



İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi
Journal of the Human and Social Science Researches
[2147-1185]

[itobiad], 2018, 7 (4): 2837/2867

**Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin
Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler**

Export Incentive Practices in Turkey, Evaluations for Increasing Export
Potential

Mahmut Ünsal ŞAŞMAZ

Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Dr, Usak University, Faculty of Economics and Administrative Sciences
mahmut.sasmaz@usak.edu.tr
Orcid ID: 0000-0001-9485-3933

Aysun KARAMIKLI

Yüksek Lisans Öğrencisi, Uşak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Postgraduate Student, Usak University, Social Sciences Institute
aysunkrml@gmail.com
Orcid ID: 0000-0002-8744-7977

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Types : Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received : 04.10.2018
Kabul Tarihi / Accepted : 16.12.2018
Yayın Tarihi / Published : 22.22.2018
Yayın Sezonu : Ekim-Kasım-Aralık
Pub Date Season : October-November-December
Cilt / Volume: 7 Sayı – Issue: 4 Sayfa / Pages: 2837-2867

Atıf/Cite as: ŞAŞMAZ, M, KARAMIKLI, A. (2018). Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 7 (4), 2837-2867. Retrieved from <http://www.itobiad.com/issue/39481/467198>

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software. <http://www.itobiad.com/>

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU- Karabuk University, Faculty of Theology, Karabuk, 78050 Turkey. All rights reserved.

Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

Öz

Teşvik, devlet tarafından çeşitli amaçlar kapsamında özel ve kamu teşebbüslerine karşılıklı veya karşılıksız olarak sağlanan aynî ve nakdî destek ve yardımlardır. Toplumların refah seviyesinin yükseltilmesi ve bölgesel dengesizliklerin giderilmesi için devletler tarafından çeşitli teşvik politikaları belirlenmektedir. Türkiye’de de teşvikler ile ilgili düzenlemeler 20. yüzyılın başından itibaren başlayarak günümüze kadar devam etmiştir. Ülkeler teşvik politikalarına birçok nedenle başvurmaktadırlar. Bu sebeplerden biri de ihracat performansının artırılmasıdır. Türkiye 1980 yılından itibaren ihracata yönelik büyüme modelini benimseyerek ihracatın artırılması için büyük adımlar atmış ve çeşitli ihracatı teşvik yöntemleri uygulamıştır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı, Türkiye’de ihracatın teşvikine yönelik uygulanan vergisel ve diğer teşvik politikalarını göz önünde bulundurarak Türkiye’nin ihracat performansındaki aksaklıkları ve sorunları ele almaktır.

Anahtar Kelimeler: Teşvik, İhracat Teşviki, Teşvik Politikaları, Refah, Türkiye.

The Export Incentive Practices in Turkey and Evaluations About Increasing the Export Potential

Abstract

The Incentive is the public assistance provided in-kind or in-cash by the state to private or public enterprises in mutual or non-repayable terms for various purposes. Various incentive policies have been set by the states to raise the level of welfare of societies and to eliminate regional imbalances. Since the beginning of the 20th century, regulations regarding incentives to the economy in Turkey as well has continued until today. Countries resort to incentive policies for a variety of reasons. One of them is to boost export performance. Turkey has made great strides towards increasing exports by adopting export-oriented growth model and implemented various methods for promoting exports since 1980. Taking the incentive policies of Turkey towards promoting exports such as incentive taxation into account, this study aims to deal with the disruptions and the problems in Turkey's export performance.

Keywords: Incentive, Export Incentives, Incentive Policies, Welfare, Turkey.



1.Giriş

Devletlerin teşvik yöntemleriyle temel olarak amaçladıkları halkın refah seviyesinin artırılması olmakla birlikte genellikle bu amaç ülkelerin uyguladıkları teşvik sistemine göre değişiklik göstermektedir. Bir ülkede uygulanan teşvik sistemi o ülkenin kalkınma ve gelişmişlik düzeyi ile ilişkilidir. Değişen ekonomik düzende bir ülkenin ekonomik yapısında kalkınmanın önemli ölçüde ihracata dayalı olduğu bilinmektedir. Bu çerçevede kalkınma çabası içindeki ülkeler ihracatın artırılmasına katkıda bulunabilecek çeşitli önlemler almakta ve stratejiler belirlemektedirler.

Türkiye’de 24 Ocak 1980 yılında alınan kararlarla ithal ikameci sanayileşme politikası terkedilmiş ve ihracata dayalı bir sanayileşme politikası izlenmeye başlanmıştır. 1980’li yıllardan itibaren ihracata verilen önem ile birlikte 1980-2009 yılları arasında ihracatta önemli artışlar olmuştur. 2008 yılında meydana gelen küresel ekonomik krizin olumsuz etkileri ihracat oranlarında düşüşe neden olsa da günümüz ekonomisine kadar gelen süreçte ihracat rakamlarında yükseliş görülmüştür. Türkiye’de 1998-2016 yılları arası ihracatın GSYİH içindeki payı bazı yıllarda azalış gösterse de 1998 yılında ihracatın GSYİH içindeki payı %20,6 iken, 2016 yılına gelindiğinde %22,0’a yükseldiği görülmüştür (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2018). İhracata verilen önem ile birlikte sanayileşmenin desteklenmesiyle ihracatçıların rekabet güçlerinin artırılması ve üretilen ürünlerin dış piyasada pazarlanmasını sağlayacak teşvik politikaları önem kazanmıştır. Türkiye’nin dünya ticareti alanında güçlü bir konuma ulaşabilmesi için ihracat önemli bir olgu olmuştur. Bu kapsamda Türkiye’de ihracatın teşvikine yönelik uygulamaya konulan vergisel ve çeşitli teşvik uygulamaları ile ihracata ivme kazandırılması hedeflenmiştir.

Bu çalışmada öncelikle teşvik konusu ele alınarak tanımı, önemi ve amaçları açıklanmaktadır. Daha sonra ihracat teşvikleri inceleme konusu yapılarak, Türkiye’de ihracatın teşvikine yönelik yapılan çalışmalar ve uygulanan yöntemlerden ihracatta devlet yardımları, vergi, resim ve harç istisnası, dahilde işleme rejimi, hariçte işleme rejimi, KDV istisnası ve Eximbank kredileri detaylı bir şekilde açıklanarak sağlanan destek tutarları üzerinde durulmaktadır. Bir sonraki bölümde ise Türkiye’de uygulanan ihracat teşvik yöntemlerinin Türkiye’nin ihracat potansiyeli ve Türkiye’deki ihracatçı firmalar üzerinde oluşturduğu olumlu ve olumsuz yönlerine ilişkin bilgi verilmektedir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise Türkiye’de uygulanmakta olan teşvik politikaları genel bir değerlendirme ile sunulmakta ve ihracatı teşvik uygulamalarına yönelik düzenlemeler ve öneriler yer almaktadır.

2.Literatür Taraması

İhracat teşviklerine yönelik bir çok farklı teorik ve ampirik çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar genelde ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye dönük yapılmış ve yapılan çalışmalarda farklı bulgulara



rastlanmıştır. Çalışmalardan bazılarında en etkin kullanılan ihracat teşvikinin KDV istisnası olduğu tespit edilirken (Bkz. Şimşek ve Yazıcı, 2004; Uzay ve Uzay, 2004), bazı çalışmalarda ise dahilde işleme rejimi ve tarımsal ürünlerde ihracat iadelerinin en etkin ihracatı teşvik uygulaması olduğu sonucuna ulaşıldığı görülmektedir (Bkz. Terzi ve Erol, 2005; İşleker, 2010). Aşağıda ihracat teşviklerini inceleyen bazı çalışmalar özetlenmiştir.

Bu çalışmalardan Şimşek ve Yazıcı (2004), SPSS programını kullanarak Bilecik ve Eskişehir illerinde ihracat yapan 56 ihracatçı firma üzerinden ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeyi amaçlamışlardır. Yapmış oldukları çalışma sonucunda KDV istisnasının kullanılan en etkin ihracat teşviki olduğuna ulaşmışlardır. Uzay ve Uzay (2004), SPSS 10.0 paket programından faydalanarak Kayseri mobilya sanayinde faaliyette bulunan 30 firma üzerinden yaptıkları çalışmalarında, ihracatçı firmaların ihracatta karşı karşıya kaldıkları sorunları ve sektörel olarak ihracatı teşvik uygulamalarının etkinliğini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma kapsamındaki 30 firmanın ihracatta karşılaştıkları en önemli sorunun, rekabetçi olmayan döviz kuru olduğunu ve ihracatı teşvik programlarından etkinlik düzeyi en yüksek olan teşvik yönteminin de KDV istisnası olduğuna ulaşmışlardır. Ohashi (2004), dinamik genel denge modeli yöntemini kullanarak 1950 ve 1960 yıllarında Japon çelik endüstrisine sağlanan ihracatı teşvik politikalarının rolünü değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çalışması sonucunda, ihracatı teşvik politikalarının endüstriyel büyüme üzerinde önemli etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Diğer yandan Wilkinson ve Brouthers (2006), anket çalışması ile 1992-1999 dönemlerinde 764 küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerinde yapmış oldukları çalışmada, ihracat teşviklerinin KOBİ'ler üzerindeki etkinliğini ve özellikle tanıtım faaliyetlerinin uluslararası pazarlama çabaları üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamışlardır. Çalışmaları neticesinde, ihracat teşviklerinin işletmelerin fuar ve programlarına kaynak sağlamasıyla KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde olumlu etkiler meydana getirdiğini tespit etmişlerdir. Ayrıca firmalara kaynak sağlanması ile uluslar arası pazarda rekabet gücünün arttığı sonucuna da ulaşmışlardır. Durman vd. (2007), çoklu doğrusal regresyon analizi yöntemini kullanarak Kütahya merkez ilçe örneğinde KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen unsurlarının neler olduğunu, KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonlarının ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerine etkisini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Yaptıkları çalışma sonucunda firmaların ihracat oranları ile teşviklerden yararlanma düzeyleri arasında pozitif yönlü bir bağ olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Martincus ve Carbolla (2008), PROMPEX ajansı, Peru gümrük idaresi ve ulusal vergi dairesi veri tabanları kullanılarak 2001-2005 dönemleri analiz edilerek ihracata yönelik tanıtım faaliyetlerinin etkinliğini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Çalışmaları sonucunda PROMPEX'in ihracata yönelik tanıtım faaliyetlerinin Peru'daki ihracatçı firmaların pazarları ve ürünleri açısından etkili olduğu



sonucuna ulaşmışlardır. İşleker (2010), anket uygulaması ile Adana ilinde ihracat yapan 30 işletme üzerinden Türkiye’de uygulanan ihracatı teşvik yöntemleriyle Adana ilinde faaliyette bulunan ihracatçı işletmelerin ihracat teşviklerini hangi düzeyde kullandıklarını tespit etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonunda firmalar tarafından en çok kullanılan teşvik aracının dahilde işleme rejimi olduğunu tespit etmiştir. Türkoğlu ve Çelikkaya (2011), En Küçük Kareler Yöntemi (EKKY) kullanılarak Gebze Organize Sanayi Bölgesinde bulunan 126 işletme üzerinden, 30 KOBİ’ye ulaşarak bir anket çalışması yapmışlardır. Yapılan çalışmada Türkiye’de KOBİ’lerin faaliyetlerine yönelik düzenlenen ve bu doğrultuda verilen Ar-Ge yardımlarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Anket sorularına işletmelerin verdikleri cevapların analiz edilmesinde ise çoklu regresyon modeli uygulanmıştır. Çalışmaları sonucunda, KOBİ’lere yapılan bu Ar-Ge yardımlarının, üretimde ihracatın almış olduğu payı yükselttiği sonucuna ulaşmışlardır.

