

# İhracatı Teşvik Politikalarının Etkinliği: Afyonkarahisar Örneği

Figen BÜYÜKAKIN

Yrd. Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü  
bfigen@kocaeli.edu.tr

Sedat ÖZYILMAZ

Kocaeli Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
sedat.ozyilmaz@tupras.com.tr

İhracatı Teşvik Politikalarının Etkinliği:  
Afyonkarahisar Örneği

*The Effectiveness Of Export Incentive Policies:  
The Sample of Afyonkarahisar*

## Özet

İhracat, ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınmalarında önemli bir faktördür. Bu nedenle bütün ülkeler izleyecekleri ekonomi politikalarını belirlerken ihracatın arttırılmasını, temel hedef olarak ele alırlar. Ancak bu hedefe ulaşmak her ülkede aynı şartlarda gerçekleşmez. Özellikle az gelişmiş ülkelerde devletler, ihracatı teşvik edici önlemler almak suretiyle, ihracatlarını arttırmayı başarabilirler. İşte bu kapsamda Türkiye de, ihracatı teşvik amacıyla çeşitli ihracatı teşvik tedbirleri uygulamıştır.

Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren firmalarla ihracat teşviklerinin etkinliğine ilişkin yapılan anket çalışmasında elde edilen bulgular şunlardır: En etkin ihracat teşviki, hem yurtiçinde hem de yurtdışında düzenlenen fuarlara ve sergilere katılım yardımıyla yararlanma girişimidir. Firmaların finansman sıkıntısı çekmesi ve teşvik uygulamalarına yönelik bürokratik işlemlerin fazla olması ise ihracatın artmasına dair en önemli engeller olarak ön plana çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İhracat Teşvikleri, Eximbank Kredileri, Ar-Ge Yardımları, Yurtdışı Fuar ve Sergiler, Dahilde ve Hariçte İşleme Rejimleri.

## Abstract

Export is a very important factor for growth and development of countries. Thus, all countries consider to increase the export as a main target when defining their economic policies. But attaining this main target do not exist under same conditions in every economy. Especially, the states in underdeveloped countries can achieve to increase their exports by taking measures encouraging export. In this context, the export incentives measures has implemented in Turkey.

The findings obtained from a survey related to effectiveness of export incentives for the companies located in Afyonkarahisar are as follows: The most effective export incentive is attempting to benefit from the support for participation to fairs and exhibitions organized both inside and outside of the country. The financial difficulties of firms and the plenty of bureaucratic procedures related to export incentives are being seen as the most important barriers for export increase.

**KeyWords:** Export Incentives, Eximbank Credits, R&D support, Foreign Fairs and Exhibitions, Inward and Outward Processing Regimes.

Kabul Tarihi / Accepted: 10.12.2015

## 1. Giriş

İhracatı arttırmak amacıyla ihracatçı firmalara devlet tarafından sağlanan tüm kolaylıklara "ihracat teşvikleri" denilmektedir. İhracat teşviklerinin uygulanma biçimi her devletin benimsediği ekonomi politikalarına ve ülkelerin gelişmişlik

düzeylelerine göre farklılık göstermektedir. Bir ülkenin diğer ülkelerle çeşitli alanlarda rekabet edebilmesi, teknolojisini geliştirebilmesi, ülkenin dışa açılabilmesi, dolayısıyla uluslararası ticarete söz sahibi olabilmesi ile mümkündür. İşte genellikle az gelişmiş ülkelerde firmaların dış ticarete dünya firmaları ile rekabet edebilmeleri, ağırlıklı olarak devletlerin bu firmalara yönelik ihracat teşvik uygulamalarını gerçekleştirmelerine bağlıdır. Çünkü ihracat, ülke ekonomilerindeki sorunların aşılmasını, halkın refah seviyesinin artırılabilmesini ve dünya ticaretinde önemli bir konuma ulaşabilmesini kolaylaştırması açısından bir ülke için büyük önem taşımaktadır.

Türkiye de, ihracatını geliştirmek (arttırmak) amacıyla bu uygulamalara zaman zaman başvurmak zorunda kalmıştır. Özellikle 1980 öncesinde ithal ikameci politikalar izleyen ülke, 24 Ocak Kararları ile ihracata yönelik sanayileşme politikalarına yönelmiştir. Söz konusu kararlarla sağlanan teşvikler büyük ölçüde kalkınmada öncelikli yöreler kapsamında bölgesel teşvik uygulamaları niteliğinde gerçekleştirilmiştir.

2000'li yıllardan sonra ağırlıklı olarak uygulanmakta olan teşvik politikaları içerisinde yer alan dahilde ve hariçte işleme rejimleri ile dış ticaret büyük ölçüde kolaylaşmaktadır. Ayrıca, ihracat destekleri kapsamında değerlendirilen KDV istisnaları ile ihracatta maliyetlerin azaltılması girişimleriyle firmaların ihracata yönelmeleri teşvik edilmekte ve yine KOSGEB tarafından KOBİ'lere sağlanan krediler ile dış ticaret özendirilmektedir.

Eximbank tarafından sağlanan kısa ve orta-uzun vadeli ihracat kredileri de ihracatçılara verilen önemli bir destek olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu krediler; ihracata hazırlık kredisi, KOBİ (KOBİ'ler için özel) ihracata hazırlık kredisi, ihracata dönük üretim finansman kredisi, ihracata yönelik yatırım kredisi, marka kredisi, Avrupa Yatırım Bankası kredisi, yurtdışı mağazalar için yatırım kredisi, özellikli ihracat kredileri şeklinde sıralanabilirler.

Bu çalışma; devlet tarafından sağlanan ihracat teşviklerinin, Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren firmalar üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla, saha araştırmasına dair anket uygulamasına başvurarak yapılmıştır. Çalışmada, öncelikli olarak kavramsal çerçeve oluşturulmuş ve ihracat teşviklerinin kalkınmadaki önemine değinilmiştir. Daha sonra teşvik uygulamaları tanıtılarak literatür özetlenmiş ve son aşamada Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı 18 firma ile yapılan anket uygulamasının sonuçları değerlendirilmiştir.

## 2. İhracat Teşviklerinin Kalkınmadaki Önemi ve İhracat Üzerindeki Etkisi

İhracatın üreticiler ve pazarlamacılar için cazip hale getirilmesi amacıyla, ihraç edilecek malın üretim öncesinden başlanarak üretim, pazarlama ve nihai tüketiciye ulaşma aşamalarının çeşitli yöntemlerle özendirilmesi girişimlerine ihracat teşvikleri denmektedir (Kemer, 2003: 14; Eximbank 1997). İhracat teşvikleri dar anlamda, sadece yurt içinde üretilen malların, yurt dışında pazarlanabilmesi için devletin ihracatçılara yaptığı dolaylı ya da dolaysız sübvansiyonları kapsamaktadır (Erol, 2005: 6). Geniş anlamda ise, ihracatçıların işlem aşamasında karşılaştıkları tüm güçlükleri ortadan kaldıracak ve satışlarını artırmak için dinamik bir sistem kurmalarına yardımcı olacak bütün düzenlemeleri içermektedir (Atayeter ve Erol, 2011: 3). Bununla birlikte uluslararası düzenlemelerde ihracat teşviki yerine daha çok sübvansiyon veya devlet yardımı gibi ifadeler kullanılmaktadır.

İhracat teşvik uygulamaları, pazar payının genişlemesi, ihracat bilgisinin oluşturulması, ihracatla ilgili sınırların azaltılması ya da ortadan kaldırılması, fiili ve potansiyel ihracatçılar için çeşitli yardım türlerinin belirlenmesi gibi amaçlara ulaşmayı hedeflemektedirler (Uzay, 2002: 55). Ayrıca, KOBİ niteliğindeki firmalar başta olmak üzere, ihracatçı firmaların ihracata yönelik faaliyetlerini gerek üretim, gerekse pazarlama aşamalarında desteklemek suretiyle, uluslararası pazarlarda karşılaştıkları sorunların giderilmesine yardımcı olmak ve söz konusu piyasalarda rekabet gücü kazanmalarına olanak tanımak gibi amaçlar da bu hedeflere eklenebilirler (Ersungur ve Yalman, 2009: 82). Kısaca denilebilir ki; ihracat teşviklerinde amaç, hem bir malın üretimini artırmak, hem de bu malın dış pazarlarda satılabilme olanağını sağlayarak, ülke ekonomisine katkıda bulunmaktır (Atayeter ve Erol, 2011: 2).

