



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**İHRACAT TEŞVİKLERİNİN KONYA İMALAT SANAYİSİ AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ**

Mine KARABIYIK

Yüksek Lisans

**KONYA
Ağustos, 2022**

İHRACAT TEŞVİKLERİNİN KONYA İMALAT SANAYİSİ AÇISINDAN
DEĞERLENDİRİLMESİ

Mine KARABIYIK

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA

Konya
Ağustos, 2022

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

☐ Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹

☐ Enstitü / Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ...ayertelenmiştir.²

☐ Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.^{3,4}

Ağustos 2022

Mine KARABIYIK

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

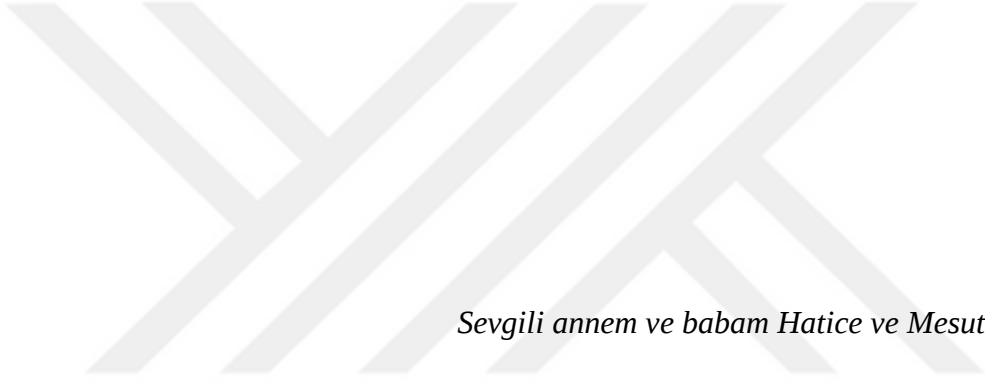
ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü EğitimEnstitüsü Tez Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak UnvanıDr. Öğr. Üyesi Fatih CURAdanışmanlığında tarafımdanüretilen bu tez/proje çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleribilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez/proje çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Ağustos 2022

Mine KARABIYIK





Sevgili annem ve babam Hatice ve Mesut Kaya'ya ithafen..

TEŞEKKÜR

Öncelikle çalışmam süresince desteklerini esirgemeyen, yapıcı rolü, yönlendirme ve teşvikleri ile yakın desteğini gördüğüm tez danışmanım Sayın Dr. Öğretim Üyesi Fatih CURA hocama teşekkürlerimi sunarım. Tez sürecinde gösterdiği manevi desteği, anlayışı ve fedakârlığı için değerli eşim Agâh KARABIYIK'a, varlığı ile verdiği sonsuz huzur için kızım Elvin KARABIYIK'a, teşekkürü bir borç bilirim.

Mine KARABIYIK



ÖZET

Mine KARABIYIK

İHRACAT TEŞVİKLERİNİN KONYA İMALAT SANAYİSİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek Lisans

Konya, 2022

İhracat teşvikleri, firmalara ihracat faaliyetlerinin desteklenmesi için hükümetler tarafından sağlanan desteklerdir. Firmalarda verimliliğin artması, ülkelerde ise ihracat faaliyetlerinin dinamik hale getirilmesi karar vericiler tarafından hedeflenmekte olup bu noktada ihracat teşvikleri ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmada, Konya imalat sanayisi açısından ihracat teşviklerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle araştırmanın amacı ve kapsamına yer verilmiştir. Ardından iki bölümde dış ticaret ve ihracat finansmanı konularının ele alındığı kavramsal çerçeve sunulmuştur. Bunun yanında teşvik kavramı ve teşvikin amaçları, ihracat teşviki, Türkiye’de ihracat teşviki uygulamaları ile ilişkili konular değerlendirilmiştir. Ardından Türkiye ve Konya ihracat verileri sunulmuştur. Konya’da ihracatın genel durumu, ihracatın sektörlere ve alt sektörlere göre dağılımı, ihracatın ithalatı karşılama oranı, faydalı model başvuruları ve tescilleri, model başvuruları ve tescilleri, marka ve patent istatistikleri gibi veriler incelenmiştir. Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen çıktılarına da yer verilmiştir. Araştırma sonuçları, Konya’nın ihracat faaliyetlerinde önde gelen illerden biri olduğunu göstermektedir. Konya’da faaliyet gösteren firmaların ihracat faaliyetleri bağlamında daha fazla desteklenmesinin Konya’nın ihracat başarısını daha da arttıracığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler

İhracat, İhracat teşviki, İmalat sanayi, Konya, Teşvik

ABSTRACT
Mine KARABIYIK
EVALUATION OF EXPORT INCENTIVES IN TERMS OF KONYA
MANUFACTURING INDUSTRY

Master's
Konya, 2022

Export incentives are the supports provided by governments to companies to support their export activities. Increasing productivity in companies and making export activities dynamic in countries are targeted by decision makers, and export incentives come to the fore at this point. In this study, it is aimed to evaluate export incentives in terms of Konya manufacturing industry. In the study, first of all, the aim and scope of the research are given. Then, the conceptual framework in which foreign trade and export finance are discussed is presented in two parts. In addition, the concept of incentive and the purposes of the incentive, export promotion, export promotion practices in Turkey were evaluated. Then, Turkey and Konya export data are presented. The general situation of exports in Konya, Data such as the distribution of exports by sectors and sub-sectors, the ratio of exports to imports, utility model applications and registrations, model applications and registrations, trademark and patent statistics were examined. The outputs obtained as a result of the negotiations with the Konya Chamber of Commerce and the Konya Chamber of Industry are also included. Research results show that Konya is one of the leading provinces in export activities. It is thought that further support of companies operating in Konya in the context of export activities will further increase Konya's export success. The outputs obtained as a result of the negotiations with the Konya Chamber of Commerce and the Konya Chamber of Industry are also included. Research results show that Konya is one of the leading provinces in export activities. It is thought that further support of companies operating in Konya in the context of export activities will further increase Konya's export success. The outputs obtained as a result of the negotiations with the Konya Chamber of Commerce and the Konya Chamber of Industry are also included. Research results show that Konya is one of the leading provinces in export activities. It is thought that further support of companies operating in Konya in the context of export activities will further increase Konya's export success.

Keywords

Export, Exportpromotion, Manufacturingindustry, Konya, Incentive

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR.....	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLOLAR DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xi
SİMGELER DİZİNİ.....	xii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiii
1. GİRİŞ	1
2. DIŞ TİCARETİN FİNANSMANI VE İHRACAT	3
2.1. Uluslararası Ticarete Taraflar.....	3
2.1.1. İhracatçı	3
2.1.2. İthalatçı	3
2.1.3. İhracatçı Banka	4
2.1.4. İthalatçı Banka	4
2.2. İhracat Şekilleri	5
2.2.1. Mal İhracatı.....	5
2.2.2. Hizmet İhracatı	5
2.3. Uluslararası Ticarete Finansman	6
2.4. İhracatın Finansmanı	8
2.4.1. Sevkiyat Öncesi Finansman.....	9
2.4.2. Sevkiyat Sonrası Finansman.....	9
2.5. Alternatif Finansman Teknikleri	12
2.5.1. Leasing.....	12
2.5.2. Factoring	13
2.5.3. Forfaiting	14
2.5.4. Eximbank Kredileri	16
2.5.5. Swap	21

2.5.6. Barter	21
2.5.7. Melek yatırım.....	22
2.5.8. Sendikasyon kredileri	22
2.5.9. Harici Garantiler ve Kontrgarantiler.....	23
3. TEŞVİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ VE İHRACAT TEŞVİKLERİ	25
3.1. Teşvik Kavramının Tanımı	25
3.2. Teşvik Kavramının Temel Özellikleri.....	26
3.3. Teşvik Kavramının Amaçları	27
3.4. İhracat Teşvikleri.....	27
3.5. Türkiye’de İhracat Teşvik Uygulamaları	29
3.5.1. Ar-Ge Teşvikleri.....	31
3.5.2. Projelere Destek Sermayesi	32
3.5.3. Yurtiçi ve Yurtdışında Düzenlenen Uluslararası Sektörel Fuarlara Destek	33
3.5.4. Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (UR-GE Desteği).....	36
3.5.5. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği	37
3.5.6. İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği	42
3.5.7. Tasarım Desteği	43
3.6. Türkiye’de İmalat Sanayi İhracatı.....	44
4. KONYA İMALAT SANAYİSİNİN İHRACAT TEŞVİKLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: KONYA TİCARET ODASI ÜZERİNE BİR İNCELEME.	49
4.1. Araştırmanın Amacı	49
4.2. Araştırmanın Önemi	49
4.3. Yöntem	49
4.4. Bulgular	50
4.4.1. Türkiye’de İhracat	50
4.4.2. Konya’da İhracat	52
4.4.3. Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası Görüşlerinin Değerlendirilmesi	65
5. SONUÇ	69
6. KAYNAKÇA.....	72
7. ÖZGEÇMİŞ	78

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. İhracatçıların Harcama Destekleri	33
Tablo 2.Yurtiçi fuar destekleri	34
Tablo 3.Yurtdışı fuar harcama tablosu.....	36
Tablo 4. UR-GE Destekleri.....	37
Tablo 5. Türkiye'de Sektörlere Göre İhracat, 2020-2021 (bin Dolar)	50
Tablo 6. Konya'da İhracatçı Firmaların Performansı, 2020-2021 (bin dolar)	52
Tablo 7. Konya'da Düzenlenen Teşvik Belgelerinin Sektörlere Göre Dağılımı (2017-2021)	56
Tablo 8. Konya'da Düzenlenen Teşvik Belgelerinin Sektörlere Göre Dağılımı (2021) ..	56
Tablo 9. Türkiye’de Düzenlenen Teşvik Belge Sayılarına Göre İl Sıralaması (2020-2021)	57
Tablo 10. Türkiye’de Ar-Ge Merkezleri Sayılarına Göre İl Sıralaması (2021).....	57
Tablo 11. Türkiye’de Tasarım Merkezleri Sayılarına Göre İl Sıralaması (2021).....	58
Tablo 12. İllere Göre Marka Başvuru ve Tescil Sayısı, 2021	61
Tablo 12. İllere Göre Patent Başvuru ve Tescil Sayısı, 2021	63
Tablo 12. İllere Göre Endüstriyel Tasarım Başvuru ve Tescil, 2021.....	64
Tablo 13. Konya Ticaret Odası İhracatçı Firmalara Sağlanan Hizmetler, 2021	65
Tablo 14. Konya Ticaret Odası İhracatçı Firmaların Sektörlere Göre İhracat Verileri ..	66

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.İhracata Yönelik Devlet Yardımları.....	31
Şekil 2. UR-GE Destek süreci.....	37
Şekil 3. Örnek Yurtdışı Pazar Araştırma Süreci	38
Şekil 4. Örnek Rapor Desteği Süreci	38
Şekil 5. Alıcı Kredileri Kullandırım Tutarları (2005-2020)	43
Şekil 6. Konya İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı, 2021	54
Şekil 7. Konya İhracatının Alt Sektörlere Göre Dağılımı, 2021	54
Şekil 8. Türkiye ve Konya'da İhracat, 2014-2021 (milyar dolar)	55
Şekil 9. Türkiye ve Konya'da İhracatın İthalatı Karşılama Oranı, 2014-2021 (yüzde) ..	56
Şekil 10. İllere Göre Faydalı Model Başvuruları, 2020-2021.....	59
Şekil 11. İllere Göre Faydalı Model Tescilleri, 2020-2021	60
Şekil 12. İllere Göre Tasarım Başvuruları, 2021	60
Şekil 13. İllere Göre Tasarım Tescilleri, 2020-2021.....	61
Şekil 15. Konya Marka İstatistikleri, 2017-2021	62
Şekil 17. Konya Patent İstatistikleri, 2021	63
Şekil 19. Konya'da Endüstriyel Tasarım, 2017-2021	64

SİMGELER DİZİNİ

Simge	Açıklama
\$	Amerikan Doları



KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltma	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma-Geliştirme
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
EXİMBANK	Export-Import Bank (İhracat Kredi Bankası)
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
RTA	Bölgesel Ticaret Anlaşmaları
T.C	Türkiye Cumhuriyeti
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
WTO	Dünya Ticaret Örgütü

1. GİRİŞ

Ekonomik gelişme, sermaye birikimi ve fiyat dalgalanması gibi çeşitli faktörlerin birleşik sonucudur. Ancak küreselleşmenin hızlanmasıyla birlikte ihracatın ülke ekonomisi üzerindeki etkileri giderek daha da artmıştır. Ayrıca bilim insanları, ihracat ticaretinin ekonomik büyümeyi yönlendirdiği hipotezine dikkat çekmiştir; bu, bir ülkenin ihracatının Gayri Safı Yurtiçi Hasıla (GSYİH) üzerinde önemli istatistiksel etkilere sahip olduğu anlamına gelmektedir ve ayrıca bir ülkenin ekonomik büyümesinin bir dereceye kadar dış ticarete bağlı olduğunun bir göstergesidir. Dolayısıyla dış ticarete bağlı ekonomik büyüme için şu çözümler akla gelmektedir: ihracatı teşvik etmek için yerli kaynakları en iyi şekilde kullanmak; emeğin ölçek etkisini teşvik etmek; uluslararası sermaye akışını teşvik etmek, yeni kavramların ve yeni teknolojilerin yayılmasını ilerletmek.

İhracat nispeten düşük riski, yüksek esneklik derecesi ve düşük kaynak bağımlılığı ile küçük ve orta ölçekli işletmeler tarafından kullanılan en yaygın dış pazara giriş yöntemidir. Bu nedenle ihracat, küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ) mevcut ürün ve elde ettikleri karı maksimize etme ve yeni inovasyon fırsatları sunar. Küçük işletmeler ihracat ve ticaretlerini geliştirmek için uluslararası faaliyetlerden önemli ölçülerde yararlanabilirler.İhracatın KOBİ'lerin üretkenliklerini, yenilikçiliklerini ve performanslarını artırarak büyümelerini ve rekabet edebilirliklerini güçlendirdiği araştırmalarda kanıtlanmıştır (Wagner, 2013; Pattnayak vd.Thangavelu, 2014).

Hükümetler artık KOBİ'lere ihracat faaliyetlerinde destek sağlamak amacıyla geniş bir yelpazede ihracat teşvik programları sunmaktadır (Freixanet, 2012; Pickernell, Jones, Thompson, vd.Packham, 2016). Ancak ihracat programları, düşük kullanım oranı, belirsiz hedefleme ve güven eksikliği gibi birçok eleştiriye konu olmaktadır(Lederman, Olarreaga, ve Payton, Export promotion agencies: do they work?, 2010).Bu nedenleprogramların firmalarda ihracat performansı üzerindeki etkilerini değerlendirmeye yönelik ampirik çalışmalar yapılmıştır (Wilkinson ve Brouthers, 2006; Freixanet, 2012). Ancak bu çalışmalar söz konusu etkinin belirlenmesi kapsamında sınırlı kalmaktadır(Lederman, Olarreaga, vd. Zavala, 2016). Bu nedenle, bu programların etki ettiği mekanizmayı, yani ihracatı teşvik programlarının firmaların

performansı üzerindeki dolaylı etkisini araştırmak için daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir(Leonidou, Samiee, Aykol, vd. Talias, 2014).

İhracat teşvik politikası, müşterilerin gereksinimlerini karşılama kapsamında firmaların performansını iyileştirmeyi hedeflemelidir. Böylelikle firmalarda kar ve verimlilik artacak, ihracat faaliyetleri dinamik hale gelecektir. Açıklandığı üzere, ihracat teşviklerinin gerek firmalar gerekse ülke bazında önemi büyüktür. Dolayısıyla teşviklerin verimli biçimde değeriendirilmesi ve sağlanacak faydaların maksimize edilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmada, ihracat teşviklerinin Konya imalat sanayisi kapsamında değeriendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde çalışma, üç bölümde hazırlanmıştır.

İlk olarak, dış ticaretin finansmanı ve ihracat hakkında bilgi verilerek, çalışmaya bir temel oluşturulması amaçlanmıştır. Uluslararası ticarete taraflar, ihracat şekilleri, uluslararası ticarete finansman, ihracatın finansmanı gibi konular detaylı biçimde ele alınmıştır.

Daha sonra teşvik kavramı ve ihracat teşvikleri hakkında bilgiler sunulmuştur. Teşvikin tanımı, temel özellikleri, teşvikin amaçları, ihracat teşvik uygulamaları ve Türkiye’de imalat sanayi ihracatı açıklanmıştır.

Ardından Konya imalat sanayi kapsamında ihracat teşviklerinin değeriendirilmesine yer verilmiştir. Öncelikle çalışmanın metodolojisi sunulmuş, ardından mevcut Türkiye ve Konya verileriyle karşılaştırmalı biçimde inceleme yapılmıştır. Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası’ndan alınan yanıtlar da sunulmuştur.

2. DIŞ TİCARETİN FİNANSMANI VE İHRACAT

2.1. Uluslararası Ticarete Taraflar

2.1.1. İhracatçı

Ülke sınırları dışına hizmet ya da mal satarak döviz getirici etkinliklerde bulunma işlemine ihracat denilmektedir. İhracatçı olup ihracat yapmak isteyen bireylerin tacir olması gerekmektedir, çünkü ihracat yönetmeliğı ihracatçı şirketleri, “ihraç edeceği hizmet ya da malla ilgili ihracatçı birliğınin üyesi olan, gerçek usulde vergiye tabi tüzel ya da gerçek kişi tacirler, Esnaf ve Sanatkarlar Odasında kaydı bulunup üretim etkinlikleri gerçekleştiren sanatkar ve esnafilar ile joint-venture ve konsorsiyumları” olarak tanımlanmıştır (Gürsoy, 2006, s. 209).

Alıcının talep ettiğı malları istenilen sürede ve nitelikte ve istenilen taşıma yolu ve evraklarla beraber alıcıya teslim etmek ihracatçının temel görevidir. İhracatçı işlemlerin sürdürülebilirliğı anlamında en önemli role sahiptir, çünkü malların istenilen zamanda ve talep edilen sürede alıcıya ulaştırılması ihracatçının işlerinin sürmesi için önemli bir noktada yer almaktadır. Kambiyo mevzuatı ihracatçının sattığı malların bedelinin karşılığı olan dövizü ülkeye getirmesine gerekli kılmaktadır ya da dövizü getiremediğı durumlarda bunun nedenini belgelerle kanıtlamalıdır. Malların geri getirilmesi süreci ihracatçı açısından maliyeti en yüksel işlemi oluşturmaktadır. Bu durumda kambiyo dosyası kapansa da bu işlem ihracatçıya büyük bir maliyet yüklemektedir (Melemen ve Arzova, 1998, s. 21).

2.1.2. İthalatçı

İthalat da uluslararası ticarete önemli bir role sahiptir. Ülke sınırları dışından temin edilen hizmet ya da mal alımları ithalat işleminin en basit tanımıdır. “Dünya üzerinde sınırlı sayıda yer alan kaynaklardan daha verimli şekilde yararlanmak ve küresel refahı artırırken adaleti sağılayabilmek için ülkeler arasında ithalatın bulunması vazgeçilmez bir koşuldur” (Canitez ve Bedestenci, 2012, s. 109).

İhracatçı ile yapılan sözleşmeye uygun olarak malların bedelini ödeyerek satın alan tarafa ithalatçı denilmektedir. İthalatçı ihracatçıya oranla daha fazla risk taşıır çünkü o ödemeyi yapan taraftır, bu nedenle ödemeyi gerçekleştirmeden önce titiz bir araştırma

yapması gereklidir. İthalatçı yaptığı araştırmadan sonra kendini güvende tutacak ödeme yöntemini tercih ederek riski düşürebilir. Özellikle dış ticarete bu şekilde garanti altına alınmadan gerçekleştirilen bir ödeme yüksek risk taşımaktadır. Bu nedenle ithalatçının bankası yardımıyla kendisi için en iyi ödeme biçimini oluşturması gerekmektedir. Ülkemizdeki mevzuat, ithalatçının yurt dışında gerçekleştirilen ödeme sonrasında satın alınan malları veya eşdeğerlerini ülkeye getirmesini zorunlu kılmaktadır. Bu gerçekleşmediği durumda gönderilen paranın geri getirilmesi talep edilir. Malların geri getirilemediği ve para iadesinin de yapılamadığı zaman, bu durumun mücbir şekilde kanıtlanması şartı bulunmaktadır (Melemen ve Arzova, 1998, s. 22).

2.1.3. İhracatçı Banka

Yurtdışındaki banka ile muhaberat ilişkisi ihracatçı tarafın bankası tarafından yerine getirilir. İhracatçı şirketin bir banka vasıtasıyla işlem yapma gerekliliği ülke mevzuatından belirtilmiştir ve ihracatçı tarafın bankasının ihracat işlemlerinde yalnızca aracılık hizmetini yerine getirmesi gerekmektedir. İhracat süreci sonucu edinilen ödeme geldiğinde aracı banka bu ödemeyi ihracatçı tarafın talimatı sonrasında Türk Lirasına çevirir. Satılan malların bedelinin ihracatçı tarafından belirli bir sürede ülkeye getirilmediği durumlarda bu durum ihracatçı banka tarafından yetkililere bildirilmelidir, ancak ihracat sonucu kazanılan bu bedelin ülkeye getirilmesinde aracı bankanın herhangi bir yükümlülüğü bulunmamaktadır. İhracatçının tercih ettiği bankanın ihracat işlerini yerine getirmeye yetkili olması koşuluyla ihracatçı dilediği banka ile çalışabilir. Bunun yanında ihracatçının seçtiği bankayı gümrük beyannamesinde de belirtmesi zorunludur (Melemen ve Arzova, 1998, s. 22).

2.1.4. İthalatçı Banka

İthalatçının talimatı sonrası ihracatçıya mal bedelini ödeyen bankaya ithalatçı banka denilmektedir. Her ülke ithalat ödemeleriyle ilgili farklı bir mevzuata sahip olabilir. Ülkemizde ise ithalat işlemi sonucu gelen bedel, mal mukabili ödeme şekli haricindeki diğer ödeme türlerinde mutlaka transfer edilir. Mutlaka banka vasıtasıyla yapılması gereken bu transfer sonucunda ödemeye karşılık gelen bir belge bulunmalıdır.

Ülkemizde mevzuat ithalat işlemleriyle ilgili ödemelerin elden yapılmamasını zorunlu kılmıştır (Melemen ve Arzova, 1998, s. 23).

2.2. İhracat Şekilleri

2.2.1. Mal İhracatı

İhracat bir malın yabancı ülkelere döviz karşılığında satılmasına denilmektedir. İhracat işlemi gerçekleştirilen dikkat edilmesi gereken bazı hususlar bulunur: Ürünün ihracata yönelik şekilde piyasa koşullarına ve uluslararası standartlara uygun ve kaliteli şekilde üretilmesi, tanıtım, reklam ve pazarlamasının yurtdışında yapılması, en uygun nakliye ve ambalaj şeklinin tercih edilmesi, ürünün talep edilen yere zamanında ulaştırılması, dış satımının yerine getirilmesi ve ihracatçının ülkesindeki dış ticaret mevzuatının gerektirdiği işlemleri yerine getirmesi bu aşamalardan bazılarıdır. Ticaret odaları, ihracatı gerçekleştirecek olan şirketin ihracat yapacağı ülkeye yönelik düzenlenen formu edinmesini sağlar. Bu formu doldurduktan sonra yurt dışına gönderilecek ürünlerin faturasının da eklenmesiyle beraber bir dilekçe ile ilgili ticaret odasına başvuru yapılır ve gereken incelemeler yapıldıktan sonra belgelerin onay işlemi gerçekleştirilir.

İhracatın şirketlere kazandırdığı doğrudan yararlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir: Pazar payı büyütülür. İç pazara bağımlı olma durumu azaltılır ve iç pazarda yaşanabilecek durgunluk telafi edilir. Daha önce iç pazarda test edilen ürünlerin ihraç edilmesi yoluyla dış pazara girilince, pazar araştırmasının maliyeti azaltılır. İç pazarda tam kapasite ile çalışılmadığı durumlarda üretimi yükseltme imkanı elde edilir. Dış pazarlara girilmesi sonucu, iç pazardaki rekabeti artırma olanağı sağlanır. İhracatçılar uluslararası pazardaki yoğun rekabetten etkilenererek ürünlerini pazarın gereksinimlerine uyacak şekilde teşvik edilir ve bu sayede teknolojik ilerlemeler için zemin hazırlanır (Osmaniye Ticaret ve Sanayi Odası, 2018).

2.2.2. Hizmet İhracatı

Bir hizmetin faturasının mevzuatımıza göre düzenlenip Türkiye’de kayda alındığı durumlarda hizmetin maliyetlerinin de Türkiye’de tutulan defterde bulunması gerekli olsa da bu hizmeti Türkiye’de yapılmış bir hizmet olarak ele almak gerekir. Yurtdışındaki firmaların ihracatları için Türkiye’de verilen aracılık, piyasa

araştırması, danışmanlık ve müşteri bulma gibi hizmetler, hizmet ihracı olarak ele alınmadığı için KDV'ye tabi tutulur çünkü bu şirketlerin Türkiye'ye ihraç edecekleri hizmet ve mallar Türkiye'de kullanılır ve tüketilir. Yabancı şirketlerin Türkiye'den ithal edeceği ya da Türkiye'den yabancı şirketlere ihraç edilecek mallar nedeniyle gerçekleştirilen hizmetler ihracat istisnası olarak değerlendirilir (Maç, 2001).

