirket ofislerinin markalarının tescili, tescilinin yenilenmesi ve tescilinin korunmasına yönelik giderler destek kapsamında desteklenir.
- İstihdam edilen tasarımcı ve modelistlerin piyasa fiyatı oranlarında toplam ücretleri destek kapsamındadır. Ortaklara yapılan ödemelerse bu kapsamda desteklenmemektedir.
- Tasarım ve hukuk danışmanlıkları giderleri destek kapsamındadır. Danışmanlık destekleri kapsamında gerçekleştirilen ulaşım ve konaklama giderleri destek kapsamı dışındadır.

Tasarım ofislerinin desteklenmesine ilişkin desteğe başvuru için başvuru forma ve başvuru formunun ekindeki belgelerle birlikte Bakanlığa müracaat etmeleri gereklidir. Bakanlık yapacağı ön inceleme ve gerekli görmesi durumunda Tasarım destek komitesinin görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça değerlendirilir ve destek kapsamına alınmaları Bakanlıkça onaylanır veya onaylanmaz. Destek süresi 4 yıldır ve destek başlangıç tarihi Bakanlıkça destek kapsamına alındığı tarihtir.

4.6.İş Birliği Kuruluşlarının Desteklenmesi

İş birliği kuruluşlarının; tasarım kültürünün oluşturulması, yaygınlaştırılması ile Türk tasarımcılarının ve ürünlerinin yurt içi ve yurt dışı pazarlarda tanıtılması, pazarlanması ve markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri görsel ve yazılı tanıtım giderleri; sergi, bionel, tasarım fuarı, tasarım yarışma katılımları ve organizasyonlar ile bu faaliyetlerin tanıtımı, reklam ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları %50 oranında ve proje başına en fazla 300.000 USD' ye kadar desteklemektedir.

İş birliği kuruluşları tarafından düzenlenen tasarım yarışmalarında dereceye giren yıllık en fazla altmış adet tasarımcının yurt dışındaki eğitim giderlerinin tamamı ile aylık 1.500 USD' yi aşmamak kaydıyla oluşacak yaşam giderlerine ilişkin harcamalar iki yıl süresince desteklenir.

Desteklenen Faaliyetler;

- Organizasyonun dekorasyon, yemek, teknik hizmetler, seminer, panel, fotoğraf ve video çekim giderleri,
- Host ve sunucu giderleri,
- Reklam Giderleri (Reklam yapılan TV, Afiş..vb yerlerde mutlaka Bakanlık logosunun kullanılması gereklidir.) destek kapsamındadır.

İşbirliği kuruluşlarının desteğe başvuru yapması için faaliyet bazlı ve bütçe içeren projeleri ile Bakanlığa müracaat etmeleri gereklidir. Bakanlık yapacağı ön inceleme ve gerekli görmesi durumunda Tasarım Destek Komitesinin görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça değerlendirilir ve destek kapsamına alınmaları Bakanlıkça onaylanır veya onaylanmaz. Destek süresi 4 yıldır ve destek başlangıç tarihi Bakanlıkça destek kapsamına alındığı tarihtir.

4.6.1.Tasarım ve Ürün Geliştirme Projelerinin Desteklenmesi

- Tasarım ve ürün geliştirmek için istihdam edilen tasarımcı, modelist ve mühendislerin brüt maaşları toplamı 1.000.000 USD,
- Alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderleri toplamı en fazla 250.000 USD
- Seyahat ve web sitesi üyeliğine ilişkin giderleri toplam en fazla 150.000 USD olmak üzere %50 oranında desteklenir. İstihdam edilecek tasarımcıların azami ikisi yabancı olabilir ve bir şirketin en fazla iki adet projesi desteklenmektedir.

Desteklenen Faaliyetler;

- İstihdam edilen tasarımcı, modelist ve mühendislerin brüt ücretleri,
- Alet, teçhizat, malzeme satın alma giderleri (ikinci el satın almalar destek kapsamı dışındadır),
- Gerekli olan yazılımların satın alınması veya kiralanmasına ait giderler destek kapsamındadır. Proje kapsamında onaylanan satın alma veya bakım-güncelleme giderleri ile yazılımların devreye alınması, iyileştirmesi ve iadesi için yapılacak danışmanlık, eğitim ve dış kaynak harcamaları,
- Web sitesi üyelikleri ve üyelik yenilemeleri,
- Projede seyahat eden tasarımcı, modelist ve mühendisin zorunlu aktarmalar da dâhil ekonomi sınıfı ulaşım giderleri destek kapsamındadır.

Tasarım ve ürün geliştirme projelerinin desteklenmesine ilişkin desteğe başvuru için başvuru formu ve başvuru formunun ekindeki belgelerle birlikte Bakanlığa müracaat etmeleri gereklidir. Bakanlık yapacağı ön inceleme ve gerekli görmesi durumunda Tasarım Destek Komitesinin görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça değerlendirilir ve destek kapsamına alınmaları Bakanlıkça onaylanır veya onaylanmaz. Destek süresi 4 yıldır ve destek başlangıç tarihi Bakanlıkça destek kapsamına alındığı tarihtir.

4.6.2.Gemi Tasarım Hizmetleri Desteği

Gemi ve yat sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin Türkiye’ de yerleşik şirketlerden alacakları tasarım hizmetlerine ilişkin yıllık en fazla 200.000 USD’ ye kadar %50 oranında 5 yıl süresince desteklenir.

4.7.Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Türkiye’ de sınai ve ticari veya ticari faaliyet gösteren şirketler ile işbirliği kuruluşları üyelerinin yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ve mal ticareti yapmak amacıyla yurt dışında açılan birimlere ilişkin kira giderleri ile Türkiye Ticaret Merkezlerine ilişkin giderlerin bir kısmının Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan karşılanmasını kapsamaktadır (Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ).

Bu destek kapsamında desteklenen faaliyetler ve destek oranları;

4.7.1. Kira Giderlerinin Desteklenmesi

- Açılan birimin mağaza olması halinde %50 oranında ve yıllık en fazla 120.000 USD,
- Açılan birimlerin depo, ofis, showroom, ürün teşhir serası veya reyon ile üzerine bina yapılmak üzere kiralanan arsa olması halinde %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 USD,
- Ticari şirketler veya bu şirketlerle arasında organik bağ bulunan ve yurt dışında faaliyet gösteren şirket veya şubeler tarafından yurt dışında açılan birimlerin kira giderleri(reyon olması halinde kira veya komisyon giderlerinin);
 - Açılan birimin mağazası olması halinde %40 oranında ve yıllık en fazla 100.000 USD,
 - Açılan birimin ofis, depo, showroom, ürün teşhir serası olması halinde %40 oranında ve yıllık en fazla 75.000 USD bakanlıkça destek kapsamındadır.

Kira Giderleri desteğinden her bir ülke için en fazla dört yıl yararlanılabilir. Dört yıllık süre ülkedeki ilk birimin ilk destek ödemesine esas teşkil eden ödeme belgesi tarihinde başlar.

Kira Desteğinden Yararlanmak İsteyenlerin Dikkat Etmesi Gerekenler;

- Yurt dışındaki birimlere ilişkin kira desteğinden yararlanılabilmesi için kiracı ile kiraya verenin ilişkili kişi olmaması gerekmektedir ve kiralanan yerin konut olarak kullanılmıyor olması gerekir.
- Kira desteğinden en fazla 25 birim yararlanır.
- Desteklerden yararlanan birimlerde, Türkiye’ de üretilen ürünlerin pazarlanması gerekir.
- Yabancı markalar için yurt içinde fason olarak üretilen ürünlerin reklam, tanıtım, pazarlama ve kira giderleri destek kapsamı dışındadır.
- Yurt dışındaki birimin kapatılması/taşınması veya organik bağın sona ermesi durumunda; sona erdiği tarihten itibaren bir ay Ticaret Müşavirliğine/Bakanlık Temsilcisine/Ticaret Ataşeliğine bildirilmesi gereklidir. Bildirimin yapılması halinde söz konusu birim kapandığı/taşındığı veya organik bağın sonra erdiği tarihten önceki desteklerden yararlanır.

4.7.2.Tanıtım Faaliyetlerin Desteklenmesi

Yurt dışına yönelik olarak şirketler, iş birliği kuruluşlarınca veya organik bağın olduğu şirketlerin reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler desteklenir. Destek oranları yurt dışı ortaklık oranına göre hesaplanır. Bu desteğin kapsamı;

- Şirketler ve iş birliği kuruluşunca, Türkiye’ de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler %60 oranında ve yurt dışı birimin bulunduğu her bir ülke için en fazla 150.000 USD,
- Desteklenen yurt dışı birimi bulanan şirketlerce, yurt dışı biriminin bulunmadığı ülkelerde, Türkiye’ de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler; yurt içinde marka tescilinin alınması ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip olunması ya da marka tescili için başvurulmuş olması koşuluyla %60 oranında ve yıllık en fazla 150.000 USD,
- Desteklenen yurt dışı birimi bulunmayan ancak yurt içi marka belgesi olan ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip ya da marka tescil başvurusu yapmış şirketlerce Türkiye’ de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin giderler %60 oranında ve yıllık en fazla 250.000 USD’ ye kadar destek kapsamındadır.

Şirketler ve iş birliği kuruluşları destekten en fazla dört yıl süresince yararlanabilir. Dört yıllık süre ilk ödeme belgesinden itibaren başlar.

4.7.3.Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Şirketlerin yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderler %50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 USD' ye kadar desteklenmektedir.

Yurt dışı marka tescilinden önce yurt içi marka tescilinin yapılmış olması gereklidir. Yurt içi marka tescili gerçekleşmeden yurt dışı marka tescil başvurusunun yapılmış olması durumunda, destek başvuru süresi içerisinde yurt içi marka tescil işleminin gerçekleşmiş olması şartıyla, söz konusu markanın yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderler destek kapsamındadır. Marka tescili ve korunmasına yönelik destekten en fazla dört yıl süresince yararlanabilir. Dört yıllık süre bu konudaki ilk ödemeye belgesinden itibaren başlar.

4.7.4.Türkiye Ticaret Merkezlerinin Desteklenmesi

Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği (TTMD) 'nden yararlanabilmek için Bakanlıktan onay alınması gereklidir. Bakanlığa Türkiye İhracatçılar Meclisi(TİM) tarafından, TİM' in Türkiye' de kurduğu şirket tarafından veya TİM işbirliği içerisinde olduğu şirketler tarafından hazırlanan bir proje ile Bakanlığa başvuruda bulunulur. Bakanlıkça uygun bulunan projeler onaylanır ve destek kapsamına alınır. Destek kapsamına alınan TTM; Ticaret Müsteşarlığı/Ticaret Ataşeliği koordinasyon ve denetlemelerine tabidir.

TTMD kapsamı;

- TTM' nin brüt kira giderleri %60 oranında ve yıllık en fazla TTM birim başına 1.5 Milyon USD,
- TTM işletici şirket tarafından satın alınması durumunda satın alma bedelinin %60 oranında ve en fazla 6 Milyon USD,
- Destek kapsamına alınan TTM' yin kurulum/dekorasyon giderlerinin %60' ı ve TTM başına en fazla 300.000 USD,
- TTM' nin yurt dışı tanıtım harcamaları %60 oranında ve yıllık en fazla 300.000 USD,

- TTTM işletici firma tarafından, Bakanlıkça belirlenecek koşullara uygun olarak istihdam edilen en fazla on kişinin brüt ücretlerini %60 oranında ve yıllık toplam en fazla 500.000 USD' ye kadar destek kapsamındadır.

TTMD Kapsamında Dikkat Edilmesi Gerekenler;

- Kira desteğinden yararlanan bir TTM' nin satın alınması durumunda, verilecek satın alma desteğinde ödenmiş olan kira destek miktarı düşülür.
- Satın alma desteği verilen bir TTM daha sonra satılması durumunda, satış bedelinin verilen destek oranındaki miktarı, ödenen destek tutarından az olmaması koşuluyla, satış bedelinin tahsil edildiği ayı takip eden ay içinde DFİF' e geri ödenir.

Bu destek kapsamında kira, tanıtım ve istihdam giderleri beş yıl süresince desteklenir. Destek süresi destek verilen ilk aydan itibaren başlar. TTM faaliyetleri ve performansları yıllık olarak değerlendirilir. Yeterli olmayan TTM' leri destek kapsamından çıkartılırlar. Yeterli olmaları durumunda destekten beş yıl süresince yararlanabilirler. Performansları iyi şekilde devam edecek TTM' lerin faaliyet süreleri bakanlıkça uygun görülmesi halinde beş yıl daha uzatılabilir. Bu beş yıllık süre ile toplamda on yıl destekten yararlanılabilir. Toplam destek süresi on yılı aşamaz.

Yurt dışı birim, marka ve tanıtım faaliyetlerinin desteklerinin başvurularının değerlendirmeye alınması için; Bakanlığın belirlemiş olduğu belgeleri(başvuru dilekçesi, başvuru formu, taahhütname, imza sirküleri aslı veya örneği,..vs) ödeme tarihinden itibaren en geç altı içinde üyesi oldukları ihracatçı birliğine, iş birliği kuruluşları doğrudan bakanlığa ibraz etmeleri gerekir. Altı aylık sürenin hesaplanmasında ödeme tarihi ve Bakanlığa evrak girişi esas alınır. Belgelerde eksiklik olması durumunda, eksik belgelerin üç ay içinde tamamlanması gereklidir. Belgelerin tamamlanması ve değerlendirilmesinin ardından onaylanan destekler TCMB' ye bildirilir.

4.8.Markalaşma ve Turquality Desteği

1990' lı yıllarla birlikte hızla gelişen dünya ekonomisinde bölgesel bütünleşmeler ve küreselleşme ile birlikte, tarifeler ve klasik koruma araçları ortadan kalkmış ve yerine daha çok yeni ticaret politikalarına bırakmıştır. Bu şartlar altında ihracatın arttırılabilmesi için izlenmesi gereken yol, korumacı davranıp içe kapanmak yerine kaliteli mal üreterek dışa açılma olmalıdır. Ancak, 1980 sonrasında uygulanan ihracata yönelik ekonomi politikaları neticesinde, firmaların uluslararası ve bazı sektörlerde önemli tedarikçiler konumuna gelmiş ve ihracat 3 milyar dolar seviyelerinden 35,2 milyar dolar seviyelerine yükselmiş olmasına rağmen, hala uluslararası piyasalarda yerleşmiş bir Türk malı imajından bahsetmek mümkün değildir. Zira başta tekstil ve konfeksiyon sektörü olmak üzere, pek çok firma yönlendirilmesi büyük önem arz etmektedir (Devlet Planlama Teşkilatı, Mayıs 2004). Marka desteği orta ve uzun vadede Türk imajının yaratılması için önemli bir destektir. Türk malı imajının oluşması, kaliteli ürünler üretmek ve katma değeri yüksek ürünlerin ihracatı bu desteğin amacını oluşturmaktadır.

'Turquality' uluslararası markalaşma potansiyeli olan firmaların, üretimlerinden pazarlamalarına, satışlarından satış sonrası hizmetlerine kadar bütün süreçleri kapsayacak şekilde yöntemsel bilgi birikimi, kurumsallaşma ve gelişmelerini sağlayacak uluslararası kendi markalarıyla küresel bir oyuncu olabilmelerine ve söz konusu markalar aracılığıyla olumlu Türk malı imajının oluşması ve yerleşmesi amacıyla oluşturulmuş bir marka destek programıdır (Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ). Bu destek programla;

- Patent, faydalı model, endüstriyel tasarım ve marka tesciline ilişkin harcamalar,
- Sertifikasyona ilişkin giderler,
- Moda/Endüstriyel ürün tasarımcısı/Şef/Aşçı istihdamına ilişkin giderler,
- Tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetleri,
- Yurt dışı birimlere ilişkin giderler,
- Danışmanlık giderleri desteklenmektedir.

Türkiye ihracatçılar meclisi, ihracatçı birlikleri, üretici dernekleri, üretici birlikleri, Türkiye’ de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketlerin yukarıdaki faaliyetlerine ilişkin giderleri desteklenerek yurt dışında olumlu bir Türk imajı oluşturmak ve yerleştirilmesine yönelik verilmektedir.

Bu destek kapsamında desteklenen faaliyetler ve destek miktarları;

4.8.1.Kuruluşun Desteklenmesi

Kuruluşlarının iştirak sahasına giren ürünlerinin yurt dışı pazarlarda tanıtılması amacıyla Bakanlığa sunacakları proje kapsamında gerçekleştirecekleri ve tanıtım, danışmanlık, pazarlama araştırmaları çalışmaları ile raporlara ilişkin giderler;

- Birlikler için %80 oranında ve proje başına yıllık en fazla 1.000.000 TL tutarında,
- Üretici dernekleri ve üretici birlikleri için %50 oranında ve yıllık en fazla 400.000 TL tutarında,
- TİM ve iştirak ettiği sektörü tek başına temsil eden Birlikler için %80 oranında ve proje başına yıllık en fazla 2.000.000 TL tutarında,
- Birden fazla Birlik tarafından oluşturulan ve destek kapsamına alınan projeler için Birlik başına 1.000.000 TL tutarında destekten yararlanırlar.

Bu destekten yararlanmak isteyen Birliklerin, Derneklerin, TİM’ in kuruluşların bütçelerini içerir dosya ile Bakanlığa başvuru yapmaları gereklidir. Projelerin Bakanlık tarafından onaylanması gerekir. Destek başlangıç tarihi Bakanlık tarafından destek kapsamına alındığı tarih olup bu tarihten itibaren gerçekleştirilen harcama ve faaliyetleri desteklenir. Kuruluşlar destek kapsamına alındıktan sonra proje başına en az bir, en fazla dört yıl süre ile desteklenir. Her bir kuruluşun aynı anda azami iki projesi desteklenir.

4.8.2.Marka Destek Kapsamına Alınan Şirketlerin Desteklenmesi

Marka Destek Programı kapsamına alınan şirketlerin desteklenmesini kapsar. Destek kapsamında;

- Destek kapsamına alına markalarına ilişkin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile destek kapsamına alınan markalarının yurt dışında tescili, tescilinin yenilenmesi ve korunmasına ilişkin giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 TL tutarında,
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarda, destek kapsamına alınan markalı ürünleriyle ilgili olarak gerçekleştirdikleri ve tanıtım harcamaları %50 oranında ve yıllık en fazla 1.600.000 TL tutarında,
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarda, destek kapsamına alınan markalı ürünleriyle ilgili olarak açtıkları mağaza, depo ve satış sonrası servis hizmeti veren birimlere ilişkin;
 - Brüt kira, belediye giderleri, kiralamaya yönelik yapılan araştırmalar, komisyon harcamaları ve danışmanlık giderleri % 50 oranında ve yıllık en fazla 2.400.000 TL tutarında desteklenir.
 - Kiralanan birimin konsept mimar çalışması ve kurulum//dekorasyon giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 1.200.000 TL tutarında desteklenir.
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarında faaliyet gösteren ve farklı markaların satıldığı teşhir mekânı/ büyük mağazalar/ marketlerde destek kapsamına alınan markalı ürünleriyle ilgili olarak kiraladıkları reyon, raf dekorasyonu, ürün teşhir serası tahsis edilmiş satış alanlarına ilişkin brüt kira, belediye giderleri, komisyon, konsept mimari çalışmaları harcamaları ile anılan birimlerin kiralanmasına yönelik uygun mahal araştırması ile danışmanlık giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 800.000 TL tutarında,
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarında, destek kapsamına alınan markalı ürünlerinin satış amacıyla açtıkları teşhir mekanlarına ilişkin brüt kira, belediye giderleri, komisyon, konsept mimari çalışmaları harcamaları ile anılan birimlerin kiralanmasına yönelik uygun mahal araştırması ile

danışmanlık giderleri ve bu birimlere ilişkin kurulum/dekorasyon giderleri %50 oranında 800.000 TL tutarında,

- Yurt dışı pazarlara girişte zorunlu olan veya avantaj sağlayan kalite belgeleri, çevre belgeleri, insan can ve mal güvenliğini gösteren işaretler; destek kapsamına alınan markalı ürünleriyle ilgili ruhsatlandırma, test, klinik test ve işlemlerine yönelik danışmanlık dahil her türlü giderler %50 oranında ve yıllık en fazla 1.000.000 TL tutarında,
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarında, destek kapsamına alınan markalarla ilgili olarak franchising sistemi ile faaliyete geçirilecek yıllık en fazla 10 mağazasına ilişkin; Kurulum/ dekorasyon ve konsept mimari çalışmasına ilişkin giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 TL oranında desteklenir. Kira giderleriyse %50 oranında ve en fazla iki yıl süresince mağaza başına yıllık azami 200.000 TL tutarında,
- Uluslararası pazarlarda rekabet avantajını arttırmak üzere alacakları danışmanlık giderleri yıllık en fazla 1.200.000 TL tutarında,
- Destek kapsamına alınan markalara yönelik hedef pazarlarına ilişkin pazar araştırması ve raporlamalarına ilişkin giderlerin %50 oranında ve yıllık en fazla 400.000 TL tutarında desteklenir.