Son yıllarda birçok ülke, ihracat performansının artırılmasına yönelik olarak çeşitli ihracatı teşvik politikaları uygulamıştır (Welch, 1998: 66). Çünkü ülkeler, İhracata dayalı kalkınma stratejisinin bir parçası olarak, ihracatı teşvik ve teknik yardım programlarını, ekonomik büyümeyi destekleyecek bir araç olarak görmekte ve buna göre programlarını, ihracatta hem içeride hem de dışarıda karşılaşılan engelleri ortadan kaldıracak şekilde belirleme girişiminde bulunmaktadırlar (Kumcu v.d., 1995: 163).

Bir ülkenin ihracatı teşvik politikalarını veya yatırım teşvik politikalarını uygulama nedenleri şu şekilde özetlenebilir (Çelik, 1999: 5, Erol,2005: 6);

- i. Ülkenin ekonomik kalkınmasının ve refahının sağlanması,
- ii. Sınaî kalkınmanın sağlanması için yatırım ve üretimi teşvik amacıyla gerekli girdilerin elde edilen sürelerini kısaltarak, yatırım zorluklarından dolayı yatırım kararından vazgeçmelerini önlemek,
- iii. Bölgeler arasındaki dengesizlikleri gidermek ve sosyo - ekonomik dengeyi sağlamak,
- iv. İşsizliği önlemek, istihdamı teşvik etmek,
- v. Dış ticarete imkânları artırarak ödemeler dengesini ülke lehine düzeltmek,
- vi. İhracatçıya uygun koşullar oluşturarak, ihracatlarını teşvik etmek,
- vii. Piyasa ekonomisinin her yönden yeterli ve gerekli koşullarını oluşturmak.

Bir ülke ihracatının kârlılığının artması halinde, ülkenin elde ettiği toplam ihracatın değeri de artış göstermektedir. Buna göre, devlet tarafından uygulanan ihracatı teşvik programlarının, kârlılık üzerindeki artış etkisi bir taraftan firma yöneticisinin ihracata olan ilgisinin daha da artmasına neden olurken, diğer taraftan da yönetimin uluslararası piyasalara olan ilgilerini artırarak (dil öğrenimini teşvik ederek, dış ülkelere ziyaretlerle, uluslararası işletme eğitimi sağlayarak) ve ihracat için var olan engellerin kaldırılmasını hızlandırarak dışa açılımı kolaylaştırmaktadır (İşleker, 2010: 4). Bu da ekonominin gelişimi üzerinde doğrudan bir etki meydana getirmektedir. İhracat yapan firmaların üretimlerini azalan maliyetlerle gerçekleştirmeleri, ihracatın genişlemesine, üretim maliyetlerinin düşmesine ve dolayısıyla ekonomide reel gelirin yükselmesine yol açmaktadır. Ayrıca söz konusu gelişmeler, ülke içindeki diğer üretim kesimlerini de etkilemekte ve buralarda maliyet azaltıcı yeniliklerin doğmasıyla faktör gelirlerinin artması hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir (İşleker, 2010: 4).

Genel olarak, İhracat Teşvik Programları (İTP), ihracat faaliyetlerini işletme, sektör veya milli seviyede artırmak için tasarlanmış kamu politikası yöntemleridir (Ahmed v.d., 2002: 831). Yapısı ve boyutu ülkeden ülkeye farklılık arz etmesine rağmen programlar mali ve parasal teşvikler, ihracatçıların mevcut durumlarını iyileştirmeye yönelik düzenlemeler (kredi lisansları ve lisans prosedürlerinin kolaylaştırılması vb.) ve diğer teşvikler (tercihli kredi kullanımı, işletme sermayesi ve döviz sağlanması) başlıkları altında toplanabilmektedir (ITC, 2002). Bununla birlikte hemen hemen bütün ülkelerin ihracat teşvik sisteminde en yaygın olarak kullandıkları teşvikler, mali ve parasal teşvikler olmaktadır. İhracatçı firma açısından hangi programın gerçekten yarar sağlayacağı ise firmanın ihracat evresine (başlangıç, pazara yeni giriş vs.), karşısına çıkan engelin ve ihtiyaç duyulan desteğin şekline göre değişiklik göstermektedir (İşleker, 2010: 5).

### 3. İhracatı Teşvik Uygulamaları

Teşvik politikaları, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı amaç ve güdülerle uygulanmaktadır. Şöyle ki; gelişmiş ülkelerde ülke ekonomisinin dünya pazarlarında sahip olduğu payı korumak ve arttırmak, ayrıca istihdam alanının genişletilmesini sağlamak için uygulanırken; gelişmekte olan ülkelerde ise, uzun vadeli ekonomik büyümenin hedef alındığı, istihdamın artırılarak işsizliğin azaltılması, yabancı yatırımcılar ülkeye çekilerek teknoloji yoğun mal üretiminin gerçekleştirilmesi için uygulanmaktadır. Uzun vadeli büyüme ve kalkınma programlarına sahip olan bu ülkelerde teşvikler, kalkınma stratejilerine uygun olmak zorundadırlar (Akdeve ve Karagül, 2013: 336). Başlıca ihracat teşvik uygulamaları şunlardır:

#### 3.1. Dahilde İşleme Rejimi

Bu rejim; ihraç edilmesi düşünülen malların üretiminde kullanılacak olan hammadde, yardımcı madde, ara malı ve ambalaj malzemelerinin, çeşitli vergisel yüklerden muaf tutularak bazı kolaylık ve teşviklerden yararlanmak suretiyle temin edilmesini sağlamaktadır (Atayeter ve Erol, 2011: 17). Bu kolaylıktan daha çok onarım, yenileme, işleme faaliyeti geçirdikten sonra tekrar yurt dışına gönderilecek ürünler yararlanabilmektedir (Sevidoğlu, 2009: 175).

Dahilde İşleme Rejiminin amacı, dünya piyasa fiyatlarından hammadde temin etmek suretiyle ihracatı artırmak, ihraç ürünlerine uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazandırmak, ihraç pazarlarını geliştirmek ve ihraç ürünlerini çeşitlendirmektir (Atayeter ve Erol, 2011: 17).

#### 3.2. Hariçte İşleme Rejimi

Ülkeler arasında serbestçe dolaşan herhangi bir varlığın, daha sonra işlenmek, tamir edilmek veya yenilenmek üzere bir ülkenin gümrük bölgesinin dışına veya serbest bölgelere geçici olarak ihraç edilmesi uygulamasıdır (İşleker, 2010: 41). İşleme tabi ürünlerden, serbest bölgeler hariç üçüncü ülkelerde işlem sonrası ortaya çıkan fark doğrultusunda Gümrük Mevzuatı çerçevesinde ithal vergisi alınabildiği gibi; garanti kapsamında tamirat amacıyla gönderilen ve yerine gelen malların ve serbest bölgelerde işlem gören malların ithalinde ise tam muafiyet söz konusudur (Atayeter ve Erol, 2011: 18-19). Öte yandan, Serbest Bölgelerde üçüncü ülke menşeli girdilerin kullanılması, Ortak Gümrük Tarifesi oranında vergi alımını gerektirmekte, vergisi alınan girdilerin kullanılması ile üretilen ürünler, hariçte işletme rejimi uygulaması benimsendiği için tekrar serbest dolaşıma dönmektedirler (Atayeter ve Erol, 2011:

19). Bu uygulama, ihracatı vergi iadesini gerektiren ve tarım politikası çerçevesinde vergi iadesi dışında bir mali avantaj sağlayan serbest dolaşımdaki mallar için geçerli değildir (Resmi Gazete: 2007/11864).

### **3.3. Eximbank Kredileri**

Söz konusu krediler ihracatçıların, kısa, orta - uzun vadeli olarak nakdi ve gayri nakdi kredi programlarını içermektedir. Bu krediler ile vadeli satış işlemleri teşvik edilerek ihracat hacminin artırılması, yeni ve hedef pazarlara girilmesinin kolaylaştırılmasını sağlamak amacıyla vadeli ihracat alacakları iskonto edilmektedir. Eximbank tarafından sağlanan bu krediler, kısa vadeli ve orta-uzun vadeli krediler olarak iki kısma ayrılmaktadır.

Kısa vadeli ihracat kredileri genellikle ihracata hazırlık döneminde firmaların finansman gereksinimlerinin karşılanması amacıyla, bankalar kanalıyla veya doğrudan Türk Eximbank tarafından kullanılmaktadırlar. Bu krediler; reeskont kredisi, sevk öncesi ihracat kredileri, ihracata hazırlık kredileri, dış ticaret şirketleri ihracat kredisi, KOBİ ihracata hazırlık kredileri, sevk sonrası reeskont kredisi, ihracata dönük üretim finansman kredisidir.