2.3. Uluslararası Ticarete Finansman

Uluslararası finansmanda, ihracatçılar ya da ithalatçılar mal sevkياتından önce ya ad sonra gelen dönem içerisinde kredilerin ya da sigortaların destekleme amaçlı kullanımına rastlanmaktadır. Dış ticarete finansmanın bankacılıkla sigortacılığın bileşkesi konumunda olduğu görülmektedir. OECD'nin tanımlamasıyla dış ticarete finansman kredilerin, sigortanın ve güvence metotlarının ihracatçı ya da ithalatçı tarafa ödemede kolaylık sağlayarak vade dahilinde yapılan satışlardaki yükselmeye gerçekleşmektedir.

İşletmelerin küresel çapta gerçekleştirecekleri ticari işlemlerde düzen ve istikrar finansmanda ortaya konan başarılı politikalarla mümkün olmaktadır. Dış ticaret krediler bağlamında ikiye ayrılmaktadır: İlk grup “satıcı kredileri”dir. Bu kredilerle destek sağlanan ithalatçı vadeye uygun ödemelerin kapısı açılmaktadır. Diğer grubu ise “alıcı kredileri” oluşturmaktadır. Bu noktada ihracatçıların bankaları ya da diğer finansman kuruluşları ithalatçı ya da onun çalıştığı bankalar nezdinde vadeli krediler açabilmektedirler (Küçükçolak, 1998, s. 124).

Ticareti uluslararası arenada sürdüren ülkelerin ihracatçılara fonlama aracı olarak kullanılan bankalar için oluşacak riskliliklerden korumaya yönelik politikalar üretmeleri sigortaya ya da kredilere olan talebi artırmaktadır. Çeşitli düzenlemelerle denetim altında tutan kredi arzı ve şirkete göre kredi uygulamaları fon sağlama sistematığını doğrudan pazarlanabilir değerlere yöneltmektedir.

Ülkelerin mali durumları, esasen endüstri dallarının ve piyasanın niteliği, bankacılığın ve sigortacılığın sektör anlamında gelişme boyutu, ülkelerin ihracatçılarına yöneltilen olanaklar ve uygulamaların temelini oluşturmaktadır. Fakat ülkeler ihracatçılarla ilgili genelde aynı nitelikte problemlerle karşılaşmaktadırlar. Bu sebeple sermaye sistematığı sorunları benzeyen yanlarıyla değerlendirmekte ve çözümlerdeki ortaklıkların başka sistemlerde de onaylanmasını sağlamaktadır. Sistemlerde öne çıkan benzerlikler,

ihracatçılar için kredilendirme sağlayan kuruluşların devletle doğrudan bağlantılı çalışması ve finansal kuruluşların doğrudan bu sisteme dahil olmalarıyla belirlenmektedir. Günümüz uygulamalarında sigortacılığın ve bankacılık sistemlerinin çok azı diğer ülkelerin finansal olanaklarına benzemektedir.

Yarı gelişmiş ülkelerin ihracatçıları işletme sermayesi temin etmede zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Böyle ülkeler sevkiyat öncesindeki kredilendirme programlarına daha çok ihtiyaç duyarlar. İşletme sermayesine ihtiyacı olan bir işletmenin fiyat ve nitelik bağlamında küresel çapta rekabete girişmesi çok zordur. Fakat yarı gelişmiş ülkeler içerisinde bankaların verdikleri kredilerde daha seçici davrandıkları bilinmektedir. İhracatçıları bu bağlamda zorlu sınavlardan geçirmekte ve eleyici politikalara maruz bırakmaktadırlar. Bu sebeple yarı gelişmiş ülkelerin ihracatçıları finansmana yönelik arayışları genelde devletin desteklediği yarı resmi kuruluşlarda son bulmaktadır (Sarıaslan, 1996).

İhracat finansmanını gerçekleştiren bankalarda esas görevin ulusal ticarete yön vermek olduğu için uzun vadede gerekli koşulları yerine getirecek ve doğrudan ihracatçı ekseninde kredi politikaları üreten "dış ticaret bankaları" ticari bankaların yerini bu bağlamda hızla doldurmaktadırlar. 2000'lerde küresel pazarlarda rekabetçi yapıya uyum sağlamak ve ihracatı artırma gayesiyle hareket eden Türkiye uluslararası eğilimlere uyarak katma değeri fazla, anapara ve veri yoğunluklu teknolojiye yönelmek durumunda kalmıştır (Akgüç, 1986, s. 19).

Kredilendirme görülen zararlı farklılıkları ortadan kaldırmak isteyen OECD rekabet önleyici bir kurum olarak bankaları ortak bir paydada birleştirmiştir. Bu çerçevede yer alan düzenlemelerin yıl bazında iki ya da daha fazla vade süresi temelinde işlemleri kapsadığı, faizin vadenin, kredilendirmeye ilişkin oranın ve ödemeler ekseninde gerçekleşen hükümlerin tüm kurumlar nezdinde bağlayıcı yapıya kavuştuğu görülmektedir.

Yasal olarak desteklenen finansal kuruluşların esas amacı bankacılık hareketlerinin ihracatçılar lehine kredilendirmeye yönlendirilmesidir. Böylece iki husus ekseninde uygulama alanı ortaya çıkmaktadır: Kredilendirmeye yönelik banka faaliyetlerinin ve ticaret bankalarının finansmanı sağlanan vade dahilindeki hareketlerin güvence altına alınması. Ticari ve sınai işletmeler, küresel para piyasalarında fonlama talebine ve

fonlama gereksinimi doğrultusunda faaliyetlerini sürdürürler. Uluslararası ticarete yönelen işletmeler ithalatta finansmanı sağlamak amacıyla birçok farklı kuruluşa müracaat ederek birbirleriyle rekabete girmektedirler. Bu durum üretilen malların kalitesiyle ve geçmiş deneyimlerle doğrudan ilişkili olmaktadır. Daha önce ithal ettiği mallarla adını duyuran bir işletmeye bu bağlamda daha fazla finansman olanağı sunulacağı aşikardır. Örnek olarak ihracatçıların ithalatçı için kredilendirilmiş satışlarda bulunabilmesi ya da ihracatçının ülkesindeki uluslararası ticareti özendirmeye yönelik kuruluşların bir bankada (Eximbank) ülkenin mallarına yönelen talepleri yabancı kredilerle sunması şeklinde. Vadesine göre faiz oranları değişen bu kredilerde döviz kuru ya da menkul kıymetlerde oluşan değerlendirme farkları çerçevesinde de faizde veya vadede farklı politikalar izlenebilmektedir (Şanlı ve Ekşi, 2000, s. 39).

Uluslararası ticaretin kapsamına dahil olmayan ve sınai şirketlerde işletme sermayesinin temin edilmesi amacıyla açılan kredilerin yatırımlarda da önemli bir payı bulunmaktadır. Uluslararası piyasalarda işlem gören menkul kıymetlerin alım satımında gerçekleşen kur farklılıkları neticesinde aynı anda farklı bölgelerde farklı fiyatlandırmalar görülebilmektedir. İşletmelerin fazlaca nakit ve nakde eşdeğer varlık bulundurdukları zamanlarda izledikleri etkin alım satım politikaları neticesinde varlıkların para piyasasında edindikleri değer artmakta ve dış ticarete konu olan finansman enstrümanlarını kullanabilme kabiliyetleri artmaktadır.

2.4. İhracatın Finansmanı

İhracat finansmanında, ihracatı gerçekleştiren kişinin aldığı siparişler bazında üretim gerçekleştirebilmesi için sağlam bir finansman kaynağı mal sevkiyatından önceki ve sonraki süreçlerde de önemli rol oynamaktadır (Zaim, 2011, s. 17). İhracatın ülkelerin mali istikrar sağlamalarında önemli bir araç olduğu düşünüldüğünde bu yönde yapılacak finansmanın kalitesi de ihracatçı üzerinde etkili olacaktır. İhracatçıların ülke ekonomilerine katkıları yalnızca sıcak para girişi sağlamalarıyla sınırlı kalmayıp uzun vadede öteki ülkelere gerçekleştirilen ihracatı da etkilemekte ve küresel rekabette öncü pozisyonuna yükselebilmelerini sağlamaktadır. İhracat faaliyetlerinin artırılmasına yönelik çalışmalarda ve belirlenen stratejilerde değerlendirmelerin rekabet üzerine inşa edildiği bilinmektedir (Şenol, 2017, s. 1,2).

İhracata ilişkin faaliyet hacminde artmanın ülke ekonomilerinde politik olarak hedeflenen birincil amacı teşkil etmesi ithalata yönelik talebin en aza indirgenmesi ve dışarıdan alınacak mal ve hizmetlere bağımlılık durumunun ortadan kaldırılmasını ayrıca teknolojik eskimeyle malul faaliyetlerde maliyetin düşürülmesi gibi hedefler doğrultusunda bir zorunluluk halini almıştır. İhracata konu olan ürünlerin finansmanında maliyet önemli bir etken olarak görülmekte ve küresel pazarlarda etkinliğin öncelikli olarak maliyetlerin düşürülmesiyle ilgili olduğu bilinmektedir (Sakarya, 2009, s. 120). Çeşitli işletmeler, tacirler veya imalatçılar ihracat faaliyetini gerçekleştirebilmektedirler. Tüm bu gruplar ihracattan önce ve sonra finansman ihtiyacı duymaktadırlar. İmalatçılar farklı ticaret gruplarına nazaran daha çok finansmana ihtiyaç duyarlar. Şöyle ki;

1. Üretimi tamamlanan malların ulusal ve uluslararası tüketicilerde nitelikler bağlamında farklılıklar taşıması ihracatçıların maliyetini artırıcı etki yaratmaktadır.
2. İhracata ilişkin tutarın karşılanması ihracatçı için üretimde artışlara yol açacağından kaynak gereksinimi fazlaşacaktır.
3. Üretime yönelik ortaya konan fonksiyonlar haricinde nakliyeye, sigortaya, navluna ayrılan maliyetlerin finansal kaynak gereksinimi ortaya çıkaracağı aşıkardır. İhracat finansmanında sevkten önce ve sevkten sonra olarak iki farklı nitelik ortaya çıkmaktadır.

2.4.1. Sevkiyat Öncesi Finansman

Bu tip finansmanda ihracatçı ilk madde ve malzeme alırken, ilk madde ve malzemenin işlenmesi için, mamul üretiminde sonradan hazırlanan mamullerin ambalajlanmasında veya ithalatçı isteğine uygun olarak ürün piyasasında gerçekleşen alımlarda faydalanma söz konusudur(Pekdemir, 1997, s. 43).

2.4.2. Sevkiyat Sonrası Finansman

İhracatçılar alıcıları için kredilendirme politikası benimsediklerinde açılan kredilerin bankalar tarafından kullanılmasıyla belli bir finansman politikasıdır. Böyle bir finansmanda ihracatı gerçekleştirilen mallar sevkiyatı tamamlanınca malların bedeli

tahsil edilmeden önce kredi gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Sevkiyattan sonraki finansmanın çeşitleri aşağıda açıklanmıştır (Pekdemir, 1997, s. 44).

2.4.2.1. İştira ve Iskonto Kredisi

Ödemelerde belli kıstasların gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği bu tip ihracatta poliçeler vasıtasıyla denetlenerek bankaya öde emri gönderilir. Bankanın vade dahilinde gerçekleşen ödemelerde satıcıdan onay alması işlemlerin senet karşılığı yürümediği ve genelde uluslararası ithalatta kullanılan bir yöntem olarak görülmektedir. Bankaların kredi kullandırmada ihracatçı nezdinde gerçekleşen finansman politikasına uygun durumdaki ithalatçılara ülkenin genel politikası dahilinde miktar olarak taahhüt edilen tutar yatırıldığında sevkiyatı yapan tarafın emri üzerine sigortalı biçimde karşıladıkları kredidir (Ataman ve Sumer, 2003, s. 14).

2.4.2.2. Konsinye İhracat Mukabili Avans

Satışların konsinye olarak yapıldığı ihracatta işlemler sipariş esastan farklı şekilde gerçekleştirilmektedir. Finansmana katılan miktar konsinyeye dayalı ihracatın miktarına uygun şekilde belirlenmektedir. Bankanın finansmanda izlediği yol sevkiyatla mal satışının gerçekleşmesi arasında geçen zamanı içine alacak biçimdedir. Finansmana konu olan miktar belli bir oran dahilinde ihracatla elde edilen satışlar oranında artırılmaktadır.

2.4.2.3. Vesaik Mukabili İhracat Kredisi

Banka mallarını teslim eden satıcıya avans olarak finansman sağlamaktadır. Avansa konu olan miktar ihracatta belirlenen tutarın belli bir bölümü ya da tümünü kapsamaktadır. Bankalar, avanslara ilişkin ödemelerde, ihracatçıların finansman durumuna, alıcı tarafın finansman durumuna ve alıcıya yönelik köken araştırması dahilinde ülkesindeki ekonomi ve politika durumuna göre tavır sergilemektedirler. Avansalar, o günkü değer üzerinden kredilere yansıtılarak kullanım miktarına faizin tahakkuk ettirilmesiyle değerlendirir (Briggs P. , 1998, s. 50).

2.4.2.4. Satıcı Kredisi

İhracata ilişkin açılan kredilerde büyük bir kısmı teşkil eden kredilerdir. Mal sevkiyatında satıcının ithalat belgelerini bankaya ibrazı neticesinde sevk sonrasında kredilerle finansman mümkün olur. Malın maliyetini bankanın işlem süresi dahilinde ithalatçıdan teslim alınması söz konusudur. İhracatı gerçekleştiren tarafın bankayla ilgili işlemi faizlerin ödenmesiyle sınırlıdır. Bankanın ihracatçı adına yürüttüğü işlemler ilgili ödemelerin gecikmesi halinde son bulur. İhracatın devamı için sağlanan kredinin sigorta dahilinde risk azaltmaya maruz kalması için ilgili kuruma sigortanın yaptırılması gerekmektedir. Günümüz ticari hayatında cari dönemde yapılan kredi alımlarından ziyade uzun vadeli krediler bu tip işlemlerde kullanılmaktadır.

2.4.2.5. Alıcı Kredisi

Geleceğe ilişkin işlemleri de kapsayan bu tip krediler genelde dönem boyu süren anlaşmalar dahilinde gerçekleşmektedir. Kısa dönemin belirsizliğinden kaçınmak ve finansal yüklerin getireceği risklerden korunmak adına yürütülen bir dizi faaliyet nakit akışıyla değerlendirilen ve borca ilişkin oranların belirlenmesini gerektiren işlemleri kapsamaktadır. Bankaların verdikleri kredilerde uzun dönemin getirisinden faydalanmak istemeleri bu konuda ithalatçılarla banka arasında güvencenin sağlanmasını gerektirmektedir. Bu tip kredilerde esas itibarıyla borçlandırmanın alıcı tarafa uygulanması ve bu uygulamalarda faiz oranlarının ihracatın gerçekleştirildiği ülkeye uygun yürütülmesi fonlama transferine ilişkin bedelin peşin alınması ve genelde bakiyenin alıcı tarafa borçlandırma amaçlı kullanılması hacimli ihracatlar için önem taşımaktadır. Bu tip kredilerin genelde geniş hacimli ihracatlar için tercih sebebi olmasının sebepleri şunlardır(Toroslu, 1999, s. 55):

1. İhracatçının kredi kullanımı ithalatçının kredi kullanımına oranla beraberinde daha fazla yükümlülük getirmektedir. Ödemenin yapıldığı vadelerin uzun döneme yayılması yönetim için gerekli kaynakları kullanma verimliliğini artırmaktadır.
2. Kredi taksitlerinin ödenmesinde bilançonun ve bankalardan temin edilen kaynakların etkin şekilde denetlenmesi işlemlerin süreklilik arz etmesi gibi zorunluluklarla ihracatçılar daha rahat başa çıkmaktadırlar.

3. Finansal kuruluşlar ihracata ilişkin işlemlerde daha çok alıcılara kredi kullandırmaktan yana olmaktadır. Böylece satışlar nezdinde ortaya konan sözleşme hükümlerinin incelenmesini ve gerekli tavsiyeleri vermenin olanağını sağlamaktadırlar.

Böyle bir durumda alıcılara kredi kullandırmak bankaların finansman sağlamada başvurdukları bir strateji olmaktadır.

2.5. Alternatif Finansman Teknikleri

2.5.1. Leasing

Bu kelime İngilizceden Türkçeye kiralamanın karşılığı olarak geçmiştir. Kelime Amerika kökenlidir ve Avrupa’da kullanımı savaş sonuna rastlamaktadır. Etkili bir finansal enstrüman olan leasingi tüm dünya ülkeleri ticari literatürde kullanımını sürdürmektedirler (Okan, 2006, s. 3). İşlemlerin yapıldığı belli kaynakların yalnızca kelimenin kökeniyle ifade edildiği görülmektedir. Yine de anlam olarak benzer eğilimleri çağrıştırmaz. Kelime mal kullanımına ilişkin haklar ve mal mülkiyeti bağlamında ayrılmayı belirtmektedir. Kiralama işleminin gerçekleştirilmesi bir sözleşme dahilinde kiraya verenin malı kullanım hakkından feragat ederek bu hakkı kiralayana devretmesiyle olmaktadır (Tiryaki, 2006). Kelimenin Türkçedeki karşılıkları arasında “Teçhizat Kiralama”, “Sabit Varlık Kiralaması”, “Finansal Kiralama”, “Uzun Vadeli Kiralama”, “Kiraya Verme”, “Teçhizat Kiralama Kredisi”, “Kira Kontratı” gibi ifadeler de bulunmaktadır (Vural, 2006, s. 3).

Temel anlamıyla mal satımını ifade eden bir süreç olmaksızın bir dizi süreç dahilinde varlık kullanım hakkının satılmasıyla ilişkilendirilebilir (Grenadier, 1996). Bu kavram hakkında esas itibarıyla tanımlamanın zorluğu kelimenin boyutuna yönelik yaklaşımların çeşitliliğiyle ortaya çıkmaktadır. Kavramın genel anlamı özelliklerinden bağımsız olmadığı için bu özellikleri değerlendirmek doğru bir yaklaşım olacaktır (Ceylan, 2001, s. 89). Amerikan Federal Standart Muhasebe Kurulu (Federal Accounting Standart Board) kiralama kapsamında gerçekleştirilen işlemlerde bazı özelliklerin bulunmasını şart koşturmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (FASAB, 2017):

“1. Sözleşmede bulunan kiralamaya dair zaman aralığı sonun mülki devrin tekrar kiralayan tarafından alınması,

2. Adı geçen kiralamaya konu olan araç kiralamanın bitmesini takiben kiracının en az maliyetle ona tamamen sahip olabildiğini sağlamalıdır,
3. Kiralama süresinin dolmasıyla malın amortisman değerinin %75'inin karşılanması,
4. Taşınmazlar kategorisinde ele alınan mallarda kullanımın yalnızca kiracı tarafından beyan edilen sebeplerle ve başkalarına kullandırılması olanaklı olmayan hallerde kiralamanın gerçekleştirilmesi,
5. Kiralamaya ilişkin zaman aralığında gerçekleşen ödemelerin bugüne indirgenmesiyle ortaya çıkan değer malın net olarak %90 karşılaması"

Kiralama dışında bazı değişik yöntemler de bu uygulamayla beraber benimsenmektedir. Avrupa Finansal Kiralama Birliği (European Leasing Association) tarafından "Sürenin belli olması ve şartların önceden belirlenmiş hükümlerce taraflarca kabul edilmesi ve kiralayanın malların mülkiyetini kiralayanın kullanımına ödenecek tutar çerçevesinde bırakan bir sözleşmedir" şeklinde açıklanmaktadır(Erol, 1999, s. 337).

2.5.2. Factoring

Ulusal ve uluslararası kredilerle satışlarını artıran firmalar, satışlarla elde ettikleri hasılat bağlamında haklarını faktöring şirketlerine satarak ve kendilerini yönetime açık halde tutarak finansal alan yaratmaktadırlar. Bu yöntemden nihai mal, ara mal ve ilk madde ve malzeme üretiminde bulunan sanayi işletmeler ve ticaret firmaları faydalanmaktadır (Çelik, 2012, s. 265). Kısacası alacağın teslim alınmaması ve satılmasına ilişkin uzun dönem dışında gerçekleşen finansal bir stratejidir. Vade dahilinde gerçekleşen satışların firmalar nezdinde alacakların nakit bedelle ödenmesi ve yetki tanınan bir şirketin himayesine bırakılmasıdır (Tekbaş, Seval, Köse, Kıyılar, vd. Sarıkovanlık, 2015, s. 189).

Malların ya da hizmetlerin satışıyla elde edilen faturaların teşviki alacakların kurul tarafından belli esaslarca teşvikinin gerçekleştirilmesi ile sağlanan alacakların devrini gerektiren teşvikli malların ya da hizmetlerin satışından doğan hasılatın tahsil edilmesi, borçlulara bildirilmesi ve müşterilerin hesaplarına ilişkin gelişmelerle sabit güvence yöntemlerinin tamamını içeren sözleşme çeşididir (T.C. Resmi Gazete, 2012). Uzun dönemli satışlarda tercih edilmeyen bu yöntem alacaklara ilişkin hakların satışıyla

gerçekleşen fonlama olanağının finansal olarak kullanımını barındırmaktadır. Satıcıların alacaklarında bir kez mümkün olan devir işlemi bu kapsamda değerlendirilmez. İşletme halihazırda bulunan ve gelecekte de kredi dahilinde gerçekleştireceği satışları için alacaklarını devrederek şirketin vadeli satışlarında belirleyici bir etkiye sahip olmaktadır (Ceylan, 2002, s. 2).

Şirketlerin üçüncü kişilere yönelik yaptıkları işlemlerde belgelerin aracı kuruluşa teslim edildiğinde tarafların belirlenmesi için bankaya yetki verilmekte ve oluşacak güvensizliklerde bankanın devamlı bir temsil hakkına sahip olması sağlanarak uzun vadede belge ibrazını zorunlu kılmayan hallerde birikmiş alacakların tahsiline yetkili kurum olarak yapacağı görev ve yetkilerin sınırı belirlenir (Usta, 2012, s. 223). Bu faaliyetle ilgilenen işletmeler genelde finansal kuruluşlar, sigorta işletmeleri, ya da bunlarla ilişkili bulunan firmalardır. Satışlarını krediyle gerçekleştiren firmalar, satışlarından sonra 2-3 ay vadesi bulunan alacaklarına yönelik hakları karşı tarafa sözleşmeyle şirketin almasını sağlayan işlemleri bu süreç dahilinde yaparlar. Finansal kaldıraç niteliği üstlenen bu süreçte alacakların takibi ve vadesi gelince tahsilini sağlarken alacakların muhasebesi ve defterde kaydının tutulması müşterilere finansman yapılarına ilişkin bilgi toplama bildiriminde bulunulmasıyla son bulur (Özdemir, 2005, s. 199).

2.5.3. Forfaiting

European Leasing Association (ELA) forfaiting için “bir dizi süreç dahilinde kabul edilmiş, üreticilerin seçilen işlemlerde kiralamayı sağlayan ve kiraya veren nezdinde alımı gerçekleşen malların mülkiyet bağlamında kiraya verene, kullanımı da belli bir ödeme karşılığı olarak kiralayan tarafa bırakmayı öngören bir araçtır” tanımlamasında bulunmuştur. Bu yöntemle yapılan yatırımlarda işletmeler gereksinim duydukları makinelere, teçhizata ve teknolojiye öz kaynakları nezdinde kredibilite değerlemesine girmeksizin uzun vadeli olarak gerçekleşen teminatlarda bulunarak aldıkları nakit karşılığında aracı kuruluşlara işlem hacmi ve yatırım olanağı kazandırmaktadırlar. Gereken makinenin ve teçhizatın yatırımıyla uğraşan işletmelerce seçim işleminin ardından satıcılardan alınacak fakat finansal desteğin kiralamayı gerçekleştiren kurumun karşılaması sağlanacaktır. Bu tip bir kiralamada amaç; ihtiyacı olan işletmeler için uzun

vadeli yatırımların finansmanını sağlarken bütün duran varlıkların kiralamayla elde edilen alımlarda sayı adedinin artırılmasıdır(Melemen ve Arzova, 2000, s. 99).

İhracatçı mal maliyetlerinden doğan hususlar çerçevesinde finansman zorluğu yaşayarak riske maruz kalır. Bu tip bir finansmanda esas itibariyle gelecekte karşılaşılabilecek faizlerin düşmesi sonucu finansal kaynak temin etmedeki güçlükler maliyete yansiyarak katlanılması gereken risk ortaya çıkmaktadır (Briggs P. W., 1987, s. 51). Riskliliğin oluşmasında önemli bir etken de ödemeye ilişkin araçların ihracatçılarca likidite haricinde değerlemeye hazır döviz şeklinde ödemelerin gerçekleştirilmesidir. İhracatçının maruz kaldığı dövizle ilişkin hareketlerde gerçekleşen risklerin iki çeşidi bulunmaktadır. Bunların ilki, taahhüde ilişkin sürenin bitiminde ihracatçının parasındaki döviz değerlemesiyle oluşan ve anlaşma anındaki dövizle ilişkin kur hareketine istinaden düşme gözlenebilir. İkinci riskin temelde maliyet değerlemesiyle ilgilidir. İhracatçının alacaklarını devretmesiyle alacaklarını tahsil olunacak alacaklar o günkü kur üzerinden değerlendirildiğinde bir kayıp yaşanacaktır. Devredilmemiş bir alaktan elde edilen net getiri devir işleminden sonra düşüş gösterecektir. Alacağın devredilmesiyle ortaya çıkan net kazanç devredilmeme durumunda şirket adına o günkü değerle daha karlı bir işlemin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. İhracatçılar makul bir zaman diliminde ithalatçıya yönelik gerçekleştirdikleri işlemlerde kabul kaynağının riske etki etmesi neticesinde riskliliğin olası sonuçlarının göz önünde bulundurulmasını sağlamaktadır. İthalatçı açısından risklilik: İthalatçının poliçede ya da sözleşmede kabul edilen hükümlere bağlı olarak gelişen ödemeye ilişkin taahhütlerinden sonradan cayamaması durumuyla ortaya çıkar (Öncü, 1988, s. 37).