4.8.3.Turquality Destek Programı Kapsamına Alınan Şirketlerin Desteklenmesi

Destek kapsamına alınan şirketlerin;

- Turquality Sertifikasına haiz markalı ürünleriyle ilgili patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile Turquality sertifikasına haiz markaların yurt dışında tescili, tescilinin yenilenmesi ve korunmasına ilişkin giderleri
- Yurt dışı pazarlara girişte zorunlu olan veya avantaj sağlayan kalite, çevre belgeleri, insan can/mal emniyetini ve güvenliğini gösterir işaretleri; Turquality Sertifikasına haiz markalı ürünleriyle ilgili ruhsatlandırma test, klinik test ve test yöntemleriyle ilgili danışmanlık giderleri dâhil her türlü giderleri yıllık en fazla 2.000.000 TL'si,

- Turquality sertifikasına haiz markalı ürünleriyle ilgili, tasarım ve ürün geliştirme konularında istihdam edilen moda/ endüstriyel ürün tasarımcısı ve mühendis giderleri(aynı anda azami 10 kişiye kadar),
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarında, Turquality sertifikasına haiz markalı ürünlerle ilgili olarak gerçekleştirdikleri ve tanıtım ile ilgili giderler,
- Bakanlıkça onaylanan hedef pazarlarında, Turquality sertifikasına haiz markalı ürünlerle ilgili olarak;
 - Açılan azami 50 mağaza için; Brüt kira, belediye giderleri, anılan birimin kiralanmasına yönelik uygun mahal araştırması ve komisyon harcamaları ile hukuki danışmanlık giderleri, kiralanan birimin konsept mimari çalışma ve kurulum /dekorasyon giderlerini mağaza başına azami 800.000 TL,
 - Açtıkları ofis, depo, showroom, satış sonrası servis hizmeti veren birimler ile farklı markaların satıldığı teşhir mekanı/büyük mağazalar/ marketlere kiraladıkları reyon raf, kioks, stand ve ürün teşhir serasına tahsisi edilmiş satış alanlarına ilişkin; brüt kira, belediye giderleri, komisyon harcamaları ile hukuki danışmanlık giderleri, kiralanan yerin mimari çalışma ve dekorasyon giderleri birim başına 800.000 TL,
 - Franchising sistemi ile faaliyete geçilecek, beş yıllık destek süresi boyunca azami 100 mağaza için, kira giderleri, aynı mağaza için en fazla iki yıl süresince ve yıllık mağaza başına azami 800.000 TL, kurulum/dekorasyon harcamaları ve konsept mimari çalışmaları mağaza başına 400.000 TL,
- Danışmanlık giderleri,
- Depolama hizmetlerine ilişkin giderler %50 oranında Bakanlıkça desteklenir.

4.8.4.Turquality Programının Desteklenmesi

TİM ve Birliklerin Turquality programının yürütülmesi konusunda;

- Marka/Turquality destek programı kapsamına alınacak/alınan şirketlerin iş yönetimi kalitesi, operasyonel mükemmellik düzeyi ve markalaşma potansiyelinin belirlenmesi, performanslarının izlenmesi, program ve program kapsamında yapılan harcamalar, harcama belgelerinin içeriği/doğruluğu/ıyayice uygun olması ve her türlü danışmanlık giderleri
- Marka ve Turquality destek programı kapsamına alınan şirketlere yönelik olarak ürün ve üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, operasyonel mükemmellik, stratejik konumlandırma/planlama, pazar haberdarlığı, pazarlama, markalaşma, perakendecilik, halkla ilişkiler, iletişim, reklam giderleri ve bu konularda gerçekleştirilecek seminer, rehberlik, danışmanlık gibi faaliyet giderleri
- Turquality Programının pazara girişı ve iletişim stratejisi kapsamında olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi için yurt içi/ yurt dışında gerçekleştirecekleri her türlü halkla ilişkiler faaliyetlerini, Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik gerçekleştirecekleri her türlü organizasyonlara ilişkin giderler ile pazar istihbaratı, Pazar haberdarlığı, ulusal ve uluslararası işbirliği ağı, sponsorluk giderleri
- Turquality Programının kurumsallaştırılması ve Turquality Sekreteryasına yönelik giderleri ile eleman istihdamı ve eğitimine ilişkin giderler
- Turquality Programının stratejisinin, güncellenmesi, yenilenmesi, geliştirilmesi, uygulanması ve program kapsamında yapılacak stratejik çalışmalara ilişkin harcamalar ile bu harcamalara ilişkin gerçek ya da tüzel kişilerden satın alacağı danışmanlık giderleri

Yıllık en fazla 35 Milyon USD ve %100 oranına kadar desteklenmektedir.

Destekten yararlanmak için Bakanlık tarafından destek kapsamına alınılması gerekmektedir. Destek kapsamına alındığı tarihten itibaren yapılan harcamalar ve faaliyetler desteklenmektedir. Ancak destek ödemelerin alınması Bakanlık tarafından destek kapsamına alınan firmalar gelişim yol haritası oluşturulduktan sonra, Bakanlık tarafından her bir hedef tek tek incelenerek onaylanır ve ilgili harcamalar desteklenir. Firmalar ödeme belgeleri, sözleşme ve başvuru onay belgeleri ile birlikte Bakanlığa ödeme için talepte bulunurlar. Talepleri değerlendiren Bakanlık ödeme miktarlarını TCMB' na bildirir. Ödemeler Bildirilen banka hesaplarına yapılır.

Marka destek programına alınan şirketler destekten dört yıl, Turquality destek programına alınan şirketler beş yıl destekten yararlanabilirler.

2016 yılında 149 firmanın 159 firması Turquality Destek Programından, 75 firmanın 75' i marka destek programından faydalanmıştır.

2017 Yılında Turquality Programından Yaralanan Firmalar;

- Setaş Kimya A.Ş.
- Kartal Halı Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.
- Provel Tüketim Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- NG Kütahya Seramik Porselen Turizm A.Ş.
- Dekor Ahşap Ürünleri Sanayi A.Ş.
- Ekol Lojistik A.Ş.
- Ege Seramik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

2016 Yılında Turquality Programından Yaralanan Firmalardan Bazıları;

- ABC Deterjan Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Eczacıbaşı Yapı Gereçleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Vatan Kablo Metal Endüstri ve Ticaret A.Ş.
- Süttaş Süt Ürünleri A.Ş.
- Simit Sarayı Yatırım ve Ticaret A.Ş.
- Sarar Giyim Tekstil Enerji Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Polisan Boya Sanayi Ticaret A.Ş.
- Pegasus Hava Taşımacılığı A.Ş.
- Nobel İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.
- Kütahya Porselen A.Ş.

Yurt dışında Marka Destek Programına Alınan Firmalar ve Programın Yürütüldüğü Ülkelerden Bazıları;

- Mexico; Çanakkale Seramik, Kalebodur, Petlas
- Rusya; Duru, Çanakkale Seramik, Efes Pilsen, DYO, Colin's, Koton, Kalekim
- Canada; Mavi Jean, Çanakkale Seramik, Merinos, Petlas
- Arjantin; Petlas, Çanakkale Seramik, Kalebodur, Hidromek
- Fransa; Bossa, Alvimedia, Eti, Armatrac, BGN, Hidromek, Otokar, Petlas, MST
- İzlanda; Çanakkale Seramik, Kalebodur, Petlas
- Mısır; Duru, Defacto, Çanakkale Seramik
- Japonya; İsko, Bossa, Çanakkale Seramik, Kalebodur, Petlas

4.9.Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları

Ülkemizin tarım ürünlerinin rekabet gücünü ve ihracat potansiyelini arttırmak amacıyla hazırlanmıştır. Destekten SDŞ ortakları, SDŞ kanalıyla ihracat gerçekleştirmeleri ve SDŞ tarafından hak edişlerin ortaklarına devredilmesi durumunda destekten yararlanılır (Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Hakkında Tebliğ). Aşağıdaki tabloda yer alan tabloda iade miktarları, azami ödeme oranları ve miktar barajları dikkate alınarak, ihracat iadesi yardımlarının Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu ödemeleriyle desteklenmektedir.

Tablo 17: Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları

ÜRÜN ADI	İHRACAT İADE MİKTARI	MİKTAR BARAJI	AZAMİ ÖDEME ORANI
Kümes Hayvanları Etleri(Sakatatlar Hariç)	380TL/Ton	%41	%14
Yumurta	35TL/1000 Adet	%65	%10
Bal	130TL/Ton	%32	%2
Buket Yapmaya Elverişli veya Süs Amacına Uygun Cinsten ve Tomurcuklar	400 TL/Ton	%45	%9
Sebzeler(Pişirilmiş, Buharda veya Suda Kaynatılmış, Dondurulmuş)	160TL/Ton	%45	%10
Kurutulmuş Sebzeler(Bütün Halinde, Kesilmiş, Dilimlenmiş, Kırılmış veya Toz Halinde, Fakat Başka Şekilde Hazırlanmamış)	720 TL/Ton	%40	%10
Zeytinyağı	30 TL/ Ton	%100	%2
Kümes Hayvanları Etinden, Sakatatından	485 TL/ Ton	%50	%10

Yapılmış Sosisler ve Benzeri Ürünler ile Kumes Hayvanları Etinden Hazırlanmış veya Konserve Edilmiş Ürünler			
Hazırlanmış veya Konserve Edilmiş Ürünler	485 TL/Ton	%100	%5
Çikolata ve Kakao İçeren Gıda Müstahzarları	235 TL/Ton	%48	%5
Makarna	130 TL/Ton	%32	%9
Bisküviler, Gofretler ve Kekler	235 TL/Ton	%18	%7
Dondurulmuş Meyve ve Sebze ile Meyve Ve Sebze İşleme Sanayine Dayalı Gıda Maddeleri	165 TL/Ton	%100	%8
Reçel, Jöle, Marmelat, Meyve Püreleri veya Pastları	125 TL/Ton	%35	%5
Meyve Suları ve Sebze Suları, Meyve Nektarı	320 TL/Ton	%15	%12

Kaynak: Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Tebliği

İhracatçı firmalar adına doğan hak edişler, TCMB nezdinde ihracatçı adına açılacak hesaptan, banka kanalıyla mahsup yoluyla karşılanır. Bu destek kapsamında; vergiler(gümrük vergileri hariç), vergi cezaları, sosyal güvenlik kurumu primleri, ihracata yönelik olarak kamu bankaları ile Türkiye İhracat Kredis Bankası A.Ş. kullanılan kredilerin faiz giderleri, Tasarruf Mevduat Sigortası Fonuna ve ilgili tasfiye halindeki bankalara olan borçlar ve bunların faizlerine ilişkin giderlerin tamamı mahsup edilir. Mahsup işlemlerinde, hesapların kullanılması sırasında imalatçı/ihracatçı veya ihracatçılara nakit ödeme yapılmaz.

Destek kapsamında mahsup işlemlerinden yararlanabilmek için, fiili ihraç tarihinden itibaren en geç bir yıl içerisinde, ibraz zorunluluğu belgelerle birlikte, doğrudan bağlı bulunulan ya da kanuni merkez veya şubelerin bulunduğu yerdeki ihracatçı birliğine müracaat edilmesi gerekmektedir. İhracatçı birliklerine başvuru sırasında, Maliye Bakanlığına hitaben taahhütname alınır. İhracatçı birliği hak ediş tutarını belirleyerek TCMB bildirir. TCMB' na bildirilen hak ediş tutarı içinde üretici payına tekabül eden tutar, üretici tarafından beyan edilmiş olan banka hesabına aktarılır.

Yukarıda yer alan mamullerin;

- İthalat rejimi çerçevesinde ithal edilmiş bulunan yabancı malların ihracatı,
- Transit ticareti,
- Sınır ve kıyı ticareti,
- Sınır Ticareti Merkezleri kapsamında yapılan ihracatı,
- Bedelsiz İhracatı,
- 4458 sayılı Gümrük Kanunu' nun 128 ile 134. Maddeleri hükümleri çerçevesinde ithal edilerek işlenmesi sonunda ihracı,
- Mamullerin hariçte işleme rejimi hükümleri çerçevesinde ihracatı,
- Mamullerin İhracat sayılan satış ve teslimleri,
- Gümrük hattı dışı eşya satış mağazalarına yapılan ihracatları destek kapsamında değildir.

Destekten yararlanarak ürünlerin ihraç edilmesini müteakip Türkiye' ye geri getirilmesi durumunda(serbest bölgelerde dahil), daha önce yararlanılan ihracat iadesi geri ödenir.

Ayrıca konsinye ihracat kapsamında kesin satış faturasında belirtilen FOB birim ihraç fiyatının gümrük beyannamesinde belirtilen FOB birim ihraç fiyatının %50' sinin altında olması halinde mahsup işlemlerinden yararlandırılmaz.

Teşvikler uygulanmaya başladıkları yıllardan itibaren anlaşılması zor ve karmaşık uygulamalar olmuşlardır. Bu karmaşanın üstüne bir de teşvikleri uygulayan kurumun sürekli olarak değişmesi eklenince, teşvik sistemi içinden çıkılmaz bir hal almıştır. Türkiye' de ilk olarak Sanayi Bakanlığı ve Ticaret Bakanlığı tarafından

yürütülen çalışmaları 1967’ de başbakanlığa bağlı olarak kurulan yatırımları ve ihracatı geliştirme ve teşvik bürosu, 1970 yılından itibaren ise devlet planlama teşkilatı teşvik uygulama dairesi üstlenmiştir. 1971 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’na devredilmiş olan daire, 1980 yılından itibaren devlet planlama teşkilatı müsteşarlığına bağlanmıştır (Şimşek & Yazıcı, 2004, s. 123-126). 1994 yılında Hazine ve Dış ticaret Müsteşarlıkları ayrılarak, teşvikler Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yürütülmüştür. 2011 yılında ise dış ticaret müsteşarlığı, Ekonomi Bakanlığına bağlanmış ve günümüzde ihracat teşviklerini Ekonomi Bakanlığı yürütmektedir.

İhracat teşvikleri Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için son derece önemli bir kavramdır. Araştırmalarım sonucunda şunu söyleyebilirim ki yatırım teşvikleri ve ihracat teşvikleri ülkelerin ihracatlarının artırılmasında kilit rol oynamaktadır. Yatırım teşvikleri ülkeler için potansiyellerini kullanmayı öğrenmelerine yardımcı olurken, ihracat teşvikleri ise bu potansiyelleri kullanmaları ve ihracatı arttırmaya yardım etmektedir. İki kavram birbirlerinden ayrı olarak düşünülemez. İkisi de ihracatın arttırmasında ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Türkiye’de yapılan hata potansiyellerinin belirlenmeden gelişi güzel şekilde yatırım teşviklerinin uygulanması ve bunun sonucunda sanayileşme çabalarının içinde sanayileşememiş bir ülke, ihracat teşviklerin sayılı firma tarafından tam anlamıyla yararlanılması aksak bir teşvik sisteminin oluşmasına neden olmuştur.

Teşvikler önemli olduğu kadar hassas bir konudur. Ülkenin potansiyel üretim alanları belirlenmeli bu alanlarına teşvikler verilmeli ve firmalarda ayırım yapılmaksızın ihracata özendirmek gerekmektedir. Dünyadaki teşvik uygulamalarına bakıldığında tam olarak bunu görmekteyiz. Gelişmiş ülkelerin gelişmelerinde ticari partnerleri, yer altı zenginlikleri, teknolojik yenilikler gibi farklı durumlar etkili olmuştur ancak ülkelerinin potansiyellerine göre teşvik uygulamaları gelişmelerine gelişmişlik katmıştır.

Türkiye’ nin de teşvik politikalarını uygularken öncelikli olarak üretim potansiyellerini belirlemekte fayda vardır. Bu potansiyellerin öncelikle yatırım teşvikleri ile desteklenmesi daha sonra gelişmesi için ihracat teşvikleri ile desteklenmesi gerekmektedir.

5.TÜRKİYE’ DE UYGULANAN İHRACAT TEŞVİKLERİNİN SEÇİLMİŞ BAZI ÜLKELER İLE KARŞILAŞTIRILMASI VE TEŞVİK EDİLMESİ GEREKEN POTANSİYEL ÜRETİM ALANLARI

Öncelikle dünyada bazı ülkelerin uygulamış olduğu teşvikleri Türkiye’ nin dış ticaret verileri ile inceleyeceğiz. Daha sonra Türkiye’ nin üretim potansiyeli olan alanları inleyeceğiz ve ardından uygulanmakta olan teşvik yapısının üretim potansiyellerine uyumu ve önermeleri anlatılacaktır.

5.1.Dünyada İhracat Teşvikleri İncelemeleri ve Türkiye ile Dış Ticaret Karşılaştırmaları

5.1.1.Güney Kore

Güney Kore 1970’li yıllarda temelini attığı ihracata ve yüksek teknolojiye dayalı sanayi faaliyetlerine dayalı büyüme modeli ile uluslararası alandaki büyüme ve kalkınma modelleri içinde önemli bir örneği oluşturmuştur. Ekonominin temeli eğitim, mühendislik, bilim teknolojiye dayalı faaliyetleri ve bütünsel bir teşvik modeline dayalıdır. Güney Kore’nin büyüme modeli ihracata dayalı olup küresel pazarların ihtiyaç duyduğu yüksek teknolojiye dayalı ürünlerin üretimine ağırlık verilmiş, buna bağlı olarak sanayide önemli bir dönüşüm gerçekleştirmiştir (TGSD, 2014, s. 2).

Güney Kore’nin kalkınma sürecinin temel unsurlarından birisi teknolojiye verilen önem olmuştur. Bugün de Güney Kore yönetimi, yaratıcı ekonomiye geçiş için çaba sarf etmektedir. Yaratıcı ekonomi, bilim ve teknolojinin sanayi ile birleşmesi, kültürün sanayi ile füzyonu ve eskiden engel teşkil eden sınırların yaratıcılıkla aşılması olarak tanımlanmakta ve bu kapsamda özellikle bilişim teknolojileri alanında olmak üzere İnovasyon ve araştırma geliştirme çalışmalarına ağırlık verilmektedir. Güney Kore bugün dünyada dijital ekonominin öncülerinden birisi olarak kabul edilmektedir (Türkiye ve Güney Kore Kan Kardeşliğinin Daha Güçlü Bir Ekonomik Ortaklığa Dönüştürülmesi İçin Öneriler, 2017, s. 11).

Chaebol denilen küresel çok uluslu şirketler ile ekonomiye yön veren Güney Kore, tüketim mallarının üretiminden ziyade yatırım mallarının üretimini teşvik etmiştir. Teşvikleri uzun vadede devlet tarafından verilmesi ve en önemlisi de teşviklerden sonra denetimin sıkı tutulması teşviklerin istenilen sonuçları yakalamasını sağlamıştır. Özellikle katma değeri yüksek ürünlerin üretimi ve bu ürünlerin Ar-Ge çalışmalarına yönelik desteklerin verilmesi bunun yanı sıra eğitim, istihdam destekleri de teşvikler içinde önemli yere sahiptir.

