



T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**BÖLGESEL KALKINMADA İHRACAT TEŞVİKLERİNİN
ETKİNLİĞİ: KARAMAN İLİ ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Ayşe Yağmur SÜZER

İktisat Ana Bilim Dalı

İktisat Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Bülent DARICI

KARAMAN – 2019



T.C.

KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**BÖLGESEL KALKINMADA İHRACAT TEŞVİKLERİNİN
ETKİNLİĞİ: KARAMAN İLİ ÖRNEĞİ**

Hazırlayan

Ayşe Yağmur SÜZER

İktisat Ana Bilim Dalı

İktisat Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman

Doç. Dr. Bülent DARICI

KARAMAN – 2019



TEZ ONAY SAYFASI FORMU

Doküman No	FR-285
İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
Revizyon Tarihi	
Revizyon No	00
Sayfa No	1/1

BÖLGESEL KALKINMADA İHRACAT TEŞVİKLERİNİN ETKİNLİĞİ: KARAMAN İLİ ÖRNEĞİ

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 08.08.2019

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

Başkan : Doç. Dr. Bülent DARICI

Üye : Doç. Dr. Savaş ERDOĞAN

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Gökhan AKAR

İmzası

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 25.07.2019 tarihli ve 33/458 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Doç. Dr. İdris Nebi UYSAL



Hazırlayan

Kalite Sistem Onayı

ÖNSÖZ

Bu çalışma, Karaman ilinde ihracat yapan şirketlerin devlet tarafından verilen ihracat teşviklerinden yararlanma durumunu, nasıl ve ne kadar yararlandıklarını ve Karaman ilinin kalkınmasında bu teşviklerin etkinliğini belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmayla, ihracat teşviklerinin ekonomik anlamda bölgesel kalkınmaya doğrudan ve olumlu etkisinin, yerel düzeyde Karaman ilinde de var olup olmadığı incelenerek, mevcut teşvik kullanım durumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Çalışma süresince, desteğini, emeğini ve sabrını benden hiç esirgemeyen, neredeyse her gün vakit ayıran, her aradığımda sorularımı cevaplayan çok kıymetli danışman hocam Doç. Dr. Bülent DARICI'ya, anket çalışmamın analiz edilmesinde değerli zamanını ve bilgisini benimle paylaşan sevgili hocam Dr. Öğretim Üyesi Nezahat EKİCİ'ye canı gönülden teşekkürlerimi borç bilirim. Ayrıca süreç içerisinde bana moral olan, çalışmamda manevi olarak yanımda olan ve anket çalışmamın saha çalışmasında benden desteklerini esirgemeyen yakın çevreme, arkadaşlarıma ve yakınlarıma canı gönülden teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

Kalkınma kavramının 1929 Büyük Ekonomik Buhran sonrası önem kazanmasıyla birlikte, ulusal kalkınmaya katkı sağlayacağı görüşüyle bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması (bölgesel kalkınma) ön planda tutulmuştur. Bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesinde en önemli etkenlerden birisinin dış ticaret olduğu görülmüştür. Dış ticaret ile bölgesel kalkınma arasındaki ilişkinin temelleri ise ihracata dayalı sanayileşme stratejilerine dayandığı bilinmektedir. 1980’li yıllarda ülkeler, ithal ikamecilik anlayışını geride bırakarak, ihracata dayalı sanayileşme stratejilerini uygulamaya koydukları, ihracatın özendirilmesi ve ihracata yönelik teşviklerin çeşitlendirilmesi için daha fazla fon kaynağı ayrılmaya başlandığı görülmüştür.

Tez çalışmamız, Karaman ilinde ihracat yapan şirketlerin devlet tarafından verilen ihracat teşviklerinden yararlanma durumunu, nasıl ve ne kadar yararlandıklarını ve Karaman ilinin kalkınmasında bu teşviklerin etkinliğini belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmayla, ihracat teşviklerinin ekonomik anlamda bölgesel kalkınmaya doğrudan ve olumlu etkisinin, yerel düzeyde Karaman ilinde de var olup olmadığı incelenerek, mevcut teşvik kullanım durumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Tez çalışmamızın son bölümünde, Karaman ilinde bulunan ihracatçı şirketlere yapılan anketten elde edilen veriler, SPSS 23 paket programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda en yaygın kullanılan teşviğin KDV istisnası olduğu görülmüştür. Diğer teşviklerin ise daha az kullanıldıkları ve kullanılanların ise son beş yılda gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bölgesel Kalkınma, Kalkınma Planları, İhracat Teşvikleri, Türkiye’de İhracat Teşvikleri; Karaman ili

ABSTRACT

Concept of development, gaining importance after the Great Depression in 1929, with the view that it will contribute to national development, reduction of interregional development disparities (regional development) has been in the foreground. One of the most important factors in the realization of regional development has been seen as foreign trade. The basis of the relationship between foreign trade and regional development is known to be based on export-based industrialization strategies. It has been observed that the countries in the years of 1980s, leaving the understanding of Import substitution industrialization behind, they have implemented export-based industrialization strategies and have started to allocate more sources of funding for export promotion and diversification of export encouragement.

Our thesis is directed to determine how and how much they benefited of these encouragement in the development of Karaman province and to see status of the city of Karaman exporting companies to benefit from the export encouragement given by the state. In this study, it is aimed to evaluate whether the direct and positive effect of export incentives on regional development in economic sense also exists in Karaman province at the local level and to evaluate the current encouragement using cases.

In the last chapters of our thesis, SPSS 23 package program was used to analyze the questionnaire data obtained from the surveys conducted with exporting companies in Karaman province. As a result of the analysis, the most commonly used encouragement is VAT exemption. Other encouragements were used less and were realized in the last five years.

Keywords: Regional Development, Development Plans, Export Encouragement, Export encouragement in Turkey; Karaman Province

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
KISALTMALAR.....	viii
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
EKLER LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ.....	1
1.BÖLGESEL KALKINMAYA BAKIŞ VE DIŞ TİCARETTE İHRACAT ANLAYIŞI.....	4
1.1 BÖLGE KAVRAMINA GENEL BAKIŞ.....	4
1.2 KALKINMA KAVRAMINA GENEL BAKIŞ.....	8
1.3 BÖLGESEL KALKINMA KAVRAMI VE TARİHSEL BAKIŞ	9
1.3.1 Dünya’da Bölgesel Kalkınma Anlayışı	9
1.3.2 Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Anlayışı	10
1.3.2.1 Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Planları.....	11
1.3.2.1.1 Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (Birinci BYKP) (1963-1967)	11
1.3.2.1.2 İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (İBYKP) (1968-1972).....	12
1.3.2.1.3 Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (ÜBYKP) (1973-1977)	14
1.3.2.1.4 Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (Dördüncü BYKP) (1979-1983)	
.....	15

1.3.2.1.5 Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (Beşinci BYKP) (1985-1989)	16
1.3.2.1.6 Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (ABYKP) (1990-1994).....	17
1.3.2.1.7 Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (YBYKP) (1996-2000).....	18
1.3.2.1.8 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (SBYKP) (2001-2005)	19
1.3.2.1.9 Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (Dokuzuncu BYKP) (2007-2013).....	20
1.3.2.1.10 Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (Onuncu BYKP) (2014-2018) ...	21
1.3.2.1.11 On Birinci Kalkınma Planı (OBKP) (2019-2023).....	22
1.4 DIŞ TİCARETTE İHRACAT KAVRAMI VE BÖLGESEL KALKINMA ARASINDAKİ İLİŞKİ	24
1.4.1 Dış Ticarete İhracat Kavramının Tanımı.....	24
1.4.2 Dış Ticarete İhracat ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki	24
2. TEŞVİK KAVRAMI VE TÜRKİYE’DE İHRACAT TEŞVİKLERİ	27
2.1 TEŞVİK KAVRAMININ TANIMI, ÖZELLİKLERİ, AMAÇLARI, KAPSAMI VE ÇEŞİTLERİ.....	27
2.1.1 Teşvik Kavramının Tanımı.....	28
2.1.2 Teşvik Kavramının Temel Özellikleri.....	28
2.1.3 Teşvik Kavramının Amaçları	29
2.1.4 Teşviğin Kapsamı	31
2.1.5 Teşvik Çeşitleri.....	31
2.2 DIŞ TİCARETTE İHRACAT TEŞVİKLERİ, İHRACAT TEŞVİKLERİNİN DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE GÖRÜNÜMÜ	33
2.2.1 Dış Ticarete İhracat Teşvikleri	33
2.2.2 Dünya’da İhracat Teşviklerinin Görünümü.....	34
2.2.3 Türkiye’de İhracat Teşviklerinin Görünümü.....	35
2.2.3.1 Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Teşvikleri.....	36

2.2.3.1.1 Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (UR-GE Desteği) .	36
2.2.3.1.2 Pazara Giriş Belgeleri Desteği.....	39
2.2.3.1.3 Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği	41
2.2.3.1.4 Rapor Desteği	42
2.2.3.1.5 Yurtdışı Şirket Alım Desteği	43
2.2.3.1.6 Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği	45
2.2.3.1.7 Sektörel Alım Heyetleri Desteği	47
2.2.3.1.8 E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği.....	48
2.2.3.1.9 İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği .	49
2.2.3.1.10 Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projelerinin Desteklenmesi (KTZ Desteği).....	51
2.2.3.1.11 Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği.....	52
2.2.3.1.12 Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği	54
2.2.3.1.13 İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği	55
2.2.3.1.14 Alıcı Kredi Desteği.....	56
2.2.3.1.15 Yurtdışı Fuar Destekleri	57
2.2.3.1.16 Yurtiçi Fuar Destekleri	59
2.2.3.1.17 Tasarım Desteği.....	61
2.2.3.1.18 Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY Desteği.....	63
2.2.3.1.19 Alım Heyetleri	65
2.2.3.1.20 Genel Ticaret Heyetleri	66
2.2.3.1.21 Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi	66
2.2.3.1.22 Türk Eximbank Destekleri.....	67

2.2.3.1.23 Diğer Uygulamalar	68
2.2.3.1.23.1 Dahilde İşleme Rejimi (DİR)	68
2.2.3.1.23.2 Hariçte İşleme Rejimi (HİR)	69
2.2.3.1.23.3 Vergi, Resim ve Harç İstisnası	70
3.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ, ANKET ÇALIŞMASININ DEĞERLENDİRİLMESİ, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	71
3.1 ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	71
3.1.1 Araştırmanın Amacı	71
3.1.2 Araştırmanın Önemi	71
3.1.3 Araştırmanın Kapsamı	72
3.1.4 Araştırmanın Yöntemi	72
3.1.5 Araştırmanın Kısıtları	73
3.1.6 Literatür	73
3.2 ANKET ÇALIŞMASININ DEĞERLENDİRİLMESİ, SONUÇ VE ÖNERİLER.....	77
3.2.1 Anket Çalışmasının Değerlendirmesi	77
3.2.2 Sonuç ve Öneriler	104
KAYNAKÇA.....	111
EKLER	119
EK-1: ANKET SORULARI.....	119

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AET: Avrupa Ekonomi Topluluğu

AR-GE: Araştırma Geliştirme

BGUS: Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi

BSMV: Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi

BYKP: Beş Yıllık Kalkınma Planı

DİİB: Dahilde İşleme İzin Belgesi

DİR: Dahilde İşleme Rejimi

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

DTÖ: Dünya Ticaret Örgütü

DTSS: Dış Ticaret Sermaye Şirketi

EİK: Ekonomik İşbirliği Komitesi

EXİMBANK: Türkiye İhracat Kredi Bankası Anonim Şirketi

GB: Gümrük Birliği

GSB: Gençlik ve Spor Bakanlığı

GSYH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

İGE: İnsani Gelişme Endeksi

İSEDAK: İslam Konferansı Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi

IMF: Uluslararası Para Fonu

Hİİ: Hariçte İşleme İzni

HİR: Hariçte İşleme Rejimi

KDV: Katma Değer Vergisi

KEİ: Karadeniz Ekonomik İşbirliği

KKDF: Kredi Kaynak Destekleme Fonu

KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KTZ: Küresel Tedarik Zinciri

OECD: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

OSB: Organize Sanayi Bölgesi

ÖİK: Özel İhtisas Komisyonu

ÖUKP: Ön Ulusal Kalkınma Planı

SDŞ: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri

STB: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

T.C: Türkiye Cumhuriyeti

TİM: Türkiye İhracatçılar Meclisi

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TSO: Ticaret ve Sanayi Odaları

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu

TÜFE: Tüketici Fiyatları Endeksi

UR-GE: Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği

Yİ-ÜFE: Yurtiçi Üretici Fiyatları Endeksi



TABLÖLAR LİSTESİ

<i>Tablo 1: Literatürde geçen bazı bölge tanımlamaları</i>	<i>4</i>
<i>Tablo 2: Teşvik Çeşitleri</i>	<i>32</i>
<i>Tablo 3: UR-GE Desteği Bilgisi.....</i>	<i>37</i>
<i>Tablo 4: UR-GE Desteği Mali Özeti</i>	<i>38</i>
<i>Tablo 5: Pazara Giriş Belgeleri Desteği Bilgisi</i>	<i>39</i>
<i>Tablo 6: Pazara Giriş Belgeleri Desteği Mali Özeti.....</i>	<i>40</i>
<i>Tablo 7: Yurtdışı Pazar Araştırmaları Desteği Bilgisi.....</i>	<i>41</i>
<i>Tablo 8: Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği Mali Özeti</i>	<i>42</i>
<i>Tablo 9: Rapor Desteği Bilgisi.....</i>	<i>42</i>
<i>Tablo 10: Rapor Desteği Mali Özeti</i>	<i>43</i>
<i>Tablo 11: Yurtdışı Şirket Alım Desteği Bilgisi</i>	<i>44</i>
<i>Tablo 12: Yurtdışı Şirket Alım Desteği Mali Özeti.....</i>	<i>45</i>
<i>Tablo 13: Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği Bilgisi</i>	<i>45</i>
<i>Tablo 14: Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği Mali Özeti.....</i>	<i>46</i>
<i>Tablo 15: Sektörel Alım Heyetleri Desteği Bilgisi</i>	<i>47</i>
<i>Tablo 16: Sektörel Alım Heyetleri Desteği Mali Özeti.....</i>	<i>48</i>
<i>Tablo 17: E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği</i>	<i>48</i>
<i>Tablo 18: E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği Mali Özeti</i>	<i>49</i>
<i>Tablo 19: İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği Bilgisi</i>	<i>50</i>
<i>Tablo 20: İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği Mali Özeti</i>	<i>50</i>
<i>Tablo 21: KTZ Desteği Bilgisi.....</i>	<i>51</i>
<i>Tablo 22: KTZ Desteği Mali Özeti</i>	<i>52</i>
<i>Tablo 23: Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Bilgisi.....</i>	<i>52</i>

<i>Tablo 24: Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği Mali Özeti</i>	<i>53</i>
<i>Tablo 25: Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği Bilgisi</i>	<i>54</i>
<i>Tablo 26: Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği Mali Özeti</i>	<i>55</i>
<i>Tablo 27: İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği Bilgisi.....</i>	<i>55</i>
<i>Tablo 28: Alıcı Kredi Desteği Bilgisi</i>	<i>56</i>
<i>Tablo 29: Yurtdışı Fuar Desteği Bilgisi</i>	<i>57</i>
<i>Tablo 30: Yurtdışı Fuar Desteği Mali Özeti.....</i>	<i>58</i>
<i>Tablo 31: Yurtiçi Fuar Desteği Bilgisi</i>	<i>59</i>
<i>Tablo 32: Yurtiçi Fuar Desteği Mali Özeti</i>	<i>60</i>
<i>Tablo 33: Tasarım Desteği Bilgisi</i>	<i>61</i>
<i>Tablo 34: Tasarım Desteği Mali Özeti</i>	<i>62</i>
<i>Tablo 35: Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALİTY Desteği Bilgisi</i>	<i>63</i>
<i>Tablo 36: Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALİTY Desteği Mali Özeti.....</i>	<i>64</i>
<i>Tablo 37: Alım Heyetleri Bilgisi.....</i>	<i>65</i>
<i>Tablo 38: Genel Ticaret Bilgisi</i>	<i>66</i>
<i>Tablo 39: Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi Bilgisi</i>	<i>66</i>
<i>Tablo 40: Dahilde İşleme Rejimi Bilgisi</i>	<i>68</i>
<i>Tablo 41: Hariçte İşleme Rejimi Bilgisi</i>	<i>69</i>
<i>Tablo 42: Vergi, Resim ve Harç İstisnası Bilgisi</i>	<i>70</i>
<i>Tablo 43: Ankete şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir?</i>	<i>77</i>
<i>Tablo 44: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?</i>	<i>78</i>
<i>Tablo 45: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?</i>	<i>79</i>

<i>Tablo 46: Kaç yıldır bu pozisyonda görev yapıyorsunuz?</i>	<i>79</i>
<i>Tablo 47: Cinsiyetiniz ?.....</i>	<i>80</i>
<i>Tablo 48: Şirketinizin tipi nedir?</i>	<i>81</i>
<i>Tablo 49: Şirketinizin faaliyet alanı nedir?.....</i>	<i>81</i>
<i>Tablo 50: Şirketiniz kaç yıldır faaliyettedir?.....</i>	<i>82</i>
<i>Tablo 51: Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?</i>	<i>83</i>
<i>Tablo 52: Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?.....</i>	<i>84</i>
<i>Tablo 53: Şirketiniz kaç yıldır ihracat yapmaktadır?</i>	<i>85</i>
<i>Tablo 54: Şirketiniz, aşağıdaki ürün tiplerinden hangisini ihraç etmektedir?.....</i>	<i>86</i>
<i>Tablo 55: Şirketiniz, ihracatını nasıl finanse etmektedir?</i>	<i>87</i>
<i>Tablo 56: Şirketinizin yurtdışı pazarlara ulaşma yönetimi nedir?</i>	<i>88</i>
<i>Tablo 57: Şirketinizin ürünleri pazarlarken kullandığı tutundurma araçları nelerdir?</i>	<i>89</i>
<i>Tablo 58: İlgili teşvikten ne kadar süredir faydalanmaktasınız?</i>	<i>90</i>
<i>Tablo 59: İlgili teşvikten yararlanma sıklığınız nedir?</i>	<i>94</i>
<i>Tablo 60: İhracat teşviklerinden yeterince yararlanmadığınızı düşünüyorsanız sebeplerini işaretleyiniz.....</i>	<i>97</i>
<i>Tablo 61: Anket verilerinden elde edilen teşvik kullanımları.....</i>	<i>99</i>
<i>Tablo 62: İstihdam sayınızda artış oldu mu?</i>	<i>99</i>
<i>Tablo 63: Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?</i>	<i>100</i>
<i>Tablo 64: Çalışan personellerinizin ücretlerinde artış sağladınız mı?.....</i>	<i>100</i>
<i>Tablo 65: Sermayenizde artış gerçekleşti mi?.....</i>	<i>101</i>
<i>Tablo 66: Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?</i>	<i>102</i>
<i>Tablo 67: Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?</i>	<i>103</i>

<i>Tablo 68: İhracatın kayıt dışı oranını azalttığını düşünüyor musunuz?</i>	<i>103</i>
<i>Tablo 69: Sonuç ve Öneriler</i>	<i>106</i>



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Ankete şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir?	77
Şekil 2: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?	78
Şekil 3: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?	79
Şekil 4: Kaç yıldır bu pozisyonda görev yapıyorsunuz?	80
Şekil 5: Cinsiyetiniz ?	80
Şekil 6: Şirketinizin tipi nedir?	81
Şekil 7: Şirketinizin faaliyet alanı nedir?	82
Şekil 8: Şirketiniz kaç yıldır faaliyettedir?	82
Şekil 9: Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?	83
Şekil 10: Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?	84
Şekil 11: Şirketiniz kaç yıldır ihracat yapmaktadır?	85
Şekil 12: İstihdam sayınızda artış oldu mu?.....	99
Şekil 13: Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?	100
Şekil 14: Çalışan personellerinizin ücretlerinde artış sağladınız mı?	101
Şekil 15: Sermayenizde artış gerçekleşti mi?	101
Şekil 16: Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?	102
Şekil 17: Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?	103
Şekil 18: İhracatın kayıt dışı oranını azalttığını düşünüyor musunuz?	104

EKLER LİSTESİ

EK-1: ANKET SORULARI.....	119
---------------------------	-----



GİRİŞ

İktisat literatüründe bölgesel kalkınma kavramının, II. Dünya Savaşından sonra itibar gördüğü gözlemlenmiştir. Bölgesel kalkınmanın sağlanabilmesi için de bölgelerarası gelişmişlik farklarını en aza indirme ihtiyacı doğmuştur. Özellikle 1980’li yıllardan sonra, gelişmekte olan ülkeler, ihracata yönelik sanayileşme stratejileri izleyerek sürdürülebilir bir kalkınma sağlamayı hedeflemişlerdir. Gelişmekte olan ülkeler, ihracata yönelik sanayileşme stratejisi içerisinde sanayinin gelişmesi, ihracatın özendirilmesi ve ihracat paylarının artırılması için ihracatı teşvik edici çeşitli programlar uygulamaya koymuşlardır. Dört Doğu Asya Kaplanları olarak adlandırılan Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan ülkelerinin başarısı bu stratejinin etkinliğini desteklemiştir.

Diğer gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye’de ise, 1985 yılında yayınlanan Beşinci BYKP içerisinde, tek yasada belirtilen teşvik mevzuatıyla, öz kaynak kullanımının artırılması, işsizliği önleyici emek yoğun yatırım projelerinin gerçekleştirilmesi, toplu konutlaşma çalışmaları için ihracatı teşvik eden bir sistem geliştirileceği hedeflendikleri görülmektedir (DPT, Beşinci BYKP, 1985). Akabinde bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması, işsizlik seviyesinin en aza indirilmesi, dengeli gelir dağılımının sağlanması, üretimi ihracata yönlendirerek döviz kazandırıcı yatırımların artırılması için uygulanan teşvik politikalarında özellikle AR-GE çalışmaları, teknolojik ürünlerin kullanılması, çevreye duyarlılığın artırılması, enerjiyi etkin ve verimli kullanma konularının öncelikli olması planlanmıştır. 1996 yılına kadar çeşitli politikalarla ihracatın özendirilmesi çalışmaları, 1996 yılında AB ile yapılan GB anlaşması ile şekillenmiş olup, mevcut ekonomik durumlara ve AB uyum sürecine göre düzenlemeler yapılarak son halini almıştır.

Söz konusu mekanizmanın işleyişi şu şekilde açıklanabilir. İhracat artışıyla birlikte GSYH artışı gerçekleşecek ve ekonomiye iki türlü katkı sağlayacaktır. Bunlardan birincisi, hane halkı gelirlerinde artışa sebep olarak yoksulluk oranını düşürmesidir. İkincisi ise devlet gelirlerinde ve harcamalarında artış sağlamasıdır. İlk etki doğrudan olurken, ikinci etki dolaylı yoldan olmaktadır. Şöyle ki; artan ihracatla üretim artışı gerçekleşecek ve devlet, vergilendirme yoluyla kendine gelir sağlayacaktır. Hane halkında gerçekleşen gelir artışıyla birlikte, hane halkının sosyal harcamalarında artış gözlemlenecek, hane halkının önceliklerinin değişmesini sağlayacaktır. Ayrıca hane halkındaki gelir artışı, hane halkı harcamalarını sosyal ve kalkınma harcamalarına yönlendirecek; devlet gelirlerindeki artış ise eğitim, sağlık, güvenlik gibi sosyal harcamalara yönelmesini sağlayacaktır (Şahin, 2017, s. 56). Görülüyor ki, bölgesel kalkınmada ihracat önemlidir ve ihracatı artırıcı politikalar gereklidir. Devlet kanalıyla gerçekleştirilen bu politikaların başında ise, verilen ihracat artırıcı teşvikler, bölgenin kalkınmasında önemli bir paya sahiptir.

Tez çalışmamız, Karaman ilinde ihracat yapan şirketlerin devlet tarafından verilen ihracat teşviklerinden yararlanma durumunu, nasıl ve ne kadar yararlandıklarını ve Karaman ilinin kalkınmasında bu teşviklerin etkinliğini belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmayla, ihracatın teşviklerinin ekonomik anlamda bölgesel kalkınmaya doğrudan ve olumlu etkisinin, yerel düzeyde Karaman ilinde de var olup olmadığı incelenerek, mevcut teşvik kullanım durumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Tez çalışmamızın birinci bölümünde bölge, kalkınma, bölgesel kalkınma kavramları, Dünyada ve Türkiye’deki bölgesel kalkınma anlayışları, kalkınma planları, dış ticaret ile bölgesel kalkınma kavramı arasındaki ilişki ele alınmıştır.

Tez çalışmamızın ikinci bölümünde teşvik kavramı ayrıntılı bir biçimde ele alınmış, Dünyada ve Türkiye’de teşviklerin görünümü, Türkiye’deki ihracata yönelik teşviklerin ayrıntılı incelemesi yapılmıştır.

