

**İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN  
YARARLANMAYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER  
(KÜTAHYA MERKEZ İLÇEDE BİR UYGULAMA)**

(Yüksek Lisans Tezi)

Hüseyin ÖNDER

Kütahya 2005

T. C  
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İktisat Ana Bilim Dalı

İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN YARARLANMAYI ETKİLEYEN  
FAKTÖRLER  
(KÜTAHYA MERKEZ İLÇEDE BİR UYGULAMA)

(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman:  
Yrd. Doç. Dr. Mustafa DURMAN

Hazırlayan:  
Hüseyin Önder

KÜTAHYA 2005

## **Kabul ve Onay**

Hüseyin ÖNDER'in hazırladığı "İhracat Teşviklerinden Yararlanmayı Etkileyen Faktörler (Kütahya Merkez İlçede Bir Uygulama)" başlıklı tez çalışması, jürimiz tarafından lisansüstü yönetmeliğinin ilgili maddelerine göre değerlendirilip, oybirliği ile kabul edilmiştir.

..../..../2005

### Tez Jürisi

Yrd. Doç. Dr. Mustafa DURMAN (Danışman) .....

Yrd. Doç. Dr. Cüneyt KOYUNCU .....

Yrd. Doç. Dr. Ramazan KILIÇ .....

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN

## **Yemin Metni**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**İhracat Teşviklerinden Yararlanmayı Etkileyen Faktörler (Kütahya Merkez İlçede Bir Uygulama)**” adlı çalışmamın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.../.../2005

Hüseyin ÖNDER

## ÖZGEÇMİŞ

18.09.1980 Tarihinde İstanbul'un Beyoğlu İlçesinde dünyaya geldi. İlkokulu 50. Yıl Besim Kadırgan İlköğretim Okulunda (1991), ortaokulu ve lise öğrenimini Esenkent Ertuğrul Gazi Lisesinde (1997) tamamladı.

Önlisans öğrenimini Çukurova Üniversitesi, Osmaniye Meslek Yüksekokulunda İşletmecilik programında tamamladı(1999). Lisans öğrenimini Dumlupınar Üniversitesi, Bilecik İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümünde (2002) tamamladı. Aynı yıl aynı üniversitede Sosyal Bilimler Enstitüsünde Yüksek Lisans öğrenimine başladı.

06/09/2002 tarihinde Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesine Araştırma Görevlisi olarak atanmıştır. Halen Dumlupınar Üniversitesinde çalışmalarına devam etmektedir.

## ÖZET

Bu tez çalışması, ödemeler bilançosu açıklarını kapatmak için kullanılan ve dışa dönük sanayileşme stratejilerinde önemli bir araç olan ihracat teşvikleri ile KOBİ'lerin bu teşviklerden yararlanma düzeylerine etki eden faktörlerin tespitini inceleme konusu yapmıştır.

Çalışmada KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerine etki eden faktörler içerisinde KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonlarının ne ölçüde etkili olduğu üzerinde durulmuştur. Türkiye'nin ekonomisi içerisinde ağırlıklı bir yere sahip olan KOBİ'lerin dış ticarete yönelmelerinin sağlanması ile dış ödemeler bilançosunda ve diğer makro ekonomik dengeler üzerinde olumlu etkiler meydana gelmesi beklenmektedir. KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden azami ölçüde yararlanmalarını gerçekleştirecek politikaların seçiminde, en hızlı ve etkili değişken olan dış ticarete yönelik vizyonları üzerinde durulması ile istenen etki en kısa sürede gerçekleşecektir.

Bu çalışma Kütahya merkez ilçe örneğinde KOBİ'lerin ihracat teşviklerinde yararlanma düzeylerini tespit ederken KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri ile etki eden faktörler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu varsayarak ilişkiyi çoklu doğrusal regresyon modeli yardımıyla incelemiştir. Yapılan analiz sonucunda KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyine etki eden faktörlerin içerisinde en anlamlı değişken olarak, KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonları olduğu saptanmış ve KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini arttırmak için bunun bir araç olarak kullanılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

## ABSTRACT

This study focuses on the export incentives which are important means of industrialisation strategies and used for compensating balance of payment deficit and tries to detect the factors which affect the level of small and medium enterprises' benefit level from these incentives.

This study also examines small and medium enterprises' vision of foreign trade and its effect on small and medium enterprises' level of benefit from export incentives. By leading SMEs to foreign trade, a positive trade can be seen on foreign balance of payment and macro economical balance. For SMEs' maximum benefit from export incentives, foreign trade vision which is the most rapid and variable should be examined and so demanded changes can be observed.

In this study, it has been assumed that in Kütahya city center, there is a parallelism between the benefiting level of export incentives and the factors which affect these for SMEs and this parallel relationship has been examined by multiple regression. It has been found out that the most meaningful variable for SMEs' benefiting level of export incentives is directly related to their vision of foreign trade and it has been used as a tool for their benefiting level of export incentives.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VI
TABLolar VE GRAFİKLER.....	X
KISALTMALAR.....	XIII
TEZ HAKKINDA.....	XIV

## BİRİNCİ BÖLÜM

### İHRACAT TEŞVİKLERİNİN İKTİSAT POLİTİKASINDAKİ YERİ VE TÜRKİYE'DE UYGULANMAKTA OLAN İHRACAT TEŞVİKLERİ

1.1. İHRACAT TEŞVİKLERİNİN İKTİSAT POLİTİKASINDAKİ YERİ.....	2
1.1.1. İktisat Politikası.....	2
1.1.2. Dış Ticaret Politikası.....	4
1.1.2.1.1. Teşviklerin Tanımı.....	6
1.1.2.1.2. Teşvik Şekilleri.....	7
1.1.2.1.2.1. Nakit Teşvikler.....	7
1.1.2.1.2.2. Nakit Olmayan Teşvikler.....	7
1.1.2.1.3. Teşviklerin Amaçları Ve Önemi.....	8
1.1.2.1.4. Türkiye'de Dönemler İtibari İle Teşvik Sistemindeki Düzenlemeler .....	10
1.1.2.1.5. Türkiye'de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvik Araçları.....	13
1.1.2.1.5.1. Ar-Ge Yardımları.....	13
1.1.2.1.5.2. Çevre Koruma Yardımları.....	14
1.1.2.1.5.3. Yurt Dışı Ve Yurt İçi Uluslararası Nitelikteki İhtisas Fuarlarına İlişkin Yardımlar.....	15
1.1.2.1.5.4. Eğitim Yardımları.....	17
1.1.2.1.5.5. İstihdam Oluşturmaya Yönelik Yardımlar.....	18
1.1.2.1.5.6. Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar.....	19



1.1.2.1.5.7. Yurt Dışında Ofis Mağaza Açma, İşletme Ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi .....	19
1.1.2.1.5.8. Patent Faydalı Model Belgesi Ve Endüstriyel Tasarım .....	21
1.1.2.1.5.9. Marka Tanıtım Ve Türk Malı İmajı .....	21
1.1.2.1.5. 10. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı .....	22
1.1.3 İhracat Teşviklerinden Yararlanmada KOBİ Tanımlarının Önemi.....	23

## İKİNCİ BÖLÜM

### İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN YARARLANABİLECEK FİRMALARA OLAN KOBİ'LER VE EKONOMİDEKİ ÖNEMLERİ

2.1. KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER (KOBİ).....	26
2.2. TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMI .....	26
2.2.1. Sanayi Ve Ticaret Bakanlığının Tanımı .....	27
2.2.2. KOSGEB'in Tanımı.....	27
2.2.3. Hazine Müsteşarlığının Tanımı.....	28
2.2.4. Dış Ticaret Müsteşarlığının Tanımı.....	28
2.2.5. DİE Tanımı.....	29
2.3. DİĞER ÜLKELERDEKİ KOBİ TANIMLARI.....	29
2.3.1. AB'nin Tanımı.....	30
2.3.2. OECD Tanımı.....	30
2.3.3. Almanya'nın KOBİ Tanımı.....	31
2.3.4. Fransa'nın KOBİ Tanımı .....	32
2.3.5. İngiltere'nin KOBİ Tanımı.....	32
2.3.6. İtalya'nın KOBİ Tanımı.....	33
2.3.7. ABD'de KOBİ Tanımı.....	33
2.3.8. Japonya'nın KOBİ Tanımı.....	34
2.3.9. Malezya'nın KOBİ Tanımı.....	35
2.4. KOBİLERİN AVANTAJLARI VE DEZAVATAJLARI .....	35

2.5. TÜRKİYE’DE VE DÜNYA’DA KOBİ’LERİN EKONOMİDEKİ YERİ.....	36
2.6. KOBİ’LERİN İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN YARARLANMASINI ETKİLEYEN UNSURLAR.....	39

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN YARARLANMAYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE KOBİ'LERİN DIŞ TİCARETE DÖNÜK VİZYONLARININ ETKİSİ

3.1 MODEL .....	41
3.2. MODELDE KULLANILACAK ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM.....	44
3.3. MODELE İLİŞKİN DEĞİŞKENLERİN TANIMLANMASI.....	45
3.3.1. Bağımlı Değişken.....	45
3.3.2. Bağımsız Değişkenler .....	46
3.3.2.1. Şirket Tipi .....	46
3.3.2.2. Şirketin Faaliyette Bulunduğu Sektör.....	47
3.3.2.3. Şirketin Kurulu Bulunduğu Üretimini Yaptığı Yer .....	48
3.3.2.4. İhracat Deneyimi.....	49
3.3.2.5. İhracat Oranı.....	49
3.3.2.6. Şirket Verimliliği .....	50
3.3.2.7. Firma Sahibinin Eğitim Durumu.....	50
3.3.2.8. KOBİ’lerin Dış Ticarete Yönelik Bilgi Ve Vizyon Güçleri .....	50
3.4. MODELE İLİŞKİN İSTATİSTİKLER.....	52
3.4. BULGULAR.....	79
3.5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....	86
EKLER.....	86
KAYNAKÇA.....	88
DİZİN.....	95

## TABLO VE GRAFİKLER

<b>Tablo-1.1.</b> Yurt dışında ofis mağaza açma işletme marka tanıtım faaliyetlerinde KOBİ'lere verilecek olan teşvikler .....	20
<b>Tablo-1.2</b> Yurt dışında ofis mağaza açma işletme marka tanıtım faaliyetlerinde SDŞ'lere verilecek olan teşvikler.....	20
<b>Tablo-2.1:</b> Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tanımlamasına Göre KOBİ'ler.....	27
<b>Tablo-2.2:</b> KOSGEB Tanımlamasına Göre KOBİ'ler .....	28
<b>Tablo-2.3.</b> Hazine Müsteşarlığı Tanımlamasına Göre KOBİ'ler .....	28
<b>Tablo-2.4:</b> DİE'ye Göre KOBİ Tanımı .....	29
<b>Tablo-2.5:</b> AB'de KOBİ'erin Tanımı.....	30
<b>Tablo-2.6:</b> OECD Tanımlamasına Göre KOBİ'ler .....	31
<b>Tablo-2.7:</b> Almanya'da KOBİ Sınıflandırması .....	31
<b>Tablo-2.8:</b> Fransa'nın İşletme Sınıflandırması .....	32
<b>Tablo-2.9:</b> İngiltere'de Sektörlere göre Küçük Boy İşletme Tanımları .....	33
<b>Tablo-2.10:</b> İtalya'nın Çalışan Sayısına Göre İşletme Sınıflandırması.....	33
<b>Tablo-2.11:</b> ABD'de Çalışan İşçi Sayısına Göre İşletmelerin Sınıflandırılması .....	34
<b>Tablo-2.12:</b> Japonya'nın KOBİ Tanımı .....	35
<b>Tablo-2.13:</b> Malezya'nın Yapmış Olduğu İşletme Sınıflandırması .....	35
<b>Tablo-2.14:</b> Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler .....	38
<b>Tablo-3.1:</b> İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Yapılmış Çalışmalardan Bazıları .....	42
<b>Tablo-3.2:</b> ihracat teşviklerinin çalışmalardan bazıları .....	43
<b>Tablo-3.3.</b> : Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumları.....	52
<b>Tablo-3.4.</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin Şirket Yapıları .....	52
<b>Tablo-3.5.</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin Kuruluş Yerlerine Göre Dağılımı.....	53
<b>Tablo-3.6.</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin Üretim Yaptıkları Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı .....	53
<b>Tablo-3.7.</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin Dış Ticaret Vizyon Endeksine Göre Dağılımı..	54

<b>Tablo-3.8</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Bilgi Endeksine Göre Dağılımı .....	55
<b>Tablo-3.9</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Yararlanma Endeksine Göre Dağılımı .....	55
<b>Tablo-3.10</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin Ortalama Değerleri .....	56
<b>Tablo-3.11</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Oranına Göre Dağılımı .....	57
<b>Tablo-3.12</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Deneyimlerine Göre Dağılımı.....	57
<b>Tablo-3.13</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri İle İlgili Bilgi Düzeylerine Göre Dağılımı .....	58
<b>Tablo-3.14</b> : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri İle İlgili Yararlanma Düzeylerine Göre Dağılımı .....	59
<b>Tablo-3.15</b> : Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre Bilgi Endeksleri.....	60
<b>Tablo-3.16</b> : Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre İhracat Teşviklerinin Bilgi Endeksleri .....	61
<b>Tablo-3.17</b> : Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre Yararlanma Endeksleri.....	62
<b>Tablo-3.18</b> : Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre İhracat Teşviklerinden Yararlanma Endeksleri.....	63
<b>Tablo-3.19</b> : Şirket tiplerine göre ihracat teşviklerinin ortalama bilgi düzeyleri .....	64
<b>Tablo-3.20</b> : Şirket tiplerine göre ortalama bilgi düzeyleri .....	65
<b>Tablo-3.21</b> : Şirket tiplerine göre ortalama yararlanma düzeyleri .....	65
<b>Tablo-3.22</b> : Şirket tiplerine göre İhracat Teşviklerinden ortalama yararlanma düzeyleri .....	66
<b>Tablo-3.23</b> : Kuruluş Yerine göre ortalama Bilgi Düzeyleri.....	67
<b>Tablo-3.24</b> : Kuruluş Yerine Göre Ortalama Bilgi Düzeyleri.....	67
<b>Tablo-3.25</b> : Kuruluş Yerine Göre İhracat Teşvikleri Ve Bilgi Endeksleri .....	68
<b>Tablo-3.26</b> : Kuruluş Yerine Göre İhracat Teşvikleri Ve Bilgi Endeksleri .....	69
<b>Tablo-3.27</b> : Ortalama İhracat Deneyimlerine Göre Ortalama Bilgi Endeksleri.....	70
<b>Tablo-3.28</b> : Ortalama İhracat Deneyimlerine Göre Ortalama Bilgi Endeksleri.....	70
<b>Tablo-3.29</b> : Ortalama İhracat Oranlarına Göre Ortalama Bilgi Endeksleri .....	71
<b>Tablo-3.30</b> : Ortalama İhracat Oranlarına Göre Ortalama Yararlanma Endeksleri .....	72

<b>Tablo-3.31:</b> Sektörlere Göre Ortalama Bilgi Endeksleri.....	72
<b>Tablo-3.32:</b> Sektörlere Göre İhracat Teşvikleri Ortalama Bilgi Endeksleri.....	73
<b>Tablo-3.33:</b> Sektörlere Göre Ortalama Yararlanma Endeksleri.....	74
<b>Tablo-3.34:</b> Sektörlere Göre İhracat Teşvikleri Ortalama Yararlanma Endeksleri.....	75
<b>Tablo-3.35:</b> Ortalama Verime Göre Bilgi Endeksleri .....	76
<b>Tablo-3.36:</b> Ortalama Verime Göre Yararlanma Endeksleri .....	76
<b>Tablo-3.37:</b> Ortalama Vizyon Endeksine Göre Bilgi Endeksleri.....	77
<b>Grafik-3.1 :</b> Ortalama Vizyon Endeksine Göre Bilgi Endeksleri .....	77
<b>Tablo-3.38:</b> Ortalama Vizyon Endeksine Göre Yararlanma Endeksleri.....	78
<b>Grafik-3.2:</b> Ortalama Vizyon Endeksine Göre Yararlanma Endeksleri .....	78
<b>Tablo-3.39:</b> KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Bilgi Düzeyleri Modelinin Sonucu .....	80
<b>Tablo3.40:</b> KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Yararlanma Düzeyleri Modelinin Sonucu ..	83

**KISALTMALAR**

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>a.g.e.</b>	: Adı geçen eser
<b>ATO</b>	: Ankara Ticaret Odası
<b>.Ü</b>	: ukurova Üniversitesi
<b>ĐİE</b>	: Devlet İstatistik Enstitüsü
<b>DPT</b>	: Devlet Planlama Teşkilatı
<b>GSMH</b>	: Gayri Safi Milli Hasıla
<b>İGEME</b>	: İhracatı Geliştirme Merkezi
<b>İ.İ.B.F</b>	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
<b>İTO</b>	: İstanbul Ticaret Odası
<b>KAF</b>	: Konrad Audanaur Foundation
<b>KOBİ</b>	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
<b>KOSGEB</b>	: Küçük ve Orta Boy Sanayiyi Geliştirme Merkezi
<b>ÖİK</b>	: Özel İhtisas Komisyonu
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>TOBB</b>	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

**TEZ HAKKINDA**

## ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Türkiye 1980 sonrası 24 Ocak kararları ile ihracata dayalı büyüme modelini benimsemiştir. Bunun bir gereği olarak ihracat teşvikleri ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Bunun sonucunda dış ticaret hacmi hızla artmıştır. Fakat ödemeler bilançosu açıkları da sürekli artmıştır.

Ülkelerin dış borçlarının ana sebeplerinden biri ülkelerin ödemeler bilançosundaki açıklardır. Ülkelerin ödemeler bilançosundaki açık genellikle, cari işlemler ana hesabından kaynaklanmaktadır. Bu ülkelerin yetersiz üretim yapmaları milli gelirlerinin düşük olmasına neden olmaktadır, devamında işsizlik artmakta ve ülke dış borç sarmalına girmektedir. Bu sorunun oluşumunda firmaların ihracat teşviklerinden yeterince yararlanmaması ile dış pazar için üretim yapmamaları etkilidir.

Bu sorunun aşılabilmesi için bu ülkelerin iç ve dış talebe yönelik gerekli üretim artışını sağlamaları gerekmektedir. Yapılan bu üretim ülkenin iç talebini karşılayıp uluslararası piyasalara da arz edilebilecek ölçüde olmalıdır. Üretimin artırılması ve hatta üreticilerin dış piyasalara da yönelmesini sağlamak için bazı teşvikler verilmiştir.

Böylece firmaların üretimlerini arttırmaları ile toplam üretim düzeyi artacak, Milli gelir artacak, istihdam artacak ve firmalara ihracat kabiliyeti kazandırılarak dış ödemeler bilançosundaki açıklar kapatılacak ve neticede ülkenin dış borçlanma gereksinimi azaltılacaktır.

Bu noktada firmaların ihracat teşviklerinden yeterince yararlanması çözümü hızlandıracaktır.

## ARAŞTIRMANIN AMACI

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma performansını ortaya koyarak bu performansın etkileyen unsurların neler olduğu, KOBİ'lerin dış ticarete dönük



vizyonlarının, ihracat teşviklerinden yararlanma ve ihracat teşviklerinden haberdar olma düzeyleri üzerindeki etkisinin ne düzeyde olduğunu tespit ederek, elde edilen bilgiler ışığında çözüm önerileri getirmektir.

## **ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ**

1980 yılından sonra dışa açık büyüme stratejisini seçen ülkemiz, sanayisini dış rekabet açmıştır. Firmalarımızın uluslararası piyasalarda rekabet edebilirliklerini sağlamak amacı ile firmalarımıza çok sayıda ihracat teşvikleri verilmiştir. Dünya ticaret anlaşması ve gümrük birliği gibi Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası anlaşmalara uygun olarak bu teşvikler yeniden düzenlenmiştir. Direkt yardımlardan vazgeçilerek firmaların ihracat yaparken karşılaştıkları engelleri aşmaya ve ihracat yapmaya özendirici teşvikler verilmeye başlanmıştır.

Ödemeler bilançosunun en önemli kalemi olan mal ve hizmet ihracatı, ithalatı karşılamaya yeterli olmadığından ötürü ülkemizin dış ödemeler bilançosu sürekli açık vermektedir. Bu açığı da dış borçla finanse edildiğinden ötürü dış borç gereksinimi de sürekli olarak artış göstermektedir.

Yapılan çalışmada Kütahya'nın neden ihracat teşviklerinden yararlanamadığını dolayısı ile neden ihracat yapamadığını ortaya koyup, KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonlarının ihracat teşviklerinden yararlanma ve haberdar olma düzeylerini ne düzeyde etkilediğini, Kütahya'daki KOBİ'lerin verilen ihracat teşviklerinden azami ölçüde yararlanabilmesi ve ihracat kabiliyeti kazandırılabilmesi için yapılabilecekler ortaya konacaktır. Çünkü Kütahya'nın ihracat potansiyelinin artırılması Kütahya'nın ve Türkiye'nin gelişmesine ve kalkınmasına yönelik temel bir unsurdur.

## **ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ**

KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerini etkileyen faktörleri belirleyen modelde

H0: KOBİ'lerin İhracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerini etkileyen faktörler içerisinde dış ticarete ilişkin vizyonları anlamlı ve yüksek bir etkiye sahiptir.

H1: KOBİ'lerin İhracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerini etkileyen faktörler içerisinde dış ticarete ilişkin vizyonları anlamlı ve yüksek bir etkiye sahip değildir.

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri belirleyen modelde

H0: KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler içerisinde dış ticarete ilişkin vizyonları anlamlı ve yüksek bir etkiye sahiptir.

H1: KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler içerisinde dış ticarete ilişkin vizyonları anlamlı ve yüksek bir etkiye sahip değildir.

### **ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI**

Araştırmada örneklem olarak alınan KOBİ'lerin şu anda ihracat yapmasalar dahi ticaret unvanlarına “ithalat ve ihracat” ibaresini koymaları ile gelecekte ihracat yapmayı düşündüklerini ve vizyonlarını buna göre oluşturdukları ve örneklem olarak alınan KOBİ'lerin kayıt dışı çalışmadıkları varsayılmıştır.

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeyleri ile bunu etkileyen faktörler arasında doğrusal bir ilişki olduğu, KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerini etkileyen faktörlerin üçüncü bölümde modellerde kullanılan değişkenler ile sınırlı kaldığı ve dış ticarete ilişkin vizyon endeksi değişkeninin endekslenmesinde sadece o değişkenin altında sayılan alt değişkenlerden ibaret olduğu varsayılmıştır.

## **ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Araştırmada illerin ihracat teşviklerinden ne kadar yararlandığına ilişkin veriler, İhracatı Geliştirme Merkezinden (İGEME), Dış Ticaret Müsteşarlığından (DTM), Hazine Müsteşarlığından ve Devlet İstatistik Enstitüsünden (DİE) istenmiştir. Bütün kurumlardan alınan cevaplar bu alanda istatistik tutmadıkları yönünde olmuştur. Bu sebeple Kütahya'nın ihracat teşviklerinden ne ölçüde yararlandığı, Türkiye ve Bölge iller içerisinde hangi sırada yer aldığı tespit panel veriler yardımıyla tespit edilememiştir.