Orta-uzun vadeli ihracat kredileri; ihracata yönelik işletme sermayesi kredisi, ihracata yönelik yatırım kredisi, marka kredisi, Avrupa Yatırım Bankası Kredisi, yurt dışı mağazalar yatırım kredisi, özellikli ihracat kredisi, gemi inşa ve ihracatı finansman programına yönelik desteklerden oluşmaktadır.

### **3.4. KDV İstisnası**

Mal ihracında ihracat teslimleri ve bu teslimlere ilişkin her türlü hizmet KDV'den istisnadır. Ancak, bir teslimin ihracat teslimi sayılabilmesi için (GİB, 2014: 2); teslimin, yurtdışındaki bir müşteriye veya serbest bölgedeki bir alıcıya ya da yetkili gümrük antreposu işleticisine yapılması veya malların yetkili gümrük antreposu işleticisine tevdi edilmesi ya da işleme ait fatura ve benzeri belgelerin yurtdışındaki müşteri veya serbest bölgedeki alıcı adına düzenlenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, teslim konusu mal, Türkiye Cumhuriyeti gümrük bölgesinden çıkarak ve bir dış ülkeye veya bir serbest bölgeye vasil olmalı ya da yetkili gümrük antreposuna konulmalıdır (GİB, 2014: 2).

Ülkede KDV istisnası uygulaması oldukça geniş bir yelpazeye sahiptir. Şöyle ki; hizmet ihracı durumunda, bavul ticaretinin yapılması aşamasında, roaming (dolaşım) hizmetleri kapsamında, serbest bölgelerdeki müşteriler için yapılan fason hizmetler çerçevesinde, yolcu beraberliği eşya durumunda, ülkede ikamet etmeyen taşımacılar ile fuar, sergi, panayır katılımcılarına yapılan teslim ve hizmetler kapsamında, yabancı sinema yapımcılarına, ihraç kaydıyla teslimlerde ve dahilde işleme ve geçici kabul rejimleri kapsamında ihraç edilecek malların üretiminde

kullanılan girdilerin temininde tecil-terkin uygulamasına yönelik işlemlerde KDV istisnası uygulamaları söz konusudur (GİB, 2014: 2-4).

### **3.5. KOSGEB Desteđi**

KOSGEB tarafından işletmelerin ve girişimcilerin ihtiyaçları gözönünde bulundurularak, günün şartlarına uygun olarak hazırlanan kredi programları kapsamında, bankalar ile yapılan protokoller çerçevesinde kredi faiz desteği, kullanılmaktadır. Programdan KOSGEB veri tabanında kayıtları onaylı ve KOSGEB desteklerinden yasaklı olmayan gerçek/tüzel kişiliğe sahip işletmeler yararlanabilmektedir (KOSGEB, 2014: 6).

### **3.6. Yatırım Teşvikleri**

Üretim ve ihracat odaklı büyüme stratejisi bakımından büyük önem taşıyan yatırım teşvik sisteminin hedefleri şu başlıklar altında toplanabilir (GİB, 2014: 2): Tasarrufları katma değeri yüksek yatırımlara yönlendirmek, üretimi ve istihdamı artırmak, uluslararası rekabet gücünü artıracak ve araştırma-geliştirme içeriği yüksek büyük ölçekli yatırımlar ile stratejik yatırımları özendirmek, uluslararası doğrudan yatırımları artırmak, bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltmak, kümelenme ve çevre korumaya yönelik yatırımları özendirmektedir. Anlaşıldığı üzere söz konusu hedefler ihracat teşvik uygulamalarının hedefleri ile örtüşmektedirler.

### **3.7. İhracata Yönelik Devlet Yardımları**

İhracata yönelik devlet yardımları ile yüksek katma değerli ürün ve hizmetleri hedefleyen politikalar kapsamında yatırım, üretim, ihracat ve istihdamın artırılmasına yönelik olarak Ar-Ge, inovasyon, tasarım ve markalaşma gibi ihracat hacminin artırılması amaçlanmaktadır. Böylece firmaların uluslararası pazarlarda rekabet gücünün artırılması hedeflenmektedir (Atayeter ve Erol, 2011: 4). İhracata yönelik devlet yardımları; istihdam yardımı, yurt dışında gerçekleştirilen fuarlara katılım desteği, yurtdışı birim, marka ve tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi, pazar araştırması ve pazara giriş desteği, uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesinin desteklenmesi, tasarım desteği, tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımları, teknik müşavirlik hizmetlerine sağlanan devlet yardımları, araştırma - geliştirme (AR-GE) yardımları, Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması, Türk Malı imajının yerleştirelmesi ve TURQUALITY® desteğinden oluşmaktadır.

## 4. Afyonkarahisar'da Faaliyet Gösteren İhracatçı Firmaların İhracat Teşviklerinden Yararlanma Düzeylerinin Ölçülmesine İlişkin Bir Değerlendirme

Son yıllarda ihracat alanındaki gelişmelerde, Anadolu'daki çeşitli illerin büyük bir çaba içinde olduğu tartışmasız bir gerçektir. Afyonkarahisar'da, yatırım teşvikleri alanında 4. sırada yer alarak gelişmeye dönük bir il görünümü vermektedir. İlin son 10 yılda (2004-2014 arası) ihracat potansiyeli yaklaşık 3 kat artış göstermiştir. Söz konusu yıllarda ihracatta sürekli bir artış olmasına rağmen, 2009 ve 2014 yıllarında bir azalma gözlemlenmektedir. İl ihracatının Türkiye ihracatı içindeki payı ise aşağıdaki tablodan da anlaşıldığı üzere dalgalı bir seyir izlemektedir.

**Tablo 1: Afyonkarahisar İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı**

Yıllar	Afyonkarahisar 1000 \$(1)	Türkiye 1000 \$(2)	Afyonkarahisar İhracatının Türkiye İhracatı İçindeki Payı (1/2)%
2004	89.817	63.167.153	0,142189
2005	110.393	73.476.408	0,150242
2006	149.414	85.534.676	0,174680
2007	193.705	107.271.750	0,180574
2008	237.839	132.027.196	0,179884
2009	208.636	102.142.613	0,204259
2010	217.496	113.883.219	0,190816
2011	291.682	134.906.869	0,216210
2012	314.350	152.461.737	0,206183
2013	362.111	151.802.637	0,238541
2014	357.514	157.642.154	0,226788

**Kaynak:** Türkiye İhracatçılar Meclisi, (TİM), www.tim.org.tr, (Erişim: 12.01.2015).

Ayrıca Afyonkarahisar, 2014 yılında Türkiye'de en çok ihracat yapan 28. il olmuştur. İhracatın en çok gerçekleştirildiği ilk 5 ülke ise Irak, ABD, Çin, Fransa ve Hindistan olarak sıralanmaktadır. Maden ve metaller sektörü ihracatı; Su ürünleri ve hayvancılık mamulleri ihracatı; hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri ihracatı; demir ve demir dışı metaller ihracatı; kimyevi maddeler ve mamulleri ihracatı, aynı yılda ihracatı yapılan ilk 5 sektördür (ATSO, 2015: 2). Maden ve metaller sektörü, Afyonkarahisar'ın toplam ihracatının %50'sini oluşturmaktadır. Su ürünleri ve hayvancılık mamulleri ihracatı ise ikinci sırayı almaktadır (TİM, Erişim: 12.01.2015).

### 4.1. Literatür Araştırması

Coughlin ve Cartwright (1987) çoklu regresyon analizini kullanarak yaptıkları çalışmalarında, ihracatı teşvik politikalarında yapılacak 1000 dolarlık bir harcamanın ihracatta 432,000 dolarlık artışı beraberinde getirdiği sonucuna ulaşmışlardır.



Şimşek ve Yazıcı (2004); Bilecik ve Eskişehir illerinden seçilen 56 ihracatçı firma üzerinde yaptıkları çalışmalarında, en etkin kullanılan ihracat teşvikinin KDV istisnası olduğunu öne sürmüşlerdir.

Francis ve Dodd (2004); Kanada hükümeti ticaret veri tabanını kullanarak 3.500 küçük ve orta ölçekli ulusal firmanın datasını kullanarak yapmış oldukları çalışmalarında, ihracatı teşvik programlarının ihracat hedeflerine ulaşılmasında önemli bir role sahip olduğunu ve ihracatın artırılmasında destekleyici olduğunu tespit etmişlerdir.