Çalışmamızın son iki bölümünde ise, Karaman ilinde bulunan ihracatçı şirketlere yapılan anket sonucunda elde edilen anket verileri SPSS 23 paket programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan sonuçlar değerlendirilmiş ve çeşitli öneriler getirilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

1.BÖLGESEL KALKINMAYA BAKIŞ VE DIŞ TİCARETTE İHRACAT

ANLAYIŞI

Bu bölümde bölge, kalkınma, bölgesel kalkınma kavramları, dış ticaret ve dış ticarete ihracat kavramları açıklanmaya çalışılacaktır. Ayrıca bölgesel kalkınmanın tarihsel süreci ve Türkiye'deki bölgesel kalkınma çalışmaları, son olarak, bölgesel kalkınma ve dış ticarete ihracat arasındaki ilişki hakkında bilgi verilecektir.

1.1 Bölge Kavramına Genel Bakış

Bölge kavramı, içerik ve tanım olarak dönemlere göre farklılık göstermiştir. Hem politikada hem de politik terimler içerisinde kullanılan bir kavram (McCall, 2010, s. 5) olan bölgenin, bilimsel anlamda tanımlanması ise on sekizinci yüzyılda görülmektedir (Eraydın, 2004, s. 2).

Tarihsel süreçte bölge kavramının farklı tanımlamaları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Literatürde geçen bazı bölge tanımlamaları

Sanayi Devrimi Öncesi	Çiftçiler	Bölge kavramı, çok eski dönemlerde, çiftçiler tarafından toprak, iklim koşulları gibi benzerlikler kullanılarak bazı yerleri aynı isimle tanımlamışlardır. Aynı zamanda bir yerin diğer yerlerden olan farklılıklarını belirtmek için de kullanılmıştır. Zamanla din, ticaret, yönetim gibi olguların ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte, sadece yer olarak
-----------------------------	-----------	--

		değil bu olgular baz alınarak farklı tanımlamalar ortaya çıkmıştır (Eraydın, 2004, s. 2).
1933	Christaller	Christaller ve Losch'un Merkezi Yer Teorisi'ne göre bölge, şehir ya da merkezi yerlerin hiyerarşik sistemleri olarak tanımlanmıştır. Her bölge, az sayıda, yüksek nitelikli şehirler ve çok sayıda, az nitelikli şehirlerden oluşur. Farklı ürünler için mevcut pazar alanlarının nisbi büyüklüğü ile belirlenen şehirlerin niteliği, sunulan ürünlerin çeşitliliği ile belirlenir. Şehirlerin, yüksek nitelikli şehirlerden mal ithal ederek az nitelikli şehirlere mal ihraç ettiği ve eşit nitelikli şehirlerin etkileşime girmedikleri varsayılır. Bu tanımın kısıtı şu şekildedir. Pazar odaklı (emek ya da girdi odaklı olmayan) firmaları barındıran bölgelerin, mekansal yapısını belirlemek daha yararlıdır (Dawkins, 2003, s. 133).
1954	Lösch	
1984	Edgar M. Hoover ve Frank Giarratani	Bir bölgenin tanımlanması için ele alınan ortak özellik, o bölgenin coğrafik özellikleridir. Bölgelerin oluşması bir çok durum için kolaylık sağlamaktadır. Özellikle yönetim, planlama, bölgesel politikaların oluşturulmasında ve uygulanmasında bölge belirlenmesi önemlidir. Bu açıdan bakıldığında en önemli bölgesel gruplandırma, idari yargı sınırlarını takip ederek oluşturulan bölgelerdir. Bölgenin özelliği ortak çıkarları olan sınırların çizilmesidir. Bu çıkarlar farklılaşabilir ancak özellikle ekonomik anlamda

		birbirine benzeyen yerlerin sınırlandırılması daha yararlı olacaktır (Hoover & Giarratani, 1984).
1994	Karl Fox Ve Kumar	Fox ve Kumar bölgeyi, “işlevsel ekonomik alan” olarak açıklamışlardır. Burada, merkezi düğümün üstünlüğü, yakın yerlerdeki istihdam merkezlerinde bulunan çalışan sayısının mekânsal bağımlılığına dayandırılır. Teorisyenler, bazı işlevsel ve pratik nedenlerden dolayı bu kavramı faydalı bulmuşlardır ve ABD’de ekonomik alanların tanımlanması için kavramsal bir temel oluşturmaktadır (Dawkins, 2003, s. 133).
2013	Ali Yılmaz Gündüz	Bölge, kendine ait sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri barındıran, şehirden büyük ancak ülkeden küçük bir parçaya denmektedir (Gündüz, aktaran Zeybek 2013, s. 17).
2014	Zeynel Dinler	Dinler, bölge kavramının tanımı için öncelikli olarak ekonomik alanın saptanması gereğini savunmuştur. Bunun için ise ülkenin planlama bölgelerine ayrılması gerektiğini söylemektedir. Planlama bölgelerinin ayrımında ise üç bölge kavramı ortaya çıkmaktadır. Bunlar homojen bölge, polarize bölge ve plan bölgedir. <i>Homojen bölge;</i> aynı gelişmişlik düzeyine sahip olan yakın iller, homojen bölgeyi oluşturmaktadır. Açıklamak gerekirse nüfus, eğitim, beslenme, işsizlik oranları, sanayi işletme sayısı, kişi başına düşen milli gelir gibi

		belirteçlerin birbirine yakın özellikler göstermesi, homojen alan olmasını sağlamaktadır. <i>Polarize bölge;</i> bir yerleşim merkezinin kendisine oranla daha küçük yerleşim merkezlerini etkisi altına alıyorsa bu bölge polarize bölgeyi oluşturmaktadır. Başka bir deyişle küçük yerler kendisinden daha büyük yerlerin etkisi altında ise, büyük yerler de kendisine oranla daha da büyük yerlerin etkisi altında ise bu bölge polarize bölgeyi ifade etmektedir. <i>Plan bölge;</i> bölgesel politikaların uygulanması için saptanmış yerlerdir. Uygulanmak istenen bölgesel politikaların amaç, kapsam, özellik, niteliklerine göre plan bölgelerin oluşması sağlanır (Dinler, 2014, s. 88-99).
--	--	---

Kaynak: Tarafımca derlenmiştir.

Bölgeyi diğer yerlerden ayıran özellikler, bölgenin bulunduğu fiziki koşullar, sosyal ve ekonomik yapılardan kaynaklanabilir. Bu sebeple bölgelerin oluşumunda ekonomik, sosyal, coğrafi, kamusal gibi çeşitli ölçütler kullanılmaktadır (Gündüz, 2006, s. 2). Çeşitli kriterler kullanılarak tanımlanan bölge kavramının ortak paydasında, mekânsal veya coğrafi değişken özellikler yer aldığı görülmektedir (McCall, 2010, s. 5).

Geçmişten günümüze yapılan bölge tanımlamalarından ve tabloda yer almayıp yapılan araştırmalardan yola çıkılarak, bölge kavramı ihtiyaçlara, uygulanmak istenen politikalara ve benzeri durumlara göre değişmektedir denebilir. Örneğin; ekonomik anlamda düşünüldüğünde benzer ekonomilere ve gelişmişlik özelliklerine bakılarak

tanımlanabilir. Coğrafik anlamda düşünülduğünde benzer iklim koşullarına bakılarak, sosyal anlamda bakıldığında benzer sosyal yaşam koşullarına bakılarak, çeşitli konularda uygulanmak istenen politikalara bakıldığında, ilgili politika gereği, önceden belirlenen niteliklere bakılarak o ihtiyaca yönelik tanımlamalar yapılabilmektedir.

1.2 Kalkınma Kavramına Genel Bakış

Kalkınma, “değişim” içeren bir süreci incelemektedir (Gürak, 2016, s. 238).

Kalkınma, yalnızca üretimin ve buna bağlı olarak kişi başına düşen gelirin artışına bağlı olmaksızın, aynı zamanda sosyo-ekonomik ve kültürel yapıdaki değişim ve gelişimi ele almaktadır. Kalkınma ekonomik, sosyal, kültürel, politik ve psikolojik konulardaki değişim ve gelişimdir şeklinde ifade edilmektedir (İldırar, 2004, s. 5).

Başka bir deyişle kalkınma, bölgedeki üretim faktörlerindeki artış, sanayideki gelişim, bölge ekonomisi ve bölge ihracatındaki artış gibi ekonomik yapıların değişimiyle alakalı olduğu gibi aynı zamanda ilgili bölgenin sosyal ve kültürel yapısındaki gelişimiyle de ilgili bir kavramdır (Dinler, 2014, s. 38).

Bunlarla birlikte kalkınma, sadece azgelişmiş diye adlandırılan ekonomilerle ilgili bir kavramdır (Han & Kaya, 2008, s. 2).

Kalkınma hakkındaki literatürler incelendiğinde, kalkınma süreci üç ana unsuru içermektedir.

(1) Ekonomik Kalkınma; Toplumun gereksinimleri için gerekli mal ve hizmetlerin üretilmesi.

(2) Sosyal Kalkınma; Toplumun ihtiyacı olan sosyal olanakların ve hizmetlerin artırılması. Örneğin; eğitim, sağlık, refah düzeyleri, çevre, kültürel olanaklar gibi konuları içermektedir.

(3) İnsani Kalkınma; Toplumun hem bireysel hem de toplumsal olarak gelişimleri, beceri ve yeteneklerini kullanarak maksimum potansiyellerini ortaya çıkarmak, kendi toplumlarını biçimlendirmek için yapıcı rol almak (Oakley & Garforth, 1985, s. 2).

1.3 Bölgesel Kalkınma Kavramı ve Tarihsel Bakış

Bölgesel Kalkınma, bölge coğrafyasının refahı ve gelişimi ile ilgilidir. Ekonomik büyüme teorisi, bölgesel bilim, bölgesel ekonomi, ekonomik coğrafya gibi bilimlerin merkezi bir rol almıştır. Bu durum durağanlığı değil sürekli bir değişimi ifade etmektedir. Bölgesel refah düzeylerinin ölçülmesi çoğu zaman zordur. Ancak pratikte genellikle GSYH istatistikleri ele alınmaktadır. Ayrıca tamamlayıcı nitelikte olan yoksulluk oranları, işsizlik oranları, kişi başı tüketim, iş gücüne katılım oranları, kamu hizmetlerine erişim gibi konular da ele alınmaktadır. Bu göstergeler daha çok sosyal anlamını ifade etmektedir. Bölgelerin refah durumunu temsil eden İnsani Gelişim Endeksi, bölgenin ölçülebilir sosyal endeksleri (istihdam, yaşam beklentisi veya yetişkin okuryazarlığı gibi) kullanılan popüler endekslerdir (Nijkamp & Abreu, 2009, s. 1-2).

1.3.1 Dünya’da Bölgesel Kalkınma Anlayışı

MÖ 3200 yıllarından bu zamana kadarki süreçte yaşanan ekonomik, sosyal, politik ve kültürel değişimlerin önde gelen sebebi, toplumların daha yüksek hayat standartlarında yaşama istekleridir (Berber, 2006, s. 189). Günümüze kadarki süreçte Bölgesel Kalkınmanın, Sanayi Devrimi başta olmak üzere birtakım dönüm noktaları olmasına rağmen, bu başlıkta, 1929 Büyük Ekonomik Buhranla önem kazanıp, II. Dünya Savaşıyla devam eden süreç ele alınacaktır.

Bölgesel Kalkınma kavramı daha çok 1929 Büyük Ekonomik Buhran sonrası dünyada önem kazanmıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında siyasi

bağımsızlık elde eden ülkelerin hem kalkınmaları hem de Batı ülkelerinin tekrar eski gücüne kavuşmasını sağlamak amaçlı ortaya çıkmıştır (Yıldız, 2014, s. 5). Bu durumda dengeli ve sürekli bir ulusal kalkınma için, bölgelerarası farklılıkların azaltılması gerektiğine inanmışlardır (Okur, 2017, s. 19). Böylece bölge ve bölgesel kalkınma politikalarının daha çok öne çıktığı görülmüştür (Yılmaz, 2011, s. 30).

1.3.2 Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Anlayışı

1923 yılında Cumhuriyetin ilanıyla birlikte, Türkiye’de kalkınmanın oluşumunda, kamu kesimi etkili olmuştur ve Türkiye’de sanayi kalkınmasına öncelik verilmiştir (Özaslan, 2006, s. 6). Bölgelerarası gelişmişlik farklarını en aza indirmek için yapılan hükümet çalışmaları üç ayrı dönemde incelenmiştir. Birincisi 1923-1950 arasındaki devletçilik dönemi, ikincisi 1950-1960 liberal dönem ve üçüncüsü 1960 yılından günümüze kadar gelen planlı dönem olduğu görülmektedir (Dinler, 2014, s. 199). Planlı dönem içerisinde bölgesel kalkınma politikaları 1960-1980 yılları arasında “sosyal devletçi ve müdahaleci dönem”, 1980-2000 yılları arasında “yeniden liberalleşme dönemi” olarak adlandırılabilir (Karakılçık, 2014, s. 317). 1999 Helsinki Zirvesi’nde Türkiye’nin, Avrupa Birliği adaylık sürecine girmesiyle birlikte yeni anlayışlar ortaya çıkmış olup (Ayna, 2011, s. 42), bu sebeple 2000 yılından sonraki süreç ise “AB ile bütünleşme dönemi” olarak adlandırılabilir (Karakılçık, 2014, s. 317).

Cumhuriyetin kuruluşundan 1950 yılına kadar geçen süreçte, geri kalmış ülke konumundaki Türkiye Cumhuriyeti, yeni bir bölge oluşturabilecek ve bölgesel politikalar izleyebilecek güçte değildi. Cumhuriyetin kuruluşunu izleyen yıllarda Türkiye’de, nüfusun ve yatırımların belirli merkezlerde toplanması ve yayılması politikaları denenmiştir. Başkentin Ankara olması, sanayi yatırımlarının İstanbul ve Marmara Bölgesi dışında İç Anadolu ve İç Ege bölgelerinde yapılması buna örnek

gösterilebilir (Devlet Planlama Teşkilatı, Sekizinci BYKP, 2000, s. 24). 1935-1936 yıllarında Celal Bayar öncülüğünde Doğu Anadolu için bir kalkınma programı, 1940 yılında ise Etibank öncülüğünde Zonguldak için bölge planı hazırlanmıştır. Ancak bu girişimlere rağmen bölge planlamalarının 1958 yılında İmar ve İskan Bakanlığının kuruluşuyla başladığı söylenebilir (Akpınar, Taşçı, & Özsan, 2011, s. 99). 1950-1960 yıllarında izlenen politika gereği devlet, kamu yatırımlarını ülke genelinde gerçekleştirmek istese de, kamu yatırımlarının ülkenin doğusunda yetersiz kaldığı görülmektedir (Devlet Planlama Teşkilatı, Sekizinci BYKP, 2000, s. 24).

1.3.2.1 Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Planları

1960 yılından itibaren ekonomik gelişmeye “beş yıllık kalkınma planları” ile yön verilmeye başlanmıştır. Bu sebeple 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuştur (Dinler, 2014, s. 204). DPT öncülüğünde 1960-2018 yılları arasında beşer yıllık dönemleri kapsayan toplamda on adet kalkınma planı uygulanmıştır. En sonuncusu 2019-2023 yılları arasındaki Onuncu Birinci Kalkınma Planıdır. Ayrıca 1960 yılından itibaren kısa vadeli kalkınma stratejisi olan “beş yıllık kalkınma planları”, DPT öncülüğünde uzun vadeli kalkınma stratejisi başlığı altında üç adet kalkınma stratejisi içerisinde değerlendirilmiştir. Bunlardan ilki 1963-1977 yılları arasındaki “15 yıllık uzun vadeli kalkınma stratejisi”, ikincisi 1973-1995 yılları arasındaki “22 yıllık ikinci uzun vadeli kalkınma stratejisi” ve 2001-2023 yıllarını kapsayan “23 yıllık üçüncü uzun vadeli kalkınma stratejisi”dir (Efe & Akgül, 2011, s. 157).

1.3.2.1.1 Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (Birinci BYKP) (1963-1967)

DPT tarafından ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı, milli tasarrufların artırılmasını, yatırımların toplum yararına gerçekleştirilmesini sağlamak amaçlı yayınlanan Birinci BYKP, 1 Mart 1963 yılında yürürlüğe girmiştir. 15 yıllık planlı kalkınma

döneminin ilk hareketi olan Birinci BYKP çerçevesinde yılda ortalama %7’lik bir büyüme olacağı hedeflenmiştir. Hedefler arasında işsizliğin azalması, dış ödemeler dengesinin sağlanması, ülkenin kalkınması için gerekli olan yüksek nitelikli ilim adamlarının yetiştirilmesi ve bu hedeflerin sosyal adalet ilkelerine uygun bir şekilde gerçekleştirilmesinin planlandığı görülmektedir (DPT, Birinci BYKP, 1963).

Birinci BYKP içerisinde bölgelerarası farklılıkların azaltılmasını, şehirleşme ve nüfus politikalarının izlenmesini, gelir dağılışını düzeltmeyi, potansiyel kaynakların verimliliğinin artırılmasını kapsamaktadır. Bölge incelemeleri ve bölge planlamaları yapılarak, beklenen hedeflere en verimli şekilde ulaşılması düşünülmektedir (DPT, Birinci BYKP, 1963).

Bölge politikasının hedefleri aşağıdaki gibidir (DPT, Birinci BYKP, 1963).

- Yatırımların yapılmasında nüfus olgusu göz önünde bulundurularak, kaynaklar ve iktisadi çalışmalarla orantılı bir biçimde dağıtılmasını sağlayıp, daha dengeli bir gelir dağılışı oluşturmak,
- Önceden belirlenen ve büyüme potansiyeli olan noktaların, devlet tarafınan kaynak ayrılması yoluyla potansiyellerini ve verimliliklerini ortaya çıkarmak,
- Bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılmasını ve geri planda kalmış bölgelerin kalkınmalarını sağlamak.

1.3.2.1.2 İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (İBYKP) (1968-1972)

İBYKP, DPT tarafından yeni istihdam alanları yaratmak, kişi başına düşen milli gelirin sürekli ve devamlı bir biçimle artırılmasını ve bölgelerarası dengeli gelişmeyi sağlamak amaçlı planlanmıştır. 15 yıllık planlı kalkınma döneminin ikinci hareketi olan İBYKP’nın hedefleri arasında %7’lik bir büyüme hedeflenmiş ve bu hedefi

gerçekleştirebilmek için köklü yapısal değişiklikler yapılması ön görülmüştür. İstihdam alanlarının dışında, tarım sektöründe belirlenen fazla işgücünün, yeni sektörlere aktarılmasını sağlamak, nitelikli insan gücünü verimli şekilde kullanarak ekonominin dışa bağıllığını azaltmak hedefler arasındadır. Ülkenin ekonomik olarak gelişmesinin yanında, sosyal ve toplumsal gelişim hedeflerinin de mevcut olduğu görülmektedir (DPT, İkinci BYKP, 1968).

İBYKP'nın bölgesel çalışmalarında, bir önceki plana kıyasla sanayileşme, şehirleşme ve tarımda modernleşme hedefleri üzerinde durulmuştur. “Kültür” ve “Spor” alanında çalışmaların ilk kez bu planda ele alındığı görülmektedir. Ayrıca dış ticaret olgusuna dikkat çekilmiş ve kalkınma fonları ilk kez İBYKP çerçevesinde düzenlendiği görülmüştür (DPT, İkinci BYKP, 1968).

Dış ticaret hakkında öne çıkan planlamalar aşağıdaki gibidir (DPT, İkinci BYKP, 1968).

- Özellikle ihracat, turizm ve işçi gelirlerini olumsuz etkileyen durumları giderebilmek adına DPT'na daha etkin görevler yüklenecektir.
- Yatırım kotalarının hazırlanmasında belirli büyüklükteki projeler için ayrılan kotadan sağlanan döviz gelirleri, özel ve kamu yatırımları için değil, özel ve kamu sektörünün projeleri için gerekli olan döviz ihtiyacı için kullanılacaktır.
- Dış kredilerle gerçekleştirilmesi planlanan yatırım projelerinin belirlenmesi, verimlilik ve ülke ekonomisi yararına göre belirlenecektir.
- Türkiye, İran ve Pakistan arasında 1964 yılında imzalanan Kalkınma için Bölgesel İşbirliği anlaşmasıyla, ortak ülkelerle dış ticaret hacminin artırılmasını hedefleyen imkanlar üzerinde durulacaktır.

Kalkınma Fonu hakkında ise şu şekilde bilgi verildiği görülmektedir. Ekonomik ve özellikle sanayi gelişimi ile ilgili Araştırma ve Geliştirme faaliyetlerinin verimliliği, teknolojik gelişmelerin yakından izlenebilmesi için yatırım harcamaları bütçesinden, kalkınma fonu için pay ayrılacaktır. Bu fonun kullanılabilmesi için ise DPT tarafından yıllık programlar belirlenecektir (DPT, İkinci BYKP, 1968).

1.3.2.1.3 Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (ÜBYKP) (1973-1977)

Önceki on yıl içerisinde hedeflenen sanayileşme seviyesine ulaşamama sebebiyle sanayileşme politikalarının ön planda tutulduğu ÜBYKP, 1973-1977 yıllarında uygulanmak üzere 1972 yılında onaylanmış. Özellikle Batı İttifakı içerisinde bulunma çabaları, 1962 yılında imzalanan Ankara Antlaşması, 1970 yılında imzalanan Katma Protokol, Avrupa Ekonomi Topluluğu ile Türkiye arasında Gümrük Birliği'nin gerçekleşeceği öngörüsü, sanayileşme politikalarına önem verme konusunu daha da gündeme getirmiştir. Verimliliğin ve halkın refah düzeyinin sanayileşmeden geçtiğini savunan planda, geri kalmış bölgelerdeki yatırımların amaçları olarak, ticari kazançtan daha çok sosyal kalkınma, mal ve hizmete katkı sağlamayı hedefledikleri görülmektedir (DPT, Üçüncü BYKP, 1973).

15 yıllık planlı kalkınma döneminin üçüncüsü olan ÜBYKP içerisinde, uzun dönemli kalkınma hedefleri aşağıdaki gibidir (DPT, Üçüncü BYKP, 1973).

- Refah düzeyinin artırılması,
- İşsizlik sorununun çözülmesi,
- Dışa bağımlılığın azaltılması,
- Sanayileşmeyi artırmak,
- Daha eşit bir gelir dağılımının sağlanması.

Kalkınma için bölgesel işbirliği içerisinde bulunan üç ülkenin (Türkiye, İran ve Pakistan), dış ticaret hacimlerini genişletmeyi hedefleyen alanlar da tespit edilmiştir. Ekonomik, sosyal ve kültürel başlıkların ön planda tutulduğu görülmektedir (DPT, Üçüncü BYKP, 1973).

Teknoloji transferi ve teknoloji üretimi ilk kez ÜBYKP içerisinde ayrı bir başlıkta ele alındığı, Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu'nun, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın ilk kez bu planda yer aldığı görülmektedir (DPT, Üçüncü BYKP, 1973).

Ayrıca Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın ve "Gençlik" alanında çalışmalar yapılması gerekliliği ilk kez bu planda ele alındığı görülmektedir (DPT, Üçüncü BYKP, 1973).

1.3.2.1.4 Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (Dördüncü BYKP) (1979-1983)

İleri ve rekabetçi sanayi yapısının ele alındığı Dördüncü BYKP, 1979-1983 yıllarında uygulanmak üzere 1978 yılında onaylanmıştır. Bunun yanı sıra ekonomik, sosyal ve toplumsal gelişme için çeşitli hedefler belirlenmiştir. Özellikle bölgelerarası farklılıkların azaltılmasının, altyapı sorunlarının çözülmesinin, ulaşımın geliştirilmesinin, enerjinin verimli kullanılmasının etkili bir "gelişme yöntemi" ile sağlanması gerektiği vurgulanmıştır. Bu gelişme yönteminin hedefleri aşağıdaki gibidir denebilir (DPT, Dördüncü BYKP, 1979).

- Kırsaldan kente nüfus akışının daha sağlıklı bir duruma getirilmesi,
- İşsizliği önleyici yeni çalışmaların yapılması,
- Kamudaki demokratik düzenin geliştirilmesi, verimliliği artırıcı çalışmaların yapılması,

- Bireysel girişimciliğin ve kooperatifçiliğin desteklenerek geliştirilmesi,
- Kredi düzeninin daha sağlıklı hale getirilmesi,
- Sağlık ile ilgili çalışmaların yapılması,
- Kendi kendine yetme politikalarının izlenmesi.

Dördüncü BYKP’nda, kalkınmada öncelikli yöreler belirlenerek özellikle ülkenin doğusunda gelişmeyi sağlayacak projelerin uygulanması sağlanacaktır. Bu projelerin ise önceden belirlenen yıllık planlarla yapılacağı belirtilmiştir (DPT, Dördüncü BYKP, 1979).