Bir başka çalışmada Freixanet (2012), ACICSA veri tabanı yöntemini kullanarak İspanya bölgesinde bulunan 2763 ihracatçı firma ile yapmış olduğu çalışmada, ihracat teşviklerinin etkinliğini ve teşviklerin firmaların gereksinimlerine yönelik uyarlanmasını tespit etmeyi amaçlamıştır. Yapmış olduğu çalışma sonucunda ihracatı teşvik programlarının ihracatçı firmaların uluslararası piyasada pazar payının artırılmasında etkin olduğu ve ihracat teşviklerinin firmaların satış alanlarını geliştirdiği sonucuna ulaşmıştır. Sarihan, İncaz ve Yaprak (2017), EXPERF ölçek yöntemini İstanbul İhracatçılar Birliği’nde listede bulunan 371 firma üzerinden uyarlanarak devlet teşvik uygulamalarının, firmaların ihracat performansına etkilerini ölçmek ve aynı zamanda devlet teşviklerini İstanbul’daki ihracatçı işletmelerin kullanıp kullanmadıklarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmaları neticesinde firmaların faydalandıkları destekler dayanak olarak baz alındığında, elde ettikleri stratejik pozisyon ve küresel rekabet avantajı olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca çalışmalarında Ekonomi Bakanlığı’nın Türk mallarının uluslararası rekabette söz sahibi olması hedefine ulaşıldığı ifade edilmiştir.

Bazı çalışmaların ise ihracat teşvik uygulamalarında karşılaşılan sorunlara yönelik olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan Ersungur ve Yalman (2009), SPSS paket istatistik programı ile Sivas ilinde ihracatta bulunan firmaların ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini ve ihracat teşviklerinin il kalkınmasında etkinliğini belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarında ihracat yapan firmalarda teşviklerden yararlanma oranının fazla ve teşviklerin yeterli olduğu ancak bu teşvik uygulamalarında karşılaşılan sorunların başında yoğun bürokrasinin geldiğini tespit etmişlerdir. Aynı zamanda bu sorunların yanı sıra çalışmalarında ihracat teşvik uygulamalarının ihracat hacminin artmasına destek olduğu sonucuna da ulaşmışlardır. Bir diğer çalışmada Büyükkakın ve Özyılmaz (2016), SPSS



9.0 paket programından yararlanarak Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren 18 firma üzerinden firmaların ihracat teşviklerinden ne ölçüde yararlandıklarını ve ihracatta bir başarı elde edip etmediklerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmaları sonucunda firmaların ihracatı teşvik politikalarından yeterince yararlanmadıklarını tespit etmişlerdir. Firmaların ihracat teşviklerine başvurma konusunda birçok firmanın çekimser kaldığını bunun sebebinin de kırtasiye maliyetinin çokluğu ve bürokratik engellerin önemli rol aldığını gözlemlemişlerdir. Ayrıca çalışmalarında ihracat teşviklerinin sağlanmasında siyasi olarak alt yapısı olan işletmelerin öncelikli olduğuna ilişkin şikayetlere ulaşılmıştır.

3. Teşvik

Ekonomik ve sosyal sorunların çözülmesi ve aynı zamanda kamusal müdahale aracı olarak kullanılan teşviklerin özellikle sosyal devlet anlayışının gelişmesiyle beraber önemi giderek artmıştır. Çalışmanın bu bölümünde devletin, ekonomiye müdahalede bir ekonomi politikası aracı olarak kullandığı teşvik kavramı, önemi ve amaçları üzerinde durulacaktır.

3.1. Teşvik Kavramının Tanımı ve Önemi

Ekonomik literatürde “teşvik” kavramı, belirli ekonomik faaliyetlerin diğer bazı faaliyetlere göre daha hızlı ve fazla gelişmesini sağlamak için kamu tarafından verilen birçok farklı yöntemler ile maddi veya maddi olmayan yardım ve destekler olarak ifade edilmektedir. Teşvikler, ülkeye yabancı yatırımın kazandırılması için kullanılan ve ülkelerin ekonomilerini yönetmek için kullanmış oldukları bir araç olarak değerlendirilmektedir (Üzümcü ve Doğan, 2001, s. 300). Teşvik kavramı kullanım amaçlarına göre iktisadi gaye taşıyan yardımlar, sübvansiyonlar, primler, üreticilere yapılan transfer harcamaları, uygun koşullu krediler ve destekler gibi çeşitli şekillerde ifade edilebilmektedir.

Teşvik kavramının daha iyi anlaşılabilmesi için bu unsurları ele almak yararlı olacaktır (Aktan, 2001, s. 1):

- Teşvikler, devlet tarafından verilir.
- Teşvikler, özel sektörde faaliyet gösteren teşebbüslere sağlanmakla birlikte kamu iktisadi teşebbüslerine de sağlanabilmektedir.
- Teşvikler, ayni ve nakdi yardım olması yanında aynı zamanda idari tedbir ve destekler şeklinde de olabilir.
- Teşvikler, doğrudan yapılabileceği gibi dolaylı olarak da yapılabilir.
- Teşvikler, açık veya gizli olabilir.
- Teşvikler, firmalar açısından bir faydayı ifade ederken, devlet için bir gelir kaybına neden olabilir.



3.2. Teşvik Politikalarının Amaçları

Teşvik yöntemlerinin temel amacı; yatırımların maliyetlerini azaltmak, finansman ihtiyacını hafifletmek, karlılık oranını arttırmak, özel sektör yatırımlarını belirli sektör alanlarına kaydırmaktır (Aydoğuş, Soybalı ve Baytak, 2015, s. 3). Teşvikler, ülkelere göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine ve benimsemiş oldukları ekonomi politikalarına göre değişmektedir.

Teşvik uygulamalarına gelişmekte olan ülkelerin gerek duymaları ekonomik kalkınma, uluslararası rekabet gücü kazanma, istihdamı artırma, ihracat potansiyelini artırma, ülkeye yabancı sermayeyi çekme gibi nedenlere bağlıdır. Buna karşılık gelişmiş ülkeler ise, rekabet potansiyelini korumak, teknolojik gelişmelerin devamını sağlamak, ülkeden sermaye çıkışını engellemek, verimlilik artışını sağlamak, bölgesel olarak dengesizlikleri ve işsizliği azaltmak için teşvik yöntemlerine başvurmaktadırlar (Duran, 2003, s. 6). Genel olarak teşviklerin amaçları şu şekilde özetlenebilir (Paçacı, 2011, s. 14):

- İhracata, üretime ve yatırıma yapılacak olan destek ve yardımlar ile ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlamak,
- Bölgelerarası gelişmişlik farklarını en aza indirmek,
- Yatırımlardaki devamlılığı ve kalkınmada sürdürülebilirliği sağlamak,
- Uluslararası alanda rekabet potansiyelini arttıracak teknoloji, araştırma ve geliştirme düzeyi yüksek yatırım alanlarını özendirme,
- Piyasanın tek başına sunamayacağı hizmetleri sağlamak,
- Yerli firmaların piyasadaki paylarını diğer ülke firmalarına göre yükseltmek,
- Araştırma, geliştirme faaliyetlerinin yükseltilmesi ve çevrenin korunmasını desteklemek.

4. Türkiye’nin İhracatında Gelişmeler

Bir ülkenin başka ülkeler ile kurmuş olduğu ekonomik ilişkilerin başında ihracat gelmektedir. Tüm ülkeler hem sosyoekonomik hem de siyasal anlamda aynı dünyayı benimsemektedirler. Bu kapsamda da birbirleri ile ekonomik, sosyal ve siyasal alanda ilişki içinde olmaktadır. İhracat kavramı bu husustaki ilişkilerin ekonomik boyutundan sadece bir bölümünü kapsamaktadır. İhracat, bir ülkenin üretmiş olduğu mal veya



hizmetleri kendi ülkesi dışına satması ve bu satış karşılığında kazanç elde etmesi olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir tanıma göre ihracat, ülkelerin milli gelirlerini yükseltmek ve diğer ülkelere kıyasla daha düşük maliyetle üretimini yaptıkları malları başka ülkelerde satma faaliyetidir (Kekeç, 2015, s. 4).

Türkiye'nin ekonomi politikası Kurtuluş Savaşı'ndan sonra İzmir İktisat Kongresi'nde 17 Şubat-4 Mart 1923'de alınan kararlarla birlikte şekillenmeye başlamıştır. Bu kongreyle birlikte dış ticaretin arttırılması ve yerli üreticinin korunmasına yönelik kararlar alınmış fakat 1929 krizi ve korumacı bir dış ticaret politikası nedeniyle dış ticaretten beklenen elde edilememiştir. 1923-1930 Cumhuriyet dönemi özde piyasa sisteminin felsefesini esas alındığı Cumhuriyette ilk liberal dönem olarak kabul edilmektedir. 1930'lı yıllar ise Türkiye'de ithal ikameci sanayileşme politikasının uygulandığı yıllardır. 1923-1929 döneminde sanayileşme hızında gerçekleşen yetersizlik, ithal ikamesi yolu ile sanayileşme sürecinin hızlandırılması gerektiği fikrinin oluşmasına sebep olmuştur (Yücel, 2014). 1930-1939 dönemi bu bağlamda Cumhuriyette Devletçi Dönem olarak adlandırılmaktadır. Nisan 1934 yılında uygulamaya konan Birinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı (1934-1938) başarılı bir şekilde uygulamaya konulmuş ve planda belirtilen hedeflere büyük ölçüde ulaşılmıştır. 1936 yılının başlarında hazırlıkları yapılmaya başlanan ve 1938-1943 dönemi için öngörülen İkinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı, İkinci Dünya Harbi sebebiyle uygulamaya geçilememiştir (Yücel, 2015). 1963 yılından itibaren uygulanan Kalkınma Planları ile ihracat geliştirilmeye çalışılmış ancak 1970 yılında meydana gelen Petrol Krizi Türkiye ekonomisini olumsuz etkilemiştir. 1960-1980 yılları arasında daha çok ithal ikameye dayalı strateji uygulanmıştır. Fakat 1980'li yıllarda ekonominin serbestleşmesi ile birlikte ihracatın önündeki engeller kaldırılmış ve ihracata yönelik teşvikler sağlanmaya başlanmıştır (Yavuz, 2012, s. 5). 1980 yılından günümüze kadar ve günümüzde Türkiye'nin ihracatında önemli gelişmeler meydana gelmiş ve ihracata dayalı büyüme stratejisi uygulanmaya devam edilmiştir. Türkiye ekonomisi açısından diğer önemli bir gelişme, 6 Mart 1995 tarihli Türkiye-AB Ortaklık Konseyi toplantısında kabul edilen 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca, 1 Ocak 1996 tarihinden itibaren AB ile Türkiye arasında yürürlüğe giren Gümrük Birliği uygulamasıdır. Türkiye-AB Gümrük Birliği'nde geleneksel tarım ürünleri hariç sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünleri bu kapsamda değerlendirilmektedir (Başlar, 2004). Türkiye'de 2001 yılında meydana gelen ekonomik krizden sonra her yıl ihracatta kademe kademe artış seyredilmiştir. Ancak 2008 yılının başında meydana gelen küresel kriz ihracatta azalmaya neden olsa da 2009 yılında hızlı bir toparlanma ile ihracatta artış sağlanmıştır. Genel olarak kriz dönemleri dışarıda tutulduğunda Türkiye'nin ihracatında artış görülmektedir (Saygılı, Cihan ve Yurtoğlu, 2002, s. 33).