Uzay ve Uzay (2004); Kayseri mobilya sanayiinde faaliyet gösteren 30 firma üzerinde yaptıkları çalışmada, etkinliği en yüksek olan teşvik aracının KDV istisnası olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Ohashi (2004); 1950 ve 1960 yıllarında Japon çelik endüstrisine yönelik olarak sağlanan ihracat teşviklerinin etkinliğini dinamik genel denge modelini kullanarak analiz ettiği çalışmasında, ihracat desteklerinin hem ithalat artışı hem de ihracat artışı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir.

Terzi ve Erol (2005); 2003 yılında Doğu Karadeniz Bölgesinde (Trabzon, Rize, Artvin, Gümüşhane, Bayburt, Giresun ve Ordu) ihracat yapan 140 işletme üzerinde yaptıkları anket çalışmalarında, tarımsal ürünlerde ihracat iadelerinin firmalarca kullanılan en etkin teşvik aracı olduğunu gözlemlemişlerdir.

Wilkinson ve Brouthers (2006); anket çalışmalarında ABD'nin devlet destekli ihracat teşvik faaliyetlerinin 764 orta ve küçük ölçekli firmalar üzerindeki etkisini 1992-1999 dönemlerini baz alarak analiz etmişlerdir. Buna göre; ihracat teşvik politikaları ulusal firmalara kaynak sağlamak yoluyla uluslararası piyasalarda rekabet şansı sağlamakta ve firmaların ihracatları üzerinde pozitif etkiye neden olmaktadır.

Durman v.d. (2007); Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi ve yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri saptamak için çoklu doğrusal regresyon analizini kullanarak yaptıkları çalışmalarında, firmaların teşviklerden yararlanma düzeyleri ile ihracat oranları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucunu elde etmişlerdir.

Martincus ve Carbolla (2008); Peru ekonomisi için Peru gümrük idaresi, ulusal vergi dairesi ve PROMPEX ajansı veri tabanlarını kullanarak 2001-2005 dönemlerinde sağlanan ihracat teşviklerinin etkinliğini analiz ettikleri çalışmalarında, ihracat teşvik politikalarının ihracat artışı ile bağlantılı olduğunu ifade etmişlerdir.

Ersungur ve Yalman (2009); Sivas'ta ihracat yapan 17 firmanın ihracat teşviklerinden ne ölçüde yararlandığına yönelik olarak yaptıkları çalışmalarında,

Sivas ilinde yatırım teşviklerinin uygulanmasına paralel olarak ihracat ve ithalatta da artış görüldüğünü gözlemlemiştir.

İşleker (2010); Adana ilinde ihracat yapan 30 firma üzerinde yaptığı anket çalışmasında, dahilde işleme rejiminin firmalarca en çok kullanılan teşvik aracı olduğunu ortaya koymuştur.

Türkoğlu ve Çelikkaya (2011) ise; KOBİ'lere yönelik olarak Ar-Ge desteklerinin ölçülmesine ilişkin yaptıkları çalışmada, Gebze Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan toplam 126 firma üzerinden, 30 KOBİ'ye ulaşarak anket uygulaması yapmışlardır. Firmaların vermiş oldukları cevapların analizinde Lineer Regresyon modeli uygulanmıştır. Çalışmaya göre, genel olarak KOBİ'lere yönelik yapılan Ar-Ge desteklerinin, üretimde ihracatın almış olduğu payı arttırdığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Freixanet (2012); İspanya bölgesinde yer alan 2763 ihracat firmasının bilgilerini içeren ACICSA veri tabanını kullanarak yaptığı çalışmasında, ihracat teşvik programlarının ihracatta pazar payının artırılmasında etkin bir araç olduğu ve bu teşviklerin firmaların uluslararası satış ağlarını geliştirdiğini tespit etmiştir.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Afyonkarahisar'da ihracat yapan firmaların devlet tarafından sağlanan ihracat teşviklerinden ne ölçüde yararlandıklarını ölçmek üzere, Afyonkarahisar Organize Sanayii Bölgesi'nde faaliyet gösteren üretici-ihracatçı firmalara toplam 27 soruluk bir anket uygulanmıştır. Anket yapılacak işletmeler belirlenirken Afyonkarahisar Ticaret Odası'nın listeleri dikkate alınmış ve anket kapsamına bu firmalar dahil edilmiştir. Bu çerçevede belirtilen merkezlerde toplam 58 firmaya müracaat edilmiş, ancak 18'inden olumlu yanıt alınmıştır. Diğer firmalar, uygulamaya ayıracak vakitleri olmadığı gerekçesiyle anket uygulamasına katılmak istememişlerdir. Ankete katılan firmalar, gıda, madencilik, orman ürünleri, demir-çelik, ısı yalıtım, inşaat ve yapı malzemeleri alanlarında faaliyet göstermektedirler. Anket uygulaması sırasında, firma yöneticilerinin, firmalarının mevcut durumu ve faaliyetleri hakkında doğru bilgiler verdikleri varsayılmaktadır.

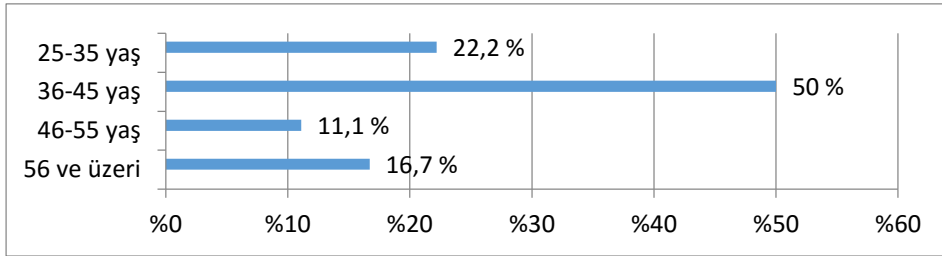
Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren firmalar üzerinde, devlet tarafından sağlanan ihracat teşviklerine ilişkin uygulamaların etkilerini ölçmek amacıyla, saha araştırmasına gidilerek anket yapma yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu ildeki firmaların, ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerinin ölçülmesine yönelik olarak, bölgede üretim yapan firmalar ana kütle olarak seçilmiştir. Araştırma, 18 firmadan oluşan örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerimiz SPSS 9.0 paket programıyla değerlendirilmiştir. Anket kapsamına Türkiye'de uygulanan 15 tane ihracatı teşvik tedbiri alınmış ve bu teşviklerle ilgili firmalara sorular

yöneltilmiştir. Örneğin ankette bu teşviklerden yararlanıp yararlanmadıkları, faydalı bulup bulmadıkları gibi sorulara yer verilmiştir. Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren firmaların kullanmayı tercih ettikleri ihracatı teşvik tedbirlerinin etkinlik dereceleri ile ilgili analiz sonuçları aşağıda yer almaktadır.

### 4.3. Araştırmanın Bulguları

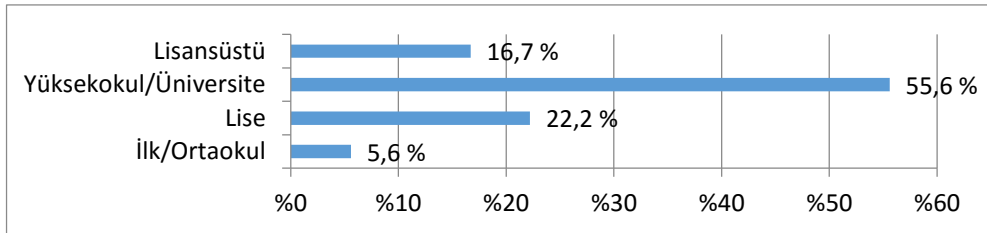
Araştırmaya katılan firmalar genel olarak değerlendirildiğinde; firma yöneticilerinin %50'i orta yaş gurubunda (36-45), %22,7'lik kısmı genç denilebilecek yaşta, %16,7'lik kısmı ise 56 yaş ve üzerinde, %11,1'lik kısmı ise 46-55 yaş grubunda bulunmaktadır (Tablo 2). Buna göre; firmalar yönetimlerini, daha çok orta ve genç yaş gurubuna bırakmaktadır.