Dördüncü BYKP’nın bölgesel çalışmaları içerisinde, yeni bir bölgeselleşme tarzı sağlanması amaçlanmaktadır. Birbiri ile etkileşim halindeki ve kendi aralarında, ortak bir ekonomik ve sosyal bağ olan merkezlerdeki pazarlama düzeninin oluşmasını sağlayan bir bölgeselleşme oluşturulacaktır. Geri kalmış bölgelerin mevcut kaynakları araştırılarak, gerekli olan yatırım sektörleri belirlenip bu bölgelerin geliştirilmesi için kullanılması sağlanacağı belirtilmiştir (DPT, Dördüncü BYKP, 1979).

1.3.2.1.5 Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (Beşinci BYKP) (1985-1989)

İhracatın teşvik edilerek sanayideki üretimin artırılmasını hedefler arasında alan Beşinci BYKP, 1985-1989 yıllarında uygulanmak üzere 1984 yılında onaylanmıştır (DPT, Beşinci BYKP, 1985).

Beşinci BYKP’nın içerisinde, bölgesel çalışmalara yenilikler getirildiği görülmektedir. Bunlar şu şekildedir (DPT, Beşinci BYKP, 1985).

- Fonksiyonel bölgelerin mevcut kaynakları değerlendirilerek, uyum ve denge içerisinde, verimli üretimin düzenli şehirleşmeye dönüşmesi ve bölgesel gelişmeyi

hızlandırmak için çeşitli çözümlerin bulunduğu “Bölge Gelişme Şemaları” hazırlanması sağlanacaktır.

- Bölgelerarası hane akışının düzenli bir biçimde sağlanması için geri kalmış yörelere “Bölge Gelişme Şemaları”nda öngörülen planlı şehirleşmeye uygun olarak yeni yatırım politikalarının gerçekleştirilmesi sağlanacaktır.
- Geri kalmış yörelerdeki üretim sanayiye geliştirmek için vergi, resim, harç istisnaları uygulanarak, ucuz kredilenme yapılacaktır.
- Bölgelerde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı öncülüde “proje ofisleri” kurularak girişimciye yön veren çalışmalar gerçekleştirilecektir. Proje ofisleri girişimciye uygun yatırım alanları ve gerekli fizibilite çalışmaları için yardımcı olacaktır.
- Gelişmekte olan bölgelerde “Kar Ortaklığı Belgesi” uygulaması ile birden fazla ortak içeren şirketlerin ve işçi kurumlarının teşvik edilmesi amaçlanarak, yapılacak yatırımlarda devlet güvencesi sağlanacaktır.

Ayrıca Beşinci BYKP içerisinde ihracatı teşvik eden politikaların geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Hedefler arasında, tek yasada belirtilen teşvik mevzuatıyla öz kaynak kullanımının artırılması, işsizliği önleyici emek yoğun yatırım projelerinin gerçekleştirilmesi, toplu konutlaşma çalışmaları için ihracatı teşvik eden bir sistem geliştirileceği görülmektedir (DPT, Beşinci BYKP, 1985).

1.3.2.1.6 Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (ABYKP) (1990-1994)

ABYKP, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarını azaltmayı, işsizlik seviyesini en aza indirmeyi ve dengeli gelir dağılımını sağlamayı temel olarak amaçlayarak, 1990-1994 yıllarında uygulanmak üzere 1989 onaylanmıştır (DPT, Altıncı BYKP, 1990).

Sanayide üretimin ihracata yönlendirilmesini özendirmek amaçlı dolaylı teşvikler verilmesi, mevcut ihracat teşviklerinde yeni sistemler geliştirilmesi hedeflenmiştir. Yeni sistemler içerisinde ihracata özel kredi, sigorta ve kredi sigortası geliştirileceği planlanmaktadır. Ayrıca Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (EXİMBANK)'nın ilk kez bu planda yer aldığı görülmektedir (DPT, Altıncı BYKP, 1990).

Bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması, üretimi ihracata yönlendirerek döviz kazandırıcı yatırımların artırılması için uygulanan teşvik politikalarında özellikle AR-GE çalışmaları, teknolojik ürünlerin kullanılması, çevreye duyarlılığın artırılması, enerjiyi etkin ve verimli kullanma konularının öncelikli olarak planlandığı görülmektedir (DPT, Altıncı BYKP, 1990).

1.3.2.1.7 Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (YBYKP) (1996-2000)

Dünyadaki gelişmelerin ve etkilerinin ilk kez yer aldığı görüldüğü YBYKP, 1996-2000 yıllarında uygulanmak üzere 1995 yılında onaylanmıştır (DPT, Yedinci BYKP, 1996).

Küreselleşen dünyada çağı yakalayabilmenin ve gelişmiş ülkelerin seviyesine ulaşabilmenin hedeflendiği YBYKP'nda, teknolojiye yükselme, toplumun tüm kesimi için eğitim, sağlık, kültür ve sosyal güvenlik çalışmalarının ulaştırılması ve kalitesinin artırılması, sürdürülebilir bir ekonomik büyüme gerçekleştirilmesi ve dünya refahından daha fazla pay alınmasının hedeflendiği belirtilmiştir (DPT, Yedinci BYKP, 1996).

Bireyin hedef alındığı YBYKP'nda, bölgesel çalışmalardaki en temel hedef, ülkenin her bölgesi için ihtiyaç analiz çalışması yapılarak, en uygun hizmetin gerçekleştirileceği görülmektedir (DPT, Yedinci BYKP, 1996).

YBYKP'nın, daha stratejik yaklaşımlarla hazırlandığı belirtilmektedir (DPT, Yedinci BYKP, 1996). Bu durumun Dünya'daki gelişmeler ve Türkiye'nin bu gelişmelere ayak uydurabilmek adına daha kararlı bölgesel çalışmalar yapılmak istenmesi sebep olarak gösterilebilir.

1.3.2.1.8 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (SBYKP) (2001-2005)

Küreselleşmenin daha çok hissedildiği ve dünya seviyesini yakalamanın hedeflendiği SBYKP, 2001-2005 yıllarında uygulanmak üzere 2000 yılında onaylanmıştır (DPT, Sekizinci BYKP, 2001).

AB ile ilişkilerin devam ettirildiği ve AB'ye üyelik yolunda çalışmaların hızlandırıldığı bu dönemde, diğer Türk ülkeleri, komşu ülkeler ve dünya ülkeleri ile ilişkilerin temel alındığı görülmektedir. Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu topluluklar ve birlikler şu şekildedir (DPT, Sekizinci BYKP, 2001).

- İslam Konferansı Teşkilatı Ekonomik ve Ticari İşbirliği Daimi Komitesi (İSEDAK)
- Ekonomik İşbirliği Komitesi (EİK)
- Karadeniz Ekonomik İşbirliği (KEİ)
- D-8
- G-20
- Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)
- Gümrük Birliği (GB)
- Uluslararası Para Fonu (IMF)
- Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD)

SBYKP'nda Dünya ülkeleriyle işbirliği ve çalışmaların dışında, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının aza indirgenmesi, eğitim, teknoloji, refah, sağlık,

ihracat, insan odaklı çalışmalar, sosyal kalkınma çalışmalarının da devam ettiği görülmektedir (DPT, Sekizinci BYKP, 2001).

1.3.2.1.9 Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (Dokuzuncu BYKP)

(2007-2013)

Bilgi toplumuna dönüşmeyi hedef alan Dokuzuncu BYKP, 2007-2013 yıllarında uygulanmak üzere 2005 yılında onaylanmıştır (DPT, Dokuzuncu BYKP, 2007).

Dokuzuncu BYKP'nın stratejik amaçları içerisinde beşeri ve bölgesel gelişmenin sağlanması da yer almaktadır. Artan sanayileşme ve şehirleşmenin beraberinde getirdiği çevre sorunlarının çözülmesi gerektiği hedefler içerisinde yer almaktadır. Hızlı nüfus artışının beraberinde getirdiği istihdam sorunlarının giderilmesi, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik çalışmalarının güncellenmesi de hedefler içerisinde yer almaktadır (DPT, Dokuzuncu BYKP, 2007).

Küreselleşme sürecinin ve AB'ye üyelik sürecinin her bir bölgeyi, merkezi, şehri etkilediği savunulmuştur. Bu sebeple bölgesel gelişmeler için stratejik ve yerinde politikalar izleme çabası görülmektedir. Bu politikalar içerisinde kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları işbirliğiyle yapılan çalışmaların, bölgesel kalkınmada etkili olduğu belirtilmiştir. Yerel kalkınmada yapılacak olan girişimi geliştirmek ve yaygınlaştırmak amaçlı hazırlanan Ön Ulusal Kalkınma Planı (ÖUKP) çerçevesinde ekonomik gelişmişlik endeksi baz alınarak on farklı bölge belirlenerek bölgesel kalkınma programları geliştirilmiştir (DPT, Dokuzuncu BYKP, 2007).

Ayrıca bölgesel kalkınma çalışmalarının ve bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması çalışmalarının ulusal kalkınmaya doğrudan etki yapacağı görüşü,

bölgesel kalkınma çalışmalarına ağırlık verilmesinin sebebi olarak gösterilebilir (DPT, Dokuzuncu BYKP, 2007).

1.3.2.1.10 Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (Onuncu BYKP) (2014-2018)

Beşeri sermayeye yapılan yatırımların, ulusal ekonomiye katkı sağlayacağı görüşünü benimsenen Onuncu BYKP, 2014-2018 yıllarında uygulanmak üzere 2013 yılında onaylanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, Onuncu BYKP, 2014).

Onuncu BYKP içerisinde Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi (BGUS) yürürlüğe konmak üzere planlanmıştır. Bu stratejinin amacı, bölgesel kalkınmayı sağlamak ve sosyo-ekonomik gelişmeyi desteklemek için yapılacak olan uygulamalar arasındaki uyumu sağlamlaştırmak, takip edilebilirliğini kolaylaştırmak adına tek çatıda birleştirmektir (Kalkınma Bakanlığı, Onuncu BYKP, 2014).

Bölgesel işbirlikleri (komşu ve diğer ülkelerle) arasındaki iletişimin kuvvetlendirilmesi ve aralarındaki ekonomik, sosyal ve kültürel çalışmaların geliştirmesi çalışmalarının daha etkin bir biçimde devam ettirilmesi hedefler arasındadır (Kalkınma Bakanlığı, Onuncu BYKP, 2014).

Bölgelerarası farklılıkların en aza indirilmesi temel hedef alınarak eğitim, sağlık, içme suyu, ulaştırma, teknolojik araştırma, bilgi ve teknolojilerin geliştirmesine yönelik yatırımların daha fazla yapılması ve mevcut kaynakların daha verimli kullanması hedefler arasındadır. Aynı zamanda kamu yatırımlarının bölgelerarası gelişmiş düzeyi baz alınarak dengeli bir biçimde uygulanması hedefler arasındadır (Kalkınma Bakanlığı, Onuncu BYKP, 2014).

Onuncu BYKP içerisinde 2023 hedefleri için yapılması uygun görülen çalışmaların da bulunduğu Öncelikli Dönüşüm Programlarının çalışmalarına da yer verildiği görülmektedir (Kalkınma Bakanlığı, Onuncu BYKP, 2014).

1.3.2.1.11 On Birinci Kalkınma Planı (OBKP) (2019-2023)

2019-2023 yılları arasında uygulanacak olan On Birinci Kalkınma Planı, Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin yayınlanan ilk kalkınma planı olarak karşımıza çıkmaktadır. OBKP'nın oluşturulmasında ulusal çapta bakanlıklardan, özel ve sivil toplum kuruluşlarından, akademisyenlerden oluşan 75 ayrı ÖİK ve çalışma grubu katkı sağlamıştır. Ayrıca Türkiye'nin her ilinde 300'e yakın toplantı ve çalıştaylar düzenlenmiş, internet aracılığıyla sivil vatandaşlara anket düzenlenmiş ve toplamda 35bine yakın kişinin katkısı, görüşü, çalışmaları, fikir ve önerileri alınarak hazırlanmıştır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

Küresel çapta gerçekleşen değişim ve gelişimlerin Türkiye'yi de etkileyeceği savunulan planda, belirtilen değişim ve gelişimler içerisinde önlemler alındığı belirtilmektedir. Küresel çapta belirtilen bu değişim ve gelişimlere Brexit, Amerika olgusu, değişen teknolojik oluşumlar, üretim şekilleri, siber güvenlik, eğitim yaklaşımları, şehirleşmenin ve sosyo-kültürel olguların gelişmesi, gelir dağılımındaki düzensizlikler, iklim değişikliği örnek gösterilebilir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

OBKP'nda yer alan bilgilere göre, 2019-2023 yıllarını kapsayan bu plan, ülkenin her alanda verimliliğin, milli teknoloji atılımıyla uluslararası alanda rekabet edilebilirliğin artırılmasıyla daha etkin ve güçlü bir ekonomik ve sosyal kalkınma hedeflenmiştir. Planda beş temel gelişme ekseninden bahsedilmiştir. Bunlar “istikrarlı ve güçlü ekonomi”, “rekabetçi üretim ve verimlilik”, “nitelikli insan ve güçlü toplum”,

“yaşanabilir şehirler ve sürdürülebilir çevre” ve “hukuk devleti, demokratikleşme ve iyi yönetim” eksenleridir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

Bu planda göze çarpan diğer bir amaç ise, yüksek gelir grubuna dahil olan ülkeler ve en yüksek insani gelişmişlik seviyesi grubundaki ülkeler arasına girmek olduğu görülmektedir. İşsizliğin tek rakamlı oranlara düşürülmesi, kişi başına düşen gelirin yükseltilmesi, enflasyon oranlarında kalıcı bir düşüş gerçekleştirilmesi hedefler arasındadır. Bölgesel gelişme için bir takım çalışmalar özellikle enerji kullanımı ile ilgili, bölge sanayilerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar, kamu yatırımlarının bölgelerarası gelişmişlik farklarının göz önüne alınarak yapılacağı belirtilmiştir. Kaliteli ve güçlü eğitim yapısıyla çocukluk çağından başlayarak fertlerin bilgili, ahlaki değerlere önem veren, özgüveni yüksek, saygılı ve bilinçli olmalarını sağlamak, gençlerin teknolojik gelişmeleri takip eden ve verimli kullanabilen, eğitimlerini üretime dönüştürebilen fertler olarak ülkeye ekonomik ve sosyal katkı sağlayan bireyler olmaları hedeflenmektedir. Kadınlar, yaşlılar, göçmenler için de bir takım politikalar geliştirilmiştir (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

OBKP ihracata dayalı bir büyüme modelini esas alırken, sanayi sektöründe teknolojik dönüşüme ve yerli üretime önem verdiği ve ithalatı azaltmayı hedeflediği görülmektedir. Planda ayrıca ihracat teşviklerinin revize edilerek markalaşma ve uluslararasılaşma ile ilgili teşviklerin devam ettirilerek, etki analizi sonucunda verimli görülmeyen bazı teşviklere son verileceği görülmüştür. Ayrıca ihracatçılar için “Kolay İhracat Platformu” kurularak, ihracatçının ihtiyacı olan bir takım digital çalışmaların gerçekleştirileceği görülmüştür (Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

1.4 Dış Ticarete İhracat Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki

Çalışmanın bu bölümünde ihracat kavramı tanımlanmaya ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılacaktır.

1.4.1 Dış Ticarete İhracat Kavramının Tanımı

Küreselleşen dünyada, işletmelerin sadece ulusal pazarlara yönelik çalışmaları varsa, süreklilikleri ve uzun vadeli kalıcılıkları zorlaşacaktır. Bu sebeple işletmeler, ulusal sınırları aşarak yeni pazarları hedef almalıdır. Çünkü dışa açılan şirketlerin, dış ticarete ihracat kanalıyla, piyasada kalma süreleri uzayacaktır (Canitez, 2008, s. 1) .

İhracat, genel bir ifade ile bir malın, mevcut İhracat Mevzuatı ile birlikte, Gümrük Mevzuatı kurallarına uygun bir şekilde, Türkiye gümrük sınırları dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasıdır (Kaya & Turguttopbaş, 2012, s. 3).

İhracat yönetmeliğine göre ihracat, *“Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veya Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemlerine”* denir (Resmi Gazete 95/7623 Sayılı İhracat Rejimi Kararı, 1996, s. 8).

1.4.2 Dış Ticarete İhracat ve Bölgesel Kalkınma Arasındaki İlişki

Kalkınma, ülkenin kendi iç dinamiklerine bağlıdır. Bu dinamiklerin çalışmasında dış ticaret olgusu önemli bir paya sahiptir. Mevcut dünya düzeninde dış ticaret olmadan kalkınmanın da olmayacağı görüşü kabul görmektedir. Özellikle az gelişmiş diye adlandırılan ülkelerin kalkınmaları için, ülkelerin ihtiyacı olan sanayi ve

yatırım mallarını, ihracat yoluyla elde ettikleri gelir ile ithal ederek sağlayacaklardır. Başka bir deyişle kalkınma yatırımlarının finansmanı için ihracat yoluyla elde edilen gelirler çok önemlidir ve yüksek oranlarda kalkınma hızına ulaşabilmek adına ihracat gelirlerinin artışı gereklidir (Şahin, 2017, s. 56).

Dış ticaret ve kalkınma arasındaki ilişki, iktisat literatüründe, Klasik Dış Ticaret teorilerinin ortaya çıktığı döneme uzanmaktadır. Klasiklerin önemli temsilcilerinden Adam Smith, David Ricardo ve John S. Mill, dış ticaret olmadan ülkelerin kalkınma süreçlerini gerçekleştiremeyeceğini savunmuşlardır (Ersungur, Doru, & Ekinci, 2016, s. 295-296).

II. Dünya Savaşı sonrasında, kalkınma kavramı önem kazanarak, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması ile ulusal kalkınmaya katkı sağlanacağı düşüncesi ön planda olmuştur. Bölgesel Kalkınmanın sağlanmasındaki en önemli etkenlerden birisi dış ticaret olup, dış ticaret ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkinin temelleri de ihracat tabanlı teorilere dayanmaktadır (Eren, 2016, s. 460). İhracat Tabanlı Kalkınma modelinde, bölgesel kalkınmanın sebebi ihracattır. Ancak ilgili bölgenin hangi malları üretmede uzmanlaştığının sebebini ortaya koyması beklenmektedir. İlgili bölgenin ihracatta uzmanlaşması ve diğer bölgelere oranla daha fazla ihracat yapması “karşılaştırmalı üstünlükler” teorisine dayanmaktadır. Bölgeler arası üretim faktörleri akışkanlığının olmadığı varsayılarak, bu üstünlüğe sahip bölge, sahip olduğu üstünlük sebebiyle ihracatını diğer bölgelere oranla artıracaktır. İhracat sebebiyle gelişmeye başlayan bölgede gelirler artacak ve buna bağlı olarak talepte de artış gözlemlenecektir. Artan talep, üretimin de artışına sebep olacak, içsel ve dışsal ekonomilerinin de devreye girmesiyle birlikte bölgeler arasındaki gelişmişlik farkları giderek artacaktır (Dinler, 2014, s. 44). Artan talep, iki farklı sanayi kolunun oluşumuna neden olabilir. Bunlardan bir tanesi bölgesel ihtiyaçları

karşılayacak olan mahalli sanayiler, ikincisi de dış talebe yönelik mal üreten ihracat sanayileridir (Erkan, aktaran Gündüz 2006, s.22). Bir diğer model olan “Heckscher-Ohlin Modeli”nde ise, bölgelerarası akışkanlığın olduğu varsayılarak, bölgelerarasındaki üretim faktörleri fiyatları eşitlenecek ve ilgili bölgeler (ihracat yapan ya da yapmayan) arasındaki gelişmişlik farkları zamanla ortadan kalkacaktır (Dinler, 2014, s. 44).

Bir başka görüşe göre, ihracat artışıyla birlikte GSYH artışı gerçekleşecek ve ekonomiye iki türlü katkı sağlayacaktır. Bunlardan birincisi, hane halkı gelirlerinde artışa sebep olarak yoksulluk oranını düşürmesidir. İkincisi ise devlet gelirlerinde ve harcamalarında artış sağlamasıdır. İlk etki doğrudan olurken, ikinci etki dolaylı yoldan olmaktadır. Şöyle ki; artan ihracatla üretim artışı gerçekleşecek ve devlet, vergilendirme yoluyla kendine gelir sağlayacaktır. Hane halkında gerçekleşen gelir artışıyla birlikte, hane halkının sosyal harcamalarında artış gözlemlenecek, hane halkının önceliklerinin değişmesini sağlayacaktır. Ayrıca hane halkındaki gelir artışı, hane halkı harcamalarını sosyal ve kalkınma harcamalarına yönlendirecek; devlet gelirlerindeki artış ise devlet gelirlerinin eğitim, sağlık, güvenlik gibi sosyal harcamalara yönelmesini sağlayacaktır (Şahin, 2017, s. 56).

Sonuç olarak bölgesel kalkınmada ihracat önemlidir ve ihracatı artırıcı politikalar gereklidir. Devlet kanalıyla gerçekleştirilen bu politikaların başında ise, verilen ihracat artırıcı teşvikler, bölgenin kalkınmasında önemli bir paya sahiptir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. TEŞVİK KAVRAMI VE TÜRKİYE’DE İHRACAT TEŞVİKLERİ

Bu bölümde teşvik kavramının tanımı, özellikleri, amaçları, kapsamı ve çeşitleri açıklanmaya çalışılacaktır. Dış ticarete ihracat teşvikleri hakkında bilgi verilecek olup, Türkiye’deki ihracat teşvikleri tanımlanacaktır.

2.1 Teşvik Kavramının Tanımı, Özellikleri, Amaçları, Kapsamı ve Çeşitleri

Yapılan araştırmalar içerisinde görülmektedir ki “teşvik” olarak adlandırdığımız kavram yerine destek, yardım, sübvansiyon kavramları da kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumuna göre bu kavramların tanımları şu şekildedir. Yardım, işlerin daha etkin ve verimli olabilmesi için sağlanan destekler, yardımlardır. Bağış veya ödünç verilen para ya da ihtiyaç maddeleri olabilir. Destek, yardım demektir. Sübvansiyon, destekleme demektir (<http://sozluk.gov.tr/>, 2019).

Başka bir kaynağa göre yardım, teşvik, sübvansiyon kavramları şu şekilde tanımlanmıştır. Yardımın sosyal, teknik, dış yardımlar, mali yardımlar gibi farklı başlıkları mevcuttur. Konumuzla ilgili olanı mali yardım, devletin belirlenmiş bir takım iktisadi amaçlara ulaşmak için özel firmalara yaptığı karşılıksız fonlardır denebilir. Sübvansiyon, devlet tarafından belirlenmiş bir takım malların üreticilerine yapılan ödemelerdir. Teşvik ise ekonomik gelişim için önem taşıyan sektörlerin devlet tarafından desteklenmesidir. Teşvik aynı zamanda özendirmedir (<http://www.iktisatsozlugu.com>, 2019).

Çalışmamızda bahsedilen kavram destek, yardım, sübvansiyon olarak değil, “teşvik” olarak adlandırılmıştır.

Çalışmamızın bu bölümünde “teşvik” kavramının tanımı, özellikleri, amaçları, kapsamı ve çeşitleri açıklanmaya çalışılacaktır.

2.1.1 Teşvik Kavramının Tanımı

Teşvik kavramı kullanıldığı amaca göre değişiklik gösterebilir. Ekonomik anlamda teşvik kavramının farklı tanımları mevcuttur. Bunlar;

Teşvik, belirli bir ekonomik faaliyetin diğer faaliyetlere oranla daha hızlı ve verimli bir şekilde geliştirilmesini sağlamak amacıyla, kamu yoluyla ve farklı yöntemlerle verilen maddi ya da ayni destek, yardım şeklinde tanımlanabilir (Eser, 2011, s. 1).

OECD tarafından yapılan tanıma göre teşvik; yatırım için yapılan harcamaları ya da yatırım sonucu elde edilen maksimum karı olumlu yönde etkilemek ya da yatırımla ilgili olumsuz riskleri değiştirip yatırımın sektörünü, bölgesini ve büyüklüğünü olumlu yönde etkilemek için devlet tarafından alınan önemlerdir (Duran, aktaran Gülmez & Noyan Yalman, 2010, s.236).

Teşvik, devlet yoluyla ve çeşitli amaçlarla kamu ya da özel sektöre, karşılık mukabilinde ya da karşılıksız yapılan, ayni ya da nakdi yardımlardır (Andırın, 2007, s. 12).

2.1.2 Teşvik Kavramının Temel Özellikleri

Görüldüğü üzere farklı tanımları olan teşvik kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için temel özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz (Duran, aktaran Tatar Candan & Yurdadağ, 2017, s.167).

- Teşvikler, devlet tarafından verilmektedir.
- Teşvikler, kamu ya da özel sektörlere verilmektedir.
- Dolaylı ya da dolaysız olarak verilebilir.