İhracatçı mal sevkiyatı gerçekleştirdiğinde ödeme almak istediğinde ithalatçı sözleşmede yer alan şekilde ilgili kurum aracılığıyla ödemeyi gerçekleştirmekle yükümlüdür. İlk ödemenin yapılmaması ithalatçının finansal riskliliğine yönelik çalışmaların tam yapılmadığını gösterir. Eğer ödeme ithalatçı tarafından kendi ulusal parasıyla gerçekleştiyse ve çeşitli sebeplerle anlaşılan tutarı ihracatçıya sağlayamıyorsa dövizle ilişkin hareketlerin az olduğu ve her iki taraf açısından da kabul edilecek bir para cinsiyle ödemenin gerçekleştirilmesi için ithalatçının bankasına tebligatla bildirimde bulunmak esastır. İthalatçı açısından oluşan borçluluk beraberinde riski getirmektedir.

2.5.4. Eximbank Kredileri

Türk Eximbank, dış satım yapanları, ihracata dair imalat yapan üreticileri ve ülke dışında çalışmalar sürdüren kısa, orta ve uzun dönemli parasal ve parasal olmayan kredi uygulamaları tarafından finanse edilmektedir. Öte yandan müddetli satış çalışmalarına teşvik etmek ve bu yöntem vasıtasıyla ihracat boyutunu genişletmek amacıyla müddetli dış satım alacaklarına tenzilat yapmaktadır.

2.5.4.1. Kısa vadeli ihracat kredileri

Türk Eximbank, ihracatçı ve ihracata ilişkin ürün üreten imalatçı işletmelere, bilhassa ihracata hazırlanma sürecinde para desteği ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla, kısa dönemli ihracat kredileri dağıtılmaktadır. Kısa dönemli ihracat kredileri Türk Lirası ve döviz cinsinden müşterilere kullanıma sunulmaktadır. Türk Eximbank çalışmalarında, Türk iktisadi sisteminin yaşadığı bunalım süreçleri ile enflasyon oranlarının aşırı düzeylerde seyrettiği dönemleri ve bunlara bağlı olarak bankaların kredi bedellerinin yüksek olduğu dönemlerde yönelim gösterdiği kısa dönemli para desteğine odaklanmıştır (Türk Eximbank, 2005, s. 11).

Sevk Öncesi İhracat Kredileri: Sevk Öncesi İhracat Kredileri öncelikle Türk Lirası cinsinden uygulanmaya başlanmış ancak daha sonraları bahsi geçen krediler döviz cinsinden uygulamaya konularak kredi programının düzenlemesi yapılmıştır (Türk Eximbank, 2008, s. 7).

Türk Eximbank uygulamalarının en işlek olanları arasında, 1989 senesinden bu güne kadar bütün ihracatçılara erişebilmek amacıyla ticari bankalar vasıtasıyla kullandırılan ve Kısa Vadeli İhracat Kredilerinin toplam oranı içerisinde % 65-67'lik hissesi bulunan Sevk Öncesi İhracat Kredileri çok fazla yer almaktadır. Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredisi ve Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi'nden meydana gelen Sevk Öncesi İhracat Kredileri, faaliyet gösteren bütün sektörleri içerisine alan ve ihracatçıların üretim sürecinden itibaren destek görmesi maksadıyla kullanıma sunulan kısa dönemli kredilerdir. Bahsi geçen kredilerde, komisyoncu banka, işletme ve ihracat tehlikesini üstlenilmektedir. Bu sebeple, kredinin geri ödenme planında aksaklıklar ortaya çıkmamaktadır. Bu mekanizmanın en ehemmiyetli işlevi ise, pek çok işletmeye yönelik

kredi muamelesinin sorunsuz sürdürülebilmesine olanak sunuyor olmasıdır (Türk Eximbank, 2010, s. 7).

Dış Ticaret Şirketleri Kısa Vadeli İhracat Kredileri: Krediden faydalanmak için, kredi isteği tarihinden başlayarak; işletmeye T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığınca Dış Ticaret Sermaye Şirketi (DTSS) ya da Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDTŞ) unvanı verilmeli ve Türk Eximbank tarafından işletmenin güvenilirliğinin pozitif olarak bulunması zorunlu kılınmaktadır. Bahsi geçen kredinin amacı, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin ihracat sürecine hazırlanma döneminde gereksinim duydukları para desteğinin cazip bir süre ve bedel ile giderilmesi ve böylelikle ihracat başarımlarının yükselmesine özendirilmesidir (Çalış, 2008, s. 21).

İhracata Hazırlık Kredileri:İhracata Hazırlık Kredileri, ihracat çerçevesine dair ürün imalatı gerçekleştiren imalatçı ve ihracatçıların milletlerarası sektörlerde rekabet avantajları yükseltmek ve dış satım programlarına ihracat faaliyetine hazırlık evresinde destek vermek amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Bu kredi, Türk Eximbank tarafından Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri haricinde imalatçı ya da ihracatçı, ihracatçı ya da ihracata dair mal imalatı yapan imalatçı niteliğine sahip şirketlere komisyoncu banka olmadan direkt kullanılmaktadır(Türk Eximbank, 2010, s. 9).

KOBİ (Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme) İhracata Hazırlık Kredileri:Hukuksal statünün ne olduğuna bakılmaksızın, bir ya da daha çok gerçek ya da tüzel kişiye ait olarak; 250 personelden daha az senelik iş gören çalıştıran, senelik net satış geliri finansal envanteri yirmi beş milyon TL'yi geçmeyen, serbest kurum tanımı kapsamına dahil olan, üretici, üretici - ihracatçı niteliği taşıyan mikro, küçük ve orta ölçekteki kurumlar özetle KOBİ'ler, dış satım tekeffülü karşılığında ve ürünlerin serbest döviz ile dış satışının yapılması şartı ile kredilendirilmesi yapılmaktadır. Kredi uygulamasının KOBİ'lere yönelik yapılması sebebiyle, KOBİ İhracata Hazırlık Kredisi projesinin mevcut faiz yüzdesi, diğer kredi projelerinin faiz yüzdeleri ile karşılaştırıldığında çok daha düşük olmaktadır(Türk Eximbank, 2005, s. 13).

Sevk Öncesi Reeskont Kredileri:TCMB'nin Kabul Finansman Programı çerçevesinde Türk Eximbank'a sunmuş olduğu sevkın ardından reeskont sınırına ilave olarak tanınan sevkten evvel reeskont olanağı çerçevesinde yürürlüğe getirilmiştir. Sevk Öncesi

Reeskont Kredisi çerçevesinde Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS), Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ), üretici, ihracatçı ve imalatçı-ihracatçı işletmelerin, borçlu niteliğinde organize edecekleri, Türk Eximbank yanında kısa dönemli aval sınırı olan bankalardan herhangi birinin avaline sahip olan tahvillerin ıskontosu yapılmaktadır. bahsi geçen tahvillerin Kabul Finansmanı Programı kapsamında T.C. Merkez Bankası tarafından reeskontunun yapılması şartıyla ıskonto uygulanmaktadır (Türk Eximbank, 2010, s. 3).

Kısa Vadeli İhracat Alacakları İskonto Programı:TCMB'nin Türk Eximbank'a ayırdığı limit kapsamında "Banka Kabullerine İlişkin Reeskont İşlemleri Genelgesi" temelleri ve koşulları çerçevesinde bu program uygulanmaktadır. Bahsi geçen program ile ihracatçı ve üretici-ihracatçılara hükümet tehlikesinden sıyrılmış olarak daha önce girmedikleri pazarlara ve hedef pazarlara yönelim göstermeleri ve bu pazarlarda dönemli satış gerçekleştirme olanakları ile rekabet avantajlarının genişletilmesi hedefine yönelik olarak, kısa dönemli ve sevkini ardından para desteği sağlanmaktadır. Bahsi geçen program çerçevesinde; bildiri veya bağlı kabul kredili dış satım muamelelerinden kaynaklanan alacaklar ve dönemli dış satım akreditiflerine bağlı olan alacaklara ıskonto uygulanmaktadır (Zaim, 2011, s. 33).

2.5.4.2. Özellikli krediler

Türk Eximbank tarafından uygulanan Özellikli Kredi Programları, tek biçim kredi ve güvence programlarına dahil olmayan fakat bu programları tamamlayan bir özelliğe sahip programlar olmaktadır.

Yurtdışı Mağazalar Yatırım Kredisi:Yurtdışı Mağazalar Yatırım Kredisi Programı Türkiye'de mevcut köklü işletmelere; Türk kökenli her çeşit tüketim ürünü özelliğinde olan direkt ülke dışında pazarlama faaliyetlerine konu olması amacıyla meydana getirecekleri, en uygun ölçekte dükkan ya da alışveriş merkezlerinin kurulmasına yönelik gerçekleştirilecek yatırımlara para desteği sunmaktadır. Kredi,Türkiye'de bulunan köklü şirketlere, kredi hususu yatırım faaliyetinin gerçekleştirilmesini izleyen süreç kapsamında, kredi vadesi ile kısıtlı olacak biçimde, Türk Eximbank'ın saptadığı miktarda, Türk mallarının dış satışının yapılması ve bahsi geçen çalışmalar neticesinde kazanılacak dövizlerden yatırım amacıyla kullanılacak kredi sermaye ve faizi miktarı

kadar olan dövizlerin ülkeye girişi yapılarak herhangi bir bankaya satılması tekeffülü karşılığında kullanılmaktadır (Türk Eximbank, 2005, s. 1-2).

Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı:Bu program, gemi imalat piyasasının ülke dışı pazarlardaki mevcut hissesini genişletebilmesine yönelik olarak destek sunulması amacıyla uygulamaya başlanmıştır. Bu program kapsamında, gemi inşası ve ihracı hususunda çalışmalar yapan Türk işletmeler proje bazında parasal destek sunulmakta ya da ülke dışındaki pazarlara yerleşebilmesi, yerleşik ve yabancı banka ve mali kuruluşlarından kredi sağlayabilmeleri, yönetici işletmeden spot ya da vade ile parasal destek temin edebilmeleri için gemi inşa ve dış satımları adına güvence mektubu sunulmaktadır (Türk Eximbank, 2010, s. 7).

Özellikli İhracat Kredisi:Türk Eximbank'ın var olan kredi uygulamaları kapsamında kredilendi verilmeyen ürün ya da hizmet projelerine dair kredi isteklerinin ele alınmasına yönelik uygulanmaya başlayan bu kredi programı aracılığı ile, döviz elde edici projelere dış satıma hazırlık sürecinde orta dönemli parasal destek sağlanarak üretim ve ihracatçı işletmelerin milletlerarası pazarlardaki rekabet avantajlarının artırılması ve yeni mallar ile yeni pazarlara ulaşılmasının özendirilmesi amaçlanmaktadır(Türk Eximbank, 2005, s. 3).

Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetlerine Yönelik Teminat Mektubu Programı:Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetlerine Yönelik Teminat Mektubu Programı'nda, müteahhitlik piyasasında çalışmalar yürüten işletmelerin var olan pazarlarda yerleşik işletmeler niteliğine sahip olmasının sağlanması ile birlikte, yeni pazarlara yönelmelerini temin ederek, ülke dışında yüklenilen projelere güvence mektubu ile destek sunulması amaçlanmaktadır (Özen, 2009, s. 21).

Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Köprü Kredisi: Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Köprü Kredisi, milletlerarası pazarlarda meydana gelen finansal buhranın Türk müteahhitlik piyasasında yarattığı etkilerinin minimuma indirilmesi ve Rusya Federasyonu ile Libya'da çalışmalar yürüten işletmelerin var olan şantiyelerinin ve mobilizasyon-mekanizma deposunun çalışır vaziyette korunarak bu piyasadaki mevcut yatırımların ve var olan rekabet üstünlüğünün uzun vadede kalıcılık elde etmesi hedeflenerek 1999 senesi Ağustos ayında uygulamaya konulmuştur (Türk Eximbank, 2010, s. 9).

2.5.4.3. D v z kazandırıcı hizmetler kapsamındaki krediler

Turizm Pazarlama Kredileri:Turizm Pazarlama Kredisi programı 3 Mart 1997 tarihi itibariyle uygulanmaya başlanarak tur dağıtım cılarının, reklam ve pazarlama etkinliklerine parasal destek sunulması suretiyle, ülke dışındaki pazarlarda kuvvetlenerek geniş ölçekli gezi operatörleri haline dönüşmelerinin sağlanması ve turizm döviz kazançlarının maksimum seviyelere ulaştırılarak  demeler dengesine destek sunulması amaçlanmaktadır.Programın içeriği, 1999 senesi Ağustos ayında özel havayolu taşımacılık işletmelerine de kredi temin edilmeye başlaması ile birlikte çok genişletilmiştir (Türk Eximbank, 2005, s. 7).

Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredileri:Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredileri' nin amacı milletlerarası taşımacılık şirketleri, milletlerarası lojistik yöneticiliği yapan şirketler ile milletlerarası nakliye işleri organizat rl ğ u yapmakta olan şirketlerin, parasal gereksinimleri giderilerek, rekabet avantajlarının artırılması ve bu yöntemle hükümetin döviz rezervlerinin arttırılmasıdır(Türk Eximbank, 2010, s. 9).

Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi:Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi; Türkiye'de faaliyetlerini sürdüren köklü işletmelerin, ülke dışında yapacakları döviz sağlayıcı servisler ile ülke dışına satışı gerçekleştirilecek proje vasfındaki yazılım, kılavuzluk ve projelendirme gibi hizmetlerin finansman ihtiyacına karşı uygulamaya konulan bir kredi türüdür(Türk Eximbank, 2005, s. 7).

Dünya Bankası Kaynaklı Kredi: Dünya Bankası Kaynaklı Kredi Programı, İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi olarak tanımlanmaktadır. Dünya Bankası (The World Bank) kurumu IBRD (International Bank for Reconstruction and Development - Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası) ile Türk Eximbank arasında gerçekleştirilen İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi Anlaşması 7539-TU ((EFIL-IV) Export Finance Intermediary Loan) aracılığıyla uygulanmaya başlanmıştır.Bahsi geçen program çerçevesinde Dünya Bankası'nın Türk Eximbank'a tahsis ettiği kredi ve bu krediye dair organizasyonlar kapsamında gemi ya da yat inşası, kayıkthane yatırımları ve makine üretim piyasalarında çalışmalar sürdüren Türkiye'de bulunan köklü işletmelerin dış satım muameleleri ve dış satım amaçlı yapılan yatırımlarına yönelik mahalli piyasalardan elde edilecek olan ya da dışarıdan gelecek ürünler ile yapı çalışmaları için gider evraklarına dayalı para desteği sağlanmaktadır(Türk Eximbank, 2010, s. 10-11).

Avrupa Yatırım Bankası Kaynaklı Yatırım Kredisi: Türk Eximbank ile Avrupa Yatırım Bankası (AYB) arasında imzalanan Kredi Anlaşması kapsamında, imalat endüstri, turizm ve lojistik piyasalarında çalışmalar sürdüren firmaların, dış satıma ve döviz sağlayıcı servislere yönelik olarak ülke içerisinde yapacakları yeni bir yatırım, genişletme ve modernizasyon programlarına finansman sağlanması amaçlanmaktadır (Şenol, 2017).

Yurtdışı Fuar Katılım Kredisi: Yurtdışı Fuar Katılım Kredisi'nin amacı işletmelerin, ülke dışında yapılan fuarlara iştirak ederek pazar hisselerini genişletmeleri, yeni pazarlara ya da hedef pazarlara ulaşabilmeleri, güncel teknolojiler ve mallar ile alakalı bilgi sağlamaları ile dış satım faaliyetlerinin ilerlemesine destek vermeleri, DTM'nin ülke dışı fuar organize etme yetkisi verdiği organizatör şirket ve işletmelerin, bahsi geçen bu fuarlara katılım sağlayan katılımcı şirketlerin ve DTM duyurulan bazı sektörler bazında yapılan milletlerarası fuarlara kişisel katılım yapan işletmelerin, ülke dışı fuar katılım ve tertipleme etkinliklerine dair finansman gereksinimlerinin giderilmesidir(Şenol, 2017).

2.5.5. Swap

İki muhatap arasında önceden tespit edilen gelecek dönemlerdeki bir tarih içerisinde para hareketlerinin karşılıklı olarak değişmesi olarak tanımlanmaktadır. Swap, faiz yüzdeleri ve döviz kurlarının sebebiyet verdiği tehlikeyi en aza indirmek amacıyla üretilen bir yöntem olmaktadır. Faiz yüzdesi swapı, kredi değeri değişik olan ayrı iki firmanın aynı miktarda, ancak faiz şartları farklı borçlarının icap ettiği ödemeleri belli bir zaman zarfı için dönüştürmeleridir. Para swapı'nda yalnızca faiz ödemeleri taraf değiştirmekle birlikte sermayeler değiştirilmemekte, kredi değerliliği az olan borçlu durumundaki taraf, yüksek kredi değerliliğine sahip olan tarafa bir prim ödemesi gerçekleştirmektedir (Karabayır, Gülşen, Çifci, ve Muzaffar, 2012, s. 71).

2.5.6. Barter

İşletmelerin gereksinim duydukları ve nakit para harcayarak satın alma işlemini tamamladıkları ürün ve hizmetleri şahsi kasalarında bulunan nakit parayı harcamadan kendi satmış oldukları ürün veya hizmetleri vererek satın alma işlemini

tamamlamalarıdır. Barter'ı mübadeleden farklı kılan en ehemmiyetli nitelik ise, yapılan bu muamelelerin bir Barter düzenlemesi kontrolünde ve pek çok işletmenin birleşerek oluşturduğu bir ürün havuzu içerisinde yapılması olmaktadır(Erdemol, 1993, s. 43).

2.5.7. Melek yatırım

Melek yatırım ifadesi ilk kez Broadway'deki borsa ile uğraşan tüccarların, Broadway gösterimlerini sürdürülmesi için tehlikeli yatırımlar gerçekleştiren zenginleri tanımlamak için kullandıkları bir kavramdır. Melek yatırımı terimini tanımlamak için, melek yatırımı meydana getiren başlıca iki öğeden söz etmek gerekmektedir. Bu öğelerden birincisi girişimci (entrepreneur) olurken, ikincisi ise büyük oranda tehlikenin sorumluluğunu alan, Türkiye'de bulunan bu hususa ilişkin mevzuata göre Bireysel Katılım Yatırımcısı (BKY) olarak nitelendirilen melek yatırımcı (angelinvestor) olmaktadır (Karabayır, Gülşen, Çifci, ve Muzaffar, 2012, s. 69).

Girişimciler, bir düşüncesi olan ve bu düşünce doğrultusunda bir iş programı olan ve girişimini genişletmek amacıyla anaparaya gereksinimi olan bireyler olarak tanımlanmaktadır. Demirel ve Tikici(2004)'nin tanımına göre girişimciler; amaç, vizyon ve hırs olarak üç kilit nitelik taşıyan, geleceğe yönelik düşünen, kendilerini güdüleyen, bireysel özgüveni tam olan, strese karşı sağlam, sorumlara çözüm merkezli yaklaşım gösteren ve baskın bir kişilik taşıyan bireyler olmaktadır.

Melek yatırımcılar ise risk anaparası kurumlarının yatırım gerçekleştiremeyeceği kadar erken bir aşamada olan girişimlere, genellikle 100.000 TL-1.000.000 TL arasında bulunan küçük tutarlarda para desteği ve bu para desteği ile birlikte girişimcilere satış faaliyeti, pazarlama faaliyeti, insan kaynağı temin etme, eğitim ve idare gibi konularda destek sunan zengin kişilerdir. Osnabrugge(2002) melek yatırımı yapan şahısların pek çoğu evvelden kendi işlerini kurmuş olan, varyetlerini ve deneyimlerini yeni meydana getirilen küçük teşebbüslere nakletmek arzusunda olan kişisel yatırımcılar olarak tanımlamıştır.

2.5.8. Sendikasyon kredileri

Finansman gereksinimi çok büyük olan bir işletmeye para desteği sağlamak amacıyla, lider olan banka önderliği kapsamında, pek çok mali kuruluş tarafından temin edilen

kredi olarak ifade edilmektedir(Akgüç, 2013, s. 418). Sendikasyon kredileri çerçevesinde borç temin edilen sadece bir kuruluş bulunmasına rağmen borç sağlayıcı kuruluşların rakamının ise birden çok olmasındaki amaç ise tehlikeyi dağıtmak olarak bilinmektedir (Özen, 2009, s. 12).

Sendikasyon kredileri kapsamında muhataplar, borç alan kuruluşlar ve borç sağlayıcı kuruluşlar olarak başlıca iki yöne ayrılmaktadır. Genellikle borç alan işletmeler, mali kuruluşlar, örgütsel firmalar ve hükümet kurumları olmaktadır. Borç sunan kuruluşlar ise, sendikasyon katılımı gerçekleştiren katılımcılar, önder banka, organizatör banka ve katılım sağlayan bankalardır (Akdeniz, 2005, s. 27).

2.5.9. Harici Garantiler ve Kontrgarantiler

Bankalar tarafından ülke dışında bulunan hükümetlerde yapılan türlü işler sebebiyle tüketicilerinin kabullendikleri tekeffülleri güvence altına almaları gereksiniminden doğan banka garantileri dış ticaret muamelelerinin ehemmiyetli bir kısmını meydana getirmektedir. Bahsi geçen garantiler dış satım yapan kuruluşların üçüncü kişilere yönelik girdikleri türlü taahhütler kapsamında işletmelerin saygınlıkları yerine bankaların saygınlıklarının geçmesi temeline kurulmuş olmakla birlikte garanti edilen ihracatçının bazı taahhütlerini yapamaması durumunda garanti yandaşının bu vaziyeti bildirmesi üzerine garanti hususu olan miktarın ilk yazılı isteğin yapılmasının ardından banka tarafından ödenmesini zorunlu kılan geri dönüşü olmayan ödeme taahhütleridir (Erdemol, 1993, s. 107).

Garanti olarak adlandırılan bu güvence evraklarının, bir tekeffülünün uygulanmasını, ödemenin gerçekleştirilmesini özendirici ve zorlayıcı niteliği de bulunmaktadır. Dış garantiler; Türkiye’de bulunan köklü gerçek ve tüzel kişilerin ülke dışında yapılan ihalelere iştirak edebilme, katılım sağlayıp kazandıkları ihalelere bağlı işleri gerçekleştirebilme, ihracatı yapabilme, nakliye, yapı gibi işleri gerçekleştirebilmelerine olanak sunan fakat bahsi geçen işleri üstlenen işletmelerin üstlendikleri işi gerçekleştirmemeleri durumunda belirlenen bir tutarının tarafa ödemesinin gerekli olduğu bağlayıcı evraklar olarak ifade edilebilir (Özen, 2009, s. 29).

Yüklenici şirketler denetim koşulların uymazsa, muhatap güvence mektubunu esas alarak, garanti miktarının tazmin edilme hakkını elde eder. Harici garantinin

muhatapları; işi yaptıran ve güvencenin tazmin gücüne sahip olan taraf, işi gerçekleştirecek kişi olan yandaş, harici güvenceyi organize eden ve yandaşın anlaşmada üstlendiği işi güvence altına alacak olan garantör banka, garantörün bankaya iletmediği güvenceye garanti verip veya vermeden muhataba aktaran haberci banka olmaktadır (Akdeniz, 2005, s. 27). Harici garantiler, ithalata finansal destek sunulmasında, dış satım ya da döviz sağlayıcı çalışmaların finansal desteğinde ve yatırımların finansal desteğinde kullanılmaktadır.

Kontrgaranti, ülke dışında köklü özel ya da tüzel kişilerin Türkiye’deki çalışmaları için ülke dışındaki yabancı banka vasıtası ile bu bankaların güvencesi ve mesuliyetinde, Türkiye’deki gerçek ya da tüzel kişiye hitap eden Türk menşeli bankaların garanti organizasyonu işlemi biçiminde ifade edilmektedir (Özen, 2009, s. 31). Herhangi bir Türk bankası, ülke dışındaki bir habercisi tarafından edindiği bir banka güvencesine dayanarak ülke içinde bir güvence mektubu hazırlıyor ya da kredi kullandırma uygulaması yapıyorsa, bu işleri habercinin kontragarantisine istinaden ve onun tehlikesini yüklenerek yapmış olmaktadır. Bu manada kontrgaranti, mahalli bankanın sunduğu garanti mektubunun ya da kullandırdığı kredinin güvencesini yaratmaktadır. Ayrıca bahsi geçen teminat mektubu nakde dönüştürüldüğünde ya da kullandırılan kredinin geri ödemesi gerçekleştirildiğinde mahalli banka, yabancı bankanın kontragarantisine geri dönerek girdiği tehlikeyi yok edecektir (Erdemol, 1993, s. 108).

3. TEŞVİK KAVRAMINA GENEL BAKIŞ VE İHRACAT TEŞVİKLERİ

Teşvik tanımı kullanıldığı amaca göre değişiklik gösterebilmektedir. Çoğu kez teşvik ile ifade edilen unsurları da içerecek şekilde kullanılan sübvansiyon sözcüğü, Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük'te “devletçe yapılan para yardımı, destekleme” karşılığı olarak yer almaktadır.

3.1. Teşvik Kavramının Tanımı

Teşvik; belli başlı ekonomik faaliyetlerin diğer faaliyet kollarına nazaran daha süratli gelişimini sağlamak maksadıyla devlet eliyle çeşitli uygulamalarla sunulan maddi ve gayri maddi yardımlardır, özendirmelerdir. İhracat kapsamında sağlanan teşvik ve destek türlerinin (gösterilen çabalara rağmen) halen tek merkezden idare edilememesi firmaların işini daha da güçleştirmektedir(Çümen, 2010).