**Tablo 2: Firma Yöneticilerinin Yaş Aralığı**

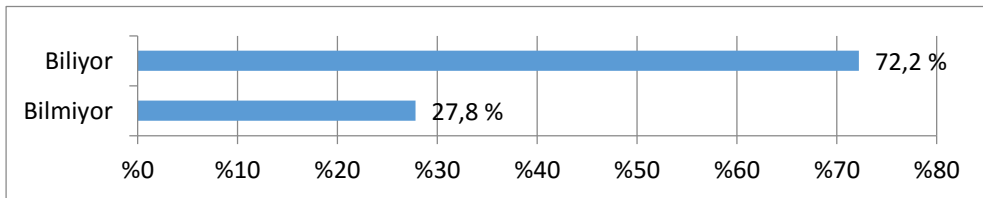


Firma yöneticilerinin eğitim durumlarına bakıldığında (Tablo 3); %55,6'lık bir oranla üniversite mezunlarını %22,2'yle lise mezunları takip etmektedir. Lisansüstü gurubu %16,7'lik bir oranla, ilk ve ortaokul mezunu ise %5,6'lık bir oranla temsil edilmektedir.

**Tablo 3: Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumlar**

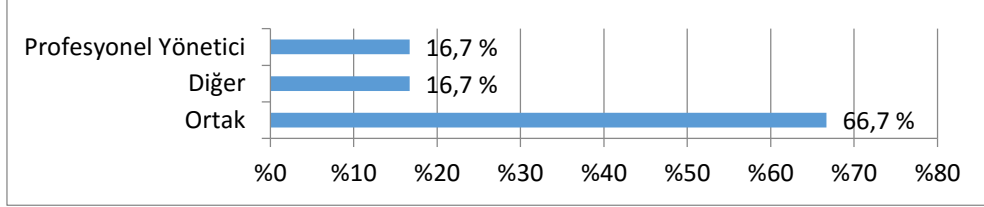


**Tablo 4: Firma Yöneticilerinin Yabancı Dil Bilme Oranlar**



Firma yöneticilerinin yabancı dil bilme düzeyleri (Tablo 4), %72,2'lik bir oranla oldukça yüksek seviyelerdedir. Bu oran bize firma yöneticilerinin ileri görüşlü ve dışa açık bir bakış açısına sahip olduklarını ifade etmektedir.

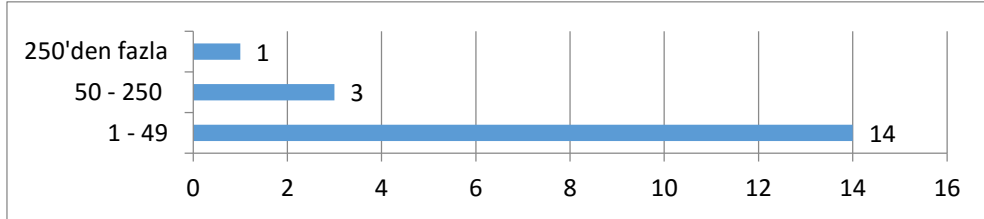
**Tablo 5: Firma Yöneticilerinin İşletmedeki Pozisyonları**



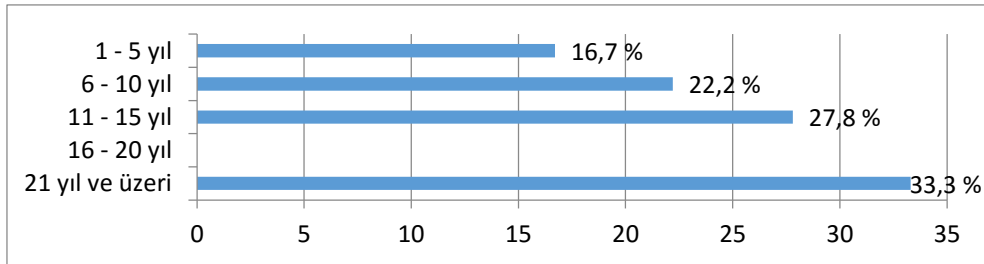
Firmalar çoğunlukla %66,7 oranında, ortaklık anlaşmasına göre yönetilmektedirler. Kalan %33,4'lük kısım ise profesyonel yönetici ve diğerleri arasında paylaşılmaktadır. Diğer grubundakiler daha çok, firma sahibi olan yöneticilerden oluşmaktadır (Tablo 5).

Firmaların çalıştırdığı işçi sayısına göre bir değerlendirme yapıldığında (Tablo 6), 18 firmadan, 17 tanesinin KOBİ niteliğinde olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 6: Firmaların Çalıştırdığı İşçi Sayıları**



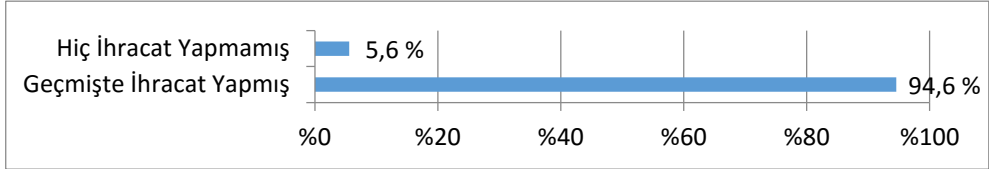
**Tablo 7: Firmaların Faaliyet Süreleri**



Firmalar, çoğunlukla 20 yılı aşkın süredir faaliyette olan, iş tecrübesi kazanmış, köklü firmalardır (%33,3), ancak yeni kurulmuş, henüz çiçeği bununda tabiri ile

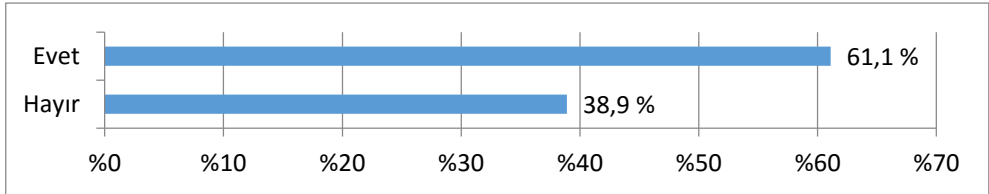
nitelendirebileceğimiz firmaların oranı da %16,7'lik payla dikkati çekmektedir (Tablo 7). Ayrıca firmaların büyük bir çoğunluğu geçmişte en az bir defa ihracat yapmış durumdadırlar (Tablo 8).

**Tablo 8: Firmaların İhracat Tecrübesi**

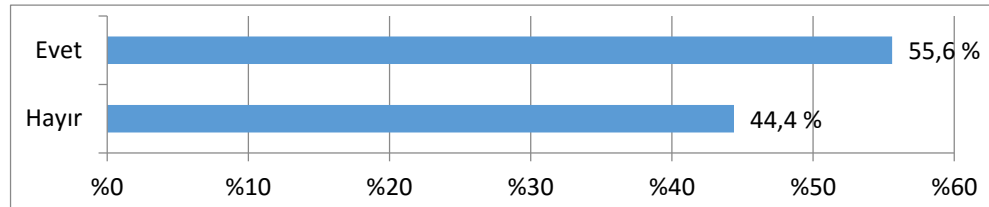


Afyonkarahisar'daki firmaların %61,1'lik bir oranla, ihracat potansiyelini araştırmış olmaları sonucuna göre, çoğunluğun ihracat yapmaya istekli oldukları anlaşılmaktadır (Tablo 9). Bu firmaların %55,6'sı ülkedeki ihracat teşvik uygulamalarından yararlanmaktadırlar (Tablo 10). Elde edilen bu sonuç, yakın gelecekte ilin, ihracat potansiyelinin artacağına dair bir beklentinin oluşmasında önemli bir göstergedir.