- Açık ya da gizli olabilir.
- Yatırıma planlı ve olumlu yön vermek ve etkilemek için verilir.
- Teşvikler kredi ya da hibe yoluyla verilmekle birlikte, tahakkuk etmiş ya da edilecek vergiler için de verilebilir. Burada devlet tarafına ekonomik bir gelir kaybı ya da fonun azalmasına neden olur ancak şirketlere yararı vardır.
- Bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltıcı bölgesel teşvikler de verilmektedir.

2.1.3 Teşvik Kavramının Amaçları

Devlet tarafından verilen teşviklerin belirli amaçları vardır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz (Özçam, 2003, s. 1-3).

- Bölgesel ekonomik faaliyetleri teşvik etmek ya da firmaların belirli bölgelerde kurulmasını sağlamak,
- Piyasanın tek başına yetmediği hizmetlerin sunulması,
- Kömür, demir-çelik gibi çeşitli sanayi kollarında gerçekleşen düşüşün yavaşlatılması,
- Doğal olaylardan etkilenen sanayi kollarındaki dalgalanmaların azaltılması,
- Belirli üretken grubun gelir düzeylerinin korunması,
- Kadınlar, engelliler, gençler gibi belirli grupları istihdama teşvik etmek,
- Yerli firmaların yabancı firmalara oranla piyasadaki etkinliğini artırmak,
- AR-GE çalışmaları ve çevreyi koruma faaliyetleri gibi zayıf olan piyasa mekanizmalarının desteklenmesi,
- Uluslararası rekabetin artırılması,
- Enerjinin verimli kullanılması,
- Yeniden yapılanma ve becerilerin etkin kullanımı.

Başka bir deyişle, bir ülkenin, bölgelerarası gelişmişlik farkının varolduğu bölgelerin kalkınmasında, teşviklerin önemli bir payı vardır. Buradan yola çıkarak teşviğin amaçları şu şekilde sıralanabilir (Gündüz, 2006, s. 156).

- Üretimin çeşitliliğini ve verimliliğini sağlamak,
- Yatırım finansmanlarında öz kaynak kullanımını teşvik etmek ve imkan vermek,
- İşsizlik sorunu ile mücadele etmek,
- Sanayi ürün ihracatını artırmak,
- Döviz gelirlerini artırmak,
- Ülkeye yeni teknolojinin getirilmesini sağlamak,
- Sanayide özellikle Ortak Pazar'da uluslararası rekabet gücünü artırmak,
- Sanayi alanında özel sektör yatırımlarını ve üretimlerinin artırılmasını sağlamak,
- Bölgelerarası dengeli gelişmeyi sağlamak amaçlı özel sektör yatırımlarının bu bölgelere kanallene olmasını sağlamak,
- Özel sektör yatırımlarının belirlenen öncelikli olan sektörlerle akmasını sağlamak.

Teşvik uygulamaları, özel sektörü, geri kalmış bölgelere yönlendirmek ya da geri kalmış sektörlerin gelişmesini sağlamaktır. Bunun dışında, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik anlamda gelişmesini sağlamak amacıyla da kullanılan bir araçtır. Ülkenin gelişmesi için önemli olan bazı sektör ve faaliyetleri teşvik eden programlar, gelişmekte olan ülkelerde uygulanmaktadır. Bölgelerarası gelişmişlik farkının olduğu ülkelerde ise bu teşvikler, işletmeleri, geri kalmış bölgelere cezbe etmek amacıyla kullanılır. Böylece geri planda kalmış bölgeler için bu teşvikler, daha avantajlı bir konuma getirilmiş olur (Dinler, 2014, s. 310).

Teşvikler, kalkınma ekonomisinin bir parçası olarak, kıt kaynakların verimli bir biçimde kullanılmasını, tasarrufların artırılmasını, ihracat ve döviz gelirlerinin artırılmasını amaçlamaktadır. Teşvikler beş alana ayrılır. Bunlar, bölgesel teşvikler, yatırım teşvikleri, kalkınma teşvikleri, yabancı sermaye teşvikleri ve ihracat teşvikleridir (Acinöroğlu, 2009, s. 149).

Teşvik uygulamaları genel olarak ekonomik sebeplerle hazırlanmış gibi gözüksede, sosyal alanda da iyileştirmelere sahiptir. Büyüme, ekonomik istikrarın sağlanması gibi durumlar, teşviğin ekonomik hedefini gösterirken, işsizlik, göç, bölgelerarası farklılıklarının azaltılması durumları da teşviğin sosyal hedefini göstermektedir (Çiloğlu, 2014, s. 87).

2.1.4 Teşviğin Kapsamı

Kapsamına göre teşvikler iki çeşittir. Bunlar genel teşvikler ve özel teşvikler olarak adlandırılmıştır. Genel teşvikler; ekonominin tümünü kapsayan ve sektör ayırmaksızın aynı oranda uygulanan teşviklerdir. Genel teşviklere KDV erteleme, gümrük vergisi muafiyeti örnek olarak gösterilebilir. Belirli bölgeleri, sektörleri ya da firmaları kapsayan ve diğerlerine oranla daha avantajlı konuma getiren teşviklere ise özel teşvikler denir. Bunlara örnek olarak AR-GE yatırımlarına verilen krediler, KOBİ'lere verilen destekler gösterilebilir (Duran, aktaran Tatar Candan & Yurdadağ, 2017, s.161).

2.1.5 Teşvik Çeşitleri

Devlet tarafından ülkedeki yatırımların artması hedefiyle, ilgili ülkelerin ekonomik durumları ve gelişmişlik seviyeleri göz önünde bulundurularak, teşvik çeşitleri üç ana grupta incelenebilir. Bunlar “finansal teşvikler”, “mali teşvikler” ve “diğer teşvikler”dir (Yavan, 2011, s. 34-38).

Tablo 2: Teşvik Çeşitleri

Finansal Teşvikler	Devlet tarafından doğrudan verilen karşılıklı ya da karşılıksız yardımlardır. Finansal teşvikleri üç ana grupta incelenebilir. <i>a- Yatırım hibesi / başışı:</i> Sermaye, üretim ve pazarlama araçlarını karşılamak üzere, yatırımlar için kullanılması öngörülen parasal yardımlardır. <i>b- Sübvansiyonlu(parasal yardımlı) Kredi ve Kredi Garantileri:</i> Sübvansiyon edilmiş (parasal yardımlı) kredileri, kredi garantilerini ve ihracat kredisi garantilerini kapsamaktadır. <i>c- Ayrıcalıklı kamu sigortası:</i> Riskli yatırımlar için, kamudan kaynaklanan risklere karşı verilen sigortalardır. Bahsi geçen risk çeşitlerine devalüasyon, döviz kuru dalgalanmaları, politik karmaşalar ve benzeri durumlar gösterilebilir.
Mali Teşvikler	Devlet tarafından uygulanan vergilendirmeden muaf tutularak yapılan teşviklerdir. Aynı zamanda taksitlendirme veya ödemelerin ertelenmesi şeklinde de uygulanabilir. Bu teşviklerin dokuza ayrıldığı belirtilmiştir. Bu kalemlerden bir tanesi ve konumuzla ilgili olanı “ihracata dayalı mali teşvikler”dir. İhracata dayalı mali teşvikler, ihracata özel vergi muafiyeti ve ihracatla ilgili konularda vergi indirimi uygulamalarıdır.
Diğer Teşvikler	Diğer teşvikler dört kalemde incelenebilir. Bunlar aşağıdaki gibidir.

	<i>a- Düzenleyici teşvikler:</i> Çevre, sağlık, güvenlik, çalışma alanları gibi konularda düşük standartları düzenlemek amaçlı verilen teşviklerdir. <i>b- Sübvansiyonlu(parasal yardımlı) hizmetler:</i> Altyapı hizmetleri, proje uygulama ve yönetiminin sağlanması amacıyla verilen teşviklerdir. <i>c- Piyasa ayrıcalıkları:</i> Piyasada yer almak ya da varlığının sürdürülmesi amacıyla verilen teşviklerdir. Bunlar genelde ayrıcalık hak tanıma gibi yöntemlerle olmaktadır. <i>d- Döviz kuru ayrıcalığı:</i> Döviz kuru ile ilgili durumlarda yatırımcının döviz riskini ortadan kaldıran ve yatırımcının sermaye ve karını artırmak amacıyla verilen teşviklerdir.
--	--

Kaynak: (Yavan, 2011, s. 34-38).

2.2 Dış Ticarete İhracat Teşvikleri, İhracat Teşviklerinin Dünyada ve Türkiye’de Görünümü

Çalışmanın bu bölümünde ihracat teşviklerinin farklı tanımlamalarına yer verilmiş olup, ihracat teşviklerinin Dünya ve Türkiye’deki görünümü açıklanmaya çalışılacaktır.

2.2.1 Dış Ticarete İhracat Teşvikleri

İhracat teşvikleri, malların yurtdışına satışının kolaylaşması ve daha karlı hale getirmesini sağlayan, kısa vadede etkisini gösteren devlet tarafından verilen sübvansiyonlardır (Horoz, 2006, s. 1-18).

İhracat teşviklerinin amacı, ihracatçıyı, üretim sürecinde, pazarlama sürecinde ve tüketiciye ulaşma sürecinde, farklı yöntemlerle ihracata özendirmesidir (Ersungur & Noyan Yalman, 2009, s. 82).

İhracat gelirlerinin artmasında ihracat teşviklerinin payı büyüktür (Akkaplan, 2014, s. 33). İhracat gelirlerindeki artış, ülkeye döviz girişi sağlayacağından, ekonomik kalkınmaya, dolayısıyla bölgesel kalkınmaya da etkisi olacaktır.

İhracat teşviklerinin amacı ihracatçıların ileri teknoloji ve katma değerli ürünleri ihraç etmelerini sağlamaktır (Ticaret Bakanlığı , 2019, s. 9).

2.2.2 Dünya’da İhracat Teşviklerinin Görünümü

Uluslararası iktisat, dünya ticareti anlamında değerlendirildiğinde, ülkeler mevcut gelişmişlik seviyelerini ve mevcut kaynaklarını göz önünde bulundurarak, devletler tarafından çeşitli kalkınma politikaları uyguladığı görülmektedir. Bunlar arasında en çok göze çarpanları ithal ikamecilik sistemi ve ihracata dayalı sanayileşme stratejileridir.

İthal ikamecilik sistemi 1960 ve 1970li yıllarda yaygın olarak uygulanan ve devlet müdahalesinin yoğun olduğu dışa kapalı ekonomilerdeki sanayileşme stratejisi olarak bilinmektedir. İthal ikamecilik sistemi, ülkenin ithalat ile sağladığı yurtiçi talebini, iç piyasadaki üretimle karşılamayı uygun gören sanayileşme sistemidir. Ancak küreselleşen dünyada sürdürülebilir kalkınma için ülkelerin dışa açık bir konuma gelme ihtiyaçlarından dolayı, ülkeler, bu sistemi terk ederek ihracata dayalı sanayileşme stratejileri uygulamaya başlamışlardır (Seyidoğlu, 2013, s. 540-543).

1980 yıllarından itibaren Türkiye’nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkeler (Soyyigit, 2011, s. 136), “ihracata dayalı sanayileşme stratejisi” uygulamaya başlamışlardır. İhracata dayalı sanayileşme stratejisinin fayda sağlaması için, altyapı

yatırımlarının ve beşeri sermayenin yeterliliği, stratejinin etkinliği için büyük ölçüde önemlidir (Özer & Çiftçi, 2009, s. 43). Ayrıca bu stratejinin başarılı olabilmesi için devlet müdahalesi gerektiği apaçık ortadadır. Bunlardan bir tanesi döviz kurunu istikrarlı tutarak yatırımcının ihracata özendirilmesi, diğeri ise ihracat teşvikleridir (Egeli, 2001, s. 156).

İhracata dayalı sanayileşme stratejisi, planlı ve dış pazarlara odaklanan gelişmekte olan ülkeler için geçerlidir. İhracata dayalı sanayileşme stratejisi, açık ekonomileri, iyi uygulamaları benimseyerek, ürün geliştirmeye teşvik etmek ve şirketleri uluslararası rekabete yönlendirmektir. Dört Doğu Asya Kaplanları olarak adlandırılan Güney Kore, Hong Kong, Singapur ve Tayvan ülkelerinin başarısı bu stratejinin doğruluğunu desteklemektedir. Bu ülkelerde de ihracatı teşvik edici programlar uygulanmıştır (Palley, 2011, s. 3-4).

2.2.3 Türkiye’de İhracat Teşviklerinin Görünümü

Türkiye’de teşvik sistemi, 1923 yılında İzmir’de gerçekleştirilen Birinci İzmir İktisat Kongresinde şekillenmiştir. 1927 yılında Teşvik-i Sanayi Kanununun yürürlüğe konmasıyla devam etmiştir. Kanun kapsamında Türkiye’de sanayileşmenin geliştirilmesi için kolaylıklar sağlanmıştır. Bu süreçte tanınan bazı gümrük muafiyetleri Büyük Buhran’ın getirdiği çeşitli ekonomik sebeplerden dolayı (Eser, 2011, s. 73) iptal edilmiş, uygulanamamıştır. 1940 yılında devletin tekelinde bulunan üretim mallarının ihracatında vergi istisnaları uygulanmasını sağlayan kanun 1956 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. Bu vergi istisnaları ilk ihracat teşviği sayılabilir (Akça, 2011, s. 8).

Türkiye, 1980 yılında ihracata dayalı sanayileşme stratejisini uygulamaya koymasıyla birlikte, ihracatın özendirilmesi ve ihracata yönelik teşviklerin çeşitlendirilmesi için daha fazla fon ayırmaya başlamıştır (Akça, 2011, s. 12). 1996 yılına

kadar çeşitli politikalarla ihracatın özendirilmesi çalışmaları, 1996 yılında AB ile yapılan GB anlaşması ile şekillenmiş olup, mevcut ekonomik durumlara ve AB uyum sürecine göre düzenlemeler yapılarak son halini almıştır (Mete & Akyazı, 2017, s. 91).

2.2.3.1 Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Teşvikleri

Türkiye’deki şirketlerin yüksek teknoloji ve katma değerli ürünler üreterek ihracata özendirilmesi amacıyla Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen İhracata Yönelik Devlet Yardımları programı kapsamında şirketlere destekler sağlanmaktadır.

Sağlanan desteklerin üç farklı olgunluk seviyesi bulunmaktadır. Bunlar İhracat Hazırlık Aşaması, Pazarlama Aşaması ve Markalaşma Aşamasıdır. Her aşama için farklı destekler verilmektedir.

2019 yılının Mayıs ayında Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı tarafından “Devlet Yardımları Rehberi” yayınlanmıştır. Bir sonraki başlıkta yukarıda belirtilen üç olgunluk seviyesinin ayrıntılarının da verildiği, sanayi bölgelerinde ihracat yapan şirketlere yönelik destekler incelenecek ve açıklanmaya çalışılacaktır.

2.2.3.1.1 Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (UR-GE

Desteği)

UR-GE Desteği’nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3: UR-GE Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu'nun 124 üncü maddesinde belirtilen sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketleri üyesi oldukları işbirliği kuruluşlarının (Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler) başvuru yapabilirler.
Amaç ve Kapsam	Programdaki temel amaç, şirketlerin uluslararası rekabetçiliğini geliştirmektir. Şirketlerin uluslararası rekabetçiliğini geliştirirken proje ve kümeleme yaklaşımı esas alınır. Programın diğer amacı ise, yerel dinamiklerin harekete geçirilmesine neden olarak, firmaları ihracata özendirmektedir. Programın kapsamı, kaliteli mal üreten ancak ihracat yapmayan ya da pazara yeni girmiş şirketler ile ihracat yapan ya da mevcut pazarlarını çeşitlendirmek isteyen şirketlerin işbirliğine özendirerek birlikte hareket etmelerini sağlamaktır.
Destek Unsurları	İhtiyaç Analizi, İstihdam, Eğitim/Danışmanlık, Tanıtım, Yurtdışı Pazarlama, Alım Heyeti, Bireysel Danışmanlık
Destek Oranları	100.000 Dolar ile 400.000 Dolar Arası Değişmektedir.

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

UR-GE Desteği'nin mali özetini aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4: UR-GE Desteği Mali Özetini

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
İhtiyaç Analizi, Tanıtım, Eğitim ve Danışmanlık	%75	400.000 Dolar	Proje Süresince (36 Ay)	İşbirliği Kuruluşlar
Yurtdışı Pazarlama	%75	150.000 Dolar / Program	10 Program	İşbirliği Kuruluşlar
Alım Heyeti	%75	100.000 Dolar / Program	10 Program	İşbirliği Kuruluşlar
İstihdam	%75	Emsal Brüt Ücret	2 kişi: Proje Süresince (36 Ay)	İşbirliği Kuruluşlar
Bireysel Danışmanlık	%70	50.000 Dolar/yıl	3 Yıl	şirketler

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.2 Pazara Giriş Belgeleri Desteği

Pazara Giriş Belgeleri Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 5: Pazara Giriş Belgeleri Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	İhracatçı Birlikleri
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan ve Türk Ticaret Kanunu'nun 124 üncü maddesinde belirtilen kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, Pazara giriş belgeleri (bu belgeler çevre, insan sağlığı ve kalite ile ilgili belgelerin akredite edilmiş kurumlar tarafından alınmasını kapsamaktadır. Bu belgeler şirketi, uluslararası rekabette avantaja çevirmektedir (2014-8 Sayılı Karar, 2016) işlemleri için yapılan harcamaların bir kısmını, destek vererek karşılamaktır. Programın kapsamı, kalite, çevre belgeleri, insan sağlığı, can ve mal güvenliğinin sağlanmasıdır.
Destek Unsurları	Müracaat ve doküman, belgelendirme, analiz raporları, zorunlu kayıt ücretleri, tarım ürünlerini kapsayan analiz akreditasyon ve güvenlik sertifikası ücretleri
Destek Oranları	%50 ve şirket başına yıllık 250.000 Dolar

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019)

Pazara Giriş Belgeleri Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 6: Pazara Giriş Belgeleri Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Faydalanıcı
ISO Belgeleri			Ticari ve Sınai Şirketler, Tarım Şirketleri, DTSS,SDŞ
CE İşareti	%50	250.000 Dolar / Yıllık	
Tarım Ürünlerine İlişkin Analiz Raporları ve Sağlık Sertifikaları			
Uluslararası Nitelikteki Diğer Kalite ve Çevre Belgeleri*			
*Uygulama ve Usul Esasları Genelgesi EK-5 listesinde yayınlandığı belirtilmiştir.			

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.3 Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği

Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 7: Yurtdışı Pazar Araştırmaları Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	T.C. Ticaret Bakanlığı Bölge Müdürlükleri (Şirketin bulunduğu şehir baz alınması gerekmektedir.)
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu'nun 124 üncü maddesinde belirtilen kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, şirketlerin uluslararası yeni piyasalara girebilmeleri ya da mevcut piyasadaki pazar paylarının artırılması için gerekli yurtdışı gezilerini desteklemektir. Programın kapsamı, ihracata yönelik yeni pazarlara erişmek adına yapılan gezilerde bilginin artırılması ve gerekli iş görüşmelerini kapsamaktadır.
Destek Unsurları	Gezi süresince ulaşım, araç kiralama, konaklama giderleri
Destek Oranları	En fazla 2 şirket personeli için maksimum 50.000 Dolara kadar yolculuk masrafları, maksimum 150.000 Dolara kadara konaklama giderleri

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 8: Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği	%70	5.000 Dolar	10 adet/yıl	Şirketler

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.4 Rapor Desteği

Rapor Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 9: Rapor Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanununun 124. maddesinde belirtilen kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketleri ve işbirliği kuruluşu olarak; Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler.

Amaç ve Kapsam	Programın amacı, şirketler ve işbirliği içerisinde bulundukları kuruluşların yurtdışı pazarlara erişmek için yeni planlar oluşturmalarını sağlayan satın aldıkları raporların desteklenmesidir. Programın kapsamı, şirketler ve işbirliği içerisinde bulundukları kuruluşların sektör, marka ve ülke odaklı temin ettikleri raporlardır.
Destek Unsurları	-
Destek Oranları	Şirketler için %60, işbirliği içerisinde bulundukları kuruluşlar için %75 olup, yıllık maksimum 200.000 Dolar'dır.

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Rapor Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 10: Rapor Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre	Faydalanıcı
Rapor Desteği	%60	200.000 Dolar/yıl	-	Şirketler
	%75	200.000 Dolar/yıl	-	İşbirlik içerisindeki kuruluşlar

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.5 Yurtdışı Şirket Alım Desteği

Yurtdışı Şirket Alım Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 11: Yurtdışı Şirket Alım Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanununun 124. maddesinde belirtilen kolektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketleri ve işbirliği kuruluşu olarak; Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeler, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler.
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, şirketlerin yurtdışındaki şirketleri satın almalarının desteklenmesidir. Programın kapsamı, satın alım süreciyle ilgili danışmanlık ve mali giderlerin desteklenmesidir.
Destek Unsurları	Bakanlıktan alınan ön onay doğrultusunda alınan danışmanlık ve mali giderler
Destek Oranları	Şirketler için %60, işbirliği içerisinde bulundukları kuruluşlar için %75 olup, yıllık maksimum 200.000 Dolardır.

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Yurtdışı Şirket Alım Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 12: Yurtdışı Şirket Alım Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre	Faydalanıcı
Yurtdışı Şirket Alım Desteği	%60	200.000 Dolar/yıl	-	Şirketler
	%75	200.000 Dolar/yıl	-	İşbirliği içerisindeki kuruluşlar

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.6 Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği

Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 13: Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Sektör Daireleri
Kimler Başvurabilir?	Türkiye İhracatçıları Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler

Amaç ve Kapsam	Programın amacı, ihracatın artırılması, yeni pazarlara erişim ve ülkenin ekonomik kalkınmasını destekleyecek olan işbirliği kuruluşlar önderliğindeki ticaret heyetlerinin düzenlenmesidir. Programın kapsamı, Türkiye’deki ayını sektörde faaliyet gösteren şirketler ve alt sektörde faaliyet gösteren şirketlerin, yurtdışındaki şirketlere yapılan ziyaret, yerinde inceleme durumlarını kapsamaktadır.
Destek Unsurları	Yolculuk masrafları, konaklama giderleri, tercüman, tanıtım, organizasyon, toplantı ve benzeri giderler
Destek Oranları	%50 oranında maksimum 100.000 Dolara kadar yapılan harcamalar

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği’nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 14: Sektörel Ticaret Heyetleri Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre	Faydalanıcı
Sektörel Ticaret Heyeti	%50	100.000 Dolar/Program	10 Gün/Program	İşbirliği Kuruluşlar

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.7 Sektörel Alım Heyetleri Desteği

Sektörel Alım Heyetleri Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 15: Sektörel Alım Heyetleri Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Sektör Daireleri
Kimler Başvurabilir?	Türkiye İhracatçıları Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifleri
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, yurtdışında ithalat yapan şirketler ve ekiplerinin ülkemize gerek fuarlara katılımının, görüşmelerin, tesis incelemelerinin bulunmasını desteklemektedir. Programın kapsamı, yurtdışından ülkemize gelen şirket personellerinin ülkemiz ticaretini, şirketleri tanımasına olanak tanıyarak ihracatımızın gelişmesini sağlamaktır.
Destek Unsurları	Yolculuk masrafları, konaklama giderleri, tercüman, tanıtım, organizasyon, toplantı ve benzeri giderler
Destek Oranları	%50 oranında maksimum 75.000 Dolara kadar yapılan harcamalar

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Sektörel Alım Heyetleri Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 16: Sektörel Alım Heyetleri Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
Sektörel Alım Heyetleri Desteği	%50	Program/75.000\$	Gün/Program 10	İşbirliği Kuruluşları

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.8 E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği

E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 17: E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi
Kimler Başvurabilir?	Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifleri, işbirliği kuruluşları

Amaç ve Kapsam	Programın amacı, şirketlerin internet ortamında pazarlara erişmesini sağlamak amacıyla e-ticaret sitelerini kullanarak alışkanlık haline getirmelerini desteklemektir. Programın kapsamı, e-ticaret sitelerine üye olmalarını ve kullanmalarını sağlamaktır.
Destek Unsurları	E-ticaret sitelerine toplu üyelik
Destek Oranları	%80 oranında ve her bir şirket için maksimum 2.000 Dolar

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019)

E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 18: E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği	%80	Şirket başına, bir site için yıllık en fazla 2.000 ABD Doları	1 şirket aynı siteden en fazla 3 yıl yararlanabilir. 1 işbirliği kuruluşu en fazla 5 proje yürütebilir.	İşbirliği Kuruluşları

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.9 İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı

Desteği

İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 19: İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu'nun 124 üncü maddesinde belirtilen sınai ve/ veya ticari faaliyette bulunan kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler
Amaç	Programın amacı, teknoloji transfer ve ileri teknolojiyi kapsayan malların transferini sağlamaktır.
Destek Unsurları	Danışmanlık ve kredi faizleri
Destek Oranları	%75 oranında yıllık maksimum 500.000 Dolar