Teşvik uygulamaları incelendiğinde, teşviklerden yararlanabilme açısından firma büyüklüğünün en önemli etken olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, küçük ve orta büyüklükteki firmaların bu teşviklerden yararlanabilmeleri için teşvik türlerinin yeniden gözden geçirilmesi zaruri bir hal almıştır. Teşvikler ve kullanımı hususundaki en önemli nokta, firmaların bunlardan yeteri kadar faydalanamamasıdır. Bunun olası sebepleri şunlardır (Ekinci, 1999):

1. Firmaların teşviklerden haberlerinin olmaması,
2. Bunlardan ne şekilde yararlanacaklarını bilmemeleri,
3. İstenilen belge ve bilgilerin sağlanamaması hususunda kişisel inisiyatiflerin ön plana çıkmasıdır.

Devletin dolaylı ya da doğrudan bir şekilde kamu firmalarına ya da özel firmalara yönelik gerçekleştirdiği her çeşit yardıma “teşvik” ismi verilmektedir. Devlet teşvikleri, özellikle gelişmekte olan ülkelerde iktisadi ilerlemenin sağlanması açısından önemli bir role sahiptir. Devlet yardımlarının farklı biçimlerde özel sektöre destek mahiyetinde gündemde bulunmasının sebepleri arasında gelişmekte olan ülkelerin kaynak kıtlığı, bölgeler arası dengesizlik, fiziki ve beşeri sermaye yetersizliği, kurumsallaşamama sorunu ve işsizlik sayılabilir. Teşvik, gelişmiş ülke ekonomilerinin de endüstriyel gelişme aşamasında ekonomilerini yönlendirmesini sağlamıştır ve günümüzde de

yönlendirmeye devam ettirmektedir. Teşvik önlemlerinin gelişmiş ülkelerde uygulanma amaçları arasında nispeten geri kalmış bölgeleri kalkındırmak, bazı etkinliklerde verimliliği artırmak, teknolojik ilerlemeyi devam ettirmek ve işsizliği düşürmek sayılabilir (Aytemiz ve Helhel, 2007).

Devlet teşvikleri genellikle özel sektörde aktif olan teşebbüslere ayrılrsa da kamu teşebbüsleri de devlet teşviklerinden yararlanabilir. Sıkça faydalanılan teşvikler arasında vergi muafiyet ve istisnaları ile birlikte yatırım finansmanını desteklemek için verilen düşük faizli krediler ve hibe gibi nakdi destekler bulunur. Bu nedenle vergi muafiyetlerinin kamu gelirlerinde düşüş oluşturduğu ve nakdi desteklerin doğrudan kamu harcaması olduğu göz önüne alındığı zaman kamu gelirlerinin teşvikler tarafından azaltıldığını söylemek mümkündür. Teşvikler dolaylı ya da doğrudan sağlanabilir. İhracatın artırılması yoluyla ihracatçılara devlet tarafından doğrudan sağlanan ucuz ihracat kredisi doğrudan ya da açık teşvik örneğidir. Resim, vergi, harç muafiyet ve istisnaları devlet tarafından dış ticaret ürünlerine getirilince gerçekleşen teşvik ise dolaylı teşvik olarak isimlendirilir (Aytemiz ve Helhel, 2007).

3.2. Teşvik Kavramının Temel Özellikleri

İyi bir teşvik programının beş özelliği vardır. Teşvik planları, çalışan performansını artırmak için giderek daha popüler bir araç haline geliyor. İyi tasarlanmış bir plan, iş büyümesini hızlandırmanın yanı sıra yetenekleri çekmeye ve elde tutmaya yardımcı olabilir. Çalışan ne kadar çok ve iyi çalışırsa iş o kadar hızlı büyür. Teşvik programları açık ve spesifik, çevik, çekici ve ulaşılabilir, ölçülebilir sonuçlar veren, maddi olmayan teşvikleri de kapsayan bir yapıda olmalıdır (Tanglao, 2018).

Açıklık ve Spesifik Olma: İyi bir teşvik planı açık, spesifik ve anlaşılması kolay olmalıdır. Çalışanların, istenen iş sonuçlarına yol açacak davranışları güçlendirmek için önce plan ve hedefleri hakkında engelsiz bir görüşe sahip olmaları gerekir. Böyle bir plan aynı zamanda minimum hata ile yönetilmeyi kolaylaştırır ve bu aynı zamanda sistem güvenilirliğinin geliştirilmesine de yardımcı olur.

Çeviklik: Rekabetin norm olduğu günümüzün ekonomik ortamında, işletmeler ilgili ve yenilikçi kalmak için sürekli olarak gelişmelidir. Aynı şekilde, iyi bir teşvik planı, performansın itici gücü olarak etkili kalırken değişikliklere hızla uyum sağlayacak kadar çevik olmalıdır.

Caziplik ve Ulaşılabilirlik: İyi bir teşvik planı, performansı motive edecek kadar çekici olmalı, aynı zamanda çalışanların cesaretinin kırılmaması için yoğun çabalarla elde edilebilir olmalıdır. Genel bir kural olarak, hedef olarak ortalama başarı düzeyi belirlenmeli ve bunun %20 üzerinde olması, yukarı yönlü kazançlarla birlikte zorlu bir hedef olabilir. Şirket ayrıca, ya hep ya hiç yaklaşımını mı benimsemeye, yoksa çeşitli performans düzeyleri için birden fazla teşvik düzeyini göz önünde bulundurmaya karar verebilir.

Ölçülebilirlik: Herhangi bir teşvik planının temel amacı, istenen sonuçlara ulaşmak için performansı artırmaktır. Planın başarılı olması için sonuçların net göstergelerle ölçülebilir olması gerekir ve bu da etkili bir hedef belirleme çerçevesi ile başlar. Spesifik, Ölçülebilir, Ulaşılabilir, İlgili ve Zamana dayalı SMART hedefleri, işletmelerin hedefler belirlemesine ve sonuçları ölçmesine yardımcı olmada faydalıdır.

Maddi Olmayan Teşvikleri Kapsama: Teşviklerin mutlaka parasal olması gerekmez. Başarılı bir teşvik planı oluşturmak için işletmeler en etkili olacak tazminat biçimini belirlemelidir. Cömert bütçelerin yokluğunda, işletmeler ücretli izin veya performans sürücülerini ödülleri ve takdirler gibi parasal olmayan teşvikler sunabilir. Teşvik planlarının çoğu insanın düşündüğünün aksine pahalı olması gerekmez.

3.3. Teşvik Kavramının Amaçları

Devlet teşvikleri, teşvikin belirli bir amacı olup olmamasına göre açık amaçlı teşvikler(*Clearsubsidy*) ve belirsiz niyetli teşvikler (*Unclearsubsidy*)olarakikiye ayrılmaktadır. Açık amaçlı teşvikler, işten çıkarılan işçilerin vergi politikası konularında yeniden istihdamına ilişkin bildirimde göre, listede yer alan firmaların istihdam teşvikleri almaları gerektiği gibi, amaçları ve koşulları devlet tarafından açıkça belirtilen teşviklerdir. Belli bir amacı olan devlet teşvikleri ile karşılaştırıldığında, amacı net olmayan teşviklerde herhangi bir kısıtlama şartı yoktur ve firmalar bunları nasıl kullanacaklarına karar verebilirler. Örneğin, hükümet bir endüstriyi destekleyen bir teşvik verecektir. Ancak bu teşviki kısıtlama koşulları yoktur(Yu ve Su, 2021).

3.4. İhracat Teşvikleri

İhracat teşvikleri, ihracatçıya bir tür kaldıraç sağlayarak iç ihracatı rekabetçi hale getirmektedir. Devlet, ihraç edilen malın fiyatını düşürmek için daha az vergi toplamakta, bu nedenle ürünün küresel pazarda artan rekabet gücü, yerli malların daha

geniş bir kitleye ulaşmasını sağlamaktadır. Genel olarak bu politika, yerli tüketicilerin yabancı tüketicilerden daha fazla ödeme yapması anlamına gelmektedir. Bazen hükümetler, iç fiyat destekleri (bir malın fiyatını denge seviyesinden daha yüksek tutmak için kullanılan önlemler) bir malın fazla üretimine yol açtığında ihracatı teşvik etmektedir. Bu malları boşa harcamak yerine, hükümetler genellikle ihracat teşvikleri sunmaktadır. Teşviklerin amacı, ülkelerin uyguladıkları ekonomik politikaya göre farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkeler; rekabet gücünü korumak, sermaye kaçışını engellemek, bölgesel dengeyi korumak, verimlilik, sorunlu sektörleri desteklemek için teşviklere başvurmaktadır (Bilgin ve Haskınacı, 2002). Bu amaçlar kısaca,

1. Bölgesel kalkınma farklılıklarının azaltılması,
2. Rekabet gücünü arttırmak,
3. Büyük ölçekli yatırımları desteklemek,
4. Sektörel kümelenmeyi desteklemek,
5. Üretim sisteminin geliştirilmesi,
6. Artan sosyal refah,
7. Ekonominin güçlenmesi olarak ifade edilir.

Gelişmiş ülkeler, sermaye, yoğun üretim ve hizmet sistemleri ile yüksek teknoloji gerektiren uluslararası mal ve hizmet piyasalarının çoğunluğuna hakimdir. Gelişmiş ülkelerin firmaları, daha yüksek Ar-Ge yatırımları, daha fazla patent ve lisans hakkı, zengin finansal kaynaklar gerektiren stratejik ve karmaşık pazarlama teknikleri, gelişmiş iletişim teknolojileri, modern ulaşım araçları, finansal piyasaların derinliği nedeniyle gelişmekte olan ülke firmaları ile rekabet açısından daha güçlüdür. Rekabet gücü yüksek şirketler sayesinde, gelişmiş ülkeler toplam dünya ticaretinin üçte ikisini kontrol etmektedir. “İhracat teşviki” temel olarak firmaların ihracat faaliyetlerini artırmak ve teşvik etmek için devletler tarafından verilen desteklerdir. Ülkeler ihracattan elde ettikleri geliri artırmakta ve ayrıca tarım ürünlerinin ihracat bileşenini sanayi ürünlerine kaydırmaktadır. İhracattaki artış, bir ekonomide çok arzu edilen bir gelişmedir, çünkü ekonomik büyümeyi hızlandırır ve kişi başına geliri artırır. Birçok ülke, bir dizi dış ticaret politikası ile ihracatını artırmaya çalışmaktadır. İhracat teşvikleri, ihracatı artırmaya yönelik en yaygın kullanılan dış ticaret politikalarıdır. İhracat teşvikleri,

uygulayan ülkelerin koşullarına göre farklılıklar gösterse de beş ana kategori altında toplanabilir (Kemer, 2003, s. 39):

1. Tarifeler ve Kotalar
2. İhracat Primleri
3. Mali Teşvikler
4. Ekonomik Teşvikler
5. Pazarlama Teşvikleri

Gelişmekte olan ve yükselen ekonomilerin hükümetleri, sektörlerinin rekabet gücünü artırmak ve uluslararası ticarete daha yüksek paya sahip olmak için çeşitli önlemler almaktadır. Bu önlemlerden biri de mal ve hizmet ihraç eden sektörlerini desteklemektir. İhracat sübvansiyonları ve teşvikleri sadece gelişmekte olan ülkeler tarafından değil gelişmiş ülkeler tarafından da uygulanmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkelerin ödemeler dengesi gelişmiş ülkelerinkinden daha kötü olduğundan, bu tür politikalar eski ekonomiler grubu tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır.

3.5. Türkiye’de İhracat Teşvik Uygulamaları

Dünya siyasi haritasına bakıldığında, Türkiye dünyanın ortasında konumlanmaktadır. Dünyanın bir bölümünü diğerine bağlamak ve ürün ihracatı ve ithalatı için bir geçiş yolu olması Türkiye’yi Doğu ile Batı arasına yerleştirmenin önceliğidir. Türkiye, dünyanın en büyük 17. ekonomisidir.İhracata yönelik devlet teşvikleri, ihracat firmalarının ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) üretim ve pazarlama süreçlerinde ihracat faaliyetlerini desteklemekte ve pazardaki sorunlarını çözmelerine yardımcı olmaktadır.Çeşitli uluslararası ticaret anlaşmalarının ve birliklerinin varlığı, uluslararası ticaretin gerekliliğinin açık kanıtıdır. Ülkelerin bireysel olarak toplumdaki tüm ihtiyaç ve istekleri karşılamaya yetmediğinin kavranması gerekir. Bu nedenle uluslararası ticaretin kökleri çok eskilere dayanmakta ve ülkeler ulus ötesi ticari faaliyetlerden en kolay şekilde yararlanmanın yollarını aramaktadır. Dolayısıyla, bu kadar çok ticari işbirliği karşısında, ülkeler arası ticaret anlaşmalar kaçınılmazdır.

Serbest Ticaret Anlaşmaları, tarifeler, kotalar, gümrük vergileri, dokümantasyon süreci, bürokrasi vb. ticaret engellerini azaltan ve ticaretin serbestleştirilmesini sağlayan iyi

bilinen anlaşmalardır. Bugün Türkiye'nin bir kısmı Güney Kore, Makedonya, Mısır, Şili ile vb. ile olmak üzere 22STA'sı bulunmaktadır. Ayrıca ikili anlaşmaların yanı sıra Lihtenştayn arasında Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) gibi birçok bölgesel ticaret anlaşması bulunmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2022).

Piyasa ekonomisi koşulları altında, hükümetin mali teşvikleri kullanması esas olarak şu nedenlere dayanmaktadır: Piyasa başarısızlığının varlığı ilk nedendir. Kentsel toplu taşıma, gaz ve hidroelektrik gibi doğal tekel alanlarında, piyasa fiyatları sosyal kaynakları etkin bir şekilde tahsis edememektedir, bu nedenle hükümet bu tür işletmeler üzerinde fiyat kontrolleri uygulamaktadır. Hükümet, özellikle orta ve alt sınıflar olmak üzere tüm topluma sosyal faydalar sağlamak için genellikle düşük fiyat politikası benimsemektedir. Hükümetin düşük fiyat politikası kayıplara yol açacağından, hükümet mali teşvikler sağlamalıdır. Aksi takdirde bu tür işletmeler ayakta kalamaz.

İkincisi, sosyal politikanın gereklilikleridir. Piyasa fiyatı kaynak tahsisi için etkili bir mekanizmadır, ancak piyasa fiyatı mekanizması tüm sorunları çözemez. Bazı alanlar piyasa ekonomik mekanizmalarını tam olarak tanıtamamaktadır. Örneğin, Çin'in tarım ürün fiyat teşviki buna bir örnektir. Çin'de tarımsal üretimin maliyeti yüksektir ve insanların gelir düzeyinin genellikle düşük olduğu koşullarda tarım ürünlerinin fiyatlarını yükseltmek zordur. Bu nedenle, tarım ürünlerinin piyasa dışı fiyatını korumak ve çiftçilerin ve kent sakinlerinin çıkarlarını korumak için hükümetin mali teşvikleri benimsemesigerekmektedir. "İhracat için devlet teşvikleri" açısından 11 destek programı bulunmaktadır. Teşvik uygulamasına ilişkin son karar ise Ticaret Bakanlığı tarafından verilir. Programlar aşağıdaki gibidir (Serka, 2013):

1. Ar-Ge Teşvikleri,
2. Yurt içi sektöre özel fuarların uluslararası katılımı ile desteklenmesi,
3. Uluslararası fuar ve sergilere ulusal veya bireysel katılımın desteklenmesi,
4. Pazar Araştırmasını Destekleme,
5. Eğitim ve Öğretim Teşvikleri,
6. Yurt dışında şube ve/veya ofis açma ve çalıştırma teşvikleri ve Türk markalarının tanıtımı,
7. Çevresel maliyetlerin desteklenmesi,

8. Türk markalarının yurt dışında marka itibarını artırmaya ve Türk malı imajını geliştirmeye yönelik teşvikler,
9. İstihdamın desteklenmesi,
10. Tarım ürünlerinde ihracat getirileri,
11. Patent, faydalı model sertifikaları ve endüstriyel tasarım harcamalarının desteklenmesi.

Genel olarak bir ülkede Eximbank varsa, ihracat kredilerinin çoğu Eximbank tarafından sağlanır, aksi takdirde ülkede Eximbank'ın yokluğunda diğer dernek veya kuruluşlar tarafından destekler sağlanır (Kalkan ve Baştaş, 2009). Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisi arasında en büyük hedeflerinden biri ihracatı 300 milyar \$'a çıkarmaktır ve dünya ihracatından %1,5 paya sahiptir. Diğer büyük hedef ise dünyanın ilk on ekonomisinden biri olmaktır.



Şekil 1.İhracata Yönelik Devlet Yardımları

3.5.1. Ar-Ge Teşvikleri

Ar-Ge projeleri, yeni bir ürün üretmeyi, ürünün kalitesini veya standartlarını iyileştirmeyi, standartların yükseltilmesi ve maliyetlerin düşürülmesi için yeni yöntemlerin uygulanmasını, yeni üretim teknolojilerinin geliştirilmesini, yeni bir teknolojinin ülke koşullarına adapte edilmesini ve aynı zamanda yeni bir teknolojinin ülke koşullarına adapte edilmesini amaçlayan faaliyetlerdir. Bu faaliyetlerin sonuçları; faydalı araç, gereç, ürün, yönetim, sistem ve üretim tekniklerine dönüştürülmesi ve

mevcut teknolojinin kalitesinin iyileştirilmesidir. Ayrıca amaç, kapsam, süre, bütçe, özel koşullar, kurumlar veya gerçek/tüzel kişiler tarafından verilen teşviklerin miktarı ve buluşa ilişkin sağlanabilecek hakların paylaşılmasına ilişkin esaslar da yönetmelikte belirlenir. Bu teşvikin amacı, sanayicilerin Ar-Ge maliyetlerine finansal destek sağlamaktır. Desteklenen maliyetler, izlenebilir ve değerlendirilebilir maliyetlerdir. Uygulamada, daha önce beyan edilen maliyet yüzdesi ilgili devlet kurumu tarafından finanse edilirken, mali teşviklerin üst sınırları belirlenir. Ar-Ge teşviklerinden hem kâr amaçlı hem de kâr amacı gütmeyen sanayi kuruluşları, yazılım geliştiren kurum/kuruluşlar ve organizasyonel bazda katma değer yaratanlar yararlanabilmektedir. Teşviklerin ön koşulu, her ödeme için düzenlenen maliyetlerin ve faturaların izlenebilirliğidir. Aşağıdaki alanlardaki harcamalar desteklenir (TÜBİTAK, 2016).

- (1) Personel
- (2) Ar-Ge faaliyetlerinde kullanılan ekipman, araç ve yazılımlar
- (3) Danışmanlık hizmetleri veya eşdeğer hizmetler
- (4) Yerli Ar-Ge kuruluşlarının Ar-Ge hizmeti
- (5) Patent başvuruları
- (6) Doğrudan Ar-Ge faaliyetlerine ilişkin ekipman ve malzemeler

Yukarıdaki alanlarda yapılan masrafların en fazla yüzde 50'si veya ek desteklerle yüzde 60'ı devlet tarafından finanse edilmektedir. Bu gruptaki teşviklerin süresi üç yıldır ve sorumlu kuruluş TÜBİTAK'tır.

3.5.2. Projelere Destek Sermayesi

Destek oranı yüzde 50'dir ve sermaye desteği iki şekilde sağlanmaktadır (Süzer, 2019):

- (1) Ürün Geliştirme Projeleri için Sermaye Yardımı ve
- (2) Stratejik Odaklı Projeler için Sermaye Yardımı.

Bu teşvikin amacı, Türkiye'nin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırması muhtemel projeleri desteklemektir. İşgücünün kalitesini artıran ve yüksek teknolojiyi teşvik eden projeler bu konuda desteklenmektedir. Destek programının azami süresi bir

yıl olup, mali desteğin üst sınırı 100.000 ABD Dolarıdır. TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) sorumlu kuruluşudur.

3.5.3. Yurtiçi ve Yurtdışında Düzenlenen Uluslararası Sektörel Fuarlara Destek

3.5.3.1. Yurtiçi Ulusal ve Bireysel Fuarlara Katılımın Desteklenmesi

Bu teşvikin amacı, Türkiye'de düzenlenen fuarlara uluslararası katılımı artırmak, Türkiye ve Türk sanayisinin bilinirliğini artırmaktır. Fuar düzenleyen kuruluşlar teşvikten yararlanabilir. Bu teşvik kapsamında desteklenen fuarlar genellikle şu sektörlerle odaklanmıştır:

Tekstil ve hazır giyim, deri (ayakkabı dahil), taşıtlar ve mallar, gıda ve gıda teknolojileri, elektrik ve elektronik, metalik mallar, toprak, inşaat malzemeleri ve mobilya. Bu destekten sorumlu kuruluş İhracatçı Birlikleri'dir. Bu destek kapsamında desteklenecek harcamalar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1.İhracatçıların Harcama Destekleri

	Destek Oranı	Maksimum Destek
Fuar öncesi uluslararası reklam faaliyetleri	%50	US \$ 25.00
Fuarlara davet edilen önemli alıcıların nakliye masrafları (2 kişi/ülke)	%50	US \$ 15.000
Fuar süresince düzenlenecek seminer, konferans, panel ve ödüllü yarışmaların maliyetleri	%50	US \$ 5.000

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı

2020-2022 yılları arasında Ticaret Bakanlığı'nın ihracatçılara yurt içi verdiği fuar destekleri üst limitleri ise şöyledir;

Tablo 2.Yurtiçi fuar destekleri

“SEKTÖREL NİTELİKLİ ULUSLARARASI YURT İÇİ FUARLARIN DESTEKLENMESİNE İLİŞKİN 2014/4 SAYILI KARAR” KAPSAMINDA YILLAR BAZINDA DESTEK ÜST LİMİTLERİ (Türk Lirası)			
FUAR YILI	KATILIMCI DESTEĞİ	TANITIM DESTEĞİ (YURT DIŞI TANITIM İÇİN)	TANITIM DESTEĞİ (YURT İÇİ TANITIM İÇİN)
2020	41.000	729.000	243.000
2021	49.000	873.000	291.000
2022	77.000	1.375.000	458.000

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı

Fuarın destek kapsamına alınabilmesi için;

1. TOBB’un yurtiçi fuar takviminde yer alması,
2. En son düzenlenen yurt içi fuarda yabancı ziyaretçi sayısının en az 1.500 olması ve fuarda yabancı ziyaretçi sayısının toplam ziyaretçi sayısına oranının %5’in üzerinde olması,
3. En son düzenlenen yurt içi fuarda toplam katılımcı sayısının en az 300 olması ve yabancı katılımcı sayısının toplam katılımcı sayısına oranının %5’in üzerinde olması,
4. En son düzenlenen yurt içi fuarda katılımcılara tahsis edilen stand alanının en az 10.000 metrekare olması ve yabancı katılımcılara tahsis edilen toplam stand alanının en az 300 metrekare olması,

Bu şartları taşıyan yurt içi fuarlar arasından, dış ticaret politikaları, ihracat stratejileri ve ekonomik öncelikler doğrultusunda Bakanlıkça (İhracat Genel Müdürlüğü) belirlenenler desteklenir.

3.5.3.2. Yurtdışında Ulusal ve Bireysel Fuarlara Katılımın Desteklenmesi

Bu teşvikin amacı, Türk sanayicilerinin yurtdışındaki fuarlara katılımını artırmak ve bu şekilde Türkiye'nin ve Türk sanayisinin imajını artırmaktır. Üreticiler, pazarlama şirketleri ve organizasyon firmaları bu destekten faydalanabilir. Yurt dışında düzenlenen ulusal fuarlarda organizasyon firması, yurt dışında düzenlenen bireysel fuarlarda ise fuara katılan firmalar desteklenmektedir. Destek isteyenler, desteklenenlere fuarın ilan edilmesinden sonraki altı aylık süre içinde başvurmalıdır.

2020-2022 yılları arasında Ticaret Bakanlığı’nın yurt dışı fuar destekleri ve destek verdiği ülkeler şöyledir:

1. ABD
2. Almanya
3. Avustralya
4. Birleşik Krallık
5. Brezilya
6. Çin Halk Cumhuriyeti
7. Endonezya
8. Etiyopya
9. Filipinler
10. Güney Afrika Cumhuriyeti
11. Güney Kore
12. Hindistan
13. Irak
14. Japonya
15. Kanada
16. Libya
17. Malezya
18. Meksika
19. Mısır
20. Nijerya
21. Rusya
22. Şili
23. Tayland
24. Vietnam

Teşvikler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 3.Yurtdışı fuar harcama tablosu

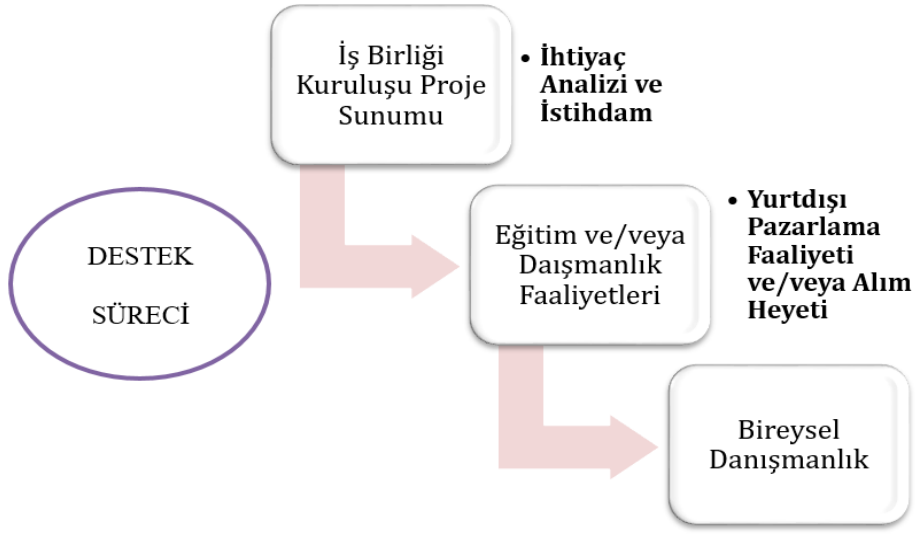
“YURT DIŞINDA GERÇEKLEŞTİRİLEN FUAR KATILIMLARININ DESTEKLENMESİNE İLİŞKİN 2017/4 SAYILI KARAR” KAPSAMINDA YILLAR BAZINDA DESTEK ÜST LİMİTLERİ (Türk Lirası)						
FUAR YILI	ORGANİZATÖRLERİN TANITIM FAALİYETLERİNİN DESTEKLENMESİ			FİRMALARIN YURT DIŞI FUAR KATILIMLARININ DESTEKLENMESİ		
	Genel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlarda İlave Tanıtım Projesi	Genel Nitelikli Fuarlar	Sektörel Nitelikli Fuarlar	Prestijli Fuarlar
2020	504.000	790.000	504.000	77.000	117.000	394.000
2021	604.000	947.000	604.000	92.000	140.000	472.000
2022	951.000	1.491.000	951.000	145.000	220.000	743.000

Kaynak: T.C Ticaret Bakanlığı

3.5.4. Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (UR-GE Desteği)

Uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesi desteğinde iş birlikçi kuruluşlar şöyledir;

1. İhracatçı Birlikleri
2. İl Sanayi/ Ticaret Odaları
3. TOBB, DEİK, TİM
4. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri
5. Organize Sanayi Bölgeleri
6. Endüstri Bölgeleri
7. Sektörel Üretici Dernekleri
8. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri
9. İmalatçıların kurduğu dernek birlik veya kooperatifler



Şekil 2. UR-GE Destek süreci

UR-GE Destekleri kapsamında ihtiyaç analizi, eğitim danışmanlık tanıtım faaliyetleri, yurt dışı pazarlama faaliyetleri, alım heyeti faaliyetleri ve istihdam olarak şirketlerin uluslararası rekabet güçlerinin geliştirilmesine yönelik şirketler, işbirliği kuruluşları ve Bakanlık tarafından gerçekleştirilecek faaliyetlere ilişkin giderlerin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan (DFİF) karşılanmasıdır.