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

Tablo 1: 2002-2017 Yılları Arasında Dış Ticaretin Değişimi (Milyar \$)

YIL	İHRACAT		İTHALAT		DIŞ TİCARET DENGESİ
	DEĞERLER	DEĞİŞİM ORANLARI (%)	DEĞERLER	DEĞİŞİM ORANLARI (%)	
2002	36	15,1	51,6	24,5	-15,5
2003	47,2	31	69,3	34,5	-22,1
2004	63,1	33,7	97,5	40,7	-34,4
2005	73,4	16,3	116,8	19,7	-43,3
2006	85,5	16,4	139,6	19,5	-54
2007	107,2	25,4	170,1	21,8	-62,8
2008	132	23,1	202	18,8	-69,9
2009	102,1	-22,6	140,9	-30,2	-38,8
2010	113,8	11,5	185,5	31,7	-71,7
2011	134,9	18,5	240,8	29,8	-105,9
2012	152,4	13	236,5	-1,8	-84,0
2013	151,8	-0,4	251,6	6,4	-99,8
2014	157,6	3,8	242,1	-3,8	-84,5
2015	143,8	-8,7	207,2	-14,4	-63,3
2016	142,5	-0,9	198,6	-4,2	-56
2017	157	10,2	233,7	17,7	-76,7

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), www.tuik.gov.tr , (Erişim: 8.3.2018)

Tablo 1’ de görüldüğü üzere ihracat 2002 yılından itibaren sürekli bir artış içerisindedir. Ancak 2008 yılında ortaya çıkan küresel ekonomik kriz ile birlikte ihracat 132 milyar dolar iken %-22,6 gibi bir değişim oranı ile 2009 yılında 102 milyar dolara düşmüştür. 2014 yılında ise 157,6 milyar dolar ile Türkiye yüksek bir ihracat düzeyine ulaşmıştır. Daha sonra 2016 yılında 142,5 milyar dolara düşen ihracat 2017 yılında %10,2’lik bir değişim oranı ile 157 milyar dolar olarak tekrar yükselişe geçmiştir.

5. İhracat Teşvikleri

İhracat, bir ülke içinde üretilmiş olan mal ve hizmetlerin yurtdışındaki herhangi bir gerçek veya tüzel kişilere satılması işlemine denir. Ülkeler kendi üretiminde buldukları mal ve hizmetleri başka ülkelere sunma



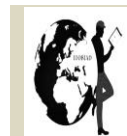
işlemi olan ihracatı artırmak amacıyla ihracat faaliyetlerine yönelik olarak bazı teşvik politikalarında bulunmaktadır. Bu kapsamda, çalışmanın bu bölümünde, ihracat teşvik kavramının tanımı, ihracat teşvikinin önemi ve ihracat teşviklerinin amaçlarına değinilmektedir. Daha sonra Türkiye’de ihracatı geliştirmek amacıyla uygulanmakta olan ihracat teşvik yöntemleri incelenmektedir.

5.1. İhracat Teşvikleri Kavramı, Önemi ve Nedenleri

Bir ülkenin ekonomisine katkı sağlayan alanların diğerlerine göre hızlı gelişmesini sağlamak amacıyla devletler tarafından farklı yöntemler ile desteklerin sağlanması gerekmektedir. Bu açıdan sağlanan maddi ve maddi olmayan yardımlar teşvikleri oluşturmaktadır (Aktürk ve Şenol, 2010, s. 376). Ülkeler ithalatlarını azaltmayı, ihracatlarını da artırmayı amaçlamaktadırlar. Bundan dolayı ihracatı teşvik uygulamaları, ihracatın artmasına yardımcı olarak ülkelere ekonomi alanında katkıda bulunan önemli bir politika aracı olarak değerlendirilmektedir. İhracat teşvikleri dar açıdan bakıldığında, ihracat sübvansiyonlarını içermektedir. Daha geniş bir açıdan bakıldığında ise, firmaların ihraç edecekleri mallarını üretimden başlanarak tüketiciye ulaşıncaya kadar ki süreçleri desteklemek, ihracat aşamasında oluşan zorlukları ortadan kaldırmak ve satışlarını arttırmak için etkin bir sistem oluşturmalarına destek olabilecek tüm düzenlemeleri kapsamaktadır (Uzay ve Uzay, 2004, s. 185).

İhracatı arttırmak için verilen teşvikler, ülkelerin ihracat payının ve firmaların rekabet güçlerinin arttırılması açısından önemlidir. Bu kapsamda çoğu ülke üretilen malların ihracatını arttırmak amacıyla ihracat teşviklerini kullanmaktadırlar. Böylece ihracatın artışı ile birlikte milli gelir artarken, ülkeye döviz girişi sağlanarak ekonomik kalkınmaya da destek sağlanmış olmaktadır. İhracat teşvikleri genel olarak; pazar payının arttırılması, ihracat ile ilgili kısıtlamaların azaltılması veya tümünden ortadan kaldırılması, ihracat hakkında bilgilendirme faaliyetlerinin arttırılması, fiili ve potansiyel ihracatçılar için eşit destek programlarının belirlenmesine yönelik çalışmalar yapmaktır. Bir ülkenin ihracatı teşvik politikalarını uygulama nedenleri (İşleker, 2010, s. 2):

- Ülkelerin ekonomik kalkınmasının ve refah artışının sağlanması,
- Sınaî kalkınmanın sağlanabilmesi için üretimi ve yatırımı teşvik etmek, gerekli olan girdilerin elde edilme süreçlerini kısaltmak, yatırım kararlarından vazgeçmeleri önlemek,
- Bölgeler arasında meydana gelen dengesizlikleri ortadan kaldırmak ve sosyo-ekonomik dengeyi sağlamak
- İstihdamı teşvik etmek, işsizliğin oluşmasına engel olmak,



- Dış ticaretteki olanakların artmasını sağlayarak ödemeler dengesini ülke yararına düzeltmek,
- İhracatçı firmalara uygun şartlar oluşturarak, ihracata teşvik etmek,
- Piyasa ekonomisinin her alanda gerekli ve yeterli olan şartlarını oluşturmak için ihracatı teşvik yöntemleri uygulamaktadır.

5.2. Türkiye’ de Uygulanan İhracat Teşvik Yöntemleri

Türkiye, 24 Ocak 1980 yılı kararları ile birlikte sanayileşme kapsamında dışa açık büyüme politikasına geçiş yapmıştır. Bu dönemden sonra ihracatın teşviki amacı ile ihracatta nakdi olarak ödeme yapılması veya devlet tarafından ihracatçıların harcamalarının karşılanmasını öngören değişik yöntemler uygulanmıştır (Cevahir, 2007, s. 62). Ancak 1995 yılında yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü Anlaşması’nda taraf olunması ve aynı zamanda AB ile Gümrük Birliği sürecine gidilmesi sebebi ile parasal ödeme olan nakdi destekler yürürlükten kaldırılmıştır. Bunların yerine 1995 yılından itibaren Devlet Yardımları Programları uygulamaya konulmuştur (Ayhan, 2000, s. 23).

Türkiye’de uygulanan ihracat teşvik yöntemleri; ilk olarak ihracata yönelik devlet yardımları, vergi, resim ve harç istisnası, dahilde işleme rejimi, hariçte işleme rejimi, KDV istisnası, Eximbank tarafından sağlanan kredi ve sigorta programları olmak üzere altı alt başlık altında incelenmektedir.

5.2.1. İhracatta Devlet Yardımları

İhracatta devlet yardımları, ihracatçı firmaların ihracata yönelik çalışmalarına üretim ve pazarlama evrelerinde destekte bulunarak, uluslararası piyasada firmaların karşı karşıya kaldıkları problemlerin ortadan kaldırılmasına yardımcı olmak aynı zamanda firmaların rekabet gücünü arttırmalarını sağlamayı hedeflemektedir (Ersungur ve Yalman, 2009, s. 82). İhracata yönelik sağlanan devlet yardımları Türkiye’deki teşvik uygulamaları içinde önemli payı oluşturmaktadır. Bu yardım programları; ihracatın teşvik edilmesi, dünya ihracatı içerisinde Türkiye’nin ihracat payının artırılması, firmaların rekabet güçlerinin korunması ve artırılması yönünden büyük önem taşımaktadır. Avrupa Birliği’nde ise, ihracat potansiyelinin ve istihdamın artırılması, yatırım alanlarının genişletilmesi aynı zamanda çevreyi korumak amacıyla devlet yardımları sağlanmaktadır. AB’de uygulanan ihracata yönelik devlet yardımları AR-GE ve çevre yardımları, kurtarma ve yeniden yapılandırma yardımları, eğitim, istihdam ve KOBİ yardımlarını kapsamaktadır. Bu devlet yardımları, belirli bölge ve sektörlerle yönelik olarak belirlenmiş destek oranlarına göre sağlanmaktadır (Mete ve Akyazı, 2017, s. 86-87). Türkiye’de ise ihracata yönelik sağlanan devlet yardım programları kapsamında on adet çeşitli yardım programları



mevcut olup ihracatın artırılması için uygulanmaktadır. İhracatı artırmayı amaçlayan devlet yardımları aşağıda açıklanmıştır:

AR-GE Yardımları: Bu destek programı ile ticari değeri olan yeni ürünlerin oluşturulması, var olan ürünlerin rekabet potansiyelinin artırılması veya bu amaçlar doğrultusunda üretim yöntemlerinin araştırılması ve geliştirilmesine yönelik olarak AR-GE projelerine, Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF)'ndan projeyi yürütmekte olan sanayi kuruluşuna sermaye desteği sağlanması amaçlanmaktadır (Kemer, 2003, s. 92). Küreselleşme süreci ile birlikte ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesinde teknolojik gelişmeler büyük önem arz etmektedir. Katma değer yaratmak amacıyla yeni ürünler oluşturulmakta veya var olan ürünler üzerinde geliştirme faaliyetlerinde bulunmaktadır (Dilek, 2017, s. 191). AR-GE yardımları, bir malın üretiminin planlanması, üretilmesi, patent ve satışa sunulması sonrası tüm evrelerdeki problemleri kapsamaktadır. Bu yardım projesi kapsamında işletmelere 2 yıllık süre içinde 1 milyon ABD Doları sınırı gözetilerek sermaye yardımı yapılmaktadır (Mete ve Akyazı, 2017, s. 104).