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 20: İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirketin Alımı Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
Danışmanlık (Mali ve/veya Hukuki)	75%	500.000 \$/ yıl	-	Şirketler
Kredi Faiz Desteği	TL -5 puan Döviz -2 puan	3.000.000 \$	-	Şirketler

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019)

2.2.3.1.10 Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projelerinin Desteklenmesi

(KTZ Desteği)

KTZ Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 21: KTZ Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü KOBİ ve Kümelenme Destekleri Dairesi
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu'nun 124 üncü maddesinde belirtilen sınıai faaliyette bulunan kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketler
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, şirketlerin KTZ'ye dahil edilmesini sağlayarak kalkınmanın sağlanmasıdır. Programın kapsamı, KTZ'ye katılımlarına yönelik masrafların karşılanmasıdır.
Destek Unsurları	Makine-ekipman-donanım alımı, yazılım alımı, yurt dışı ofis depo harcamaları, eğitim-danışmanlık-müşteri ziyaretleri ile sertifikasyon-test analiz-ürün doğrulama harcamaları
Destek Oranları	Proje bazlı olarak %50 oranında maksimum 1.000.000 Dolar

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

KTZ Desteği'nin mali özetini aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 22: KTZ Desteği Mali Özetini

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
Firmanın tedarikçi olmak için ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetler	%50	1.000.000\$	2 Yıl	İmalatçı Şirketler

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.11 Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği

Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 23: Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Bilgisi

Başvuru Yeri	İhracatçı Birlikleri
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş şirketler
Amaç ve Kapsam	Programın amacı; şirketlerin yurtdışında tanıtımlarını gerçekleştirmelerini sağlamaktır. Programın kapsamı, şirketlerin yurtdışındaki kira ve tescil giderlerinin desteklenmesidir.
Destek Unsurları	Şirketlerin yurtdışında ilgili kira giderleri, marka tescili ve korunmasına ilişkin giderler

Destek Oranları	%50-%60 oranında 50.000 Dolar ile 250.000 Dolar arası
------------------------	---

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 24: Yurtdışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı (%)	Destek Limiti	Süre/Adet	Faydalanıcı
Birim Kira	40-50	75.000\$-120.000\$ / birim başına yıllık	4 yıl / ülke Firma başına 25 birim	Şirketler/ İşbirliği Kuruluşları
Tanıtım Faaliyetleri	60	150.000\$ - 250.000\$/ ülke, yıl	4 Yıl	Şirketler/ İşbirliği Kuruluşları
Yurtdışı Marka Tescili	50	50.000\$ / yıl	4 Yıl	Şirketler

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.12 Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği

Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 25: Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı Markalaşma ve Tasarım Destekleri Daire Başkanlığı
Kimler Başvurabilir?	TİM ve/veya TOBB, TİM ve/veya TOBB'un Türkiye'de kurduğu şirket tarafından, belirtilen kurumlar ile işbirliği kurum/kuruluşların proje başvurusu yapmaları gerekmektedir. (İşbirliği kurum/kuruluşlar: Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Ticaret Borsaları, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifleri)
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, şirketlerin yurtdışındaki pazarlara girmesini sağlamaktır. Programın kapsamı, bina satın alma, kira ödemeleri, tanıtım işlemleri, istihdam etme, kurulum ve benzeri giderleri kapsamaktadır.
Destek Oranları	%60 oranında maksimum 6.000.000 Dolar

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 26: Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği Mali Özeti

	Satın Alma	Kira	Kurulum/ Dekorasyon	İstihdam	Tanıtım
Destek Oranı *	% 60	% 60	% 60	% 60	% 60
Destek Tutarı (Dolar)	6.000.000 (bir defaya mahsus)	1.500.000 (yıllık)	300.000/TTM	500.000 (10 kişi) (yıllık)	300.000 (yıllık)
Destek Süresi	-	5 yıl	-	5 yıl	5 yıl
*Öncelikli ülkelerde açılması dahilinde %75 oranına kadar destek alınabilir.					

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.13 İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği

İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 27: İhracat Kredi Sigorta Programı Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Türk Eximbank
Kimler Başvurabilir?	Eximbank'ın ihracat kredi sigorta programlarından Eximbank'a bu kapsamda başvuran firmalar

Amaç ve Kapsam	Programın amacı ve kapsamı, Türk Eximbank'ın sigorta yapma faaliyetlerinin desteklenmesidir. Aynı zamanda daha önce içinde bulunmadığı pazarlara erişerek faaliyetlerine devam etmelerini sağlamaktır.
Destek Unsurları	İhracat yapılmak istenen ülkenin riskli olması ya da ihracat tutarının fazla olması gibi sebeplerle sigortalananmayan ihracatın sigortalama durumudur.

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.14 Alıcı Kredi Desteği

Alıcı Kredi Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 28: Alıcı Kredi Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Türk Eximbank
Kimler Başvurabilir?	Türk Eximbank alıcı kredisi kredi faiz desteğinden Türkiye'den yatırım malı ithal eden yurtdışı alıcılar
Amaç	Programın amacı, ihracatı yapılan malların daha uygun finansman kaynakları ile şirketlerin ihracata özendirilmesidir.
Destek Unsurları	Yatırım malı özelliğinde olan ihracatlarda kredi desteği sağlamaktır.

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.15 Yurtdışı Fuar Destekleri

Yurtdışı Fuar Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 29: Yurtdışı Fuar Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleri
Kimler Başvurabilir?	T.C. Ticaret Bakanlığınca yetkilendirilmiş organizatörler tarafından düzenlenen yurt dışı fuar organizasyonlarına veya T.C. Ticaret Bakanlığınca belirlenerek ilan edilen ve yurt dışında düzenlenen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlar listesinde yer alan fuarlara katılım sağlayan Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirketler ile aynı üretim dalında faaliyette bulunan üretici ve imalatçı şirketleri bir araya getiren ve temsil eden Türkiye’de yerleşik üretici/imalatçı organizasyonları (federasyon, birlik, dernekler).
Amaç	Programın amacı, şirketlerin yurtdışındaki fuarlara katılımını desteklemek ve organizatörlerin bu fuarlarda tanıtım faaliyeti gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktır.
Destek Unsurları	Kira, ulaşım, taşıma, stand
Destek Oranları	Fuarın gerçekleşeceği ülkeye göre %50 ile %70 oranında, maksimum 360.000 TL’ye kadar

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Yurtdışı Fuar Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 30: Yurtdışı Fuar Desteği Mali Özeti

Destek Kapsamı	Destek Oranı	Destek Limiti		Faydalanıcı
Yurt Dışı Fuar Katılımı Kapsamında Yer Kirası, Stand, Nakliye, Ulaşım Giderleri	Metrekare başına belirlenen tutarın, Hedef Ülkeler için % 70'i Diğer Ülkeler için % 50'si	Genel Ticaret Fuarları (Milli Katılım)	71.000 TL*	Şirketler, Üretici/İmalatçı Organizasyonları, İhracatçı Birlikleri
		Sektörel Fuarlar (Milli / Bireysel Katılım)	107.000 TL*	
		Prestijli Fuarlar (Milli /Bireysel Katılım)	360.000 TL*	
Türk ihraç ürünlerinin, sektör/sektörlerin ve/veya katılımcıların ve/veya yurt dışı fuar organizasyonunun tanıtımı amacıyla yapılan faaliyetler	%75	Genel Ticaret Fuarı	460.000 TL*	Yetkilendirilmiş Yurt Dışı Fuar Organizatörleri
		Sektörel Fuarlar	721.000 TL + (460.000 TL İlave Tanıtım Desteği) *	
*2019 yılı için belirlenen destek üst limitleri (Yurt dışı fuar destek üst limitleri her takvim yılı başında (TÜFE+Yİ-ÜFE)/2 oranında güncellenmektedir.)				

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.16 Yurtiçi Fuar Destekleri

Yurtiçi Fuar Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 31: Yurtiçi Fuar Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği
Kimler Başvurabilir?	Yurtiçi Fuarları düzenleyen organizatörler ve bu fuarlara katılım sağlayan Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirketler
Amaç ve Kapsam	Programın amacı, yurtiçi fuarların yabancı şirketlere tanıtımı ve katılımların artmasını sağlamaktır. Program katılımcı ve organizatörleri kapsamaktadır.
Destek Unsurları	Kira, stand masrafları, tanıtım harcamaları
Destek Oranları	%50 oranında katılımcı için maksimum 38.000 TL, organizatörler için maksimum 222.000 TL'ye kadar

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Yurtiçi Fuar Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 32: Yurtiçi Fuar Desteği Mali Özeti

Destek Kapsamı	Destek Oranı (%)	Destek Limiti		Faydalanıcı
Tanıtım	50	Yurtdışında yapılan faaliyetlerde 666.000 TL Yurt içinde yapılan faaliyetlerde 222.000 TL	Aynı yurt içi fuar için azami 10 defa	Organizatör
Yer Kirası ve Stand Masrafları	50	38.000 TL	-	Katılımcı
*2019 yılı için belirlenen destek üst limitleri (Yurt içi fuar destek üst limitleri her takvim yılı başında (TÜFE+- Yİ-ÜFE)/2 oranında güncellenmektedir.)				

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.17 Tasarım Desteği

Tasarım Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 33: Tasarım Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Markalaşma ve Tasarım Destekleri Dairesi Başkanlığı
Kimler Başvurabilir?	Türk Ticaret Kanunu'nun 124 üncü maddesinde belirtilen sını ve/veya ticari faaliyette bulunan kollektif, komandit, anonim, limited ve kooperatif şirketleri, Tasarımcı Şirketleri ve Tasarım Ofisleri, İşbirliği Kuruluşları (Türkiye İhracatçıları Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, ihracatçı birlikleri, tasarım konusunda iştigal eden dernek, birlik ve vakıflar, ticaret ve/veya sanayi odaları, endüstri bölgeleri, organize sanayi bölgeleri, teknoloji geliştirme bölgeleri, sektör dernekleri ve kuruluşları, sektörel dış ticaret şirketleri, ticaret borsaları, işveren sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler).
Amaç	Programın amacı, yurtdışında yenilikçi bir tasarım kültürünün oluşmasını sağlamak, bunu yurtdışı pazar alanlarına erişirmek, tanıtmak ve markalaşmasını sağlamaktır.
Destek Unsurları	Tanıtım, reklam, pazarlama, istihdam, danışmanlık ücretleri, tasarım, ürün geliştirme giderleri
Destek Oranları	Tasarım desteği özetini içeren tabloda verilmiştir.

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Tasarım Desteği'nin mali özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 34: Tasarım Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranı	Destek Limiti		Süre/Adet	Faydalanıcı
Tanıtım (Tasarım Yarışmaları Organizasyonları vb.)	50%	300.000 Dolar/yıl		Faaliyet Bazında Destek	İşbirliği kuruluşları
Tasarım Yarışmalarında Dereceye Giren Tasarımcıların Yurtdışı Eğitim ve Yaşam Giderleri	Yıllık Azami 60 Adet Tasarımcı	1.500 Dolar/ ay		Azami 2 Yıl	Tasarımcılar
		Tasarımcı Şirketler	Tasarım Ofisleri		
Reklam, Tanıtım, Pazarlama	%50	300.000 Dolar/yıl	150.000 Dolar/yıl	4 Yıl	Tasarımcı Şirketler ve Tasarım Ofisleri
Kira		200.000 Dolar/yıl	100.000 Dolar/yıl		
Kurulum/ Dekorasyon Giderleri		100.000 Dolar/yıl	50.000 Dolar/yıl		
Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım Tescilli Giderli		50.000 Dolar/yıl	50.000 Dolar/yıl		
Tasarımcıların Brüt Ücret Giderleri		150.000 Dolar/yıl	200.000 Dolar/yıl		
Danışmanlık Giderleri		200.000 Dolar/yıl	100.000 Dolar/yıl		
Tasarımcı Modelist Mühendis Brüt Ücret Giderleri	%50	1.000.000 Dolar / Proje Başına		3+2 Yıl	Şirketler
Alet Teçhizat Malzeme Yazılım Giderleri		250.000 Dolar / Proje Başına			
Seyahat ve Web Sitesi Üyeliği Giderleri		150.000 Dolar / Proje Başına			

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.18 Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı

İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALİTY Desteği

Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALİTY Desteği'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 35: Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALİTY Desteği Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Markalaşma ve Tasarım Destekleri Daire Başkanlığı
Kimler Başvurabilir?	Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), İhracatçı Birlikleri, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketler, DTSS ve SDŞ'ler ile 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun hükümleri çerçevesinde ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan kooperatif ve birlikleri
Amaç	Programın amacı, uluslararası piyasalarda markalaşma potansiyeli olan şirketlerin uluslararası piyasada marka olarak yer almasını sağlayarak Türk malı imajının desteklenmesidir.
Destek Unsurları	Patent, faydalı model, endüstriyel tasarım tescili, pazara giriş belgesi, ruhsatlandırma, danışmanlık, 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 faaliyetleri
Destek Süresi	Maksimum 5 yıl. Ayrıntılı bilgi aşağıdaki tabloda verilmiştir.

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY Desteği'nin özeti aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 36: Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY Desteği Mali Özeti

Destek Türü	Destek Oranları ve Üst Sınır
Tanıtım Desteği	%50 Turquality Programı -Hedef Pazar Başına 5 yıl -Destek Üst Sınırı Yok Marka Programı -1.600.000 TL*/yıl
Marka Patent Tescil Desteği	%50 Turquality Programı -Hedef Pazar Başına 5 yıl -Destek Üst Sınırı Yok Marka Programı -200.000 TL*/yıl
Danışmanlık Desteği	%50 Turquality Programı -2.000.000 TL*/yıl -Hedef Pazar Başına 5 yıl (Kurumsal Altyapıyı Geliştirmeye Yönelik Danışmanlıklar yalnızca ilk 5 yıl desteklenir.) Marka Programı -1.200.000 TL*/yıl
İstihdam Desteği	% 50 Turquality Programı -Aynı anda azami 10 kişi -İlk 5 yıl - Destek Üst Sınırı Yok Marka Programı -Kişi Sınırı Yok -800.000 TL*/yıl
Sertifikasyon Desteği	%50 Turquality Programı -Hedef Pazar Başına 5 yıl - 2.000.000 TL*/yıl Marka Programı -1.000.000 TL*/yıl
Birim Kira/ Dekorasyon Desteği	%50 Turquality Programı -Hedef Pazar Başına 5 yıl -Kira; Destek Üst Sınırı Yok - Dekorasyon; Birim Başına 800.000 TL* (Program boyunca azami 50 mağaza) Marka Programı -6.200.000 TL*/yıl
Franchise Desteği	%50 Turquality Programı -Hedef Pazar Başına 5 yıl -Kira; 800.000 TL*/yıl -Dekorasyon Birim Başına 400.000 TL* -Program Boyunca Azami 100 birim Marka Programı -Birim başı 400.000 TL* -Yıllık azami 10 birim
Pazar Araştırması Desteği	%50 Turquality Programı -Hedef Pazar Başına 5 yıl -Destek Üst Sınırı Yok Marka Programı -400.000 TL*/yıl
Fuar Desteği	%50 Turquality Programı -Destek Üst Sınırı Yok Marka Programı -Tanıtım Desteği limitlerine dahildir.
Gelişim Yol Haritası Çalışmaları	%50 Turquality/Marka Programı -1 kereye mahsus -Marka Başına 800.000 TL

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.19 Alım Heyetleri

Alım Heyetleri'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 37: Alım Heyetleri Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Özel Nitelikli Alım Heyetleri
Kimler Başvurabilir?	Organizatör Birlikler ve Organizatör Kuruluşlar
Amaç	Bakanlık tarafından düzenlenen yurtiçi fuarlar için yurtdışındaki şirket yetkililerinin, kurum ve kuruluşların ülkemize davet edilmesine yönelik
Destek Unsurları	Konaklama, yolculuk masrafları.

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.20 Genel Ticaret Heyetleri

Genel Ticaret Heyetleri'nin başvuru yeri, başvuru kişileri, amacı, kapsamı, destek unsurları, destek oranları hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 38: Genel Ticaret Bilgisi

Başvuru Yeri	Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü
Kimler Başvurabilir?	Ticaret Bakanlığı tarafından belirlenmektedir.
Amaç	Programın amacı, potansiyel olarak yüksek ihracat yapılması muhtemel ülkelere ihracatın artırılması ve tanıtılmasıdır.
Destek Unsurları	Organizasyon giderleri

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.21 Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi

Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 39: Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi Bilgisi

Kimler Başvurabilir?	İhracat yapan şirketlerin ve gerçek kişilerin, son üç yıllık ortalama ihracat tutarları 1.000.000 Dolar'ın üzerinde olması dahilinde alabilirler.
Amaç	Programın amacı, ihracat yapan şirketlerin vize prosedürleri izlemeden kolaylıkla yurtdışı pazarlara ulaşmasını sağlamaktır.
Destek Unsurları	Hususi Damgalı Pasaport

(Kaynak: Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.22 Türk Eximbank Destekleri

İhracat için destek veren ve kurumsallaşan bir destek kuruluşu olan Eximbank'ın amacı, ihracatın geliştirilerek yeni pazarlara ulaşma, kredilendirme, sigorta, rekabet edilebilirliğin artırılması gibi ihracatçının yanında olarak ihracatçıyı desteklemektir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

Destek unsurları, aşağıda verilen üç farklı başlık altında incelenebilir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

a) İhracat Kredileri

Mal ve döviz kazandıran ihracatçılara yüksek limitli, düşük maliyetli kredi imkanı sağlamaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

b) Alacak Sigortası

Alacak sigortası kapsamında, şirketlerin yurtdışındaki, farklı sebeplerle risk taşıyan alacaklarına karşılık, tahsilat güvencesi sunulmaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

c) Uluslararası Krediler

Yurtdışındaki bankalarla, Türkiye'den yapılan ihracata yönelik alıcı kredisi sağlamaktadır. Ancak yurtdışındaki bu bankaların Eximbank tarafından güvenilirliği uygun görülmesi gerekmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

Aynı zamanda İhracat alacaklarının sigorta poliçesi temin edildiği takdirde, mal mukabili, vesaik mukabili ve ya akreditiften doğan ihracat alacakları iskonto edilmektedir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2019).

2.2.3.1.23 Diğer Uygulamalar

Yukarıda belirtilen ihracata teşvik kalemlerinin dışında, aşağıda verilen diğer teşvik kalemleri de bulunmaktadır.

2.2.3.1.23.1 Dahilde İşleme Rejimi (DİR)

DİR hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 40: Dahilde İşleme Rejimi Bilgisi

Başvuru Yeri	Elektronik imzaya sahip şirket öncelikli olarak DİR otomasyon sistemine giriş yaparak yetkilendirilmesi gerekmektedir. Gerekli evrakların Ticaret Bakanlığı Bölge Müdürlüklerine teslim edilmesiyle birlikte izin alındıktan sonra Gümrük İdaresine müracaat edilmesi gerekir.
Kimler Başvurabilir?	Türkiye Gümrük Bölgesindeki şirketler
Amaç	Programın amacı, ihracat ürünlerindeki çeşitliliğin artırılarak ihracatı artırmak, yurtdışı piyasalarında rekabet edilebilirlik güçlerini artırmaktır.
Destek Unsurları	İthalatta Gümrük ve Eşetkili Vergi Muafiyeti, KKDF İstisnası, Vergi, Resim ve Harç İstisnası, Yurt İçi Alım Avantajları, Yurt İçi Alımlarda KDV Tecil-Terkin Uygulaması, Yurtiçinden Dünya Piyasa Fiyatlarından Tarımsal Hammadde Temini (Buğday, Mısır), Ticaret Politikası Önlemlerine Tabi Olmama
Uygulama Detayları	Ürünün tamiri, montajı, yenilenmesi, ambalajlanması, bedelsiz ithalatı gibi işlemleri gerçekleştirmek için Gümrük İdareleri

	tarafından Dahilde İşleme İzni (Dİİ) verilir. İzin kapsamı 12 aydır. Bu işlemlerin haricinde Ticaret Bakanlığı tarafından Dahilde İşleme İzin Belgesi(DİİB) düzenlenir. DİR kapsamında iki farklı tedbir uygulanmaktadır. - Şartlı Muafiyet Sistemi; İhraç edilecek olan malların, üretim esnasında kullanılan (ambalaj, hammadde, yardımcı madde gibi) ürünlerin ithalatında doğan vergilendirmeler, teminat karşılığında ithal edilerek, üretimi yapılan bu malın ihracatına müteakip alınan teminatların iadesini kapsamaktadır. - Geri Ödeme Sistemi; Şartlı muafiyet sisteminde bahsedilen malın ihraç edilmesi durumunda, bahsi geçen ambalaj hammadde, yardımcı madde gibi ürünlerin ithalatı sırasında alınan verilerin iade edilmesidir.
--	---

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.23.2 Hariçte İşleme Rejimi (HİR)

HİR hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 41: Hariçte İşleme Rejimi Bilgisi

Başvuru Yeri	İşlem görmek için gönderilecek olan eşya için Ticaret Bakanlığınca Hariçte İşleme İzin Belgesi (HİİB) Tamirat amaçlı gönderilecek eşya için Ticaret Bakanlığınca Hariçte İşleme İzini (Hİİ) verilmektedir.
---------------------	--

Amaç	Programın amacı, serbest dolaşımdaki malın daha ileri teknoloji ile işlenmesi, tamiratı gibi durumlardan dolayı geçici olarak ülke dışarısına ihraç edilmesi, işleme ya da tamirat gibi durumları bittikten sonra bu mallara tam veya kısmi muafiyet uygulanması sağlanarak serbest dolaşıma geri girmesidir.
Destek Unsurları	Gümrükte vergi muafiyetleri, alınması gereken vergi bakımından teminat

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

2.2.3.1.23.3 Vergi, Resim ve Harç İstisnası

Vergi, Resim ve Harç İstisnası hakkındaki bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 42: Vergi, Resim ve Harç İstisnası Bilgisi

Kimler Başvurabilir?	488 sayılı Damga Vergisi Kanunu, 492 sayılı Harçlar Kanunu ve 2017/4 sayılı İhracat, Transit Ticaret, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler İle Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi, Resim ve Harç İstisnası Hakkında Tebliğ’de sayılan ihracat sayılan satış ve teslimler ve döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetleri gerçekleştiren tam mükellef firmalar
Amaç	İhracatın artırılmasını, rekabet edilebilirliği yükseltmeyi, yeni pazarlar geliştirmeyi sağlamak amaçlanmıştır.
Destek Unsurları	Damga vergisi, harçlar, Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (BSMV)’nin istisnaları

(Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur., 2019).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ, ANKET ÇALIŞMASININ

DEĞERLENDİRİLMESİ, SONUÇ VE ÖNERİLER

3.1 Araştırmanın Metodolojisi

3.1.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Karaman ilinde ihracat yapan şirketlerin devlet tarafından verilen ihracat teşviklerinden yararlanma durumunu, nasıl ve ne kadar yararlandıklarını ve Karaman ilinin kalkınmasında bu teşviklerin etkinliğini belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmayla, ihracatın teşviklerinin ekonomik anlamda bölgesel kalkınmaya doğrudan ve olumlu etkisinin, yerel düzeyde Karaman ilinde de var olup olmadığı incelenerek, mevcut teşvik kullanım durumlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

3.1.2 Araştırmanın Önemi

Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu ihracata dayalı sanayileşme stratejisi izleyen ülkelerin ihracat artırıcı teşvik uygulamaları, literatüre bakıldığında bölgesel kalkınma için büyük ölçüde önemlidir. Araştırmamız, Türkiye'deki teşviklere, Türkiye'nin kişi başına düşen ihracat geliri sıralamasında 13. il konumunda olan Karaman'da incelenmesi ve şirketlerin teşviklere bakış açılarını, kullanım oranlarını, varsa kullanamama sebeplerini analiz ederek, teşviklerin özendirilmesi için çözüm önerileri getirilmesi bakımından önemlidir. Bu araştırma ile Karaman ilinin mevcut ihracat potansiyeli göz önünde bulundurularak, kullanılan ihracat teşviklerinin etkinliğinin belirlenmesi ve varsa eksikliklerin giderilmesi için çözüm önerileri geliştirilip, Karaman ili sanayi bölgesi yol haritasının çıkarılarak, bölgesel kalkınma gelişiminin sağlanması

amaçlanmaktadır. Araştırmamız aynı zamanda ihracat teşvik kullanımının önündeki engellerin ortaya çıkartılması bakımından literatüre de katkı sağlayacaktır.

3.1.3 Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma, Karaman ilinde faaliyette bulunan ve ihracat yapan şirketleri kapsamaktadır. Karaman Gümrük Müdürlüğünden elde edilen bilgilere göre 2018 yılında Karaman ilinde Karaman Gümrük Müdürlüğü'ne kayıtlı olan 34 şirket aktif olarak ihracat gerçekleştirmiştir. Karaman Gümrük Müdürlüğü'ne kayıtlı 34 şirketin içerisinde 15 şirketin yer aldığı ve Karaman ili ihracatına yön veren toplamda 26 şirkete ulaşılarak anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışmasına katılım sağlayan şirketler, özellikle TİM'in "Türkiye'nin ilk 1000 İhracatçısı 2018" araştırması sonucu listeye giren 4 şirket dahil, Karaman ili ihracatına yön veren ihracat rakamları yüksek şirketler yer almaktadır.