## **ARAŞTIRMANIN KAPSAMI**

Araştırma Kütahya ilinin merkez ilçesi ile sınırlıdır. Merkez ilçedeki, faaliyet alanları ile ilgili mesleki kuruluşlara kayıtlı, İhracat teşviklerinden yararlanmayı sağlayacak KOBİ tanımlamalarına uyan KOBİ'leri kapsamaktadır. Ayrıca araştırmaya örneklem olarak sadece ticaret siciline firma unvanında ihracat ve ithalat olarak kayıt ettiren KOBİ'ler alınmıştır.

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Araştırmanın teorik çerçevesi kütüphane, İnternet olanakları ve alana ilişkin akademik dergilerde literatür çalışması yapılarak oluşturulmuştur.

Araştırmanın üçüncü bölümünde KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerini etkileyen faktörleri belirleyen modelde kullanılacak veriler önceden hazırlanmış olan anket formlarının şahıs şirketlerinde firma sahibine, sermaye şirketlerinde ise firmanın yöneticisi ile yüz yüze görüşmek sureti ile doldurtularak elde edilmiştir.

Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerini etkileyen faktörleri saptamak için doğrusal çoklu regresyon modeli oluşturulmuştur. Bu modelde

KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonlarının ihracat teşviklerine ilişkin bilgi güçleri üzerindeki etkisi analiz edilmiştir.

Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat teşviklerine ilişkin yararlanma düzeylerini etkileyen faktörleri saptamak için doğrusal çoklu regresyon modeli oluşturulmuştur. Bu modelde KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonlarının ihracat teşviklerine ilişkin yararlanma düzeyleri üzerindeki etkisi analiz edilmiştir.

KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonları anket formunda olan ve KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonlarını belirlediği varsayılan 12 sorunun endekslenmesi sureti ile modele dahil edilmiştir.

Araştırmada Excel, SAS 9.0 ve Eviews 5.0 programlarından yararlanılmıştır.

**TEZ METNİ**

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **İHRACAT TEŞVİKLERİNİN İKTİSAT POLİTİKASI İÇİNDEKİ YERİ VE TÜRKİYEDE UYGULANAN İHRACAT TEŞVİKLERİ**

## 1.1 İHRACAT TEŞVİKLERİNİN İKTİSAT POLİTİKASINDAKİ YERİ

İhracat teşvikleri genel bütün içerisinde iktisat politikasının alt dalı olan dış ticaret politikasının bir aracıdır. Ödemeler dengesindeki bozuklukları gidermekte veya ödemeler dengesinde belirlenen amaçları gerçekleştirmek için kullanılan bir araçtır. Dış ödemeler bilançosunun ana hesaplarından biri olan cari işlemler hesabının alt hesabı, mal ticareti ve hizmet ticareti hesaplarındaki dengesizliği gidermede uygulanacak politika; ya mevcut ithalatı kısmak yada mevcut olan ihracatı arttırmak olacaktır. Bunu yaparken de ya kur mekanizması ve engeller yolu ile ithalatı kısmak yada teşvikler yolu ile ihracatı arttırmak gerekir.

Kur mekanizması ile yapılan müdahaleler ülkenin makro ekonomik istikrarında sakıncalara yol açabileceği gibi uluslararası piyasalarda ülke itibarını da düşürebilir. İthalat engelleri de uluslararası anlaşmalar ve misilleme endişesi ile uygulanamayabilir. Bu durumda uygulanacak en anlamlı politika aracı olarak geriye ihracat teşvikleri kalmaktadır.

### 1.1.1. İktisat Politikası

İktisat politikasını, bir ülkede belli iktisadi amaçlara ulaşmak için ülkenin karar alıcıları tarafından çeşitli kararlar alması ve bu kararların uygulanması olarak tanımlayabiliriz.<sup>1</sup> İktisat politikasının tanımında bahsedilen belli iktisadi amaçları şöyle sıralayabiliriz.<sup>2</sup>

- a) Tam istihdama ulaşmak,
- b) Üretimi arttırmak,
- c) Fiyat istikrarını korumak ,
- d) Ödemeler dengesini düzenlemek,
- e) Gelir dağılımını düzeltmek,
- f) Faktör dağılımını düzeltmek,
- g) Kamusal ihtiyaçları karşılamak,

<sup>1</sup> Vural Savaş, **İktisat politikasına Giriş**, 2. Baskı, İstanbul, Ar yayın, 1982., s.1.

<sup>2</sup> Vural Savaş, **Politik İktisat**, İstanbul, Beta., 1986., s.38.

- h) Bazı sektörlere veya bölgelere öncelik tanımak,
- i) Özel tüketim alışkanlıklarını düzeltmek,
- j) Temel mallar arzını güvence altına almak,
- k) Nüfus büyüklüğünü ve yapısını düzeltmek,
- l) Çalışma saatlerini azaltmak.

Bu amaçlara verilen önem ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Ülkelerin içlerinde buldukları ekonomik yapı ve ekonomik rahatsızlıklar bu amaçlardan bazılarının daha anlamlı algılanmasına yol açabilir. Gelişmekte olan ülkeler ve gelişmiş olan ülkeler açısından bu amaçların öncelik sırası da farklıdır. Fakat genel itibari ile bakıldığında ilk beş amaç önemlidir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ilk beş amaç hayati önem arz etmektedir.

Bu amaçlara ulaşmak için çeşitli araçlar kullanılmaktadır. Bu araçlar ise şöyle sıralanabilir.<sup>3</sup>

a) Mali araçlar: Devlet bütçesinin bütün unsurlarını kapsar. Devlet gelirleri ve devlet harcama araçları olarak iki ana unsurdan oluşmaktadır. İktisadi amaçlara, devletin yapacağı harcamalar ve/veya devletin elde edeceği gelirlerin yönetilmesi ile ulaşılmasını ifade eder.

b) Parasal araçlar: Faiz, devlet borçları ve ödünçleri, devlet borçlarının idaresi, para basmak, bankaların kredi yaratmaları ile ilgili işlemlerde parasal araçları oluşturmaktadır.

c) Kontrol araçları: Dış ilişkilerin, fiyatların, ücretlerin yatırımların devlet tarafından çeşitli amaçlara yönelik olarak, çeşitli sınırlandırmalar getirilmesi sureti ile ekonomiye müdahale edilmesi demektir. Kontrol araçları direkt ve hızlı bir şekilde istenilen amaçların gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Fakat varılan amaçlarda devamlılığın sağlanması için yapısal önlemlerin alınması gerekmektedir.

---

<sup>3</sup> Vural Savaş, Politik..., s.54



d) Kurumsal araçlar: vergi, kredi mali yardım sistemlerindeki değişmeler ile ekonomide devlet payının azaltılması ile toprak reformu gibi uygulamalar bu ekonomi politikası aracının içine girmektedir.

e) Dışsal araçlar: Bu araçlar kur politikaları, ödemeler dengesi politikası, tarifeler, kısıtlamalar gibi uygulamaları içermektedir. Bunların hepsinin tek çatı altında toplanmış haline dış ticaret politikası denilmektedir. Dış ticaret politikası aşağıda ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

### 1.1.2. Dış Ticaret Politikası

Dış ticaret politikası genel ekonomi politikasının önemli bir aracıdır. Dış ticaret politikası devletin direkt olarak ülkenin dış ticaret akımlarını sınırlandırmak, özendirmek veya bu işlemlerin yapılaş şekillerini düzenlemek için almış olduğu, önlemlerin oluşturduğu sistematik bir bütündür. Dış ticaret politikasının amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz:<sup>4</sup>

- a) Dış ödemeler dengesizliklerinin giderilmesi,
- b) Dış rekabetten korunma,
- c) Ekonomik kalkınma,
- d) Piyasa aksaklıklarının giderilmesi,
- e) Ekonominin liberalleştirilmesi,
- f) İç ekonomik istikrarın sağlanması,
- g) Hazineye gelir sağlamak,
- h) Dış piyasalarda monopol gücünden yararlanma,
- i) Otarşı (ekonomik bakımdan kendi kendine yeterli olmak),
- j) Sosyal siyasal nedenlerdir.

Bu amaçlara ulaşmak için dış ticaret politikası araçları kullanılmaktadır. Bu araçlar dört ana grupta yer almaktadırlar.

---

<sup>4</sup> Halil Seyidoğlu, **Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama**, 14. baskı, İstanbul, Güzem yayımları, 2001., s.117.

a) Gümrük tarifeleri: En eski dış ticaret politikası aracıdır. Eskiden sadece devlete gelir sağlamak için kullanılan bu koruma aracı, günümüzde aynı zamanda yerli sanayiye korumak için de kullanılmaktadır.<sup>5</sup>

b) Tarife dışı araçlar: Gümrük tarifelerinin serbest ticareti bozucu etkisinden ötürü hükümetlerin karar vericileri daha az görünen ticaret engelleri geliştirdiler. Bunlar genellikle tarife dışı araçlar olarak isimlendirilmektedir.<sup>6</sup> Dış ticaret politikası araçlarında 1930'lu yıllardan sonra büyük bir çeşitlenme oldu dış ticaret politikası araçlarında meydana gelen bu değişme ile ortaya çıkan araçları tarife dışı araçlar olarak isimlendirebiliriz.<sup>7</sup> Tarife dışı araçları şu şekilde sıralayabiliriz:

1. İthalat Kotaları,
2. İthalat Yasakları,
3. Kambiyo kontrolü,
4. İthalat teminatları,
5. Çoklu kur uygulamaları,
6. Fark giderici vergiler,
7. Yurt içi sübvansiyonlar,
8. Görünmez engeller,
9. Damping,
10. ihracat sübvansiyonlarıdır.

Bunlardan ilk sekizi ithalatı kısımaya yönelik araçlardır. Son iki araç ise ödemeler bilançosundaki dengesizliği ihracatı arttırarak gidermeyi amaçlayan araçlardır. İhracat sübvansiyonları ihracat teşviklerinden farklı olarak ihracatçıya karşılıksız olarak yapılan ödemeleri kapsamaktadır. Ucuz krediler, vergi iadeleri veya muafiyetleri bu gruba girmektedir.

<sup>5</sup> R. Paul Krugman, **İnternational Economics**, 6. baskı, Boston, Addison wesley 2003., p.186.

<sup>6</sup> Appleyard R. Dennis, Field J. Alfred, **İnternational Economy Trade Theory And Policy**, second edition, Irwin, USA, 2000, p:236

<sup>7</sup> Ersan Bocutoğlu, ve diğerleri, **İktisada Giriş**, Trabzon , Akademi yayınevi, , 2000, s:331

c) Gönüllü ihracat kısıtlamaları: Bir malın ihracatını ihracatçı ülke ile ithalatçı ülke arasında yapılan ikili anlaşmalar yolu ile sınırlandırılmasını ifade etmektedir.

d) İhracat teşvikleri: Ülkedeki üretimin dış pazarlara satımını gerçekleştirebilmek için firmaları özendirici dolaysız devlet yardımlarını kapsamaktadır. İhracat teşvikleri, ihracatta devlet yardımları veya ihracatta devlet destekleri olarak da adlandırılmaktadır.

Ödemeler dengesini düzenlemek yani ödemeler bilançosunda meydana gelen dengesizlikleri gidermek için (gelişmekte ve az gelişmiş ülkelerde bu dengesizlik çoğunlukla dış ödemeler bilançosu açığı şeklindedir) ithalatı kısmının yanında ihracatı arttırıcı politikalar uygulanmaktadır. Ülkelerin dışa dönük sanayileşme stratejisini benimsemeleri ve serbest ticaret akımlarının etkisi ile ihracat teşviklerinin önemi giderek artmıştır.

### **1.1.2.1. İhracat Teşvikleri**

İhracat teşvikleri serbest ticaretin yaygınlaştığı korumacılığın kötü bir şey olarak algılandığı günümüzde ödemeler bilançosu açıklarını kapatmada son derece önemli bir role sahiptir. Türkiye’de uygulanan ihracatı teşvik tedbirleri Türkiye’nin taraf olduğu anlaşmalar neticesinde bütün Dünya’da kabul gören dolaysız ihracat teşvik tedbirleridir.

İhracatı teşvik tedbirleri maliyetleri düşürerek veya ihracatçı firmanın yurt dışı pazarlarda karşılaştıkları engelleri aşmasına yardımcı olacak tüm tedbirleri içine almaktadır.<sup>8</sup>

#### **1.1.2.1.1. Teşviklerin Tanımı**

Uygulamada yer alan teşvik tedbirleri belli amaçlara yönelik uygulanmaktadır. Amaca göre uygulanan teşvik tedbirleri bir nevi hastalığın çeşidine göre verilen ilaca benzemektedir. Ekonomideki hastalıklarında çok çeşitli olduğu düşünüldüğünde

---

<sup>8</sup> Rıdvan Karluk, **Uluslararası Ekonomi**, 3. Baskı , İstanbul, Bilim Teknik yayınevi,1991, s:215

uygulanan pek çok çeşit teşvik tedbiri vardır. Uygulanan teşvik tedbirlerinin çeşitliliği teşviklerin tanımlanması ve sınıflanması gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu şekilde ihracat teşviklerinin teşvik sisteminin neresinde olduğu daha rahat anlaşılacaktır.

Teşvik, bazı bölgelerin ve/veya belli ekonomik faaliyetlerin diğerlerine oranla daha hızlı ve fazla gelişmesini sağlamak amacı ile devlet ve/veya devletin kurumları tarafından verilen her türlü maddi veya maddi olmayan yardım, destek ve özendirmeler olarak tanımlanmaktadır.<sup>9</sup> Yani, üreticilerin devletin desteği olmadan elde edebilecekleri kardan daha yüksek bir kar elde etmesi veya tüketicilerin mal ve hizmetleri daha düşük fiyata satın almasına yönelik uygulanan devlet müdahaleleri teşvik olarak tanımlanmaktadır.<sup>10</sup>

#### **1.1.2.1.2. Teşvik Şekilleri**

Yukarıdaki tanıma göre teşvikler, kaynakların ülke ekonomisi açısından daha yararlı olduğuna karar verilen alanlara yönltilmesinde etkin bir araçtır.<sup>11</sup> Teşvikler verilmiş şekillerine göre iki ana gruba ayrılabilir. Bunlar, Nakit ve Nakit olmayan teşviklerdir.

##### **1.1.2.1.2.1. Nakit Teşvikler**

Nakit teşvikler, devlet bütçesinden veya devletin yönetiminde olan bir fondan belirli sektörlerle, teşebbüslere ve bölgelere verilen hibeler, primler, destekleme alımlarıdır.<sup>12</sup>

##### **1.1.2.1.2.2. Nakit Olmayan Teşvikler**

<sup>9</sup> Üzümcü Adem, Doğan Adem, “Türkiye ve Sivas’ta Yatırım Teşvik Belgelerinin Gelişimi”, **C.Ü. İ.İ.B.F Dergisi**, Doç. Dr. Feramuz Aydoğan Anısına, s:300

<sup>10</sup> Erdiñç Telatar. **Ekonomik Gelişme Teşvikler ve Sivas**, Türkiye Ekonomi Kurumu s:136

<sup>11</sup> Çiloğlu İsmail, “Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi”, **Hazine Dergisi**, Sayı 8, Ankara, Ekim 1997, s:1

<sup>12</sup> Mustafa Özkarabüber, **Avrupa Birliğı ve Türkiye’de Devlet Yardımları**, Ankara, Rekabet Kurumu, s.21.

Nakit olmayan teşvikler, firmalara, bölgelere ve sektörler'e yönelik muafiyet ve avantaj sağlayan unsurlardır.<sup>13</sup> Devletin işletmelerden hükümdarlık hakkına dayanarak aldığı vergilerin tamamından veya bir kısmından vazgeçmesi, işveren sigorta payından vazgeçmesi, düşük faizli kredi temini, kredilere hazine garantisi v.b. gibi uygulamalar nakit olmayan teşvikleri oluşturmaktadır.

İhracat teşvikleri yapısı ve çeşitliliği ile hem nakit hem de nakit olmayan teşvikler sınıfına girmektedir.

Teşvikler, daha bir çok farklı şekilde sınıflandırılabilir. Örneğin verilmiş amaçlarına göre teşvikler; bölgesel, sektörel ve spesifik teşvikler olarak sınıflandırılmaktadır.

- **Bölgesel Teşvikler:** herhangi bir bölgenin gelişmesine ve kalkınmasına yönelik verilen nakit ve nakit olmayan teşviklerin tamamı bölgesel teşvik olarak tanımlanır. Bu teşvik ile ülkede bölgeler arası gelişmişlik farkları azaltılmaya çalışılmaktadır.
- **Sektörel Teşvikler:** Teşvikin verilme amacı herhangi bir sektörün gelişmesi ve ilerlemesine yönelik olması durumunda sektörel teşvik olarak nitelendirilir. Her sektörün gelişmesi aynı önem derecesine sahip değildir. Bazı sektörlerin öncelikleri vardır. Bu öncelikli sektörler devlet tarafından saptanarak teşvikler aracılığı ile desteklenmektedir.
- **Spesifik Teşvikler:** Bu teşvik kapsamında ise spesifik bir alanın veya bir problemin çözümlenmesine yönelik olarak verilen nakit ve nakit olmayan teşviklerin tamamı yer almaktadır. İhracat teşvikleri spesifik teşvik sınıfına girmektedir.

### 1.1.2.1. 3. Teşviklerin Amaçları Ve Önemi

---

<sup>13</sup> Mustafa Özkaraüber, a.g.e. s:21

Ekonomiler de yetersiz yatırım, yetersiz üretim, işsizlik, teknolojik gerilik, geri kalmışlık, işsizlik, dış ödemeler bilançosu açıkları ve bölgeler arası gelişme farklılıkları gibi sorunlar ortaya çıkabilir. Bu sorunlar gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ayrımı olmadan bütün ülkelerde ortaya çıkabilir ve bu sorunların çözümünde bütün ülkelerde bazı ekonomik politikalar uygulanmaktadır. Teşviklerde genel iktisat politikasının bir alt aracı olarak ülkelerde uygulanan ekonomi politikasına uyumlu olarak tek başına yada diğer iktisat politikaları ile birlikte uygulanabilir.

Uygulamada olan teşvikler devletin, belirli bir harcama yapmasını yada gelecekte olan gelirden vazgeçmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla devlet kaynaklarının bazı sorunlar ve/veya amaçlar doğrultusunda kullanılması anlamına gelmektedir. Devlet, sahip olduğu kaynakların dağıtımına karar verirken, önceliklerin belirlenmesi ve bu doğrultuda kaynakların dağıtılması büyük önem taşımaktadır.

Teşvikler rekabet ortamını bozabilir veya bazı kayırmalara ve istismlara neden olabilir. Teşviklerin başarısı ise şu şekilde incelenebilir. Verilen teşvik ile yukarıda saydığımız amaçlardan sağlanan faydanın, piyasa mekanizmasında yarattığı tahribattan daha fazla olması durumunda verilen teşvik başarılıdır.<sup>14</sup> Teşviklerin ortaya çıkardığı istismlara örnek olarak ihracat sübvansiyonlarından faydalanmak için yapılan hayali ihracat örnek gösterilebilir.

Teşviklerin yatırım kararları üzerinde büyük etkisi vardır. Kar peşinde koşan müteşebbis, kar sağlayacağına inanırsa ancak o zaman yatırım kararı verecektir. Aynı şey yatırım yapılacak bölge içinde geçerlidir. Eğer yatırım yapılacak bölge yatırımın karlılığını olumlu yönde etkileyecekse müteşebbis o bölgeye yatırım yapabilecektir.<sup>15</sup> İhracatın özendirilmesinde de aynı durum söz konusudur. Müteşebbis ihracat yapması durumunda daha fazla gelir sağlayabileceğini düşünürse ihracat yapar. Müteşebbis ihracat yaparken karşılaşacağı engelleri ihracat teşvikleri ile giderebilir ve maliyetleri düşürürse ihracata yönelecektir.

<sup>14</sup> Çiloğlu İsmail, “Teşvik Politikalarının Yönlendirme Gücü”, **Hazine Dergisi**, Sayı 13, Ankara, Ocak 2000, s: 30

<sup>15</sup> Mustafa Duran, **Türkiye’de Uygulanan Yatırım Teşvik Politikaları 1968-1978**, Ankara, Hazine Müsteşarlığı, 1998., s.19.

#### 1.1.2.1.4. Türkiye’de Dönemler İtibari İle Teşvik Sistemindeki Düzenlemeler

Türkiye’de verilen teşviklerin ağırlığı Cumhuriyetin ilk yıllarından beri hükümetlerin önceliklerine göre farklı olmaktadır. Cumhuriyetin kurulmasından sonra ekonomik gelişmenin özel sektörde başlaması için 1927 yılında Teşvik-i Sanayi Kanunu ile günün şartlarında modern sayılabilecek teşvikler verilmekteydi. Ancak günün şartlarında yeterli durumda olmayan özel sektörün sermaye yapısı ve Dünya Ekonomik Buhranının yarattığı konjonktür verilen teşviklerin etkili olmamasına neden olmuştur. Dünya ekonomik buhranından sonrada özel sektörün teşvik edilmesi rafa kaldırılmış, ve Teşvik-i Sanayi Kanunu 1942 yılından sonra kaldırılmıştır.<sup>16</sup>

1950-1960 döneminde çeşitli yıllarda özel sektörü, yabancı sermayeyi, turizmi teşvik edecek değişik kanunlar çıkarılmıştır. Alınan dış krediler ile özel sektörün yatırım yapmasına olanak sağlayacak alt yapı yatırımları gerçekleştirilmiştir. Bu düzenlemeler ile ülke genelinde olmasa da nispeten alt yapısı gelişmiş olan bölgelerde teşvikler kısmen de olsa başarılı olmuştur.

1962 yılında Devlet Planlama Teşkilatının kurulmasından sonra planlı döneme geçilmiş, ilk beş yıllık plan 1963 yılında hazırlanmıştır. Bu planda özel sektörün özellikle bölgesel gelişme farklarını azaltması ve sanayileşmeyi hızla gerçekleştirmek için önemli teşvik yasaları çıkarılmıştır. Bunlar; 19.02.1963 tarih ve 202 sayılı Yatırımlarda vergi indirimi kanunu, 27.06.1963 tarih ve 261 sayılı İhracatta vergi iadesi olanağı veren kanun, 14.05.1964 tarih ve 474 sayılı ihracata yönelik ürünlerin üretiminde kullanılan hammaddelerin ithalatından alınan vergilerin taksitlendirilmesini sağlayan kanunlardır.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Mevlüdiye Şimşek, Resul Yazıcı, “İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz:Bilecik ve Eskişehir Örneği.” **Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt 5, Sayı 2, Aralık 2004,

<sup>17</sup> Ankara Ticaret Odası, **Türkiye’de Uygulanan Teşvik Politikaları**, Ankara, Haziran 2000, s.8.