Çevre Koruma Yardımları: Bu yardım programı, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu'nun 97/5 no'lu Tebliği kapsamında, Türkiye'de ticari, sınai, tarım ve yazılım sektörlerinde faaliyette bulunan işletmelerin çevre, insan sağlığı ve kaliteye yönelik olarak yapmış oldukları harcamaların bir kısmının DFİF'ndan giderilmesidir. Fakat "İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kapsamında Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ", Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu tarafından 04.09.2014 tarihinde alınan ve 29109 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 2014/8 sayılı "Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesine İlişkin Karar" kapsamında yürürlükten kaldırılmıştır.

İstihdam Yardımları: İstihdam desteği ile "Sektörel Dış Ticaret Şirketi" unvanını taşıyan işletmelerin dış ticarete ilişkin çalışmalarını devam ettirmek üzere yükseköğrenimli ve tecrübe sahibi yönetici ve eleman istihdamı sağlanması amaçlanmıştır.

Tablo 2: İstihdam Desteği

<i>Personeller</i>	<i>Azami İstihdam Destekleri (\$/Yıl)</i>	<i>Destek Oranları</i>
Yönetici	18.000	75%
Eleman	9.000	75%

Kaynak: SERKA, 112 Soruda Ekonomi Bakanlığı Destekleri, Kars: Nisan 2013: 10.



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

Tablo 2’den de görüldüğü üzere istihdam desteği kapsamındaki personellerin azami istihdam destekleri ve destek oranları belirtilmiştir. Destek kapsamında, bir yöneticinin yıllık maaşının 18.000 ABD Dolarının karşılığı olarak Türk lirasını aşmamak kaydıyla yıllık brüt maaşlarının %75’i, bir çalışan elemanın ise yıllık maaşının 9.000 ABD Dolarının aynı şekilde % 75’i destek kapsamında Ekonomi Bakanlığı tarafından sağlanmaktadır. İstihdam desteği kapsamına alınan personel sayısı ise 1 yönetici ve 2 elemanı kapsamaktadır.

Tarımsal Ürünler Kapsamında İhracat İadesi Yardımları: İhracat iadesi yardımı ile uluslararası pazarlarda Türkiye’nin tarımsal ürünlerdeki rekabet gücünün güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımı kapsamına dahil edilen ürünler; yaş veya kuru sebzeler, meyveler; dondurulmuş sebze ve meyveler; meyve suları, meyve püreleri, buket yapılabilen süs çiçekleri ve tomurcukları, konserve haline getirilmiş balıklar, kümes hayvanları etleri, bal, yumurta, gofret, bisküvi ve makarna, zeytinyağı, kakao ve çikolata gibi gıda mamulleridir. Bu destek sayesinde, ihracatı yapılan ürünlerin miktar ve değerleri baz alınarak hesaplanan tutarlar, ihracatçıların vergi, enerji ve haberleşme giderleri, SSK primleri vb. giderler ödemelerden mahsup edilerek desteklenmektedir (Sandalcı, 2010, s. 80).

Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar: Bu yardım programının amacı bir işletmenin ürünleri için yeni ihraç pazarları yaratmak ve pazarlardaki satış olanaklarını ve rekabet avantajını arttırmak için faaliyette bulunan işletmelerin pazar araştırmasına ilişkin giderlerini DFİF’den sağlamaktır (Atayeter ve Erol, 2011, s. 8). İşletmelerin ithalatçı ülkeler ile yapacakları görüşmelere ilişkin ticari rapor ve web sitelerine üyelik maliyetleri belirlenen oranlarda desteklenmektedir. Böylece sağlanan destek kapsamında işletmelerin ihracatlarında artış sağlanması hedeflenmektedir. Bu destek programından KOBİ’ler, Üretici Dernekleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yararlanabilmektedirler. Pazar araştırmasına yönelik olarak sağlanan destekler aşağıda Tablo 3’de detaylıca gösterilmektedir.

Tablo 3: Pazar Araştırmasına Yönelik Sağlanan Destekler

<i>Azami Destek Miktarları</i>	<i>Her Bir Proje İçin</i>	<i>Bir Yıl İçerisinde</i>	<i>Toplam</i>
KOBİ’ler	7.500\$	15.000\$	75.000\$



Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Üretici Dernekleri	10.000\$	50.000\$	-
---	----------	----------	---

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, www.ekonomi.gov.tr, (Erişim: 15.3.2018)

Pazar araştırmasına yönelik sağlanan destekler Tablo 3’de de görüldüğü üzere KOBİ’lere her bir proje için 7.500 ABD doları, bir yıl içerisinde 15.000 ABD doları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Üretici Derneklerine ise her bir proje için 10.000 ABD doları ve bir yıl içerisinde 50.000 ABD doları destek sağlanmaktadır.

Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi: Pazara giriş belgesi desteği ile işletmelerin rekabet gücünü artırmalarına yardımcı olmak amacıyla maliyet kalemlerini azaltmak, zorunluluk arz ederek ilk başta gelen tarımsal ürünler için laboratuvar analizleri ile çevre, güvenlik ve kaliteye ilişkin maliyetlerin belirli bir bölümünün DFIF’den karşılanmaktadır. Bu destek programı ile ilgili detaylar Tablo 4’te belirtilmiştir.

Tablo 4: Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi Detayları

Destek Türleri	Destek Oranları	Destek Konuları	Destek Üst Limitleri (ABD Doları)
Pazara Giriş Belgeleri	%50	Pazara Girişte Gerekli Olan Sertifika ve Belgeler	Her Bir Belge Başına 25.000\$
Tarım Analizi	%50	Tarım Analizleri	Her Bir Şirket Başına Yıllık Olarak 250.000\$
Test/Analiz Raporları	%50	Raporlar	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, www.ekonomi.gov.tr, (Erişim:15.3.2018)

Tablo 4’de de görüldüğü üzere destek kapsamında işletmelerin Pazara Giriş Belgelerine ilişkin olarak harcamaları %50 oranında desteklenmektedir. Desteklenecek olan şirketlerin azami olarak sadece bir projesi desteklenmektedir. Her bir şirket başına yıllık en fazla 250.000 ABD dolarına kadar destek sağlanmaktadır.

Yurtiçi ve Yurtdışı İhtisas Fuarlarına Katılımın Desteklenmesine İlişkin Yardımlar: İşletmelerin yurtiçi ve yurtdışı pazar paylarını arttırmak, yeni teknoloji ve ürünler hakkındaki bilgileri toplamak, rakiplerini tanımak için katılmaları teşvik edilen fuarlar öncesi ve fuarlar sürecinde oluşan maliyetlerin belli bir miktarının karşılanmasıdır (Şimşek ve Yazıcı, 2004, s. 28). Bu kapsamda



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

verilen destekler, yurtdışı ve yurtiçi fuarlar olmak üzere iki şekilde incelenmektedir:

- Yurt Dışında Yapılan Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Yurtdışı fuar katılımlarının desteklenmesi programı ile işletmelerin Ekonomi Bakanlığı tarafından belirlenen fuarlar listesinde yer alan fuarlara katılımları sonucu oluşan maliyetler belirli miktar ve oranlar kapsamında DFİF’ ndan sağlanmaktadır (Sarıhan vd., 2017, s. 758). İşletmelerin, Türk ihraç ürünlerinin uluslararası piyasalarda tanıtılması ve pazarlanabilmesi amacı ile geliştirilmiş olan bu destek programı Pazar Araştırması Desteği ile birlikte önemli bir destek programı konumuna ulaşmıştır. Her dönem yurtdışı fuar katılımlarının desteklenmesine ilişkin olan bu programa işletmeler tarafından talep söz konusu olmaktadır. Bunun sebebi ise, işletmelerin ithalatçı firmalar ile görüşerek bilgi edinmeleri ve fuarların düzenlendiği ülkelerde yer alarak ihracat faaliyetlerini artırma çabası içinde olmalarıdır.

- Uluslararası Sektörel Nitelikli Yurtiçi Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Uluslararası nitelikli yurtiçi fuarların, dış ülkelere tanıtımının yapılması ve uluslararası alanda bu tanıtımlar aracılığıyla katılımların artırılması için organizasyonları yürüten ilgili kuruluşların yaptıkları giderlerin belirli oran ve miktarlar doğrultusunda DFİF’ dan karşılanmasıdır. Bu destek türü kapsamında sağlanan ödemeler Tablo 5’ de belirtilmiştir.

Tablo 5: Uluslararası Nitelikli Yurtiçi Fuar Katılımların Destek Tutarları

<i>Harcama Alanları</i>	<i>Yurtdışı tanıtım çalışması giderleri</i>	<i>Önemli alıcı firmaların ulaşım giderleri</i>	<i>Fuarlar ile ilgili olarak düzenlenen konferans, seminer ve ödüllü yarışma giderleri</i>
Destekleme Oranları	%50	%50	%50
Azami Destek Tutarları \$ (Karşılığı TL olarak)	25.000	15.000	5.000

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, www.ekonomi.gov.tr , (Erişim:15.3.2018)

Uluslararası nitelikli yurtiçi fuar katılımlarının desteklenmesi programı dahilinde yapılan giderler için %50 oranında destek sağlanmaktadır. Azami olarak sağlanan destekler ise, tanıtım çalışması giderleri için 25.000 ABD



doları, ulaşım giderleri için 15.000 ABD doları ve fuar giderleri için 5.000 ABD doları destek sağlanmaktadır.

Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi: Türkiye’de faaliyette bulunan işletmelerin yurtdışında Türk ürünlerinin ve markalarının tescil ve tanıtım harcamalarının DFİF’ dan sağlanması aracılığı ile yapılan yardımlardır (Yurtdışı Birim,Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi, 2010/6/1). Bu destek kapsamında Türk ürün ve markaların tanıtımı ön plana çıkarılarak firmalar tarafından ürünlerin pazarlanmasının yapıldığı mağazalar kiralanmakta ve kira tutarları desteklenmektedir. Aynı zamanda pazara sunulan ürünlerin reklam ve tanıtımı için yapılan harcamalar da bu yardım programı ile desteklenmektedir. Destek programı çerçevesinde sağlanan destek oran, tutar ve destek süreleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6: Yurtdışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetleri Desteği

	Destek Oranları (%)	Destek Tutarları (\$)	Destek Süreçleri (yıl)
Kiralar	Ticari ve Sınai Şirketler için %60 Ticari Şirketler için %50	Depolar, reyonlar, ofisler ve showroamlara: 75.000\$-100.000\$ Mağazalara: 100.000\$-120.000\$	4 yıl
Marka Tescilleri	Şirketlere %50	50.000\$	4 yıl
Tanıtımlar	Şirketlere %60	Birimlere Bağlı: 150.000\$ Marka Tescillerine Bağlı: 250.000\$	4 yıl

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, www.ekonomi.gov.tr , (Erişim: 15.3.2018)

Bu destek kapsamında, kira giderleri, tanıtım giderleri ve yurtdışı marka tescil giderleri 4 yıl süre ile desteklenmektedir. Firmalar tarafından kiralanılan depo, ofis ve showroamlara 75.000-100.000 ABD doları arasında, mağazalar için 100.000-120.000 ABD doları arasında destek yapılarak %50 ve %60 oranında destek sağlanmaktadır. Marka tescilleri için %50 oranında 50.000 ABD doları, tanıtım giderleri için ise, %60 oranında 150.000 ve 250.000 ABD doları destek sağlanmaktadır.



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

Yurtdışında Türk Ürünlerinin Markalaşması, Türk Malı İmajının Oluşturulması ve TURQUALITY’nin Desteklenmesi: Bu üç destek programının ortak amaçları, Türk malı imajının yerleştirilmesi ve yurt dışında Türk ürünlerin markalaşmasının sağlanması kapsamında Türkiye’de faaliyet gösteren şirket, birlik ve derneklerin yurtdışında yaptıkları hizmetler kapsamındaki tüm giderlerin belirli oranlarda devlet tarafından teşvik edilmesidir. Ekonomi Bakanlığının açıklamasına göre “TURQUALITY projesi, Türkiye’nin rekabet gücü ve markalaşma potansiyeli olan ürünlere sahip işletmelerinin, üretimden pazarlamaya, satıştan satış sonrasında hizmetlerine kadar olan tüm aşamaları kapsayacak şekilde kurumsallaşma, bilgi gelişim ve birikimini sağlayarak uluslararası pazar alanında kendilerine ait markaları ile pozitif bir Türk malı imajının oluşturulması gayesiyle uygulamaya konulan bir destek programıdır.”

Tasarım Destekleri: Türkiye’de tasarım ve yenilik olgusunun yaygınlaştırılması amacıyla tasarım ofisleri ve tasarımcı şirketler ile tasarım birlik ve derneklerin reklam, danışmanlık, tanıtım harcamaları ile yurtdışında faaliyet gösterecekleri birimlere ilişkin yapılan giderlerinin devlet tarafından karşılanması hedeflenmektedir. Destek programı, tasarımcı şirketlerin tasarım dernek ve işbirliği kuruluşlarının, ürün ve tasarım geliştirme projelerinin desteklenmesi olarak incelenmektedir.

- **Tasarım Şirketlerinin Desteklenmesi**

Türk tasarımcı firmaların yurtdışı pazar alanlarında tanınma ve markalaşma gayesiyle yürütecekleri çalışmaları, yurtdışında kuracakları şubeleri için demirbaş, danışmanlık ve tasarımcıların brüt maaş giderleri, markaların korunması ve tescili ile ilgili giderler belirlenen oran ve tutarlarda desteklenmektedir (Kekeç, 2015, s. 78).

- **Tasarım Birlik ve Derneklerinin Desteklenmesi**

Fuar, sergi, yarışma katılımları ve düzenlemeleri ile bu çalışmaların danışmanlık gibi reklam, tanıtım ve pazarlanmasına ilişkin giderler yıllık olarak en fazla 300.000 ABD dolarında ve %50 oranında desteklenmektedir (Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2). Aynı zamanda tasarım yarışmalarında dereceye girenler yurtdışına eğitim amaçlı gönderilerek harcamalarının tümü destek kapsamında sağlanmaktadır. 2 yıllık süre ile de aylık olarak 1.500 ABD Doları yaşam gideri maddi destek ödenmektedir (Mete ve Akyazı, 2017, s. 102).

- **Tasarım ve Ürünlerin Geliştirilmesinin Desteklenmesi**



İşletmelerin tasarımlarını ve ürün kapasitelerini genişletmeleri, ihracatın artırılmasına yönelik olarak katma değeri yüksek yeni ürünler üretmeleri teşvik edilerek bu proje kapsamında desteklenmesi hedeflenmektedir.

Uluslararası Rekabetçiliğin Gelişiminin Desteklenmesi(UR-GE): Türkiye’de sınai ve ticari faaliyette bulunan firmaların yurt dışındaki eğitim ve danışmanlık giderleri, işbirliği kuruluşlarının proje temelli giderleri ve kapasitelerinin artırılması için yapılacak çalışmaları sonucu ortaya çıkan giderleri DFİF tarafından karşılanmaktadır (Uluslararası Rekabetçiliğin Gelişiminin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ 2010/8/1). Bu çerçevede yürütülen çalışmalar UR-GE projeleri ve eğitimcilerin düzenleyeceği eğitim programlarının desteklenmesinden oluşmaktadır. Destek programı kapsamında sağlanacak olan destekler aşağıda Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7: Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği

Destek Türleri	Destek Oranları (%)	Destek Limitleri (ABD Doları)	Proje Süresince	Destekten Faydalandırılan Kurumlar
İhtiyaç Analizleri	75	400.000\$	Proje Süresince	İşbirliği Kuruluşları
Eğitim ve Danışmanlık Alımları				
Yurtdışı Pazarlama Faaliyetleri	75	150.000\$	10 Adet Faaliyet	
Alım Heyeti Faaliyetleri	75	100.000\$	10 Adet Faaliyet	
İstihdam	75	Emsal Brüt Ücret	Proje Süresince;2 Kişi	
Bireysel Danışmanlık Alımları	70	50.000\$	3 Yıl	Şirketler

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, www.ekonomi.gov.tr, (Erişim: 15.3.2018)

Destek programı kapsamında, bireysel danışmanlık alımı destek türü hariç bütün destek türleri İşbirliği Kuruluşlarını kapsamaktadır. Bireysel



danışmanlık alımları için %70 oranında destek sağlanırken diğer destek türlerine %75 oranında destek sağlanmaktadır. Destek limitleri ise destek türlerine göre değişiklik göstermektedir.

5.2.2. Vergi, Resim, Harç İstisnası

Vergi, resim ve harç istisnası, ihracatçı firmaların ihracatlarını geliştirmek aynı zamanda ihraç ürünlerine uluslararası pazarda rekabet potansiyeli kazandırmayı hedeflemektedir. İhracata konu olan mamullerin maliyetinde etkili olan vergi, resim, harç gibi ekonomik değerlerin istisna edilmesi firma maliyetleri üzerindeki yükü azaltmaktadır. Böylece, bu teşvik yöntemi ile ihracata konu olan pazarların geliştirilmesine kolaylık sağlanmış olmaktadır.

- İhracat, ihracat sayılan satış ve teslimler, döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetler ile transit ticarete kullanılan sevk öncesi ve sevk sonrası her türlü krediler ile bu kredilerin geri ödenmesi,
- Faktöring ve sigorta şirketlerinin, noterlerin, bankaların ihracat, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmetlerle ilgili yaptıkları çalışmalar için aldıkları para ve kambiyo işlemleri,
- Dahilde işleme rejimi çerçevesinde yapılan yurtiçi alımlarla ilgili faaliyetler ve kullanılan krediler,
- İhracat hizmetlerinin karşılığı olarak yapılan ödemeler, ihracat, ihracat sayılan satış ve teslim faaliyetleri ile ilgili işlemler ve hazırlanan kağıtlar,
- BSMV, Damga Vergisi, Harçlar Kanunu kapsamında alınan harçlar ve diğer kanunlarda yer alan vergi, resim, harçlarda istisna kapsamındadır (Kemer, 2003, s. 48-49).

5.2.3. Dâhilde İşleme Rejimi

Dâhilde işleme rejimi, ihraç ürünlerinin üretim aşamasında yararlanılan yardımcı madde, hammadde ve ambalaj malzemelerinin vergisel yükümlülüklerden arındırılarak teşviklerden faydalandırıldığı bir rejim yöntemidir. Başka bir ifade ile, ihracatı yapılacak ürünlerin katma değer vergisi, gümrük vergisi, toplu konut fonu gibi vergi türlerinden muaf tutularak ihraç ürünlerinin üretiminin geliştirilmesi ve artırılmasını destekleyen bir işlemdir. Dahilde işleme rejimi, hammaddeleri dünya piyasa fiyatından tedarik ederek ihracatı geliştirmek, ihraç ürünlerinin uluslararası pazarda rekabet potansiyeli kazanmasını sağlamak, ihracata tabi ürün çeşitlerini artırmak, maliyetlerini düşürmek ve ihraç pazarlarını genişletmeyi amaçlamaktadır (Akgündüz, 2010, s. 67). Dahilde İşleme Rejimi, şartlı muafiyet ve geri ödeme sistemi şeklinde iki ana sistemden oluşmaktadır:

Şartlı Muafiyet Sistemi: Türkiye Gümrük Bölgesindeki firmalarca, Dahilde İşleme İzin Belgesi çerçevesinde ihraç ürünlerin üretiminde kullanılan



yardımcı madde, hammadde, yarı mamul ve ambalaj malzemelerinin, vergisi teminata bağlanmak suretiyle bedelli veya bedelsiz olacak şekilde

vergi tutarınca teminat yatırılması şartı ile gümrüksüz olarak ithal edilmesidir (İşleker, 2010, s. 35).

Geri Ödeme Sistemi: Hammadde, yardımcı madde, mamul, yarı mamul ve ambalaj malzemesinden elde edilen ihrac ürünlerinin, ithalatı sırasında alınan verginin geri ödenmesidir.

Dâhilde İşleme Rejiminden faydalanmak isteyen firmaların, elektronik ortamda İhracat Genel Müdürlüğüne müracaat ederek dahilde işleme izin belgesi almaları icap etmektedir. İşletmelerin, vergiden muaf olma gibi avantajlardan faydalanmaları bu belge yardımıyla söz konusu olmaktadır. Azami süresi 12 aylık olan dahilde işleme belgesini elinde bulunduran işletmeler, belgede ithali öngörülen maddeleri vergi, resim ve harçtan muaf olarak dahilde işleme belgesinde belirtilen süre içerisinde ithal ederek, ihracatını gerçekleştirmeleri gerekmektedir (Atayeter ve Erol, 2011, s. 18).