3.1.4 Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, Karaman ili uygulaması için şirket yetkilileri ile yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak anket gerçekleştirilmiştir. Anket soruları bu çalışmaya özgün olarak, verileri bu çalışmada kullanılmak üzere, kapsamlı ve ayrıntılı sorulardan oluşturulmuştur. Hazırlanan anket, rastgele belirlenen ve dış ticaretle uğraşan kişilere uygulanmış, uygulama sonucunda kişilerin görüşleri alınarak anketimizdeki eksiklikler giderilmiştir. Akabinde son halini alan anketimiz, Karaman ilinde ihracat yapan şirketlere uygulanmıştır. Bu anket çalışmasının analizinde SPSS 23 paket programı kullanılmıştır. SPSS 23 paket programı yardımıyla frekans dağılımı ve yüzde verileri hesaplanmıştır ve yorumlanmıştır. Ayrıca kabul görmüş akademik çalışmalar, dergiler, kitaplar, kütüphane veri kaynaklarından faydalanılmıştır.

Bazı şirketlerin anketin üçüncü bölümündeki soruları yanıtsız bırakmaları, anket uygulanan şirket sayısı ve anket çalışmamızdaki soruların ayrıntılı ve kapsamlı olması sebebiyle, SPSS 23 paket programıyla gerçekleştirilen testler ve/veya analizler uygulanamamıştır. SPSS 23 paket programı yardımıyla frekans dağılımı ve yüzde verileri hesaplanarak yorumlanmıştır.

3.1.5 Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın kısıtları şu şekilde belirlenmiştir.

- a. Teşviklerin devlet tarafından verildiği varsayılmıştır.
- b. İhracat teşviklerinin bölgesel kalkınmaya olumlu etki yaptığı varsayılmıştır.
- c. Serbest piyasa ekonomisi içerisinde değerlendirilmiştir.
- d. Alınan teşvikler sadece ihracatta ve ihracat ilişkili alanlarda kullanılacaktır.
- e. Karaman ilinde ihracat yapan şirketlerin herhangi bir alanda teşvik kullandığı varsayılmıştır.

3.1.6 Literatür

Kedia ve Chokar (1986), gıda ve makine imalat sanayinde, satışları 50 milyon \$'dan az: 49 ihracat yapan, 47 ihracat yapmayan şirket üzerine yaptığı çalışmasında, şirketlerin ihracat programları ile ilgili bilgi düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak ihracat teşviklerine ilişkin bilgi sahibi olanların ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerinin yüksek olduğu saptamıştır.

Kotabe, ve Czinkota (1992), çalışmalarında hükümet tarafından verilen ihracat teşviklerinin uygunluğunu yani verilen ihracat teşviklerinin özel sektörün ihtiyaçlarına cevap verip veremediğini incelemiştir. Kotabe ve Czinkota ortalama satışları 140 milyon \$'dan az, 162 ihracatçı şirketi incelediği bu çalışmalarında ihracatçıların

bekledikleri yardım programları ile uygulanmakta olan kamu yardımlarının farklı olduğunu, şirketlerin belli ihracat aşamalarında değişik yardımlar talep ettikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Moini (1998) çalışmasında; hükümetlerin ihracat destek programlarının şirketlerin ihracat faaliyetlerine olan etkisi, KOBİ'lerin hangi teşvik programlarından daha fazla yararlandığı, hangi teşvik programlarından haberdar olduklarını incelemiştir. Moini, satışların 50 milyon \$'dan az, imalat sanayinde faaliyet gösteren, 62 ihracat yapan, 49 ihracat yapmayan şirketi incelediği çalışmasında şirketlerin ihracat yardım programları ile ilgili bilgi düzeylerinin düşük olduğunu ve kamunun ihracat yardım programlarının etkinliğinin ve şirketlerin bilgi düzeylerinin, şirketlerin uluslararasılaşma oranına bağlı olarak arttığını tespit etmiştir.

Özçam (2003), yapmış olduğu çalışmada, teşvikler doğru kullanıldığında olumlu katkı sağlayabileceği gibi, verimli olarak kullanılmadığında ise piyasa mekanizmasında bozulmalara sebep olacağı, dolayısıyla toplum refahını olumsuz yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşmıştır.

Şimşek ve Yazıcı (2004), Bilecik ve Eskişehir illerinden seçilmiş 56 ihracatçı şirket arasında yaptıkları çalışmalarında en etkin ihracat teşvikinin KDV istisnası olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Andırın (2007), teşvikleri kullanmada öncelikli iller göz önüne alındığında, az gelişmiş bölgeler olduğu görülmüştür. Buradaki amaç, verilen teşviklerin, az gelişmiş bölgelere yatırım yapılmasını özendirerek, bölgenin ekonomik anlamda kalkınmasını sağlamaktır. Bölgenin ekonomik anlamda kalkınması, bölgenin sosyo-ekonomik yapısına

olumlu etki edecek ve bölge halkının refahının gelişmesini sağlayacağı sonucuna ulaşmıştır.

Durman, Koyuncu ve Önder (2007), Kütahya ilinde yapmış oldukları çalışmalarında, KOBİ'lerin dış ticaret vizyonlarının geliştirilmesini sağlayıp, eğitim, seminer, toplantı gibi organizasyonlar düzenlenirse, KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerinin artacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Noyan Yalman ve Ersungur (2009), Sivas ilinde yapmış oldukları çalışma neticesinde ihracat kalkınmayı desteklemektedir. Yapılan çalışmada da ihracat teşviklerinin ihracat hacminin artmasına destek olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla ihracata yönelik uygulanan teşvikler ilin, dolayısıyla bölgenin kalkınmasına olumlu etki yapması sonucuna ulaşmışlardır.

Turgut (2009), Denizli'de yapmış olduğu çalışma neticesinde, şirketlerin kullandıkları teşviklerden fayda sağladığını belirtmiştir. Ancak bilgi yetersizliği ya da bürokratik engeller yüzünden yararlanılmayan ya da yeterince yararlanılmayan teşvik çeşitlerini de tespit etmiş olup, teşvik kullanan şirketlerin uluslararası pazarda rekabet edilebilirliklerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Özer ve Çiftçi (2009), AR-GE çalışmaları ile ihracat arasında pozitif ve yüksek oranda bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Akça (2011), Gaziantep ildeki ihracatçı firmaların kullandığı teşviklerle ilgili yapmış olduğu çalışmasında, Gaziantep firmalarının profesyonelleşme ve kadrolaşma yolunda ciddi adımlar atması ve çalışanına güvenerek yol haritaları belirleme sürecine hızlı bir şekilde girmesi gerektiğini vurgulamıştır. Gelecek yıllarda Gaziantep'li sanayicilerin

teşviklerden daha fazla yararlanarak ihracat rakamlarında beklenilenden çok daha fazlasını gerçekleştirebileceklerini söylemiştir.

Yayar ve Demir (2014), Tokat ilinde yapmış oldukları çalışmalarında, teşviklerin bölgeler arası gelişmişlik farklarını azalttığı, şirketlerin şahıs şirketinden anonim şirketine dönüştükçe teşviklerden faydalanma oranlarının arttığı, teşvik kullanımında şirketlerin hukuki yapısı, faaliyet süreleri, esnaf esnaf odalarına kayıtlı olup olmadıkları durumlarının etkili olduğu ancak yöneticilerin demografik yapılarının teşvik kullanımlarına etki etmediği sonucuna ulaşmışlardır.

3.2 Anket Çalışmasının Değerlendirilmesi, Sonuç ve Öneriler

3.2.1 Anket Çalışmasının Değerlendirmesi

Anket çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Anket çalışmasının birinci bölümünde demografik bilgiler, ikinci bölümünde şirket ile ilgili genel bilgiler, üçüncü bölümünde ise şirketlerin ihracat ve teşvik kullanım bilgileri değerlendirilmiştir.

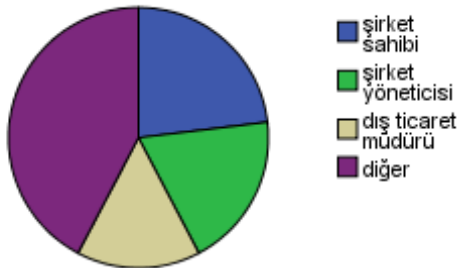
A-) Demografik Bilgilerin İncelenmesi

Tablo 43: Ankete şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir?

1.Ankete şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Şirket sahibi	6	23,1	23,1	23,1
	Şirket yöneticisi	5	19,2	19,2	42,3
	Dış ticaret müdürü	4	15,4	15,4	57,7
	Diğer	11	42,3	42,3	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 1: Ankete şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir?

Ankete Şirket adına cevap veren kişinin Şirketteki pozisyonu nedir?



Anketi cevaplayan %23,1 oranında şirket sahibi, %19,2 oranında şirket yöneticisi, %15,4 oranında dış ticaret müdürü, %42,3 oranında ise dış ticaret departmanında, muhasebe biriminde, proje çalışmaları departmanında çalışan personellerdir.

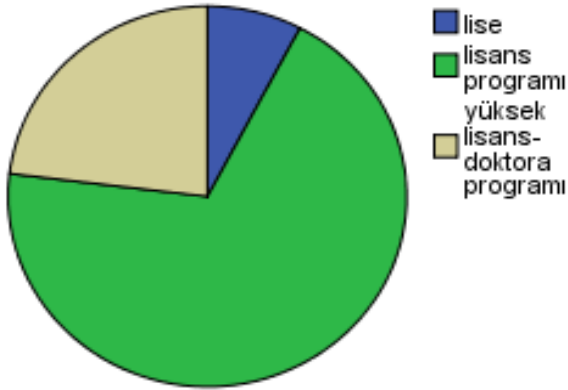
Anketi cevaplayanların hepsi, anket içeriğindeki soruları cevaplandırmak için, şirket içerisinde bulunan gerekli departmanlarda çalışan bilgili personellerden destek almışlardır. Bu durum ise ankete verilen cevapların doğruluğunu geçerli saymaktadır.

Tablo 44: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?

2.Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Lise	2	7,7	7,7	7,7
	Lisans programı	18	69,2	69,2	76,9
	Yüksek lisans-Doktora programı	6	23,1	23,1	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 2: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?

Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?



Şirket dış ticaret müdür/yetkilileri %7,7 oranında lise, %69,2 oranında lisans programı, %23,1 oranında yüksek lisans/doktora programlarından mezun olmuşlardır.

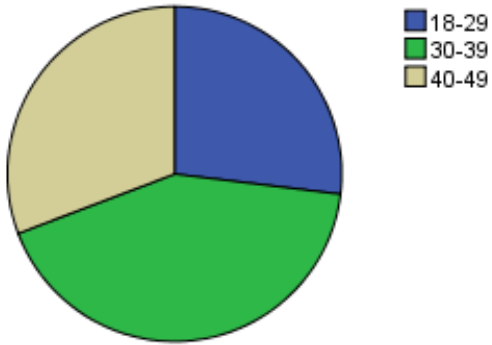
Anket verilerine göre, dış ticaret alanında çalışan personellerin %92,3 oranında, herhangi bir yükseköğretim programından mezun oldukları sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durumda ihracatçı firmalar, dış ticaret departmanında çalışan personellerinin eğitim düzeylerini önemsedikleri görülmektedir.

Tablo 45: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?

3.Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	18-29	7	26,9	26,9	26,9
	30-39	11	42,3	42,3	69,2
	40-49	8	30,8	30,8	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 3: Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?

Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?



Şirket dış ticaret müdür/yetkilileri %26,9 oranında 18-29 yaş aralığı, %42,3 oranında 30-39 yaş aralığı, %30,8 oranında 40-49 yaş aralığındadır. Şirket dış ticaret müdür/yetkilileri %69,2 oranında orta yaş altında olduğu görülmektedir.

Anket verilerine göre %69,2 oranında dış ticaret müdürü/ilgilisinin orta yaş ve altı, dinamik bir çalışan gurubu olduğu görülmektedir.

Tablo 46: Kaç yıldır bu pozisyonda görev yapıyorsunuz?

4.Kaç yıldır bu pozisyonda görev yapıyorsunuz?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	9	34,6	34,6	34,6
	6-10 yıl	7	26,9	26,9	61,5
	11-15 yıl	3	11,5	11,5	73,1
	15-20 yıl	5	19,2	19,2	92,3
	+20 yıl	2	7,7	7,7	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 4: Kaç yıldır bu pozisyonda görev yapıyorsunuz?



Ankete şirket adına cevap verenlerin %34,6 oranında 1-5 yıl, %26,9 oranında 6-10 yıl, %11,5 oranında 11-15 yıl, %19,2 oranında 15-20 yıl, %7,7 oranında +20 yıldır bulundukları pozisyonda görev yaptıkları

görülmektedir. Anket verilerine göre %61,5 oranıyla ankete şirket adına cevap verenlerin son 10 yıldır bu pozisyonda görev yaptığı ve dinamik bir yapıya sahip oldukları ortaya çıkmaktadır.

Tablo 47: Cinsiyetiniz ?

5.Cinsiyetiniz ?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Kadın	4	15,4	15,4	15,4
	Erkek	22	84,6	84,6	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 5: Cinsiyetiniz ?



Ankete şirket adına cevap verenlerin %15,4 oranında kadın, %84,6 oranında erkek olduğu görülmektedir. Anket verilerine göre, günümüzde halen geleneksel yapı kırılmayarak yönetici pozisyonunda erkek personel tercih edildiği sonucuna ulaşılabilir.

B-) Şirket İle İlgili Genel Bilgilerin İncelenmesi

Tablo 48: Şirketinizin tipi nedir?

6.Şirketinizin tipi nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Limited	13	50,0	50,0	50,0
	Anonim	13	50,0	50,0	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 6: Şirketinizin tipi nedir?



Ankete katılan şirketin %50 oranında limited, %50 oranında ise anonim şirket olduğu görülmektedir. Bu durum ise anketimizi doğru şirket tiplerine uyguladığımızı göstermektedir.

Tablo 49: Şirketinizin faaliyet alanı nedir?

7.Şirketinizin faaliyet alanı nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Gıda	12	46,2	46,2	46,2
	Makina	6	23,1	23,1	69,2
	Ambalaj	4	15,4	15,4	84,6
	Kapı Sistemleri	1	3,8	3,8	88,5
	Mobilya	1	3,8	3,8	92,3
	Diğer	1	3,8	3,8	96,2
	Hepsi	1	3,8	3,8	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 7: Şirketinizin faaliyet alanı nedir?



Ankete katılan şirketlerin faaliyet alanları %46,2 oranında gıda, %23,1 oranında makine, %15,4 oranında ambalaj, %3,8 oranında kapı sistemleri, %3,8 oranında mobilya, %3,8 oranında diğer ve %3,8 oranında hepsini kapsadığı

bilgisi görülmektedir.

Tablo 50: Şirketiniz kaç yıldır faaliyettedir?

8.Şirketiniz kaç yıldır faaliyettedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-15 yıl	13	50,0	50,0	50,0
	16-30 yıl	9	34,6	34,6	84,6
	31-45 yıl	1	3,8	3,8	88,5
	46-60 yıl	1	3,8	3,8	92,3
	+60 yıl	2	7,7	7,7	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 8: Şirketiniz kaç yıldır faaliyettedir?



Ankete katılan şirketlerin %50 oranında 1-15 yıl, %34,6 oranında 16-30 yıl, %3,8 oranında 31-34 yıl, %3,8 oranında 46-60 yıldır faaliyette oldukları ve %7,7 oranında ise 60 yıldan fazla bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir.

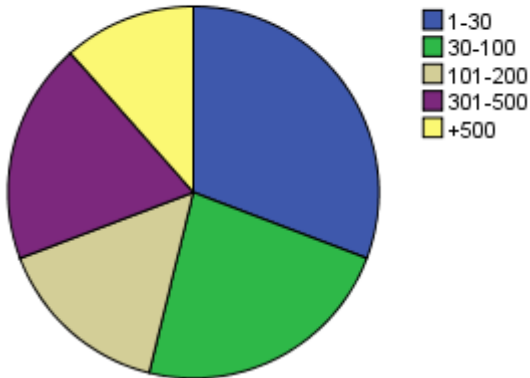
Ankete katılan %84,6 oranındaki şirketlerin, son 30 yıl içerisinde kuruldukları ve faaliyete geçtikleri görülmektedir. Bu durum 1989 yılında Karaman'ın il olması, yine aynı yıl Karaman'da Organize Sanayi Bölgesinin kurulması, Karaman sanayisinde olumlu katkı sağladığı görülmektedir.

Tablo 51: Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?

9.Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-30 çalışan	8	30,8	30,8	30,8
	31-100 çalışan	6	23,1	23,1	53,8
	101-200 çalışan	4	15,4	15,4	69,2
	201-500 çalışan	5	19,2	19,2	88,5
	+500 çalışan	3	11,5	11,5	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 9: Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?

Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?



Ankete katılan şirketlerde

%30,8 oranında 1-30 arası çalışan, %23,1 oranında 31-100 arası çalışan, %15,4 oranında 101-200 arası çalışan, %19,2 oranında 201-500 arası çalışan, %11,5 oranında 500 çalışandan fazla çalışan

olduğu görülmektedir. Ankete verilen cevaplardan yola çıkılarak %11,5 oranına sahip firmalar içerisinde en fazla çalışana sahip olan şirketin 3500 çalışanı olduğu görülmektedir.

Tablo 50 ve tablo 51 karşılaştırıldığında, yaşlı firmaların istihdam sayılarının daha fazla olduğu görülmektedir.

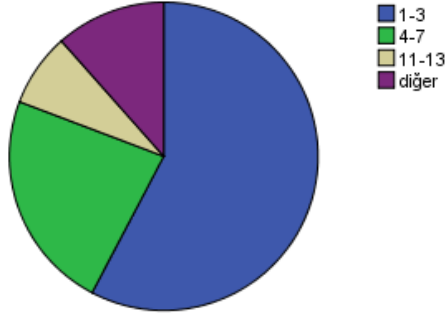
C-) Şirketin İhracat Bilgilerinin ve Teşvik Kullanım Bilgilerinin İncelenmesi

Tablo 52: Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?

10.Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-3 çalışan	15	57,7	57,7	57,7
	4-7 çalışan	6	23,1	23,1	80,8
	11-13 çalışan	2	7,7	7,7	88,5
	+13	3	11,5	11,5	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 10: Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?

Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?



Ankete katılan şirketlerde

%57,7 oranında 1-3 arası çalışan, %23,1 oranında 4-7 arası çalışan, %7,7 oranında 11-13 arası çalışan, %11,5 oranında 13 çalışandan daha çalışan olduğu görülmektedir. Anket verilerine göre, %57,7

oranıyla dış ticaret departmanında istihdam edilenlerin çok az olduğu görülmektedir. Şirketlerin toplam çalışan sayılarının şirketin üretim potansiyellerini olumlu yönde etkilediğini varsayarsak, şirketlerin az dış ticaret personeli çok iş yapma(ihracat) istekleri ortaya çıkmaktadır. Ya da üretim paylarının çoğunun yurtiçine dağıldığı sonucuna ulaşılabilir. Ancak MEVKA araştırmalarına göre, en son ulaşılan ve 2017 yılı verilerine göre kişi başına düşen ihracat miktarına göre Türkiye’de 13. sırada olan Karaman sanayisinin ihracat payının yüksek oranda olduğu anlaşılabılır. Ve şirketlerin az dış ticaret personeli çok iş yapma(ihracat) istekleri sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 53: Şirketiniz kaç yıldır ihracat yapmaktadır?

11.Şirketiniz kaç yıldır ihracat yapmaktadır?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-9 yıl	14	53,8	53,8	53,8
	10-19 yıl	7	26,9	26,9	80,8
	20-29 yıl	3	11,5	11,5	92,3
	30-39 yıl	2	7,7	7,7	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	

Şekil 11: Şirketiniz kaç yıldır ihracat yapmaktadır?



Ankete katılan şirketlerin

%53,8 oranında 1-9 yıl arası, %26,9 oranında 10-19 yıl, %11,5 oranında 20-29 yıl, %7,7 oranında 30-39 yıldan beri ihracat yaptıkları görülmektedir.

Tablo 53 ile tablo 50 ile

karşılaştırıldığında, son 30 yılda kurulan şirketlerin oranı %84,6, son 30 yılda ihracat yapan şirketlerin oranı %92,3 olduğu görülmektedir. Bu durum, son 30 yılda kurulan şirketlerin hepsinin ihracat yaptıklarını göstermektedir.

Tablo 54: Şirketiniz, aşağıdaki ürün tiplerinden hangisini ihraç etmektedir?

12.Şirketiniz, aşağıdaki ürün tiplerinden hangisini ihraç etmektedir?											
Hammadde						Nihai ürün					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	1	3,8	3,8	3,8	Geçerli Durum	evet	23	88,5	88,5	88,5
	hayır	25	96,2	96,2	100,0		hayır	3	11,5	11,5	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Ara ürün						Hepsi					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	5	19,2	19,2	19,2	Geçerli Durum	evet	1	3,8	3,8	3,8
	hayır	21	80,8	80,8	100,0		hayır	25	96,2	96,2	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	

Ankete katılan şirketlerin %3,8 oranında hammadde, %19,2 oranında ara ürün, %88,5 oranında nihai ürün ihraç ettikleri görülmektedir.

Anket verilerine göre, %88,5 oranına sahip nihai ürün ihracı, hammaddenin işlenmesi sürecinde yurtiçi kaynakların kullanılması ve döviz girdisine daha fazla olumlu katkı sağlaması nedeniyle bölgesel kalkınmaya etkisinin olumlu yönde olduğu düşünülmektedir.

Tablo 55: Şirketiniz, ihracatını nasıl finanse etmektedir?

13. Şirketiniz, ihracatını nasıl finanse etmektedir?										
Özsermaye						Ticari banka kredileri				
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	23	88,5	88,5	88,5	Geçerli Durum	evet	7	26,9	26,9
	hayır	3	11,5	11,5	100,0		hayır	19	73,1	73,1
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0
Eximbank kredileri						Red clouse (peşin ödemeli) akreditif				
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	15	57,7	57,7	57,7	Geçerli Durum	evet	6	23,1	23,1
	hayır	11	42,3	42,3	100,0		hayır	20	76,9	76,9
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0
Diğer										
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı					
Geçerli Durum	evet	1	3,8	3,8	3,8					
	hayır	25	96,2	96,2	100,0					
	Toplam	26	100,0	100,0						

Ankete katılan %88,5 oranındaki şirketlerin ihracatlarını kendi öz sermayelerinden finanse ettikleri görülmektedir. %57,7 oranında ise Eximbank kredilerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu durumda finansal çeşitlendirmenin düşük olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 56: Şirketinizin yurtdışı pazarlara ulaşma yönetimi nedir?

14.Şirketinizin yurtdışı pazarlara ulaşma yönetimi nedir?											
Ürün numuneleri						Yurtiçi ticari fuarlar					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	20	76,9	76,9	76,9	Geçerli Durum	evet	15	57,7	57,7	57,7
	hayır	6	23,1	23,1	100,0		hayır	11	42,3	42,3	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Firma broşürleri						Basım ve yayın yoluyla reklam					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	12	46,2	46,2	46,2	Geçerli Durum	evet	8	30,8	30,8	30,8
	hayır	14	53,8	53,8	100,0		hayır	18	69,2	69,2	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Yurtdışı ticari fuarlar						Satış geliştirme					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	17	65,4	65,4	65,4	Geçerli Durum	evet	10	38,5	38,5	38,5
	hayır	9	34,6	34,6	100,0		hayır	16	61,5	61,5	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Diğer											
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı						
Geçerli Durum	evet	12	46,2	46,2	46,2						
	hayır	14	53,8	53,8	100,0						
	Toplam	26	100,0	100,0							

Ankete katılan şirketlerin pazarlara ulaşma yöntemi %76,9 oranında ürün numuneleri, %65,4 yurtdışı ticari fuarları, %57,7 yurtiçi ticari fuarlar, %46,2 oranında firma broşürleri, %38,5 oranında satış geliştirme, %30,8 basım ve yayın yoluyla reklam olduğu görülmektedir.

Tablo 57: Şirketinizin ürünleri pazarlarken kullandığı tutundurma araçları nelerdir?