Tablo 4. UR-GE Destekleri

	İhtiyaç Analizi	Eğitim/ Danışmanlık	Yurt Dışı Pazarlama	Alım Heyeti	İstihdam	Bireysel Danışmanlık
Destek Oranı	%75	%75	%75	%75	%75	%70
Desteklenen Kurum	İşbirliği Kuruluşu	İşbirliği Kuruluşu	İşbirliği Kuruluşu	İşbirliği Kuruluşu	İşbirliği Kuruluşu	Şirketler
DestekTutarı (USD)	400.000		150.000 (Program Başına)	100.000 (Program Başına)	Emsal Brüt Ücret	50.000
Faaliyet	Program süresince (Maks. 36 Ay)		10 Adet	10 Adet	2 Kişi	3 Yıl

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı

3.5.5. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

Ticaret Bakanlığı tarafından verilen pazara giriş desteği kapsamında Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği, Rapor Desteği, Danışmanlık Desteği, Sektörel Ticaret Heyeti Desteği, Alım Heyeti Desteği ve E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği verilmektedir.

- Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği kapsamında hedef grup; sınai/ ticari şirketler olup desteklenen faaliyet olarak bir şirketten 2 kişinin (şirket çalışanı-ortağı) ihracat amacıyla yapacağı yurt dışı iş görüşmeleridir. Destek miktarı olarak yıllık 10 kere olmak şartıyla 5000 USD ve destek oranı %70'tir. Destek kapsamında ulaşım ve konaklama giderlerini de kapsamaktadır.



Şekil 3. Örnek Yurtdışı Pazar Araştırma Süreci

Rapor Desteği kapsamında hedef grup; ticari şirketler ve işbirliği kuruluşları olup desteklenen faaliyetler; Uluslararası kuruluşlara yaptırılan ve satın alınan sektör raporları, ülke raporları ve yabancı şirket veya marka odaklı raporlardır. Destek miktarı olarak 200.000 USD, destek oranı olarak da şirketler için %60, işbirliği kuruluşları için %75'tir.



Şekil 4. Örnek Rapor Desteği Süreci

- Danışmanlık Desteği kapsamında hedef grup ticari şirketler ve işbirliği kuruluşları olup desteklenen faaliyetler; Sadece yabancı şirket alımlarına yönelik olarak uluslararası kuruluşlardan alınacak danışmanlık hizmetleri kapsamında mali ve hukuki danışmanlıklardır. Destek miktarı olarak 200.000 USD, destek oranı olarak da şirketler için %60, işbirliği kuruluşları için %75'dir.
- Pazara Giriş Belgeleri Desteği kapsamında hedef grup ticari şirketler ve iş birliği kuruluşları olup desteklenen faaliyetler; Müracaat ve doküman inceleme giderleri, belgelendirme tetkik giderleri, ilk yıla ait belge kullanım ücretleri, test/analiz raporu giderleri, zorunlu kayıt ücretleri, tarım ürünleri analizine ilişkin sağlık/güvenlik sertifikası ücreti, tarım ürünleri analizine ilişkin akreditasyon ücretleridir. Destek

miktarları %50 oranında ve şirket başına yıllık en fazla 250.000 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir.

- Yurt Dışı Şirket Alımı Desteği kapsamında, firmalarımızın yurt dışında yerleşik şirket alımı amacıyla satın aldıkları mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin desteklenmesi sağlanmaktadır. Hedef grup diğer desteklerden farklı olarak ticari şirketlerin yanı sıra iş birliği kuruluşları da faydalanabilmektedir. Desteklenen faaliyetler; Yurt dışında yerleşik şirket alımı amacıyla satın alınan mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler desteklenir. Satın alınan danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin desteklenebilmesi için öncelikle Bakanlıktan ön onay alınması gerekir. Ön onay sonrasında ödeme başvurusunda bulunulur. Ön onay ve ödeme başvurusu doğrudan Bakanlığa yapılır ve burada sonuçlandırılır. Destek oranı şirketler için %60, işbirliği kuruluşları için %75 olup yıllık en fazla 200.000 ABD Dolarına kadar destek verilir. İşbirliği kuruluşları için % 75 olup yıllık en fazla 200.000 \$'dır.

- “Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği, işbirliği kuruluşlarının tek başına veya diğer işbirliği kuruluşları ile birlikte düzenleyeceği sektörel ticaret heyeti programları için yararlandığı; ihracatımızın artırılması, yeni pazarlar bulunması, ülkemizin ekonomik ve ticari açıdan tanıtımına katkı sağlamak amacıyla işbirliği kuruluşları önderliğinde ticaret heyetleri düzenlenmesidir.

(a) Ulaşım desteği kapsamında, sektörel ticaret heyetlerinde bir şirket/işbirliği kuruluşundan en fazla iki kişinin, uluslararası ve/ veya şehirlerarası ulaşımında kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs bileti ile toplu taşımaya yönelik araç kiralama giderleri,

(b) Konaklama desteği kapsamında, sektörel ticaret heyetlerinde bir şirket/işbirliği kuruluşundan en fazla iki kişinin kişi başına günlük 150 ABD Dolarına kadar konaklama (oda + kahvaltı) giderleri.

(c) Tanıtım ve Organizasyon Giderleri kapsamında, tercümanlık gideri, seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri, fuar katılımına ilişkin giderler ve görsel ve yazılı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler hizmeti gideri, sergilenecek ürünlerin nakliye giderleri desteklenmektedir.”

Ticaret Bakanlığı koordinasyonunda işbirliği kuruluşlarınca düzenlenen sektörel ticaret heyeti programlarına ilişkin ulaşım, konaklama, tanıtım ve organizasyon giderleri %50 oranında ve program başına 100.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

- Sektörel Alım Heyetleri desteği; Yurt dışından ithalatçı şirket yetkilileri, kurum ve kuruluş temsilcileri ve basın mensuplarının davet edilerek ülkemizde yerleşik şirketlerle ikili iş görüşmeleri gerçekleştirmelerinin, meslek kuruluşlarını ziyaret etmelerinin, ilgili tesisleri yerinde görmelerinin ve ülkemizde düzenlenen fuarları ziyaret etmelerinin sağlanması amacıyla ihracatın artırılmasıdır.

(a) Ulaşım desteği kapsamında, alım heyetlerinde bir davetli yabancı şirket/kuruluştan en fazla iki kişinin uluslararası ve/veya şehirlerarası ulaşımında kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs bileti ile toplu taşımaya yönelik araç kiralama giderleri,

(b) Konaklama desteği kapsamında, alım heyetlerinde bir davetli yabancı şirket/kuruluştan en fazla iki kişinin, kişi başına günlük 150 ABD Dolarına kadar konaklama (oda + kahvaltı) giderleri.

(c) Tanıtım ve Organizasyon Giderleri kapsamında, tercümanlık gideri, seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri, fuar katılımına ilişkin giderler ve görsel ve yazılı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler hizmeti gideri, sergilenecek ürünlerin nakliye giderleri desteklenmektedir.

Destekten işbirliği kuruluşlarının yanı sıra İşbirliği kuruluşlarının Alım Heyeti programlarına ilişkin ulaşım, konaklama, tanıtım ve organizasyon giderleri %50 oranında ve program başına 75.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

- E- Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği; Şirketlerin e-ticaret alışkanlığı kazanmalarının desteklenmesidir. İşbirliği kuruluşları faydalanmakta olup nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri; her bir şirket için yıllık en fazla 2.000 ABD Doları tutarında destek sağlanmaktadır, bir işbirliği kuruluşu en fazla 5 e-ticaret sitesi için destekten faydalanabilmektedir. Destek Miktarı: 2.000 ABD Doları ve %80 destek oranı sağlanmakta ve süresi 3 yıldır.

- İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirket Alımı Desteği Yüksek teknoloji içeren ürünlerin ihracat içindeki payının ve teknoloji kapasitenin artırılması,

teknoloji transferinin sağlanmasıdır. Destek kapsamında İleri teknolojiye sahip ve teknoloji transferi sağlayacak yurt dışında yerleşik şirketlerin alımına yönelik mali ve hukuki danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderler, şirketler için % 75 oranında ve yıllık 500.000 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir.

- *“Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projelerinin Desteklenmesi (KTZ Desteği); Şirketlerimizi küresel tedarik zinciri mekanizmasına dâhil ederek yeni yatırımlar çekmek, ihracatı artırmak, yeni istihdam imkânları yaratmak, verimliliği yükseltmek, bilgi ve teknoloji aktarımı sağlamaktır.”* Proje bazlı olarak tanımlanan destek kapsamında proje sahibi tedarikçi şirketlerimizin makine-ekipman-donanım alımı, yazılım alımı, yurt dışı ofis depo harcamaları, eğitim-danışmanlık-müşteri ziyaretleri ile sertifikasyon-test analiz-ürün doğrulama harcamaları proje bazlı olarak %50 oranında ve proje başına en fazla 1 milyon ABD Dolarına kadar desteklenmektedir. Bir şirketin azami bir projesi destek alabilecektir.

- Yurt Dışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği; Firmaların yurt dışında kendi dağıtım kanallarını kurmaları ve tanıtım faaliyeti gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktır. Destekten Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş şirketler yararlanabilmektedir.

Kira giderleri için; Açılan birimin mağaza olması halinde % 50 oranında ve yıllık en fazla 120.000 ABD Dolarına kadar,

Açılan birimin depo, ofis, showroom, ürün teşhir serası/tarlası veya reyon ile üzerine bina yapılmak üzere kiralanmış arsa olması halinde % 50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Dolarına kadar destekleme yapılır.

- Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi kapsamında Tebliğ kapsamında desteklenen yurt dışı birimi bulunan şirketler ve İşbirliği Kuruluşlarınca, Türkiye’de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklâm, tanıtım ve pazarlama giderleri % 60 oranında ve yurt dışı birimin bulunduğu her bir ülke için yıllık en fazla 150.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

- Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi; Şirketlerin yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.

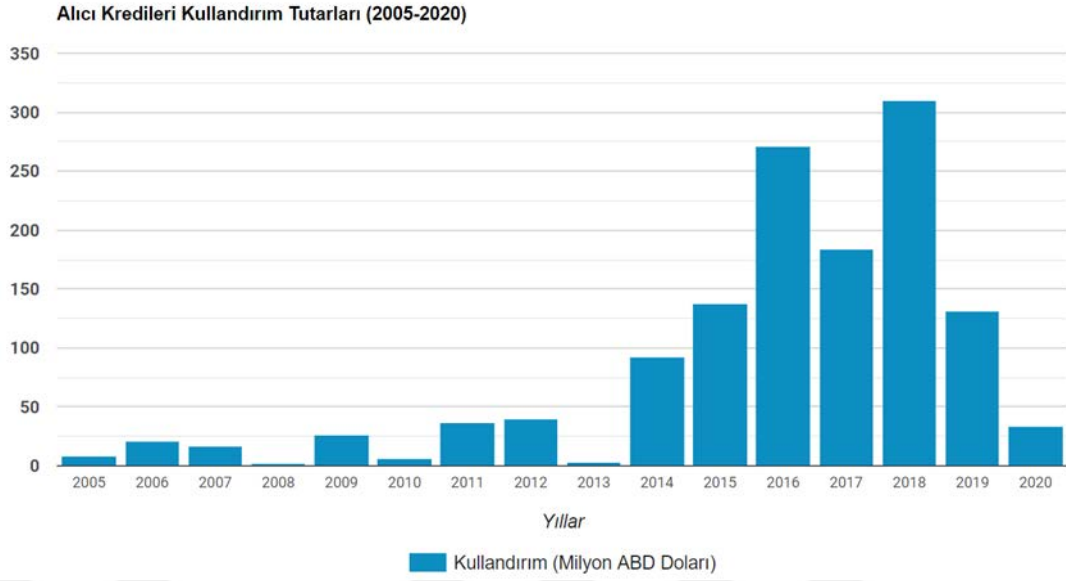
- Türkiye Ticaret Merkezinin Desteklenmesi; Firmaların bir İşbirliği Kuruluşu liderliğinde yurt dışı pazarlara girmesi ve söz konusu pazarlardaki dağıtım kanalları ağının güçlendirilmesidir. Destekten TİM ve/veya TOBB ya da TİM ve/veya TOBB'un Türkiye'de kurduğu şirket ile diğer İşbirliği Kuruluşu/Kuruluşları ortaklığında proje bazlı faydalanabilmektedir.

3.5.6. İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği

Türk Eximbank'ın sigortalama işlemlerini daha cesur bir şekilde yürütebilmesi ve söz konusu sigorta işlemlerini daha önce giremediği pazar ve projelerde gerçekleştirebilmesidir. Eximbank'ın ihracat kredi sigorta programlarından Eximbank'a bu kapsamda başvuran firmalar yararlanabilir.

İhraç ürünlerin daha uygun finansman kaynakları ile cazip hale getirilmesidir. Türkiye, 1980'li yıllardan itibaren ihracata dayalı bir strateji benimsemiş ve dışa açılmanın bir sonucu olarak, artık küresel şirketlerle rekabet etmek zorunda kalan Türk şirketlerine finansal desteğe ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle Devlet Yatırım Bankası ile Türk Eximbank adını alacak olan Türkiye İhracat ve İthalat Bankası A.Ş.'de 21 Ağustos 1987 tarihinden itibaren yeniden yapılanma gerçekleştirilmiştir (Türk Eximbank, 2021). Türk Eximbank'ın temel amacı, ihracatçının ihracat maliyetlerini karşılaması için kredi ve sigorta sağlamaktır. Türk Eximbank, kısa, orta ve uzun vadeli ihracat kredileri olmak üzere üç ana kredi türü sunmaktadır.

Diğer finansal kurumlardan farklı olarak Türk Eximbank kredi değerlendirme sürecinde farklı kriterleri göz önünde bulundurmak zorundadır. 2005-2020 yılları arasında kullandırılan kredi tutarları tabloda verilmiştir.



Şekil 5. Alıcı Kredileri Kullandırım Tutarları (2005-2020)

3.5.7. Tasarım Desteği

Tasarım ve yenilik kültürü oluşturulabilmesi ve bunun yaygın hale getirilebilmesiyle tasarımcılar ve Türk tasarımı ülke içi ve dışında pazarlarda tanıtılmakta, pazarlama ve markalaşma süreçleri desteklenmektedir. İşbirliği kuruluşları tarafından gerçekleştirilen görsel ve yazılı tanıtım giderleri, sergi, bienal, tasarım fuarı; tasarım yarışması katılımları ve organizasyonları ile bu faaliyetlerin tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları ile işbirliği kuruluşları tarafından düzenlenen tasarım yarışmalarında dereceye giren yıllık en fazla altmış adet tasarımcının yurtdışındaki eğitim giderlerinin tamamı ile aylık yaşam giderlerine ilişkin işbirliği kuruluşlarının gerçekleştirecekleri harcamalar en fazla iki yıl süresince desteklenir. İş birliği kuruluşları tarafından gerçekleştirilen uluslararası tasarım organizasyonları %50 oranında ve proje başına en fazla 300.000 ABD Doları tutarında desteklenmekte olup, işbirliği kuruluşları tarafından düzenlenen tasarım yarışmalarında dereceye giren tasarımcıların yurtdışındaki eğitim giderlerinin tamamı ile aylık 1.500 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla oluşacak yaşam giderlerine ilişkin işbirliği kuruluşlarının gerçekleştirecekleri harcamalar en fazla iki yıl süresince desteklenir.

TURQUALITY® Marka Programı kapsamına alınan şirketlerin patent, faydalı model, endüstriyel tasarım tescili, pazara giriş belgesi, ruhsatlandırma, kurumsal altyapıya yönelik danışmanlık giderleri ile destek kapsamına alınan markalı ürünlerine ilişkin

yurtdışı marka tescil/yenileme/koruma, pazar araştırması çalışması ve raporları, test/klinik test işlemleri, danışmanlık, gelişim yol haritası çalışmaları, istihdam, tanıtım, fuar, depolama hizmeti ve birim kira/temel kurulum/konsept mimari çalışmaları ile franchise faaliyetlerine yönelik giderleri desteklenir.

3.6. Türkiye’de İmalat Sanayi İhracatı

Türk imalat sanayiinin temel özellikleri, yani ihracatın teşviki politikaları ile bağlantılı olarak ihracat performansındaki ve ihracat ürünlerinin bileşimindeki değişiklikler üzerine yapılmıştır. 2000’li yıllardaki imalat sanayi ihracatının ayrıntılı analizine geçmeden önce, bu dönemden önceki son yirmi yılın bir değerlendirmesini vermek faydalı olacaktır. Bu, Türk imalat sanayisinin analizi için daha geniş ve bütünsel bir bakış açısı sağlayacaktır. Türkiye’nin ekonomik kalkınma politikası, 1980’lerin başında içe dönük ithal ikameci sanayileşme politikalarından ihracata yönelik politikalara kaymıştır. O dönemde geniş kapsamlı ekonomik reformlar ekonomiyi uluslararası ticarete açtı, ithalat üzerindeki doğrudan kontroller ve miktar kısıtlamaları kaldırıldı, ihracatı teşvikler başlatıldı, bunların tümü ihracata dayalı büyüme stratejisi için derin bir temel oluşturdu. Nas’a (2008) göre, yeni büyüme stratejisi ihracatın değerinin artmasına (1980’de yaklaşık 2,9 milyar dolar ve 1995’te 21,6 milyar dolar), ve ihracattaki artışın;

- Ortadoğu başta olmak üzere dış pazarlarda çeşitlendirme,
- Dış ülkelerdeki ticaret delegasyonlarının sayısının artması,
- Bol ihracat teşvikleri ve önceki ekonomi politikasında inşa edilen üretim kapasitesinin mevcudiyetindendir.

İhracat hacmi/GSYİH oranı 1980’de yüzde 3,2’den 2000’de yüzde 10,7’ye yükseldi. Ayrıca, ihracat/ithalat oranı aynı zamanda yüzde 36,8’den yüzde 51’e yükseldi. Bu gelişmelerin bir yansıması olarak, Türkiye’nin dünya mal ihracatı içindeki payı 70’lerdeki değerine göre yaklaşık iki kat artarak dünya ihracat hacminin yüzde 0,36’sını oluşturmuştur. Ancak, Türkiye’nin dünya ihracatındaki payı göreceli olarak sabit kaldı, 1991 ile 2000 yılları arasında sadece küçük bir büyüme kaydetti. 1980’lerde ticaret liberalizasyonunun ilk etkileri sayesinde, hem ihracatta hem de ithalatta keskin büyüme oranları gerçekleşti, 1990’ların ortalarında hem ihracat hem de ithalat büyüme oranlarındaki ılımlı eğilim değişti. Ancak, ithalattan daha düşük ihracat büyümeleri,

ticaret açığının genişlemesine neden oldu. 1980'lerin başında yapısal uyum programları ve ticaret liberalizasyonu nedeniyle 80'lerde ticaret açığındaki iyileşmeler durmuş ve 1980'lerin ikinci yarısında cari açık sorunu ortaya çıkmıştır. . Cari açığın finansmanı, finansal serbestleşme politikalarını gerektirdi. Böylece, 1989 yılında finansal ve sermaye serbestleştirme politikaları başlatıldı(Boratav ve Yeldan, 2001, s. 4).

1980'li yıllarda Türkiye'nin ihracatı ağırlıklı olarak tarım ürünleri, hammaddeler ve emek yoğun ürünlerden oluşuyordu. İmalat sanayiinde ilk beş ihracat ürünü, 1980 yılında tekstil ürünleri, yiyecek ve içecek ürünleri, giyim, diğer metalik olmayan ve kimyasal ürünlerdi. İhracatın sektörel kompozisyonunun tarım ürünlerinden sanayi mallarına kaydığı söylenebilir. İhracatın sektörel kompozisyonundaki değişim,Türk ihracatının hammadde ve tarım yoğun sektörlerden orta ve yüksek teknolojili imalat mallarına dönüştüğünü ve dolayısıyla teknolojik gelişmeye işaret ettiğini ortaya koymaktadır. İhracatın 2000 yılı itibari ile ilk beş ürün şu şekilde olmuştur; giyim, tekstil ürünleri, ana metaller, yiyecek ve içecek ve motorlu taşıtlar ve patika ürünleri.Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliği'ni kurduktan sonra, Türk imalat sanayii artan uluslararası rekabetle karşı karşıya kaldı; ancak artan rekabet baskısı, kâr marjlarında ve pazar gücünde düşüşe neden oldu. Dolayısıyla, anlaşmanın özellikle rekabet ve ihracat yayılmaları yoluyla Türkiye ekonomisi üzerinde olumlu dışsallıklar yarattığı şeklinde yorumlanabilir. İhracata yönelik ortam kapsamında imalat sanayiinde sektörler dış pazarlara açılıp yeni pazarlara girmiş ve üretimde verimliliği artırmıştır.Bu gelişmelerin bir yansıması olarak, 23 imalat sektöründen 19'u 2002-2018 döneminde yıllık ortalamanın (yüzde 25) üzerinde büyüme kaydetti. Aynı dönemde imalat sanayi ihracatı %25 arttı. Yıllık ortalama yüzde 28,6, dikkate değer bir performans olarak işaretlendi. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, OECD üyesi ülkeler, Çek Cumhuriyeti, Brezilya, Meksika ve Hindistan'da on yıllık ortalama imalat ihracatı büyüme oranları %19,3, %17,8, %12,8, 19 idi. 2005-2015 döneminde sırasıyla 4% ve 25,9. Karşılaştırmalı rakamlar, Türkiye'nin imalat sanayi ihracatı için yıllık ortalama büyüme oranının daha yüksek olduğunu gösteriyor.

2002-2018 döneminde Türkiye'nin en çok ihracat yapan rekabet avantajına sahip beş sektöründen 3'ü; giyim, tekstil ve gıda ürünleridir ve bu sektörler geleneksel emek yoğun sektör olarak kabul edilmektedir. Motorlu taşıtlar ve fabrikasyon metal ürünler (makine ve teçhizat hariç) sektörleri 16 yıllık dönemde ilk beş sektör içinde yer almakta

ve bu sektörlerin teknoloji yoğun orta ve orta-yüksek olduğu görülmektedir. Saygılı ve ark. (2010), gelişmiş ülke firmalarıyla dikey uzmanlaşmanın güçlendirilmesi önde gelen sektörlerin ortaya çıkmasında ana itici güç oldu.

Türkiye'nin son yıllarda hacim, değer ve çeşitlendirme açısından yüksek ihracat performansı, reel döviz kurundan kaynaklanan fiyat avantajı ve 2001 yılı nedeniyle iç talepte keskin daralmaya dayanmaktadır. İç talep daralmasını telafi etmek ve fiyat avantajından yararlanmak için dış pazarlara açılma zorunluluğundan dolayı firmalar ihracat pazarlarına yöneldiler. Ayrıca, endüstri-içi ticaret olgusunun yönlendirdiği küresel değer zinciri süreci firmaları uluslararası pazarlara açılmaya zorladı. Bu eğilim, 2001 yılından bu yana ihracatçı sayısında sürekli bir artışa neden oldu. 2005 yılında 43.456 olan ihracatçı sayısı, 2018 yılında 82.279'a yükseldi. Bu artışa ihracatçı başına düşen iyileşme eşlik etti. Son birkaç on yılın en önemli ekonomik olaylarından biri, birçok ülkenin kalkınma stratejilerinde ithal ikamesinden ihracata yönelik sanayileşmeye geçiş olmuştur. Çoğunlukla başarısız olan korumacı ithal ikameci büyüme stratejileri ile uzun yıllara dayanan deneyimlerden sonra, birçok gelişmekte olan ülke, ihracata dayalı politikaları benimseyerek Japonya ve yeni sanayileşen ülkeler (Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan) örneklerini takip etmektedir. Sanayileşme stratejileriyle Türkiye, geleneksel içe dönük ithal ikamesi stratejisini, dışa dönük ihracat ikamesi stratejisiyle değiştiren ülkelerden biridir.