Türkiye ve Güney Kore dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 7: Türkiye ve Güney Kore Dış Ticaret Karşılaştırılması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	GÜNEY KORE
İHRACAT(2016)	142.529.584	495.417.716
İHRACAT DÜNYA SİRALAMASI	31	7
İTHALAT(2016)	198.618.235	406.181.944
İTHALAT DÜNYA SİRALAMASI	22	9
İHRACAT/İTHALAT*100	72	122

Kaynak: TÜİK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Güney Kore'nin ihracatı 2016 yılında 495,4 milyar dolarla dünyanın 7. Ülkesi, ithalatta ise 2016 yılında 406,1 milyar dolarla dünyada 6. ülke olmuştur. Güney Kore'nin Türkiye ile yaptığı ihracatına bakıldığında ise Türkiye'nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Güney Kore' nin Türkiye ihracatına katkısı 518,7 bin dolardır. 2016 yılında Türkiye'nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 6,3 milyar doları Güney Kore ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye'nin Güney Kore' ye ihracatındaki ilk üç kalem;

- İnsan kanı; tedavide, korunmada veya teşhiste kullanılmak üzere, hazırlanmış hayvan kanı; serum ve diğer kan fraksiyonlar.
- Kıvılcım ve sıkıştırma ile ateşlenen motorların parça ve aksamı
- Kurşun ve zenginleştirilmiş kurşun cevherleri yer almaktadır.

Türkiye'nin Güney Kore'ye ithalatında ise ilk üç sırada olan ürünler;

- Traktör ve on kişiden daha fazla yolcu taşıyan araçları aksam ve parçaları,
- Alaşımli çelikten yassı hadde mamuller,
- Otomobil ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlardır.

Güney Kore ve Türkiye dış ticaret karşılaştırılmasında Güney Kore'nin üstünlüğü dikkat çekicidir. Güney Kore'nin bu başarısında dış ticarete uygulamış olduğu politikalar etkili olmuştur. Özellikle AR-GE, eğitim ve yüksek teknoloji ürünlerine yönelik politikaların etkisi büyüktür.

5.1.2. Malezya

Teşvik sistemlerindeki özendirici desteklerle özellikle Çin, Singapur, Tayland ve Japonya gibi ülkelerden yatırım çeken önemli bir ülkedir. Teşviklerle diğer ülkelerin yatırım yapması sayesinde hem ihracat artışını hem de ekonomik büyümeyi sağlamıştır. Malezya'nın uyguladığı bazı teşviklerse şöyledir; Ar-Ge teşvikleri, yüksek sanayi teşvikleri, stratejik sanayi teşvikleri, yazılım şirketleri teşvikleri gibi teşviklerle yatırımcıları ülkeye çekmektedirler. Malezya'nın konumu itibariyle yüksek ihracat yapan ülkeler arasında kalmıştır. Komşularındaki yatırım fazlalıklarını kendi ülkelerine çekmek yönünde uyguladığı teşviklerle başarıya ulaşmışlardır.

Malezya'da dış ticaret ve doğrudan yabancı sermaye konularında politika belirleme ve uygulama yetkisi Malezya Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'nda(MITI) bulunmaktadır. Bu Bakanlığın çatısı altında;

- Malezya Sanayi Geliştirme Merkezi(MIDA)
- Malezya Dış Ticaret Geliştirme Şirketi(MATRADE)
- Malezya Verimlilik Şirketi(MPC)
- Küçük ve Orta Sanayileri Geliştirme Şirketi(SMIDEC)
- Malezya Sınai Kalkınma Finansmanı Berhad(MIDF) kuruluşları yer almaktadır.

Bu kuruluşlardan İGEME benzeri bir yapıya sahip olan MATRADE, Malezya'nın özellikle işlenmiş ve yarı işlenmiş sanayi malı ve hizmetlerinin tanıtmak, destek ve gelişimini sağlamak, ihracat pazarlama stratejileri ve ticaret promosyon aktivitelerini gerçekleştirmek, pazar araştırmaları ile veri tabanını oluşturmak, Malezyalı ihracatçıların uluslararası pazarlama becerilerini geliştirmek için eğitim programlarını organize etmek görevlerini ifa etmektedir. MIDA ise yabancı yatırımların ülkeye çekilmesi ve izinlerin düzenlenmesi konusunda görevlidir (DEİK, 2014, s. 16).

2016 yılı itibari ile Malezya'nın ihracat ettiği ürünlere bakıldığında %82,2 oranla sanayi ürünleri, %9 oranında tarımsal ürünler ve %8,2 oranında ise madencilik ürünleri oluşturmaktadır. Elektrik-elektronik ürünler, kimyasal ürünler, ham ve rafine petrol, palmye yağı ve türevleri, makine ve aksamları Malezya'nın geleneksel ihracat ürünleri arasında yer almaktadır (T.C. Kuala Lumpur Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği, 2017, s. 11). İthal ettiği ürünlerin başında ise %57,1 oranında imalat girdileri ve ara mallar, %9,6 oranında da tüketim malları oluşturmaktadır. Elektrik ve elektronik ürünleri, kimyasal ürünler, makine ve aksamları, petrol ürünleri ve ulaşım ekipmanları önemli ithalat kalemleridir. Malezya'nın önemli ticari partnerler; Çin, Singapur, ABD ve Tayland'dır. 2016 yılında ihracatın % 51'i, ithalatın ise % 53,1'i bu ülkeler ile yapılmıştır (Toprak, 2016, s. 3).

Türkiye ve Malezya dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 8: Türkiye ve Malezya Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	MALEZYA
İHRACAT(2016)	142.529.584	189.414.073
İHRACAT DÜNYA SİRALAMASI	31	27
İTHALAT(2016)	198.618.235	168.375.278
İTHALAT DÜNYA SİRALAMASI	22	27
İHRACAT/İTHALAT*100	72	112

Kaynak: TUIK, ITC Verilerinden Yararlanarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Malezya'nın ihracatı 2016 yılında 189,4 milyar dolar ihracat ile dünya ihracat sıralamasında 27. ülke, ithalatta ise 2016 yılında 168,3 milyar dolar ile dünyada 27. sırada yer almıştır. Malezya'nın Türkiye ile yaptığı ihracatına bakıldığında ise Türkiye'nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 321,5 bin dolardır. 2016 yılında Türkiye'nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 1,9 milyar doları Malezya ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye'nin Malezya'ya ihracatındaki ilk üç kalem;

- Tanklar ve diğer zırhlı taşıtlar(motorlu),
- Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar,
- Karayolu taşıtları için parça, aksam ve aksesuarlarıdır.

Malezya'nın Türkiye'den ithalat ürünlerinde ilk üç ürün ise;

- Palm yağı ve fraksiyonları,
- Vulkanize kauçuktan her türlü giyim eşyası ve aksesuarı,
- Sentetik filament iplikleri yer almaktadır.

Malezya' nın uygulamış olduğu yüksek teknolojiye öncelik ve coğrafi olarak yüksek ihracatlı ülkelerin yakınında yer alması dış ticarette, özellikle ülke gelişmesinde etkin rol oynamaktadır. Dış ticarette kurumlarını iş bölümüne yöneltmek uygun sektörlerin gelişmesi için atılımlar yapmış, sonucunda da teknolojik gelişmişlik seviyelerini yakalamış ülkelerdendir. Malezya dış ticaret fazlası veren nadir ülkelerden biridir.

5.1.3.Tayvan

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin başarılı olmasını sağlayacak koşulları yaratmak üzere Tayvan hükümeti, politikalarını özellikle 3 konu üzerinde yoğunlaştırmıştır. Bunlar; yeni işletmelerin kurulmasını teşvik etmek, altyapıyı geliştirmek ve bebek endüstrileri korumaktır. Bu yönde ilk önemli adım, yatırımları teşvik amacıyla, yeni kurulan firmalara vergi indirimi sağlanması olmuştur. İhracatı arttırmak için de hükümet, 1960'lı yılların ortasında Kaohsiung' da dünyanın, ilk ihracat serbest bölgesini (export processing zone) açmıştır. Tayvan hükümeti, geleneksel olarak çokuluslu yabancı şirketlerin Tayvan'daki doğrudan yatırımları üzerinde sıkı kontrol uygulamış ve ancak stratejik açıdan yararlı olan ve yüksek teknoloji transferi vadeden şirketleri teşvik etmiştir. 2002 yılı Ocak ayında Tayvan'ın DTÖ üyeliğine kabul edilmesi neticesinde ekonominin dış rekabete açılması hızlandırılmıştır. Tayvan'ın kendi doğal kaynakları sınırlı olduğu için hammadde ve ara mal talebi her geçen yıl artmaktadır. Bu malları işleyip ihraç etmeye yönelik büyüme stratejisini 1950'lerin sonundan itibaren benimsemiş olan Tayvan bunda çok başarılı olmuştur. Bu nedenle Tayvan'ın hem ithalatı hem de ihracatı global krizlere hassasiyeti göz ardı edildiği takdirde genelde artma eğilimindedir (Uysal, Ocak 2011, s. 24-25).

Güçlü bir siyasi yapıya sahip olan ülkede devletin teşvikler üzerindeki ağırlığı diğer ülkelerden daha fazla hissedilmektedir. Özellikle çok uluslu ve yüksek teknoloji şirketi şirketleri ülkelere çekebilmek için teşvikleri kullanmaktadır. Enerji ve Telekom alanında yapılan yatırımlara daha büyük önem vermektedir.

Türkiye ve Tayvan dış ticaret verilerinin karşılaştırması;

Tablo9: Türkiye ve Tayvan Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	TAYVAN
İHRACAT(2016)	142.529.584	280.479.468
İHRACAT DÜNYA SIRALAMASI	31	20
İTHALAT(2016)	198.618,235	230.951.968
İTHALAT DÜNYA SIRALAMASI	22	20
İHRACAT/İTHALAT*100	72	121

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Tayvan'ın başlıca ihraç ürünleri; elektronik ürünler, baz metaller, iletişim araçları ve tekstildir. İthal ürünlerin %76' sını ara malları, %15'ini sermaye malları ve %8'ini tüketim malları oluşturmaktadır. Başlıca ihracat pazarları Çin, Hong Kong, ABD, Japonya' dır. İthal pazarları ise Japonya, Çin, ABD ve Güney Kore' dir. Tayvan' nın ihracatı 2016 yılında 280,4 milyar dolar ile dünya ihracat sıralamasında 20. Ülke olmuştur. İthalatta ise 2016 yılında 230,9 milyar dolar ile 20. sırada yer almıştır. Tayvan'ın Türkiye ile yaptığı ihracatına bakıldığında ise Türkiye'nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 138,6 bin dolardır. 2016 yılında Türkiye'nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 1,5 milyar doları Tayvan ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye'nin Tayvan'a ihracatındaki ilk üç kalem;

- Demir/Alaşımsız elikten yarı mamul,
- Mermer ve traverten, ekosin su mermeri ve kireçli taşlar,
- Tabii boratlardır.

İthalatta ise başlıca ilk üç ürün;

- Elektronik ses/görüntü işaret cihazları,
- Elektronik entegre devreleri,
- Paslanmaz elikten yassı hadde mamulüdür.

Son elli yılda halkın desteği ve devletin güçlü politikaları ile yüksek büyüme oranları yakalamış olan Tayvan'ın ekonomide liberalizasyon çalışmaları sonuç vermiş ve bunun sonucunda güçlü bir dış ticaret yapısına da kavuşmuştur. Coğrafi konumun avantajı bu yapıya kavuşmasında etkili olan bir diğer etkindir. Özellikle yüksek teknolojiyi ülkeye çekmek ve ülke içerisindeki sanayiye koruyucu politikalarla dış ticarete iyi büyüme rakamları elde etmektedir.

5.1.4.Güney Afrika

Güney Afrika ekonomisi dünyadaki en açık ekonomilerden birisidir. Güney Afrika'nın dünya ekonomisiyle bütünleşmesi 1994 yılında barışçıl ve başarılı bir şekilde demokrasiye geçişiyle birlikte gerçekleşmiştir. Bu durum Güney Afrika ekonomisinin başlıca ticari ortaklarının eğilimi ve ülkedeki diğer gelişmeleri de doğrudan etkilemiş görülmektedir. Güney Afrika dünya ekonomisinde ağırlığı bulunan gelişmiş ekonomiye sahip ülkelerden geniş çaplı ilgi görmektedir. Ekonomi programında ülkenin orta vade planı (Accelerated and Shared Growth Initiative for South Africa-ASGISA) önemli yer teşkil etmektedir. Programa göre pazar ekonomisine dayalı olan Güney Afrika ekonomisinin bu yapısının süreceği ve kamu-özel sektör ortaklıkları da özendirilmektedir (Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, Ağustos 2016, s. 7-30).

Güney Afrika'da dış ticaret mevzuatının belirlenmesi konusunda International Trade Administration Commission (ITAC), gümrük tarifelerinin belirlenmesi, anti-dumping, telafi edici vergiler ve koruma önlemlerinin uygulanması, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı tarafından belirlenen ihracatı ve ithalatı koruma önlemlerine tabi ürünler için gerekli izinlerin verilmesi konularında yetkilendirilmiştir ancak üreticiler, ihracatçılar ve ithalatçılar ITAC tarafından belirlenen gümrük tarifelerinin gözden geçirilerek artırılması veya azaltılması talebinde bulunabilmektedirler. Güney Afrika'nın ihracat ürünlerinin büyük bir bölümü toplam ihracatın 2/3'üne yakın oranda imalat sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Maden ürünleri ihracatı başlı başına toplam ihracatın 1/3'ünü teşkil etmekte ancak tarım ürünleri ise sadece küçük yüzdelik rakamlarla ifade edilecek seviyedir (Dış İlişkiler Kurulu, 2017, s. 11). Güney Afrika'nın ihracatında başlıca ürünler; platin, paladyum, radyom, otomobil ve steysin vagonlar, yarış arabaları, altın ve demir cevherleridir. İthalatında başlıca ürünlerse; ham petrol, petrol yağları, otomobil ve steysin vagonlar, kara taşıtları için aksam ve parçalardır. İhracat yaptığı ülkeler Çin, ABD, Almanya, Namibya, Botsvana' dır. İthalat yaptığı başlıca ülkelerse; Çin, Almanya, ABD, Hindistan ve Japonya' dır.

Makro ve mikro politikalarının uyumsuzluğu, karmaşık bir siyasi yapının olması ve bölgesel farklılıkların çok fazla olması nedeniyle teşvikler konusunda pek başarıyı yakalayamamıştır. Potansiyeli olan ancak yatırımların azlığı sebebiyle teşviklerden istenilen sonuçları alamamıştır. Ülkelerde özellikle emek yoğun imalat sanayinin teşvikine yönelik politikalar uygulanmaktadır. Çünkü ülkelerin en önemli problemleri işsizlik ve yoksulluktur. Bu sorunların çözümü için teşvik sistemini kullanmaktadır.

Türkiye ve Güney Afrika dış ticaret verilerinin karşılaştırması;

Tablo 10: Türkiye ve Güney Afrika Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	GÜNEY AFRIKA
İHRACAT(2016)	142.529.584	76.110.817
İHRACAT DÜNYA SİRALAMASI	31	37
İTHALAT(2016)	198.618,235	74.744.010
İTHALAT DÜNYA SİRALAMASI	22	38
İHRACAT/İTHALAT*100	72	101

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Güney Afrika' nın ihracatı 2016 yılında 76,1 milyar dolar ile dünya ihracat sıralamasında 37. olmuştur. İthalatta ise 2016 yılında 74,7 milyar dolar ile 38. sırada yer almıştır. Güney Afrika' nın Türkiye ile yaptığı ihracatına bakıldığında ise Türkiye'nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 405,943 milyon dolardır. 2016 yılında Türkiye'nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 1,058 milyar doları Güney Afrika ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye'nin Güney Afrika ihracatındaki ilk üç kalem;

- Petrol yağlar ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar,
- Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları,
- Kara taşıtları için aksam ve parçalardır.

İthalatta ilk üç ürün ise;

- Katı yakıtlar,
- Santrifüjle çalışan kurutma, filtre, arıtma cihazları,
- İşlenmiş alüminyumdur.

Güney Afrika uzun yıllar sıkı dış ticaret politikaları ile yönetildi. 1990 yılından sonra yaşanan liberalleşme ile birlikte ve ülkede uluslararası kuruluşların etkin rol oynaması ile gelişmiş ülkeler tarafından büyük ilgi görmektedir. Özellikle madenlerin fazla olması ve politikalarını bu alanlara yönlendirmesi dış ticaretin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Türkiye ile karşılaştırıldığında Türkiye' nin ihracat ve ithalatının daha yüksek olduğunu görmekteyiz. Buna karşılık Türkiye'nin dış ticarete açığının olmasına karşılık Güney Afrika' nın dış ticaretinin dengede olduğu görülmektedir.

5.1.5.İrlanda

Dünyada en iyi teşvik uygulamalarını İrlanda da görmekteyiz. İrlanda sektör bazlı teşvik uygulamak yerine proje bazlı teşvikler uygulamaktadır. Bunun yanında teşvik sistemi tercihli ve genel olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Genel teşvik sisteminde, 1960 yılından sonra ithal ikameci politikaları terk eden İrlanda öncelikli olarak yüksek işsizlik ve enflasyon gibi makro ekonomik sorunların ortadan kalkması için teşvikler uygulamış daha sonra ise yeni yatırımları ülkeye getirecek teşvikler uygulamıştır. Ar-Ge, eğitim ve istihdamı arttırmaya yönelik teşvik uygulamaları bu uygulamalardan bazılarıdır. Tercihli teşvikler; ihracatın artması için yatırımların artırılması gerekmektedir. İşte bu yatırım artışında geri ödemesiz kredilerin verildiği sisteme tercihli teşvik sistemi denilmektedir. Uyguladığı teşvik sisteminin yanı sıra iyi coğrafi konumu ve haberleşme sisteminin iyi olması İrlanda' yı dünya ihracatında avantajlı duruma getirmiştir.

İrlanda' nın başlıca ihraç ürünleri; makine ve ekipman, bilgisayar, kimyasallar, eczacılık ürünleri ve gıda ürünlerdir. Başlıca ithalat ürünleri ise veri ekipmanları, diğer makine ve ekipmanları, kimyasal ve petroldür. İhracatındaki ilk beş ülke sırasıyla; ABD, İngiltere, Belçika, Almanya ve İsviçre'dir. İrlanda'nın ilk beş ithalatçı ülkesi sırasıyla; İngiltere, ABD, Almanya, Hollanda ve Fransa'dır (Sülün, Ağustos 2015, s. 3-8).

Türkiye ve İrlanda dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 11: Türkiye ve İrlanda Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	İRLANDA
İHRACAT(2016)	142.529.584	129.315.128
İHRACAT DÜNYA SİRALAMASI	31	33
İTHALAT(2016)	198.618,235	76.996.907
İTHALAT DÜNYA SİRALAMASI	22	36
İHRACAT/İTHALAT*100	72	167

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

İrlanda' nın ihracatı 2016 yılında 129,3 milyar dolar ile dünya ihracat sıralamasında 32. olmuştur. İthalatta ise 2016 yılında 76,9 milyar dolar ile 36. sırada yer almıştır. İrlanda' nın Türkiye ile yaptığı ihracatında ise Türkiye' nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 494,5 milyon dolardır. 2016 yılında Türkiye' nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 824,4 milyon doları İrlanda ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye' nin İrlanda ihracatındaki ilk üç kalem;

- Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar,
- Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar,
- İzole edilmiş teller, kablolar ve diğer elektrikli iletkenler; tek tek kaplanmış liflerden oluşan fiberdir.