15.Şirketinizin ürünleri pazarlarken kullandığı tutundurma araçları nelerdir?											
Ürün numuneleri						Yurtiçi ticari fuarlar					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	19	73,1	73,1	73,1	Geçerli Durum	evet	15	57,7	57,7	57,7
	hayır	7	26,9	26,9	100,0		hayır	11	42,3	42,3	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Firma broşürleri						Basım ve yayın yoluyla reklam					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	16	61,5	61,5	61,5	Geçerli Durum	evet	10	38,5	38,5	38,5
	hayır	10	38,5	38,5	100,0		hayır	16	61,5	61,5	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Yurtdışı ticari fuarlar						Satış geliştirme					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı			Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	evet	16	61,5	61,5	61,5	Geçerli Durum	evet	13	50,0	50,0	50,0
	hayır	10	38,5	38,5	100,0		hayır	13	50,0	50,0	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0			Toplam	26	100,0	100,0	
Diğer											
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı						
Geçerli Durum	evet	10	38,5	38,5	38,5						
	hayır	16	61,5	61,5	100,0						
	Toplam	26	100,0	100,0							

Ankete katılan şirketlerin ürünleri pazarlarken kullandığı tutundurma araçları %73,1 oranında ürün numuneleri, %61,6 yurtdışı ticari fuarları, %61,5 oranında firma broşürleri, %57,7 yurtiçi ticari fuarlar, %50 oranında satış geliştirme, %38,5 basım ve yayın yoluyla reklam olduğu görülmektedir.

Tablo 56 ile tablo 57 karşılaştırıldığında pazara ulaşma ve pazara tutundurma yöntemlerinin benzer özellikler taşıdığı görülmektedir. Bu durum firmaların yeni pazarlama ve tutundurma stratejileri geliştirmediği, Karaman'ın hem bölgede hem de Türkiye'de yüksek ihracat potansiyeline sahip bir il olduğunu göz önünde bulundurarak, maksimum ihracat kapasitesine ulaşmada pazarlama ve tutundurma araçlarının yetersiz kaldığı görülmektedir.

Tablo 58: İlgili teşvikten ne kadar süredir faydalanmaktasınız?

16.İlgili teşvikten ne kadar süredir faydalanmaktasınız?					
AR-GE Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	2	7,7	20,0	20,0
	1-5 yıl	6	23,1	60,0	80,0
	6-10 yıl	1	3,8	10,0	90,0
	+15	1	3,8	10,0	100,0
	Toplam	10	38,5	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	16	61,5		
Toplam		26	100,0		
Eğitim Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	5	19,2	100,0	100,0
Kullanılmayan	Kullanılmayan	21	80,8		
Toplam		26	100,0		
İstihdam Yardımı					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	9	34,6	90,0	90,0
	6-10 yıl	1	3,8	10,0	100,0
	Toplam	10	38,5	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	16	61,5		
Toplam		26	100,0		

Pazar Araştırmaları Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	14,3	14,3
	1-5 yıl	5	19,2	71,4	85,7
	+15	1	3,8	14,3	100,0
	Toplam	7	26,9	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	19	73,1		
Toplam		26	100,0		
Çevre Maliyetleri Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	2	7,7	100,0	100,0
Kullanılmayan	Kullanılmayan	24	92,3		
Toplam		26	100,0		
Türk Malı İmajının Desteklenmesi ve Turquality					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	4	15,4	80,0	80,0
	6-10 yıl	1	3,8	20,0	100,0
	Toplam	5	19,2	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	21	80,8		
Toplam		26	100,0		
Yurtdışı İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	9,1	9,1
	1-5 yıl	6	23,1	54,5	63,6
	6-10 yıl	1	3,8	9,1	72,7
	11-15 yıl	3	11,5	27,3	100,0
	Toplam	11	42,3	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	15	57,7		
Toplam		26	100,0		
Yurtiçi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	11,1	11,1
	1-5 yıl	3	11,5	33,3	44,4
	6-10 yıl	4	15,4	44,4	88,9
	11-15 yıl	1	3,8	11,1	100,0
	Toplam	9	34,6	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	17	65,4		
Toplam		26	100,0		

Yurtdışı Mağaza Ofis Açma ve Marka Tanıtım Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	25,0	25,0
	1-5 yıl	3	11,5	75,0	100,0
	Toplam	4	15,4	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	22	84,6		
Toplam		26	100,0		
Vergi, Resim, Harç İstisnası					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	8,3	8,3
	1-5 yıl	3	11,5	25,0	33,3
	6-10 yıl	7	26,9	58,3	91,7
	+15	1	3,8	8,3	100,0
	Toplam	12	46,2	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	14	53,8		
Toplam		26	100,0		
KDV İstisnası					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	10	38,5	50,0	50,0
	6-10 yıl	4	15,4	20,0	70,0
	11-15 yıl	1	3,8	5,0	75,0
	+15	5	19,2	25,0	100,0
	Toplam	20	76,9	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	6	23,1		
Toplam		26	100,0		
Dahili İşleme Rejimi					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	6,7	6,7
	1-5 yıl	4	15,4	26,7	33,3
	6-10 yıl	4	15,4	26,7	60,0
	11-15 yıl	2	7,7	13,3	73,3
	+15	4	15,4	26,7	100,0
	Toplam	15	57,7	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	11	42,3		
Toplam		26	100,0		
Hariçte İşleme Rejimi					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-5 yıl	1	3,8	100,0	100,0
Kullanılmayan	Kullanılmayan	25	96,2		
Toplam		26	100,0		

Eximbank Krediler					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	2	7,7	11,8	11,8
	1-5 yıl	7	26,9	41,2	52,9
	6-10 yıl	4	15,4	23,5	76,5
	11-15 yıl	1	3,8	5,9	82,4
	+15	3	11,5	17,6	100,0
	Toplam	17	65,4	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	9	34,6		
Toplam		26	100,0		
Patent Faydalı Model Yardımı					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1 yıldan az	1	3,8	33,3	33,3
	1-5 yıl	1	3,8	33,3	66,7
	6-10 yıl	1	3,8	33,3	100,0
	Toplam	3	11,5	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	23	88,5		
Toplam		26	100,0		

Ankete katılan şirketlerin hangi teşvikten ne kadar süredir faydalandıkları incelendiğinde, en çok kullanılan teşviğin %76,9 oranıyla KDV istisnası olduğu görülmektedir. Kullanılan ve %50 oranının üzerindeki diğer teşvikler %65,4 oranıyla Eximbank kredileri, %57,7 oranıyla dahilde işleme rejimi olduğu görülmektedir.

Karaman ili ihracatında %57,7 oranıyla dahilde işleme rejiminin kullanılması, şirketlerin ithalata dayalı bir ihracat rejimi izlediklerini göstermektedir. Vergi indirimleri ve kredilerde Karaman ilini ihracata yönlendiren unsurların başında geldiği görülmektedir.

Kullanılmayan teşviklerin ise %96,2 oranıyla hariçte işleme rejimi, %92,3 oranıyla çevre maliyetleri desteği, %88,5 oranıyla patent faydalı model yardımı, %84,6 oranıyla yurtdışı mağaza ofis açma ve marka tanıtım desteği, %80,8 oranıyla Türk malı imajının desteklenmesi ve Turquality, %80,8 oranıyla eğitim desteği olduğu görülmektedir.

Ankete verilen cevaplar incelendiğinde kullanılan teşviklerin kullanılma yoğunluğunun son 5 yıl içerisinde olduğu görülmektedir.

Tablo 59: İlgili teşvikten yararlanma sıklığınız nedir?

17.İlgili teşvikten yararlanma sıklığınız nedir?					
AR-GE Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	7	26,9	77,8	77,8
	3-4 kez	1	3,8	11,1	88,9
	+7 kez	1	3,8	11,1	100,0
	Toplam	9	34,6	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	17	65,4		
Toplam		26	100,0		
Eğitim Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	5	19,2	100,0	100,0
Kullanılmayan	Kullanılmayan	21	80,8		
Toplam		26	100,0		
İstihdam Yardımı					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	3-4 kez	7	26,9	70,0	70,0
	+7 kez	3	11,5	30,0	100,0
	Toplam	10	38,5	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	16	61,5		
Toplam		26	100,0		
Pazar Araştırmaları Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	1	3,8	16,7	16,7
	3-4 kez	1	3,8	16,7	33,3
	5-6 kez	1	3,8	16,7	50,0
	+7 kez	3	11,5	50,0	100,0
	Toplam	6	23,1	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	20	76,9		
Toplam		26	100,0		

Çevre Maliyetleri Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	3-4 kez	1	3,8	50,0	50,0
	5-6 kez	1	3,8	50,0	100,0
	Toplam	2	7,7	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	24	92,3		
Toplam		26	100,0		
Türk Malı İmajının Desteklenmesi ve Turquality					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	3-4 kez	1	3,8	20,0	20,0
	5-6 kez	1	3,8	20,0	40,0
	+7 kez	3	11,5	60,0	100,0
	Toplam	5	19,2	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	21	80,8		
Toplam		26	100,0		
Yurtdışı İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	5	19,2	41,7	41,7
	3-4 kez	2	7,7	16,7	58,3
	5-6 kez	1	3,8	8,3	66,7
	+7 kez	4	15,4	33,3	100,0
	Toplam	12	46,2	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	14	53,8		
Toplam		26	100,0		
Yurtiçi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	4	15,4	36,4	36,4
	3-4 kez	4	15,4	36,4	72,7
	5-6 kez	1	3,8	9,1	81,8
	+7 kez	2	7,7	18,2	100,0
	Toplam	11	42,3	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	15	57,7		
Toplam		26	100,0		
Yurtdışı Mağaza Ofis Açma ve Marka Tanıtım Desteği					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	3-4 kez	1	3,8	25,0	25,0
	+7 kez	3	11,5	75,0	100,0
	Toplam	4	15,4	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	22	84,6		
Toplam		26	100,0		

Vergi, Resim, Harç İstisnası					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	3-4 kez	2	7,7	18,2	18,2
	5-6 kez	3	11,5	27,3	45,5
	+7 kez	6	23,1	54,5	100,0
	Toplam	11	42,3	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	15	57,7		
Toplam		26	100,0		
KDV İstisnası					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	1	3,8	5,0	5,0
	3-4 kez	3	11,5	15,0	20,0
	5-6 kez	2	7,7	10,0	30,0
	+7 kez	14	53,8	70,0	100,0
	Toplam	20	76,9	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	6	23,1		
Toplam		26	100,0		
Dahili İşleme Rejimi					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	2	7,7	13,3	13,3
	3-4 kez	3	11,5	20,0	33,3
	+7 kez	10	38,5	66,7	100,0
	Toplam	15	57,7	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	11	42,3		
Toplam		26	100,0		
Hariçte İşleme Rejimi					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	5-6 kez	1	3,8	50,0	50,0
	+7 kez	1	3,8	50,0	100,0
	Toplam	2	7,7	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	24	92,3		
Toplam		26	100,0		
Eximbank Krediler					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	6	23,1	35,3	35,3
	3-4 kez	3	11,5	17,6	52,9
	+7 kez	8	30,8	47,1	100,0
	Toplam	17	65,4	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	9	34,6		
Toplam		26	100,0		

Patent Faydalı Model Yardımı					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	1-2 kez	1	3,8	50,0	50,0
	+7 kez	1	3,8	50,0	100,0
	Toplam	2	7,7	100,0	
Kullanılmayan	Kullanılmayan	24	92,3		
Toplam		26	100,0		

Ankete katılan şirketlerin, hangi teşvikten ne kadar sıklıkta faydalandıkları,

kullanılan teşviklerin oranlarıyla eşdeğer oranlara sahip olduğu görülmektedir. Yani %76,9

oranıyla en fazla şirketin faydalandığı KDV istisnasının kullanım sıklığı, %53,8 oranıyla 7

kezden fazla kullanım oranıyla, en sık kullanılan teşvik olarak yer almaktadır.

Tablo 60: İhracat teşviklerinden yeterince yararlanmadığınızı düşünüyorsanız sebeplerini işaretleyiniz.

18. İhracat teşviklerinden yeterince yararlanmadığınızı düşünüyorsanız sebeplerini işaretleyiniz.													
		Bürokratik engeller		Gerekli miktarlarda yardımın yapılmaması		Bilgi yetersizliği		Yararlanma şartlarına sahip olmamak		İhtiyaç duymamak		Gerekli departman/personel yetersizliği	
		Verilen Cevap Tekrarı	%	Verilen Cevap Tekrarı	%	Verilen Cevap Tekrarı	%	Verilen Cevap Tekrarı	%	Verilen Cevap Tekrarı	%	Verilen Cevap Tekrarı	%
Geçerli Durum	Evet	55	14,10	39	10,00	31	7,95	20	5,13	55	14,10	24	6,15
	Hayır	335	85,90	351	90,00	359	92,05	370	94,87	335	85,90	366	93,85
	Toplam	390	100	390	100	390	100	390	100	390	100	390	100
Doğrulama/Ankette belirtilen teşvik sayısı		15		15		15		15		15		15	

Tabloda belirtilen sayılar, şirketlerin her bir sebep için 15 teşvik üzerinden

vermiş olduğu cevapları yansıtmaktadır.

Ankete katılan 26 şirketin hepsinin, ankette belirtilen 15 farklı teşviğin hepsiyle ilgilendikleri ancak yeterince yararlanmadıkları ya da hiç yararlanmadıkları varsayılırsa, ankette belirtilen sadece 1 (bir) sebep için (örneğin bürokratik engeller ya da ankette belirtilen altı engelden herhangi birisi) toplamda 390 cevap olması gerekmektedir. Bazı şirketlerin, 18. soruya verdiği cevaplarda birden fazla sebep belirtmiş olmalarına rağmen, şirketlerin verdiği cevaplar doğrultusunda, her bir sebep ayrı ayrı ele alınmıştır.

$$26 \text{ şirket} * 15 \text{ teşvik} * \text{Karşılaştıkları 1(bir) engel} = 390 \text{ cevap}$$

Ankete katılan bazı şirketlerin 18. soruda belirtilen her bir sebeple birden fazla teşvikte karşılaştıkları görülmüştür. Ankete katılan şirketlerin teşviklerden yararlanmama ya da yeterince yararlanmama sebepleri incelendiğinde, 26 şirketin en az bir teşvik kaleminden bürokratik engeller sebebiyle yeterince yararlanmadıkları görülerek toplamda 55 tekrar cevap verilmiştir. Ayrıca 55 tekrar cevap ile şirketler teşviklere ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir. 39 tekrar cevap ile şirketlerin gerekli miktarla yardımın yapılmadığını düşündüğü görülmektedir.

Şirketlerin çoğunun teşviklerden faydalanmak için yararlanma şartlarını taşıdığı halde faydalanmama sebepleri arasında ihtiyaçlarının olmadığını söylemeleri öz sermayelerine güvendikleri, geleneksel ve katı görüşte oldukları, yeniliğe açık olmadıkları, bürokratik engeller yüzünden ihracat teşviklerinden uzaklaştıklarını ve ihracat teşviklerini yeterince araştırmadıkları görülmektedir.

Geleneksel yapı kırılamadığı için kalkınma sürecinde ileriye dönük adımlar atılmada eksik kaldıkları görülmektedir.

Tablo 61: Anket verilerinden elde edilen teşvik kullanımları

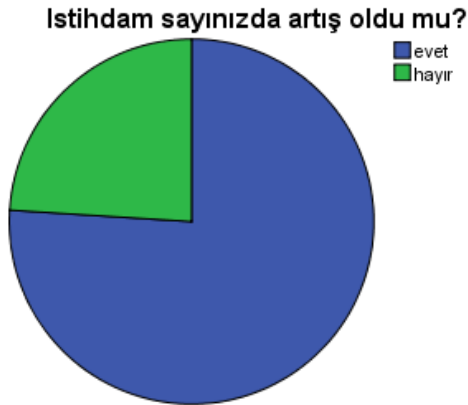
Ankete katılan bütün şirketlerin, ankette belirtilen bütün teşviklerden en az birini kullandıkları varsayılırsa, verilen cevaplar neticesinde toplam tekrar sayısı (maksimum kapasite)	Ankette belirtilen teşviklerden yararlanan şirketlerin, kullandıkları teşvikler sorulduğunda verdikleri cevaplara göre tekrar sayısı	Şirketlerin ankette belirtilen teşvikleri kullanma oranı (yüzde)
390	131	33,59

Anket verilerinden elde edilen bilgilere göre 26 şirketin, belirtilen 15 teşvik kaleminden hangisini ne kadar kullandıkları sorulduğunda verilen cevaplar neticesinde teşvik kullanım oranının %33,59 olduğu görülmüştür.

Tablo 62: İstihdam sayınızda artış oldu mu?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
a. İstihdam sayınızda artış oldu mu?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	19	73,1	76,0	76,0
	Hayır	6	23,1	24,0	100,0
	Toplam	25	96,2	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 12: İstihdam sayınızda artış oldu mu?



görülmektedir.

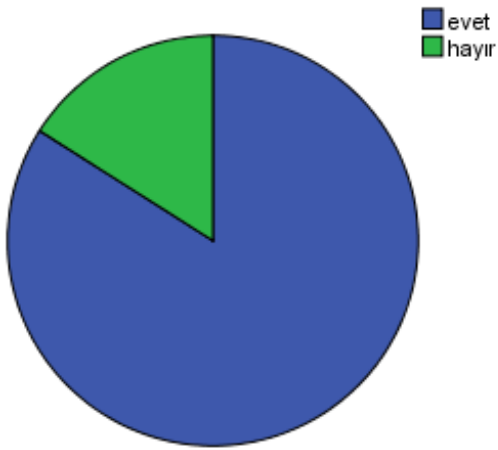
Ankete katılan şirketlerin %73,1 oranıyla, teşviklerin istihdam sayılarını arttırdığını söylemişlerdir. Şirketler teşvik kullanarak, şirketlerin Karaman ilinde yeni istihdam alanları yarattığı görülmektedir. Bir şirketin ise cevap vermekten kaçındığı

Tablo 63: Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
b. Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	21	80,8	84,0	84,0
	Hayır	4	15,4	16,0	100,0
	Toplam	25	96,2	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 13: Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?

Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?



Ankete katılan şirketlerin %80,8 oranıyla, teşviklerin teknolojik ürünlerin kullanımında gelişme sağlandığı görüşünde olduklarını göstermektedir. Teşvikler, teknolojik ürün kullanımı olumlu etkilemektedir. Bir şirketin ise cevap vermekten kaçındığı görülmektedir.

Tablo 64: Çalışan personellerinizin ücretlerinde artış sağladınız mı?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
c. Çalışan personellerinizin ücretlerinde artış sağladınız mı?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	20	76,9	80,0	80,0
	Hayır	5	19,2	20,0	100,0
	Toplam	25	96,2	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 14: Çalışan personellerinizin ücretlerinde artış sağladınız mı?



Ankete katılan şirketlerin %76,9 oranıyla teşviklerin çalışan personellerin ücretlerinde pozitif bir etki sağladığı görüşünde oldukları görülmektedir. Teşvikler, ücret artışını olumlu etkilemektedir. Bir şirketin ise cevap vermekten kaçındığı görülmektedir.

Tablo 65: Sermayenizde artış gerçekleşti mi?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
d. Sermayenizde artış gerçekleşti mi?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	22	84,6	88,0	88,0
	Hayır	3	11,5	12,0	100,0
	Toplam	25	96,2	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 15: Sermayenizde artış gerçekleşti mi?



Ankete katılan şirketlerin %84,6 oranıyla teşviklerin şirketlerin sermayelerinde artış sağladığı görüşünde olduğu görülmektedir. Teşvikler, sermaye artışını olumlu etkilemektedir. Bir şirketin ise cevap vermekten kaçındığı

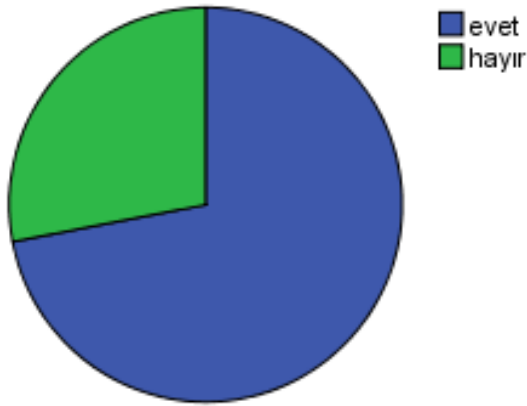
görülmektedir.

Tablo 66: Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
e. Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	18	69,2	72,0	72,0
	Hayır	7	26,9	28,0	100,0
	Toplam	25	96,2	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 16: Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?

Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?



Ankete katılan şirketlerin %69,2 oranıyla teşviklerin çalışan personellerin eğitim/seminer/kurs almaları sağlandığı görüşünde olduğu görülmektedir. Teşvikler, personellerin kendilerini geliştirmelerini sağlayan eğitim/seminer/kurs alma durumlarını olumlu etkilemektedir. Bir şirketin ise

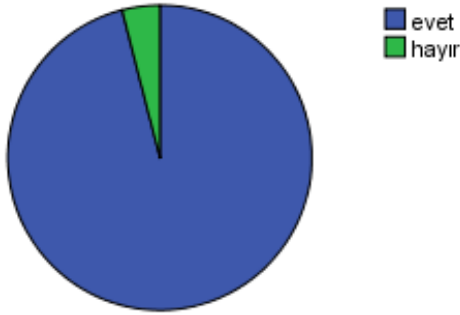
cevap vermekten kaçındığı görülmektedir.

Tablo 67: Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
f. Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	24	92,3	96,0	96,0
	Hayır	1	3,8	4,0	100,0
	Toplam	25	96,2	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 17: Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?

Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?



Ankete katılan şirketlerin %92,3 oranıyla teşviklerin şirketlerin yatırımlarında artış sağladığı görüşünde oldukları görülmektedir. Teşvikler, yatırım artışını olumlu etkilemektedir. Bir

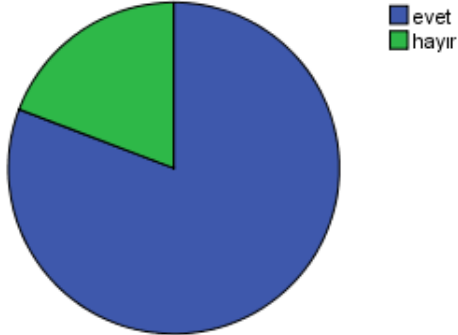
şirketin ise cevap vermekten kaçındığı görülmektedir.

Tablo 68: İhracatın kayıt dışı oranını azalttığını düşünüyor musunuz?

19.İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;					
g. İhracatın kayıt dışı oranını azalttığını düşünüyor musunuz?					
		Verilen Cevap Sayısı	Yüzde Oranı	Geçerli Yüzde Oranı	Kümülatif Yüzde Oranı
Geçerli Durum	Evet	21	80,8	80,8	80,8
	Hayır	5	19,2	19,2	100,0
	Toplam	26	100,0	100,0	
Cevapsız	Cevapsız	1	3,8		
Toplam		26	100,0		

Şekil 18: İhracatın kayıt dışı oranını azalttığını düşünüyor musunuz?

İhracatın kayıt dışı oranını azalttığını düşünüyor musunuz?



Ankete katılan kişilerin

%80,8 oranıyla ihracatın kayıt dışı oranını azalttığı görüşüne sahip oldukları görülmektedir. Bir şirketin ise cevap vermekten kaçındığı görülmektedir.

Şirketlerin 19. soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde teşvik kullanımlarının istihdam, ücret artışı, sermaye artışı, yatırımlarda artış, çalışanların eğitim/seminer/kurs almaları, teknolojik ürünlerin kullanımında artış sağlandığı gözlemlenmiştir. Bu durum Karaman ilinin bölgesel ve ekonomik kalkınmasına olumlu etki yaptığı görülmüştür.

3.2.2 Sonuç ve Öneriler

Tez çalışmamızın bu bölümünde anket verilerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda bir takım sonuçlar elde edilmiş ve bu sonuçlara öneriler getirilmiştir.

Ankete katılan şirketlerin hangi teşvikten ne kadar süredir faydalandıkları incelendiğinde, en çok kullanılan teşviğin %76,9 oranıyla KDV istisnası olduğu görülmektedir. Bu durumda kullanılan bu teşviğin kolay ulaşılabilir olduğu için tercih edildiği sonucuna ulaşılabilir.

Ankete katılan şirketlerin %92,3'ü teşviklerin yatırımlarda, %73,1'i istihdam sayılarında ve %84,6'sı teşviklerin şirketlerin sermayelerinde artış sağladığını belirtmişlerdir. Teşvik kullanım oranı ile olumlu yönde olan bu artış karşılaştırıldığında, teşvik kullanımlarının artmasıyla yatırım, sermaye ve istihdam edebilirlik oranlarının daha da yükseleceği, böylece bölgesel kalkınmada daha etkin olacakları sonucu çıkmaktadır.

Ancak şirketler, bilgi yetersizliği, bürokratik engeller ya da ihtiyaç duymama nedenlerinden dolayı teşvik kullanım oranları, mevcut potansiyellerine göre yetersiz kalmaktadır.

Anket verilerinden elde edilen sonuca göre şirketlerin çoğu, teşviklerden faydalanmak için yararlanma şartlarını taşıdığı halde faydalanmama sebepleri arasında ihtiyaçlarının olmadığını söylemişlerdir. Halbuki teşvik kullanan şirketler büyük ölçüde fayda sağladıklarını dile getirmişlerdir. Bu durumda şirketlerin ihtiyaç duymama durumlarından ziyade teşvik kullanmaktan bir şekilde kaçındıkları görülmektedir.