1968 Yılında ikinci beş yıllık kalkınma planı uygulanmaya başlanmıştı. Bu plan döneminde en önemli gelişmelerin başında, teşvik tedbirlerinin bölgelere göre farklılaştırılması ve DPT’de Kalkınmada Öncelikli Yörelere Dairesi kurulması gelmektedir. Ayrıca teşvik çalışmalarının tek elden yürütülmesi kararlaştırılmış ve Yatırımları ve İhracatı Geliştirme ve Teşvik bürosu kurulmuştur. Aynı zamanda, yine bu dönemde 28.7.1967 tarih ve 933 sayılı “ Kalkınma Uygulanması Esasına Dair Kanun” ile daha sonraki dönemlere temel teşkil edecek düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerden en önemlileri ise şöyledir. Özel sektörün yatırım yapması için gerekli alt yapı yatırımları devlet tarafından yapılmış, ihracat yardımlarının çeşitlendirilmesine gidilmiş daha evvelki plan döneminde hammadde ithalinde uygulanan vergi taksitlendirmelerine istisna ve muafiyetler getirilmiştir. Ayrıca bölgesel gelişme farklılıklarını azaltmak ve hızlı sanayileşmeyi sağlamak amacı ile ödünç verme işlemlerini gerçekleştirecek fonlar kurulmuştur. Bu dönemde teşvik işlemleri ilk kez teşvik belgeleri ile yapılmaya başlanmıştır.

Üçüncü beş yıllık kalkınma planında İBYKP daki düzenlemeler hemen hemen aynı şekilde sürdürülmüş, bölgelerin kaynakları saptanmış ve yatırımların ülke sathına yayılarak sanayileşilmesi kararı<sup>18</sup> dışında önemli bir değişiklik olmamıştır.

1979-1983 yıllarını kapsayan dördüncü beş yıllık kalkınma planı, siyasi istikrarsızlığın olduğu bir dönemi içermesinden ötürü pek etkili olamamıştır. Ama bu planda da teşvikler, sanayinin bölgesel gelişme farklılıklarını giderecek yönde dağıtılmasına uygun olarak düzenlenmiş ve bölgedeki kaynakların ve yerel sermayenin, bölgesel gelişmeyi sağlayacak şekilde teşvik edilmesine yönelik önemli kararlar alınmıştır.<sup>19</sup> 1980 askeri darbesi ile de planın uygulanması sekteye uğramış oldu. DBYKP’ da Kalkınmada Öncelikli Yörelere 1. derece ve 2. derece olarak sınıflandırılmıştır. 24 Ocak 1980 tarihli ekonomik istikrar kararlarıyla birlikte sanayileşme stratejisinde yapısal bir dönüşüm olmuş ve ithal ikamesine dayalı sanayileşme stratejisi terk edilerek dışa dönük sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. Bu dönüşüm sonrası teşvik politikalarında da önemli değişiklikler ortaya çıkmıştır.

<sup>18</sup> Sarıca İsmail, “Türkiye’de bölgesel gelişme politikaları ve projeleri”, **Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi**, sayı 1, Antalya, 2001, s.157

<sup>19</sup> Sarıca İsmail, **a.g.e.** s; 158



Özellikle ihracatta önemli teşvikler getirilmiş ve uygulanan ihracat teşvikleri direkt yani üreticiye nakit sübvansiyonlar ve ucuz girdi teminine yönelik olmuştur. Yatırım teşviklerinde seçici olunmuş ve spesifik teşvikler benimsenmiş, vergi oranları düşürülmüş, teşvik belgelerinin alımı kolaylaştırılmış, turizm teşvik kanunu yürürlüğe girmiş ve uygulanan tüm teşvikler yabancılar içinde geçerli hale getirilmiştir.

Bundan sonraki beşinci, altıncı, yedinci planlar daha evvelki planların ruhundan uzak planlar olarak karşımıza çıkmıştır. 1985-1989 döneminde ki teşviklerde sürekli günün şartlarına uygun olarak düzenlemelere gidilmiş, 1990-1994 döneminde teşvikler bölgesel gelişme farklılıklarını gidermek için veya ihracata yönelik sektörler için uygulanmıştır. Yedinci planda ise teşvikleri, Türkiye'nin taraf olduğu uluslararası antlaşmalar dikkate alınıp yeniden tasnif edilerek verilmeye çalışılmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında, ülkede bir sanayi iklimi geliştirilmesine yönelik ve hızlı bir şekilde sanayileşmeyi amaçlayan teşvik sistemi vardı. Bu dönemde bölgesel gelişme kavramı daha mevcut değildi. Planlı dönemle birlikte ülkede nispeten geri kalmış bölgelerin ortaya çıkması sonucunda bölgesel teşvikler verilmeye başlandı. 24 Ocak kararlarından sonra ülkemizdeki teşvik mevzuatı, ağırlıklı olarak ihracat ve turizm alanlarına yönelik olarak yeniden düzenlendi, bölgesel ve yatırım teşvikleri de ihmal edilmedi. 1990 yılların ortalarında DTÖ ve gümrük birliği antlaşmaları dikkate alınarak, ihracat teşvikleri tekrar düzenlendi. İhracat teşviklerinde direkt teşviklerin yerini yol gösterici, özendirici ve karşılaşılan zorlukları aşmaya yönelik teşvikler verilmeye başlandı..

Günümüzde uygulanan teşvik sistemi uluslararası yükümlülüklerimiz ve ülkenin mevcut durumuna uygun bir sistemdir. Uygulanan teşviklerin ana başlıkları; Bölgesel gelişme, KOBİ, AR-GE, ihracat teşvikleri, doğal afetlerden zarar gören yatırımlara ilişkin teşvikler olarak sınıflandırabiliriz.<sup>20</sup> Uluslararası anlaşmalarda bölgesel gelişme farklılıklarının azaltılmasına yönelik teşviklerin istisna olarak bırakılması ile ülkemizde bölgesel gelişmeye yönelik teşvikler önem kazanmıştır.

---

<sup>20</sup> DPT, 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Sanayi Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2000, s.144.

### 1.1.2.1.5. Türkiye’de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvik Araçları

1980’li yıllarda ekonomik yapımız ithal ikameci politikalardan çark ederek ihracata yönelik bir yapıya kavuştu. Bu yapının işleyebilmesi ve yurt içindeki firmaların dış rekabete dayanabilmesi için ihracatta devlet yardımları uygulamaları başlatıldı. Bu uygulamalar daha sonra uluslararası anlaşmalar ve taahhütlerimiz neticesinde değişiklik göstererek farklı bir yapıya kavuşmuştur. Şu anda uygulanan İhracata yönelik devlet yardımları şunlardır:

- a) Ar-Ge Yardımları,
- b) Çevre Koruma Yardımları,
- c) Yurt İçi ve Yurt Dışı Uluslar arası Nitelikteki İhtisas Fuarlarına İlişkin Yardımlar,
- d) Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar,
- e) Yurt Dışı Ofis Mağaza İşletme Ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Yardımlar,
- f) Eğitim Yardımları,
- g) İstihdam Oluşturmaya Yönelik Yardımlar,
- h) Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı,
- i) Patent Faydalı Model Belgesi Ve Endüstriyel Tasarım,
- j) Marka Tanıtım Ve Türk Malı İmajı.

#### 1.1.2.1.5.1. Ar-Ge Yardımları

Bu desteğin amacı, sanayi kuruluşlarının Ar-Ge projeleri giderlerinin belirli bir oranının karşılanması veya bu projelere sermaye desteği verilmesidir.<sup>21</sup> Desteğin uygulanmasında, şirketlerin Araştırma Geliştirme niteliği taşıdığı belirlenen projelerine %60’a varan oranlarda hibe ve/veya ucuz kredi desteği sağlanmaktadır. Destek süresi

<sup>21</sup> İhracatı Geliştirme Merkezi, **İhracata yönelik devlet yardımları**, Ankara, 2002 s:5

6'şar alık dönemlerle 3 yıllık bir süre için verilir. Projelerin destek kapsamında olup olmadığını TÜBİTAK ve TTGV değerlendirmektedir.<sup>22</sup>

Aşağıdaki AR-GE projeleri, proje desteklerinden faydalanabilir

- a) Yeni bir ürünün üretilmesi,
- b) Ürünün standartlarının ve/veya Kalitesinin arttırılması,
- c) Standart yükseltici ve/veya maliyet düşürücü yeni tekniklerin uygulanması,
- d) Üretimle ilgili yeni bir teknoloji geliştirilmesi.<sup>23</sup>

Yukarıda sayılı projelere aşağıdaki proje yardımları verilir:

- a) Araştırmada çalışan personel giderleri,
- b) Araştırma faaliyetinde kullanılan alet ve edevat giderleri,
- c) Araştırma için kullanılan danışmanlık giderleri,
- d) Ülke içindeki Ar-Ge kuruluşlarına yaptırılan Ar-Ge hizmetleri,
- e) Doğrudan Ar-Ge faaliyetleri ile ilgili malzeme alım v.b giderler,
- f) Patent başvuru giderleri.<sup>24</sup>

#### 1.1.2.1.5.2. Çevre Koruma Yardımları

KOBİ'lerin uluslararası pazarlarda karşılaştıkları teknik mevzuat engellerini aşabilmeleri, insan sağlığı standartları ve kalite güvence sistemine kavuşabilmeleri ve uluslararası pazarlara girişte kısıtlamalara maruz kalmasının önüne geçmek için gerekli belgeleri almasında yapacağı belgelendirilmiş harcamalarının % 50 si DTM aracılığı ile desteklenmektedir.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> Akkuzugil Yüksel, Demir Musa, "İhracata yönelik devlet yardımlarının analizi ve değerlendirilmesi", **DTM Dış Ticaret Dergisi**, yıl.8 sayı27, Ankara,Ocak 2003

<sup>23</sup> Osman Barboros, **Bir Dış Ticaret Politikası Aracı İhracat Teşvikleri Teori ve Uygulama**, Bursa, Alfa yayınevi, 2003., s.92.

<sup>24</sup> Osman Barboros, **a.g.e.** s:93

<sup>25</sup> DPT, **İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, Mayıs 2004, s.205

Çevre koruma yardımlarını içeren unsurlar KOBİ'lerin TSE ile akredite edilmiş kuruluşlardan aldığı;

- Kalite güvence sistemi belgeleri,
- Çevre yönetim belgeleri,
- CE işaretleme ile ilgili yapılan harcamalar,
- Uluslar arası nitelikteki çevre ve kalite belgelerinin alınma masraflarından oluşur.<sup>26</sup>

Bu bağlamda devlet yardımı kapsamına giren belgeler şöyledir: ISO 9000 Kalite güvence belgeleri serisi, ISO 14000 çevre yönetim belgeleri serisi, CE işareti belgesi, uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgeleri alınma masraflarının yarısı, altı ay içinde başvurulduğu takdirde devlet tarafından desteklenir.

#### **1.1.2.1.5. 3. Yurt Dışı Ve Yurt İçi Uluslararası Nitelikteki İhtisas Fuarlarına İlişkin Yardımlar**

KOBİ'lerin ihracat kabiliyeti kazanabilmesi ve mevcut potansiyellerini genişletebilmelerinin en etkin yollarından biride yurt dışı fuarlara, sergilere ve yurt içi uluslararası fuar ve sergilere katılmalarıdır. Bu sebeple devlet KOBİ'lere bu konuda destek sağlamaktadır.

Fuarlar ve bu fuarlara sağlanan destekleri sınıflandırmak gerekirse,

- a) Milli Katılım Düzeyindeki Yurt Dışı Fuarlar ve Buna Katılımın Sağlanmasına yönelik Destekler
- b) Milli Katılım Dışındaki Yurt Dışı Fuarlar ve Buna Katılımın Sağlanmasına Yönelik Destekler

---

<sup>26</sup> Bilgiç Mete, , **Kobilere Yönelik Finansal Destekler Ve Yardımlar**, KOSGEB, Ankara, Agustos 2002., s.8.

c) Yurt İçi Uluslar arası Sanayi İhtisas Fuarları ve Buna Katılımın Sağlanmasına Yönelik Destekler

d) Milli Katılım Düzeyindeki Yurt Dışı Fuarlar ve Buna Katılımın Sağlanmasına yönelik Destekler

Yurt dışı fuarlara, milli katılım organizasyonunu sağlayan organizatör firmaya katılımcı firma tarafından m<sup>2</sup> üzerinden ödenen katılım bedelinin 20.000 \$' ı aşmamak üzere, Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ), ve KOBİ niteliğine sahip firmalar için %80, diğer firmalar için %50'si destek kapsamındadır.<sup>27</sup>

e) Milli Katılım Dışındaki Yurt Dışı Fuarlar ve Buna Katılımın Sağlanmasına Yönelik Destekler

Firmaların yurt dışındaki fuarlara bireysel olarak katılmaları halinde ödeyecekleri stand kirasının tamamı, nakliye harcamalarının ise toplam tutarının 20.000\$' ı geçmemek kaydı ile %50'si devlet tarafından desteklenir.<sup>28</sup>

f) Yurt İçi Uluslar arası Sanayi İhtisas Fuarları ve Buna Katılımın Sağlanmasına Yönelik Destekler

Bu destek kaleminde ise yurt içinde uluslararası ihtisas fuarları düzenleyecek organizatör firmaya yaptığı belli harcama kalemleri için bazı destekler verilmektedir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca ihracat politikası dikkate alınarak hangi fuarların destek kapsamında olacağı belirlenmiştir, bu fuarlar şunlardır;

- Tekstil, Konfeksiyon, Halı,
- Taşıt Araçları, ve Yan sanayi,
- Gıda ve gıda teknolojisi,
- Toprak sanayi,

<sup>27</sup> Meltem Dura, İstanbul Ticaret Odası (İTO), **İhracat Yönelik Destekler**, İstanbul, İTO yayınları, yayın no:2004-33, s.13.

<sup>28</sup> Osman Barboros, **a.g.e.** s,99

- Mobilya sanayi,
- İnşaat malzemeleri,
- Madeni eşya sanayi,
- Deri (ayakkabı),
- Elektronik-elektronik sanayi.<sup>29</sup>

Yukarıda sayılan fuarlarda yapılan, yurt dışı tanıtım faaliyetlerinin 25.000\$' ı geçmemek kaydıyla %50'si, fuara davet edilen önemli yabancı alıcıların (ülke başına 2 kişiyi geçmemek kaydı ile) ulaşım giderlerinin 15.000 doları geçmemek kaydı ile %50'si, fuar süresince düzenlenecek kongre, seminer ve ödüllü yarışmalar gibi etkinliklerin giderlerinin 5.000\$ geçmemek kaydı ile %50'si devlet tarafından desteklenir.<sup>30</sup>

Bir fuarın uluslararası bir nitelik kazanması için en az 3 defa yapılmış olması ve en son düzenlenen fuara 25'i yabancı olmak koşulu ile en az 100 firma katılmış olması gerekmektedir.

Firmaların fuarlarla ilgili gerekli destekleri alabilmeleri için fuar bittikten altı ay sonra (milli katılım yapılan fuarlarda organizatör firma kanalı ile) ihracatçı birliklerine müracaat etmeleri gerekmektedir. İhracatçı birlikleri gerekli incelemeleri yapıp dış ticaret müsteşarlığına bildirerek gerekli ödemenin yapılmasını sağlar.

#### **1.1.2.1.5.4. Eğitim Yardımları**

KOBİ'lerin dünya ile rekabet edebilmeleri konularında deneyimli ve eğitimli personel ile mümkün olabilmektedir. Beşeri sermayenin önemini klasik iktisatçılar Adam Smith'den beri vurgulamaktadırlar. Bu sebepten ötürü KOBİ'lerin eğitimli personel çalıştırmaları ve personelinin eğitimi için bazı destekler sağlanmaktadır.

<sup>29</sup> Arif Şahin İGEME, **İhracat Mevzuatı**, Ankara, Şubat 2002, s.123.

<sup>30</sup> Atilla Bağrıaçık, Suat Yavuz, **Belgelerle Uygulamalı İhracat Teşvikleri ve Destekleri**, İstanbul, Bilim Teknik Yayınevi, 1998 s.494.

KOBİ'lerin yurt içi-yurt dışı eğitim kurumlarından aldıkları eğitim ile, kamu veya özel sektörde deneyimi bulunan kişilerden danışmanlık hizmeti, üniversite veya üniversitelerin kurduğu vakıf, uygulama şirketlerinden ve işletmelerin kendi aralarındaki düzenleyecekleri eğitim programları bu destek kapsamındadır.<sup>31</sup>

KOBİ ve SDŞ'lerin yurt içi ve yurt dışı eğitim programları için en fazla altı eğitim programına destek sağlanır, yurt dışı eğitim programları için 7500\$ ve 3 ayı geçmemek koşulları ile Eğitim harcamalarının, KOBİ'ler için %50'si SDŞ'ler için %75'i oranında, yurt içi eğitim harcamalarında ise yurt dışı eğitim oranları ve eğitim süresi sabit kalmak kaydı ile KOBİ'ler için 5000\$, SDŞ'ler için 15.000\$ geçmemek koşulu ile destek sağlanır.<sup>32</sup>

#### **1.1.2.1.5..5. İstihdam Oluşturmaya Yönelik Yardımlar**

İstihdam yardımı ile devlet SDŞ'lerin günümüz koşullarında nitelikli eleman çalıştırmasını teşvik etmektedir. Aynı zamanda bu destek ile yüksek eğitim almış nitelikli kişilerin iş bulmasını ve işverenlerin bu kişileri çalıştırmasını teşvik etmektedir. Bu destekte çalıştırılacak elemanların özellikle firmanın yurt dışı ticari ilişkilerini yönetecek ve geliştirecek nitelikte tecrübeli ve yüksek eğitilmiş olması gerekmektedir.

Bu destekten sadece SDŞ'ler yararlanabilmektedir. SDŞ'lerin ilk defa istihdam edecekleri bir yönetici ile halen çalışmakta olan en fazla iki elemanının yıllık brüt maaşlarının %75'i (yöneticiler için azami 18.000\$, diğer elemanlar için azami 9.000\$ olmak koşulu ile) devlet tarafından 1 yıl süreyle ve bir defaya mahsus desteklenir.<sup>33</sup>

Yarımdan yararlanabilmek için DTM İhracat Genel Müdürlüğü' ne başvurulması gerekmektedir.

<sup>31</sup> Resmi. Gazete, 97/7 sayılı Tebliğ madde 6, 31.07.1997

<sup>32</sup> Meltem Dura, **a.g.e.** s.29.

<sup>33</sup> DPT, Devlet Yardımlarını Değerlendirme ÖİK Raporu, **a.g.e.** s.179.

#### **1.1.2.1.5.6. Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar**

Pazar araştırmasına yönelik yardım ile devlet KOBİ'lerin, SDŞ'lerin ve üretici birliklerinin mevcut pazarlarını koruyabilmeleri, genişletebilmeleri ve yeni pazarlara girebilmeleri için, kendi bünyelerindeki proje hazırlama yeterliliğine haiz personeline veya bir danışmanlık şirketine yaptıracakları araştırmalara destek sağlamaktadır.

Verilen destekten KOBİ ve SDŞ den bir araştırmacı, üretici derneklerinden ise 3 araştırmacının araştırma yapacağı ülkeye bir defalık ulaşım ve o ülkede şehir içinde yapacağı (ekonomik sınıf olmak kaydı ile) ulaşım masrafları, günlük 100\$ geçmemek kaydı ile oda kahvaltı masrafları, basılı yayın ve doküman masrafları belirtilen koşullar altında bu destek kapsamındadır.<sup>34</sup>

Verilen destek miktarı KOBİ'lerde her bir proje için en fazla 7.500\$ ve SDŞ'lerde yıllık en fazla 15.000\$'dır. Bu destek yürürlükte kaldığı sürece KOBİ'ler için en fazla 75.000\$ destek verilmekte, SDŞ ve üretici dernekleri tarafından yürütülen projeler için her bir proje için en fazla 10.000\$ yıllık toplam 50.000\$ destek verilmektedir.<sup>35</sup>

#### **1.1.2.1.5.7. Yurt Dışında Ofis Mağaza Açma, İşletme Ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi**

Devlet firmaların yurt dışı satışlarını arttırmasını sağlamak ve ülkenin ürünlerinin yurt dışında tanıtılmasını temin edebilmek için bu desteği sağlamaktadır. Yurt dışında ofis mağaza açılması aynı zamanda firmaların markalaşmasını da teşvik etmeye yönelik bir yardımdır.

Bu yardımdan firmalar bireysel olarak yararlanabilecekleri gibi SDŞ'ler de yararlanabilirler. Firmalar için bu teşvikin uygulamacı kuruluşu ihracatçı birlikleri, SDŞ'ler içinse DTM'dır.

<sup>34</sup> Gülsevin ONUR, **Dış Pazar Araştırması Nasıl Yapılır**, İGEME,Ankara, Şubat 2004, s.35.

<sup>35</sup> İGEME, **İhracat Pazar Araştırması Desteği, Pazar Araştırması Projelerinin Hazırlanma Şekil Ve Esaslarına İlişkin Rehber**, Ankara, Haziran 2004., s.8.



Yurt içinde üretim faaliyetini gerçekleştiren fakat yurt dışında ticari faaliyette bulunan şirketlerin toptan veya perakende satış yapmak amacıyla yurt dışında açtığı ofis, depo ve mağazalar için sağlanan destekler Tablo 1.1’de gösterilmektedir.

**Tablo-1.1.** Yurt dışında ofis mağaza açma işletme marka tanıtım faaliyetlerinde KOBİ’lere verilecek olan teşvikler

	1. yıl	2.yıl	Yıllık Azami Destek
Sabit varlık alımı (bir defalık)	%50		20.000\$
Kira Bedeli	%50	%30	50.000\$
Reklam Harcamaları	%50	%20	30.000\$

**Kaynak:** Atilla Bağrıaçık, Suat Yavuz, **Belgelerle Uygulamalı İhracat Teşvikleri ve Destekleri**, İstanbul, Bilim Teknik Yayınevi, 1998 .sayfa: 429,1998

Yurtdışında ve yurtiçinde sadece mal ticareti ile uğraşan firmalar içinse yalnız kira bedeli kalemi 1. ve 2. yıl için aynı oranlar uygulanır, azami destek miktarı ise 30.000\$ olarak sınırlıdır.

SDŞ’ler için ise KOBİ tanımına giren ortak sayılarına göre 400.000\$ dan 1.000.000\$’a kadar destek sağlanmaktadır. Bu yardım miktarı tablo 1.2’de gösterilmektedir.