İthalatındaki ilk üç kalem ise;

- Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar,
- Sanayide ve içecek imalinde hammadde veya koku verici maddeler ve karışımlar,
- İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünlerdir.

İrlanda' nın uyguladığı olduğu yüksek teknolojiye öncelik ve ticari partnerlerinin yüksek ihracat potansiyeli olan ülkeler olmasından dolayı İrlanda' nın ihracat rakamları Türkiye' nin altında kalmasına rağmen ithalattaki dışa bağımlılığın az olmasından dolayı dış ticareti dengede olduğu görülmektedir. Bu dengenin en temel sebeplerinden biri ihracat ettiği ürünlerin yüksek teknoloji ürünler olmasıdır.

5.1.6.Polonya

Polonya önemli ölçüdeki yüzölçümü, nüfus ve ekonomik potansiyeli ile orta büyüklükte bir Avrupa ülkesidir. GSYİH' da son yıllardaki artış nedeniyle dünya ekonomisindeki önemi ve payı yükselmektedir. Özelleştirme uygulamaları neticesinde, ülke merkezi ve Doğu Avrupa ülkeleri içerisinde en fazla doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına konu olan ülke durumundadır. Ülkede, 1989 yılından sonra serbest piyasa ekonomisine geçiş yönünde ekonomik politikalar izlemiştir. Bu dönemde izlenen “Balcerowitz Planı” piyasa ekonomisine geçiş için sistematik bir dönüşümü öngörmüştür. Uygulanan politikalar neticesinde, ilk anda işsizlik ve enflasyon artmış, ancak yıllar itibarıyla düşüş göstermeye başlamıştır. 2002 yılından itibaren hızla iyileşme göstermiştir. GSYİH artışının arkasında özellikle başarılı ihracat performansı yatmaktadır. Zaman içinde iç talebin güçlenmesi, özel tüketim ve sabit yatırımların artması da hızlı büyümenin temel dinamikleri olmuştur (Orta Anadolu İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği, Ocak 2014, s. 3).

Polonya sanayisi, siyasi ve ekonomik rejimin değiştiği 1990 yılından itibaren köklü bir yapılanma sürecine girmiş, komünist rejim zamanından kalma eski teknoloji ve devlet desteği ile ayakta durabilen madencilik, demir-çelik, gemi inşa ve demiryolu ekipmanı gibi ağır sanayi işletmeleri zaman içerisinde kapanmış veya el değiştirmiş, imalat sanayi AB ile bütünleşme süreci içerisinde ve büyük ölçüde yabancı sermaye desteği ile otomotiv, elektronik, dayanıklı tüketim malzemeleri ve gıda sanayi gibi ihracat odaklı hafif endüstrilere yönelmiştir (Koç, Nisan 2014, s. 8).

Özellikle on yıl süre ile yeni yatırımlara %50 vergi indirimleri ile Avrupa'nın yatırım çekmek konusunda en başarılı ülkesidir. Bölgesel teşviklerle ayrıcalıklı bölgelere uyguladığı teşviklerle hem yatırımcıları ülkeye çekmiş hem de ülkenin bölgesel farklılıklarını ortadan kaldırmıştır. Teşvikler özellikle ürün çeşitliliğinin artırılması, işgücü niteliklerini artırmaya ve teknolojik yenilikleri hızlandıracak daha firma bazlı teşviklerdir. Polonya uygulamış olduğu mikro teşviklerle makro boyutları ulaşmayı hedeflemektedir.

Türkiye ve Polonya dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 12: Türkiye ve Polonya Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	POLONYA
İHRACAT(2016)	142.529.584	196.455.270
İHRACAT DÜNYA SİRALAMASI	31	23
İTHALAT(2016)	198.618,235	188.517.819
İTHALAT DÜNYA SİRALAMASI	22	24
İHRACAT/İTHALAT*100	72	104

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Polonya’ nın başlıca ihraç ürünleri; kara taşıtları için aksam ve parçaları, otomobil, steysin vagonlar, televizyon alıcıları ve video monitörleridir. Başlıca ithalat ürünler ise ham petrol, kara taşıtları için aksam ve parçaları, ilaçlardır. İhracatında ilk sıralarda yer alan ülkeler Almanya, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Rusya Federasyonu ve İtalya’ dır. Başlıca ithalat yaptığı ülkeler ise Almanya, Rusya Federasyonu, Hollanda, Çin ve İtalya’dır. Polonya’ nın ihracatı 2016 yılında 196,4 milyar dolar ile dünya ihracat sırlamasında 23. olmuştur. İthalatta ise 2016 yılında 188,5 milyar dolar ile 24. sırada yer almıştır. Polonya’ nın Türkiye ile yaptığı ihracatında ise Türkiye’ nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 2,6 milyar dolardır. 2016 yılında Türkiye’nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 3,2 milyar doları Polonya ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye’nin Polonya ihracatındaki ilk üç kalem;

- Benzinli binek otomobil
- LCD ekran televizyonlar
- Kabuksuz fındıklar

Türkiye’nin Polonya’dan ithal ettiği ilk üç ürün;

- Sıkıştırma ile ateşlemeli içten yanmalı pistonlu motorlar
- Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar
- Elektronik ses ve görüntülü işaret cihazları

Polonya’nın 1990 yılından sonra liberalleşme ve 2004 AB süreci ile ihracat odaklı yeni politikalar ile ekonomisine yön vermiştir. Özellikle ülkenin ağır ve işlemez durumda olan sanayisini, AB ülkelerinin tercihleri doğrultusunda daha hafif sektörlerle yönelten Polonya’ nın dış ticareti dengededir.

5.1.7.Çin Halk Cumhuriyeti

Çin Halk Cumhuriyeti son dönemde yabancı sermayeyi çekme konusunda çok başarılı olmuştur. 1990'ların başından itibaren gelişmekte olan ülkelere yapılan yatırımların başında Çin yer almıştır. Çin hükümeti yabancı yatırımlara ayrıcalıklı muamele yerine ülkenin bu anlamda bir doyuma ulaştığı düşüncesi ile yerli ve yabancı yatırımlara eşit muamele anlamına gelen uluslararası kabul görmüş, “Milli Muamele” ilkesini uygulamaya koymuştur. Bununla birlikte altyapının zayıf olduğu batı ve iç bölgelerde özellikle uzun vadeli projeler için bazı özel teşvikler uygulamaktadır (Mısırlı, Eylül 2016, s. 13).

Çin Halk Cumhuriyeti dış ticaret uygulamalarında hem tarife hem de tarife dışı engelleri uygulamaktadır. Uygulamada olan tarife dışı engeller, ekonomik ve ticari komisyon, devlet planlama komisyonu ve dış ticaret ekonomik işbirliği bakanlığı(MOFTEC) tarafından yürütülmektedir. Ayrıca Çin Halk Cumhuriyeti yerli üreticiyi korumak için yüksek tarifeler uygulamaktadır. Bu tarifeler ticareti düzenlemek için düşürülmüş olsa da normal tarifelerin çok çok üstünde kalmaktadır (Mısırlı, Eylül 2016, s. 4). Dış ticaret yapan tüm firmalar Ticaret Bakanlığı' nın izni ile dış ticaret yapabilmektedirler. Firmalar üretim yapan ve dış ticaret firmaları diye ikiye ayrılmıştır. Üretim yapan firmalar dış ticaret yapması durumunda dış ticaret şirketi ile aynı kota, izin ve döviz kurları uygulanmaktadır.

Küçük firmalara fazlası ile teşvik veren ülke, kendi ülkesine yatırımları çekmek yerine kendi ülkesinde üretimi teşvik edici politikalar uygulamaktadır. Firmalara düşük faizli veya geri ödemesiz kredi kolaylıkları, eğitim yardımları, Ar-Ge projelerine teşviklerle firmaların gelişmesini sağlamaktadır. Çin' in gümrük vergilerini devlete gelir sağlamaktan ziyade ticareti düzenlemek için kullanması da firmalara verdiği önemi göstermektedir. Bu denli başarının sırrını küçük firmalarını geliştirmek olarak gören Çin' in bu konuda haksız olmadığı görülmektedir.

Türkiye ve Çin dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 13: Türkiye ve Çin Halk Cumhuriyeti Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	ÇİN
İHRACAT(2016)	142.529.584	2.097.637.172
İHRACAT DÜNYA SİRALAMASI	31	1
İTHALAT(2016)	198.618,235	1.587.920.688
İTHALAT DÜNYA SİRALAMASI	22	2
İHRACAT/İTHALAT*100	72	132

Kaynak: TÜİK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Çin’ in başlıca ihraç ürünleri; telefon cihazları, otomatik bilgi işlem makineleri, elektronik entegre devreler, lazerler, optik cihazlar, makinelerdir. İhracatçı ülkeleri ise Hong Kong, ABD, Japonya ve Güney Kore’dir. Başlıca ithal ürünleri ise elektronik entegre devreler, ham petrol, demir cevherleri, otomobil, yarış arabalarıdır. İthalatını gerçekleştirdiği başlıca ülkeler Güney Kore, Japonya, Tayvan, Almanya ve Avustralya’dır. 2016 yılı itibari ile 2 trilyon dolar ihracat ile dünya sıralamasında 1. olan Çin, ithalatında ise 1.5 trilyon dolar ile dünya da 2. sıra da yer almaktadır. Çin’in Türkiye ile yaptığı ihracatında ise Türkiye’nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 142,5 milyar dolardır. 2016 yılında Türkiye’nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 25,4 milyar doları Çin ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye’nin Çin ihracatındaki ilk üç kalem;

- Mermer ve traverten
- Krom ve cevherleri
- Kıymetli metal cevherleri

Türkiye'nin Çin' den ithal ettiği ilk üç ürün;

- Telefon, ses, görüntü cihazları
- T.V. ve radyo yayınları ve monitör cihazlarına mahsus aksam ve parçalar
- Otomatik bilgi işlem makine bunlara ait birimler

Türkiye'nin Çin ile olan dış ticaretinde ihracat ve ithalatı yıllar itibari ile artış göstermektedir ancak Türkiye' nin ihracat ve ithalat potansiyeli dikkate alındığında Çin ile olan dış ticareti yeterli seviyelerde görünmemektedir. Çin'in ülke içine yönelik üretimi, pazar farklılıkları, Çin'in yakın ülkelerle yoğun ticaret işlemleri, coğrafi uzaklık ve Çin ile Türkiye arasında ticaret anlaşmalarının olmaması bu iki ülkenin ticaret performansının yeterli olmamasının en temel nedenleridir. İki trilyon doları aşmış olan Çin ihracatına Türkiye'nin sahip olduğu madenler ve kimyasallar ile çok daha fazla bir dış ticaret hacmi yaratılabilir. Bunun için öncelikle Çin pazarına uygun ürünler üretilmeli, ikili anlaşmalarla iki ülke arasında ticaret daha da canlandırılmalıdır.

5.1.8.İran

Yer altı kaynakları bakımından zengin olan ülkenin ihracatı yüksek seviyelerdedir. Ancak hizmetler, üretim, istihdam fazlası ile düşüktür. Özellikle ileri teknoloji şirketlerin kurulumuna onay veren ülkede ihracatta enerji sektörünün dışındaki ihracat getirisi olan yatırımlara sıcak bakılmaktadır. İhracat teşvikleri konusunda fazla bir gerekliliği olmayan ülkenin ileri teknoloji firmalarına yönelik teşvikleri vardır. İran'ın dış ticaretinin önünde en büyük engel uygulamış olduğu sıkı denetimler ve bürokratik engellerdir. Ayrıca İran' nın Dünya Ticaret Örgütüne üye olmaması ülkede dış ticarete bağlayıcı kurlar veya uygulaması zorunlu kuralların olmamasından kaynaklı dış ticaretin kayıt dışı yapıldığı da bilinmektedir.

İran'ın ekonomisini tarım ve turizm ile doğal gaz ve petrol ihracatı oluşturmaktadır. Dünyanın bilinen petrol rezervlerinin %10'u ve doğal gaz rezervlerinin %15'ine sahip olan İran, enerji devi olarak anılmaktadır. Ülkenin ihracatının ve gelirinin önemli bir bölümünü petrol ve doğal gaz ihracatı oluşturmaktadır. İran, Goldman Sachs Yatırım Bankası tarafından belirlenen ve ünlü ekonomist Jim O'Neill tarafından incelenen, BRIC ülkeleriyle birlikte gelecek yüzyılda yatırım ve üretim anlamında potansiyeli en yüksek olarak gösterilen "Gelecek On Bir" ülkeleri arasında yer almaktadır. Bu ülkeler, İran'ın yanı sıra Bangladeş, Mısır, Endonezya, Meksika, Nijerya, Pakistan, Filipinler, Türkiye, Güney Kore ve Vietnam'dır (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği, 2016, s. 8-11).

Türkiye ve İran dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 14: Türkiye ve İran Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	İRAN
İHRACAT(2016)	142.529.584	48.644.259
İHRACAT DÜNYA SIRALAMASI	31	48
İTHALAT(2016)	198.618,235	55.058.771
İTHALAT DÜNYA SIRALAMASI	22	47
İHRACAT/İTHALAT*100	72	88

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

İran'ın başlıca ihraç ürünleri; mineral yakıtlar ve mineral yağlar, plastik ve mamulleri, organik kimyasallardır. İthalatındaki başlıca ürünler ise; nükleer reaktörler, elektronik makine ve cihazlar, kara nakil araçlarıdır. 2016 yılı itibari ile 48,6 milyar dolar ihracat ile dünya sıralamasında 48.olan İran, ithalatında ise 55 milyar dolar ile dünya da 47.sıra da yer almaktadır. İran'ın Türkiye ile yaptığı ihracatında ise Türkiye'nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 4,9 milyar dolardır. 2016 yılında Türkiye'nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 4,6 milyar dolarını İran ile yapılan ithalattır.

Yer altı kaynakları zengini olan İran'ın ihracat gelirlerine etkisi hayli fazladır ancak bunun yanı sıra üretim alanında atılım yapması gereklidir. Türkiye ile İran'ın dış ticaret karşılaştırmasında Türkiye'nin hem ihracat hem de ithalat rakamlarında çok üstün olduğu görülmektedir. Türkiye'nin bu başarısında ülke kaynaklarının yanı sıra üretimin de katkısı büyüktür.

5.1.9.İsrail

İsrail ekonomisi, yüksek teknolojik araç gereç üretimi, tarım, sanayi, elmas işlemeciliği ve turizme dayalıdır. Kibbutz adı verilen kommünal tarım çiftlikleri gıda üretiminin tamamına yakınını gerçekleştirerek ülkenin gıdada kendi kendine yetmesini sağlar. Teknoloji alanında İsrail ekonomisi dünyanın en hızlı gelişen ülkesidir. Intel, IBM, Motorola, Google gibi firmaların İsrail'de Ar-Ge merkezleri bulunur, bunun nedeni silikon üretimi için ülkenin elverişli olması ve en önemlisi kişi başına düşen bilgi teknolojilerinde çalışan sayısının çok yüksek olmasıdır. NASDAQ endeksinde İsrail firmaları en çok işlem görenler sıralamasında ABD ve Kanada'dan sonra üçüncü sırada gelir. İsrail çeşitli güvenlik sorunlarına rağmen sürekli kaliteli insan gücü yetiştirmeye önem vererek ekonomisinin büyümesini sağlamıştır (İzmir Ticaret Odası, Ağustos 2016, s. 2).

ABD ve AB ile serbest ticaret anlaşması imzalamış olan tek ülkedir. İsrail düşük faizli kredilerle ülkeye yatırımları çekmeye çalışmaktadır. Teşvik sistemi daha çok yeni yatırımların çekilmesine ve var olan firmaların pazar paylarının artırılmasına yöneliktir. Teşviklerden yararlanmak isteyen şirketlerin onaylanmış şirket statüsünü kazanmaları gerekmektedir. Bu statüye sahip olmak içinde %30 ödenmiş sermayeye sahip olunması gerekmektedir. İsrail'de teşvikler yatırımların ülkeye çekilmesi, istihdamın arttırılması, Ar-Ge teşvikleri ile ürün çeşitliliğinin artırılması hedeflenmektedir.

Türkiye ve İsrail dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 15: Türkiye ve İsrail Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	İSRAİL
İHRACAT(2016)	142.529.584	60.570.596
İHRACAT DÜNYA SIRALAMASI	31	40
İTHALAT(2016)	198.618,235	65.802.692
İTHALAT DÜNYA SIRALAMASI	22	42
İHRACAT/İTHALAT*100	72	92

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

İsrail'in başlıca ihraç ürünleri; makine ve teçhizat, yazılım, elmas kesimdir. İhracatçı ülkeleri ABD, Hong Kong, İngiltere, Çin'dir. Başlıca ithalat ürünleri ise hammadde, askeri teçhizat, yatırım mallarıdır. İthalatını gerçekleştirdiği başlıca ülkeler ABD, Çin, İsviçre ve Almanya'dır. 2016 yılı itibari ile 60,5 milyar dolar ihracat ile dünya sıralamasında 40. olan İsrail, ithalatında ise 65,8 milyar dolar ile dünya da 42. sıra da yer almaktadır. İsrail' in Türkiye ile yaptığı ihracatında ise Türkiye'nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 2,9 milyon dolardır. 2016 yılında Türkiye'nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 1,3 milyar doları İsrail ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye'nin İsrail' den yapılan ihracatındaki ilk üç kalem;

- Demir ve elik
- Demiryolu gereçleri
- Tramvay araçları

Türkiye'nin İsrail' den ithal ettiği ilk üç rn;

- Mineral yakıtlar
- Yağlar
- Plastik ve plastikten yapılma eğyalar



5.1.10.Amerika Birleşik Devletleri(ABD)

Dünya çapında serbest piyasa ekonomilerinin en büyük örneği olarak gösterilen ABD ekonomisinde, üretim ve hizmetlerin büyük bir bölümü özel sektör tarafından tüketilmekte ve sağlanmakta olup, dünya çapında kamunun ağırlığının bu kadar az olduğu başka bir ekonomi bulunmamaktadır. Amerikan ekonomisinde yapısal olarak rol oynayan iki temel unsurun ilki zengin doğal kaynakları, diğeri ise nitelikli işgücüdür. ABD verimli toprakları, zengin mineral yatakları, elverişli iklim koşulları ve diğer doğal kaynakları ile ekonomik büyümenin sağlanması açısından çok uygun bir ortama sahiptir (Konya Ticaret Odası, 2017, s. 5). Ayrıca eğitime verdiği önem ile ekonomisine genç beyinleri çekerek sorunların çözümünü hızlandırmaktadır.

Teşvikler bu ülkede iki şekilde yürütölmektedir. Federal düzeyde Ticaret Bakanlığı, Eximbank, Tarım Bakanlığı, Dış İşleri Bakanlığı, Küçük İşletmeler İdaresi, Denizaşırı Özel Yatırım Şirketleri tarafından uygulanırken. Yerel olarak eyaletler kendi teşvik sistemlerini uygulamaktadır. Yani eyaletlerin özelliklerine göre uygulanan teşviklerde farklılık görölmektedir. Ancak federal olarak ABD işletme odaklı şirketleri teşvik etmektedir. Eyaletlerse; Kuzey Carolina, bölgelerinin nüfus ve gelişimine bakarak beş bölgeye ayırmış ve her bölgenin ihtiyacına göre teşvikler uygulamaktadır. Latin Amerika ülkeleri içinse bölgesel teşvikler ön plandadır. Kanada otomotiv sektörüne yönelik teşvikler vermektedir. Meksika ise teşvikleri istihdam yaratmak amacıyla kullanmaktadır. Karmaşık gibi görünse de ABD'nin uygulamış olduğu teşvik sistemi aslında potansiyellerini ve eksiklerini göz önünde bulundurarak bu bölgelerin neye ihtiyacı varsa bu yönde teşviklerin verilmesi en doğru yöntem gibi görölmektedir.