5.2.4. Hariçte İşleme Rejimi

Hariçte işleme rejimi, yurtdışında bulunan bir eşyayı işlemek, tamir etmek ve bakımı için Türkiye Gümrük Bölgesi dışına ihrac edilerek, gerekli işlemler yapıldıktan sonra ürünlerin gümrük vergilerinden tam ve kısmi muafiyet sistemine tabii olarak tekrar serbest dolaşımda ve standart değişim sistemi kapsamındaki işlemleri kapsamaktadır (Hariçte İşleme Rejimi Sayılı Tebliğ, 2007). Hariçte işleme rejimi, serbest bölgeye ara mal ve diğer malların ihracatı ile başlayarak ardından, ihracatın yapılmış olduğu serbest bölge ya da gümrük bölgesi dışında ara mal ve diğer malların üretim aşaması başlamakta ve en son olarak nihai ürünlerin ithali gerçekleştirilmektedir (Kekeç, 2015, s. 58).

Hariçte işleme faaliyetinden yararlanmak için yurtdışına tamir amaçlı olarak ihrac edilen eşyalarda Gümrük ve Ticaret Bakanlığında Hariçte İşleme İzni, hammadde, mamul, yarı mamul ile ambalaj malzemelerinin işlenmesi için gönderiliyorsa Ekonomi Bakanlığı'ndan Hariçte İşleme İzin Belgesi alınmaktadır. Ayrıca kıymetli maden ve taşların işlenmesi için gönderilmesi halinde Hariçte İşleme İzni almak için Maden İhracatçıları Birliklerine başvurulmaktadır (Selen, 2007, s. 91). Hariçte işleme izni ve belgesinin azami süresi 12 ay olarak belirlenmiştir. Ancak bazı özel durumlar sonucu belge sahibinin isteği ile hariçte işleme iznine ek olarak 12 aya kadar, hariçte işleme izin belgesi süresine ise ½'si oranında ek süre verilebilmektedir (Avcı, 2015, s. 57).

5.2.5. Katma Değer Vergisi İstisnası

Üretimden başlanarak tüketim aşamasına kadarki tüm süreçlerde alınan katma değeri kapsayan bir vergi türü olarak KDV, Türkiye içindeki ticari, sınai, zirai faaliyet ve serbest meslek faaliyeti kapsamındaki teslim ve



hizmetler, her türlü mal ve hizmetlerin ithalatı, diğer işlemler sonucu doğan teslim ve hizmetler Katma Değer Vergisi’nin konusunu oluşturmaktadır (Tosuner ve Arıkan, 2015, s. 356). Dış ticaret işlemlerinde ise KDV, Varış İlkesi ve Çıkış İlkesi olarak iki şekilde uygulanmaktadır. Varış ilkesine göre KDV, malın ithal edildiği ülkede alınmaktadır. Diğer taraftan çıkış ilkesinde ise, malın ithal edildiği ülkede değil de malın ihraç edildiği ülkede alınmaktadır. Bu durumdan çıkış ilkesinin, ihracat işlemlerini vergilendirmesinden dolayı ihracatçı ülkeler tarafından tercih edilmemektedir. Varış ilkesinde ise, ihracatın vergi dışı olmasıyla ihracatçı ülkeler için ihracatı destekleyen bir uygulamadır. Bu hususlardan yola çıkarak ihracatta KDV iadesi, varış ilkesine uygun olarak geliştirilmiş bir teşvik yöntemi olduğu öne sürülebilmektedir. Türkiye bu ilkelerden varış ilkesi benimsemektedir (Türkay ve Ünsal, 2008, s. 93).

İhracat istisnasının düzenlendiği 3065 sayılı KDV Kanunu’nun 11. maddesi 1. fıkra ve (a) bendine göre, ihracat teslimleri KDV’den istisna edilmiştir. Vergiden istisna kapsamına tabi teslim ve hizmetler (Pehlivan, 2008, s. 347):

- ✓ İhracat teslim ve hizmetleri, serbest bölgelerdeki müşterilere yapılan fason hizmetler ve yurt dışındaki müşterilere yapılan hizmetler ve roaming hizmetleri,
- ✓ Türkiye’de ikametgahı bulunmayan yolcuların Türkiye’den satın alarak yurtdışına götürdükleri malların tesliminde KDV alınmakta fakat malın gümrükten çıkışı sırasında KDV iade edilmektedir.
- ✓ İhraç edilmek koşulu ile imalatçılarca kendilerine teslim edilen mallara ait KDV, ihracatçılar tarafından ödenmemekte; mükelleflerce tahsil edilmeyen vergi, vergi dairesince tarh ve tahakkuk ettirilerek ertelenmektedir.

İhracatta KDV İstisnasında, ihracatçı işletme, ihraç ettiği malın satışını KDV’den hariç fiyatla satışını yapmaktadır. İhracatçı işletme bu durumda ihraç edeceği malın KDV’sini kendisi yüklenmiş olmaktadır. İhracat yapan firma için meydana gelen bu maliyet ihracatçı firmaya iade edilmektedir. Böylece firmaya ihraç etmiş olduğu malın KDV’si kendisine iade edildiği için daha ucuza satış yapmış olmaktadır. Mal ve hizmet ihracatında KDV istisnasından yararlanabilmek için, malın Türkiye gümrük bölgesinden çıkarak yurt dışındaki bir alıcıya gönderilmesi ve hizmetin yurtdışındaki müşterilere yönelik olarak yapılması ayrıca hizmetten yurtdışında yararlanılıyor olunması gerekmektedir.



5.2.6. Eximbank Kredileri

Türkiye’de ihracat finansmanı sağlayan bir yapı olan Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş 21.08.1987 tarihinde 87/11914 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Türk Eximbank kurulmuştur (Öztürk, Özdemir ve Koçbulut, 2007, s. 183). Türk Eximbank’ın temel amacı; ihracata tabi mal ve hizmet türlerinin çeşitlendirilerek ihracat hacminin geliştirilmesi, ihracatçıların uluslararası ticarete paylarının artırılması, ihracat mallarına yeni pazar ve gerekli destek imkanlarının sağlanması, ihracatçıları ile yurt dışında faaliyette bulunan yatırımcılara uluslararası pazarda rekabet gücü kazandırılması, yatırım mallarının yurt dışında üretim ve satışının desteklemesidir (Avcı, 2015, s. 59). Türk Eximbank, Türkiye’de ihracata yönelik üretim yapan girişimci ve müteahhitleri desteklemek amacıyla kurumsallaşmış bir yardım kuruluşu olarak ihracatçıları kısa, orta, uzun vadeli ve gayri nakdi kredi, sigorta ve garanti programları şeklindeki yöntemler ile desteklemektedir (Türk Eximbank Faaliyet Raporu, 2016). Türk Eximbank’ın amacına ulaşmak için ihracatçılara sunmuş olduğu kredi imkanları; Kısa Vadeli İhracat Kredileri, Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredileri ve Döviz Kazandırıcı Hizmet Kapsamındaki Krediler şeklinde 3 ana başlıkta toplanmaktadır.

Kısa Vadeli İhracat Kredileri: Bu kredi kapsamında ihracatçı işletmelere veya ihracat ile bağlantılı olarak üretim yapanlara, ihracata hazırlık sürecinde finansman ihtiyaçlarına destek olmak için Türk Eximbank tarafından kısa vadeli ihracat kredileri sağlanmaktadır. Kısa vadeli ihracat kredileri Türk lirası ve döviz cinsinden, Türk Eximbank veya bankalar aracılığı ile işletmelere kullanılmaktadır (Paçacı, 2011, s. 74). Kapsamı bakımından kısa vadeli ihracat kredileri; reeskont kredileri, ihracata hazırlık kredileri, sevk öncesi ihracat kredileri, sevk sonrası reeskont kredileri, dış ticaret şirketleri ihracat kredileri ve KOBİ’lere sağlanan ihracata hazırlık kredi programları olarak sınıflandırılmaktadır.

Uzun ve Orta Vadeli İhracat Kredileri: Bu krediler ise, ihracata yönelik sağlanan işletme sermayesi kredisi ve yatırım kredisi, yurt dışı mağazalara sağlanan yatırım kredisi, Avrupa Yatırım Bankası Kredisi, marka kredisi, ihracat yönelik özellikli krediler, gemi inşa ve ihracatı finansmana yönelik sağlanan destek programlarından oluşmaktadır.

Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler: Turizm kredisi, döviz kazandırıcı hizmetler kredisi, uluslararası nakliyat pazarlama kredisi, yurt dışı fuar katılımlarına destek kredisi, yurtdışı müteahhitlik hizmetlerinin desteklenmesine yönelik köprü kredisi ve teminat mektubu programı bu krediler kapsamına girmektedir (Türkiye İhracat ve Kredi Bankası [EXİMBANK], 2018).



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

Tablo 8: 2007-2017 Yılları Arasında Kullanılan Kredi Tutarları (Milyar ABD Doları)

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
3,7	4,3	4,8	3,9	6,7	15,1	19,7	20,1	20,1	21,7	24,1

Kaynak: Türkiye İhracat ve Kredi Bankası (Türk EXİMBANK). www.eximbank.gov.tr , (Erişim 9.6.2018)

Tablo 8’e göre, 2007 yılında olan Türk Eximbank’ın kullandığı kısa, orta ve uzun vadeli yurtiçi kredileri toplamı 3,7 milyar ABD Doları iken bu tutar her yıl artarak 2016 yılında 21,7 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Daha sonra 2017 yılına gelindiğinde toplam kısa, orta ve uzun vadeli kredi tutarları 10 yıl gibi bir zaman diliminde 24,1 milyar ABD Dolarına yükselmiştir. Toplam kredi faaliyetleri içerisinde kısa vadeli toplam krediler 21,5 milyar ABD Dolarını, orta ve uzun vadeli krediler ise 2,5 milyar ABD Doları kadardır (Türk Eximbank Faaliyet Raporu, 2017).

Tablo 9: 2016- 2017 Kredi Kullanan Firma Sayıları ve Değişim Oranı

	2016	2017	Değişim Oranı (%)
Kredi Kullanan Firmalar Toplamı	6.380	7.422	17

Kaynak: Türkiye İhracat ve Kredi Bankası [EXİMBANK] www.eximbank.gov.tr , (Erişim:16.4.2018)

Tablo 9’da belirtildiği üzere, 2016 yılında 6.380 firma Türk Eximbank kredi programlarından faydalanırken %17 değişim oranı ile 2017 yılında kredi kullanan firma sayısı 7.422’ye yükselmiştir.

İhracat Kredi Sigortası ve Ülke Kredi, Garanti Programları: Kısa vadeli ve orta, uzun vadeli alacak sigortası olarak ayrılmaktadır. Kısa Vadeli Alacak Sigortası, ihracatçıların yurtdışı satışlardan doğan riskli alacaklarını korumak için sağlanan sigorta desteğidir. Orta ve Uzun Vadeli Alacak Sigortasında ise üç tür sigorta programı yer almaktadır. Bunlardan ilk olarak spesifik ihracat kredi sigortası, sevk sonrası risk programı ile ihracatçılara ihracatlarından doğan alacaklarını risklere karşı korumak için bankalarca finansman imkanı sağlanmasıdır. İkinci sigorta programı olan sevk öncesi ihracat kredi sigortası, ihracatçılar ile alıcılar arasında imzalanmış olan satış sözleşmesinin koşullarını yerine getirmek amacıyla yapılacak olan



harcamaların risklere karşı belirli tutarlarda sigortalanmasıdır. Son olarak teminat mektuplarının haksız nakde çevrilme sigortası ise, müteahhitlik sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin desteklenmesi için işverenlere sunulan teminat mektuplarının haksız yere nakde çevrilmesinde meydana gelen zararın Türk Eximbank tarafından karşılanmasıdır (Türkiye İhracat ve Kredi Bankası [EXİMBANK], 2018).