**Tablo-1.2** Yurt dışında ofis mağaza açma işletme marka tanıtım faaliyetlerinde SDŞ’lere verilecek olan teşvikler

Ortak Sayısı	Destekleme Tutarı
10-20 arası	400.000\$
21-40 arası	500.000\$
41-100 arası	600.000\$
101-150 arası	700.000\$
151-200 arası	800.000\$
201-250 arası	900.000\$
251- ve üzeri	1.000.000\$

**Kaynak:** Atilla Bağrıaçık a.g.e.sayfa: 429,1998

Firmalar 2 yıl boyunca farklı şehirlerde olmak koşulu ile en fazla beş ofis veya mağaza için destek alabilir. SDŞ'ler de ise farklı ülkelerde olmak şartı ile ofis mağaza vb. yer açmak için yaptığı harcamalarının %50'si devlet tarafından desteklenir.<sup>36</sup>

#### **1.1.2.1.5.8. Patent Faydalı Model Belgesi Ve Endüstriyel Tasarım**

Dış ticaret hadlerinin giderek teknoloji yoğun mallar lehine gelişmesi ve teknoloji yoğun malların katma değerinin yüksek olmasından ötürü, ülkemiz teknoloji yoğun malların üretilmesini sağlamak için KOBİ'lere destek vermektedir. Teknoloji yoğun malların üretilmesi ise buluşlar veya endüstriyel tasarımlar ile olabilecektir. İşte bu aşamada devlet bu tür malların üretilmesi veya üretime yönelik katkısı olabilecek buluşları desteklemek amacı ile çeşitli teşvikler vermektedir.

Destek unsuru Türkiye'de yerleşik bulunan gerçek kişilerin yapmış oldukları çalışmalar neticesinde patent, faydalı model belgesi, veya endüstriyel tasarım tescili ile sonuçlandıkları, çalışmalarının ilgili belgelerinin alınması ve hakkın korunması için yapılan harcamalarının Korunma süresinin ilk 5 yılı, patent başvurusu öncesinde yapılan harcamaların azami 1000\$'ı, faydalı model başvurusu öncesi yapılan harcamaların azami 500\$'ı aşmaması kaydı ile %75'i devlet tarafından karşılanmaktadır.<sup>37</sup>

#### **1.1.2.1.5.9. Marka Tanıtım Ve Türk Malı İmajı**

Marka imajı uluslararası piyasalarda yurtiçi piyasalarda olduğu gibi önemli bir etkidir. Bu etken düşünülerek markanın oluşturulması ve uluslararası piyasalarda tutundurulması için yapılan harcamalar devlet tarafından desteklenmektedir.

Bu destekten kendi unvan ve/veya markası ile mal üretimi ve/veya mal ticareti yapan şirketler ile ihracatçı birlikleri, üretici dernekleri, üretici birlikleri ve SDŞ'ler yararlanabilmektedir.

---

<sup>36</sup>Atilla Bağrıaçık, **a.g.e.** s.429.

<sup>37</sup>“İhracata Yönelik Devlet Yardımları”, **Ajans TR Dergisi**, yıl 1,sayı 1, Temmuz 2003, s.52

Bu teşvik kapsamında yukarıda belirtilenlerin yararlanabilecekleri destekler şunlardır:

- Fizibilite etüdü sunulup kabul edildikten sonra yararlanılacak destek unsurları.

Yurt dışında yapılacak marka tescili ve korunmasına ilişkin giderlerin en fazla 50.000\$'ı, yurt dışında açılacak birimlerin kira giderlerinin yıllık en fazla 200.000\$'ı, ilgili ülkelerde yapılacak pazarlama faaliyeti giderlerinin en fazla 300.000\$'ı, ürünle ilgili kalite sertifikasyon giderlerinin en fazla 50.000\$'ı, Türkiye'deki marka tasarım harcamalarının en fazla 100.000\$'ı, tanıtım-promosyon ajansı giderlerinin en fazla 50.000\$'ı, aşmamak şartı ile yapılan harcamaların %50'si devlet tarafından 3 yıl süre ile karşılanır<sup>38</sup>

- Herhangi bir fizibilite etüdü sunulmasına gerek kalmadan aşağıda belirtilen faaliyetlerin gerçekleşmesi halinde yararlanılacak destekler şunlardır.

Yurt dışında büyük üne sahip bir firmanın fason üretimini yapan KOBİ'lerin ürünlere "Made in Turkey" ibaresini koymasına ile Franchising yoluyla yurt dışına açılmış Türk firmalarının yıllık 100.000\$'a kadar olan vergi, resim, harç, SSK primi ve enerji giderlerinden muaftırlar. Üretici derneklerinin yurt dışında yapılacak reklam ve tanıtım faaliyetlerine ilişkin harcamalarının 100.000\$'a kadarlık kısmı da devlet tarafından 3 yıl süre ile desteklenmektedir.<sup>39</sup>

#### 1.1.2.1.5. 10. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı

Resmi gazetede yayınlanan tebliğe göre tarımsal ürünlere devlet yardımları iki şekilde verilmektedir. Bunlar: mahsup ve nakit ödemedir. Bu destek ihracatçı birlikleri aracılığı ile uygulanmaktadır.<sup>40</sup> Bu destekle ihraç edilen ürün miktarı ve değerine bağlı

<sup>38</sup> Musa Demir, **İhracat Ve İhracat Teşvikleri**, Ankara, Detay Yayıncılık, Ocak 2003, s.265.

<sup>39</sup> Musa Demir, **a.g.e** s:266

<sup>40</sup> Dilek Koç, **Pratik Bilgiler Yaş Meyve Ve Sebze Sektörü**, Ankara İGEME, Şubat 2003 s.39

olarak hesaplanan bedel firmanın devlete yapmış olduğu çeşitli ödemelerden mahsup edilmek sureti ile destek verilmektedir.

Destek kapsamında olan tarımsal ürünler şöyle sıralanabilir:

- Çiçekler,
- Sebzeler,
- Meyveler,
- Meyve suları,
- Zeytinyağı,
- Konserve veya hazırlanmış balıklar,
- Bal,
- Kümes hayvanları,
- Makarnalar,
- Çikolata ve kakao içeren gıda çeşitleri,
- Bisküvi, kek ve gofretler,
- Yumurta,
- Meyve püre veya pastaları.<sup>41</sup>

### **1.1.3 İhracat Teşviklerinden Yararlanmada KOBİ Tanımlarının Önemi**

Türkiye’de uygulanmakta olan bu ihracat teşvikleri teşvikin uygulayıcı kuruluşun yapmış olduğu KOBİ tanımına giren firmalar yararlanabilmektedir. Türkiye’deki KOBİ’lerin ekonomi içindeki ağırlıkları göz önüne alındığında KOBİ’lere yönelik olarak uygulanan ihracat teşviklerinin yerinde bir uygulama olduğu görülmektedir. Fakat ihracat teşviklerini uygulayıcı kuruluşlarının çeşitliliği, her uygulayıcı kuruluşun kendi KOBİ tanımını yapması ve buna benzer bürokratik engeller KOBİ’lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini olumsuz yönde etkilemektedir.

<sup>41</sup> Mualla Bilgin, Şebnem Kaskınacı, **İhracat El Kitabı**, İstanbul, İTO yayın no 2002-24, Ağustos 2002 s.55-56

KOBİ tanımlamasının önemi, bu işletmelere yapılacak teşvikler ve KOBİ'ler hakkında araştırma yapacak araştırmacıların kaynakları etkin bir şekilde kullanmasından kaynaklanmaktadır.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Cevdet Baykal, "Cumhuriyetin 75. yılında DTM'nin KOBİ'lere bakışı, ihracatta sektörel dış ticaret şirketi modeli ve devlet yardımları", **DTM Dış Ticaret Dergisi**, Özel sayı, Ankara, Ekim 1998, s. 117

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN YARARLANABİLECEK FİRMALAR OLAN KOBİLER VE EKONOMİDEKİ ÖNEMLERİ**

## 2.1. KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER (KOBİ)

KOBİ' ler bütün Dünyada ve Türkiye'de ekonomi içindeki ağırlıkları açısından çok büyük önem arz etmektedirler. Bu firmaların KOBİ olarak tanımlanmasında ülkeden ülkeye ve ülke içindeki kurumlar açısından bir karmaşıklık söz konusudur. Bu tanımlamalar firmaların ulusal ve uluslararası teşvik ve yardımlardan faydalanması açısından önemlidir. Bir KOBİ'nin herhangi bir kurumdan yardım ve destek alması için o kurumun yapmış olduğu KOBİ tanımına uyması gerekmektedir.

## 2.2. TÜRKİYE'DE KOBİ TANIMI

Türkiye'de ve Dünyada KOBİ'ler için ortak bir KOBİ tanımı yoktur. Türkiye'de KOBİ'lere yönelik hizmet veren kuruluşlar farklı KOBİ tanımlamaları yapmaktadır. Bu farklı tanımlamalar KOBİ'lere hizmet veren kuruluşlardan yararlanan KOBİ'lerin farklı kısıtlara tabi tutulmalarını ve bazı uygulamaların dışında kalmalarına neden olmaktadır.<sup>43</sup> Dünyada da KOBİ tanımlaması ülkeden ülkeye farklılıklar göstermektedir. Ülkeler kendi ekonomik yapılarına uygun olarak tanımlamalar yapmaktadırlar.

KOBİ'lerin tanımlanmasında kullanılan kalitatif ve kantitatif kriterler vardır. Kantitatif ölçüler çalıştırılan işçi sayısı, belirli bir dönemde kullanılan elektrik miktarı, işletme sermayesi tutarı, yapılan satışların miktarı gibi ölçülerdir. Kalitatif ölçüler ise işletmenin çalıştığı iş kolu, sahip olunan pazarlık gücü, gerekli krediyi sağlayabilme gücü gibi ölçütlerdir.<sup>44</sup> Türkiye'de ki kurumların yaptığı KOBİ tanımlamasında genellikle kantitatif ölçütler kullanılmaktadır. Gelişmiş ülkelerde kullanılan KOBİ tanımlamasında kantitatif ölçütlerin yanında kalitatif ölçütler de kullanılmaktadır. Bu sebeple gelişmiş ülkelerde KOBİ Olarak tanımlanan şirketler, gelişmekte olan ülkelerde büyük şirket olarak tanımlanabilmektedir.

<sup>43</sup> Figen Yılmaz, **Türkiye'de Küçük Ve Orta Boy İşletmeler**, Ankara, İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü, 5 Aralık 2003, s.1.

<sup>44</sup> Türkoğlu Mustafa, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Bölgesel Kalkınmada KOBİ Temelli Stratejiler", **Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi**, Cilt 7 Sayı 1, Isparta, 2002, s.279

Türkiye’de KOBİ’lere hizmet veren kuruluşların ve bazı ülkelerin KOBİ tanımlamaları aşağıda verilmiştir.

### 2.2.1. Sanayi Ve Ticaret Bakanlığının Tanımı

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı KOBİ tanımlamasını çalışan kişi sayısına göre yapmaktadır. Tablo 2.1’de görüldüğü gibi 1 ila 19 kişi arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli işletmeler, 20 ila 99 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletmeler, 100’den fazla işçi çalıştıran işletmeler ise büyük işletme olarak tanımlanmaktadır.<sup>45</sup>

**Tablo-2.1:** Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tanımlamasına Göre KOBİ’ler

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük İşletmeler	1 ila 19 Kişi
Orta Ölçekli İşletmeler	20 ila 99 Kişi
Büyük İşletmeler	100’den Fazla

### 2.2.2. KOSGEB’in Tanımı

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığının (KOSGEB) yaptığı tanımda tablo 2.2.’de gösterilmektedir. KOSGEB’in yapmış olduğu tanım KOBİ’ ler için çok önemlidir, çünkü KOSGEB KOBİ’ lere yönelik destekleri uygulayan en önemli kuruluştur. KOSGEB’in KOBİ tanımlamasını çalışan işçilere yöneliktir. Bu tanımlamaya göre; 1 ila 19 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük, 50 ila 150 kişi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, 150’den fazla kişi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak tanımlanmıştır.<sup>46</sup>

<sup>45</sup> Figen Yılmaz, a.g.e.

<sup>46</sup> DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Esnaf Ve Sanatkarlara Götürülen Hizmetler Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2001, s. 26.



**Tablo-2.2:** KOSGEB Tanımlamasına Göre KOBİ'ler

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük İşletmeler	1 ila 19 Kişi
Orta Ölçekli İşletmeler	50 ila 150 Kişi
Büyük İşletmeler	150'den Fazla

### 2.2.3. Hazine Müsteşarlığının Tanımı

Hazine müsteşarlığı işletmeleri dörtlü sınıflamaya tabi tutmaktadır ve bu sınıflamayı çalışan işçi sayısına göre yapmaktadır. 1 ila 9 arasında işçi çalıştıran işletmeleri çok küçük işletmeler, 10 ila 49 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük işletmeler, 50 ila 250 arasında işçi çalıştıran işletmeleri orta ölçekli işletmeler, 250'den fazla işçi çalıştıran işletmeleri ise büyük ölçekli işletmeler olarak sınıflandırılmıştır.<sup>47</sup>

**Tablo-2.3.** Hazine Müsteşarlığı Tanımlamasına Göre KOBİ'ler

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Çok Küçük İşletmeler	1 ila 9 Kişi
Küçük İşletmeler	10 ila 49 Kişi
Orta Ölçekli İşletmeler	50 ila 250 Kişi
Büyük Sanayi İşletmesi	250'den Fazla

### 2.2.4. Dış Ticaret Müsteşarlığının Tanımı

KOBİ'lerin dış ticarete açılmalarında Dış Ticaret Müsteşarlığı çeşitli destekler sağlamaktadır. Bu açıdan Dış Ticaret Müsteşarlığının yapmış olduğu tanımlama bu desteklerden faydalanacak olan firmaların belirlenmesinde çok önemlidir. Dış Ticaret Müsteşarlığının KOBİ tanımlamasında çalışan işçi sayısının yanında bilanço değeri de dikkate alınmaktadır. Dış Ticaret Müsteşarlığının KOBİ tanımlaması ise şöyledir; 1 ila

<sup>47</sup> KAF(Konrad Adenauer Foundation), **Standardization Quality Control and Quality Assurance Systems for SME's**. Ankara, KAF. 2001 s. 113

200 arasında işçi çalıştıran gerçek usulde defter tutan sabit sermaye tutarı bilanço değeri iki milyon ABD dolarını aşmayan işletmeler olarak tanımlamıştır.<sup>48</sup>

### 2.2.5. DİE Tanımı

DİE’de KOBİ tanımlamasını çalışan işçi sayısına göre yapmıştır. DİE’ nin yapmış olduğu sınıflamada işletmeler; çok küçük, küçük, orta ve büyük ölçekli olarak ayrılmıştır. İşçi istihdam etmeyen işletmeler çok küçük, 1 ila 49 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 50 ila 99 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, 100’den fazla işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak sınıflandırmıştır.

**Tablo-2.4:** DİE’ye Göre KOBİ Tanımı

KOBİ	Elaman Sayısı
Orta	100’den Az
Küçük	50’den Az
Çok Küçük	İşçi İstihdam Etmeyen

Kaynak: Kenan Ören, “Avrupa Birliği Ve Türkiye’nin Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (Kobi) Sağladığı Devlet Teşvikleri Ve Kullanım Alanlarının Karşılaştırılması Nevşehir İli’nde Bir Uygulama”, *C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 2003, s.106

### 2.3. DİĞER ÜLKELERDEKİ KOBİ TANIMLARI

Küreselleşen Dünya ve Avrupa Birliği sürecinde olan Türkiye’de, KOBİ’lerin uluslararası kurumlardan ve devletlerden destek almak için o ülkelerin ve kurumların yapmış olduğu KOBİ tanımına uyması gerekmektedir. Ayrıca diğer bazı ülkelerin yapmış olduğu KOBİ tanımlamalarının bilinmesi farklı ülkeler ile Türkiye’deki KOBİ’lerin kıyaslanmasında faydalı olacaktır.

<sup>48</sup> Dilik Bedri, Duran Mustafa, “Türkiye’de Uygulanan KOBİ Teşvik Politikası ve Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi”, *Hazine Dergisi*, Ankara, Nisan 1998, s.70

### 2.3.1. AB'nin Tanımı

Avrupa komisyonu KOBİ tanımını işletmeleri çalışan sayısı, yıllık ciro veya bilanço değeri, ve bağımsızlık unsurlarına göre yapmaktadır. Bütün sınıflandırmalarda ana unsur bağımsızlıktır. Bağımsızlık kriterine göre işletmenin KOBİ olabilmesi için %25'in üzerinde sahipliğin başka şirketlere ait olmaması gerekmektedir. 10 kişiden az işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 10 ila 49 arasında işçi çalıştıran ve yıllık satış cirosu 5 milyon Euro veya sabit sermaye tutarı 7 milyon Euro olan işletmeler küçük ölçekli, 50 ila 249 arasında işçi çalıştıran ve yıllık satış cirosu 40 milyon Euro'yu, veya sabit sermaye tutarı 27 milyon Euro'yu geçmeyen işletmeler orta ölçekli işletmeler olarak sınıflandırılmıştır.<sup>49</sup>

**Tablo-2.5:** AB'de KOBİ'erin Tanımı

KOBİ	Çalışan Sayısı	Yıllık Ciro veya Yıllık Bilanço	Bağımsızlık
Orta	250'den az	27-40 Milyon Euro	Bir veya birkaç şirkete %25'ten fazla ait olmaması
Küçük	50'den az	5-7 Milyon Euro	
Çok Küçük	10'dan az	-	

Kaynak: Kenan Ören, a.g.e.

Avrupa birliğinin ortaklık fonlarından yapacağı yardımlarda veya uygulamalarda birlik üyesi olan ülkelerin yapmış olduğu tanımlamalara değil komisyonun yapmış olduğu tanımlama geçerlidir.

### 2.3.2. OECD Tanımı

OECD'de tanımlamasını sadece çalışan kişi sayısına göre yapmıştır. Bu tanımlamaya göre 1 ila 9 kişi arasında işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 10 ila 99 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 100 ila 499 arasında işçi çalıştıran

<sup>49</sup> Meral Sayın, Mustafa Akan Fazlıoğlu, **Avrupa Birliğinde KOBİ Destekleme Programları Ve Diğer Teşvik Araçları**, Ankara, KOSGEB Avrupa Bilgi Merkezi, Ocak 1997., s.3.

işletmeler orta ölçekli işletmeler, 500 ve üzeri işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır.

**Tablo-2.6:** OECD Tanımlamasına Göre KOBİ'ler

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Çok Küçük İşletmeler	1 ila 9 Kişi
Küçük İşletmeler	10 ila 99 Kişi
Orta Ölçekli İşletmeler	100 ila 499 Kişi
Büyük Sanayi İşletmesi	500'den Fazla

Kaynak: Türkiye'de KOBİ Anlayışının Dünü Bugünü ve Geleceği Paneli, KOSGEB, 19 Eylül 2000, Ankara, s.27

### 2.3.3. Almanya'nın KOBİ Tanımı

Almanya'da her sektöre göre farklı bir sınıflandırma yapılmıştır. Her sektörde çalışan kişi sayısı ve yıllık satış cirosuna göre işletmeler küçük ve orta boy işletmeler olara sınıflandırılmaktadır. Bu ölçütleri aşan işletmeler büyük ölçekli işletme olarak tanımlanmaktadır. Bu sınıflandırma tablo 2.7.'de verilmiştir

**Tablo-2.7:**Almanya'da KOBİ Sınıflandırması

SEKTÖR	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI	YILLIK SATIŞ TUTARI
A) İMALAT SANAYİ - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-49 50-250	2 Milyon Mark' a Kadar 2 Milyon-25 Milyon Mark
B) TOPTAN TİCARET - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-9 10-99	1 Milyon Mark' a Kadar 1 Milyon-50 Milyon Mark
C) PERAKENDE TİCARET - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-2 3-49	500 Bin Mark' a Kadar 500 Bin Mark-10 Milyon Mark
D) ULAŞTIRMA, HABERLEŞME VE HİZMET - Küçük Boy İşletme - Orta Boy İşletme	1-2 3-49	100 Bin Mark' a Kadar 100 Bin Mark-2 Milyon Mark

Kaynak: Tahir Akgemci, Kobi'lerin Temel Sorunları Ve Sağlanan Destekler, Kosgeb,Haziran 2001, s. 8

### 2.3.4. Fransa'nın KOBİ Tanımı

Fransa'da işletmeleri çalışan sayısına göre sınıflandırmaktadır. 1 ila 99 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 100 ila 250 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, 250'den fazla işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır.

**Tablo-2.8:** Fransa'nın İşletme Sınıflandırması

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük İşletmeler	1-99 Kişi Arasında
Orta İşletmeler	100-250 Kişi Arasında
Büyük İşletmeler	250 Kişiden Fazla

Kaynak: Tahir Akgemci, a.g.e.

### 2.3.5. İngiltere'nin KOBİ Tanımı

İngiltere KOBİ'leri sınıflandırırken sektörlere göre ayrı ayrı sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırma tablo 2.9.'da görüldüğü üzere şöyledir. İngiltere'de imalat sanayinde faaliyet gösteren bir firmanın KOBİ olabilmesi için 20'den az iş görenin çalışması, inşaat sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın KOBİ olabilmesi için 25'den az çalışanın olması, madencilik sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın da yine 25'den az çalışanın olması gerekmektedir. Perakende ve toptan ticaret ile uğraşan işletmelerin sınıflandırılmasında yıllık ciroları baz alınmaktadır. Perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların yıllık satış cirosu 50 bin Pound' u aşmayanlar ile toptan ticaret alanında faaliyet gösteren firmaların yıllık satış cirosu 200 bin Pound' u aşmayanlar Küçük boy işletme olarak tanımlanmaktadır.

**Tablo-2.9:** İngiltere’de Sektörlere göre Küçük Boy İşletme Tanımları

SEKTÖR	KÜÇÜK BOY İŞLETME TANIMI
İmalat Sanayi	250 İşgörenden Az
İnşaat	25 İşgörenden Az
Madencilik	25 İşgörenden Az
Perakende Ticaret	Yıllık Satış Cirosu 50 bin Pound’dan Az
Toptan Ticaret	Yıllık Satış Cirosu 200 bin Pound’dan Az

Kaynak: Tahir Akgemci, a.g.e.

### 2.3.6. İtalya’nın KOBİ Tanımı

İtalya işletmelerin ölçeklerini sınıflandırmasında genel olarak yapılan tanımlamaya uygun bir tanımlama yapmıştır. Bu tanımlamada 1 ila 19 arasında işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 20 ila 99 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 100 ila 250 arasında işçi çalıştıran firmalar orta ölçekli, 250’den fazla işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlama tablo 2.10’da gösterilmiştir.

**Tablo-2.10:** İtalya’nın Çalışan Sayısına Göre İşletme Sınıflandırması

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Çok Küçük İşletmeler	1-19 (Dahil) Kişi Arası
Küçük İşletmeler	20-99 (Dahil) Kişi Arası
Orta İşletmeler	100-250 (Dahil) Kişi Arası
Büyük İşletmeler	250 Kişiden Fazla

Kaynak: Tahir Akgemci, a.g.e.