Gelişmekte olan birçok ülkenin İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra benimsediği içe dönük ithal ikamesi stratejileri, giderek eksik uygulamaların ve hüsrانların kaynağı haline geldi. Birkaç istisna dışında, bu tür stratejiler ve politikalar, gelişmekte olan ülkelere ithalat için sanayileşmiş ülkelere olan bağımlılıklarını azaltmada pek yardımcı olmadı. İmalat sanayi mallarının ithalatına yönelik katı ve zaman alıcı lisans prosedürleri, aşırı değerli döviz kurları, farklı ürünlere uygulanan çok çeşitli yüksek tarifeler ve ithalat yasakları, ithal ikameci politikaların istenmeyen sonuçlarından sadece birkaçıydı. Örneğin, yüksek tarifeler, Maliyet artırıcı faktör, ithal hammadde ve ara malı işlemeye dayalı ihracat girişimlerini olumsuz etkilemiştir. Sonuç olarak, ödemeler dengesi üzerinde önemli bir baskı yaratılmıştır (Basile ve Germidis, 1984).

İthal ikameci büyüme stratejilerinin başarısızlığı, sonunda dışa dönük ihracat teşvik stratejileri ve politikalarının benimsenmesine yol açtı. Japonya'nın Savaştan sonra

ihracat teşvik stratejisindeki başarısı, ithal ikamesinden ihracata yönelik stratejilere geçişte önemli faktörlerden biriydi. Dışa dönük bir ihracat teşvik stratejisi, ihracatı ve ihracat için üretimi destekleyen teşvikler sağlayan bir stratejidir. Genellikle ihracat üretimi için ihtiyaç duyulan hammadde ve ara ve sermaye mallarının ithalatına izin verir. Gerçekçi döviz kurlarına dayanır ve niceliksel kısıtlamalardan ve yüksek tarife engellerinin kullanılmasından kaçınır(Onursal, 1991).

1975'te 144 gelişmekte olan ülkeden 51'i ihracata dayalı sanayileşme politikalarını zaten benimsemişti (Basile ve Germidis, 1984). 1930'lar ve 1940'lar boyunca Türkiye'nin başlıca kalkınma stratejisi, doğası gereği devletçilikti. İlk Türk hükümetleri, tüketicilerin dayanıksız tüketim malları ihtiyacını karşılamak için çok sayıda kamu iktisadi teşebbüsü kurmuştur. 1950'lerin ekonomik zorlukları, ülkenin 1960'lar ve 1970'lerdeki beş yıllık kalkınma planlarında kilit bir bileşen olan içe dönük bir ithal ikamesi kalkınma stratejisinin benimsenmesini gerektirdi. Bu dönemlerde devlet politikaları, ithal ikameci sanayileri korumak ve ithal edilen dayanıklı tüketim mallarının ve ara mallarının yerini yerli üretimle değiştirmek için tasarlandı. İthalat vergi muafiyetleri, tarife gibi teşviklerle yerli yatırımlar teşvik edilmiştir. Sermaye malları, düşük maliyetli krediler ve yatırım indirimleri üzerindeki vergi indirimleri, İthalat amacına hizmet yerli şirketler için koruma başlıca enstrümanlar ikamesi olan yüksek tarifeler, kotalar ve aşırı değerlenmiş döviz kurları yapılan teşviklerdendir.İthal ikamesi stratejisi, endüstriyel büyümenin erken hedeflerine ulaşmada oldukça etkiliydi. Ancak, yavaş yavaş bürokratik formalitelerin artmasına neden oldu.İhracatın olmaması ve yurt içi yatırımların finansman ihtiyacı, dış borcun aşırı derecede artmasına neden oldu. Uluslararası ticaretin hızlı büyüme dönemlerinde bile Türkiye, içe dönük korumacı politikalarını sürdürmüş ve mamul sanayi malı ihracatına ilgi göstermemiştir.

1965-69 döneminde ortalama yüzde 4,56 olan ihracatın GSMH'ya oranı, 1975-79 döneminde ortalama yüzde 4,04'e gerilemiştir. İthalatın GSMH'ya oranı ise aynı dönemde yüzde 6,35'ten yüzde 11,13'e yükselmiştir(Tekin, 1983). Sübvansiyon, belirli bir endüstri firmasının veya tüm endüstrinin rekabet gücünü artırmak için tasarlanmış bir mal veya hizmetin üreticisine veya satıcısına hükümet tarafından sağlanan herhangi bir mali yardımdır. Örneğin, yerel olarak yetiştirilen ve yetiştirilen gıda stokunu artırmak amacıyla (diğer nedenlerin yanı sıra) tarım ürünlerine sıklıkla ulusal hükümetler tarafından sübvansiyon verilir.Çeşitli hükümetler, ulusal önceliklere ve

yürürlükte olan politikalara bağılı olarak farklı endüstrileri sübvanseder. Zamanla, tütün, çelik, alkol, tarım, silah ve tekstil gibi çeşitli endüstrilerin tümü sübvans edildi. Farklı siyasi eğilimlere sahip ülkeler farklı sübvansiyon düzeylerini tolere edecek olsa da, herhangi bir hükümetin sübvans edecekğı endüstrilerin doğal bir sınırı yoktur. Yasadışı sübvansiyonlar, uluslararası veya yerel bir yargı organına ters düşen herhangi bir sübvansiyondur. Çok çeşitli sübvansiyonlar, çeşitli bağlamlarda “yasadışı” olarak kabul edilebilir. Örneğın, normalde kabul edilebilir bir sübvansiyon, bir firmanın ürünlerini anti-damping mevzuatına aykırı olarak komşu bir ülkeye “dökmesi” ile sonuçlanırsa yasa dışı kabul edilebilir veya otomobil üretiminde yerli malların kullanımını destekleyen bir politika, DTÖ'nün uluslararası ticareti bozan sübvansiyonlara karşı kuralına aykırı olabilir. Aşağıdakiler dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere pek çok sübvansiyon türü vardır:

- Üretim sübvansiyonları
- Tüketici sübvansiyonları
- İhracat sübvansiyonları
- İthalat sübvansiyonları
- Vergi sübvansiyonları
- Ulaştırma sübvansiyonları

Hepsinin ortak özelliğı, belirli bir mal veya hizmetin üreticisine, tüketicisine veya kullanıcıasına seçici bir şekilde finansal fayda sağlamaya çalışmasıdır.

Gelişmekte olan ülkeler, ekonomik büyümeyi ve ödemeler dengesinde dengeyi sağlamak amacıyla, genellikle ülkeler tarafından sanayileşmeyi teşvik etmeye çalışırlar.

4. KONYA İMALAT SANAYİSİNİN İHRACAT TEŞVİKLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: KONYA TİCARET ODASI ÜZERİNE BİR İNCELEME

4.1. Araştırmanın Amacı

İhracat teşviklerinin Konya imalat sanayisi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç çerçevesinde çalışma, üç bölümde hazırlanmıştır;

İlk olarak, dış ticaretin finansmanı ve ihracat hakkında bilgiler verilerek, çalışmaya bir temel oluşturulması amaçlanmıştır. Uluslararası ticarete taraflar, ihracat şekilleri, uluslararası ticarete finansman, ihracatın finansmanı gibi konular detaylı biçimde ele alınmıştır. Daha sonra teşvik kavramı ve ihracat teşvikleri hakkında bilgiler sunulmuştur. Teşvikin tanımı, temel özellikleri, teşvikin amaçları, ihracat teşvik uygulamaları ve Türkiye’de imalat sanayi ihracatı açıklanmıştır. Ardından Konya imalat sanayi kapsamında ihracat teşviklerinin değerlendirilmesine yer verilmiştir.

4.2. Araştırmanın Önemi

İhracat teşviklerinde Ticaret Bakanlığına bağlı iş birliği kuruluşlarının etkinliğinin araştırılması için literatür incelendiğinde daha önce Konya ilinde böyle bir çalışma yapılmadığı görülmüştür. Ayrıca Konya ilinde en çok ihracatı imalat sektörü yaptığı için bu çalışmada imalat sektörü değerlendirilmiştir.

4.3. Yöntem

Çalışmada, öncelikle Türkiye genelinde ihracat verileri sunulmuştur. Ardından Konya’da ihracat ve sağlanan teşvikler değerlendirilerek karşılaştırma yapılmıştır. Elde edilen veriler ile Konya değerlendirilmiştir. Bu noktada nicel bir yöntemle çözümleme yapılmıştır. Araştırmada kullanılan sorular uzman görüşleri alınarak oluşturulmuştur.

İkincil olarak, Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası’na yöneltilen sorulardan elde edilen cevaplar kapsamında nitel yöntemle mevcut durumun ortaya konulması amaçlanmıştır. Konya Ticaret Odası’na aşağıdaki soruların yöneltilmesi sonucunda elde edilen veriler değerlendirilmiştir.

1. Konya Sanayi / Ticaret Odası ihracatçı firmalara hangi kalemlerde hizmet sunmaktadır?
2. Konya Sanayi / Ticaret Odası ihracatçı firmalara 2021 yılında hangi kalemlerde ne kadar hizmet sunmuştur?
3. Konya Sanayi / Ticaret Odası ihracatçı firmaların ihracatını artırmaya yönelik hangi çalışmaları yapmıştır? Eşleştirme etkinlikleri
4. Konya Sanayi / Ticaret Odasına kayıtlı ihracatçı firma sayısı nedir?
5. Konya Sanayi / Ticaret Odası ihracatçı firmaların ihracatını artırmaya yönelik kaç tane kamu kurum ve kuruluşla işbirliği protokolü imzalamıştır?
6. Konya Sanayi / Ticaret Odasına kayıtlı ihracatçı firmaların sektörel dağılımı nasıldır?
7. Konya Sanayi / Ticaret Odasına kayıtlı ihracatçı firmalarda hangi sektörde daha fazla ihracat yapılmaktadır?(rakamlarıyla)
8. Konya Sanayi / Ticaret Odasına kayıtlı firmalardan yatırım teşvik belgesi istatistikleri nedir?
9. Konya Sanayi / Ticaret yatırım teşvik belgesine ve diğer teşviklere başvuru sayıları nedir?
10. Konya Sanayi / Ticaret Odası ihracatçı firmalara yönelik faaliyetlerde katılım sayısı nedir?(yurtiçi, yurtdışı fuar ve diğer B2B görüşmeleri vb.)
11. Konya Sanayi / Ticaret Odasına kayıtlı ihracatçı firma ve üyelerden ihracat teşvikleri kapsamında size gelen talepler nedir?
12. Konya Sanayi / Ticaret Odasına kayıtlı ihracatçı firma ve üyeler ihracat teşvikleri kapsamında hangi teşvikleri talep etmektedirler?

4.4. Bulgular

4.4.1. Türkiye’de İhracat

Türkiye’de ihracatın genel durumu 2020 ve 2021 yıllarında sektörlere göre aşağıdaki gibidir:

Tablo 5. Türkiye’de Sektörlere Göre İhracat, 2020-2021 (bin Dolar)

Sektörler	2020	2021
.I. Tarım	24.369.143	29.737.575
. A. Bitkisel Ürünler	16.350.706	19.343.588
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	7.301.341	9.156.524
Yaş Meyve ve Sebze	2.731.186	3.083.585
Meyve Sebze Mamulleri	1.683.746	2.028.361
Kuru Meyve ve Mamulleri	1.399.574	1.574.287
Fındık ve Mamulleri	1.946.989	2.260.698
Zeytin ve Zeytinyağı	271.182	309.497
Tütün	910.531	783.002
Süs Bitkileri ve Mamulleri	106.157	147.634
. B. Hayvansal Ürünler	2.451.931	3.400.154
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	2.451.931	3.400.154
. C. Ağaç ve Orman Ürünleri	5.566.505	6.993.833
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	5.566.505	6.993.833
.II. Sanayi	127.645.230	170.880.410
. A. Tarıma Dayalı İşlenmiş Ürünler	11.224.484	15.051.777
Tekstil ve Hammaddeleri	7.286.561	10.145.832
Deri ve Deri Mamulleri	1.333.274	1.726.462
Halı	2.604.648	3.179.483
. B. Kimyevi Maddelerve MAMÜLLERİ	18.263.488	25.348.548
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	18.263.488	25.348.548
. C. Sanayi Mamulleri	98.157.258	130.480.085
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	17.143.441	20.250.438
Otomotiv Endüstrisi	25.548.566	29.342.795
Gemi, Yat ve Hizmetleri	1.375.006	1.626.377
Elektrik ve Elektronik	11.055.082	14.176.022
Makine ve Aksamları	7.542.789	9.416.332
Demir ve Demir Dışı Metaller	8.255.705	12.357.450
Çelik	12.675.179	22.351.413
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	3.759.687	4.615.381

Mücevher	3.757.744	6.781.870
Savunma ve Havacılık Sanayii	2.279.027	3.224.786
İklimlendirme Sanayii	4.664.483	6.196.124
Diğer Sanayi Ürünleri	100.548	141.099
.III. Madencilik	4.272.391	5.930.165
. A. Madencilik Ürünleri	4.272.391	5.930.165
Madencilik Ürünleri	4.272.391	5.930.165
. TOPLAM	156.286.764	206.548.150

Kaynak: TİM.(2021)

2021’de, bir önceki yıla kıyasla ihracatın önemli ölçüde artış gösterdiği anlaşılmaktadır. Pandemi şartları nedeniyle 2020 yılı pek çok ülke gibi Türkiye için de oldukça zorlu geçmiştir. Ekonomiler derin krizler yaşamış ve sayılı ülke dışında pek çok ülkede GSYİH önemli daralmalarla karşı karşıya kalmıştır. 2020 başında salgın nedeniyle ortaya çıkan arz şoku ve beraberinde gelen talep şokuyla, II. Dünya Savaşı’ndan sonra ortaya çıkan en büyük daralma görülmüştür. Uluslararası derecelendirme kuruluşları tarafından ülkelerin büyüme beklentileri negatif olarak değerlendirilmiştir. Pandemi sonrası normalleşme süreciyle beraber 2021 beklentileri de artmış, veriler beklentileri doğrulamıştır. 2020’ye kıyasla oldukça başarılı bir tablo karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye 2021 yılında yüzde 11 büyümüş, 27 sektörün 25’inde Türkiye tarihinin en yüksek ihracat rakamlarına ulaşılmıştır. İhracat gerçekleştirilen ülke sayısı 46’ya ulaşmış, 23 il 1 milyar dolar üzerinde ihracat gerçekleştirmiştir. Ayrıca bir önceki yıla göre 1 milyar dolar üzerinde ihracat yapan firma sayısı 11’den 15’e yükselmiştir. Firma sayısı ise 167’den 227’ye çıkmıştır.

4.4.2. Konya’da İhracat

Konya’da ihracatın 31.12.2021 itibariyle sektörlere göre genel durumu aşağıdaki gibidir:

Tablo 6. Konya’da İhracatçı Firmaların Performansı, 2020-2021 (bin dolar)

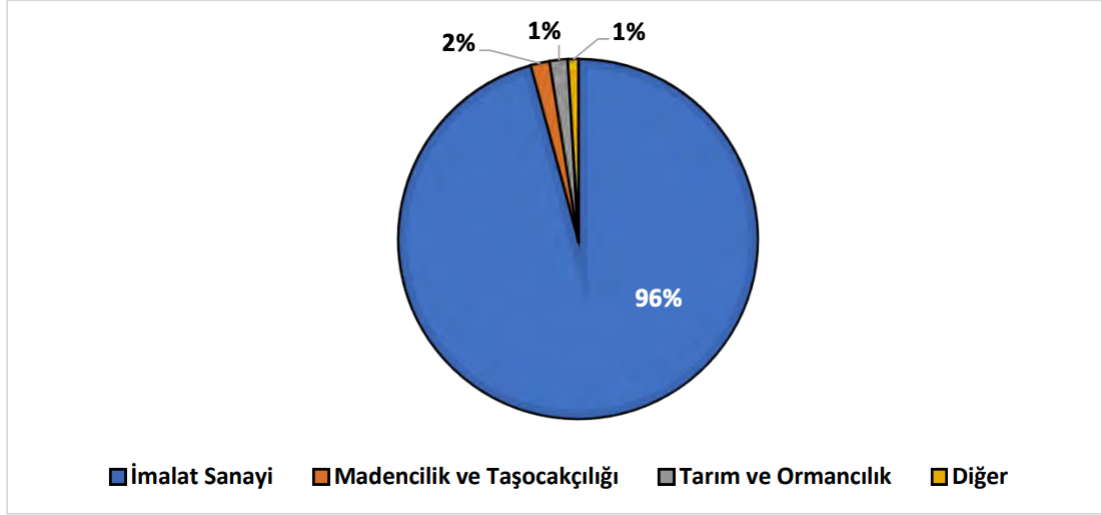
Sektörler	2020	2021	Değişim
Çelik	101,34	269,14	%165,6

Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	19,05	6,13	-%67,8
Demir ve Demir Dışı Metaller	887,86	876,03	-%1,3
Deri ve Deri Mamulleri	0,00	0,00	
Diğer Sanayi Ürünleri	0,00	24,17	
Elektrik ve Elektronik	108,15	440,84	%307,6
Fındık ve Mamulleri	0,00	0,00	
Gemi, Yat ve Hizmetleri	0,00	26,28	
Halı	1,27	0,00	-%100,0
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	0,61	20,97	%3359,9
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.322,73	940,69	-%28,9
İklimlendirme Sanayii	400,04	1.159,29	%189,8
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	355,04	488,13	%37,5
Kuru Meyve ve Mamulleri	9,43	47,35	%402,1
Madencilik Ürünleri	35,50	214,78	%505,1
Makine ve Aksamları	1.584,36	1.536,06	-%3,0
Meyve Sebze Mamulleri	163,27	139,77	-%14,4
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	70,97	264,37	%272,5
Mücevher	0,00	0,00	
Otomotiv Endüstrisi	1.775,55	2.164,29	%21,9
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	322,80	293,88	-%9,0
Süs Bitkileri ve Mamulleri	0,00	0,00	
Tekstil ve Hammaddeleri	0,05	1,22	%2603,1
Yaş Meyve ve Sebze	13,70	68,27	%398,3
Zeytin ve Zeytinyağı	0,02	12,72	%57986,8
TOPLAM	9.179,72	9.156,23	-%0,3

Kaynak: TİM.(2021)

Konya’da ihracatın durumuna bakıldığında 2021 verilerinin 2020’ye göre azaldığı göze çarpmaktadır. Bu bağlamda Konya özelinde verilerin Türkiye geneliyle uyum göstermediği anlaşılmaktadır. Bu durumun nedeni Konya’da 2019’a kıyasla 2020’de de büyük bir değişimin olmaması ile açıklanabilir. Pandemi etkileri Konya’da Türkiye’ye kıyasla ihracat kapsamında daha az görülmüştür.

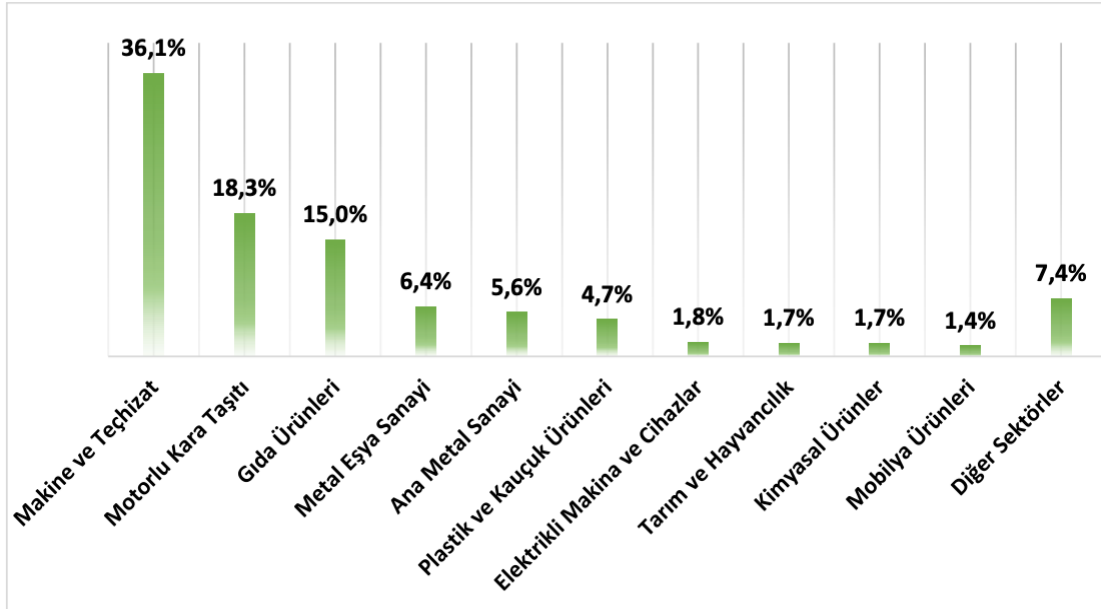
Konya’nın ihracatı sektörlere göre aşağıdaki gibi dağılmaktadır:



Şekil 6. Konya İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı, 2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da ihracat yoğun olarak imalat sanayi sektöründe gerçekleşmektedir. Oranın %96 olması ihracatın neredeyse tamamının bu sektörde gerçekleştiğini göstermekle beraber, “Konya’da ihracat” dendiğinde de genel verilerle dahi imalat sanayi sektörünün anlaşılmasını sağlamaktadır. Konya’nın ihracatının alt sektörlere göre dağılımı ise aşağıda gösterilmektedir:

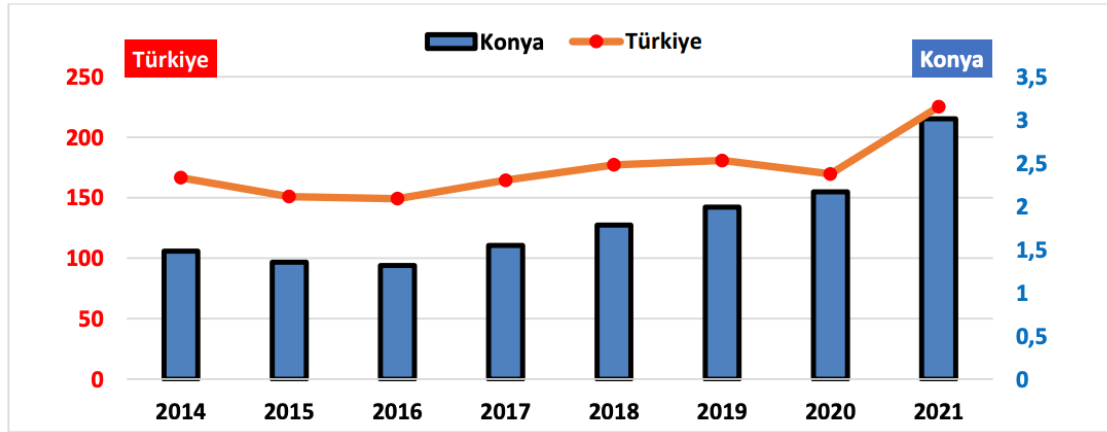


Şekil 7. Konya İhracatının Alt Sektörlere Göre Dağılımı, 2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da ihracat alt sektörlere dağıldığında en büyük payın makine ve teçhizat grubunda olduğu anlaşılmaktadır. Bunu motorlu kara taşıtı takip etmekte, ardından gıda, metal eşya sanayi gibi sektörler gelmektedir. İhracatın yüksek oranlara sahip olduğu alt sektörler ihracat teşviklerinin yoğun olduğu sektörlerdir.

Türkiye ve Konya’da ihracat, karşılaştırmalı olarak aşağıdaki gibi değerlendirilmektedir:

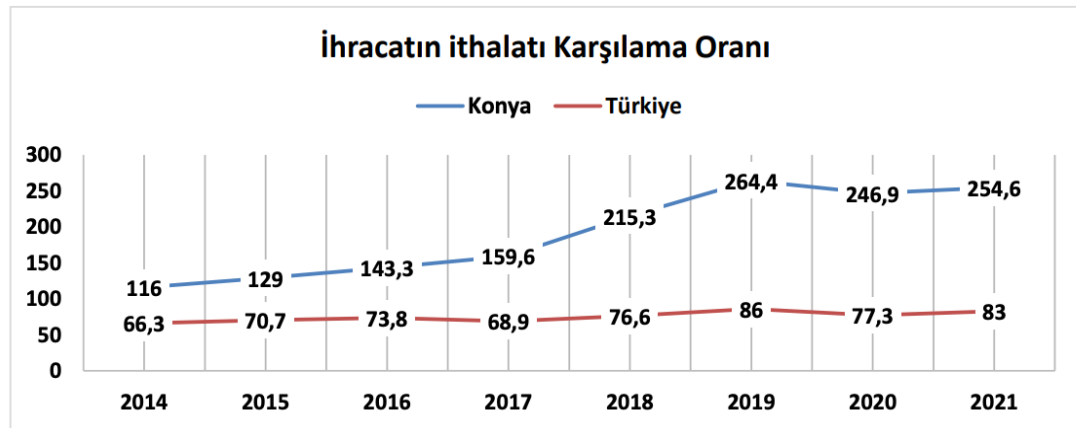


Şekil 8. Türkiye ve Konya'da İhracat, 2014-2021 (milyar dolar)

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da ihracat, 2020’ye kadar Türkiye genelinin altında kalmasına rağmen 2020 ve 2021’de birbirine yaklaşmıştır. Bu durum gerek teşvikler gerekse firma faaliyetleriyle Konya’da ihracatın artış gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Verilere göre, Konya’da düzenlenen teşvik belgelerinin sektörler göre dağılımı aşağıdaki gibidir:



Şekil 9. Türkiye ve Konya'da İhracatın İthalatı Karşılama Oranı, 2014-2021 (yüzde)

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da ihracatın ithalatı karşılama oranı Türkiye geneliyle kıyaslandığında oldukça yüksek oranlarla karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de söz konusu oran istenenin oldukça altında gerçekleşmekle beraber 2021’de iyileşme göstermiştir. Konya, 2014’ten beri her yıl istenen oranların üzerine çıkmayı başarmıştır.