Tablo 10: 2016-2017 Toplam Sigorta Desteği ve Yıllık Artış Yüzdeleri

	2016	2017	Değişim Oranı (%)
Sigortalanan Sevkiyat Tutarları (milyar ABD Doları)	11	15.2	38
Sigortalı Firmalar	2.611	2.961	13

Kaynak: Türkiye İhracat ve Kredi Bankası (Türk EXİMBANK). www.eximbank.gov.tr, (Erişim: 17.4.2018)

Tablo 10'da görüldüğü üzere, 2017 yılında sigortalanan sevkiyat tutarı 11 milyar ABD Dolar'ından 15,2 milyar ABD Dolarına yükselerek 2016 yılına göre %38'lik bir değişim meydana gelmiştir. Sigortalı firma sayısında ise 2016 yılına göre %13'lük bir değişim ile 2.961'e yükselmiştir.

Türk Eximbank 2017 Faaliyet Raporuna göre ise, Türkiye'nin 2017 yılı ihracat rakamı 157,1 milyar ABD Dolarına ulaşmış ve toplam Türk Eximbank desteği 2016 yılında 32,9 milyar ABD Doları iken 2017 yılında toplam Türk Eximbank desteği 39,3 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir.

6. Türkiye'de İhracata Yönelik Kullanılan Teşvik Yöntemleri İle İhracatçı Firmaların Karşılaştıkları Aksaklıklar ve Çözüm Önerileri

Türkiye'nin 24 Ocak Kararları ile dışa açık büyüme modeline geçmesiyle ülke ihracatının artırılmasına yönelik faaliyetlerin desteklenmesi önem kazanmıştır. İhracata verilen bu önem doğrultusunda hazırlanan ihracatı teşvik yöntemleri ile Türkiye'nin rekabet gücünü artıran sektörlerin desteklenmesi, dış piyasaya yönelik üretim, tanıtım ve pazarlama yapılması hedeflenmiştir. Nitekim böylece Türkiye'nin ihracatında önemli gelişmeler yaşanmış ve teşvik politikalarının artırılması ile ihracata ivme kazandırılmıştır. Türkiye'de uygulanan ihracatı teşvik yöntemleri ele alındığında, ihracatçı işletmelerin dış pazara ihraç edecekleri ürünlerin en düşük maliyetle üretimini yapmalarını ve ihracat aşamalarındaki maliyetlerin azaltılmasını hedefleyen "Dahilde İşleme Rejimi, Vergi, Resim ve Harç İstisnası, KDV istisnası vb." destek yöntemleri ön plana çıkmıştır.



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

İhracatı teşvik yöntemleri ile üretim aşamasında olduğu kadar ihracatçıların ürünlerini dış piyasaya tanıtılmalarına yönelik hazırlanan ihracatta devlet yardımları içerisinde yer alan “Yurtdışı Birim, Marka, Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi” teşviki de büyük önem kazanmıştır.

Türkiye’nin rekabet edilebilirlik gücünü kazanması için sadece düşük maliyetlerle üretim yapılması yeterli olmamaktadır. Maliyetleri düşük, kaliteli ve marka ürünler üretmek firmaların dış pazarda rekabet gücünü artıracaktır (Doğan, Marangoz ve Topoyan, 2003, s. 121). Aynı zamanda Türkiye’deki tasarımcı firmaların yurtdışı pazarda Türk ürünlerini tanıtma, pazarlama ve markalaştırmak amacıyla yürüttükleri çalışmaları da Türkiye’nin rekabet gücü kazanmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda belirlenen hedeflere ulaşmak amacıyla finansman desteğine ihtiyacı olan Türk ihracatçı firmalara gerekli desteklerin sağlanması için oluşturulan “Yurtdışında Türk Ürünlerin Markalaşması, Türk Malı İmajının Oluşturulması, Uluslararası Rekabetçiğin Geliştirilmesi ve Tasarım Desteği” kapsamında belirlenen tutarlarda devlet tarafından destek sağlanmaktadır.

Türkiye’de uygulanan ihracatı teşvik yöntemlerinin genel durumuna bakıldığında, ihracatın geliştirilmesi amacıyla ihracat ve ihracatçı firmalar üzerinde olumlu birçok etkileri olsa da, bazı olumsuzluk doğuran sonuçların da olduğu görülmektedir. Bu kapsamda meydana gelen olumsuzlukları değerlendirdiğimizde, uygulanan teşvik programları ile kaynakların yetersizliğinden doğan aksaklıklar yaşandığı görülebilmektedir. Kaynaklardaki yetersizlik devlet desteklerinden arzu edilen seviyede faydalanılmamasına ve istenilen amaca ulaşamamasına neden olmaktadır. Bunun yanı sıra sağlanan bu kaynakların belirli kesimlere dağıtılması ile de firmalar arasında kayırmacılık yapılması ve haksız rekabete neden olması gibi başarısız sonuçlarda doğurabilmektedir. Kaynak yetersizliği konusunda eleştirilere maruz kalan teşvik yöntemlerinden mali yardım olarak Türk Eximbank tarafından ihracatçı firmalara ihracat aşamalarında kısa, orta ve uzun vadeli kredi ve sigorta imkanları sağlanmaktadır. Fakat Eximbank tarafından sağlanan bu kaynakların yetersizliği ve bilgi eksikliğinden dolayı yeterli miktarda faydalanılmadığına dair eleştiriler söz konusu olmaktadır. Bu nedenle kaynak yetersizliği sorununun önüne geçebilmek için kaynakların artırılması gerekmektedir.

Teşvik yöntemlerinin başarısını belirleyen diğer bir özellik ise, bir ülkede uygulanacak yeni bir teşvik programı hazırlanırken, hangi alanlara, hangi yöntem doğrultusunda ve ne oranda kaynak ayrılacağına doğru tespit edilmesidir. Böylece teşvike gerek duyan ihracatçı firmaların hedeflerine ulaşmaları için de önemli bir etken oluşturmaktadır. Ancak Türkiye’de uygulanan ihracatı teşvik yöntemlerinde son yıllarda önemli gelişmeler olsa da kaynakların doğru alanlara ve doğru miktarda sağlanması hususunda bazı eksikliklerin devam ettiği görülmektedir. Bu yüzden ilk olarak amacın belirlenmesi ve bu amaç doğrultusunda hangi kesimlere ve ne miktarda



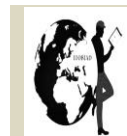
kaynak ayrılması gerektiğinin tespit edilmesi gerekmektedir. Teşvik yöntemleri konusunda diğer bazı olumsuzluklara baktığımızda, Türkiye'deki teşvik mevzuatının ve başvuru işlemlerinin karmaşıklığından dolayı bazı sorunlar yaşanmakta ve işlemler seri yapılamamaktadır. Nitekim zaman içerisinde amacından sapmalar ve suiistimaller söz konusu olmaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere mühim olanın daha fazla çeşitte teşvik yöntemi oluşturulması değil doğru teşvik imkanının, doğru kesimlere sağlanmasıdır. Çünkü füzuli teşvikler kaynakların gereksiz kullanımına ve etkinliğin bozulması gibi sorunlara da sebep olabilir. İhracat teşvikleri, ihracatçı firmaların ihracat aşamasında karşılaştıkları problemlerin ortadan kaldırılmasına yardımcı olarak, firmaların başarılı ihracatçılar konumuna gelmelerini sağlamaktadır (Durman, Koyuncu ve Önder, 2007, s. 122). Bu kapsamda Türkiye'de uygulanan ihracatı teşvik yöntemlerinin ihracat performansına etkisinin artırılması, teşvik politikalarından istenilen başarı ve etkinliğin sağlanması için iyi bir teşvik sisteminin oluşturulması önem arz etmektedir.

7. Sonuç

İhracat, dışa açık büyüme modelinin benimsendiği 1980 sonrası ve günümüzde ülkemiz ekonomisi açısından önemli bir unsur oluşturmaktadır. Türkiye'nin 24 Ocak kararları ile ihracata dayalı sanayileşme modeline geçmesiyle ihracatta hızlı bir artış meydana gelmiştir. Böylece Türkiye'nin uluslararası alanda ihracatının desteklenmesi amacıyla çeşitli ihracatı teşvik programları uygulanmaya başlanmıştır. İhracata yönelik uygulanan teşvik yöntemlerinin, Türkiye'nin ihracat artışında olumlu etkiler meydana getirmesi yanında bazı ihracatçı firmalar için eksikliklerinde görüldüğü neticesine ulaşılmıştır.

Bu kapsamda ihracat hacmi üzerinde problemlere neden olan hususların ortadan kaldırılması ya da ihracatı teşvik yöntemleri aracılığıyla ihracat hacmine ivme kazandırılması, ihracatta etkinlik ve başarıya ulaşılmasında iyi bir teşvik sisteminin oluşturulması için dikkat edilmesi gereken düzenlemeler ve şu unsurlar üzerinde durulması önerilir;

- İhracat teşviklerinin öncelikli olarak amaçlarının açıkça ortaya konulması ve bu amaçlar yönünde seçilen teşvik yöntemlerinin hangi kesimlere, ne kadarlık bir oran ve süre için destek sağlanacağını belirlenmesi teşviklerde etkinlik için kolaylık sağlayabilir. Aynı zamanda belirli kesimlere ve amaçları doğrultusunda sağlanan teşvikler gereksiz kaynak kullanımının önlenmesine de yardımcı olabilir.
- İhracatçı firmaların, ihracata yönelik teşvik yöntemleri konusunda detaylı bilgi sahibi olmaları ve teşviklerden daha fazla firmanın yararlanabilmesi için bu konuda uzman kişiler tarafından ihracat teşviklerine yönelik eğitim amaçlı bilgilendirme faaliyetleri yaygınlaştırılabilir.