**Tablo 9: Firmaların İhracat Potansiyelini Araştırma Oranları**



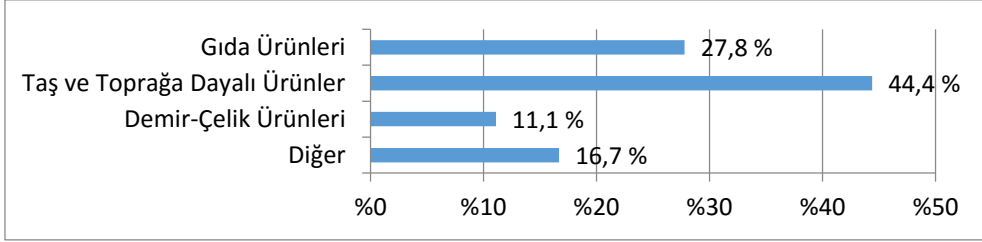
**Tablo 10: Firmaların İhracat Teşviklerinden Yararlanma Oranları**



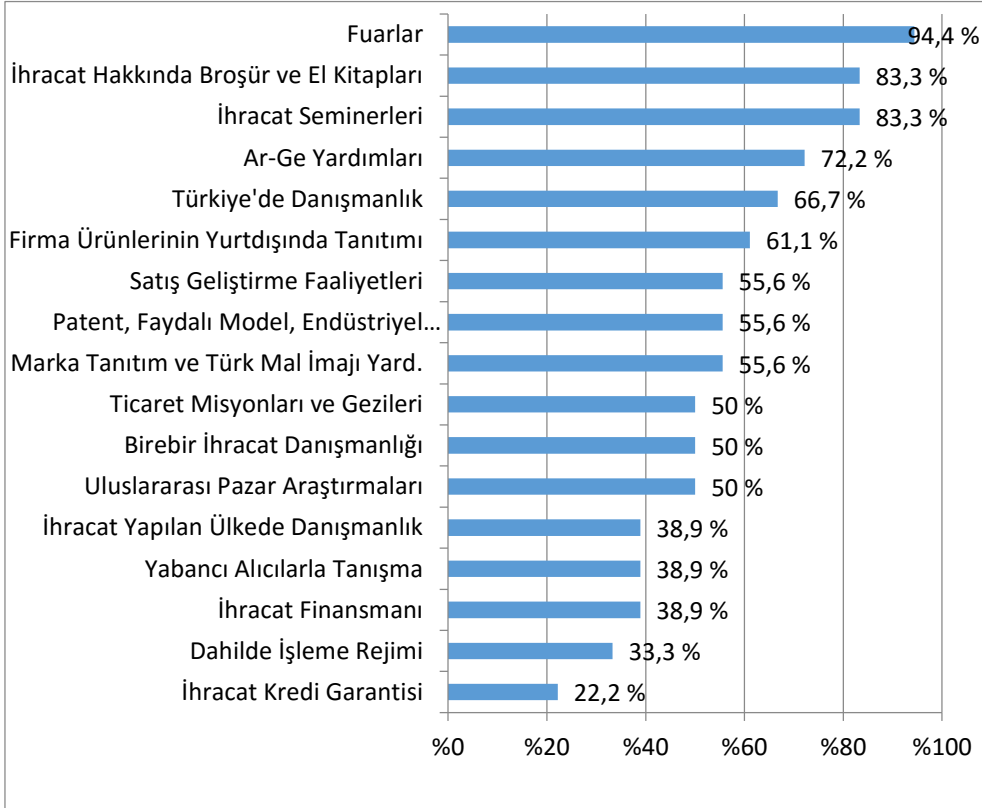
Araştırmaya dâhil olan firmaların %44,4'ü taş ve toprağa dayalı ürünleri, %27,8'lik kısmı gıda ürünleri, %11,1'lik kısmı da demir-çelik ürünleri üretmektedirler. %16,7'lik dilimde ise diğer sektörlerde (inşaat ve yapı malzemeleri sektörü, orman ürünleri sektörü ve ısı yalıtım ürünleri sektörü) üretim yapan firmalar yer almaktadır. Bu oranlara bakıldığında, Afyonkarahisar'da üretimde; taş ve toprağa

dayalı ürünlerle, gıda ürünlerinin ağırlıklı olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna göre, ildeki firmaların daha çok yöresel özellik kazanmış ürünlerde uzmanlaştıkları anlaşılmaktadır. Ankete katılan firmaların sektörleri göre dağılımları aşağıda gösterilmektedir (Tablo 11).

**Tablo 11: Firmaların Sektörel Dağılımı**



**Tablo 12: Firmaların Haberdar Olduğu İhracatı Teşvik Programları**

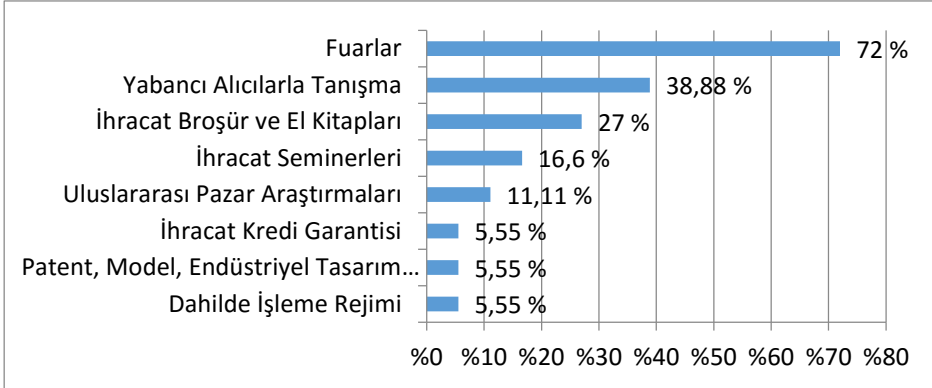


Ankete göre, firmaların çoğu, ihracat teşvik uygulamalarından haberdardır. Firmaların bildiği ve tanıdığı ihracat teşvik programlarının başında %94,4'lük payla fuarlar gelmektedir. Bunu %83,3 ile ihracat seminerleri ve ihracat hakkında broşür ve el kitaplarının dağıtılması takip etmektedir. Ar-Ge yardımları %72,2, İhracat Teşvik Programı olarak tanımlanmakta ve bilinmektedir (Tablo 12).

Anketten elde edilen diğer bir sonuç ise; ilde faaliyet gösteren ve ihracat potansiyeline sahip firmaların, İhracat Teşvik Uygulamalarına ilişkin 17 kalemden oluşan araçları bilmelerine rağmen bunlardan yararlanmada isteksiz davranmalarıdır.

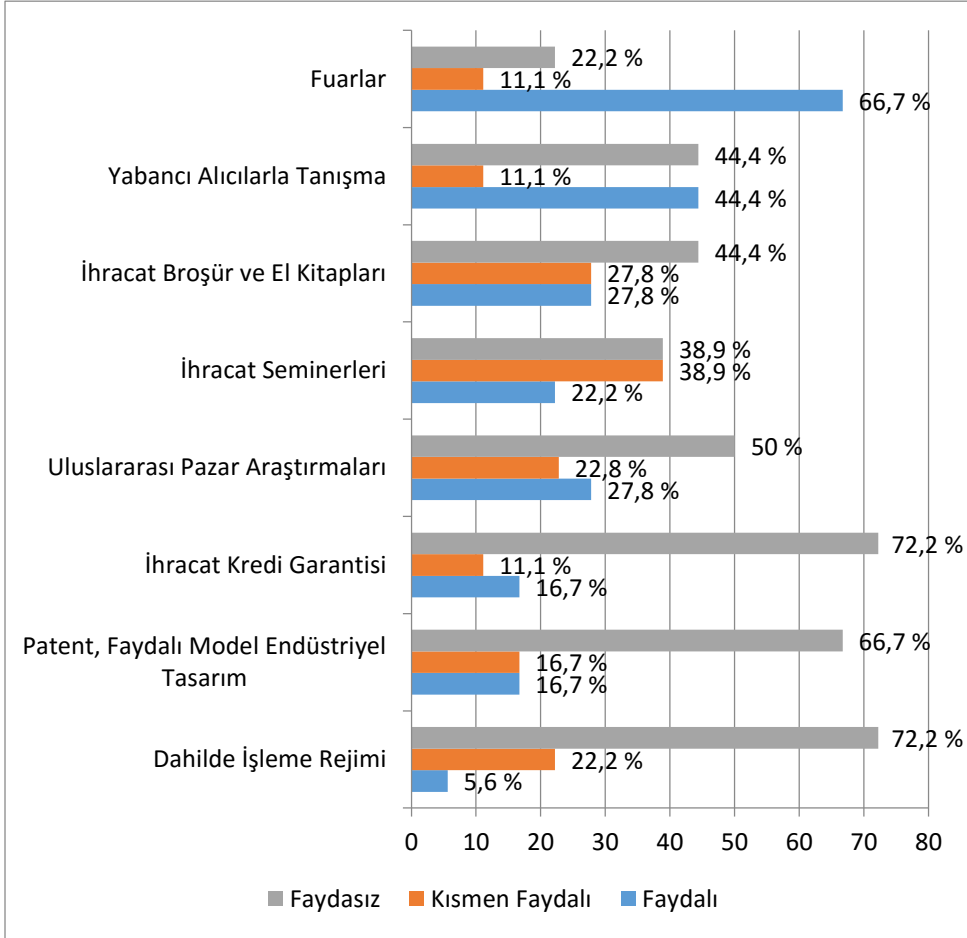
Tablo 13'e göre; firmalar genellikle uzun vadede sorun teşkil etmeyecek (alınan kredinin geri ödenmesi gibi.) araçları kullanmayı tercih etmektedirler. Bunların başında da %72'lik payla yine fuarlar gelmektedir. Diğer bir deyişle, Afyonkarahisar'daki firmalara riski az teşvik programlarının uygulanması daha cazip gelmektedir.