Türkiye ve ABD dış ticaret verilerinin karşılaştırılması;

Tablo 16: Türkiye ve ABD Dış Ticaret Karşılaştırması

GÖSTERGELER(Bin \$)	TÜRKİYE	ABD
İHRACAT(2016)	142.529.584	1.450.547.291
İHRACAT DÜNYA SIRALAMASI	31	2
İTHALAT(2016)	198.618,235	2.248.208.943
İTHALAT DÜNYA SIRALAMASI	22	1
İHRACAT/İTHALAT*100	72	64

Kaynak: TUIK, ITC Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

ABD’ nin başlıca ihraç ürünleri; petrol yağlar ve bitümenli mineraller, Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları, kara taşıtları için aksam ve parçalarıdır. İhracatçı ülkeleri ise Kanada, Meksika, Çin, Japonya, İngiltere ve Almanya’dır. Başlıca ithalat ürünleri ise otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları, ham petrol, telli telefon ve telgraf için elektronik cihazlardır. İthalatını gerçekleştirdiği başlıca ülkeler Çin, Meksika, Kanada, Japonya, Almanya, Güney Kore’dir. 2016 yılı itibari ile 1,4 trilyon dolar ihracat ile dünya sıralamasında 2. olan ABD, ithalatında ise 2,2 trilyon dolar ile dünya da 1. sıra da yer almaktadır. ABD’ nin Türkiye ile yaptığı ihracatında ise Türkiye’ nin 2016 yılındaki ihracatı 142,5 milyar dolardır. Türkiye ihracatına katkısı 6,6 milyar dolardır. 2016 yılında Türkiye’nin ithalatı 198,6 milyar dolardır ve bu rakamın 10,8 milyar doları ABD ile yapılan ithalattır. International Trade Centre(ITC) verilerine göre Türkiye’nin ABD’ den yapılan ihracatındaki ilk üç kalem;

- Demir ve çelik
- Makine, mekanik cihazlar, nükleer reaktörler, kazanlar; parçaları
- Demiryolu veya tramvay taşıtları dışındaki diğer taşıtlar, bunların parça ve aksesuarı

Türkiye’nin ABD’ den ithal ettiği ilk üç ürün;

- Uçak, uzay aracı ve parçaları
- Makine, mekanik cihazlar, nükleer reaktörler, kazanlar; parçaları
- Demir ve çelik

Dünyada teşvik uygulamalarına bakıldığında ülkeler öncelikle potansiyellerine göre teşvikleri uygulamaktadırlar. Ülkelerin konumu, doğal kaynakları, dış ilişkileri, gelişmişlik seviyeleri ve ekonomik sorunlarına bakılarak her ülke kendine özgü ve ülkesine en fazla yararı sağlayacak teşvik sistemini oluşturmuştur. ABD her eyaletinde uyguladığı farklı teşviklerle bölgelerin ihtiyaçlarına yönelmektedir.

5.1.11. Avrupa Birliği

Seçilmiş olan ülkelerden İrlanda ve Polonya dışındaki ülkeler Avrupa Birliği dışında kalan ülkelerdir. AB ülkeleri dışında uygulanan ihracat teşvikleri AB ülkelerine benzerlik gösterse de dünyada en iyi teşvik uygulamalarını AB’ de görmekteyiz. Üye ülkelerinde teşvikleri uygulamalarında farklılıklar olsa da ana amaç tüm ülkelerde aynıdır. AB ülkelerinde teşviklerin ana amaçları rekabet güçlerini arttırmak ve dünya piyasasındaki paylarını arttırmaktır. Bu amaçla AB ülkelerinde öncelikli sektörler sanayi ve imalattır.

Avrupa Birliğinde devlet yardımları ekonomik ve sosyal politikaların bir sonucu olarak belli bir bölge sektör veya teşebbüse yarar sağlayan bir araç olarak görülmekte olup, yatırımları teşvik etmek; çevrenin korunmasını sağlamak; istihdamı arttırmak; zor durumdaki şirketleri kurtarmak ve yeniden yapılandırmak ve özellikle ihracatı geliştirmek amaçları kapsamında kullanılmaktadır. Ana teması akıllı, sürdürülebilir ve kapsamlı büyüme olan KOBİ’ lerin uluslararası piyasalarda ön plana çıkarılarak üye ülkelerin dünyadaki ticaret paylarının korunabilmesi ve arttırılması hedeflenmektedir (Mete & Akyazı, 2017, s. 106)

Bu kapsamda AB ülkelerinde uygulanan teşvikler;

- AR-GE yardımları,
- Çevre yardımları,
- Kurtarma ve yeniden yapılandırma yardımları,
- İstihdam yardımları,
- Eğitim yardımları,
- KOBİ yardımlarıdır.

Teşviklerin dünya ülkelerinde ve uluslararası kuruluşlarda kullanım amaçları daha çok ülkelerin dünya piyasalarında var olmaları, mal/hizmet kalitesinin artması ve makro sorunlara çözümdür. Dünyada teşvik sistemi öz kaynakların değerlendirilerek piyasaya uygun mal/hizmet üretimine dayanmaktadır. Her ülkenin potansiyeli ve kaynakları farklıdır. Bu nedenle teşvik sisteminde de farklılıklar oluşmaktadır.

5.2.Türkiye’ nin Potansiyel Üretim Alanları

Bir ekonomide döviz kazanmanın en doğru yolu ihracattır. İhracat artışı beraberinde ülkenin ihtiyaç duyduğu döviz sağlayacaktır. İhracat artışında en doğru yol ise üretimin niceliksel ve niteliksel olarak artışıdır. Ülkede üretim artışı için öncelikli olarak kaynakların doğru kullanımı ve atıl kapasitenin üretime katılarak, ülkenin ihtiyacından fazla olan ürünlerin üretimi ile sağlanacaktır. Ülkenin ihtiyacı olan ürünler üretildikten sonra daha fazlasını üretebiliyorsa ülke, ihracat artışı doğru temeller üzerinde ilerleyecektir. Aksi takdirde ülkenin ihtiyacı olan ürünleri ihraç edilmesi beraberinde ithalat artışını da getirecektir. Bu durum sonucunda bir yandan ihracat artışı diğer yandan ithalat artışı ile ülkenin döviz kazanımı olmayacaktır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde en büyük problemi işte budur.

Yıllardır klasik iktisatçıların söylediği karşılaştırmalı ve mutlak üstünlükler teorilerine göre ülkeler hangi ürünlerde üstünseler ve hangi ürünü daha fazla üretebiliyorsa o ürün veya ürünleri üretmelidir. Ancak günümüz şartlarında ülkeler yetersiz olan kaynaklarını ihracata yönlendirmeye çalışmaktadır. Özellikle sanayileşme olgusu ülkelere kısa sürelerde büyüme ve gelişme sağlayacağı için son yüzyılın popüler kavramlarından biri olmuştur. Tüm ülkeler sanayileşmeyle birlikte daha fazla ürün, daha fazla ihracat ve daha fazla döviz elde etmek için kıyasıya bir yarış halindeler. Oysa yetersiz olan AR-GE çalışmaları, eğitilmiş bireylerin yetiştirilmemesi, yetersiz olan ülke kaynakları ile sanayileşmeye çalışmak ülkelere sadece ithalat artışını getirecektir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler bu tuzağın içinde kaynaklarını çok yanlış şekillerde kullanmaktadırlar.

Dünya üzerinde resmi olarak 193 ülke vardır. IMF’ in 2016 yılında yayımlanmış olduğu raporda bu ülkelerin sadece 47 tanesinin gelişmiş ülke olarak bildirilmiştir. Gelişmiş olan bu ülkelerin bazıları kaynak zengini, bazıları üyesi oldukları uluslararası kuruluşlardan kaynaklı bu listede yer almaktadır. Geriye kalan 146 ülke gelişmekte olan, az gelişmiş ve gelişmemiş ülkelerdir.

Bu sayının çoğunluğunu ise gelişmekte olan ülkeler oluşturmaktadır. Gelişmiş lkelerde Almanya, ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya gibi ülkeler vardır ve bu ülkelerin temel özelliği ise sanayileşmenin bu ülkelerde başlamış olmasıdır.

Özellikle sanayileşmiş ülkelerin ürettikleri ürünlerin uluslararası piyasalarda alıcı bulmaları gerekmektedir. Bu yüzden de gelişmiş ülkelerin sayısı bir elin parmaklarını geçmezken, gelişmekte olan ülkelerse çok fazladır. Gelişmişlik seviyelerini yakalamak için sanayileşme oyunu gelişmiş ülkeler tarafından dünya piyasalarında oynanan bir oyundur. Bu durumun gelişmiş olan ülkelere her gecen gün daha fazla muhtaç ülkeler yaratmakta, daha da ilerisi gelişmiş ülkeler olmadan üretim yapamayan ülkelerin var olmasına neden olacaktır. Sanayileşme oyunu gelişmiş ülkelerin kendilerine muhtaç ülkeler yaratmasından daha önemli bir sorunla karşı karşıyadır. Kıt olan kaynakların yanlış kullanılması veya hiç kullanılmayıp yok edilmesinden kaynaklı ileriki yıllarda yaşanacak olan kıtlık. Tarıma elverişli ülke topraklarının tarımsal faaliyetlerde kullanılmasının yerine sanayileşme adı altında bu alanlara fabrikaların kurulması, bu alanların kimyasal atıklarla isteyerek ya da istemeyerek toprağın zehirlendirilmesi ve doğal kaynakların yok edilmesine neden olmaktadır. Sonucunda ise dünya zor yılar yaşayacaktır.

Elbette sanayileşmenin ülkelere ve insanlığa büyük katkıları vardır. Sanayileşmenin insanlığa yararları göz ardı edilemez ancak dünya genelinde bilinçsiz bir sanayileşme yarışı vardır. En başa dönecek olursak mutlak olarak hangi üründe stnsek, o ürünü üretmeli ve dünya piyasasında o ürünle uzmanlaşmalıyız. Bu uzmanlaşmada sanayileşme kavramından çok teknoloji kavramını ön plana ıkartmalıyız. Çünkü sanayileşme bize hr türlü üretimi getirirken teknoloji eldeki kaynakları etkin kullanmayı bize getirecektir. Bunun içinde ülkelerin öncelikli olarak kaynaklarını belirlemeli ve bu kaynakların hangileri üretime yönlendirilerek ülkeye uzmanlık sağlayacağı belirlenmelidir.

Sanayileşme oyunun içerisinde olan ülkelerden biriside Türkiye’dir. Türkiye uzun yıllar ekonomik, siyasi ve politik nedenlerin dışında üretime yönlendireceği alanları belirleyemediği için sanayileşme çabalarının içinde sanayileşememiş bir ülke olmuştur. Türkiye’ nin kuruluşundan 1980 yılına kadar uygulamış olduğu sanayileşme adımları doğrudu ancak sanayileşme bir türlü sağlanamadı. 1980 sonrasında sanayileşmenin olduğu varsayılarak ihracat teşvikleri verilmeye başlandı. Başlangıçta teşvikler atıl kapasiteleri üretime yönlendirdi ve kısa süreli bir gelişme yaşandı ancak niteliksel ve niceliksel ürünlerin eksikliği uzun vadede beklenen etkinin alınmamasına neden oldu. Çünkü gelişme için kilit bir üretim alanı seçilmemişti. 1980 kararları ile sanayileşmenin hızlanması amaçlanıyordu ama bu sanayileşmenin hangi alanları kapsayacağı belli değildi. Bunun yanı sıra eğitime gerekli önemin verilmemesi ve AR-GE faaliyetlerine gerekli desteğin sağlanmaması da eklenince sanayileşme Türkiye ‘ de bir hayal ürünü olarak varlığını sürdürmektedir.

Türkiye’nin öncelikli hedefi, doğru sektörlerin üretime yönlendirilmesi olmalıdır. Doğru sektörü bulması için de üretim yapabileceği veya döviz getirebilecek alanları tespit etmesi gereklidir. Türkiye’nin potansiyel üretim alanları alanları şunlardır.

5.2.1.Doğal Kaynaklar

Dünyanın gelişmiş ülkeleri, ekonomilerinin tümüyle öz kaynaklara dayandırmıştır. Bu ülkeler kaynaklarını kullanarak gelişmişler, zenginleşmişler ve ileri giderek az gelişmiş ülkelerin kaynaklarını da el atmışlardır. Türkiye doğal kaynak açısından, bir kıtanın sahip olabileceği kadar büyük bir zenginliğe sahiptir. Küçük Asya olarak Anadolu, esasen Asya'nın bir gölgesi gibi bütün minerallere de yataklık etmektedir. Anadolu yarımadası Hititlerden bu yana işletilen madenlerin izlerini bir tarihi eser kalıntısı olarak saklamaktadır. Bazı analizlere göre Türkiye'nin yer altı zenginliklerinin parasal değeri trilyonlarca doların üzerindedir (İstanbul Ticaret Odası, 2007, s. 145).

Türkiye' nin karmaşık jeolojik ve tektonik yapısı çok çeşitli maden yataklarının bulunmasına olanak sağlamıştır. Günümüzde dünyada yaklaşık 90 çeşit madenin üretimi yapılmaktayken ülkemizde 60 civarında maden türünde üretim yapılmaktadır. MTA verilerine göre Türkiye, dünyada 132 ülke arasında toplam maden üretim değeri itibarıyla 28'inci sırada, maden çeşitliliği açısından ise 10'uncu sırada bulunmaktadır (TBMM Meclis Komisyonu, 2010, s. 122). Üretim alanında olmasa da çeşitlilik açısından büyük bir avantajı olan Türkiye' nin bu çeşitliliği üretime yönlendirmesi gereklidir.

Madenler Türkiye' deki en tartışmalı konulardan biridir. Kimi kaynaklara göre Türkiye madenler açısından yetersiz, kimi kaynaklara göreyse madenler açısından yeterli bir ülkedir. Bu durumda bakılması gereken şey Türkiye' nin madenlerinin dünya kaynakları içerisindeki payı ve kaynakların miktarlarıdır. Türkiye' de bulunan madenlerin dünya içerisindeki payları ve miktarları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

TABLO 18: Dünya ve Türkiye Maden Rezervleri Miktarları

CİNS	TÜRKİYE REZERVİ(BİN TON)	DÜNYA REZERVİ(BİN TON)	TÜRKİYE'NİN PAYI(%)
Altın	700	78.000	0,13
Alünit	4.000.000	-	-
Antimuan	103.306	3.200.000	3,22
Asfaltit	82.000.000	-	-
Asbest	29.646.379	-	-
Bakır	1.786.000	650.000	0,27
Barit	35.001.304	550.000	5,56
Bitümlü Şist	1.641.381.000	-	-
Bentonit	250.543.000	-	-
Boksit	87.375.000	34.000.000	0,25
Bor	3.066.300.000	1.021.000	63
Civa	3.820	240.000	1,99
Çinko	2.294.479	440.000	0,52
Demir	122.000.000	160.00.000	0,09
Diatomit	44.224.029	2.000.000	2,21
Disten	3.840.000	-	-
Dolomit	15.887.160.000	-	-
Feldspat	239.305.500	1.250.000.000	19,14
Fosfat	70.500.000	47.000.000	1,5
Fluorit	2.538.000	440.000	0,57
Grafit	90.000	360.000	25
Gümüş	6.062	430.000	1,56
Kaolen	89.063.770	-	-
Kaya Tuzu	5.733.708.017	-	-
Kil (Ser+Ref)	354.362.650	-	-
Krom	26.000.000	7.600.000	0,34
Kurşun	860.387	130.000	0,66
Kuvars Kumu	1.307.414.250	-	-
Kuvarsit	2.270.287.821	-	-
Kükürt	626.000	3.500.000	17,8
Linyit	13.300.000.000	524.131.000	1,58
Lületaşı	1.483.000(sandık)	-	-
Manganez	3.200.000	5.000.000.000	0,64
Mermer	5.161.000.000 m3	-	-
Manyezit	111.368.020	-	-
Perlit	5.690.028	2.000.000	0,28

Pomza	1.479.556.876 m3	-	-
Profillit	6.644.000	-	-
Sepiolit	13.546.450	-	-
Sodyum Sülfat	16.536.000	4.600	0,35
Stronsiyum	665.082	12.000.000	5,54
Talk	482.736	1.124.000	0,04
Taşkömürü	1.126.548.000	-	-
Trona	836.317.680	-	-
Toryum	380.000	-	-
Uranyum	9.129	-	-
Wolfram	36.719	-	-
Zeolit	344.148.875	-	-
Zımpara	3.725.082	3.100.000	0,12

Kaynak: Maden Tetkik Arama Genel Müdürlüğü

Yukarıdaki tabloda bazı madenlerin dünya rezervleri bilinmemektedir. Bilenen maden rezervleri ile Türkiye’ nin paylarına baktığımızda oranlar düşük gibi görünse de Türkiye’nin maden rezervleri ülkeye yetebilecek düzeydedir. Maden çeşitliliğinin fazla olduğu ülkede, özellikle mermer, bor, krom, linyit, feldspat, perlit, pomza, sodyum sülfat, stronsiyum, kaya tuzu, barit, manyezit, lületaşı, dolomit, alçıtaşı, kuvarsit, silis kumları, pirofillit madenleri ülkeye yeterliğinin yanı sıra ihraç edilen madenleridir. Türkiye’ nin kaynakları yetersiz olduğu madenlerse; altın, demir, manganez, bakır, molibden, fosfat, kükürt, refrakter boksit, grafit, talk madenleridir. Bu madenleri diğer ülkelerden ithal etmektedir.

Özellikle inşaat, kimya, cam, seramik ve plastik üretiminde kullanılan kuvars, kuvars kumu, bor, feldspat madeni Türkiye’ nin üretimine önem vermesi gereken madenlerdir. Ayrıca dünya rezervlerinin %63 kısmını barındıran bor madeninin kullanım alanlarını genişletecek politikalar uygulamalıdır. Üretimini arttırmaya yönelik önlem alması gereken bir diğer maden ise bitümlü şist madenidir. Petrol kaynaklarının tükenmesine karşı alternatif yeni kaynak arayışında bu madenin yeri çok önemlidir. Bu maden ilerleyen yıllarda petrole alternatif yeni bir maden olarak önemi artacaktır.

Türkiye'nin maden çeşitliliğinin fazla olmasına karşılık maden ihracatı, toplam ihracat içerisinde çok düşük seviyelerde kalmaktadır. Türkiye' nin maden ihracatı aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 19: Türkiye Maden İhracatı

YIL	TOPLAM İHRACAT (MİLYON \$)	MADEN İHRACATI(MİLYON \$)	MADEN İHRACATININ TOPLAM İHRACAT İÇİNDEKİ PAYI(%)
1996	23.224	432	1,86
1997	26.261	482	1,83
1998	26.976	456	1,69
1999	26.587	517	1,94
2000	27.775	563	2,03
2001	31.334	536	1,71
2002	36.059	608	1,69
2003	47.253	742	1,57
2004	63.167	1.099	1,74
2005	73.476	1.402	1,91
2006	85.535	1.889	2,21
2007	107.272	2.512	2,34
2008	132.027	2.965	2,25
2009	102.143	2.315	2,27
2010	113.883	3.325	2,92
2011	134.972	3.485	2,58
2012	152.561	4.031	2,64
2013	151.812	4.870	3,21
2014	157.715	4.097	2,60
2015	143.862	3.750	2,61
2016	142.606	3.245	2,28

Kaynak: <http://www.mta.gov.tr/v3.0/bilgi-merkezi/maden-dis-ticaret-payi>(Erişim Tarihi:25.04.2018)

Tabloda ilk dikkat çeken maden ihracatının çok düşük rakamlarda olmasıdır. Yıllar itibari ile küçük artışlarla ilerleyen maden ihracatının, ülkenin maden çeşitliliği göz önüne alınırsa kötü bir performansta ilerlemektedir. Teknolojik yetersizlik, eğitime gerekli önemin verilmemesi, madenlere yönelik üretimin ve madenlerle yapılacak üretimin yetersiz oluşundan dolayı Türkiye'nin maden potansiyeli hala ortaya çıkamamıştır. Türkiye'nin ekonomisinde maden potansiyelinin ortaya çıkaracak yatırımlar yapılmalı ve teşvikler verilmesi gerekmektedir. Türkiye'nin maden rezervlerinin rasyonel şekilde değerlendirmeli ve ülke içinde madenleri üretime yönlendirmeli, AR-GE çalışmalarına destek vermeli ve maden alanlarının tüketim alanlarını genişletecek politikalar uygulamalıdır.