Şimdi, bu verileri elde etmede önem taşıyan teşviklere ilişkin veriler kapsamında Konya değerlendirilecektir.

Tablo 7. Konya'da Düzenlenen Teşvik Belgelerinin Sektörlere Göre Dağılımı (2017-2021)

SEKTÖRÜ	BELGE ADEDİ	SABİT YATIRIM (Milyon TL)	İSTİHDAM
ENERJİ	283	15.718	1.368
HİZMETLER	168	2.196	5.256
İMALAT	1.279	22.129	18.473
MADENCİLİK	28	743	1.013
TARIM	38	466	666
TOPLAM	1.796	41.252	26.776

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da teşvik belgelerinin 2017-2021 aralığında sektörlere göre dağılıma bakıldığında yine imalat sektörü ciddi ölçüde ön plana çıkmaktadır. İmalat sektörü, ihracat teşviklerinin ciddi ölçüde fayda sağladığı bir sektör olarak Konya’da da birinci sırayı açık ara farkla almaktadır. Sözü edilen yıl aralığında 22 milyon TL’yi geçen teşvikler ve 1000’den fazla belge adedi, Konya için önemli verileri ifade etmektedir.

Tablo 8. Konya'da Düzenlenen Teşvik Belgelerinin Sektörlere Göre Dağılımı (2021)

SEKTÖRÜ	BELGE ADEDİ	SABİT YATIRIM (Milyon TL)	İSTİHDAM
ENERJİ	57	677	333
HİZMETLER	29	457	606
İMALAT	477	5.079	4.969
MADENCİLİK	11	485	655
TARIM	3	19	32
TOPLAM	577	6.716	6.595

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Teşvik belgelerinin 2021 yılında sektörlere göre dağılımına baktığımızda da imalat sektörü yine açık ara birinciliğiyle göze çarpmaktadır. 2021’de 477 adet teşvik belgesi düzenlenmiştir. Bu yılda sabit yatırım tutarı 5 milyon TL’yi aşmıştır.

Tablo 9.Türkiye’de Düzenlenen Teşvik Belge Sayılarına Göre İl Sıralaması (2020-2021)

2020		2021	
Sıra	İl	Sıra	İl
1	İstanbul	1	İstanbul
2	Bursa	2	Bursa
3	Gaziantep	3	İzmir
4	İzmir	4	Ankara
5	Kocaeli	5	Kocaeli
6	Tekirdağ	6	Gaziantep
7	Manisa	7	Tekirdağ
8	Ankara	8	Antalya
9	Kahramanmaraş	9	Zonguldak
10	Konya	10	Adana
		13	Konya

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Düzenlenen teşvik belgelerinin sayısına göre kıyaslandığında Konya’nın 2020’de 10, 2021’de 13. sırada yer aldığı görülmektedir. Bu durum Konya’nın 81 il içinde ihracat teşvikleri bağlamında ön plana çıktığını ortaya koymaktadır.

Tablo 10.Türkiye’de Ar-Ge Merkezleri Sayılarına Göre İl Sıralaması (2021)

Sıra	İl	Merkez Sayısı
1	İstanbul	410
2	Kocaeli	131
3	Bursa	130
4	Ankara	129
5	İzmir	96
6	Tekirdağ	53
7	Manisa	30
8	Sakarya	24

9	Konya	23
10	Eskişehir	20

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

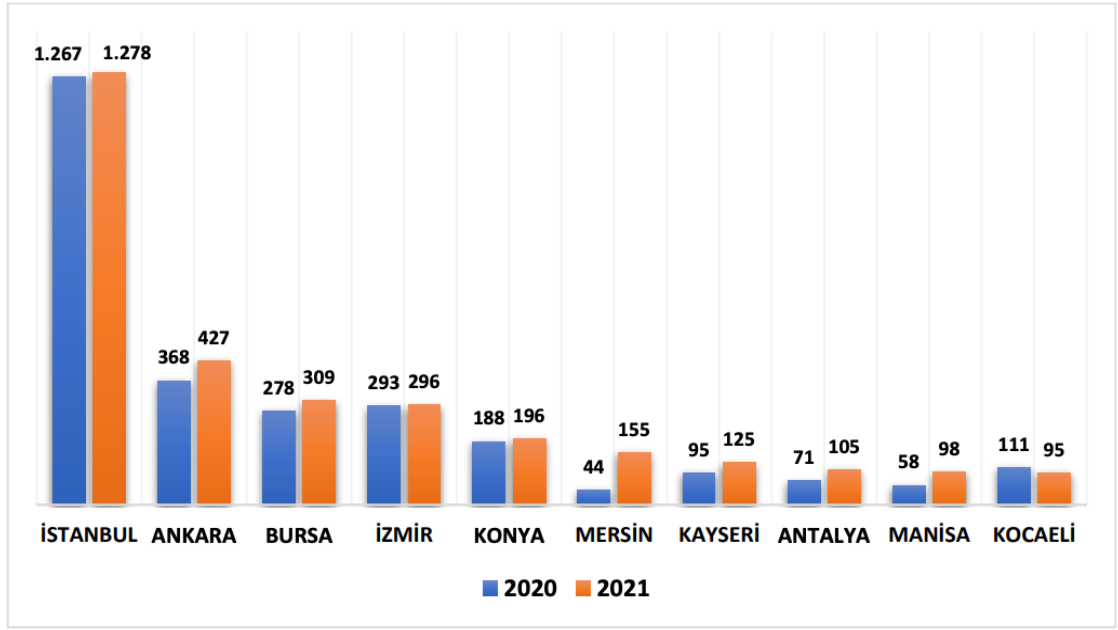
Türkiye’de Ar-Ge merkezleri sayılarına bakıldığında, Konya’da sağlanan ihracat teşviklerinin de katkısıyla oldukça çarpıcı bir sıralama göze çarpmaktadır. 81 il içinde 9. sırayı alan Konya’da toplam 23 Ar-Ge merkezi bulunmaktadır.

Tablo 11.Türkiye’de Tasarım Merkezleri Sayılarına Göre İl Sıralaması (2021)

Sıra	İl	Merkez Sayısı
1	İstanbul	147
2	Ankara	38
3	Bursa	29
4	İzmir	26
5	Kocaeli	16
6	Tekirdağ	15
7	Denizli	12
8	Adana	8
9	Manisa	5
10	Eskişehir	5
15	Kayseri	2
16	Konya	1
20	Yalova	1

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

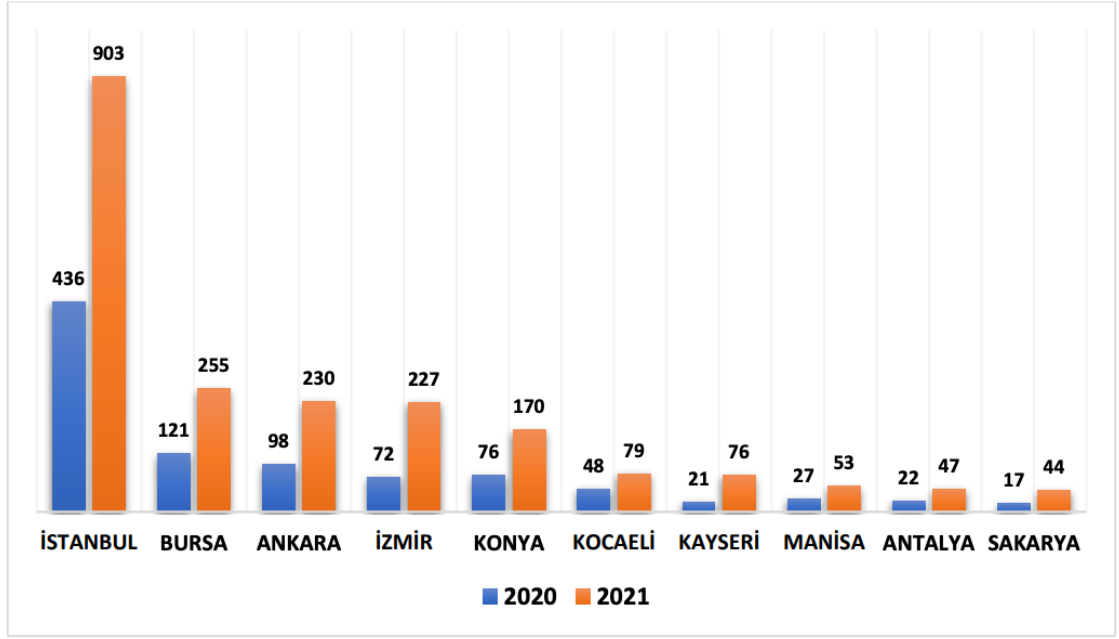
Konya’da ekonomik ve dış ticaret gücünü ortaya koyan bir diğer veri tasarım merkezlerinin sayısıdır. Bu noktada Konya’da tek bir tasarım merkezinin bulunduğu ve 16. sırayı aldığı görülmektedir. İhracatın geliştirilmesi bağlamında açılacak yeni tasarım merkezlerinin Konya’yı önemli ölçüde güçlendireceği düşünülmektedir.



Şekil 10.İllere Göre Faydalı Model Başvuruları, 2020-2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

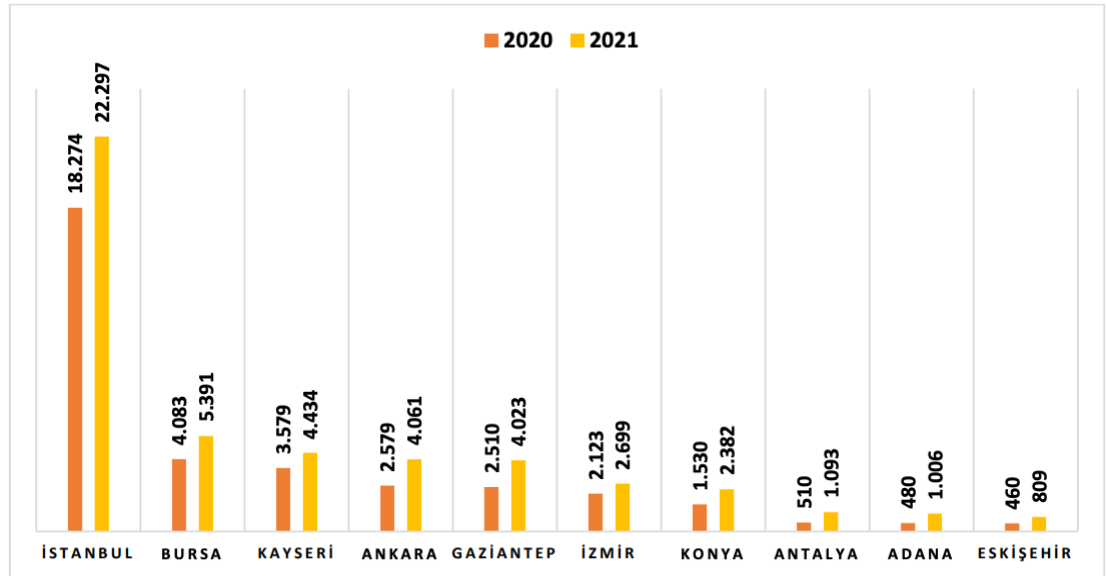
Faydalı model başvurularında Konya, 5. sırada bulunmakta ve İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir gibi dış ticarete güçlü illerin hemen arkasından gelmektedir. 2021’de başvurular pandemi etkisinin de azalmasıyla bir miktar daha artmıştır. Ancak 2021 yılı da pandemi noktasında yıl ortasına kadar yoğun geçmiştir. Henüz açıklanmamış olan 2022 verilerinin başvurular bağlamında Konya’nın elini oldukça güçlendireceği düşünülmektedir.



Şekil 11.İllere Göre Faydalı Model Tescilleri, 2020-2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

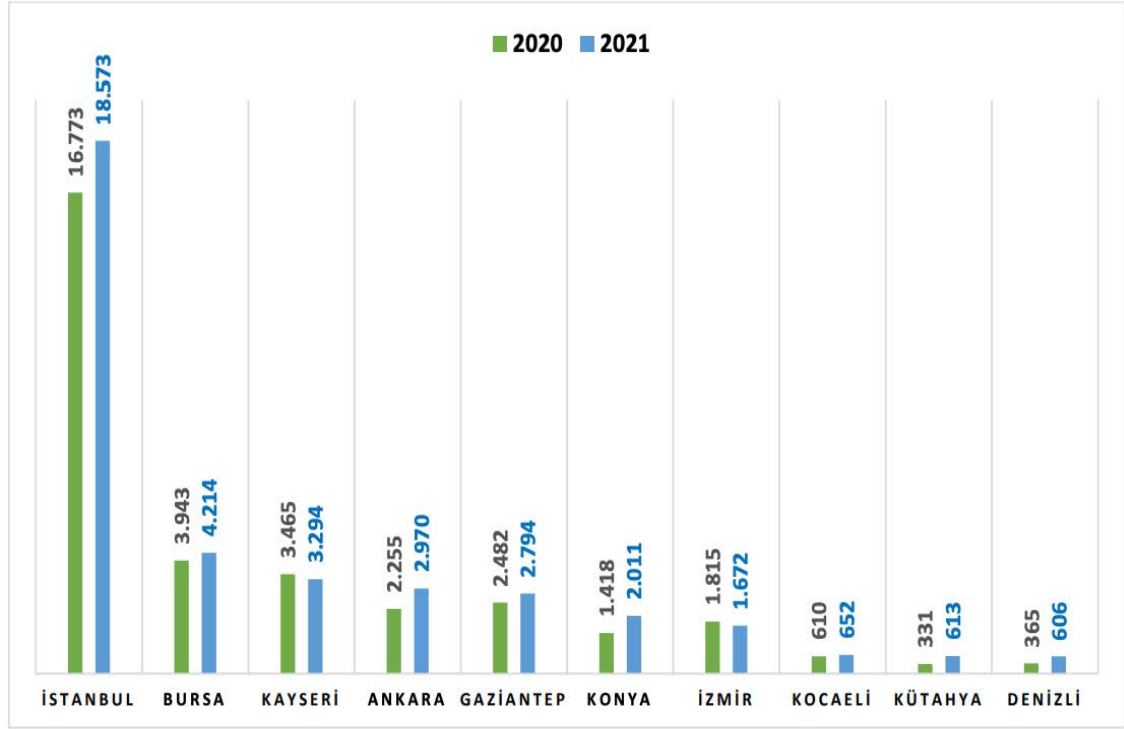
Başvuruları takiben faydalı model tescillerinde de Konya 5. sırada yer almıştır. 2020’de yapılan başvuru sayısı 188, tescil sayısı ise 76’dır. 2021’e baktığımızda başvuru sayısının 196, tescil sayısının 170 olması çarpıcıdır. Bu durum firmaların gelişim göstermesi ve teşviklere ilişkin eğitim düzeyinin artmasıyla yorumlanabilir.



Şekil 12.İllere Göre Tasarım Başvuruları, 2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Türkiye’de tasarım başvurularına bakıldığında, Konya 7. sıraya yerleşmektedir. Kendisini takip eden Antalya ile arasında önemli bir farklılık bulunmaktadır. Konya’nın henüz tamamlanmayan 2022 yılına ilişkin verilerde, sıralamadaki yerini daha da güçlendirmiş olabileceği öngörülmektedir.



Şekil 13.İllere Göre Tasarım Tescilleri, 2020-2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

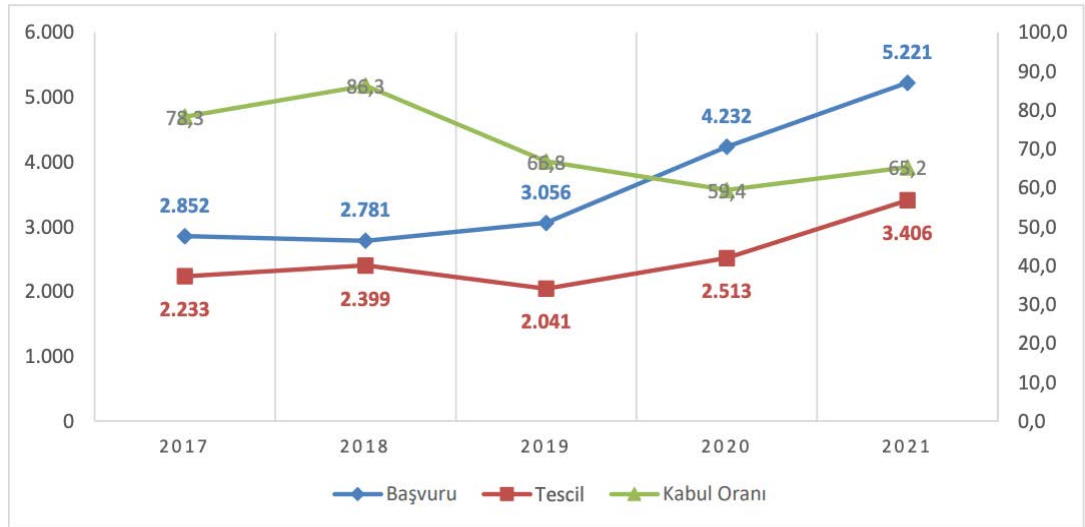
Tasarım tescil sayılarına bakıldığında Konya’nın İzmir’i geçerek 6. sıraya yükseldiği anlaşılmaktadır. 2020 yılında yapılan 1530 başvurunun 1418’i tescille sonuçlanmıştır. 2021’de ise başvuru sayısı 2832, tescil sayısı 2011 olmuştur. Firmaların başarı bağlamında güçlendiği anlaşılmakta, sonraki yıllarda başvuru sayısında da Konya’nın öne geçeceği düşünülmektedir.

Tablo 12. İllere Göre Marka Başvuru ve Tescil Sayısı, 2021

Marka Başvurusu			Marka Tescil		
Sıra	İller	Sayı	Sıra	İller	Sayı
1	İSTANBUL	79.608	1	İSTANBUL	52.910
2	ANKARA	14.881	2	ANKARA	8.970
3	İZMİR	11.314	3	İZMİR	6.969
4	BURSA	7.896	4	BURSA	5.121
5	ANTALYA	5.697	5	ANTALYA	3.759
6	KONYA	5.221	6	KONYA	3.406
7	GAZİANTEP	4.762	7	GAZİANTEP	3.083
8	KOCAELİ	3.546	8	KOCAELİ	2.372
9	ADANA	2.810	9	ADANA	1.996
10	KAYSERİ	2.755	10	DENİZLİ	1.770

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da marka başvurusu sayısı 2021’de 5221, marka tescil sayısı 3406 olarak gerçekleşmiştir. Her iki grupta da Konya 6. sırada yer almıştır. Beşinci sırada bulunan Antalya ile arasında oldukça küçük bir farkın bulunduğu Konya’nın önümüzdeki yıllarda gerek başvuru sayısı gerek tescilde daha üst sıralara yükselebileceği öngörülmektedir.



Şekil 14.Konya Marka İstatistikleri, 2017-2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Konya’da marka başvurularının 2018 yılı dışında her yıl artış gösterdiği görülmektedir. Bunun yanında tescil sayısı yalnızca 2019’da düşmüş, diğer yıllarda hep artış saptanmıştır. Kabul oranı, 2019 ve 2020 yıllarında düşüş göstermiş; 2021’de yeniden

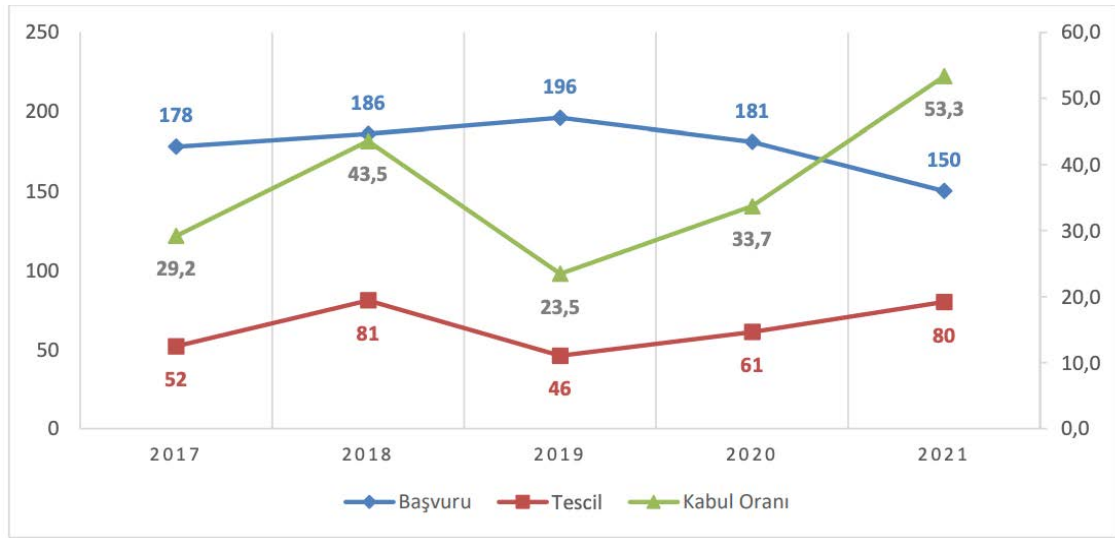
yükselişe geçmiştir. Farkındalık ve danışmanlık hizmetlerinin artırılmasıyla kabul oranlarının yüzde 80'lere yükseltilmesi hedeflenebilir.

Tablo 13.İllere Göre Patent Başvuru ve Tescil Sayısı, 2021

Patent Başvurusu			Patent Tescil		
Sıra	İller	Sayı	Sıra	İller	Sayı
1	İSTANBUL	3.582	1	İSTANBUL	1.590
2	ANKARA	1117	2	ANKARA	481
3	İZMİR	471	3	BURSA	295
4	BURSA	450	4	KOCAELİ	150
5	KOCAELİ	197	5	İZMİR	139
6	KAYSERİ	171	6	SAKARYA	106
7	ANTALYA	170	7	KONYA	80
8	SAKARYA	165	8	KAYSERİ	59
9	KONYA	150	9	GAZİANTEP	44
10	GAZİANTEP	143	10	MANİSA	44

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

İllere göre patent başvurusu ve patent tescil sayılarına baktığımızda başvuruda Konya 9, tescilde 7. sırada yer almaktadır. Bu bağlamda Konya'nın diğer illere kıyasla patent başvurularının kabul oranlarının daha yüksek olduğunu anlamak mümkündür.



Şekil 15.Konya Patent İstatistikleri, 2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

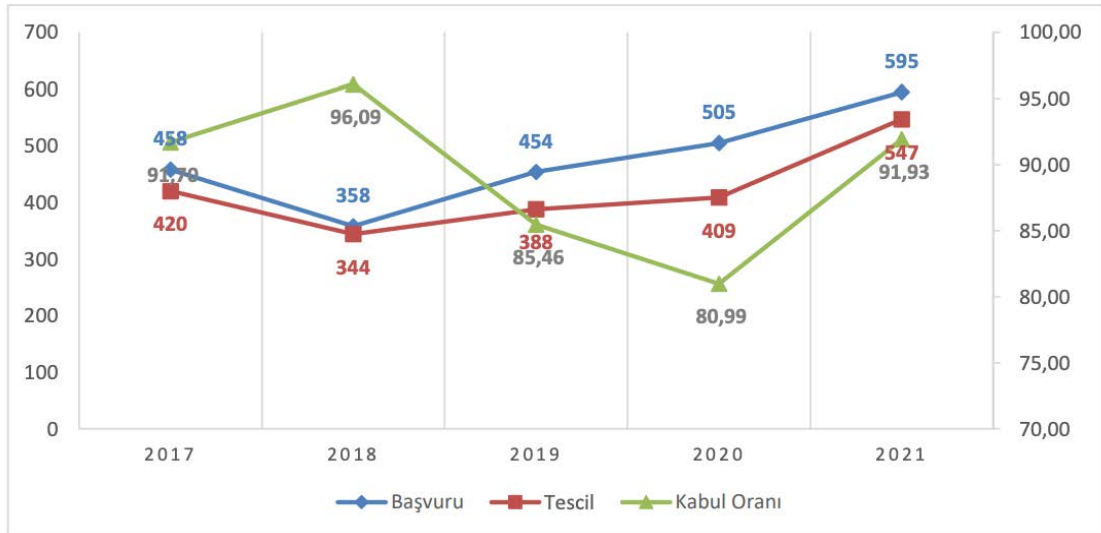
Konya’da daha önce de belirtildiği üzere kabul oranlarında özellikle son iki yılda ciddi bir sıçrama olmuştur. Başvuru sayıları azalırken kabul oranlarının artması, başvuruların niteliğinin önemli ölçüde artış gösterdiğini ortaya koyar niteliktedir.

Tablo 14.İllere Göre Endüstriyel Tasarım Başvuru ve Tescil, 2021

Endüstriyel Tasarım Başvurusu			Endüstriyel Tasarım Tescil		
Sıra	İller	Sayı	Sıra	İller	Sayı
1	İSTANBUL	5160	1	İSTANBUL	4555
2	ANKARA	1119	2	BURSA	919
3	BURSA	1105	3	ANKARA	839
4	KAYSERİ	888	4	KAYSERİ	722
5	İZMİR	750	5	İZMİR	557
6	KONYA	595	6	KONYA	547
7	GAZİANTEP	408	7	GAZİANTEP	341
8	KOCAELİ	264	8	KOCAELİ	222
9	ADANA	254	9	ADANA	211
10	DENİZLİ	218	10	SAMSUN	175

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

İllere göre endüstriyel tasarım başvuru ve tescil istatistiklerine göre Konya, her iki grupta da 6. sırada bulunmaktadır. Toplam 595 başvurunun 547’si tescille sonuçlanmış olup kabul oranı oldukça yüksektir.