**Tablo 13: En Çok Yararlanılan İhracatı Teşvik Programları**



Bu sonuç, ihracat teşviklerinin firmaların ihtiyaçlarını karşılama düzeyi ile ilgili değerlendirmeden elde edilen sonuçla da örtüşmektedir. Buna göre; fuarların % 66,7'lik bir oranla önemli olduğu düşünülmekte ise de, ihracat kredi garantisi ve dahilde işleme rejimi araçlarının %72,2'lik bir oranla, patent, faydalı model endüstriyel tasarım aracının da %66,7 oranında önemsiz olduğu görüşü hakimdir (Tablo 14). Buradan ildeki firmaların teşvik uygulamalarından haberdar, ancak uygulamada çoğunun aile şirketi olması ve daha çok iç pazara hitap etmesi ve bunu yeterli görmeleri bakımından istenilen ölçüde yararlanmadıkları anlaşılmaktadır.

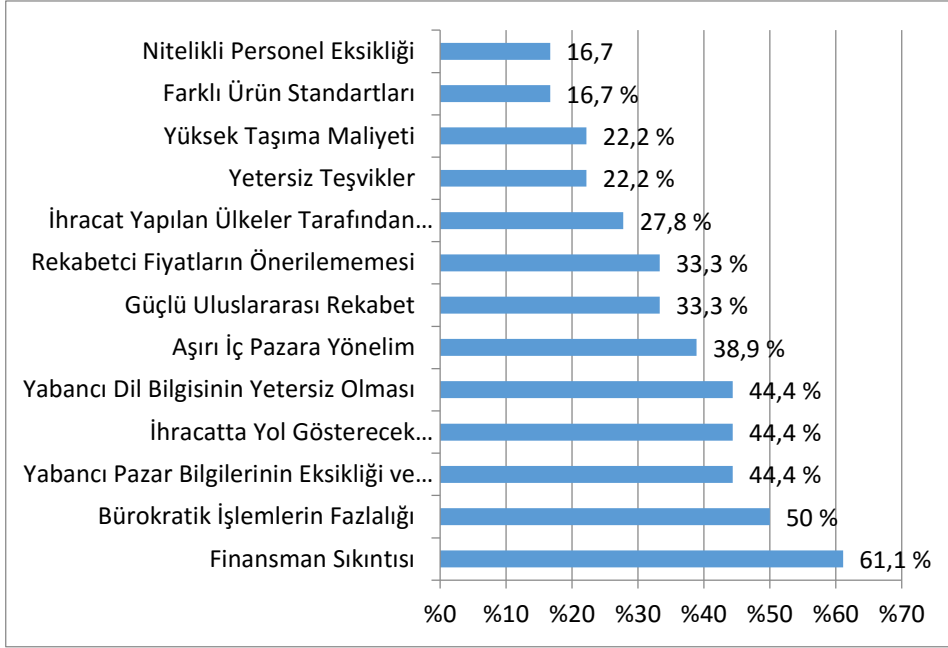
**Tablo 14: Yararlanılan İhracat Programlarının İhtiyaçları Karşılama Düzeyi**



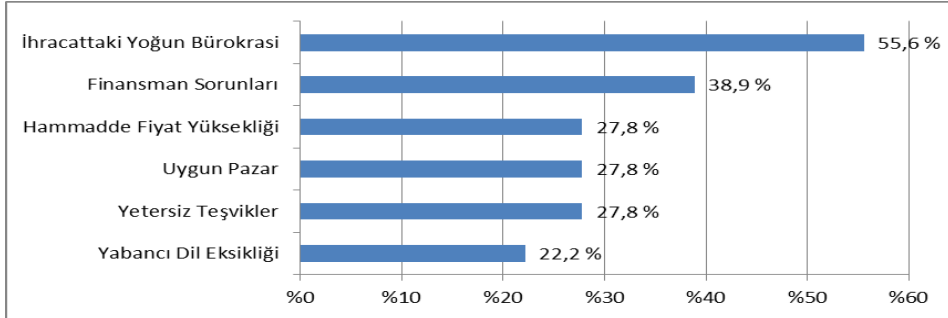
Firmaların ihracat teşviklerinden yararlanmama sebeplerinin başında ise %61,1'lik payla finansman sıkıntısı gelmektedir (Tablo 15). Bunu %50 ile bürokratik engeller, %44,4 ile yabancı dilin yetersiz olması, ihracatta yol gösterecek kurumların hizmet eksikliği ve yabancı pazarlara dair asimetrik bilgi problemine bağlı yüksek risklerin bulunması takip etmektedir. Nitelikli personelin azlığı, farklı ürün standartlarının olması gibi sebepler ise bu değerlendirmede en az paya sahiptirler.



**Tablo 15: İhracat Teşviklerinden Yeterince Yararlanılamamasının Sebepleri**

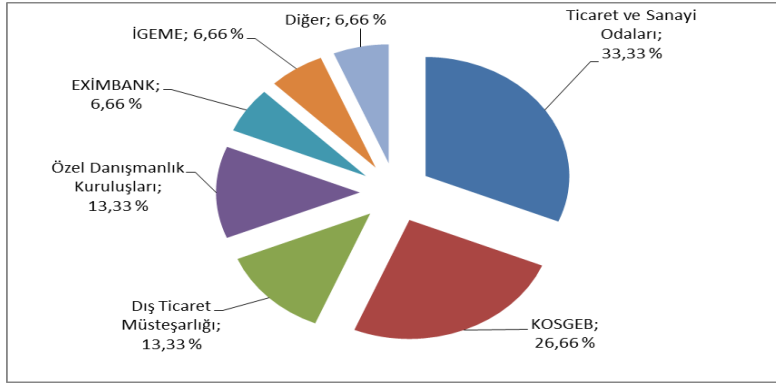


**Tablo 16: Firmaların İhracatta Karşılaştıkları Sorunlar**



Elde edilen bu sonuçlar, ildeki firmaların ihracat yaparken karşılaştıkları sorunların sıralanmasına ilişkin değerlendirme sonuçları ile de örtüşmektedir (Tablo 16). İki tabloda da bürokratik engeller yaklaşık %50 oranında sorun teşkil etmektedir.

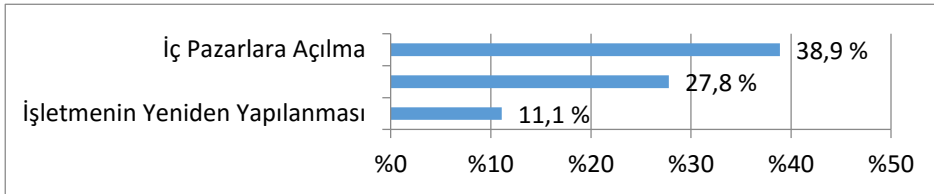
**Tablo 17: Afyonkarahisar'daki Firmaların İhracat Teşvik Programlarına İlişkin Bilgi Sağlamak Üzere Başvurmayı Tercih Ettikleri Kurumların (%)'lik Payları**



İldeki firmalar söz konusu alanda bilgi almak için büyük ölçüde (%33,33) Ticaret ve Sanayi Odasına başvurmayı tercih etmektedirler (Tablo 17). Bunu %26,66 ile KOSGEB izlemektedir. Firmalar Dış Ticaret Müsteşarlığı'na ve Özel Danışmanlık Kuruluşlarına başvurmayı ise, Eximbank ve İhracatı Geliştirme Merkezine başvurmanın önüne geçirmektedirler.

Firmalar geleceğe dair hedeflerini belirlerken de, öncelikli olarak iç pazarlara açılmayı tercih etmektedirler (Tablo 18). Dış pazarlara açılma hedefi ise ikinci planda kalmaktadır. Bu da firmaların içe dönük bir yönetim anlayışına daha fazla sahip olduklarını açıkça ortaya koymaktadır.