### 2.3.7. ABD’de KOBİ Tanımı

ABD’de Kobi tanımı Amerikan kongresinin 1953’de yapmış olduğu küçük işletme kanununun da ki tanımına dayanmaktadır. “Küçük işletme, bağımsız olarak sahip olunan ve işletilen ayrıca faaliyet alanında hakim gücü olmayan bir işletme” olarak

tanımlanmıştır.<sup>50</sup> Bu ana kıstasa bağlı olarak ABD’de çalışan sayısına göre işletme sınıflandırması yapılmaktadır. Bu tanıma aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. 1 ila 499 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 500 ila 1499 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, 1500’den fazla çalışanı olan işletmeler büyük ölçekli işletme olarak sınıflandırılmaktadır.

ABD’de ki KOBİ tanımında kullanılan çalışan işçi kısıtı diğer ülkelerinkinden daha büyük aralıklarla sınıflandırılmıştır. Bu ABD’nin ekonomik yapısına uygun olarak yapılmış olduğundan bu aralıklarla KOBİ’lerin ifade edilmesi normal olarak sayılabilir.

**Tablo-2.11:** ABD’de Çalışan İşçi Sayısına Göre İşletmelerin Sınıflandırılması

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
KÜÇÜK İŞLETMELER	1-499
ORTA İŞLETMELER	500-1499
BÜYÜK İŞLETMELER	1500 Kişiden Fazla

Kaynak: Tahir Akgemci, a.g.e.

### 2.3.8. Japonya’nın KOBİ Tanımı

Japonya KOBİ tanımlamasında iki kıstas kullanılmaktadır. Bu kıstaslar; çalışan kişi sayısı ile sermaye tutarıdır. Bu kıstaslar her sektör için ayrı ayrı belirlenmiştir. İmalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin KOBİ tanımlamasına girebilmeleri için 300’den fazla çalışanı ve 100 milyon Yen’den fazla sermayesi olmaması, ticaret sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin KOBİ sayılabilmesi için 100 kişiden fazla çalışanı ve 30 milyon Yen’den fazla sermayesi olmaması, hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların ise 50 kişiden fazla çalışanı 10 milyon Yen’den fazla sermayesi olması gerekmektedir.

<sup>50</sup> Mehmet Erkan, Yusuf Topal, ” KOBİ’lerin sermaye piyasası yoluyla finansmanı ve İMKB’deki KOBİ’lerle ilgili ampirik bir çalışma”, **I. Orta Anadolu Kongresi, KOBİ’lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları**, s. 68, 18-21 Ekim 2001,

**Tablo-2.12:** Japonya'nın KOBİ Tanımı

SEKTÖR	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI	SERMAYE MİKTARI
İMALAT SANAYİ	300 Kişiye Kadar	100 milyon Yen' e Kadar
TİCARET	100 Kişiye Kadar	30 milyon Yen' e Kadar
HİZMETLER	50 Kişiye Kadar	10 milyon Yen' e Kadar

Kaynak:Tahir Akgemci, **a.g.e.**

### 2.3.9. Malezya'nın KOBİ Tanımı

Güney Doğu Asya'nın en önemli ülkelerinden olan Malezya'nın yapmış olduğu işletme sınıflandırması da genel sınıflama gibi çalışan sayılarına göre yapılmıştır. Bu sınıflandırmada 1 ila 49 kişi arasında çalışanı olan işletmeler küçük ölçekli işletme, 50 ila 199 arasında çalışanı olan işletmeler orta ölçekli, 200'den fazla çalışanı olan işletmeler büyük ölçekli işletme olarak tanımlanmıştır.

**Tablo-2.13:** Malezya'nın Yapmış Olduğu İşletme Sınıflandırması

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük İşletmeler	1-49 İşgören
Orta İşletmeler	50-199 İşgören
Büyük İşletmeler	200'den fazla İşgören

Kaynak: Tahir Akgemci, **a.g.e.**

## 2.4. KOBİLERİN AVANTAJLARI VE DEZAVANTAJLARI

KOBİ'lerin temel özelliklerini şöyle tanımlayabiliriz; KOBİ' ler daha düşük yatırımla daha fazla istihdam yaratırlar, daha fazla ürün çeşitliği ve daha çok üretim sağlarlar. Talep değişikliklerine ve teknolojik yeniliklere daha çabuk uyum sağlarlar. Gelir dağılımındaki adaletsizliği ve bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasında etkilidirler. Ferdi tasarrufları teşvik etme ve harekete geçirilmesinde yardımcıdırlar. Büyük sanayi kuruluşlarının da tamamlayıcısıdırlar.<sup>51</sup>

<sup>51</sup> KOSGEB, **KOBİ Ekonomisi (Tarihi Gelişimi)**, Ankara,Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Aralık 2003., s.2



KOBİ' ler yapıları itibari ile bir çok avantaj ve dezavantajı bünyesinde barındırır. Bunlar aynı zamanda KOBİ'lerin genel karakterini de ortaya koyar.

Yukarıda saydığımız KOBİ'lerin temel özellikleri KOBİ'lerin aynı zaman da sahip olduğu avantajlarıdır. Bunlara ek olarak müşteri ile daha sıkı ilişkinin gerektiği pazarlama kanalları olan sektörlerde KOBİ' ler daha avantajlıdır. Aynı zamanda KOBİ'lerde çalışanlarla işyeri sahibi arasında sıkı bir ilişki vardır.<sup>52</sup>

KOBİ'lerin bu sahip oldukları avantajlar ekonominin bünyesinde bazı durumlarda KOBİ'lerin dezavantajı olarak KOBİ'leri güç durumda bırakmaktadır. KOBİ'ler bünyelerinde nitelikli eleman istihdam edememeleri, yönetim anlayışında yenilikçi yapılarının olmamasından ve büyük firmaların yıkıcı rekabetine karşı koyamamalarından ötürü güç durumlarda kalmaktadırlar.

## 2.5. TÜRKİYE'DE VE DÜNYA'DA KOBİ'LERİN EKONOMİDEKİ YERİ

KOBİ'lerin ekonomiye katkılarını 5 başlıkta toplayabiliriz. İstihdam yaratılması, esneklik sayesinde yeniliklere hızla uyum sağlaması, girişimciliğin teşvikini sağlamaları, butik üretim sayesinde ürün farklılaştırmasını gerçekleştirmeleri, büyük işletmelerin ara malı gereksinimlerini karşılamalarıdır.<sup>53</sup>

Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin durumuna genel olarak bakıldığında, bu işletmelerin toplam sanayi işletmeleri içerisindeki payları % 98.6, toplam istihdam içerisindeki payları % 53.3, toplam yatırımlar içerisindeki payları % 26.6, Gayri Safi Milli Hasıla içerisindeki payları % 38 iken ihracat içerisindeki payları % 8-9, toplam krediler içerisindeki payları ise sadece % 4-5 düzeyinde kalmıştır.<sup>54</sup>

<sup>52</sup> Meredith, G. Geoffrey. **Finacial Management of the Small Enterprise**. New York: McGraw-Hill Book Company. 1986., p.6.

<sup>53</sup>Ertan Oktay, Alptekin Güney, "Türkiye'de kobi'lerin finansman sorunu ve çözüm önerileri", **21.Yüzyılda Kobi'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri**" sempozyumu, 03-04 ocak 2002, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C,s.159

<sup>54</sup>DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet **Hukuku Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, DPT, Ankara 2000, Sayfa:75

Yukarıda bahsedilen rakamlar aslında bir nevi ülkemizin bir gerçeği olan kayıt dışılığı da göstermektedir. Kayıt dışılığı da hesaba kattığımızda KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki yeri sayısal olarak daha büyük boyutlara ulaşmaktadır.<sup>55</sup>

KOBİ'ler görüldüğü gibi ekonomimizde büyük bir paya sahiptir. KOBİ'lerin mevcut işletmeler içinde bu kadar büyük paya sahip olmasına karşın istihdam da ve özellikle katma değerde nispeten düşük paya sahip olmaları KOBİ'lerin gerçek güçlerini yansıtamadıklarını göstermektedirler.

Avrupa Birliğinin 1995'teki Toplam 16.350.000 işletme sayısının %99.78'si KOBİ'lerdir. 101.350.000 olan toplam istihdamının da %71.48'de KOBİ'ler tarafından sağlanmaktadır. Avrupa birliğindeki KOBİ'ler de İşletme başına 6 kişi istihdam edilmektedir. Bu sayı bizde 2 ila 3 kişi arasında değişmektedir.<sup>56</sup>

Bütün ülkelerde KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki payı aşağı yukarı aynı düzeylerde olmakla birlikte verimlilikleri ve ekonomiye katkıları ülkemizden farklı durumdadır. Örneğin tablo çeşit2.14'de çeşitli ülkelerin ekonomilerinde KOBİ'lerin yeri gösterilmektedir. KOBİ'lerin toplam istihdamdaki payı İngiltere hariç seçilmiş ülkelerde %50 ve üzerinde seyretmektedir bizde bu oran %36'lar düzeyindedir. Yine bu işletmelere verilen kredi oranı Hindistan ve İngiltere haricinde %35'in üzerindedir. Bizde bu oran %4 ila %5 arasında değişmektedir. En çarpıcı rakam ihracatta karşımıza çıkmaktadır. Aşağıdaki tabloda seçili ülkelerde küçük işletmelerin ihracattaki payları %20.2 ile %40 arasında değişmektedir, bizde ise bu oran sadece ve sadece %8 civarlarındadır. Bu rakamda kayıt dışılığın etkisi yok denecek kadar azdır, yani bu rakam gerçeği yansıtmaktadır ve çok düşük bir rakamdır. Mevcut şirketler içinde bu denli büyük bir paya sahip KOBİ'lerin ülke refahını ve kalkınmasını sağlamak için toplam ihracat içindeki bu küçük payının artırılması gerekmektedir.

<sup>55</sup> DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**, DPT, Ankara, Haziran 2000 Sayfa:150

<sup>56</sup> Mustafa Çolakoğlu, TOBB, **KOBİ Rehberi**, Ankara, TOBB Genel Yayın No Genel : 359 - PM : 2 , Nisan 2002., s.5.

Dünya ekonomisinde mevcut kurulu işletmelerin %95'ini oluşturduğu tahmin edilen KOBİ'lerin<sup>57</sup> önemi bütün dünya tarafından kabul edilmiş olup bu şirketlerin geliştirilmesi ve dış pazarlara açılması için bütün ülkelerin hükümetleri tarafından yoğun bir şekilde desteklenilmektedir.

**Tablo-2.14:** Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler

	A.B.D	ALM	HİND.	JAP.	İNG.	G. KORE	FRA.	İTA.
Küçük İşletmelerin Toplam İşletmelere Oranı	97.2	99.8	98.6	99.4	96.0	97.8	99.9	97.0
Küçük İşletmelerde İstihdam Oranı (%)	50.4	64.0	63.2	81.4	36.0	61.9	49.4	56.0
Küçük İşletmelerin Yatırım Payı (%)	38.0	44.0	27.8	40.0	29.5	35.7	45.0	36.9
Küçük İşletmelerin Üretim Payı (%)	36.2	49.0	50.0	52.0	25.1	34.5	54.0	53.0
Küçük İşletmelerin İhracat Payı (%)	32.0	31.1	40.0	38.0	22.2	20.2	23.0	-
Küçük İşletmelere Verilen Kredi Payı (%)	42.7	35.0	15.3	50.0	27.2	46.8	48.0	-

Kaynak: Konsensus KOBİ Araştırması VIII Teknik Rapor, Şubat 2004, Sayfa 6

Fakat verilen bu desteklerden KOBİ'lerin ne ölçüde yararlandığı ve yararlanma düzeylerini ne düzeyde etkilediği son derece önemlidir. Çünkü bu etkenlerin bilinmesi ile KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanmalarını arttıracak düzenlemeler yapılabilir. KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri arttıkça da KOBİ'lerin dış ticarete yönlendirilmesi kolaylaşacaktır. Ekonomide büyük bir ağırlığı olan KOBİ'lerin ihracat kabiliyeti kazanmaları hiç kuşkusuz ülkenin dış ödemeler bilançosu açıklarını da azaltacaktır.

<sup>57</sup> KOSGEB, **KOBİ Ekonomisi (KOBİ'ler Ve Bankacılık)**, Ankara, Ekonomik Ve Stratejik Araştırmalar Merkez Müdürlüğü, KOSGEB, Ocak 2004., s.2.

## 2.6. Kobi'lerin İhracat Teşviklerinden Yararlanmasını Etkileyen Unsurlar

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanmasını etkileyen unsurlar çok çeşitli olabilir. Ekonomide yaşanan krizlerin bile KOBİ'lerin ihracata yönelmesi ve ihracat yapabilmeleri için gerekli destekleri araştırmalarında itici bir güç olduğu düşünülmektedir.<sup>58</sup>

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanabilmesi için öncelikle bu teşviklerden haberdar olmaları gerekmektedir. İhracat teşviklerinden haberdar olmaları için vizyonlarının dış ticarete dönük olması gerekmektedir. Yani dış ticarete ilgi duymaları, eğitimlerini bu yönde sağlamaları, eğer eğitimleri yetersiz ise eğitimi bu yönde olan eleman istihdam etmeleri, yeniliklere açık olmaları, interneti yararlı bir şekilde kullanmaları, faaliyet alanları ile ilgili fuarları takip etmeleri, kendilerine yardımcı olabilecek kuruluşlar ile ilişki kanallarının açık olması gerekmektedir.

Ayrıca KOBİ sahibinin eğitim durumu, ihracat yapabilirliği, şirketin verimliliği, şirketin yapısı, şirketin faaliyette bulunduğu sektörde KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyebilecek faktörlerdir.

---

<sup>58</sup> İbrahim Kuzu, "İhracatı Arttırmak", **Gümrükte Uzman Görüş Dergisi**, yıl.2, sayı.2, Ocak 2003, s.101

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **İHRACAT TEŞVİKLERİNDEN YARARLANMAYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER VE KOBİ'LERİN DIŞ TİCARETE DÖNÜK VİZYONLARININ ETKİSİ**

### 3.1 MODEL

Bu çalışmanın amacı KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerini etkileyen faktörleri belirlemenin yanı sıra, KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerini etkileyen faktörler içerisinde KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonlarının etkisinin ne olduğunun araştırılmasıdır.

KOBİ'lerin İhracat teşviklerinden yararlanma ve bu teşviklere ilişkin bilgi düzeylerini ölçmeye dönük literatürde bazı çalışmalar yapılmış olmakla birlikte bu çalışmalar sadece KOBİ'lerin bu teşviklerden yararlanıp yararlanmadığı ve/veya bu teşviklerden haberleri olup olmadığına yönelik yapılmış çalışmalardır. Yani ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye ilişkin yapılmış çalışmalardır. Bu yapılan çalışmalar sadece bununla sınırlı kalmıştır. KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bu teşviklere ilişkin bilgi düzeylerinin hangi faktörlere bağlı olduğunu ölçmeye ilişkin herhangi bir model çalışmasına literatürde rastlanmamıştır.

Literatürdeki çalışmalarda firmaları ihracat yapan ve yapmayanlar şeklinde gruplandırarak bunların ihracat teşviklerinden ne anladıkları, firmalarına getirdikleri kazançlar hakkında ne düşündükleri, firmalara ihracat teşviklerinin avantajlarını, ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve firmaların yararlanma düzeylerinin ne olduğu araştırılmıştır. Literatürdeki bu çalışmalar neticesinde elde edilen bulgu ve sonuçlar tablo 3.1 ve tablo 3.2'de gösterilmiştir. Firmalar dış ticarete uzmanlaştıkça devletten beledikleri ihracat teşviklerinin çeşitliliğinin değiştiği, uygulanan ihracat teşviklerini pek yararlı görmedikleri buna karşılık ihracat yapmayan firmaların ihracat teşviklerinden beklentilerinin çok yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo-3.1:** İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Yapılmış Çalışmalardan Bazıları

Yazarlar	Faaliyet Alanı	Firma Büyüklüğü	Örnek Büyüklüğü	Bulgular ve Sonuçlar
Kedia and Chokar (1986)	Gıda ve makine imalatı	Satışları 50 milyon \$'dan az işletmeler	49 ihracatçı 47 ihracat yapmayan firma	İhracat programları ile ilgili bilginin düşük düzeyde olması, ancak bilgi sahibi olanların katılımının yüksek olması
Harvard and Herremans (1988)	İmalat sanayiine	Satışları 10 milyon \$'dan az işletmeler	101 başarılı ihracatçı	İhracatta başarı için en önemli faaliyetler, 1- Dağıtım kanallarının seçilmesi, 2- Dağıtım ile ilişkilerin sürdürülmesi Başarılı ihracatçılar kamu ihracat yardımlarını faydalı olarak değerlendirmemektedirler.
Kotabe and Czinkota (1992)	İmalat sanayiine	Ortalama satışları 140 milyon \$ olan işletmeler	162 ihracatçı	İhracatçıların öncelikli yardım gereksinimleri ile tahsis edilen kamu yardımları arasında boşluk bulunmuştur. İhracatçıların karşılaştıkları problemler ve talep edilen yardım türleri ihracat aşamasına bağlı olarak farklılık göstermektedir.
Naidu ve Rao (1993)	İmalat sanayiine	300'den az işçi çalıştıran işletmeler	264 ihracat yapmayan 513 ihracatçı	Firmanın uluslararasılaşma sürecine göre özel ihracat yardım programlarından faydalanma düzeyi farklılık göstermektedir.
Moini (1998)	İmalat sanayiine	Satışları 50 milyon \$'dan az işletmeler	62 ihracat yapmayan 49 ihracatçı	İhracat programları ile ilgili bilgi düzeyinin düşük olması Kamu ihracat yardım programlarının etkinliği ve bu konuda bilgi sahibi olunması uluslararasılaşma derecesine bağlı olarak farklılık göstermektedir.

Kaynak: UZAY Nispet ihracatı teşvik politikalarının Etkinliği : kayseri imalat sanayi örneği, Kayseri Ağustos 2002, s:32

Tablo-3.2'deki M. Şimşek ve N. Uzayın çalışmalarında, teşviklere ilişkin bilgisi olanların ve kullananların birbirine oranı şeklinde bir etkinlik katsayısı hesaplanmıştır. N.Uzay çalışmasında firmaları 4 sayfadan oluşan kapsamlı bir anket ile analiz ederek

veriler çıkarmıştır. Bu firmaların ihracat teşviklerinden ne anladıkları, beklentileri ve ihracat teşvikleri için önerileri araştırılmıştır. M. Yiğit çalışmasında ise ihracat teşviklerinin makro ve mikro bazda etkilerinden bahsederek bazı çözüm önerileri getirmiştir.

**Tablo-3.2:** ihracat teşviklerinin çalışmalardan bazıları

Yazarlar	Faaliyet Alanı	Firma Büyüklüğü	Örnek Büyüklüğü	Bulgular ve Sonuçlar
Mehmet Yiğit (1996)	Makro ve Mikro Bazda İnceleme	-	-	İhracata dayalı büyüme modelini seçen Türkiye'nin kültürel ve sosyal olarak bu modeli kullanmak için yetersiz kaldığını, bölgelere özü ihracat teşviklerinin uygulanması gerektiği
Nisfet Uzay (2002)	Kayseri İmalat sanayiine	KOBİ	94 ihracatçı ve Potansiyel İhracatçı Firma	İhracat teşvikinden firmaların nakit teşvik akıllarına geldiği, firmaların nasıl ihracat yapılacağı ve ihracat teşvikleri il ilgili seminerlerin gerekliliği,
Mevludiye Şimşek, Resül Yazıcı (2004)	Bilecik, Eskişehir Seçilmiş Firmalar	-	56 ihracatçı	En etkin ihracat teşviki KDV istisnası çıkmıştır.

Literatürde ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye yönelik yapılmış olan bu çalışmalara karşılık firmaların ihracat teşviklerinden yararlanma ve ihracat teşvikleri bilgi düzeylerini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik bir çalışma yapılmamıştır.

Kurulan modelde KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi güçleri ve yararlanma düzeylerinin, firmaların dış ticarete dönük vizyon ve bilgi güçlerinden büyük ölçüde etkilenip etkilenmediği tespit edilmiştir. KOBİ'ler dış ticarete ilişkin vizyon ve bilgi güçlerini arttıracak faaliyetlere mali engeller nedeni ile katılamamakta ve bilgi güçleri, değişen mevzuat, gelişen teknolojik ve kurumsal hizmetlerden yoksun kalarak dış ticarete yabancılaşmaktadır. KOBİ'lerin dış ticarete ilişkin bilgi güçlerinin ve vizyonlarının yetersiz kalması KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini de etkilemektedir.



KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi güçlerinin ne olduğu, ve bunun hangi faktörler tarafından belirlendiğini aşağıdaki çoklu regresyon modeli yardımıyla belirlenecektir.

$$I_{bil} = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \beta_6 X_{6i} + \beta_7 X_{7i} + \beta_8 X_{8i} + U_i$$

$$I_{yar} = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \beta_6 X_{6i} + \beta_7 X_{7i} + \beta_8 X_{8i} + U_i$$

$I_{bil}$  = KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeyleri

$I_{yar}$  = KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri

$X_{1i}$  = İ'inci şirketin tipi

$X_{2i}$  = İ'inci şirketin faaliyette bulunduğu sektör

$X_{3i}$  = İ'inci şirketin kurulu bulunduğu üretimini yaptığı yer

$X_{4i}$  = İ'inci şirketin İhracat deneyimi

$X_{5i}$  = İ'inci şirketin İhracat oranı

$X_{6i}$  = İ'inci şirketin verimlilik oranı

$X_{7i}$  = İ'inci şirket sahibinin eğitim durumu

$X_{8i}$  = İ'inci şirketin dış ticarete yönelik vizyonu

Kurulan bu çoklu regresyon modeli, meslek odaları, çeşitli ihracat yapan ve ihracat teşviklerinden faydalanan firmaların incelenmesi ve bu firmaların yöneticileri ile yapılan karşılıklı görüşmelerden sonra oluşturulmuştur.

### 3.2. MODELDE KULLANILACAK ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM

Analizde kullanılacak ana kütle Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Kütahya Merkez ilçe sicilinde şirket unvanına ithalat ve ihracat ibaresini koyan KOBİ'ler olarak belirlenmiştir. Bu KOBİ'ler şu anda ihracat yapmasalar da gelecekte ihracat yapmayı planladıkları ve vizyonlarını buna göre oluşturdukları varsayılarak ana kütle olarak belirlenmiştir.

Bu şirketler 109 adettir. Bu şirketlerden bazıları İGEME'nin ve KOSGEB'in KOBİ tanımlarına uymaması sebebi ile anakütle dışına çıkarılmıştır. Bazılarına da adres

değişikliği, iş değişikliği ve iflas nedeni ile ulaşılamamıştır. Bu sebeplerden ötürü elenen şirketlerden geriye kalan doksanbir KOBİ'den altmış Excel'de sayı jeneratörü ile rastsal olarak seçilerek örneklem olarak alınmıştır. Bu örneklemdaki KOBİ'ler otuzu ihracat yapan otuzu ihracat yapmayan KOBİ olarak seçilmiştir.