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

- İhracatı teşvik programları ile ihracatçı firmaların kaliteli ve katma değeri yüksek alanlarda üretim yapmaları, üretimde girdi maliyetlerini düşürmeleri ihracatı artırabilir. Firmaların Türk malı imajı ve markalaşma çalışmalarını destekler nitelikte olması ihracatçı firmaların ihracatlarının artmasına ve ihraç ürünlerinin dış pazarda rekabet gücü kazanmasına olanak sağlayabilir.
- İhracatı teşvik yöntemlerinin, araştırma ve geliştirme (AR-GE) faaliyetlerine öncelik göstererek, uluslararası alandaki teknolojik ve güncel gelişmeleri yakından takip etmesi gerekmektedir. Daha çok genel konulara değil Türkiye’nin ihracatı hususunda eksik ve yetersiz olduğu alanlara yönelerek ülke ihracatına katkı sağlayabilir.
- Türkiye’deki girişimci ve müteahhitleri desteklemek amacıyla kurulmuş olan Türk Eximbank destek programından daha fazla firmanın faydalanabilmesi için kaynakları artırılabilir ve firmalara tanıtım amaçlı bilgi aktarımı yapılabilir. Ayrıca Eximbank teşvik uygulaması kapsamında daha çok sağlanan kısa vadeli kredi imkanları yerine orta ve uzun vadeli kredilere ağırlık verilebilir.
- İhracatı teşvik yöntemlerindeki mevzuat ve başvuru işlemlerinin tam olarak anlaşılabilmesi sorununun çözümlenebilmesi için ilk olarak daha fazla çeşitte ihracat teşvik yöntemi oluşturulması yerine anlaşılır, doğru ve ihtiyaçlara yönelik teşvik metotları oluşturulabilir.

Kaynakça

- Akgündüz, M. (2010). *İhracatta devlet Yardımları ve muhasebeleştirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, Ç. C. (2001). *Yolsuzlukla mücadele stratejileri*, Ankara: Hak-iş yayınları.
- Aktürk, A., Şenol H. (2010). Kobiler açısından ihracat teşviklerinin önemi ve etkinliğini artırılmasına yönelik öneriler, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2). ss. 375-391.
- Atayeter, C., Erol, A. (2011). Türkiye’de uygulanmakta olan ihracat teşvikleri, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), ss.1-26.
- Avcı, İ. (2015). *İhracatta uygulanan teşviklerin uluslararası pazarlamaya etkisi ve bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ayhan, H. E. (2000). *Geçmişten günümüze ihracat teşvikleri*, İGEME’den Bakış, Temmuz-Eylül.



Aydoğuş, İ., Soybalı H. H. ve Baytok A., (2015). Yunanistan İle Türkiye’de uygulanan turizm yatırım teşviklerinin karşılaştırılması, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), ss. 1-22.

Başlar, K. (2004). Gümrük Birliği “Anlaşması’nın” (1/95 Sayılı Ortaklık Konseyi Kararı’nın) hukuksal niteliği, *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 4(1), ss. 151-198.

Büyükakın, F., Özyılmaz S. (2016). İhracatı teşvik politikalarının etkinliği: Afyonkarahisar örneği, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(2), ss.47-48.

Cevahir, H. (2007). Türkiye’de ihracat teşviklerinin etkinliği. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dilek, S. (2017). *Oyun teorisi eşliğinde sanayi ekonomisi*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Doğan, Ö., Marangoz M. ve Topoyan, M. (2003). İşletmelerin iç ve dış pazarda rekabet gücünü etkileyen faktörler ve bir uygulama, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), ss. 114-139.

Durman, M., Koyuncu, C. ve Önder H. (2007). İhracat teşviklerinden yararlanmayı etkileyen faktörler (Kütahya Merkez İlçede Bir Uygulama), *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), ss.121-134.

Duran, M. (2003). Teşvik politikaları ve doğrudan sermaye yatırımları, Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Araştırma İnceleme Dizisi (33) Ocak, Ankara.

Ersungur, M. ve Yalman, İ. N.(2009). Bölgesel kalkınmada ihracat teşviklerinin etkinliği: Sivas ilinde bir uygulama, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), ss. 81-98.

Freixanet, J. (2012). Export promotion programs: their impact on companies’ international, zation performance and competitiveness, *International Business Review*, 21(6), pp. 1065-1086.

Hariçte İşleme Rejimi Hakkında 2007/5 Sayılı Tebliğ (2007, 11 Mayıs). Resmi Gazete (Sayı: 26519). Erişim adresi: https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/ihracat/mevzuat/ihrMevzuat/Haricte?_afLoop=28743795558785521&_afWindowMode ,(Erişim: 11.4.2018).

İşleker, A. (2010). İhracatı teşvik politikalarının Adana ili üzerinde etkinliği. Yüksek Lisans Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,.



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

- Kekeç, H. M. (2015). İhracata yönelik teşvik politikaları: seçilmiş ülkelerde teşvik politikalarının analizi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Kemer, O. B. (2003). *Bir Dış Ticaret Politika Aracı Olarak İhracat Teşvikleri Teori-Uygulama*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Martincus, C. V. ve Carballo J. (2008). “Is export promotion effective in developing countries? Firm-level evidence on the intensive and the extensive margins of exports”, *Journal of International Economics*, 76(1), pp. 89-106.
- Mete, E. ve Akyazı, H. (2017). Avrupa Birliği ve Türkiye’de ihracata yönelik devlet yardımları, *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), ss. 85-109.
- Ohashi, H. (2004). Learning by doing, export subsidies, and industry growth: Japanese steel in the 1950s and 1960s, *Journal of International Economics*, 66(2005), pp. 297-323.
- Öztürk, S., Özdemir A. ve Koçbulut, Ö. (2007). Türk Eximbank programlarının Türkiye ihracatına etkileri ve AB/DTÖ’ye uygunluğu, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(2), ss. 179-197.
- Paçacı, S. (2011). Devlet teşvikleri ve yardımları standardına göre şirketlere sağlanan devlet teşviklerinin muhasebeleştirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pehlivan, O. (2008). *Vergi hukuku temel ilkeler ve Türk vergi sistemi*, Trabzon: Derya Kitabevi.
- Sandalcı, U. (2010). İhracat teşvikleri ve Türkiye’nin ihracatı üzerine etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sarıhan, A. Y., İncaz S. ve Yaprak, B. (2017). Devlet teşviklerinin firmaların ihracat performansına etkisi: İstanbul İhracatçıları Örneği, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(3), ss. 755-774.
- Saygılı, Ş., Cihan C. ve Yurtoğlu H. (2002). *Türkiye ekonomisinde sermaye birikimi, büyüme ve verimlilik 1972-2000*. Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Yayın No: DPT.2665.
- Selen, U. (2007). *Gümrük işlemleri ve vergilendirilmesi*, Bursa: Ekin Yayınları.
- SERKA. (2013). 112 Soruda Ekonomi Bakanlığı Destekleri, Kars:Nisan. Erişim adresi: <http://www.serka.gov.tr> (erişim tarihi: 21.3.2018).



Şimşek, M. ve Yazıcı, R. (2004). İhracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye yönelik bir analiz: Bilecik ve Eskişehir Örneği, *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), ss. 121-140.

T.C. Ekonomi Bakanlığı (2011). Erişim adresi: <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/ShowProperty?nodeId=%2FUCM%2FEK-251870>, (Erişim:15.3.2018).

Tasarım Desteği Hakkında 2008/2 Sayılı Tebliğ. Resmi Gazete (Sayı:26851). Erişim adresi: <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/path/Contribution%20Folders/web/İhracat/İhracat%20Destekleri/01.Destek%20Mevzuatı>, (Erişim: 21.3.2018).

Terzi, H. ve Erol, A. (2005). Artvin, Rize, Trabzon, Gümüşhane, Giresun, Ordu sorunlar, analizler ve politikalar, *Karadeniz Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Doğu Karadeniz Bölgesi Kalkınma Sempozyumu Özel Sayısı, ss. 13-14.

Türkay, H. ve Ünsal, H. (2008). Türkiye'de ihracatta uygulanan KDV iadesinin ihracata etkisi: Ekonometrik Bir Analiz, *Sosyoekonomi*, 8(8).

Türkiye İhracat ve Kredi Bankası (Türk EXİMBANK). Erişim adresi: <https://www.eximbank.gov.tr/tr/rakamlarla-biz#krediler>, (Erişim: 16.4.2018).

Türkiye İhracat ve Kredi Bankası (Türk EXİMBANK), 2016 Faaliyet Raporu. Erişim adresi: <https://www.eximbank.gov.tr/content/files/8dcb2172-ceba-4873-a8a3-6d330ced48e1/eximbank-faaliyetraporu-2016>, (Erişim: 16.4.2018).

Türkiye İhracat ve Kredi Bankası (Türk EXİMBANK). Erişim adresi: <https://www.eximbank.gov.tr/tr/rakamlarla-biz#alacak-sigortasi>, (Erişim: 17.4.2018).

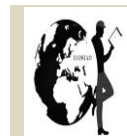
Türkiye İhracat ve Kredi Bankası (Türk EXİMBANK), 2017 Faaliyet Raporu. Erişim adresi: <https://www.eximbank.gov.tr/content/files/f25e242f-2ac6-427e-97e1-7cee4f29ffac/eximbank-faaliyetraporu-2017>, (Erişim: 9.6.2018).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), (2018). Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, (Erişim: 8.3.2018)

Türkoğlu M, ve Çelikkaya S. (2011), Türkiye’de Kobi'lere yönelik Ar-Ge destekleri, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), ss. 56-71.

Tosuner, M. ve Arıkan Z. (2015). *Türk vergi sistemi*. İzmir: Kanyılmaz Matbaası

Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında 2010/8 Sayılı Tebliğ. Resmi Gazete (Sayı:27708). Erişim adresi: <https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/>



Türkiye’de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler

[content/docListViewer.jsp?folder=/Contribution%20Folders/web/İhracat/İhracat%20Destekleri](https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/content/docListViewer.jsp?folder=/Contribution%20Folders/web/İhracat/İhracat%20Destekleri) , (Erişim: 22.3.2018).

Uzay, N. ve Uzay Ş. (2004). Türkiye’de mobilya sektörünün ihracat potansiyeli ve ihracat teşviklerinin etkinliği: Kayseri Mobilya Sanayinde Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(3-4), ss. 181-199.

Üzümcü, A. ve Doğan, A. (2001). Türkiye ve Sivas’ta yatırım-kobi teşviklerinin gelişimi, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), ss. 299-318.

Wilkinson, T. ve Brouthers, L. E. (2006). Trade promotion and SME export performance, *International Business Review*, 15(2006), pp. 233-252.

Yavuz, M. (2012). Türkiye’de ihracatın ekonomik büyüme üzerine etkisi: bir zaman serisi analizi, Ankara Üniversitesi, 15.İktisat Öğrencileri Kongresi

Yurt Dışı Birim Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında 2010/6 Sayılı Tebliğ (2010, 18, Ağustos). Resmi Gazete (Sayı: 27676). Erişim adresi:

<https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/oracle/webcenter/portalapp/pages/content/docListViewer.jsp?folder=/Contribution%20Folders/web/İhracat/İhracat%20Destekleri> , (Erişim: 20.3.2018).

Yücel, T. F. (2014). Cumhuriyet Türkiye’sinin sanayileşmede ilk önemli adımı: birinci beş yıllık sanayi planı 1934-1938, *TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası Yayınları*, Ankara, 1-39.

Yücel, T. F. (2015). *Cumhuriyet Türkiye’sinin sanayileşme öyküsü*, Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) Yayını No. TTGV – T/2015/08.