**Tablo 18: Firmaların Gelecekteki Hedefleri**



## 5. Sonuç

Ülkemizde, dış ticaretin serbestleşmesi ilk olarak 24 Ocak Kararları ile işlerlik kazanmıştır. 90'lı yıllarda artarak ve gerekli düzenlemeler yapılarak devam etmiş ve özellikle KOBİ niteliğindeki işletmelerin ihracata yönelik faaliyetlerinin her aşamada desteklenmeleri hedeflenmiştir. Nitekim, KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda rekabet imkanı elde etmelerine yönelik olarak hazırlanan devlet yardımları ve ihracat teşvikleri, ihracat performansının artırılmasına büyük katkı sağlamıştır.

Kuşkusuz ihracat bir ülkenin kalkınmasında da önemli bir role sahiptir. Bu noktadan hareketle, iç pazarda oldukça etkin olan, ülkemizin İç-Batı Anadolu bölgesinde yer alan Afyonkarahisar ilinde, faaliyette bulunan firmaların ihracat teşvik uygulamalarından ne ölçüde yararlandıklarının ve ihracat başarısı kazanıp kazanmadıklarının ölçümü bu çalışmanın amacı olarak belirlenmiştir. Değerlendirme için toplam 27 sorudan oluşan bir anket hazırlanmış ve Afyonkarahisar Ticaret Odasına kayıtlı firmalara bizzat ulaşılarak söz konusu anket uygulanmıştır. Ancak anketi, az sayıda (18 Adet) firmanın cevaplandırmış olması, konunun firmalar tarafından yeterince önemsenmediğini veya gerektiği şekilde dikkate alınmadığını ya da firmaların konuya duysız kalmayı tercih ettiklerini düşündürmektedir.

Anket sonuçlarına göre; firmaların ihracatı teşvik politikalarından yeterince yararlanmadığı anlaşılmaktadır. Firma yöneticileri ile birebir yapılan görüşmelerde, ihracat teşviklerine müracaat konusunda büyük çoğunluğun çekimser kaldığı, bu çekimserlikte bürokratik engellerin ve kırtasiye maliyetinin çokluğunun önemli rol oynadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca, teşviklerin sağlanmasında gerekli olan diğer şartlar sabitken, siyasi alt yapısı olan firmaların öncelikli olduğuna ilişkin konular şikayetler arasında yer almaktadır.

İldeki firmalar, ihracatı teşvik uygulamalarından büyük ölçüde haberdar bulunmaktadırlar. Ankete verilen yanıtların değerlendirilmesi sonucunda, fuarların % 94 ile en çok bilinen ve %72 ile de en çok kullanılan teşvik uygulaması olduğu tespit edilmiştir. En az kullanılan teşvikler ise; dahilde işleme rejimi, ihracat kredi garantisi ve patent, faydalı model endüstriyel tasarım teşvikleri olarak belirlenmiştir. Elde edilen anket sonuçlarına göre, firmaların ihracat yapmalarının önündeki en büyük engelin finansman sıkıntısı olduğu gözlemlenmiştir. Bürokratik işlemlerin fazlalığı da ihracatta önemli bir engel olarak ön plana çıkmaktadır.

Öte yandan Afyonkarahisar'da faaliyette bulunan firmaların uygulamadaki ihracat teşviklerinden yeteri kadar yararlanmadıkları da saptanmıştır. Bunun sonucunda ildeki firmaların ihracata gerekli katkıyı yapamadıkları görülmektedir.

Buna göre, sadece ilde değil aynı zamanda ülkede, teşvik politikalarının etkinliğinin artırılabilmesi için, sorun teşkil eden konuların dikkatlice analiz edilmesi, bürokrasinin ve politik riskin azaltılmasına yönelik girişimlerde bulunulması, sektöre ait mevzuattaki karışıklığın giderilmesi, kamu kurumlarının sorumluluklarının açıkça ortaya konması, kurumlar arası koordinasyonun sağlanması durumunda çok sayıda firmanın teşvik yardımlarından yararlanması mümkün olabilecektir.

## Kaynaklar

Ahmed, Z. U., Mohammed, O., Johnson, J.P. ve Meng, L.Y. (2002), "Export Promotion Programs in Malaysian Firms: An International Marketing Perspective", *Journal of Business Research*, 55, 831-843.

Akdeve, E., Karagül, E. T. (2013), "Geçmişten Günümüze Türkiye'de Teşvikler ve Ülke Uygulamaları", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37, 329-350.

Atayeter, C. ve Erol A. (2011), "Türkiye'de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 1-26.

ATSO (2015), "2014 Yılı İlimiz İhracat Durumu" <http://www.yeni.afyonkarahisartso.org.tr/index.asp?ic=1&menu=2&sf=143&yaz=%C4%B0hracat%20Yapan%20%C3%9Cyelerimiz&mad=Listeler>, (Erişim: 02.07.2015).

Coughlin, C. C. ve Cartwright, P. A. (1987), "An Examination of State Foreign Export Promotion and Manufacturing Exports", *Journal of Regional Science*, 27(3), 439-449.

Çelik, A. (1999), "İhracat Teşvikleri, Bazı Dünya Ülkeleri ve Türkiye Uygulamasının Karşılaştırılması", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

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), 121-134.

Erol, A. (2005), "Türkiye'de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri ve Doğu Karadeniz Bölgesindeki İhracatçı İşletmelerin Yararlanma Düzeylerinin Ölçülmesi" Basılmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ersungur, Ş. M. ve Yalman, İ. N. (2009), "Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Sivas İlinde Bir Uygulama", *Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(1), 81-98.

Freixanet, J. (2012), "Export Promotion Programs: Their Impact on Companies' Internationalization Performance and Competitiveness", *International Business Review*, 21(6), 1065-1086.

GİB (2014), İhracat İstisnası, <http://www.gib.gov.tr>, (Erişim: 18.07.2015).

ITC (2002), İGEME: Trade Secrets: KOBİ'lerin İhracat El Kitabı, İGEME, Ankara.

June F. ve Colleen, C.D. (2004), "Impact of Export Promotion Programs on Firm Competencies, Strategies and Performance", *International Marketing Review*, 21(5), 474-495.

Kemer, O.B. (2003), *Bir Dış Ticaret Politikası Aracı İhracat Teşvikleri Teori-Uygulama*, İstanbul: Alfa Yayınları.

KOSGEB (2014), KOSGEB KOBİ Kredi Faiz Destekleri, <http://www.kobidestekleri.com>, (Erişim: 25.06.2015).

Kumcu, E., Harcar, T. ve Kumcu, M. E. (1995), "Managerial Perceptions of The Adequacy of Export Incentive Programs-Implications for Export-led Economic-Development Policy", *Journal of Business Research*, 32(2), 163-174.

KPMG (2014), 2014/116 Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanacak Devlet Yardımları Hakkında Karar, <http://kpmgvergi.com>, (Erişim: 01.07.2015).

Martincus, C. 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), 89–106.

Ohashi, H. (2004), "Learning by Doing, Export Subsidies, and Industry Growth: Japanese Steel in The 1950s and 1960s", *Journal of International Economics*, 66 (2005) 297 – 323.

Resmi Gazete (2007), 2007/11864 No'lu Hariçte İşleme Rejimi Kararı, <http://www.resmigazete.gov.tr>, (Erişim: 01.12.2014).

Seyidoğlu, H. (2009), *Uluslararası İktisat*, 17. Basım, İstanbul: Güzem Can Yayınları.

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

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*, 13-14.

Türk Eximbank (1997), *Faaliyet Raporu*, Türk Eximbank Yayınları, Ankara.

Türkiye İhracatçılar Meclisi, (TİM), <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html>, (Erişim: 12.01.2015).

Türkoğlu, M. ve elikkaya, S. (2011), "Türkiye'de KOBİ'lere Yönelik AR-GE Destekleri", Akdeniz Üniversitesi, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 3(2), 56-71.

Uzay, N. ve Uzay, Ş. (2004), "Türkiye'de Mobilya Sektörünün İhracat Potansiyeli Ve İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Kayseri Mobilya Sanayiinde Uygulama", Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 18(4), 181-199.

Uzay, N. (2002), İhracatı Teşvik Politikalarının Etkinliği: Kayseri İmalat Sanayi Örneği, Kayseri Sanayi Odası Yayınları, Yayın No:42, Kayseri.

Welch, D. E. (1998), "The Importance of Networks in Export Promotion: Policy Issues", Journal of International Marketing, 6(4), 66-82.

Wilkinson, T. ve Brouthers, L. E. (2006), "Trade Promotion and SME Export Performance", International Business Review, 15(2006), 233–252.