Kurulan bu çoklu regresyon modelindeki değişkenlere ilişkin veriler, daha önceden hazırlanan Ek 1'deki anket formlarının firma sahiplerine ve/veya firma yöneticilerine yüz yüze görüşmek sureti ile doldurularak, anket formlarından elde edilmiştir.

### 3.3. MODELE İLİŞKİN DEĞİŞKENLERİN TANIMLANMASI

İki ayrı model ile bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenlerdeki değişimi açıklama güçleri tespit edilmeye çalışılacaktır. Birinin kendine fayda sağlayacağını umduğu bir unsurdan yararlanabilmesi için o unsurdan haberdar olması gerekmektedir. Bu sebepten ötürü Bağımsız değişkenler iki ayrı model içinde aynı olacaktır.

#### 3.3.1. Bağımlı Değişken

İki ayrı model kullanılacağından iki ayrı bağımlı değişken olacaktır. Bu bağımlı değişkenlerden ilki KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi güçleri. Bağımlı değişken olan " $I_{bil}$ " KOBİ'lerin onbir ihracat teşvikinden haberleri olup olmadığına göre oluşturulmuştur. KOBİ'lerin bu onbir ihracat teşvikinden hangilerinden haberi varsa bu teşvikler 1 rakamı ile kodlanacaktır. KOBİ'lerin haberinin olmadığı ihracat teşvikleri 0 rakamı ile kodlanacaktır. Bu kodlamalar her bir firma için endekslenerek o firmaya ait bir "ihracat teşviklerine ilişkin bilgi gücü" endeksi elde edilecektir.

İkinci modele ait bağımlı değişken olan KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin yararlanma düzeyleri " $I_{yar}$ " ile gösterilecektir. Bu bağımlı değişkeni de KOBİ'lerin onbir adet ihracat teşvikinden hangilerinden yararlanıp yararlanmadığına göre oluşturulacaktır. KOBİ'lerin yararlandıkları ihracat teşvikleri 1 rakamı ile yararlanmadıkları ihracat teşvikleri ise 0 rakamı ile kodlanacaktır. Bu kodlamalar her bir

firma için endekslenerek o firmaya ait bir “ihracat teşviklerinden yararlanma” endeksi elde edilecektir.

### **3.3.2. Bağımsız Değişkenler**

İki ayrı modelin bağımlı değişkenleri ayrı bağımlı değişkenler tarafından oluşmuş olmasına karşın bağımsız değişkenler iki model içinde aynıdır. Bu bağımsız değişkenler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır.

#### **3.3.2.1. Şirket Tipi**

Bağımsız değişkenlerden ilki olan “şirket tipi” modele KOBİ’lerin şirket tipinin profesyonel çalışmaya ve kurumsallaşmaya imkan verecek şirket tipine yani adi şirket tipinden anonim şirket tipine geçişinin KOBİ’lerin daha profesyonel olarak çalışmasına olanak sağlayacağı ve varolan bütün imkanlardan ve teşviklerden yararlanmasına olanak sağlayacak yapıya kavuşabileceği varsayılarak modele katılmıştır. Şirket tiplerinden adi şirket tipi sıfır rakamı ile komandit bir rakamı ile kolektif iki rakamı ile limited şirket tipi üç rakamı ile ve anonim şirket tipi ise dört rakamı ile kodlanarak modele dahil edilmiştir. Adi şirket tipinde firmalar profesyonel çalışma olanaklarından yoksundur. Genelde şirket sahibi aynı zamanda şirket yöneticisi olarak çalışmaktadır. Şirketi kendi bilgi ve deneyimi ile yönetmektedir. Şirket daha ziyade kapalı bir yapıdadır ve genellikle babadan, dededen kalma yöntemlerle, müşteri ilişkileri ve pazarı kullanmaktadırlar. Araştırmaya ve gelişmeye kapalıdırlar. Anketlerin doldurulması sırasında karşılaşılan güçlüklerde bu öngörülerini doğrular nitelikte gözlem yapılmıştır. Bu nedenlerden dolayı bu şirket tipi modelde sıfır rakamı ile tanımlanmıştır.

Komandit şirket tipinde ortaklar komandite ve komanditer ortak olarak ikiye ayrılmaktadır. Komandite ortak bütün mal varlığı ile sorumludur ve şirket yöneticisi de genellikle bu ortak olmaktadır. Komanditer ortak ise sadece koyduğu sermaye miktarı ile sorumludur. Bu ortak ise genellikle firmaya sermaye koyar ve kardan pay alarak şirket yönetimine pek katılmaz. Bu şirket tipinde profesyonel yönetim esaslarını gereği kadar yerine getirmeye elverişli olmadığı varsayılarak bir rakamı ile kodlanmıştır.

Çünkü firma bu şirket tipinde sadece sınırsız sorumlu olan ortak tarafından onun bilgi birikimi vasıtası ile hayatını idame edecektir. Bu kişinin bilgi birikimi, deneyimi ve eğitimi istenen kalitede olmaması firmanın geleneksel pazarlara üretim yapmasını yeniliklere açık olup olmamasını etkileyecektir.

Kolektif şirket tipinde ise firmaya ortak olan kişiler bütün mal varlıkları ile sorumlu olmaktadır. Şirketin faaliyetleri sırasında karşılaşılan finansal zorluklara karşın tüm mal varlıklarını riske ettikleri için yeniliklere ve değişimlere açık oldukları varsayılmıştır. Firmanın mali bir güçlükle karşılaşmaması için yeni pazar arayışlarına girişebilecekleri ve kullanabilecekleri tüm imkanları ve teşvikleri sonuna kadar kullanmaya çalışabilecekleri varsayılmıştır. Yinede bu şirket tipine sahip firmalar ortakların sınırsız sorumluluğa sahip oldukları için profesyonel yöneticileri kullanmaya pek sıcak bakmamaktadırlar ve kendileri yönetici olarak firmayı yönetmeye çalıştıkları varsayılmıştır. Bu varsayımlar neticesinde bu şirket tipi 2 rakamı ile kodlanmıştır.

Limited şirket tipi sermaye şirket tiplerinden biridir. Belirli bir sermaye miktarı ile ilgili kanunlarda belirtilen esaslara göre kuruldukları için düşükte olsa bir kurumsallaşmaya olanak sağladığı için anket formunda bu tip şirket tipini işaretleyen işletme sahipleri/yöneticileri için bu bilgi üç rakamı ile kodlanarak analize dahil edilecektir.

Anonim şirket tipi belirli bir sermaye miktarı ile kurulduğundan ve genelde profesyonelleşmeye ve kurumsallaşmaya olanak sağladığı için dört rakamı ile kodlanmıştır. Anonim şirket tipindeki firmalar sermaye piyasalarından ve Finansal piyasaların olanaklarında daha kolay istifade edebilmeleri sebebi ile dört rakamı ile kodlanmıştır.

### **3.3.2.2. Şirketin Faaliyette Bulunduğu Sektör**

Şirketin faaliyette bulunduğu sektörün modele dahil edilmesindeki amaç belirli bir yöredeki firmaların yoğunlaşması, buldukları yörede üretimleri ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gerekli alt yapının, hammadde kaynaklarının ve ileri-geri

bağlantılarının olması şirketleri dinamik, yenilikçi ve rekabetçi bir yapıya sahip oldukları, kendilerini ve firmalarını geliştirmek için sürekli bir arayışta oldukları varsayılmıştır. Bu sebeplerden ötürü değişken olarak modele dahil edilmiştir. Şirketin faaliyette bulunduğu sektöre ilişkin 9'lu bir sınıflama yapılmıştır. Bu sınıflama yapılırken Kütahya da faaliyette bulunan KOBİ'lerin genel yapısı dikkate alınarak yapılmıştır. Bu 9'lu sınıflama 4 ana gruba ayrılmıştır. Bu 4 ana grup Kütahya'nın hammadde kaynakları dikkate alınarak yapılmıştır. Taş, toprak, çini, hediyeçlik ve süs eşyası, seramik ürünleri Kütahya'da hammaddesinin daha fazla olması ve genel işletmeler içerisinde ağırlıklı bir yer alması sebebi ile üç rakamı ile kodlanmıştır. Bu şartlardan ötürü daha rekabetçi bir yapıda olabilecekleri varsayıldıkları için bu alanda faaliyette bulunan KOBİ'ler üç rakamı ile kodlanmıştır. Tarım, orman ürünleri ve tekstil ise diğer bir gurubu oluşturmaktadır. Bu ürünlerin üretilmesine olanak sağlayacak bir çok imkanın Kütahya'da olması ama tarım sektöründe gelenekçi bir yapının olması, orman ve orman ürünleri alanında çok fazla kaynağın bulunmamasından ötürü iki rakamı ile kodlanmıştır. makine aksam ve parçaları sektörü de bir rakamı ile kodlanmıştır. Petrol ürünleri, demir-çelik ürünleri ise hammadde kaynaklarına olan uzaklığın fazla olmasından ötürü maliyetlerinin yüksek olacağı ve rekabetçi olamayacağı varsayılması sebebi ile sıfır rakamı ile kodlanmıştır.

### **3.3.2.3. Şirketin Kurulu Bulunduğu Üretimini Yaptığı Yer**

Şirketin kurulu bulunduğu ve üretimini yaptığı yerin modele dahil edilmesi firmaların üretimlerinin belirli bir sanayi ikliminin bulunduğu yerlerde yapmalarının firmalar arası etkileşimin ve birbirlerini tamamlayacak üretim olanaklarının olduğu varsayılarak modele katılmıştır. Ayrıca organize sanayi bölgelerindeki KOBİ'lerin mevcut teşvik mevzuatında verilen bazı teşviklerden kanuni düzenlemelerden ötürü bazı avantajları olması bu bölgelerdeki firmaların teşviklerden yararlanması, diğer yerlerde kurulu bulunan işletmelere göre daha fazla yarar (kanunlarda belirtilen alt limit üst limit ve oran avantajları) sağlayacaktır. Bu sebepten ötürü organize sanayi bölgelerinde kurulu bulunan işletmeler anket formunda iki ile kodlanarak modele dahil edilmiştir. Küçük sanayi siteleri, organize sanayi sitelerine oranla teşvik mevzuatında daha düşük avantaja sahiptir. Bu sebepten ötürü bu bölgede faaliyet gösteren işletmeler bir ile

kodlanarak modele dahil edilmiştir. Şehir merkezi ve diğer alanlarda üretim yapan işletmeler teşvik kanunlarında öngörülen oranlar, alt ve üst limitlerden bir avantaj sağlayamadıkları için sıfır rakamı ile kodlanarak modele dahil edilmiştir.

#### 3.3.2.4. İhracat Deneyimi

KOBİ'lerin İhracattaki deneyimleri modele  $X_{4i}$  değişkeni ile dahil edilmiştir. KOBİ'lerin ihracattaki deneyimlerinin modele dahil edilmesi ihracata yeni başlayan veya hiç ihracat yapmayan KOBİ'lerin, İhracatta belirli bir deneyime sahip KOBİ'lere göre ihracattaki prosedürlerden daha düşük bir bilgi düzeyine sahip oldukları varsayılarak bu unsur modele bağımsız değişken olarak dahil edilmiştir. KOBİ'lerin ihracattaki deneyimlerinin modele yansıtılması firma sahibinin yada yöneticisinin şu anda uğraştığı işte geçirdiği zamanın ihracat yaptığı süreye bölünmesi ile hesaplanarak modele dahil edilmiştir. Bu hesaplama ile mevcut işindeki tecrübesinin ihracat yapmaya başladığı süreye etkisi net olarak ortaya çıkmaktadır. Hesaplanan oranın yani mevcut olan işle uğraştığı her bir yıla karşılık ne kadar süre ihracat yaptığının hesaplanmasında çıkan sonuç ne kadar büyük olursa KOBİ'lerin ihracattaki deneyimleri o kadar yüksek olacaktır.

#### 3.3.2.5. İhracat Oranı

KOBİ'lerin yapıları itibari ile finansal ve idari zorluklar içinde oldukları kamuoyunda yaygın bir kanıdır. Bu firmalar kağıt işi olarak gördükleri mevzuat ve prosedürlerden kaçınabilmektedirler. Yaptıkları ihracat çok düşük bir oranda ise füzuli kağıt ve evrak işleri ile uğraşmamak için ihracat teşviklerine ilgi göstermeyecekleri varsayılmıştır. Ayrıca üretimlerinin büyük bir yüzdesini yurt dışına satan firmalar dış ticarete dönük kurumsallaştıkları, dış ticaret konusunda gerekli bilgi ve deneyime sahip elemanlar çalıştırdıkları, mevcut ihracatlarını güçlü bir çaba neticesinde yaptıklarını ve bu çabayı sarf ederken mevcut imkanlardan (Pazar araştırması desteği, uluslar arası sergi ve fuarlara katılım desteği vb.) sonuna kadar yararlanmak isteyecekleri varsayılmıştır. Firmaların ihracat değerlerini oransal olarak anket formuna konulmasının nedeni ise KOBİ'lerin yaptıkları ihracat değerini parasal olarak ifade

etmekten kaçınacaklarının düşünülmesinden ötürüdür. Ayrıca üretimlerinin yüzde kaçını ihraç ettiklerinin sorulmasının bir önemli sebebi de KOBİ'lerin ihracata odaklanma oranını gösterecektir. Bu odaklanmanın yapılan ihracat oranı ile doğru orantılı olduğu varsayılmıştır. Odaklanmanın artması ile firmaların ihracata ilişkin mevcut imkanlardan faydalanmaları da artacaktır.

### **3.3.2.6. Şirket Verimliliği**

Şirket verimliliğinin artması ile firmaların ihracat yapacak ve dış ticaret konusunda deneyimli eleman çalıştırabilecek kapasiteye sahip olabileceği varsayılarak şirket verimliliği modele dahil edilmiştir. KOBİ'lerin verimliliğini çalışan kişi sayısı başına yıllık elde edilen ciro olarak tanımladık. Çalışan başına daha yüksek ciro elde eden firmaların daha verimli çalıştıkları varsayılmıştır. Daha verimli çalışan firmaları dış ticarete daha rekabetçi olacakları varsayılarak bu değişken modele dahil edilmiştir

### **3.3.2.7. Firma Sahibinin Eğitim Durumu**

KOBİ sahibinin eğitim durumu arttıkça dış ticarete ilişkin bilgi güçleri ve vizyonlarının da artacağı varsayıldığından modele KOBİ sahibinin eğitim durumu dahil edilmiştir. Üniversite eğitimi alan KOBİ sahiplerinin mevcut teşvik ve desteklerden haberdar oldukları, ve istifade ettikleri varsayılmıştır. Üniversite mezunu KOBİ sahipleri üç rakamı ile kodlanmıştır. Sırası ile lise, ortaöğretim ve ilkokul mezunu olan firma sahiplerine de eğitim düzeyi düştükçe dış ticarete ilişkin bilgi güçleri ve vizyonlarının düşeceği, mevcut destek ve teşviklerden faydalanma gayretinin de düşeceği varsayılarak sırası ile iki, bir ve sıfır rakamları ile kodlanarak modele dahil edilmiştir.

### **3.3.2.8. KOBİ'lerin Dış Ticarete Yönelik Bilgi Ve Vizyon Güçleri**

KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonlarını belirlemek için firmalara kurumsal yapıları, uluslar arası pazarlama faaliyetleri, dış ticarete dönük ilgilerini ölçmeye

yönelik onüç adet soru sorularak bunlara verilen evet ve hayır cevapları sıfır ve bir olarak (evet bir, hayır sıfır ile) kodlanıp endekslenerek modele dahil edilmiştir.

KOBİ'lerin vizyon endeksine ilişkin soruların oluşturulması sırasında sektör temsilcileri ile yapılan görüşmeler ve ihracat yapan firmaların yapıları incelenerek oluşturulmuş sorular kullanılmıştır. Vizyon endeksindeki soruların hepsine müspet cevap veren firmaların ihracat teşvikleri hakkında bilgi güçlerinin ve hatta yararlanma düzeylerinin yüksek olacağı varsayılmıştır. Vizyon endeksinin sadece ankette KOBİ'lere sorulan sorular ile kısıtlı kaldığı da varsayılarak bu değişken modele dahil edilmiştir.

Şirketin kuruluş yeri, şirket tipi, ihracat deneyimi, çalıştığı sektörü, şirket sahibinin eğitim durumuna ilişkin değişkenleri etkilemek pek mümkün olmamaktadır. Fakat şirketlerin dış ticarete dönük vizyon endekslerini etkilemek olasıdır. Bu sebeple dış ticarete ilişkin vizyon endeksinin KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi güçleri üzerindeki öneminin yüksek olup olmadığı model yardımı ile tespit edilerek dış ticarete ilişkin vizyon endeksi değişkeninin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisinin büyük olduğunun anlaşılması ile KOBİ'lerin ihracat teşvikleri bilgi düzeylerini ve yararlanma durumlarını arttırmak seminerler, bilgilendirme toplantıları, kurslar, firma organizasyonlarının yeniden yapılandırılması ile mümkün olabilecektir.

Ekonominin can damarı olan KOBİ'lerin toplam sanayi işletmeleri içerisindeki payının % 98.6, toplam istihdam içerisindeki payının % 53.3, toplam yatırımlar içerisindeki payının % 26.6, Gayri Safi Milli Hasıla içerisindeki payının % 38, olduğu düşünülürse.<sup>59</sup> KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden haberdar olma ve yararlanma durumlarını arttıracak faaliyetler KOBİ'lerin ihracat içerisindeki % 8-9 olan payını daha yukarıya taşıyabilecektir. Böylece ülkemizin kalkınmasına da katkıları artacak teşviklerden yararlanma isteklerinin artması ile KOBİ'lerin kayıt dışı çalışma meyilleri düşecektir. Çünkü ihracat teşviklerinden yararlanan firmaların tamamen kayıt atında olmaları gerekmektedir.

---

<sup>59</sup> DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet Hukuku Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2000, Sayfa;75



### 3.4. MODELE İLİŞKİN İSTATİSTİKLER

Kütahya'da KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma durumları ve bilgi güçleri iki ayrı model ile analiz edilmiştir. Birinci modelde bağımlı değişken olarak bilgi endeksi ikinci modelde bağımlı değişken olarak yararlanma endeksi kullanılmıştır. Bu bağımlı değişkenlerin modeldeki bağımsız değişkenleri, yukarıda saydığımız bağımsız değişkenlerdir.

Kütahya'da KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi güçlerini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik yapılan ankete ilişkin elde edilen bilgiler tablo 3.3 yardımı ile açıklanmaya çalışılmıştır.

**Tablo-3.3.** : Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumları

Eğitim Durumu	Firma Sayısı	Yüzde (%)
İlkokul	4	6,67
Ortaokul	4	6,67
Lise	18	30
Üniversite ve Üstü	34	56,66
Genel Toplam	60	100

Kütahya'daki örneklem olarak alınan KOBİ'lerin %6.67 si ilkökul ve altı, yine %6.67'si ortaokul, %30'u lise, %56.66'sı üniversite mezunudur. Bu veriler Kütahya'daki KOBİ'lerin sahiplerinin eğitim durumunun yüksek olduğunu göstermektedir.

**Tablo-3.4.** : Kütahya'daki KOBİ'lerin Şirket Yapıları

şirket tipi	Firma Sayısı	Yüzde(%)
Adi	0	0
Komandit	0	0
Kollektif	4	6,67
Limited	42	70
Anonim	14	23,33
Genel Toplam	60	100

Ankete örneklem olarak alınan Kütahya'daki KOBİ'ler de adi ve komandit şirket tipi bulunmamaktadır. Kollektif şirket mevcut örneklemin %6.67'sini, limited şirket tipinde olan KOBİ'ler mevcut örneklemin %70 gibi yüksek bir kısmını, Anonim şirket tipinde örneklemin %23.33'lük kısmını oluşturmaktadır. Kurulma işlemleri,

maliyetleri ve taahhütleri firma sahipleri tarafından optimum olarak görülen limited şirket tipi Kütahya'daki KOBİ'lerin yüksek bir kısmını oluşturmaktadır.

**Tablo-3.5.** : Kütahya'daki KOBİ'lerin Kuruluş Yerlerine Göre Dağılımı

Kuruluş Yeri	Firma Sayısı	Yüzde(%)
Organize Olmayan	24	40
Küçük Sanayi	21	35
Organize Sanayi	15	25
Genel Toplam	60	100

Ankete katılan firmaların faaliyette buldukları yerler itibari ile bakıldığında organize sanayi %25 gibi düşük bir yüzdeye sahip olması, şehir dışındaki ve şehir içindeki organize olmayan yerlerde faaliyette bulunan firma oranının %40 gibi yüksek bir yüzdeye sahip olması, Kütahya Merkez ilçede organize olarak sanayinin hizmetine sunulan mekanların yeterli fiziki imkanlara sahip olmamasından kaynaklanabilir. Küçük sanayi sitesinin dağınık ve alt yapısının yeterli olmaması, organize sanayinin kuruluş yerinin şehirler arası yollardan uzak, alt yapısının yetersiz olması firmaların organize olmayan yerlerde faaliyette bulunmasına neden olabilir.

**Tablo-3.6.** : Kütahya'daki KOBİ'lerin Üretim Yaptıkları Faaliyet Kollarına Göre Dağılımı

Sektör	Firma Sayısı	Yüzde(%)
Demir Çelik	6	10
Petrol Ürünleri	9	15
Tarım ve Tekstil	11	18,33
Seramik ve Çinicilik	34	56,67
Genel Toplam	60	100

Kütahya'nın hammadde kaynakları ve tarihten gelen üretim seçeneğini çinicilik ve seramik olarak belirlemiş olması örneklemede yansımıştır. Çinicilik, seramik, taş ve maden ürünleri, hediyelik ve süs eşyası ürünlerinde %56.67 gibi yüksek bir orana sahip diğer bütün sektörlerde faaliyette bulunan firmaların toplam oranı sadece %43.33'te kalmaktadır. Bu oranlar Kütahya'nın dezavantajı olarak gözüke de aslında uluslar arası pazarlarda Kütahya'nın ihracat şansını arttırmaktadır. Yurtdışında el emeği, el işi

olan ürünlerin değerinin yüksek olması ve istihdama katkısının yüksek olmasından ötürü aslında avantajlıdır. Yalnız belirli kalıplara sıkışıp kalan Kütahya çiniciliğinin bu avantajını yeterince kullandığı söylenemez.

**Tablo-3.7. :** Kütahya'daki KOBİ'lerin Dış Ticaret Vizyon Endeksine Göre Dağılımı

Vizyon indeksi	Firma Sayısı	Yüzde(%)
0	9	15,00
0,08	5	8,33
0,15	7	11,67
0,23	7	11,67
0,31	8	13,33
0,38	7	11,67
0,46	2	3,33
0,54	3	5,00
0,62	2	3,33
0,69	4	6,67
0,77	4	6,67
0,85	1	1,67
0,92	1	1,67
Genel Toplam	60	100

Vizyon indeksinin dağılımı tablo 3.7.'de gösterilmiştir. Buna göre vizyon indeksi sıfır olan 9 adet firma mevcuttur. Bu firmalar unvanlarında ithalat ihracat ibaresi kullanmalarına rağmen dış ticarete dönük vizyonlarını geliştirecek hiçbir faaliyette bulunmadıkları anlamına gelmektedir. KOBİ'lerin %75'nin vizyon indeksleri orta seviye olarak kabul edilebilecek %56'nın altında kalmaktadır. Bu oran Kütahya'daki KOBİ'lerin dış ticarete dönük olmalarına rağmen vizyonlarının gelişmiş olduğu söylenemez. Bu oran elbetteki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini ve ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeylerini düşürmektedir. Bunun sonucunda da Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat oranları ve/veya ihracat yapma istekleri azalmaktadır.