Ülkenin madenleri ihracata yeterli pay alamayabilir ancak ülke içerisindeki üretime katkısı olacak madenlerinin üretime katılmasını teşvik edici politikalar uygulanmalıdır. Maden ithalatının ülkenin dış ticaretine etkisi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 20: Türkiye'nin Maden İthalatı

YIL	TOPLAM İTHALAT(MİLYON \$)	MADEN İTHALATI(MİLYON \$)	MADEN İTHALATININ TOPLAM İTHALAT İÇİNDEKİ PAYI(%)
1996	43.627	892	2,04
1997	48.559	964	1,99
1998	45.921	887	1,93
1999	40.671	620	1,52
2000	54.503	1.013	1,86
2001	41.399	573	1,38
2002	51.554	1.067	2,07
2003	69.340	1.354	1,95
2004	97.540	1.774	1,82

2005	116.774	2.410	2,06
2006	139.576	3.077	2,20
2007	170.063	3.851	2,26
2008	201.964	4.905	2,43
2009	140.928	4.485	3,18
2010	185.544	4.785	2,58
2011	240.834	6.066	2,52
2012	236.537	5.581	2,88
2013	251.651	4.849	2,22
2014	242.224	4.097	2,00
2015	207.207	4.608	2,00
2016	198.602	3.748	1,89

Kaynak: <http://www.mta.gov.tr/v3.0/bilgi-merkezi/meden-dis-ticaret-payi>(Erişim Tarihi:25.04.2018)

Türkiye maden çeşitliliği açısından zengin bir ülkedir. Ancak ülkenin maden potansiyeli sanılanın aksine dış ticarete yönlendirilecek yeterlilikte değildir. Ülkenin kendine yeterliliğini sağlayacak düzeyde olan madenlerin ülke içerisinde kullanımını artıracak politikalar uygulanmalıdır. Özellikle yüksek enerji ithalatına sahip ülkenin enerji soruna çözüm bulacak madenleri işlemek ve kullanmakla başlamalıdır.

5.2.2.Enerji Kaynakları

Enerji, fiziksel bir işi yapabilmek için gerekli olan kapasitedir. Günümüzde üretimde ve günlük yaşamın birçok alanında enerjiyi kullanılmaktadır. Enerjiyi elde etmenin birden fazla yöntemi varken enerji kaynaklarını iki gruba ayrılmaktadır. Bunlar yenilenebilir ve tükenbilir enerji kaynaklarıdır. Yenilenebilir enerji kaynakları sürekli ve tekrar tekrar kullanılan kaynaklardır. Güneş ısılarından elde edilen enerji, rüzgar hızı ile elde edilen enerji, sudan elde edilen hidro güç bu enerjiye verilecek en iyi örneklerdir. Tükenbilir enerji ise belli bir miktarı olan ve bir süre sonra tükenen kaynaklardır. Petrol, doğalgaz gibi fosil yakıtlar bu enerji kaynağına örnek olarak verilebilir.

Ülkeler bu iki enerji grubundan da enerji elde etmektedirler. Ancak tükenbilir enerji kaynakları daha az maliyetli olduğu için günümüzde tükenbilir enerji kaynakları enerji üretiminin en gözdesidir. Yenilenebilir enerji kaynakları ise daha fazla teknoloji ve maliyet gerektirdiği için ülkeler tarafından daha az tercih edilmektedir. Tükenbilir enerji kaynaklarına sahip olan ülkeler, enerjiye daha ucuza sahip oldukları gibi bu enerji kaynaklarını ihraç ederek ülkelerine döviz kazandırmaktadır. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin gelişmeleri için gerekli olan üretim için her geçen gün artan enerji ihtiyacı, ülkeleri enerji üretimine önem vermeleri gerektirmektedir.

Enerji, günümüzde ülkelerin gelişmişlik göstergesi olarak kabul edilen şehirleşme ve üretim için gerekli baş aktördür. Bazı ülkelerin sahip olduğu tükenbilir enerji kaynakları ülkelerin ihracatlarının yüksek olmasına sebep olmuştur. Özellikle OPEC ülkeleri bu ülke grubuna verilecek en iyi örnektir. Eğer enerjiyi daha ucuza temin edebilir ve bunu ihraç edebilirse, ülke ekonomisi için beklenen etkiyi yaratabilir. Konumuz itibari ile bizi asıl ilgilendiren kısım üretim alanıdır. Gerek yenilenebilir enerji kaynakları gerekse tükenir enerji kaynaklarından elde edilen üretimle ülkeler üretim yapmakta ve dünya pazarlarında yer edinmeye çalışmaktadırlar. Enerjinin ülkeler için önemli olduğunu dünya enerji tüketim ve dünya ihracat sıralaması karşılaştırması ile net bir şekilde görebiliriz. Bunun için öncelikli olarak dünya da enerji tüketimine bakmamız gereklidir. Türkiye Doğalgaz Dağıtıcıları Derneğinden alınan bilgilere göre dünyada enerji tüketim sıralaması aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 21: Dünya Enerji Tüketim Sıralaması

	2014	2015	2016	Dünya Toplam Payı	Sıra
Çin	2.903,90	2.970,30	3.014,00	22,90%	1
ABD	2.271,70	2.300,50	2.280,60	17,30%	2
Hindistan	626	666,2	700,5	5,30%	3
Rusya	688	689,8	666,8	5,10%	4
Japonya	465,8	453,9	448,5	3,40%	5
Kanada	335	335,5	329,9	2,50%	6
Almanya	325,8	311,9	320,6	2,40%	7
Brezilya	290	297,6	292,8	2,20%	8
Kore	270,9	273,1	276,9	2%	9
İran	247,6	260,8	267,2	2%	10
Suudi Arabistan	237,4	252,4	264	2%	11
Fransa	247,4	237,5	239	1,80%	12
Endonezya	175	188,3	195,6	1,50%	13
Birleşik Krallık	201,4	188,9	191,2	1,50%	14
Meksika	188,9	190	185	1,40%	15
İtalya	155,7	146,8	151,7	1,20%	16
İspanya	134,2	132,1	134,4	1%	17
Avustralya	130,7	129,9	131,4	1%	18
Türkiye	120,3	123,9	129,3	1%	19
Tayland	120,3	123,4	124,9	0,90%	20
Güney Afrika	124,6	128	124,2	0,90%	21
Tayvan	109,9	111,4	110,7	0,80%	22
BAE	97,2	99	103,9	0,80%	23
Polonya	96	92	95	0,70%	24
Ukrayna	114,7	101	85,1	0,60%	25

Kaynak: Doğalgaz Dağıtıcıları Derneği'nin Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Hazırlanmıştır

Dünya enerji tüketiminde ilk iki sırada yer alan Çin ve ABD toplam enerji üretiminin %40' lık tüketim ile dünya sıralamasında en üstte yer almalarının yanı sıra enerji tüketimindeki fazlalığı ile dünyanın geri kalan ülkelerinden çok daha fazla enerji tüketime sahip olduğu görülmektedir. BP enerji raporuna göre Çin 2016 yılında 20 yılın en büyük enerji tüketimine ulaşmıştır. ABD ise 2016 yılında bir önceki yıla göre enerji tüketiminde 0,09' luk bir düşüş yaşanmıştır. Listede üçüncü sıra ve sonrası ülkeler ilk iki ülkenin enerji tüketiminin neredeyse 1/3'i tüketimle listede yer almaktadırlar. Türkiye ise bu sıralamada on dokuzuncu sırada yer almaktadır.

İhracat artışı ülkelerin üretim miktarıyla doğru orantılıyken, üretimin artışı da enerji kullanımıyla doğru orantılıdır. Kısaca üretim artışı hem enerji artışını hem de ihracat artışını beraberinde getirecektir. Aşağıda ITC verilerine göre hazırlanan tabloda, dünya ihracat sıralamasındaki ülkeler ihracat rakamları ile gösterilmiştir.

Tablo 22: Dünya İhracat Sıralaması

SIRA	ÜLKE	2016 İHRACAT RAKAMLARI(Bin \$)
1	Çin	2.097.637.172
2	ABD	1.450.457.291
3	Almanya	1.340.752.046
4	Japonya	644.932.439
5	Hong Kong	516.588.131
6	Kore	495.417.716
7	Fransa	488.885.072
8	İtalya	461.529.407
9	Hollanda	444.867.363
10	İngiltere	411.463.356
11	Belçika	398.033.265
12	Kanada	389.071.103
13	Meksika	373.882.951
14	Singapur	329.871.042
15	İsviçre	304.691.297
16	Birleşik Arap Emirlikleri	298.650.942
17	Rusya	285.491.052
18	İspanya	281.776.674
19	Tayvan	280.479.468
20	Hindistan	260.326.912
21	Vietnam	219.544.961
22	Tayland	213.593.669
23	Suudi Arabistan	207.572.140
24	Polonya	196.455.270
25	Avustralya	189.629.975
26	Malezya	189.414.073
27	Brezilya	185.235.399
28	Çek Cumhuriyeti	161.247.828
29	Avusturya	152.174.173
30	Endonezya	144.489.796
31	Türkiye	142.529.584
32	İsveç	139.610.460
33	İrlanda	129.315.128

Kaynak: International Trade Center Verileri Kullanılarak Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

İhracat sıralamasında Çin ve ABD yine ilk iki sırada yer alırken, üçüncü sıradan sonra enerji tüketimindekine benzer bir sıralama olmasa da yine aynı ülkeleri üst sıralarda görmekteyiz. Bu sıralama bize enerji tüketimi ve üretim arasındaki bağlantıyı tam anlamıyla göstermese de bu iki kavram arasında doğrudan bir ilişki olduğu açıkça söyleyebiliriz. Türkiye ise bu sıralamada otuz birinci sırada yer almaktadır.

Tüm Dünyada olduğu gibi Türkiye’ de de enerji sorunu ülke ekonomisinde önemli bir yer kaplamaktadır. Türkiye’ nin dış ticaretinde 38 milyar dolar ithalat ile büyük bir yer kaplayan enerji sorunun çözümü için Türkiye’nin potansiyel enerji kaynaklarını değerlendirmek gerekmektedir. Bu değerlendirme hem ihracat için gerekli üretim maliyetlerinin düşürerek daha az maliyetli ürünler üretmek için hem de eldeki kaynakları belirleyerek fazla olan kaynakların ihracatı ile döviz getirisi elde edilebilir.

Dünya enerji üretiminin %1’ lik kısmını tüketen Türkiye’ nin enerji alanındaki potansiyelleri;

5.2.2.1.Petrol, Doğalgaz ve Kömür(Tükenebilir Kaynaklar)

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığından alınan bilgilere göre Türkiye’ de kullanılan enerji kaynakları %31 doğalgaz, %30 petrol, %27 kömür, %4,5 hidro kaynaklar , %7,5 yenilenebilir kaynaklar kullanılmaktadır. Türkiye enerjisini %88 oranında tükenebilir enerji kaynaklarından sağlamaktadır. Ancak bu enerjiyi daha çok ithalat yolu ile sağladığını görmekteyiz. Çünkü Türkiye’nin jeopolitik konumu ticaret için büyük bir avantajken, petrol, doğalgaz ve kömür kaynakları bakımından ise büyük bir dezavantaj olmaktadır. Çünkü Türkiye’ nin jeopolitik konumu aşırı parçalı, kıvrımlı, parçalanmış ve yükseltinin fazla olması petrol ve doğalgaza ulaşmayı zorlaştırmakta veya sıkışma ve kırıma nedeni ile bölge kaynakların oluşmamasına veya bulunamamasına neden olmaktadır.

Uluslararası Enerji Ajansına göre, dünya enerji üretiminde birinci sırada yer alan petrolün, dünya rezervinin 1.706 milyar varil ve dünya üretiminin %33' lük kısmı petrolden elde edilen enerji ile karşılamıştır. Petrol rezervlerin %72' lik kısmının Türkiye' ye komşu ülkeler olduğu bilinmektedir. Türkiye'nin petrol rezervinin ise 17,9 milyon varil ve bu miktar dünya petrol üretiminin %1,05' dir. Türkiye %30 oranındaki petrol tüketiminin 2017 yılı itibari ile %8 ' lik kısmını yerli üretimle karşılamıştır.

2002 yılında Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı(TP)' nin petrol arama ve üretimi için yaptığı yurt içi yatırımlar 42 milyon dolar iken, 2016 yılı itibari ile 90 milyon dolar olmuştur (Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, 2017, s. 39). Her geçen gün artan enerji ihtiyacına karşılık Türkiye' de petrol aramalarını hızlandırmıştır. Özellikle Karadeniz ve Akdeniz'deki deniz alanlarında çalışmalar yapılmaktadır.

Dünya doğalgaz rezervlerinin 167 triyon metreküp olduğu tahmin edilmektedir. Türkiye' nin doğalgaz rezervinin ise 381,6 milyon metreküp ile dünya üretiminin %0,2' sini karşılamaktadır. Türkiye' nin %31' lik doğalgaz enerji tüketiminin %0,6'lık kısmını yurtiçi üretimle karşılamaktadır. Son yıllarda kaya gazının doğalgaza alternatif kaynak olarak ortaya çıkmasının ardından Özellikle Güneydoğu Anadolu ve Trakya bölgesinde kaya gazı çalışmaları için kuyular açılmış ve tespitler yapılmaya başlanmıştır. Türkiye' de kaya gazı ile ilgili rezerv tespit çalışmaları devam etmektedir.

Dünya Enerji Konseyi' ne göre dünya da kanıtlanmış 892 milyar ton kömür rezervi vardır. Bu rezervlerin sadece %3,2' si Türkiye' dir. Türkiye'nin tükenebilir enerji kaynakları dünya rezervleri ile karşılaştırıldığında oldukça düşük seviyelerde olduğu görülmektedir. 1963 yılında TP' nin kuruluşu ile Türkiye' de başlayan petrol ve doğalgaz, arama ve üretim faaliyetlerine milyarlarca dolar harcanmış ve 2018 yılı itibari ile hala önemli gelişmeler kaydedilmemiştir. Türkiye'nin jeopolitik konumu nedeniyle petrol, doğalgaz ve kömür yatakları bakımından oldukça fakir kaldığı 55 yıllık süre içerisinde yapılan çalışmaların sonucunda yeni kaynakların bulunamaması veya bulunan kaynakların yetersiz oluşunun sonucunda tükenebilir enerji kaynaklarının ülke içerisinde tüketimi karşılayacak bir kaynağın bulunamayacağı anlaşılmış olmalıydı.

Türkiye hala milyonlarca doları petrol ve doğalgaz aramaları için harcanmakta. Türkiye' nin tükenebilir enerji kaynakları arama çalışmalarına yaptığı harcamaların biran önce kısıtlamaya gidilerek alternatif enerji kaynaklarına yönelmesi gereklidir. Bu harcamalar Türkiye'ye hem parasal hem de zamansal olarak büyük kayıplara yol açmaktadır.

5.2.2.2.Nükleer Enerji

Enerjide 2030 yılında şimdi olduğundan %60 daha fazla ihtiyaç duyulması, petrol ve doğalgaza bağımlı hale gelinmesi dünyayı enerji politikalarını tekrar gözden geçirmeye itmiştir. Ortaya çıkan enerji krizleri ile birlikte rekabetçi bir enerji sektörü oluşturmak, enerji çeşitliliği sağlamak, yeni teknoloji ve alternatif enerji kaynaklarını kullanmak ülkelerin vazgeçilmez amaçlarını oluşturmuştur (Yıldırım & Örnek, 2007, s. 32). Bu amaçla nükleer santraller günümüz ekonomilerinde oldukça popüler olmuştur. Bu popülerliği ülkelerin enerji ihtiyaçlarını oldukça iyi oranlarda karşılamasından kaynaklıdır. Aşağıdaki tabloda dünyada kurulu nükleer santraller ve ülkelerin toplam enerji üretiminde nükleerin santrallerin payı gösterilmiştir.

TABLO 23: Dünyada Nükleer Enerji Santralleri Sayısı ve Dünya Enerji Üretimindeki Payları

Ülkeler	Ülkedeki Nükleer Santral Sayısı	İnşaat Aşamasındaki Santral Sayısı	Elektrik Üretiminde Nükleer Enerjinin Payı(%)
ABD	99	4	19,5
Fransa	58	1	76,3
Japonya	42	2	0,5
Çin	37	20	3
Rusya	35	7	16
Güney Kore	25	3	31,7
Hindistan	22	5	3,5
Kanada	19	-	16,6
Birleşik Krallık	15	-	18,9
Ukrayna	15	2	56,5
İsveç	10	-	34,3
Almanya	8	-	14,1
İspanya	7	-	20,3
Belçika	7	-	37,5
Çek Cumhuriyeti	6	-	32,5
Tayvan	6	2	16,3
İsviçre	5	-	33,5
Finlandiya	4	1	33,7
Macaristan	4	-	52,7
Slovakya	4	2	55,9
Pakistan	4	3	4,4
Arjantin	3	1	4,8
Brezilya	2	1	2,8
Bulgaristan	2	-	31,3
Meksika	2	-	6,8
Romanya	1	-	17,3
Güney Afrika	1	-	4,7
Ermenistan	1	-	34,5
İran	1	-	1,3
Hollanda	1	-	3,7
Slovenya	1	-	38
TOPLAM	447	54	

Kaynak: Dünya ve Türkiye Enerji ve Tabii Kaynaklar Görünümü, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Ocak 2017, Sayı:17, s.54.

Güç Reaktörü Bilgi Sistemi(Power Reactor Information System(PRIS)) verilerine göre Aralık 2017 tarihi itibariyle dünyada 447 tane nükleer santral mevcuttur ve 58 tanesi de inşaat halindedir. Nükleer santrallerden elde edilen elektrik dünya tüketiminin %11' ini karşılamaktadır. 99 nükleer santralle elektrik tüketiminin %19,5' sının sağlayan ABD ilk sıradayken, 58 nükleer santralle elektrik tüketimin %76,3' nü sağlayan Fransa ikinci sırada ve 34 nükleer santralle elektrik tüketimin %17' sini sağlayan Rusya üçüncü sırada yer almaktadır. Toplamda 32 ülkede nükleer santral bulunmaktadır. Tabloda en dikkat çekici kısım Fransa' nın 58 nükleer santralle ülkenin toplam enerji ihtiyacının %76,3' ünü sağlarken, 42 nükleer santralle Japonya toplam enerji tüketiminin %0,5' ini karşılamaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken ülkelerin nüfuslarıdır. Ülke nüfusunun fazla olması enerji ihtiyacının artmasına neden olacaktır.

Tabloda nükleer santralleri olan ülkelere yer verilmiştir. Nükleer santralleri kurulma aşamasında olan ülkeler tablo dışında tutulmuştur. Türkiye' de tablonun dışında kalan ülkelerdendir. Türkiye' de 3 nükleer santral yapılması planlanmıştır. Nükleer santraller Sinop, İğneada ve Mersin da yapılacaktır. Türkiye'nin faaliyete geçecek ilk nükleer santrali 1976 yılında lisansı alınan ve 2019 yılında faaliyete geçmesi planlanan Mersinde Akkuyu Nükleer Santrali'dir. Sinop Nükleer Santralininse 2013 yılında lisansları alınmış ve 2027-2028 yılları arasında faaliyete geçmesi planlanmaktadır. İğneada için 2014 yılında lisans çalışmalarına başlanmıştır.