Anket verilerine göre şirketlerin %57,7'sinin, Dahilde İşleme Rejimi uyguladıkları görülmektedir. Bu durum, şirketlerin ithalata dayalı ihracat yaptıklarını göstermektedir. DİR ile ilgili ekonomi literatürüne göre DİR'in yurtiçi üretimi olumsuz yönde etkilediği, çünkü yerli üretim malları dururken ihtiyaç halindeki malın neden ithal edildiği sorusunu gündeme getirmektedir.

Anket verilerine göre şirketlerin %57,7'si Eximbank kredisi, %26,9'unun da ticari banka kredileri kullandıkları görülmektedir. Aynı zamanda şirketlerin %88,5'inin ihracat finansmanı olarak öz sermaye kullandıkları görülmektedir. Bu durumda şirketler, öz sermaye yetersizliğinde kredilere başvurduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Pazar Araştırmaları Desteği kullanan şirketlerin %26,9 olduğu görülmektedir. Pazar araştırmaları desteği ihracata yönelik yeni pazarlara erişmek adına yapılan gezilerde pazar bilgisinin artırılması ve gerekli iş görüşmelerini yapmalarını kapsamaktadır. Anket verilerine göre, teşviklerin öz sermayelerini artırdığını söyleyen şirketlerin öz sermayelerine direk katkı sağlayan bu destekten yeterince faydalanmadıkları sonucuna ulaşılabilir.

Anket verilerinden elde edilen sonuca göre şirketlerin %88,5'inin nihai ürün ihraç ettiği göz önüne alınırsa, AR-GE desteğinden %38,5 gibi düşük bir oranda yararlandığı durumu tezat oluşturmaktadır. AR-GE desteği şirketlerin yeni bir mal üretmesini, üretilen malın kalite ve standartlarının yükseltilmesini ve üretimle alakalı yeni bir teknolojik ürün geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu haliyle şirketlerin AR-GE desteğinden faydalanmaya özendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılabilir. Şirketlerin nihai ürün ihraç etmelerinin bir diğer sonucu ise bölgesel kalkınmaya olumlu yansımasıdır.

Anket verilerinden elde edilen sonuçlara göre kullanılmayan teşviklerin %96,2 oranıyla hariçte işleme rejimi, %92,3 oranıyla çevre maliyetleri desteği, %88,5 oranıyla patent faydalı model yardımı, %84,6 oranıyla yurtdışı mağaza ofis açma ve marka tanıtım desteği, %80,8 oranıyla Türk malı imajının desteklenmesi ve Turquality, %80,8 oranıyla eğitim desteği olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durumda geleneksel yapıda olan Karaman ili sanayisinin geliştirilerek, modern bir yapıya kavuşması gerektiği sonucuna ulaşılabilir. Günümüzde Endüstri 4.0 konusunun konuşulduğu ve hatta yavaş yavaş eskimeye başladığı bu dönemde hala ihracat teşviklerinde çeşitlendirmeye gidilmemesinin ve yeni pazarlara ulaşmak için uygulanan diğer teşviklerin kullanılmamasının olumsuz ekonomik yansımaları da Karaman ilini etkilediği görülmektedir.

Yukarıdaki sonuçlar değerlendirildiğinde, aşağıdaki tabloda toplu bir şekilde bu sonuçlara ilişkin tespitler ve çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Tablo 69: Sonuç ve Öneriler

	Sonuç	Öneriler
1	Ankete katılan şirketlerin %92,3'ü teşviklerin yatırımlarda, %73,1'i istihdam sayılarında ve %84,6'sı	İldeki yatırımlar, şirketlerin sermaye artışı ve istihdam artışı, bölgesel kalkınmaya olumlu katkı sağlamaktadır. Ankete

	şirketlerin sermayelerinde artış sağladığını belirtmişlerdir.	verilen cevaplar neticesinde %92,3 oranıyla teşvikler, yatırımlarda, %73,1 oranıyla istihdamda ve %84,6 oranıyla sermayelerinde artış sağlamaktadır. Ancak Tablo 61’de görüldüğü üzere şirketler, teşvik kullanma oranı %33,59’dur. Yani maksimum kullanma kapasitelerinin %100 olduğu varsayılırsa bu oran çok düşüktür. Bu durumda şirketlerin, teşvik kullanmaya özendirilmesi gerekmektedir.
2	Tablo 60’a bakıldığında şirketlerin çoğunun teşviklerden faydalanmak için yararlanma şartlarını taşıdığı halde faydalanmama sebepleri arasında ihtiyaçlarının olmadığını söylemeleri öz sermayelerine güvendikleri, geleneksel ve katı görüşte oldukları, yeniliğe açık olmadıkları görülmektedir.	Bu durumda, geleneksel yapı kırılamadığı için kalkınma sürecinde ileriye dönük adımlar atılmada eksik kalındığı düşünülmektedir. Şirketlerin neden ihtiyaç duymadıkları ve uzman personel yardımıyla ihtiyaç analizi yapılarak bu durumun kırılmasının sağlanması gerekmektedir.
3	Tablo 60’a bakıldığında şirketlerin bürokratik engeller yüzünden ihracat teşviklerinden uzaklaştıklarını ve ihracat teşviklerini yeterince	Bu durumda, devlet tarafından teşvik kullanma prosedürlerinin gözden geçirilerek daha anlaşılır biçimde ve daha az evrak işlemleriyle revize edilmesi

	kullanamadıkları görülmektedir.	gerekmektedir. Ancak bu durumda devletin, informal davranışları engellemek adına katı bir denetim getirmesi gerekmektedir.
4	Tablo 60'daki sonuçlar ve anket çalışması göz önüne alındığında, şirketlerin teşviklerden neden yararlanamadıkları sorusunu cevaplamaktan kaçındıkları ve cevap verenlerin ise bilgi yetersizliği cevabını verdikleri görülmektedir.	Bu durumda, şirketlerin ihtiyaç analizi yapılarak yönlendirilmesi, teşvikler konusunda kolay anlaşılır biçimde bilgilendirmek için yeni mekanizmaların geliştirilmesi gerekmektedir.
5	Anket verilerine göre %57,7 oranındaki şirketlerin Dahilde İşleme Rejimi uyguladıkları görülmektedir. Bu durum, şirketlerin ithalata dayalı ihracat yaptıklarını göstermektedir. DİR ile ilgili iktisat literatürüne göre DİR'in, yurtiçi üretimi olumsuz yönde etkilediği, çünkü yerli üretim malları dururken ihtiyaç halindeki malın neden ithal edildiği sorusunu gündeme getirmektedir.	Bu durumda, yerli üretime zarar vermeyecek şekilde, devlet tarafından DİR'nin gözden geçirilmesi öneriler arasındadır.
6	Anket verilerine göre şirketler, %57,7 oranıyla Eximbank kredisi, %26,9	Karaman ili sanayisinde bulunan, anket

	oranıyla ticari banka kredileri kullandıkları görülmektedir.	yapılan şirketlerin genç oldukları göz önüne alındığında, KOBİ'lerin ilk dönemlerinde en önemli problemlerin başında öz sermaye yetersizliği ve finansmana erişim sorunu gelmektedir. Bunun sonucunda Eximbank ve ticari banka kredilerinden yüksek oranda yararlanmaları olağan görülebilir. Bu tür teşvik kredilerinin yaygınlaştırılması, genç KOBİ'lerin pazara tutundurulmasında fayda sağlayacaktır.
7	Anket verilerine göre teşvik kullanan şirketlerin %80,8'i, teşviklerin teknolojik ürün kullanımını artırdığı görüşündedir.	Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan ülkelerin, teknoloji bağımlılık seviyesinin yüksek olması göz önünde tutulursa, teknoloji bağımlılığının önüne geçilmesi için AR-GE teşviklerinin KOBİ'ler nezdinde tekrar gözden geçirilmesi olumlu sonuçlar getirebilecektir.
8	Devlet tarafından verilen teşvikler incelendiğinde, teşvikler bir şirketin kuruluşundan gelişimine kadar ki bütün süreci kapsamaktadır. Yani, doğru bir yönlendirme ile şirketlerin, teşvikleri	Her bir KOBİ'nin kendi bünyesinde "KOBİ danışmanı" istihdam etmesi ve KOBİ'lere uzman yardımıyla "uygun teşvik reçetesi" sunulması gerekliliği

	sırası ile ve etkin kullanmaları sağlanmalıdır. Bu durum gelişmekte olan ülkelerdeki şirketlerin gelişmesine, dolayısıyla bölgesel kalkınmaya olumlu yansımaları olacaktır.	değerlendirilebilir.
--	---	----------------------



KAYNAKÇA

- Acinöroğlu, S. (2009, Kış). Genel Olarak Vergi Teşviklerinin Ekonomi Üzerine Etkinliği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, International Journal of Economic and Administrative Studies*, 1(2), 147-169.
- Akça, M. (2011). İhracat Teşviklerinin İşletmeler Üzerinde Etkileri (Gaziantep İlinde Bir Uygulama). Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.
- Akkaplan, M. (2014). İhracat Teşvikleri ve Türk Eximbank'ın Türkiye'nin İhracatına Etkileri. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Uluslararası Ticaret ve Finansman Yüksek Lisans Programı*. Ankara.
- Akpınar, R., Taşçı, K., & Özsan, M. E. (2011). *Teoride ve Uygulamada Bölgesel Kalkınma Politikaları*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Andırın, F. (2007). Türkiye'de Genel Olarak Uygulanan Teşvikler ve 5084 Sayılı Kanunla Kalkınmada Öncelikli Yörelere Getirilen Teşvik Uygulamaları. Hatay: Hatay Defterdarlığı, Milli Emlak Müdürlüğü.
- Ayna, E. Y. (2011). Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Kalkınma Ajansları. Malatya.
- Berber, M. (2006). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Canitez, M. (2008). İhracat Kavramı ve Temel Esaslar. Ç. Bedestenci, & M. Canitez içinde, *Dış Ticaret İşlemleri ve Uygulamaları* (s. 1-47). Ankara: Gazi Kitabevi.

Çiloğlu, İ. (2014). Türkiye'de Uygulanan Teşvik Politikalarının Analizi. M. N. Bozdoğan içinde, *Türkiye'de Bölgesel Kalkınma ve Teşvik Politikaları* (s. 83-121). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Dawkins, C. (2003, Kasım). Regional Development Theory: Conceptual Foundations, Classic Works, and Recent Developments. *18(2)*, 131-172. *Journal of Planning Literature*.

Devlet Planlama Teşkilatı. (2000, Nisan). Sekizinci BYKP. *Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.

Dinler, Z. (2014). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

DPT. (1963). Birinci BYKP, (1963-1967). Ankara.

DPT. (1968). İkinci BYKP, (1968-1972). Ankara.

DPT. (1973). Üçüncü BYKP, (1973-1977). Ankara.

DPT. (1979). Dördüncü BYKP, (1979-1983). Ankara.

DPT. (1985). Beşinci BYKP, (1985-1993). Ankara.

DPT. (1990). Altıncı BYKP, (1990-1994). Ankara.

DPT. (1996). Yedinci BYKP, (1996-2000). Ankara.

DPT. (2001). Sekizinci BYKP, (2001-2005). Ankara.

DPT. (2007). Dokuzuncu BYKP. (2007-2013). Ankara.

- Durman, M., Koyuncu, C., & Önder, H. (2007). İhracat Teşviklerinden Yararlanmayı Etkileyen Faktörler: Kütahya Merkez İlçede Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 12(2), 121-134.
- Efe, M., & Akgül, B. (2011). *Türkiye'de Bölgeselemenin Temel Veri Alanları ve Bölgesel Kalkınma Model Çalışmaları*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Egeli, H. A. (2001). Dış Ticaret Açısından Sanayileşme Stratejileri ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*(2), 149-161.
- Eraydın, A. (2004). Bölgesel Kalkınma Kavram, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*. Denizli.
- Eren, M. V. (2016). Dış Ticaretin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü: TRB1. *ÜNİDAP Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı "Sosyal Kalkınma". II*, s. 450-463. Muş: Muş Alparslan Üniversitesi'ne.
- Ersungur, M. Ş., & Noyan Yalman, İ. (2009). Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği; Sivas ilinde Bir Uygulama. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 81-98.
- Ersungur, M., Doru, Ö., & Ekinci, E. D. (2016). Ekonomik Kalkınma ve Dış Ticaret İlişkisi. H. İ. Aydın, & Y. E. Özer içinde, *Kalkınma Üzerine Ekonomi-Politik Yazılar* (s. 295-296). Ankara: Orion Kitabevi.
- Eser, E. (2011, Nisan). *Türkiye'de Uygulanan Yatırım Teşvik Sistemleri ve Mevcut Sistemin Yapısına Yönelik Öneriler*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü.

- GÜLMEZ, M., & YALMAN, İ. N. (2010). Yatırım Teşviklerinin Bölgesel Kalkınmaya. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(2), 235-257.
- Gündüz, A. Y. (2006). *Bölgesel Kalkınma Politikası*. Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Gürak, H. (2016). *Ekonomik Büyüme ve Kalkınma - Kuramlar, Eleştiriler ve "Alternatif" Bir Büyüme Modeli*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Han, E., & Kaya, A. A. (2008, Ekim). Kalkınma Ekonomisi Teori ve Politika. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hoover, E. M., & Giarratani, F. (1984). *An Introduction to Regional Economics*. Newyork: Knopf.
- Horoz, Y. (2006). İhracata Yönelik Vergi Teşvikleri ve Türkiye Uygulaması. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Maliye Bilim Dalı.
- <http://sozluk.gov.tr/>. (2019). Haziran 16, 2019 tarihinde Türk Dil Kurumu Sözlükleri: <http://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.
- <http://www.iktisatsozlugu.com>. (2019, Temmuz). Temmuz 17, 2019 tarihinde İktisat Sözlüğü: <http://www.iktisatsozlugu.com> adresinden alındı
- İldırar, M. (2004). *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri*. Adana: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kalkınma Bakanlığı. (2013). Onuncu BYKP, (2014-2018). Ankara.
- Karakılçık, Y. (2014). *Yeni Bölgeselleşme Politikaları ve Türkiye'de Bölge Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Kaya, F., & Turguttopbaş, N. (2012). *Dış Ticaret İşlemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri.

Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur. (2019). Karaman.

Kaynak:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur. (2019). Karaman.

Kaynak-1:Ticaret Bakanlığı Devlet Yardımları Rehberi incelenerek tarafımdan oluşturulmuştur. (2018). Karaman.

Kedia, B. L., & Chhokar, J. S. (1986). An empirical investigation of export promotion programmes.

Kotabe, M., & Czinkota, M. R. (1992). State government promotion of manufacturing exports: a gap analysis. *Journal of international business studies*, 23(4), 637-658.

McCall, T. (2010). What do we mean by Regional Development? Tasmania.

Mete, E., & Akyazı, H. (2017). Avrupa Birliği ve Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Yardımları. *KTÜ - Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*(13), 85-109.

Moini, A. H. (1998). Small firms exporting: how effective are government export assistance programs?. *Journal of Small Business Management*, 36(1), 1.

Nijkamp, P., & Abreu, M. (2009). Regional Development Theory. Hollanda.

Oakley, P., & Garforth, C. (1985). Guide to Extension Training. *FAQ Training Series*, 11. Rome, İtalya.

Okur, U. (2017). Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Ağrı İlinin İktisadi Analizi. Ağrı.

Özaslan, M. (2006). Spatial Development Tendencies and Emergence of New Industrial Districts in Turkey in the Post-1980. *46th Congress of the European Regional Science Association: "Enlargement, Southern. Volos, Yunanistan: European Regional Science Association (ERSA).*

Özçam, M. (2003). *Ekonomide Teşvikler ve Türkiye'deki Durum.* Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.

Özer, M., & Çiftçi, N. (2009). Ar-Ge Harcamaları ve İhracat İlişkisi: OECD Ülkeleri Panel Veri Analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(23), 39-50.

Palley, T. (2011). *The Rise and Fall of Export-led Growth.* NewYork: The Levy Economics Institute .

Resmi Gazete 95/7623 Sayılı İhracat Rejimi Kararı. (1996).

Seyidoğlu, H. (2013). *Uluslararası İktisat.* İstanbul: Güzem Can Yayınları.

Soyyigit, S. (2011). Türkiye'de İhracata Dayalı Sanayileşme Stratejisi Uygulamaları ve İmalat Sanayii Üzerinde Etkinliği:Nedensellik Analizi (1990-2008). *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 60(2), 135-156. İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası.

Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). OBKP. *OBKP.* Strateji ve Bütçe Başkanlığı.

Şahin, D. (2017). Bölgesel Kalkınmada Dış Ticaretin Rolü: TR81 Bölgesi Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 55-67.

- Tatar Candan, G., & Yurdadağ, V. (2017). *Türkiye’de Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Politikaları*. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 27, Mayıs 2017. 154-177
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2019, Mayıs). Devlet Yardımları Rehberi. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı.
- Ticaret Bakanlığı . (2019). *Devlet Yardımları Rehberi*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı.
- Turgut, İ. E. (2009). Denizli Telstil Sektöründe İhracat Teşviklerinin Pazarlama Faaliyetlerine Etkileri. *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı*. Denizli.
- Yavan, N. (2011). Teşviklerin Sektörel ve Bölgesel Analizi Türkiye Örneği. *Ekonomik ve Mali Araştırma Yarışması*. Ankara: Maliye Hesap Uzmanları Vakfı Yayınları.
- Yayar, R., & Demir, Y. (2014). Bölgesel Kalkınma ve Yatırım Teşvikleri: Tokat İlinde Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 120-146.
- Yıldız, O. (2014). Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'deki Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Bölgesel Rekabet Gücünün Arttırılmasında Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Rolü:GEKA Örneği. *Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'deki Bölgesel Kalkınma Politikaları ve Bölgesel Rekabet Gücünün Arttırılmasında Bölgesel Kalkınma Ajanslarının Rolü:GEKA Örneği*. Muğla.

Yılmaz, B. (2011). Bölgesel Politikaların Tarihsel Gelişimi ve Yeni Bir Model Olarak Kalkınma Araçları. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*(15).

Zeybek, E. (2013). *Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları ve 2003-2011 Dönemi Bölecik İli Ekonomik Gelişimi*. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.



EKLER

Ek-1: Anket Soruları

Demografik Bilgiler

1-) Ankete Şirket adına cevap veren kişinin Şirketteki pozisyonu nedir?

☐Şirket Sahibi ☐Şirket Yöneticisi ☐Dış Ticaret Müdürü ☐Diğer (Belirtiniz).....

2-) Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin eğitim durumu nedir?

☐ Ortaöğretim ☐ Lise ☐ Ön Lisans/Lisans ☐ Yüksek Lisans/Doktora

3-) Dış Ticaret Müdürü/İlgilisinin yaş aralığı nedir?

☐18-29 ☐30-39 ☐40-49 ☐50-59 ☐59+

4-) Kaç yıldır bu pozisyonda görev yapıyorsunuz?

☐1-5 ☐6-10 ☐11-15 ☐15-20 ☐20+

5-)Cinsiyetiniz ?

☐Kadın ☐Erkek

Şirket ile ilgili genel bilgiler

6-) Şirketinizin tipi nedir?

☐Şahıs Şirket ☐Limited ☐Komandit ☐Kolektif ☐Anonim

7-) Şirketinizin faaliyet alanı nedir?

- ☐Gıda
 ☐Makine
 ☐Ambalaj
 ☐Tekstil
 ☐Kagit
- ☐Kapı Sistemleri
 ☐Mobilya
 ☐Diğer(Belirtiniz)

8-) Şirketiniz kaç yıldır faaliyettedir?

- ☐1-15
 ☐16-30
 ☐31-45
 ☐46-60
 ☐+60 (belirtiniz)

9-) Şirketinizin toplam çalışan sayısı nedir?

- ☐1-30
 ☐31-100
 ☐101-200
 ☐201-500
 ☐+500 (belirtiniz)

Şirketin ihracat bilgileri ve teşvik kullanım bilgileri
--

10-) Dış Ticaret (ihracat) departmanında çalışan sayısı nedir?

- ☐1-3
 ☐4-7
 ☐8-10
 ☐11-13
 ☐Diğer (belirtiniz)

11-) Şirketiniz kaç yıldır ihracat yapmaktadır?

- ☐1-9
 ☐10-19
 ☐20-29
 ☐30-39
 ☐+39 (belirtiniz)

12-) Şirketiniz, aşağıdaki ürün tiplerinden hangisini ihraç etmektedir?

- ☐Hammadde
 ☐Ara ürün
 ☐Nihai ürün
 ☐Hepsi

13-) Şirketiniz, ihracatını nasıl finanse etmektedir?

- ☐Özsermaye
 ☐Eximbank Kredileri
 ☐Ticari Banka Kredileri
- ☐Red Clouse(Peşin Ödemeli) Akreditif
 ☐Diğer(Belirtiniz)

14-) Şirketinizin yurtdışı pazarlara ulaşma yönetimi nedir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- ☐Ürün numuneleri
 ☐Firma Broşürleri
 ☐Yurtdışı Ticari Fuarlar
 ☐Yurtiçi Ticari Fuarlar
 ☐Basım ve Yayın yoluyla reklam
 ☐Satış Geliştirme
 ☐Diğer(Belirtiniz)

15-) Şirketinizin ürünleri pazarlarken kullandığı tutundurma araçları nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- ☐Ürün numuneleri
 ☐Firma Broşürleri
 ☐Yurtdışı Ticari Fuarlar
 ☐Yurtiçi Ticari Fuarlar
 ☐Basım ve Yayın yoluyla reklam
 ☐Satış Geliştirme
 ☐Diğer(Belirtiniz)

16-) İlgili teşvikten ne kadar süredir faydalanmaktasınız? (İlgili kutucuğu X işareti ile belirtebilirsiniz)	1 yıldan az	1-5 yıl	6-10 yıl	11-15 yıl	15 yıl+
AR-GE Desteği					
Eğitim Desteği					
İstihdam Yardımı					
Pazar Araştırmaları Desteği					
Çevre Maliyetleri Desteği					
Türk Malı İmajının Desteklenmesi ve Turquality					
Yurtdışı İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği					
Yurtiçi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği					

Yurtdışı ofis mağaza açma ve marka tanıtım desteği					
Vergi, resim ve harç istisnası					
KDV İstisnası					
Dahilde İşleme Rejimi					
Hariçte İşleme Rejimi					
Eximbank Kredileri					
Patent, faydalı model yardımı					
Diğer					

17-) İlgili teşvikten yararlanma sıklığınız nedir? (İlgili kutucuğu X işareti ile belirtebilirsiniz)	1-2 kez	3-4 kez	5-6 kez	+7 kez
AR-GE Desteği				
Eğitim Desteği				
İstihdam Yardımı				
Pazar Araştırmaları Desteği				
Çevre Maliyetleri Desteği				
Türk Malı İmajının Desteklenmesi ve Turquality				
Yurtdışı İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği				
Yurtiçi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği				
Yurtdışı ofis mağaza açma ve marka tanıtım				

desteği				
Vergi, resim ve harç istisnası				
KDV İstisnası				
Dahilde İşleme Rejimi				
Hariçte İşleme Rejimi				
Eximbank Kredileri				
Patent, faydalı model yardımı				
Diğer				

18-) İhracat teşviklerinden yeterince yararlanmadığınızı düşünüyorsanız sebeplerini işaretleyiniz.

1.Bürokratik Engeller **2.**Gerekli miktarlarda yardımın yapılmaması **3.**Bilgi Yetersizliği
4.Yararlanma şartlarına sahip olmamak **5.**İhtiyaç Duymamak **6.**Gerekli departman/personel yetersizliği

	1	2	3	4	5	6
AR-GE Desteği						
Eğitim Desteği						
İstihdam Yardımı						
Pazar Araştırmaları Desteği						
Çevre Maliyetleri Desteği						
Türk Malı İmajının Desteklenmesi ve Turquality						
Yurtdışı İhtisas Fuarlarına						

Katılım Desteği						
Yurtiçi İhtisas Fuarlarına Katılım Desteği						
Yurtdışı ofis mağaza açma ve marka tanıtım desteği						
Vergi, resim ve harç istisnası						
KDV İstisnası						
Dahilde İşleme Rejimi						
Hariçte İşleme Rejimi						
Eximbank Kredileri						
Patent, faydalı model yardımı						
Diğer						

19-) İhracat teşviklerinden yararlandığınız yıldan itibaren;	Evet	Hayır
a-) İstihdam sayınızda artış oldu mu?		
b-) Teknolojik ürünleri kullanımınızda gelişme sağlandı mı?		
c-) Çalışan personellerinizin ücretlerinde artış sağladınız mı?		
d-) Sermayenizde artış gerçekleşti mi?		
e-) Çalışan personelleriniz ilgili konularda eğitim/seminer/kurs almaları sağlandı mı?		
f-) Yatırımlarınızda artış sağlandı mı?		
g-) İhracatın kayıt dışı oranını azalttığınızı düşünüyor musunuz?		