**Tablo-3.8** : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Bilgi Endeksine Göre Dağılımı

Bilgi endeksi	Firma Sayısı	Yüzde(%)
0	10	16,66
0,1	4	6,67
0,2	6	10
0,3	7	11,67
0,4	6	10
0,5	4	6,67
0,6	3	5
0,7	3	5
0,8	4	6,67
0,9	2	3,33
1	11	18,33
Genel Toplam	60	100

Bilgi endeksinin sıfır olduğu yani hiçbir ihracat teşvikinden haberi olmayan KOBİ'lerin oranı %16.66'dır. Bütün ihracat teşviklerinden haberi olan KOBİ'lerin oranı ise %18.33'tür. bütün teşvikler itibari ile bakıldığında KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden haberdar olma oranları son derece düşük bir seviyedir.

**Tablo-3.9** : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Yararlanma Endeksine Göre Dağılımı

Yararlanma indeksi	Firma Sayısı	Yüzde(%)
0	49	81,66
0,1	4	6,67
0,2	1	1,67
0,4	3	5
0,6	2	3,33
0,8	1	1,67
Genel Toplam	60	100

İhracat teşviklerinden yararlanma indeksi son derece düşük bir seviyededir. Hiçbir ihracat teşvikinden yararlanmayan firmaların oranı %81.66'dır. bu oran aynı zamanda ihracat teşviklerinde haberdar olma düzeyini gösteren bilgi endeksindeki

oranları doğrulamaktadır. Ayrıca KOBİ'lerin ihracat teşvikleri hakkındaki bilgilerinin nitelikli bir bilgi olmadığı izlenimini de vermektedir.

**Tablo-3.10.:** Kütahya'daki KOBİ'lerin Ortalama Değerleri

Değişkenler	Ortalama
Ortalama ihracat deneyimi	0,171861199
Ortalama ihracat oranı	14,4
Ortalama vizyon indeksi	0,326923077
Ortalama verimlilik düzeyi	39,64035381

Kütahya'daki KOBİ'lerin ortalama ihracat deneyimi 0.17 yani faaliyette bulunduğu her yıla karşılık iki aydır ihracat yapmaktadırlar. Ortalama ihracat oranı sadece %14.4'tür. vizyon indeksi 0.327'dir, vizyon indeksi bire yaklaştıkça firmaların ihracata yönelik vizyonlarının gelişmiş olduğu varsayılmıştır. Anketin yapıldığı örneklem gösteriyor ki Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat yönelik vizyonları ortalama bir seviye olan 0.5'ten bile daha düşük bir seviyededir. Kütahya'daki KOBİ'lerin çalışan kişi başına ortalama 39 milyar gibi düşük bir verimlilik düzeyinde çalışmakta olduğu da aşağıda görülmektedir.

Örneklemin yarısı hiç ihracat yapmamaktadır. Örneklemin geriye kalan İhracat yapan %50'lik kısmının %80'ni üretiminin sadece %40 ve daha azını ihraç etmektedir. Üretiminin %60 ve daha fazlasını ihraç eden firma oranı ise sadece %20'dir. Bu da Kütahya'daki KOBİ'lerin dış ticaret yoğun üretim yapamadıklarını göstermektedir.

Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat deneyimlerine göre gruplandırılması tablo 3.12.'de gösterilmiştir. Bu tabloda sadece ihracat yapan firmaların ihracat deneyimleri gösterilmektedir. İhracat deneyiminin 1 yani kurulduğu günden bu yana sürekli ihracat ile uğraşan firma oranı sadece %3.33'tür. ihracat deneyimini %51'den fazla olan firma oranı yalnızca %16.67 gibi yetersiz bir orandır.

**Tablo-3.11** : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Oranına Göre Dağılımı

İhracat Oranı (%)	Firma Sayısı	Yüzde(%)
0	30	
1	1	3,33
3	2	6,67
5	5	16,67
7	1	3,33
10	2	6,67
15	3	10,00
20	1	3,33
30	5	16,67
35	1	3,33
40	3	10,00
60	2	6,67
70	1	3,33
75	2	6,67
95	1	3,33
Genel Toplam	60	100

**Tablo-3.12:** Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Deneyimlerine Göre Dağılımı

İhracat Deneyimi	Firma Sayısı	Yüzde(%)
0.00 - 0.10	3	10,00
0.11 - 0.20	9	30,00
0.21 - 0.30	2	6,67
0.31 - 0.40	8	26,67
0.41 - 0.50	3	10,00
0.51 - 0.60	2	6,67
0.61 - 0.70	0	0,00
0.71 - 0.80	1	3,33
0.81 - 0.90	1	3,33
0.91 - 1.00	1	3,33
Toplam	30	100

Kütahya'daki KOBİ'ler İhracat teşviklerinden en çok Ar-Ge teşvikinden haberdar. Onu uluslar arası nitelikteki ihtisas fuarlarına ilişkin ihracat teşviki, yurt dışı

Pazar araştırmasına ilişkin ihracat teşviki izlemektedir. En az haberdar olunan ihracat teşviki tarımsal ürünlerde KDV iadesi teşvikidir.

**Tablo-3.13:** Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri İle İlgili Bilgi Düzeylerine Göre Dağılımı

İhracat Teşvikleri	Bilgisi Olanlar		Bilgisi Olmayanlar	
	Firma Sayısı	Yüzde(%)	Firma Sayısı	Yüzde(%)
Ar-Ge Yardımları	47	78,33	13	21,67
Çevre Koruma Yardımları	21	35	39	65
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	39	65	21	35
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	37	61,67	23	38,33
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	26	43,33	34	56,67
Eğitim Yardımı	20	33,33	40	66,67
İstihdam Yardımı	24	40	36	60
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi	15	25	45	75
Patent ve Faydalı Model Yardımı	24	40	36	60
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	27	45	33	55

En çok yararlanılan ihracat teşviki yurt dışı fuarlara ilişkin ihracat teşvikidir. Onu Ar-Ge teşviki izlemektedir. En yararlanılan ihracat teşviki ise istihdam ve tarımsal ürünlerde ihracat iadesine ilişkin ihracat teşvikleridir. Genel itibari ile bakıldığında KOBİ'lerin haberdar oldukları ihracat teşviklerinden gerektiği gibi yararlanmadığı gözükmektedir.

**Tablo-3.14** : Kütahya'daki KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri İle İlgili Yararlanma Düzeylerine Göre Dağılımı

İhracat Teşvikleri	Yararlanan KOBİ Sayısı		Yararlanmayan KOBİ Sayısı	
	Firma Sayısı	Yüzde (%)	Firma Sayısı	Yüzde (%)
Ar-Ge Yardımları	7	11,67	53	88,33
Çevre Koruma Yardımları	2	3,33	58	96,67
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	9	15,00	51	85,00
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	6	10,00	54	90,00
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	2	3,33	58	96,67
Eğitim Yardımı	3	5,00	57	95,00
İstihdam Yardımı	1	1,67	59	98,33
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi	1	1,67	59	98,33
Patent ve Faydalı Model Yardımı	5	8,33	55	91,67
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	4	6,67	56	93,33

KOBİ'lerin sahiplerinin eğitim durumlarına karşılık ortalama bilgi endeksini gösteren tablo 3.15'de gözüktüğü gibi ihracat teşvikleri hakkında en çok bilgi sahibi olan firma sahiplerinin eğitim durumu lise olduğu gözükmemektedir. Başka bir deyişle lise eğitime sahip olan KOBİ sahiplerinin ortalama bilgi endeksi 0.56 gibi en yüksek düzeye sahiptir. Üniversite eğitime sahip olan KOBİ sahipleri ikinci en büyük ortalama bilgi endeksine sahip olan firma sahibi grubunu oluşturmaktadır. Üniversite eğitime sahip olan firma sahibi grubu neredeyse ortaokul eğitime sahip olan firma sahipleri kadar ortalama bilgi endeksi gücüne sahiptir. İlkokul ve daha alt eğitim seviyesine sahip olan KOBİ sahiplerinin ortalama bilgi düzeyleri 0.1 gibi çok düşük bir düzeydedir. Lise mezunu KOBİ sahiplerinin ortalama bilgi düzeylerinin bu denli yüksek olmasının nedeni olarak lise mezunu KOBİ sahiplerinin, lise eğitiminden hemen sonra



iş hayatına atılmaları ve “piyasada pişmek” tabiri anlamlı olabilir. Üniversite mezunu olan KOBİ sahiplerinin ortalama bilgi endekslerinin göreceli düşük olmasının nedeninin ise üniversite öğrencilerinin mevcut olan teşvik ve fırsatların ders programlarında önemli bir yer işgal etmemesi eğitimin sadece teorikte kalması gösterilebilir.

**Tablo-3.15** : Kütahya’daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre Bilgi Endeksleri

Eğitim durumu	Ortalama bilgi endeksi
İlkokul	0,1
Ortaokul	0,4
Lise	0,56
Üniversite	0,47

Lise mezunu olan KOBİ sahiplerinin bu yüksek ortalama bilgi düzeyleri tablo 3.16.’da her bir ihracat teşviki açısından daha ayrıntılı bir şekilde görülebilmektedir. Diğer eğitim düzeylerindeki KOBİ sahiplerinin her bir ihracat teşviki için bilgi düzeyleride aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Buna göre özellikle Ar-Ge teşviğinde şaşırtıcı bir şekilde lise mezunu KOBİ sahipleri üstün bir şekilde, nerdeyse lise mezunu bütün KOBİ sahipleri bilgi sahibi durumunda. Bu oran lise mezunu KOBİ sahiplerini araştırma ve geliştirmeye daha ilgili sonucunu çıkarmamıza olanak vermektedir.

**Tablo-3.16:** Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre İhracat Teşviklerinin Bilgi Endeksleri

<b>İhracat Teşvikleri</b>	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Ortalama Bilgi Düzeyi</b>
Ar-Ge Yardımları	İlkokul	0,25
	Ortaokul	0,50
	Lise	0,94
	Üniversite	0,79
Çevre Koruma Yardımları	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,39
	Üniversite	0,41
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	İlkokul	0,25
	Ortaokul	0,50
	Lise	0,78
	Üniversite	0,65
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	İlkokul	0,25
	Ortaokul	0,75
	Lise	0,78
	Üniversite	0,56
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,25
	Lise	0,44
	Üniversite	0,50
Eğitim Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,50
	Lise	0,33
	Üniversite	0,35
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,33
	Üniversite	0,26
Patent ve Faydalı Model Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,50
	Lise	0,50
	Üniversite	0,38
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,50
	Lise	0,61
	Üniversite	0,41

Hemen hemen bütün ihracat teşviklerinde lise mezunu KOBİ sahipleri ortalama bilgi düzeyinde daha üstün bir durumdadır.

**Tablo-3.17:** Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre Yararlanma Endeksleri

<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Ortalama yararlanma endeksi</b>
İlkokul	0
Ortaokul	0
Lise	0,061
Üniversite	0,085

Fakat eğitim durumlarına göre ortalama yararlanma düzeylerine bakıldığında lise mezunu olan KOBİ sahiplerinin bilgi düzeyindeki üstünlüğü uygulamaya geçiremedikleri ortaya çıkmaktadır. Ortalama yararlanma endeksinde üniversite mezunlarının ortalama olarak daha fazla yararlandıkları ortaya çıkmaktadır. Bu oranlar üniversite mezunu KOBİ sahiplerinin bilgilerini nakde çevirebildiklerini bilgilerinin nitelikli olduğu sonucunu vermektedir. Lise mezunu KOBİ sahiplerinin yüksek bilgi düzeylerinin pek nitelikli olmadığı sonucunu vermektedir. Ortaokul ve ilkokul mezunu KOBİ mezunlarının ise ihracat teşviklerinden hiç yararlanmadığı da yukarıdaki tabloda gözükmektedir. Bu KOBİ sahiplerinin eğitim durumları son derece düşük olmaları kendilerini değişen piyasa ve mevzuat şartlarına göre ayarlayamadıklarını göstermektedir. Bu KOBİ sahiplerini ihracat yöneltmek için eksik olan eğitim düzeylerinden kaynaklanan dezavantajlarını ihracata yönelik bilgilendirme seminerleri kurslar gibi faaliyetler ile gidermek Kütahya ve ülkemizin çıkarına olacağı aşikardır.

Eğitim durumlarına göre ihracat teşviklerinden ortalama yararlanma düzeyleri tablo 3.18.'de daha ayrıntılı olarak görülmektedir.

**Tablo-3.18:** Kütahya'daki KOBİ Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre İhracat Teşviklerinden Yararlanma Endeksleri

İhracat Teşvikleri	Eğitim Durumu	Ortalama Yararlanma Oranı (%)
Ar-Ge Yardımları	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,11
	Üniversite	0,15
Çevre Koruma Yardımları	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,03
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,24
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,15
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,03
Eğitim Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,06
İstihdam Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,00
Tarımsal Ürünlerde ihracat İadesi Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,00
	Lise	0,06
	Üniversite	0,00
Patent ve Faydalı Model Yardımı	İlkokul	0,00
	Ortaokul	0,06
	Lise	0,12
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Üniversite	0,00
		0,00
		0,06
		0,09

Üniversite mezunu KOBİ sahiplerinin ortalama olarak en çok uluslar arası nitelikteki ihtisas fuarlarına katılım, yurt dışı pazar araştırması ve Ar-Ge teşviklerinden yararlandıkları gözükmektedir. Lise mezunu KOBİ sahipleri ise en fazla Ar-Ge

teşvikinden yararlanmaktadır. Diğer yararlandıkları ihracat teşviklerinde ise istikrarlı bir şekilde ortalama 0.6 yararlanma düzeyleri mevcuttur.

**Tablo-3.19:** Şirket tiplerine göre ihracat teşviklerinin ortalama bilgi düzeyleri

İhracat Teşvikleri	Şirket tipi	Toplam
Ar-Ge Yardımları	Komandit	0,75
	Limited	0,74
	Anonim	0,93
Çevre Koruma Yardımları	Komandit	0,25
	Limited	0,31
	Anonim	0,50
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	Komandit	0,75
	Limited	0,60
	Anonim	0,79
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	Komandit	0,75
	Limited	0,57
	Anonim	0,71
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	Komandit	0,25
	Limited	0,45
	Anonim	0,43
Eğitim Yardımı	Komandit	0,75
	Limited	0,31
	Anonim	0,29
İstihdam Yardımı	Komandit	0,75
	Limited	0,38
	Anonim	0,36
Tarımsal Ürünlerde ihracat İadesi Yardımı	Komandit	0,25
	Limited	0,24
	Anonim	0,29
Patent ve Faydalı Model Yardımı	Komandit	0,75
	Limited	0,36
	Anonim	0,43
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Komandit	0,75
	Limited	0,43
	Anonim	0,43

Şirket tipleri itibari ile ortalama bilgi endekslerine bakıldığında şaşırtıcı şekilde kolektif şirket tipi KOBİ'lerin ortalama bilgi güçleri 0.6 gibi yüksek bir oran, bunun nedeni olarak alınan örneklemdeki kolektif şirket sayısının az olması gösterilebilir.

İkinci en yüksek ortalama bilgi düzeyine anonim şirket tipi sahiptir. Anonim şirket tipinin kurumsallaşmış olması bunda son derece etkin bir nedendir.

**Tablo-3.20:** Şirket tiplerine göre ortalama bilgi düzeyleri

Şirket tipi	Ortalama bilgi endeksi
Komandit	0,6
Limited	0,44
Anonim	0,51

İhracat teşviklerinin ayrıntılı olarak şirket tiplerine göre ortalama bilgi düzeylerinin gösterildiği tabloda 3.22.'de şirket tiplerinin hangi ihracat teşviklerinden ortalama olarak bilgi düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo-3.21:** Şirket tiplerine göre ortalama yararlanma düzeyleri

Şirket tipi	Ortalama yararlanma endeksi
Komandit	0
Limited	0,052
Anonim	0,128

Yararlanma endekslerine baktığımızda anonim şirket tipindeki KOBİ'lerin kurumsal bir yapı ile ihracat teşviklerinden ortalama olarak yararlanma endeksinin görece olarak yüksek olduğu görülmektedir. Limited şirket tipi anonim şirket tipinin yarısı kadar ortalama yararlanma endeksine sahiptir. Kolektif şirket tipindeki KOBİ şirketleri ihracat teşviklerinden yararlanmadığı görülmektedir.

**Tablo-3.22:** Şirket tiplerine göre İhracat Teşviklerinden ortalama yararlanma düzeyleri

İhracat Teşvikleri	Şirket tipi	Ortalama Yararlanma Endeksleri
Ar-Ge Yardımları	Komandit	0,00
	Limited	0,12
	Anonim	0,14
Çevre Koruma Yardımları	Komandit	0,00
	Limited	0,02
	Anonim	0,07
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	Komandit	0,00
	Limited	5,00
	Anonim	4,00
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	Komandit	0,00
	Limited	0,05
	Anonim	0,29
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	Komandit	0,00
	Limited	0,02
	Anonim	0,07
Eğitim Yardımı	Komandit	0,00
	Limited	0,05
	Anonim	0,07
İstihdam Yardımı	Komandit	0,00
	Limited	0,02
	Anonim	0,00
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı	Komandit	0,00
	Limited	0,02
	Anonim	0,00
Patent ve Faydalı Model Yardımı	Komandit	0,00
	Limited	0,05
	Anonim	0,21
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Komandit	0,00
	Limited	0,05
	Anonim	0,14

Anonim şirket tipindeki KOBİ'lerin patent faydalı model ve Pazar araştırması teşviklerinden göreceli olarak daha fazla yararlandığı görülmektedir. Limited şirket tipindeki KOBİ'ler ise Ar-Ge teşviklerinden daha göreceli olarak ortalama yararlanma endeksleri daha yüksektir.

**Tablo-3.23:** Kuruluş Yerine göre ortalama Bilgi Düzeyleri

<b>Kuruluş yeri</b>	<b>Ortalama bilgi endeksleri</b>
Organize olmayan bölgeler	0,51
Küçük sanayi siteleri	0,27
Organize sanayi bölgeleri	0,67

Kuruluş yerleri itibari ile KOBİ'lerin ortalama bilgi endekslerinde de belirgin farklılık göze çarpmaktadır. Organize sanayi bölgelerindeki KOBİ'ler ortalama 0.67 gibi yüksek bir orana sahiptirler. Organize olmayan bölgelerdeki KOBİ'ler ortalama 0.57 gibi ikinci en yüksek orana sahiptir. Küçük sanayi sitesindeki KOBİ'ler ise en düşük ortalama bilgi düzeyine sahiptir.

Ayrıntılı olarak kuruluş yerine göre ortalama bilgi düzeylerine bakıldığında bütün ihracat teşviklerinde organize sanayi bölgelerindeki KOBİ'lerin ortalama bilgi düzeyleri yüksektir.

**Tablo-3.24:** Kuruluş Yerine Göre Ortalama Bilgi Düzeyleri

<b>Kuruluş yeri</b>	<b>Ortalama yararlanma indeksi</b>
Organize olmayan bölgeler	0,03
Küçük sanayi siteleri	0,00
Organize sanayi bölgeleri	0,22

Kuruluş yerleri itibari ile ihracat teşviklerinden yararlanma endeksine bakıldığında küçük sanayi sitesindeki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanamadığı gözükmektedir. İhracat teşviklerinden yararlanan firmaların önemli bir kısmının organize sanayi bölgesindeki firmalar olduğu endekslerden anlaşılmaktadır. Organize sanayi ve küçük sanayi sitesi dışında kalan alanlarda faaliyette bulunan firmaların ihracat teşviklerinden yararlanma durumlarının çok kötü olmadığı görülmektedir. Bu oranlar küçük sanayi sitesindeki firmaların ihracat konusunda pek nitelikli bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir.



**Tablo-3.25:** Kuruluş Yerine Göre İhracat Teşvikleri Ve Bilgi Endeksleri

<b>İhracat Teşvikleri</b>	<b>Kuruluş yeri</b>	<b>Toplam</b>
Ar-Ge Yardımları	Organize olmayan bölgeler	0,88
	Küçük sanayi siteleri	0,57
	Organize sanayi bölgeleri	0,93
Çevre Koruma Yardımları	Organize olmayan bölgeler	0,33
	Küçük sanayi siteleri	0,14
	Organize sanayi bölgeleri	0,67
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	Organize olmayan bölgeler	0,79
	Küçük sanayi siteleri	0,33
	Organize sanayi bölgeleri	0,87
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	Organize olmayan bölgeler	0,71
	Küçük sanayi siteleri	0,38
	Organize sanayi bölgeleri	0,80
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,42
	Küçük sanayi siteleri	0,33
	Organize sanayi bölgeleri	0,60
Eğitim Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,38
	Küçük sanayi siteleri	0,14
	Organize sanayi bölgeleri	0,53
İstihdam Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,42
	Küçük sanayi siteleri	0,24
	Organize sanayi bölgeleri	0,60
Tarımsal Ürünlerde ihracat İadesi Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,25
	Küçük sanayi siteleri	0,05
	Organize sanayi bölgeleri	0,53
Patent ve Faydalı Model Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,46
	Küçük sanayi siteleri	0,19
	Organize sanayi bölgeleri	0,60
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,50
	Küçük sanayi siteleri	0,33
	Organize sanayi bölgeleri	0,53

**Tablo-3.26:** Kuruluş Yerine Göre İhracat Teşvikleri Ve Bilgi Endeksleri

İhracat Teşvikleri	Kuruluş yeri	Toplam
Ar-Ge Yardımları	Organize olmayan bölgeler	0,04
	Küçük sanayi siteleri	0,05
	Organize sanayi bölgeleri	0,33
Çevre Koruma Yardımları	Organize olmayan bölgeler	0,00
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,13
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	Organize olmayan bölgeler	0,08
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,47
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	Organize olmayan bölgeler	0,04
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,33
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,00
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,13
Eğitim Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,00
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,20
İstihdam Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,00
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,07
Tarımsal Ürünlerde ihracat İadesi Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,00
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,07
Patent ve Faydalı Model Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,04
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,27
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Organize olmayan bölgeler	0,04
	Küçük sanayi siteleri	0,00
	Organize sanayi bölgeleri	0,20

Her bir ihracat teşvikine KOBİ'lerin kuruluş yeri itibari ile bakıldığında organize sanayi bölgelerindeki KOBİ'lerin bilgi endeksinde olduğu gibi yararlanma endekslerinde de bütün teşviklerde en yüksek oranlara sahip olduğu görülmektedir. Organize sanayi bölgelerindeki KOBİ'ler yurt dışı ofis mağaza yardımı, eğitim yardımı

ve çevre maliyetlerini destekleme yardımlarında diğer bölgelerde kurulu bulunan KOBİ'ler yararlanamaz iken yararlanmaktadırlar.