Enerji ihtiyacının yüzde 70'inden fazlasını ithal eden Türkiye'nin, petrol fiyatlarını etkileyecek her türlü gelişmeyi yakından izlemesi gereklidir. Türkiye'nin yılda yaklaşık 170 milyon varil petrol ithal ettiği düşünüldüğünde fiyatlardaki her 1 dolarlık artış, petrol ithalatının bedelini 170 milyon dolar arttırmakta ve dolayısıyla, cari açık üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır (Bayraç, 2009, s. 134). Kurulacak olan nükleer santraller öncelikle enerji ithalatından kaynaklı cari açığın azalmasına yardımcı olacaktır. Daha sonra fosil yakıtlarla elde edilen enerji üretimine bağımlılığı azaltacaktır. Bu sayede Türkiye ekonomisi hem üretim hem de ekonomik büyüme çok daha sağlıklı işleyecektir.

Gelecek yılların popüler ekonomileri arasında gösterilen Türkiye'nin daha sağlam büyüme ve daha iyi bir ekonomi için sırtında büyük bir yük olan enerji sorunun çözümü son derece önemlidir. Ülke ekonomisinin daha ileriye gitmesi için enerji soruna çözüm şarttır ve bu çözümün bir ayağı nükleer enerjiye dayanmaktadır. Nükleerin ülke ekonomisine sadece elektrik sağlamak gibi faydası yoktur. Nükleer başlıkları soğutmak için yüksek miktarlarda su kullanılmakta ve bu su soğutma esnasında çok yüksek ısılarla ulaşmaktadır. Isınan suyu üretimde, şehrin ısınma sistemi gibi yerlerde kullanarak ülke ekonomisine katkı sağlayacağı gibi yeni istihdam alanları yaratılarak ülkenin en büyük makro ekonomik soruna da çözüm bulacaktır. İnsan sağlığı ve çevreye vereceği zararlardan dolayı bu enerji kaynağı insanlar üzerinde tedirginlik yaratsa da ülke ekonomilerine katkıları oldukça etkileyicidir.

5.2.2.3.Yenilenebilir Enerji Kaynakları

Petrol, kömür, doğalgaz ve nükleer enerji yenilenemeyen kaynaklardır. Fosil kaynakların, bugün olduğu gibi, önümüzdeki yıllarda da dünya birincil enerji üretimindeki belirleyici oranlarını koruması beklenmektedir. Dünya birincil enerji üretiminde bu kaynakların 2020 yılındaki toplam paylarının % 88,5 olacağı öngörülmektedir. Bu oran içinde en büyük pay petrole aittir (Uğurlu, 2006, s. 128).

Yenilenebilir enerji, doğanın kendi evrimi içinde, bir sonraki gün aynen mevcut olabilen enerji kaynağını ifade etmektedir. Yenilenebilir enerji kaynakları, yenilenebilir oluşları, en az düzeyde çevresel etki yaratmaları, işletme ve bakım masraflarının az olması ve ulusal nitelikleri ile güvenilir enerji sağlama özellikleri ile dünya ve Türkiye için önemli bir yere sahiptir (Haskök, 2005, s. 76). Renewable Network Energy Policy For 21st Century(REN21)'nin 2017 raporuna göre dünyada yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı %23,7 'dir. Bu kaynakların %16,6 hidroelektrik, %3,7 rüzgâr, %2 biyoenerji, %1,2 güneş enerjisi ve %0,4 jeotermal enerji kullanılmaktadır. Geriye kalan % 76,3' lük enerji kullanımı ise yenilenmeyen enerji kaynaklarıdır.

Türkiye yenilenebilir enerji potansiyeli bakımından oldukça iyi bir coğrafi konumdadır. Ancak yenilenebilir kaynaklı enerjinin üretimi düşük miktarlardadır. Potansiyel ve yararlanma arasındaki makasın bu denli açık olmasının altında maliyetler ve yasal düzenlemelerdeki eksiklikler gibi birçok etken yatmaktadır (Karagöl & Kevaz, 2017, s. 18). Türkiye'nin yenilenebilir enerji kaynakları potansiyeli zengin ve çeşitli olup ülke içinde kömürden sonra ikinci en büyük enerji kaynağı grubudur. Türkiye'deki başlıca yenilenebilir enerji kaynakları arasında hidrolik enerji, biokütle, rüzgâr, biyogaz, jeotermik ve güneş enerjisi yer alır (Önal & Yarbay, 2010, s. 81). TEİAŞ' ın 2016 yılı verilerine göre Türkiye' de enerji kaynaklarının %24,6' sı hidrolik enerji, %8,6' sı yenilenebilir enerji ve toplamda %33,1' i yenilenebilir kaynaklardan elde etmiştir. Yenilenebilir enerji kaynaklarında genç akarsularından dolayı en yüksek payı hidroelektrik alırken en düşük payı ise güneş enerjisi ile elde edilen enerji almıştır. Türkiye, dünya yenilenebilir enerji üretiminin %1' lik kısmını tüketmektedir. %70 oranında enerjide dışa bağımlı olan ülkenin özellikle Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında, Avrupa ülkeleri içerisinde güneşleme süresi en uzun ülke olduğu göz önüne alınırsa güneş enerjisi ile ilgili ciddi projelere ve teşviklere ihtiyaç vardır. Türkiye' nin güneş enerjinin kullanımının düşük olmasının iki önemli nedeni vardır. Bu nedenlerin ilki teknoloji eksikliği ve bilgi yetersizliğidir. İkinci neden ise mevzuatın çok yoğun ve karmaşık bir yapıya sahip olmasıdır. Özellikle mevzuatta üretimin belli seviyelere izin vermesi, lisans alınması için üretim yapacak firmalara oldukça fazla masrafın olması güneş enerjisi ile enerji üretiminin Türkiye' de düşük seviyelerde kalmasına neden olmuştur.

Daha temiz ve sağlıklı enerji üretimi için Türkiye' nin yenilenebilir kaynaklardan enerji üretimine yönelmesi hem ülkenin enerji ihtiyacı hem de dışa bağımlılığını azaltmakta kilit rol oynamaktadır. Bu noktada devletin yeni projeler ve teşviklerden önce yenilenebilir kaynaklarla ilgili mevzuatlarda üretimi arttıracak yeniliklere gidilmesi gereklidir.

Türkiye ekonomisinin en büyük sorunu olan enerji sorunu ve enerjide dışa bağımlılığının azaltılması için ülkenin potansiyel enerji üretimi alanlarına yönelmesi gereklidir. Tükenebilir enerji kaynaklarında yeterli kaynağa sahip olmayan ülkenin, alternatif enerji kaynakları olan nükleer enerji ve yenilenebilir enerjiye yönelmesi gerekmektedir. Çevresel etkileri ve maliyetleri göz önüne alındığında nükleer enerji ekonomide beklenen etkiyi yaratmayacaktır. Çünkü 2016 yılında Türkiye'nin toplam enerji tüketimi 278,4 milyar kWh' dır. Planlamalara göre Mersin ve Sinop nükleer santrallerinden elde edilecek enerji üretimi 80 milyar kWh olacaktır. Bu üretim için Rusya'dan 16 milyar metreküp doğalgaz ithal edilecektir. Rusya ve Türkiye' nin 2016 yılında toplam doğal gaz ithalatı 13 milyar metreküptür ve nükleer santralin faaliyete geçmesi ile bu rakama 16 milyon metreküp daha ekleme yapılmış olacaktır. Mersin ve Sinop nükleer santrallerin faaliyete geçmesi ile toplam enerji tüketiminin %28,7' sini karşılayacak olan Türkiye' nin, sadece Mersin nükleer santraline 76 milyar TL harcaması ve nükleer santralin kurulması ile doğal gaza olan bağımlılığın biraz daha artması nükleerin Türkiye için enerji sorununa çözüm bulurken, dışa bağımlılık sorununa çözüm bulamayacaktır.

Türkiye için en alternatif enerji kaynağı yenilenebilir enerji kaynakları olacaktır. Ülkenin jeopolitik yapısı, genç akarsuları, güneşlenme süresinin uzun olması, dağlık bölgelerinin ve yükseltinin fazla olması, ülkeyi yenilenebilir enerji kaynaklarının kurulması için uygun koşulları sunmaktadır. Türkiye yenilenebilir enerji kaynaklarıyla 2016 yılında toplam enerji üretiminin %33,1' ini karşılamıştır. Bu oranın %24,5'inin hidrolik enerji ile yani akarsulardan sağlarken geriye kalan %8,6' sını diğer yenilenebilir enerji kaynakları ile sağlamıştır. Ülkenin özellikle güneş enerjisinden elde edebileceği enerji potansiyeli çok yüksektir. Ancak ülkenin mevzuatın yoğun ve karmaşık yapısı bu potansiyeli kullanmada en büyük engeldir. Türkiye' nin yenilenebilir enerji kaynakları potansiyelini daha iyi kullanabilmesi için öncelikle mevzuatsal düzenlemeleri yapması ardından devletin bu konu ile ilgili üretimi teşvik edici uygulamaları olmalıdır. Bu enerji kaynağı ile enerji elde etmesi Türkiye'ye hem enerji sorununa çözüm hem de dışa bağımlılığın azalması hatta tamamen ülke kaynakları ile enerji elde etmesini sağlayacaktır.

5.2.3.Tarım

Türkiye geleneksel bir tarım ülkesidir. En eski tarım alanlarına sahip olan ülkenin, zenginlik daima toprağa ve tarıma dayandırılmıştır. Ta ki AB Komisyonun 3 Ekim 2005 kararı ile Türkiye tarımsal değişiminde köklü değişiklikler yapılana kadar. Bu kararla birlikte tarımsal ihracat %1’ den %0,5 lere kadar gerilemiştir. AB tarım politikasının amacı, tarımsal üretimin yönlendirilmesi ve piyasaların dengelenmesi amacıyla ürünler veya ürün gruplarının belirli bir rejime, yani ortak piyasa düzenine tabi tutulması anlamına gelen piyasa politikası, OTP’ nin en eski ve en önemli araçlarından birisini oluşturmaktadır. Böylelikle üretim ve ticarete ortak kurallar işletilmesi mümkün olmaktadır (Sağlık, s. 24). Tarımsal kalkınma ve kırsal bölgelerin gelişmesine öncelik veren ortak tarım politikası ortak uygulamalardan dolayı Türkiye’ de tarımın yeterli şekilde gelişmesini engellemiştir. Şöyle ki ortak tarım politikası kabul edilmeden önce %78 oranında doğrudan gelir destekleri, politikanın kabul edilmesiyle birlikte %48 oranına indirilmiştir ki bu durum tarımsal üretimi olumsuz etkilemiştir. İkinci olarak tarım politikasının bir getirisi olan ürünlerin denetlenmesi için uygun laboratuvar ve teknik yapının olmaması Türkiye’ nin AB ile yaptığı tarımsal ihracatı olumsuz yönde etkilemiştir.

1923’ den önce ve sonra, Türkiye’nin en büyük sorunu sanayileşme olduğu için ekonominin sanayileşmesi için büyük çabalar gösterilmiştir. Bu sırada tarımın gerekliliği ve tarımsal üretim daima göz ardı edilerek gelişmiş ülke olabilme çabaları verilmiştir. Ancak gelişmiş ülkelere baktığımızda hepsi bir zamanlar tarım ülkesiydi ve gelişmiş ülkelerin birçoğu hala tarım ürünleri üretiminde ilk sıralarda yer almaktadır.

Türkiye’ nin sanayileşme çabaları içerisinde ihmal ettiği ve ardından AB ile yaptığı ortam tarım politikaları ile tarımın ülke ekonomisi içerisindeki payı her yıl azalmaktadır. Türkiye’ nin toplam karasal alanın %31,1’ini tarımsal alan oluşturmaktadır. Her türlü ürünü yetiştirmeye olanak veren iklim ve coğrafyası ile Türkiye’ nin tarım potansiyeli sanayileşme uğruna görmezden gelinmektedir.

Dünyada gelişmiş ülkelerin birçoğu tarım alanında kendine yeterli ve hatta tarımsal ihracatta da ilk sıralarda yer almaktadırlar. Çünkü sanayileşme için en gerekli sektör tarım sektörüdür. Özellikle tarımda uzmanlaşma ile hem daha fazla ürüne sahip olunurken hem de sanayi için gerekli hammaddeyi ülke içerisinde temin ederek ihracat gelirlerini daha fazla arttırmaktadırlar. Gelişmiş olan ülkelere ABD' ye bakıldığında hem tarım ihracatı hem de sanayi ihracatında ilk sıralarda yer almaktadır. Bir diğer ülke ise Türkiye' nin %5'i büyüklüğünde olan Hollanda' dır. Hollanda tarımsal ihracatta ilk üç ülkenin içinde yer almaktadır.

Türkiye' nin karasal büyüklüğü ve tarıma uygun alanları göz önüne alındığında tarım potansiyelini ortaya çıkarılması gereklidir. Özellikle ülke içerisindeki ihtiyacı karşılayabilecek üretim seviyesini yakalama ve ardından tarımsal uzmanlaşma için gerekli eğitim ve teknolojiye yönelik devletin politikalar uygulaması gereklidir.

5.2.4.Turizm

Türkiye doğal, tarihi ve kültürel turistik değerleri ile turizm potansiyeli en yüksek ülkelerden biridir. Turizm, ülkede nispeten yeni ama kısa sürede çok önemli gelişmelerin sağlandığı bir sektör özelliğindedir. Doğal güzellikleri, on yedi medeniyete ev sahipliği yapmasıyla, değerli tarihi kalıntıları, dört mevsimi belirgin şekilde yaşaması, coğrafi konumunun kolay ulaşılabilirliği, jeotermal kaynakları ve ılıman kuşakta yer almasıyla tam bir turizm potansiyeli olan ülkenin 2016 yılı verilerine göre, 25 milyondan fazla yabancı turistini ziyaret ettiği, dış ticaret açığının kapatılmasında önemli bir yere sahip olan 30 milyar dolardan fazla turizm gelirinin elde edildiği sayılı ülkelerdendir. Turizm sektörü ülke ekonomisine sadece doğrudan döviz sağlamalla kalmaz, aynı zamanda istihdam oluşturur ve diğer sektörlerin de canlanmasına katkı yapar (Doğanay & Alım, 2016, s. 252).

Türkiye' nin sahip olduğu turizm potansiyeli hem ihtiyacı olan döviz sağlamada hem de istihdam yaratmada oldukça etkili potansiyel alanıdır. Ancak ülke içerisinde yaşanan terör olayları ve dünyada Türkiye algısının kötü etkileri nedeniyle turizm potansiyeli olumsuz etkilenmektedir. 2015 yılında 36 milyon kişi ülkeyi ziyaret etmişken, ülkede yaşanan terör ve siyasi olaylar nedeniyle 2016 yılında kişi sayısı azalarak 25 milyon kişiye düşmüştür. Bu da ülkenin en önemli döviz kaynağının azalmasına neden olmuştur. Türkiye uluslararası piyasalarda Türk Malı markası yaratmaya çalışmaktadır ve bu amaçla birçok teşvik uygulaması mevcuttur ancak böyle bir markanın yaratılmasından önce Türk algısının ve Türkiye algısının düzeltilmesi daha yerinde bir adım olacaktır.

Dünyada Türklere ve Türkiye' ye karşı oluşan olumsuz algıların düzeltilmesi için projeler uygulanmalıdır. Bu projelere en iyi örnek kültür projeleridir. Turizm potansiyeli olan yerlere ulaşımın, konaklamanın ve maliyet düzenlemelerinin yapılarak daha fazla kişiyi ülkeye çekebilecek uygulamalar yapılmalıdır. Bu uygulamalar Türkiye'nin turizm potansiyelini kullanması ve ihtiyacı olan döviz sağlamasının yanı sıra dünyada oluşturmaya çalıştığı Türkiye Markası imajına da olumlu etkiler yapacaktır.

5.2.5.Nüfus

Nüfus belirli bir sınır içerisinde yaşayan insan sayısını ifade etmektedir. 2000' li yıllara kadar nüfusun büyüklüğü ülkeler için önemliyken 2000' li yıllardan sonra nüfusun büyüklüğünün yanı sıra nitelikleri de önem kazanmaya başlamıştır. Nüfusun genç ve dinamik tutulması ülkelerin gelişmesi için önem arz etmektedir. Doğru ve planlı nüfus artımları ülkelerin gelişmişlik sürecinde gelişmelerine yardım edecektir.

Türkiye'nin 2016 yılı itibariyle nüfusu 79,8 milyon kişiye ulaşmıştır ve Devlet Planlama Teşkilatının verilerine göre 2025 yılında Türkiye'nin nüfusu 90 milyon kişiye ulaşacaktır. Türkiye nüfusunun %23,7 oranında 0-14 yaş gurubu, %68 oranında 15-65 yaş gurubu ve % 8,3' ünü 65+ yaş gurubu oluşturmaktadır. Türkiye' nin nüfus büyüklüğü ve genç nüfus oranı bir ekonominin gelişmesi için uygun seviyelerdedir. Türkiye nüfusunun 2016 yılı itibariyle % 95'i okuma yazma bilmektedir. Bu sayının Ortaokul mezunları % 94, lise mezunları %80 oranındadır. 2014 yılında TÜİK verilerinden alınan bilgilere göre yüksek öğretimde bulunan öğrencilerin sayısının 5,5 milyondur ve bu kişilerin 333.052 kişisi lisansüstü eğitimin görmektedir.

Gelişmenin en önemli kısmını nüfus ve nüfusun nitelikleri oluşturmaktadır. Nüfusun niteliklerini arttırmak içinde eğitilmiş bireyleri arttırmak ve eğitimin kalitesini arttırmak gereklidir. Gelişmek için uygun nüfusa sahip olan Türkiye' nin nüfus potansiyelini daha iyi kullanmak için eğitim politikalarına daha fazla önem vererek nüfus potansiyelini kullanmalıdır. Eğitim sadece nüfus potansiyelinin kullanılmasında değil diğer potansiyel alanlarında gelişmesine yardımcı olacaktır. Bu yüzden eğitim Türkiye ekonomisinin üstünde özenle durması gereken bir konudur.

6.SONUÇ

Türkiye uzun yıllardır sanayileşme mücadelesi veren ülkelerden biridir. 1923 yılından başlayarak günümüze kadar geçen sürede sanayinin gelişmesi için birçok farklı politika uygulamıştır. Zaman zaman bu politikaları tarıma yönlendirmiş olsa da temel amacı ülkenin sanayileşmesi olmuştur. Ancak sanayileşme ülkede beklenildiği gibi gelişmemiştir. Çünkü Türkiye için kilit sektörler seçilmeden sanayileşme politikaları uygulanmıştır. Sonucunda da sanayileşme çabalarına rağmen sanayileşememiş bir ülke olmuştur. Türkiye’ nin sanayi politikalarının ülkede beklenen etkiyi yaratabilmesi için öncelikli olarak üretim yapacağı alanları doğru tespit etmekte fayda bulunmaktadır.

Türkiye’ nin üretim yapabileceği alanların başında, enerji sorununu çözüm getirecek olan, enerji üretimi vardır. Ülkenin enerji üretimi için tükenbilir kaynaklarının yetersiz olmasına karşılık yenilenebilir enerji kaynakları bakımından potansiyelinin çok yüksek olduğu görülmektedir. Genç akarsular, güneşlenme süresinin uzun olması, yükseltinin fazla olması gibi etkenler göz önüne alındığında ülkenin temiz enerji üretme konusunda yüksek bir potansiyeli vardır. Ancak yenilenebilir kaynakların yüksek maliyet ve nitelikli işgücüne ihtiyacı dolayısı ile ülkenin yenilenebilir kaynaklarının değerlendirilmemesine neden olmaktadır. Özellikle güneşlenme süreleri yüksek olmasına karşılık güneş enerjisi üretiminin düşük olması bunun en önemli göstergesidir. Ülkenin enerji ithalatı göz önüne alındığında enerji üretimi öncelikle ödemeler dengesinin iyileşmesi daha sonra ise ülkenin enerji ihtiyacının giderilmesi konusunda kilit rol üstlenmektedir. Enerji üretimini teşvik edici politikalar uygulaması ve yenilenebilir enerji kaynakları ile üretim için gerekli mevzuatların iyileştirilerek daha teşvik edici hale getirilmesi gereklidir.