Şekil 16.Konya’da Endüstriyel Tasarım, 2017-2021

Kaynak: KTO. (2021). *Ekonomi Raporu*. Konya Ticaret Odası.

Daha önce de ifade edildiği gibi Konya’da endüstriyel tasarım kabul oranı özellikle 2021’de ciddi bir artış göstermiştir. Başvuru sayısıyla yakınlık gösteren tescil sayıları başvuruların nitelikli olduğunu anlamamızı sağlamaktadır.

4.4.3. Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası Görüşlerinin Değerlendirilmesi

Konya Ticaret Odası ve Konya Sanayi Odası’na yöneltilen sorulara alınan cevaplar burada değerlendirilmektedir. Tüm sorulara tam cevaplar alınamamıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, Konya Ticaret Odası ihracatçı firmalara aşağıdaki kalemlerde hizmet sunmaktadır:

1. İhracat belgeleri onay hizmeti
2. Tır Karnesi işlemleri
3. Ata Karnesi İşlemleri
4. Fuar Organizasyonları
5. Sektörel Ticaret Heyetleri ikili iş görüşmeleri
6. Alım heyetleri ikili iş görüşmeleri
7. Ülke toplantıları
8. Dış Ticaret Programları eğitimleri
9. Ülke sektör raporları

Konya Ticaret Odası’ndan alınan verilere göre ihracatçı firmalara 2021 yılında kalem başı sağlanan hizmet sayısı aşağıdaki gibidir:

Tablo 15. Konya Ticaret Odası İhracatçı Firmalara Sağlanan Hizmetler, 2021

DIŞ TİCARET	2021
Dolaşım Belgeleri	18.315
Sayısal Takograf Kartı	5.973
TIR Karneleri ve Ata Karneleri	914
İhracat Belgeleri Tasdiki	18.455
Diğer İşlemler	1.129

Toplam	44.786
---------------	---------------

Araştırma sonuçlarına göre, Konya Ticaret Odası'nın ihracatçı firmaların ihracatını artırmaya yönelik çalışmaları aşağıdaki gibidir:

1. Farklı ülkeler ile odamız üyeleri firmaları bir araya getirerek ikili iş görüşmeleri organizasyonları,
2. Ülke ve sektör raporları pazar araştırmaları,
3. Listofcompany.com ve b2bmeetingstr.com siteleri ile firmaların yurtdışında tanınırlığı artırılması.

Konya Ticaret Odası ihracatçı firmalara yönelik faaliyetlerde katılım sayısı 950 firmadır. Kayıtlı ihracatçı firma sayısı ise mevcut olmamakla beraber Konya'da ihracatçı firma sayısı 2021 yılı için 3068 olarak saptanmıştır. İhracatçı firmaların sektörel dağılımı ise otomotiv yedek parça, makine, tarım makineleri, savunma sanayi, mobilya, ayakkabı, gıda, plastik, tekstil, araçüstü ekipmanlar biçimindedir. Tüm sektörler sözü edilen web siteleri kapsamında desteklerden yararlanmaktadır. Listofcompany.com aylık ziyaretçi sayısı 35.000'dir.

Konya Ticaret Odası ihracatçı firmaların ihracatını artırmaya yönelik işbirliği protokolleri kapsamında 4 adet kamu kurum ve kuruluşuyla protokol imzalamıştır. Konya Ticaret Odası'na kayıtlı ihracatçı firmalarda sektörlere göre ihracat verileri aşağıdaki gibidir:

Tablo 16. Konya Ticaret Odası İhracatçı Firmaların Sektörlere Göre İhracat Verileri

SEKTÖR	2020	2021	DEĞ.
TOPLAM	2.174.807,74	2.997.558,21	%37,8
Makine ve Aksamaları	508.385,58	640.881,79	%26,1
Otomotiv Endüstrisi	421.123,93	596.069,87	%41,5
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	269.480,36	289.159,90	%7,3
Savunma ve Havacılık Sanayii	153.415,32	260.882,87	%70,1
Demir ve Demir Dışı Metaller	133.237,94	259.405,09	%94,7
İklimlendirme Sanayii	145.164,56	214.524,04	%47,8
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	155.708,66	168.592,42	%8,3
Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller	84.408,14	166.127,70	%96,8

Çelik	61.981,04	86.954,73	%40,3
Elektrik ve Elektronik	43.286,48	64.818,89	%49,7
Madencilik Ürünleri	35.364,55	59.294,23	%67,7
Meyve Sebze Mamulleri	45.254,34	42.945,28	-%5,1
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	32.862,24	42.334,65	%28,8
Deri ve Deri Mamulleri	23.213,69	26.160,37	%12,7
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	14.994,70	21.130,09	%40,9
Hazırgiyim ve Konfeksiyon	12.392,79	16.224,57	%30,9
Kuru Meyve ve Mamulleri	12.479,29	12.960,79	%3,9
Yaş Meyve ve Sebze	6.137,08	9.210,07	%50,1
Zeytin ve Zeytinyağı	6.407,02	6.263,24	-%2,2
Tekstil ve Hammaddeleri	3.890,73	5.705,59	%46,6
Halı	2.550,23	2.974,79	%16,6
Gemi, Yat ve Hizmetleri	1.387,59	2.242,00	%61,6
Diğer Sanayi Ürünleri	834,78	1.646,49	%97,2
Fındık ve Mamulleri	844,88	962,16	%13,9
Süs Bitkileri ve Mamulleri	0,64	76,03	%11835,3
Mücevher	1,20	10,55	%782,4

Konya Ticaret Odası ihracatçı firma ve üyelerinden gelen talepler aşağıdaki gibidir:

1. Yurtdışı depo ofis işyeri açma ile ilgili destekler,
2. Yurtdışı pazar araştırma ile ilgili destekler.

Konya Sanayi Odası'ndan alınan yanıtlara bakıldığında, ihracatçı firmalara verilen hizmet kalemleri şu şekildedir:

1. ATR,
2. Euro 1,
3. Dolaşım Belgesi,
4. Menşei Şehadetname,
5. Form-A belgelerinin satışı ve onaylanması,
6. İhracat faturalarının onaylanması,
7. Ata karnesi.

Konya Sanayi Odası, ihracatçı firmalara 2021’de ihracatı artırmaya yönelik olarak ihracat destek ofisi kapsamında ve AB projelerinin faaliyeti içerisinde eğitim ve danışmanlık hizmetleri vermiştir. Konya Sanayi Odası’na kayıtlı ihracatçı firma sayısı 2990’dır. İhracatı artırmaya yönelik aşağıdaki kamu kurum ve kuruluşla işbirliği protokolü imzalanmıştır:

1. Nijerya Ticaret ve Sanayi Odası, 19.03.2012.
2. Fes Bulmani Bölgesi Ticaret ve Sanayi Odası, 21.12.2012.
3. Voivodina Metal Kümesi, 16.03.2013.
4. Darmstadt Ticaret ve Sanayi Odası, 18.02.2015.
5. Jenin Ticaret ve Sanayi Odası, 09.09.2019.
6. Tacikistan Ticaret ve Sanayi Odası, 16.12.2021.

Ayrıca Konya Sanayi Odası ihracatçı firmalara yönelik faaliyetlere 2019’da katılım sayısı 593 kişi, 2020-2021’de 945 kişi olarak gerçekleşmiştir.

5. SONUÇ

Bu araştırmada, Konya’da imalat sanayi sektöründe ihracat teşviklerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Konya’nın Türkiye geneli çerçevesinde konumu ve güncel durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Konya’nın ihracat kapsamında güçlü bir il olduğu ve teşviklerin verimli karşılıklar bulduğu saptanmıştır.

2021’de, Konya’da ihracat Türkiye geneliyle uyumlu olmayacak biçimde artış göstermemiştir. Bu durum pandemi etkilerinin Türkiye genelinde daha fazla görülmesi ile açıklanabilir. Konya’da ihracatın neredeyse tamamı, imalat sanayi sektöründe gerçekleşmektedir. Bu nedenle Konya’da ihracattan bahsedildiğinde direkt olarak imalat sanayi sektörünün anlaşılması beklenen bir durumdur. Çalışmamızda da imalat sanayi sektörü değerlendirilmiştir. Alt sektörlerde makine ve teçhizat, motorlu kara taşıtı, gıda ürünleri gibi sektörler ön plana çıkmaktadır.

Konya’da ihracatın ithalatı karşılama oranı her yıl oldukça yüksek oranlarda gerçekleşmektedir. Özellikle 2021 yılında ciddi bir sıçrama olduğu görülmektedir. Türkiye geneli verileriyle genel olarak uyumlu biçimde artış ve azalış gösteren ihracatın ithalatı karşılama oranı, Türkiye’de istenen oranın oldukça altında gerçekleşmekle beraber Konya’da ciddi ekonomik katkı sağladığı anlaşılan sonuçlar vermektedir.

Konya’da 2017-2021 yılları arasında düzenlenen teşvik belgelerinin çok büyük kısmı imalat sektörü kapsamında düzenlenmektedir. Yatırım tutarları ve istihdam da dolayısıyla en yüksek bu sektörde karşımıza çıkmaktadır. Teşvik belgelerinin sektörlere göre dağılımında son yıl verileri de daha önce sözü edilen verilerle uyumlu biçimdedir ve imalat sektörü ön plandadır.

Düzenlenen teşvik belgeleri sayısına göre Türkiye genelinde Konya 2020’de 10, 2021’de 13. sırada yer almıştır. Ar-Ge merkezleri sayısında ise 8. sırada bulunan Konya, ihracat başarısı ve dolayısıyla teşvikleri kapsamında ön planda bir il olarak değerlendirilmektedir. Konya’da toplam 23 Ar-Ge merkezi varken 1 adet tasarım merkezi bulunmaktadır. Bu veriyle de Konya tasarım merkezleri sıralamasında 16. sırada yer almaktadır. Tasarım merkezi sayısının artırılması yüksek ihracat başarısına sahip olduğu düşünülen Konya için önemli bir öneri olacaktır.

Konya faydalı model başvurularında 5. sırada yer almaktadır. Faydalı model tescillerinde de sıralaması aynıdır. 2020 ve 2021 yıllarının kıyaslanmasında kabul

oranlarının artış gösterdiği göze çarpmaktadır. İllere göre tasarım başvurularında da durum dikkat çekicidir. Başvuru sayısında Konya 7. sırada bulunurken tescil sayısında 6. sıraya yerleşmektedir. Bu durum yüksek kabul oranını göstermekte ve firmaların başarı düzeyinin yüksek olduğunu vurgulamaktadır.

Marka başvuru ve tescillerinde de yine yüksek kabul oranları dikkat çekmektedir. Özellikle 2021’de önceki yıllarda görülen düşüşlerin aksine kabul oranı artış göstermiştir. Patent başvuru ve tescillerinde başvuru sayısı sıralamasında Konya 9, tescil sıralamasında 7. sırada yer almıştır. Yine kabul oranlarında özellikle 2021’de ciddi bir sıçrama olduğu anlaşılmaktadır.

Endüstriyel tasarım başvuru ve tescil istatistiklerine göre Konya her iki grupta 6. sıradadır. Endüstriyel tasarım başvurularının kabul oranları patent başvuruları gibi 2021’de ciddi bir sıçrama göstermiştir. Bu yükselişlerin nedenleri yapılacak anket çalışmalarıyla sonraki çalışmalarda ortaya konulmaya çalışılabilir. Ayrıca sonraki araştırmalarda aynı bölgede bulunan farklı illerle Konya’nın karşılaştırması yapılabilir.

İhracat ile patent, markalaşma, tasarım ve faydalı model başvuruları arasındaki ilişkiye dair atıf ve önceki çalışmalarla karşılaştırma yapılmalıdır; bu durum literatürde bilinen gerçeklikten biraz farklıdır. İhracat ile patent, markalaşma, tasarım ve faydalı model başvuruları artarken ihracat da doğru orantılı artmamıştır. Bu durum tezin özgün yönü ve bilgiye en önemli katkısıdır.

Konya’da pek çok ihracatçı firma bulunmakta ve bunların çok büyük kısmı imalat sanayi sektöründe faaliyet göstermektedir. İhracatçı firmaların talepleri yurtdışı depo ofis açma ve yurtdışı pazar araştırma ile ilgilidir. Bu taleplerin de Konya’da ihracat başarısının yüksekliğini vurguladığı ve yurtdışına açılma isteğinin böylelikle ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu kapsamda Konya’da ihracatçı firmalarla yapılacak anket çalışmaları ya da mülakat uygulamalarının mevcut durumu daha net biçimde ortaya koyabileceği düşünülmekte, sonraki araştırmacılara önerilmektedir.



6. KAYNAKÇA

- Ahmad, I. (2015). The Value of Export Incentives. *The Lahore Journal of Economics*, 99-127.
- Akdeniz, K. (2005). *Dış Ticaretin Finansmanında Kullanılan Krediler*. İzmir: TBB Eğitim ve Tanıtım Grubu Seminer Notları.
- Akgüç, Ö. (1986). Dışsatımın Finansmanında Bir Yöntem 'Forfaiting'. *Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*(Ocak).
- Akgüç, Ö. (2013). *Dış Ticaret Finansmanı*. İstanbul: Arayış Basım ve Yayıncılık.
- Ataman, Ü., & Sumer, H. (2003). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Aytemiz, L., & Helhel, Y. (2007). Kobilerin Teşvik Tedbirlerinden Yararlanma Eğilimi: Isparta Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12(1), 163-179.
- Barker, A., & Kaynak, E. (1992). An empirical investigation of the difference between initiating and continuing exporters. *European Journal of Marketing*, 19(2), 53-72.
- Basile, A., & Germidis, D. (1984). *Investing in Free Export Processing Zones*,. OECD.
- Boratav, K., & Yeldan, E. (2001). *Turkey, 1980-2000: Financial Liberalization, Macroeconomic (In)-Stability and Patterns of Distribution*. <http://yeldane.bilkent.edu.tr/B&YCEPA2002.PDF> adresinden alındı
- Briggs, P. (1998). *International Trade and Payments*. Oxford: Blakwell Publishing.
- Briggs, P. W. (1987). *Foreign Currency Exposure Management*. Londra: Butterworths.
- Canitez, M., & Bedestenci, Ç. (2012). *Dış Ticaret İşlemler ve Uygulamalar*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Ceylan, A. (2001). *İşletmelerde Finansal Yönetim*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Ceylan, A. (2002). *Finansal Teknikler*. Bursa: Ekin Yayınları.
- Cooper, C., & Finkelstein, S. (2019). *Advances in mergers and acquisitions*. Emerald Publishing Limited.

- Çalış, A. (2008). *İhracatta Teslim Şekilleri ve Nakliyat*. Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME.
- Çelik, K. (2012). *Uluslararası İktisat*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Çümen, A. (2010). Basel 2 Sürecinde Kredi Derecelendirme ve KOBİ'lere Etkileri ve Denizli'de Faaliyet Gösteren Bir KOBİ'de Uygulaması. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Demirel, E. T., & Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.
- Ekinci, M. B. (1999). Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Gelişimi ve Finansal Sorunları. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdemol, H. (1993). *Bankalarda Dış Ticaret İşlemleri ve Uygulama*. İstanbul: Akbank Yayınları.
- Erol, C. (1999). *İşletmelerde Finansal Yönetim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- FASAB. (2017, 04 05). *FASAB New*. Federal Accounting STandards Advisory Board: <http://www.fasab.gov/fasabnews/fasabn76.pdf> adresinden alındı
- Freixanet, J. (2012). Export promotion programmes: their impact on companies' internationalization performance and competitiveness. *International Business Review*, 21(6), 1065-1086.
- Giray, F. (2008). *Vergi Teşvik Sistemi*. Ezgi Kitabevi.
- Grenadier, S. R. (1996). Leasing and Credit Risk. *Journal of Financial Economics*, 42(3), 333-364.
- Gürsoy, Y. (2006). *Dış Ticaret İşlemleri*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Kalkan, S., & Baştaş, Ü. (2009). *Kriz Döneminde İhracat Yapısının İşsizlik Üzerindeki Etkileri*. TEPAV Politika Notu.
- Karabayır, M. E., Gülşen, A. Z., Çıfci, S., & Muzaffar, H. (2012). Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye'deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(67), 69-93.

- Kemer, O. (2003). *İhracat Teşvikleri*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Kutlu, E., & Hacıköylü, C. (2007). Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Devlet Yardımları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 367-390.
- Küçükçolak, R. A. (1998). *Dış Ticaret İşlemlerinin Finansman Sorununun Sermaye Piyasası Yoluyla Çözümü*. İstanbul: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayını.
- Lederman, D., Olarreaga, M., & Payton, L. (2010). Export promotion agencies: do they work? *Journal of Development Economics*, 91(2), 257-265.
- Lederman, D., Olarreaga, M., & Zavala, L. (2016). Export promotion and firm entry into and survival in export markets. *Canadian Journal of Development Studies*, 37(2), 142-158.
- Leonidou, L., Samiee, S., Aykol, B., & Talias, M. (2014). Antecedents and outcomes of exporter-importer relationship quality: synthesis, meta-analysis, and directions for further research. *Journal of International Marketing*, 22(2), 21-46.
- Maç, M. (2001, Ocak 1). *KDV Açısından, Yurtdışı Hizmet Nedir? Hizmet İhracı Nedir?* <http://www.vergi.tc:> <http://www.vergi.tc/makaleDetay/MehmetMac/KDV-ACISINDAN-YURT-DISI-HIZMET-NEDIR--HIZMET-IHRACI-NEDIR-/16cc149c-06b2-4c79-b5c2-0079f5f8cf02> adresinden alındı
- Melemen, M., & Arzova, S. B. (1998). *Uluslararası Ticaret Finansman Teknikleri ve Ticari İngilizce*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Melemen, M., & Arzova, S. B. (2000). *Uluslararası Ticaret Alternatif Finansman Teknikleri ve Muhasebeleştirilmesi Ticari Yazışma Örnekleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Okan, E. E. (2006). Türkiye'de Finansal Kiralama Konusundaki Düzenlemeler, IFRS ve FASB Açısından Değerlendirilmesi ve Muhasebe Uygulamaları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Onursal, E. (1991). İhracatı Tesvik Politikası ve Gelismis Bazi Ulkelerde Tesvik Tedbirleri Uygulamasi. *Dis Ticarette Durum*, 6-23.

- Osmaniye Ticaret ve Sanayi Odası. (2018). *Dış Ticaret Nedir?*
<http://www.osmaniyetso.org.tr:> <http://www.osmaniyetso.org.tr/dis-ticaret-nedir.html> adresinden alındı
- Osnabrugge, M. V. (2002). A Comparison of Business Angel and Venture Capitalist Investment Procedures: An Agency Theory-Based Analysis. *Venture Capital*, 2(2), 91-109.
- Öncü, B. (1988). *Forfaiting Uygulaması*. Ankara: T. C. Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi yayınları.
- Özdemir, Z. (2005). Dış Ticaret Finansman Tekniklerinden Faktoring ve Forfaiting İşlemleri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(10), 194-224.
- Özen, N. (2009). *Döviz ve Eximbank Kredileri*. İstanbul: TBB Eğitim ve Seminer Notları.
- Pattnayak, S., & Thangavelu, S. (2014). Productivity and learning-by-exporting: a firm-level analysis of Indian manufacturing. *The World Economy*, 37(7), 1016-1026.
- Pekdemir, R. (1997). Dış Ticaret İşlemlerinde Muhasebe ve Vergi Uygulamaları. *İSMMMO, Eğitim Semineri Notları*. İstanbul: Öz matbaacılık.
- Pickernell, D., Jones, P., Thompson, P., & Packham, G. (2016). Determinants of SME exporting: insights and implications. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(1), 31-42.
- Sakarya, S. (2009). İhracat Yapan İşletmelerin Finansman Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(42), 117-134.
- Sarıaslan, H. (1996). *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Finansal Sorunları: Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi*. Ankara: TOBB Yayını.
- Şanlı, C., & Ekşi, N. (2000). *Uluslararası Ticaret Hukuku*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Şenol, M. (2017, 04 05). *Türk Eximbank*. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği: <http://www.abm.tobb.org.tr/haberler/abdisbirligi/Murat%20%C5%9Eenol%20Sunu%C5%9F.ppt> adresinden alındı

- Serka. (2013). *112 Soruda Ekonomi Bakanlığı Destekleri (İhracat Destekleri)*. Serka Kalkınma Ajansı.
- Süzer, Y. (2019). Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Karaman İli Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- T.C. Resmi Gazete. (2012, 12 13). *Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanunu*. Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/12/20121213-1.htm> adresinden alındı
- Tanglao, A. (2018). *The 5 Key Features of a Good Incentive Plan*. Zegal: <https://zegal.com/blog/post/5-key-features-good-incentive-plan/> adresinden alındı
- Taymaz, E., Voyvoda, E., & Yılmaz, K. (2011). Uluslararası Üretim Zincirlerinde Dönüşüm ve Türkiye'nin Konumu. *TUSİAD-Koç Üniversitesi Ekonomik Araştırma Forumu Çalışma Raporları Serisi*.
- Tekbaş, M. Ş., Seval, B., Köse, A., Kıyılar, M., & Sarıkovanlık, V. (2015). *Finansal Yönetim ve Mali Analiz*. Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu.
- Tekin, M. (1983). *İhracatin Gelistirilmesi Acısından İhracatçı Sermaye Şirketlerinin Önemi ve Konunun Türkiye Acısından Değerlendirilmesi*. DPT.
- Ticaret Bakanlığı. (2022). *Yürürlükte Bulunan STA'lar*. <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/serbest-ticaret-anlasmalari/yururlukte-bulunan-stalar> adresinden alındı.
- Tiryaki, B. (2006). Leasing İşlemleri ile İlgili Avrupa Birliği Mevzuatının Türk Hukuku Bakımından Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5(1), 227-251.
- Toroslu, M. (1999). *Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebe* (2. b.). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- TÜBİTAK. (2016). *Özel Sektör: Ar-Ge, Yenilik ve Girişimcilik Destekleri*. TEYDEB.
- Türk Eximbank. (2005). *Türk Eximbank 2004 Yılı Faaliyet Raporu*. Ankara: Türk Eximbank.

- Türk Eximbank. (2005). *Yurtdışı Mağazalar Yatırım Kredisi Uygulama Esasları* (25/04/2005 Revizyonu). Ankara: Türk Eximbank.
- Türk Eximbank. (2008). *İhracat Finansmanı Aracılık Kredisi (EFIL-IV) Uygulama Esasları*. Ankara: Türk Eximbank.
- Türk Eximbank. (2010). *Türk Eximbank 2009 Yılı Faaliyet Raporu*. Ankara: Türk Eximbank.
- Türk Eximbank. (2021). *Bankamız Hakkında*.
<https://www.eximbank.gov.tr/tr/hakkimizda/kurumsal/bankamiz-hakkinda>
adresinden alındı
- Usta, Ö. (2012). *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vural, A. (2006). Türkiye'de Leasing İşlemlerinin Karşılaştırmalı Bir Analizi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Wagner, J. (2013). Exports, imports and firm survival: first evidence for manufacturing enterprises in Germany. *Review of World Economics*, 149(1), 113-130.
- Wilkinson, T., & Brouthers, L. E. (2006). Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15(3), 233-252.
- Yu, Y., & Su, X. (2021). Governing through the NGO—community eldercare in Beijing and Shanghai. *Eurasian Geography and Economics*, 1-21.
- Zaim, F. (2011). Türk Bankacılık Sisteminde Dış Ticaretin Finansmanı ve Türk Eximbank Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Ziemann, V., & Guérard, B. (2016). *Reaping the benefits of global value chains in Turkey*. OECD.



T.C.
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu



Sayı : E-46409256-300-35133
Konu : Dr. Öğr. Üyesi Fatih Cura Hk.

07.06.2022

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA
Öğretim Üyesi

İhracat Teşviklerinin Konya İmalat Sanayisi Açısından Değerlendirilmesi isimli ekte başvuru evrakları verilen araştırma projesi çalışmasının Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA'nın sorumluluğunda, Yardımcı Araştırmacı olarak Mine KARABIYIK'ın katılımları ile yürütülmesi ile ilgili İnsan Araştırmaları Etik Kurulumuza yapmış olduğunuz başvurunuz 26.05.2022 tarihli 2022/05/32 sayılı kararımızda değerlendirilmiştir. İlgili çalışmanızda Üniversitemizin adının geçmemesi ve araştırmanın yapılacağı kurum ve kuruluşlardan idari izin alınarak çalışmanız şartı ile kurulumuzca uygun bulunmuştur.

Çalışmalarınızda başarılar diler gereğini saygılarımla rica ederim.

Doç. Dr. Bilge AFŞAR
İnsan Araştırmaları Etik Kurul Başkanı

Ek:Dr. Öğr. Üyesi Fatih CURA (11 Sayfa)

Mevcut Elektronik İmzalar

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

BİLGE AFŞAR (İnsan Araştırmaları Etik Kurulu - İnsan Araştırmaları Etik Kurul Başkanı) 07.06.2022 13:25
Belge Doğrulama Kodu :BSM33KM4AN Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/kto-karatay-universitesi-ebys>

Adres:Akabe Mahallesi Alaaddin Kap Caddesi No:130 Karatay/Konya
Telefon:444 1251 Faks:0332 202 00 44
e-Posta:rektorluk@karatay.edu.tr Web:www.karatay.edu.tr
Kep Adresi:ktokaratayuniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için: Celaleddin ÇİBIK
Unvanı: Sekreter
Tel No: 444 1251-7258



7. ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Mine Karabıyık

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi / İşletme Fakültesi

Yüksek Lisans Öğrenimi : KTO Karatay Üniversitesi Uluslararası Ticaret Tezli
Yüksek Lisans Programı

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar : Meram Elektrik Perakende Satış A.Ş. / Faturalandırma ve
İcra Alacak Yetkilisi

Tarih: 19.08.2022