Nüfus ülkenin üzerinde önemli durması gereken bir diğer konudur. Özellikle nüfusun niteliklerini arttıracak olan eğitimin daha kaliteli hale getirilerek hem sanayileşme hem de diğer sektörlerin daha sağlıklı işlemesi için şarttır. Nüfusun niteliğini arttıracak politikalar uygulanmalıdır. Bu durumun sonucunda hem ülkenin kendine yeterli olan maden çeşitliliği, turizm potansiyeli ve nüfus potansiyeli daha doğru kullanılmış olacaktır.

Ülkenin potansiyellerini iyi kullanması sanayileşmenin yanı sıra hizmet sektöründe de beklenen etkileri yaratarak kaynaklarının daha iyi değerlendirilmesini sağlayacaktır. Kaynakların iyi değerlendirmesi ülkenin üretiminin ihracata yönlendirilerek döviz gelirlerinin artmasını sağlayacaktır. Bir ülkenin döviz gelirinin arttırmanın en doğru yolu üretimle desteklenmiş ihracattan geçmektedir. İhracat artışı içinde öncelikle kaynakları doğru kullanmak ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek kaliteyi yakalamakla olacaktır.

Üretim için doğru sektörleri seçmemek ve üretimi ihracata yönlendirmemek Türkiye'nin bu zaman kadar yaptığı en büyük yanlış olmuştur. Dünya gelişmiş ülkelerin çoğu öz kaynakları ile gelişmiştir. Örneğin Güney Afrika maden zengini bir ülkedir ve ihracatının 1/3' ini bu sayede kazanmaktadır. Aynı şekilde İran yer altı kaynakları zengini bir ülkedir. Güney Kore, Çin, Tayvan ise ülkelerinin sanayileşme ve teknoloji alanında gelişmesi ile ihracat gelirleri elde etmektedir. Bu ülkelerin en temel özelliği ise ülkelerindeki nüfus gücünün niteliğini arttırmak ve bu sayede hem ülkenin hem de sektörlerin gelişmesini sağlamışlardır.

Sektörlerini iyi belirleyen gelişmiş ülkeler daha sonra bu üretimlerini ihracata yönlendirecek politikalar uygulamaktadırlar. Bu amaçla ihracat artışını getirecek ihracat teşvikleri, ülkelerin ihracat artışlarında çok önemlidir. Dünyada en iyi teşvik uygulamalarını AB içerisinde görmekteyiz. AB de teşviklerin ana amacı pazar paylarını arttırmak ve rekabet gücünü arttırmaktır. Üye ülkelerde farklı teşvikler uygulanmakta ancak bütün üyeler aynı amaç doğrultusunda ve ülke şartlarına göre bu teşvikleri uygulamaktadırlar. Ülke bazında ise en iyi ihracat teşviği uygulamasını İrlanda da görmekteyiz. İrlanda diğer ülkelere farklı olarak sektörel bazlı değil proje bazlı teşvikler uygulamaktadır. Bu şu ana kadar söylediklerimin tam tersi bir uygulama ancak dikkat edilmesi gereken İrlanda' nın proje bazlı teşviklere yönelmeden önce ülkenin makro sorunlarını çözdüğü ve dengeli bir büyüme modeli ilerlediği göz önünde alınmalıdır.

Polonya ise ağır sanayi ile büyümeye çalışan bir ülkedir. Ancak ülkenin üretimi ağır sanayi üretimine elverişsiz olduğu anlaşılarak, üretimde köklü değişiklikler yapıldı. Bu değişiklikler sektör çeşitlenmesini destekleyecek teşvikler ve bölgesel farklılıkları ortadan kaldıracak politikalarla ülkenin üretebileceği ürünlere yönelmesi ve bu üretimin ihracat yönlendirilmesi ile ihracatta beklenen başarı yakalandı. Polonya yaptığı bu değişiklikler ile üretebileceği ürünleri üretmeye yöneldi. Polonya yaptığı köklü değişiklikle örnek alınması gereken bir ülkedir. Uzak doğu ülkelerinin birçoğu da teknoloji alanını teşvik edecek politikalarla üretimlerine yön vermekte ve bu alanları teşvik edici politikalar uygulamaktadır. Özellikle Güney Kore ihracat teşviklerinin verildikten sonra ihracat artışlarını kontrol etmektedir.

Ülkeler için ihracat artışı sağlıklı döviz kazanımı için son derece önemlidir ve ihracat artışını sağlam temellere atmış ülkelerde AR-GE çalışmalarına önem vermektedirler.

Türkiye’ de ise sanayileşme ülke kaynakları ile değil dış kaynaklarla gelişmeye çalışılmakta ve özellikle ara malı üretimi konusunda sıkışıp kalmış ülkenin teşvik uygulamaları konusunda da birçok eksikliği olduğu görülmektedir. Türkiye’ de ihracat teşviklerinin kullanılmasındaki ana amaç Türk Markası algısının yaratılması yönündedir. Oysa Türkiye’ nin marka algısından önce üretime öncelik verecek ve özellikle KOBİ’ leri üretime katacak teşviklere ihtiyacı vardır. Ardında üretimin uluslararası pazarlarda yer edinmesini sağlayacak sonrada paylarını arttıracak teşviklere ihtiyacı vardır. AB’ de ihracat teşvikleri firmaların bütçelerine katkı sağlayarak ihtiyaçları olan maddi desteği sağlarken, Türkiye’ de teşviklerin belli bedellerle verilmesi KOBİ’lerin ihracata yönlendirilmeyen üretimin olmasına neden olmaktadır.

İhracat teşviklerinin ana amacı ülkeye ihracat artışı sağlaması iken Türkiye’ de marka algısı oluşması yönündedir. Türkiye ‘nin bir Türk Malı imajından çok Türkiye algısını değiştirecek politikalara ihtiyacı vardır. İhracat teşvikleri ile bu algının yaratılması çok yanlıştır. İhracat teşviklerinin Türkiye’ de kullanım amaçlarının yanlış olması ihracatta da teşviklerin beklenen etkiyi vermemesine neden olmaktadır.

Türkiye öncelikli olarak üretim potansiyeli alanlarını belirlemeli ve bu alanlara yatırım teşvikleriyle desteklemelidir. Ardından üretimi ihracata yönlendirmeli ve uluslararası pazarlarda yer edinmesini sağlayacak, ürün kalitelerini arttıracak teşviklere yönelmelidir. Elbette uluslararası piyasalarda bir Türk Malı algısı yaratılması gereklidir. Ancak bunu ihracat teşvikleri ile yaratılması yanlıştır. “Balı tatlı olanın sineği Bağdat’tan gelir” sözü ile ihracat teşvikleri ile oluşturulmaya çalışılan Türk Malı algısının yanı sıra üretimin ve kalitenin önemi anlaşılmalıdır. Özellikle KOBİ’lerin üretime katılmasını sağlayacak teşviklere yönelilmesi gereklidir.

Türkiye’de ihracat teşviklerinde yapılan bir diğer yanlış ise teşviklerin kullanımı sonrası firmaların ihracat artışlarının kontrol edilmemesidir. Unutulmamalıdır ki kontrol edilmeyen her şey zamanla suistimal edilir. İhracat teşviklerinin kullanım sonrasında firmaya olan ihracat katkılarını inceleyecek bir sistem oluşturulmalıdır.

KAYNAKÇA

- Acar, F. (2013, Ekim-Aralık). Türkiye Ekonomisine Genel Bakış. *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi*, 1(2), 15-32.
- Akandere, O., & Semiz, Y. (2015). *Türkiye Cumhuriyet Tarihi* (Beşinci Basım). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Akdeve, E., & Karagöl, E. T. (2013, Temmuz). Geçmişten Günümüze Türkiye' de Teşvikler ve Ülke Uygulamaları. *DPÜ Sosyal Bilimler Dergisi*(31), 329-350.
- Argın, N., & Bakkalcı, C. (Eylül 2011). *Türkiye' nin Dış Ticaret Tarihi*. Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Aslan, N. (Aralık 2011). *KPSS ve Kurum Sınavları için Makro İktisat* (Üçüncü Baskı). İstanbul: İkinci Sayfa Yayınları.
- Bayraç, N. (2009). Küresel Enerji Politikaları ve Türkiye: Petrol ve Doğal Gaz Kaynakları Açısından Bir Karşılaştırma. *Eskişehir Sosyal Bilimler Dergisi*, 115-142.
- Bayraktutan, Y., & Bıdırdı, H. (2015). Türkiye' de Teknolojiye Dair Politika Perspektifi ve Kalkınma Planları. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37-55.
- Boratav, K. (2003). *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2009* (Yirminci Basım). İstanbul: İmge Kitabevi.
- Cebeci, S. (2008). *Üniversiteler İçin Türkiye Cumhuriyet Tarihi* (Dördüncü Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çelebi, E. (2002). Atatürk' ün Ekonomik Reformaları ve Türkiye Ekonomisine Etkileri(1923-2002). *Doğuş Üniversitesi Dergisi*(5).
- Çelebi, I. (1990). Türkiye' de 1980 Sonrası İhraata Yönelik Sanayileşme Modelinde İhracata Özgü Teşviklerin Sanayileşme Açısından Değerlendirilmesi. İzmir: DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.

- DEİK, D. E. (2014). *Malezya Ülke Raporu*. İstanbul: Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu.
- Demirbaş, M. (2003). 1980 Dönüşümünün İhracat ve İthalat Üzerindeki Etkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 233-249.
- Demirtürk, S. (2015, Aralık). 1960-1980 Döneminde Türkiye' de Sosyo- Ekonomik Değişmenin ve Dışa Yönelişin Toplumsal Dinamikleri. *21. Yüzyıl Eğitim ve Toplum Dergisi*, 4(12), 155-182.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (Mayıs 2004). *Devlet Yardımları Değerlendirme Özel İhtisas Komisyon Raporu*. Ankara: İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.
- Dış İlişkiler Kurulu. (2017). *Güney Afrika Ülke Bülteni*. İstanbul: Dış İlişkiler Kurulu.
- Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Tebiği. *Tebliğ No: 2004/12*.
- Doğanay, S., & Alım, M. (2016). *Türkiye Beşerive Ekonomik Coğrafyası*. Ankara: PEGEM Akademi.
- Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı Yatırım Destek Ofisi. (2013). *Türkiye'deki Teşvik ve Destekler*. Hatay: Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı.
- Durman, M., & Hüseyin, Ö. (2006). *Sanayileşme Sürecinde Teşvikler*. Bursa: Alfa Aktüel Yayıncılık.
- Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği. (2010). *İhracata Yönelik Devlet Yardımları* (Üçüncü Basım). İzmir: Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği.
- Egeli, H. A. (1991). Sanayileşme Stratejileri ve Türkiye' nin Sanayileşme Politikası. İzmir: DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Ekinci, A. (2011). Doğrudan Yabancı Yatırımların Ekonomik Büyüme ve İstihdama Etkisi: Türkiye Uygulaması(1980-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*(6), 71-96.

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı. (2017). Dünya ve Türkiye Enerji ve Tabii Kaynaklar Görünümü. (17).

Erdoğan, S., & Gedikli, A. (2016). *Türkiye Ekonomisinin Dönüşümü 2000' li Yıllarda Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Umuttepe Yayınları.

Ersan, A. (2012). *İhracatta Devlet Yardımları*. (İ. T. Odası, Dü.) İstanbul: Rehber Yayınları.

Eşiyok, A. (2004). *Kalkınma Sürecinde Tarım Sektörü: Gelişmeler, Sorunlar, Tespitler ve Tarımsal Politika Önerileri* (Cilt II). Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Anonim Şirketi.

Genç, M. (2016). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Devlet ve Ekonomi*. Ankara: Ötüken Neşriyat Yayınları.

Gökmen, A. (2013). Tarife ve Tarife Dışı Engeller: Uluslararası Ticaret Uygulamaları, Ayırt Edici Özellikler ve Türkiye. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 5(1), 16-28.

Gül, E., Kamacı, A., & Konya, S. (2013, Mart- Nisan). Dış Ticaretin Büyüme Üzerine Etkileri: Türk Cumhuriyetleri ve Türkiye Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*(35), 1-12.

Haskök, A. Ş. (2005). Türkiye' nin Mevcut Enerji Kaynaklarının Durum Değerlendirmesi. Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

İhracatçıya Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği Tebliği.

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği. (2016). *İran Ülke Raporu*. İstanbul: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği.

İstanbul Ticaret Odası. (2007). Türkiye İçin Model Olabilecek Ülkelerde Uygulanan Teşvik Uygulamaları ve Ülkemize Uygulanabilirliği. s. 145.

İzmir Ticaret Odası. (Ağustos 2016). *İsrail Ülke Raporu*. İzmir: İzmir Ticaret Odası.

- Karaçor, Z., & Alptekin, V. (2014). 1980 Sonrası İstikrar Politikalarının Işığında Türkiye Ekonomisinin Trend Analizi Yardımıyla Değerlendirilmesi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 307-341.
- Karagöl, E. T., & Kevaz, İ. (2017, Nisan). Dünya' da ve Türkiye' de Yenilenebilir Enerji. *Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırma Vakfı*.
- Karaömerlioğlu, A. (2006). *Orda Bir Köy Var Uzakta Erken Cumhuriyet Dönemlerinde Köycü Söylem*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Karayakalı, H. (2003). *Türkiye Ekonomisinin Yapısal Değişimi* (İkinci Basım). İzmir: Güleç Matbacılık Limited Şirketi.
- Karluk, R. (1981). *Türkiye' de İhracata Yönelik Dış Ticaret Politikası ve İhracatın Yapısal Analizi* (Cilt No:237/158). Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademi'si Yayınları.
- Koç, A. (Nisan 2014). *Polonya Ülke Raporu*. Diyarbakır: Karacadağ Kalkınma Ajansı Dış İlişkiler Fon Birimi.
- Konya Ticaret Odası. (2017). *ABD Ülke Raporu*. Konya: Konya Ticaret Odası Dış Ticaret Müdürlüğü.
- Mardin, Ş. (2004). *Türk Modernleşmesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mete, E., & Akyazı, H. (2017, Haziran). Avrupa Birliği ve Türkiye' de İhracata Yönelik Devlet Yardımları. *KTÜ Sosyal Bilimler Dergisi*(13), 85-109.
- Mısırlı, K. (Eylül 2016). *Çin Halk Cumhuriyeti Ülke Raporu*. Zonguldak: Çaycuma Ticaret ve Sanayi Odası.
- Narlı, A. (1989). *İhracat Teşvik Tedbirlerinin Tarihsel Gelişimi* (Yayın No:13159 b.). Ankara: Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü.

- Odası, İ. T. (2007). *Türkiye İçin Model Olabilecek Ülkelerde Uygulanan Teşvik Uygulamaları ve Ülkemize Uygulanabilirliği*. İstanbul: Entegre Matbaacılık Anonim Şirketi.
- Orta Anadolu İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği. (Ocak 2014). *Polonya Pazar Araştırma Raporu*. Ankara: Orta Anadolu İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği.
- Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri. (Ağustos 2016). *Güney Afrika Cumhuriyeti Ülke Raporu*. Aankara: Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri.
- Önal, E., & Yarbay, R. Z. (2010). Türkiye' de Yenilenebilir Enerji Kaynakları Potansiyeli ve Geleceği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*(18).
- Özatay, F. (2009). *Finansal Krizler ve Türkiye*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Özçalık, M. (Nisan 2014). *Türkiye Ekonomisinde İhracat Paradoksu*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Özdemir, V. (2014). *Türkiye' de Planlı Kalkınma Deneyimleri*. https://dumludag.files.wordpress.com/2013/09/ozdemir_planlama.pdf (Erşim Tarihi: 22 Mart 2018).
- Pamuk, Ş. (2014). *Türkiye' nin 200 Yıllık İktisadi Tarihi* (Dördüncü Basım b.). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Parasız, İ. (1998). *Türkiye Ekonomisi: 1923' den Günümüze Türkiye' de İktisat Politikaları Uygulamaları*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Tebliği. *Tebliğ No: 2011/1*.
- Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi Tebliği.
- Sağlık, F. C. (tarih yok). AB Ortak Tarım Politikası ve Türkiye' ye Etkileri: Tarım Müzakereleri Analizi. T. Z. Kongresi (Dü.). içinde, (s. 23-31). İstanbul.

Savrulkılınç, B., Özel, H. A., & Kılıç, C. (2013). Osmanlı' nın Son Döneminden Günümüze Türkiye' de Dış Ticaretin Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 55-78.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Hakkında Tebliğ. *Tebliğ No: 2004/4*.

Sezgin, Ş. (2009). Türkiye Cumhuriyetinin 1990-2006 Yılları Arasında Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(22), 177-178.

Sülün, D. (Ağustos 2015). *İrlanda Ülke Raporu*. İzmir: İzmir Ticaret Odası.

Şimşek, M. (2003). İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Türkiye Ekonomis Verileri ile Analizi. *DEU İİBF Dergisi*, 18(2), 43-63.

Şimşek, M., & Yazıcı, R. (2004, Aralık 2). İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz; Bilecik ve Eskişehir Örneği. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 121-140.

T.C. Kuala Lumpur Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği. (2017). *Malezya Yıllık Raporu*. İstanbul: T.C. Kuala Lumpur Büyükelçiliği Ticaret Müşavi.

Takım, A. (2011, Haziran). Türkiye' de 1960-1980 Yılları Arasında Uygulanan Kalkınma Planlarında Maliye Politikası. *Maliye Dergisi*(160), 154-176.

Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Hakkında Tebliğ.

Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ.

TBMM Meclis Komisyonu. (2010). *TBMM Meclis Komisyon Araştırma Komisyonu Raporu*. Ankara: TBMM.

TGSD, T. G. (2014, Mart). <http://www.tgsd.org.tr/assets/icerik/TGSD-GNEY-KORE-NOTU.pdf> (Erişim Tarihi: 26 Mart 2018).

Tokgöz, E. (2011). *Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi* (Onuncu Baskı b.). Ankara: İmaj Yayınevi.

Toprak, A. (2016). *Malezya Ülke Profili*. İzmir: İzmir Ticaret Odası.

Töre, N. (1982). *Atatürk Dönemi Dış Ekonomik İlişkiler Politikası ve Türkiye' nin Ekonomik Gelişme Semineri* (Cilt 513). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın ve Yayın Yüksek Okulu Basımevi.

Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ.

Türkiye ve Güney Kore Kan Kardeşliğinin Daha Güçlü Bir Ekonomik Ortaklığa Dönüştülmesi İçin Öneriler. (2017, Kasım). <https://www.deik.org.tr/uploads/guney-kore-raporu.pdf> (Erşim Tarihi: 26 Mart 2018).

Uğurlu, Ö. (2006). *Türkiye' de Çevresel Güvenlik Bağlamında Sürdürülebilir Enerji Politikaları*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme Tebliği.

Utkulu, U., & Aydemir, İ. (Mayıs 2008). *Türkiye' de Dış Ticaret İşlemleri ve Uygulamaları(Teoriden Pratiğe)* (İkinci Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.

Uysal, B. (Ocak 2011). *Tayvan Ülke Raporu*. Ankara: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi.

Yavan, N. (2010). *Teşviklerin Sektörel ve Bölgesel Analizi Türkiye Örneği*. Ankara, İskitler: Atalay Matbaacılık Limited Şirketi.

Yazıcıoğlu, Y. (2014). *Türkiye Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yiğit, M. (1996). *İhracat ve İhracat Teşviklerinin Ekonomik Analizi*. Kütahya: Kütahya Üniversite Kitabevi.

Yıldırım, M., & Örnek, İ. (2007). Enerjide Son Seçim Nükleer Enerji. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(6(1)), 32-44.

Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ.

Yurt Dışında Fuar Düzenlenmesi ve Değerlendirilmesine İlişkin Tebliğ.