**Tablo-3.27:** Ortalama İhracat Deneyimlerine Göre Ortalama Bilgi Endeksleri

Ortalama Bilgi Endeksi	Ortalama İhracat Deneyimi
0	0,01
0,1	0,30
0,2	0,32
0,3	0,27
0,4	0,10
0,5	0,29
0,6	0,00
0,7	0,03
0,8	0,04
0,9	0,10
1	0,27

Ortalama ihracat deneyiminin 0.1 olduğu durumlarda ortalama bilgi endeksi sıfır düzeyindedir. Ortalama bilgi endeksinin 1 olduğu durumda da ortalama ihracat deneyimi 0.27 düzeyindedir. Ancak ortalama ihracat deneyimi ile ortalama bilgi endeksi arasında düzenli bir pozitif ilişki olmadığı tabloda görülmektedir.

**Tablo-3.28:** Ortalama İhracat Deneyimlerine Göre Ortalama Bilgi Endeksleri

Ortalama Yararlanma Endeksi	Ortalama İhracat Deneyimi
0	0,15
0,1	0,30
0,2	0,00
0,4	0,39
0,6	0,25
0,8	0,33

Ortalama yararlanma endeksi ile ortalama ihracat deneyimi arasında da düzenli bir ilişki olmadığı tabloda görülmektedir. Ama genelde pozitif bir trendin olduğu söylenebilir. Ortalama ihracat deneyimi arttıkça KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri de ortalama olarak bir artış eğiliminde olmaktadır.

**Tablo-3.29:** Ortalama İhracat Oranlarına Göre Ortalama Bilgi Endeksleri

Ortalama İhracat Oranı	Ortalama Bilgi Endeksi
0	0,43
1	0,10
3	0,35
5	0,48
7	0,30
10	0,55
15	0,97
20	1,00
30	0,34
35	0,40
40	0,33
60	0,20
70	1,00
75	1,00
95	0,10

Ortalama ihracat oranı arttıkça ortalama bilgi endeksi de bir artış trendi içerisinde yer almaktadır. Özellikle %70 ile %75 arasında ortalama ihracat oranına sahip olan KOBİ'lerin ihracat teşvikleri ile ilgili ortalama bilgi düzeyleri mükemmel seviyeye ulaşmaktadır. Yinede ortalama bilgi endeksi ile ortalama ihracat deneyimi arasında çok kuvvetli bir ilişki olduğu söylenemez. Özellikle ortalama %95 ve daha üzeri ihracat yapan KOBİ'lerin ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeyleri son derece düşük düzeylere inmektedir. Bunun nedeni olarak üretimlerinin çok yüksek seviyelerde yurt dışına satan firmaların yurt dışı Pazar yapılarını kuvvetlendiklerini sıkı ilişkiler kurmaları nedeni ile bu teşvikleri önemsemedikleri söylenebilir. İhracat teşviklerinin son firmaların tabiri yerinde ise balık tutmayı öğrettiği düşünülürse bunun anlamlı olduğu bile söylenebilir.

Ortalama ihracat oranı ile ortalama yararlanma endeksi arasında ortalama bilgi endeksine benzer bir yapıya sahip olduğu aşağıdaki tabloda görülmektedir. Düşük bir ihracat oranına sahip olan KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanamadığı görülmektedir. Bu firmaların zayıf yapıları neticesinde bunun olması doğal karşılanabilir. Ortalama bilgi endeksine ait tablodaki bilgilerde zaten bu verileri doğrular nitelikte. Yüksek ihracat oranına sahip olan firmalar içinde aynı olay söz

konusu. Yüksek ihracat oranlarında ihracat teşviklerini kullandıkları ve “balık tutmayı” öğrendikleri varsayılabilir.

**Tablo-3.30:** Ortalama İhracat Oranlarına Göre Ortalama Yararlanma Endeksleri

Ortalama İhracat Oranı	Ortalama Yararlanma Endeksi
0	0,00
1	0,00
3	0,05
5	0,02
7	0,00
10	0,20
15	0,20
20	0,00
30	0,08
35	0,00
40	0,00
60	0,00
70	0,60
75	0,70
95	0,00

**Tablo-3.31:** Sektörlere Göre Ortalama Bilgi Endeksleri

sektör	Ortalama Bilgi Endeksi
0	0,65
1	0,30
2	0,65
3	0,42

Kütahya'daki KOBİ'lerin faaliyette buldukları sektörler itibari ile ortalama bilgi endekslerine bakıldığında çini, seramik, taş ve toprakla ilgili ve süs eşyaları alanlarında üretim yapan işletmelerin ortalama bilgi düzeyleri düşük bir seviyededir. Bu oran yukarıda saydığımız alanlarda üretimde bulunan KOBİ'lerin gelenekçi bir yapıda çevrelerindeki değişmelere ve gelişmelere yabancı kaldıklarını göstermektedir. Petrol

ürünleri demir çelik gibi alanlarda faaliyette bulunan firmaların hammadde kaynaklarına uzak olmaları rekabete zayıf bir şekilde üretimde buldukları varsayılırsa bu firmaların bu dezavantajlarında kurtulmak için çevrelerindeki fırsatları çok iyi bir şekilde takip ettikleri de tablo 3.31’de görülebilmektedir.

**Tablo-3.32:** Sektörlere Göre İhracat Teşvikleri Ortalama Bilgi Endeksleri

İhracat Teşvikleri	Sektör	Ortalama Bilgi Endeksleri
Ar-Ge Yardımları	Demir Çelik	0,83
	Petrol Ürünleri	0,67
	Tarım ve Tekstil	0,91
	Seramik ve Çinicilik	0,76
Çevre Koruma Yardımları	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,11
	Tarım ve Tekstil	0,55
	Seramik ve Çinicilik	0,29
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,56
	Tarım ve Tekstil	0,91
	Seramik ve Çinicilik	0,59
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,56
	Tarım ve Tekstil	0,64
	Seramik ve Çinicilik	0,62
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,22
	Tarım ve Tekstil	0,73
	Seramik ve Çinicilik	0,35
Eğitim Yardımı	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,11
	Tarım ve Tekstil	0,55
	Seramik ve Çinicilik	0,26
İstihdam Yardımı	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,33
	Tarım ve Tekstil	0,55
	Seramik ve Çinicilik	0,32
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı	Demir Çelik	0,50
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,55
	Seramik ve Çinicilik	0,18
Patent ve Faydalı Model Yardımı	Demir Çelik	0,50
	Petrol Ürünleri	0,22
	Tarım ve Tekstil	0,55
	Seramik ve Çinicilik	0,38
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Demir Çelik	0,67
	Petrol Ürünleri	0,22
	Tarım ve Tekstil	0,64
	Seramik ve Çinicilik	0,41

Çinicilik, seramik ve süs eşyası faaliyet kollarını oluşturan üç numaralı grubu oluşturan KOBİ'ler eğitim, patent ve faydalı model, eğitim, istihdam ve yurt dışı ofis ve mağaza teşvikleri ile ilgili ortalama bilgi endeksleri göreceli olarak düşük seviyededir. Ar-Ge teşviki ile ilgili ortalama bilgi endeksleri yüksek olsa da diğer sektördeki firmalardan aşağı bir seviyededir. Bütün bu ortalama bilgi endeks rakamları Kütahya'daki çinicilik, seramik ve süs eşyaları alanında faaliyet gösteren KOBİ'lerin yenilikçi, dinamik bir yapıda olmadıklarını göstermektedir. Bu alanda faaliyet gösteren KOBİ'lerin örgütlenerek yurt dışı ofis mağaza açmaları uluslararası piyasalarda çok değerli olan el sanatları ürünlerini direkt olarak yurt dışı piyasalara sokmaları ve yüksek kazanç sağlamaları son derece olasıdır.

**Tablo-3.33:** Sektörlere Göre Ortalama Yararlanma Endeksleri

Sektör	Ortalama Yararlanma Endeksleri
Demir Çelik	0,05
Petrol Ürünleri	0,00
Tarım ve Tekstil	0,20
Seramik ve Çinicilik	0,04
Genel Toplam	0,07

Düşük bir ortalama bilgi endeksine sahip çinicilik, seramik süs eşyası ve toprak ürünleri alanında faaliyet gösteren KOBİ'lerin yararlanma endeksleri de sıfıra yakın bir seviyededir. Tarım, orman ürünleri ve tekstil alanında faaliyette bulunan KOBİ'lerin ise son derece yüksek bir yararlanma endeksine sahip olduğu tablo 3.33'de görülmektedir.

Sektörler ile bilgi endeksinin ayrıntılı olarak gösterildiği tablo 3.33'deki durum yararlanma endeksinde de aynı bir şekilde ortaya çıkmaktadır. İki numaralı sektörde faaliyette bulunan firmalar ortalama olarak bütün ihracat teşviklerinden yararlanmalarına rağmen diğer sektörlerdeki firmalar ise ağırlıklı olarak sıfır yararlanma endeksine sahiptirler.

KOBİ'lerin çalışan başına elde ettikleri ciro arttıkça bu KOBİ'lerin ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi endeks oranları artmaktadır. Kuvvetli bir ilişki olmasa da

aralarında pozitif bir eğilim olduğu söylenebilir. Ortalama bilgi endeksi 0.5 ve daha fazla olan firmaların ortalama verimlilikleri 37,23'tür. Ortalama bilgi endeksi 0.5 ve altı olan firmaların ortalama verimlilikleri ise 27.38'dir.

**Tablo-3.34:** Sektörlere Göre İhracat Teşvikleri Ortalama Yararlanma Endeksleri

İhracat Teşvikleri	Sektör	Ortalama Yararlanma Endeksleri
Ar-Ge Yardımları	Demir Çelik	0,17
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,27
	Seramik ve Çinicilik	0,09
Çevre Koruma Yardımları	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,18
	Seramik ve Çinicilik	0,00
Yurt İçi ve Yurt Dışı Fuarlara İlişkin Yardımlar	Demir Çelik	0,33
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,36
	Seramik ve Çinicilik	0,09
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,27
	Seramik ve Çinicilik	0,09
Yurt Dışı Ofis Mağaza Yardımı	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,18
	Seramik ve Çinicilik	0,00
Eğitim Yardımı	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,18
	Seramik ve Çinicilik	0,03
İstihdam Yardımı	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,09
	Seramik ve Çinicilik	0,00
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,09
	Seramik ve Çinicilik	0,00
Patent ve Faydalı Model Yardımı	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,18
	Seramik ve Çinicilik	0,09
Marka ve Türk Malı İmajı Yardımı	Demir Çelik	0,00
	Petrol Ürünleri	0,00
	Tarım ve Tekstil	0,18
	Seramik ve Çinicilik	0,06



**Tablo-3.35:** Ortalama Verime Göre Bilgi Endeksleri

Bilgi endeksleri	Ortalama verim
0	21,70978758
0,1	27,17742081
0,2	18,63814095
0,3	18,18792423
0,4	51,1781339
0,5	23,9067928
0,6	14,66498316
0,7	23,15818511
0,8	42,51190476
0,9	20,32738095
1	98,781954
Genel Toplam	39,64035381

Ortalama verim ile ortama yararlanma endeksi dağılımlarının gösterildiği tablo 3.36'da da düzgün bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. ortalama yararlanma endeksinin düzgün bir artış şeklinde gitmesine karşılık ortalama verim bir yükselip bir alçalan seyir izlemektedir.

**Tablo-3.36:** Ortalama Verime Göre Yararlanma Endeksleri

Yararlanma Endeksleri	Ortalama verim
0	21,78
0,1	101,53
0,2	3,94
0,4	227,43
0,6	22,96
0,8	173,12
Genel Toplam	39,64

KOBİ'lerin vizyonları ile ortalama bilgi endekslerini gösteren tablo 3.37'de de görüldüğü üzere KOBİ'lerin dış ticarete ilişkin ortalama vizyon endeks değerleri arttıkça ihracat teşvikleri ile ilgili ortalama bilgi endeks değerleri de artmaktadır. Bu aradaki ilişkinin gücü aşağıdaki grafikte çok rahat anlaşılabilir. Sıfırdan başlayan ortalama bilgi endeksi eğrisi bir doğru şeklinde bire kadar artmaktadır. Sıfır rakamı ihracat teşviklerinden KOBİ'lerin hiç haberi olmadığını, bir ise tam haberdar oldukları

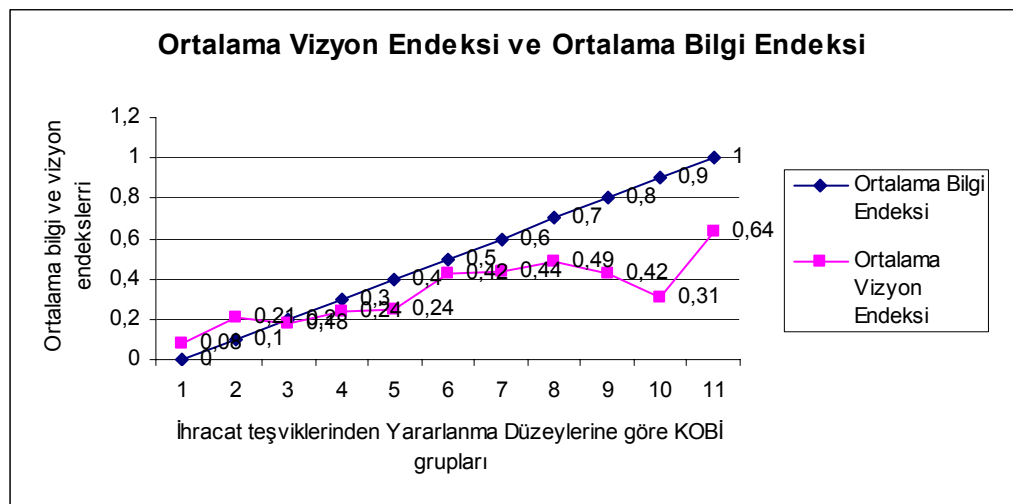
durumu göstermektedir. Sıfırdan başlayarak bire kadar onbir grup söz konusudur. Bu gruplar KOBİ'lerin ortalama bilgi sınıflamasına göre yapılmıştır. Her bir gruba karşılık gelen ortalama vizyon endeksleri de grafikte gösterilmiştir.

**Tablo-3.37:** Ortalama Vizyon Endeksine Göre Bilgi Endeksleri

Ortalama Bilgi Endeksi	Ortalama Vizyon Endeksi
0	0,08
0,1	0,21
0,2	0,18
0,3	0,24
0,4	0,24
0,5	0,42
0,6	0,44
0,7	0,49
0,8	0,42
0,9	0,31
1	0,64

Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi korelasyon katsayısı ile ölçüldüğünde Excel yardımı ile yapılan hesaplamada 0,853677 gibi yüksek kabul edilecek bir rakam karşımıza çıkacaktır. Bu rakamda bize grafikte ve tabloda gördüğümüz ilişkinin ne denli kuvvetli olduğunun bir nevi ispatı olmaktadır.

**Grafik-3.1 :** Ortalama Vizyon Endeksine Göre Bilgi Endeksleri



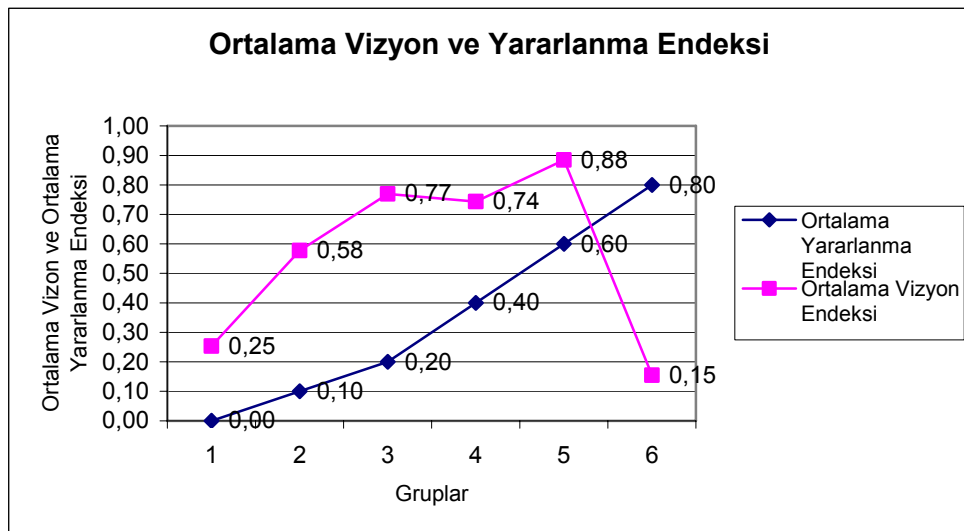
Bu kuvvetli görülen ilişki dış etkenler ve çalışmalar ile tesir edilecek bir değişkende ortaya çıkması bu KOBİ'ler üzerine uygulanacak politikaların KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden haberdar olmasını sağlayacak değişikliklere yol açacağı açıktır.

**Tablo-3.38:** Ortalama Vizyon Endeksine Göre Yararlanma Endeksleri

Ortalama Yararlanma Endeksi	Ortalama Vizyon Endeksi
0,00	0,25
0,10	0,58
0,20	0,77
0,40	0,74
0,60	0,88
0,80	0,15

Ortalama yararlanma endeksi rakamlarına batığımızda ortalama yararlanma endeksi ile ortalama vizyon endeksi arasında kuvvetli bir ilişki olduğu görülüyor. Sadece son gruptaki 0,8'lik ortalama yararlanma endeksine karşılık gelen 0,15'lik ortalama vizyon endeksi hariç. Bu noktada bir kırılma olmaktadır. Bu kırılma noktasında KOBİ'lerin uzmanlaşmaları sonucu kendilerini yeterli görmeleri nedeni ile ihracat teşviklerini önemsememeleri gösterilebilir.

**Grafik-3.2:** Ortalama Vizyon Endeksine Göre Yararlanma Endeksleri



Bu kırılma noktasını gözardı edilecek olursa karşımıza 0,848649 gibi bir korelasyon çıkacaktır. Yine bu korelasyon katsayısı iki değişken arasındaki ilişkinin çok kuvvetli olduğunu söyleyecektir. Sonuçta dış ticarete dönük vizyonlarını iyileştirmek için çaba harcanacak KOBİ'ler ihracat teşviklerinden en az yararlanan KOBİ'ler olacağı için bu denli yüksek seviyelerde ihracat teşviklerinden yararlanan KOBİ gurubunu göz ardı ederek korelasyon katsayısının hesaplanması yadırganmaması gereken bir işlemdir.

Buraya kadar yapılan işlemler modele ilişkin değişkenlerin tanımlanması ve anket formları neticesinde elde edilen verilerin dökümünü içermektedir. Bu noktadan sonra yapılacak işlem ise bütün bu verileri geliştirdiğimiz modelde analiz edilmesidir

### **3.4. BULGULAR**

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerine ilişkin çoklu regresyon modelleri E-Views 5.0 programında analiz edilmiştir. Bulgular aşağıdaki tablolarda özetlenmiştir. Tablolarda anlamsız çıkan değişkenler raporlanmamıştır. Firma sahibinin eğitim durumu , sektör, kuruluş yeri ve firma tipi değişkenleri SAS 9,0 programı yardımı ile alt dallarına açılarak doğrusallık ilişkilerinin sürüp sürmediği ve değişkenin alt dalları arasında bu ilişkinin ne düzeyde olduğunu ölçmek için yapılmıştır.

KOBİ'lerin ihracat teşvikleri bilgi düzeyine ilişkin ilk modelimizin KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeyleri bağımlı değişkeninde meydana gelen değişimi açıklama gücü 0.62'dir. Yani bilgi düzeylerinde meydana gelen değişimin % 62'si bu model yardımı ile açıklanabilmektedir. Modelin genel anlamlılığını gösteren F istatistiğinin prob değeri son derece yüksek bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. F istatistiğinin 9 oranında olması modelin oldukça anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki alt dallı değişkenlere bakıldığında doğrusal ilişkinin değişkenin alt dallarının hepsinde sürmediği ve alt dal değişkenlerinin sadece bir tanesinin anlamlı çıktığı görülmektedir.

**Tablo-3.39:** KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Bilgi Düzeyleri Modelinin Sonucu

Değişkenler	Katsayı	Standart Sapma	P- Değeri
Sabit Terim	0.569314	0.184851	<b>0.0034</b>
Lise	0.220821	0.100685	<b>0.0332</b>
Üniversite	0.032624	0.098154	0.7410
Gıda	-0.081940	0.115855	0.4828
Çini	-0.176220	0.101330	<b>0.0884</b>
Makine	-0.167402	0.122053	0.1766
Organize ve Küçük Sanayi Dışındaki İşletme Kuruluş Yeri	-0.129965	0.077998	<b>0.1022</b>
Küçük Sanayi	-0.234423	0.084422	<b>0.0078</b>
Limited	-0.199312	0.125266	0.1181
Anonim	-0.374050	0.136502	<b>0.0086</b>
Verimlilik	0.000662	0.000359	<b>0.0712</b>
Vizyon Endeksi	0.879583	0.132038	<b>0.0001</b>
R2	0.688563		
Düzeltilmiş R2	0.617192		
F- İstatistik	9.647653		0.0000
N	60		

Analiz sonucunda ortaya çıkan sabit katsayı 0.57'dir. katsayının bu kadar yüksek çıkması değişkenlerin alt dalara ayrılması sırasında değişkenin alt dallarında en az gözlenen alt dalın tabana atılmasından kaynaklanmaktadır.

Eğitim değişkeninde ilk ve ortaokul alt dalları tabana atılmıştır. KOBİ sahiplerinin eğitim durumuna ilişkin değişkenin alt dalları durumundaki LİSE değişkeni

%5'te anlamlı iken Üniversite değişkeni anlamsızdır. Firma sahiplerinin eğitim durumlarının lise yönünde %1'lik bir artış KOBİ'lerin ihracat teşvikleri bilgi düzeylerinde 0,22'lik bir artış yaratacaktır. Lise değişkeninin KOBİ'lerin ihracat teşvikleri bilgi düzeyleri ile böylesine doğrusal bir ilişki içerisinde olması ve Üniversite değişkeninin anlamsız çıkmasının nedeni olarak Lise mezunu girişimcilerin ticaret hayatına daha erken atılmaları gösterilebilir. Daha erken ticaret hayatına atılan KOBİ sahipleri kendilerini her fırsatı değerlendirecek bilgi düzeyini yakalamak ve piyasa şartlarında en iyiyi yapabilmek için kendilerini hazırladıkları söylenebilir. Birde lise mezunu KOBİ sahipleri piyasanın içinde piştikleri ve bu pişmişliğin etkisi ile kendilerine yarar sağlayacak her fırsatın peşine düştükleri söylenebilir. Ayrıca lise mezunu KOBİ sahipleri ihracat teşviklerinden etkin bir bilgi sahibi olmadıkları ve bu teşviklerden daha büyük kazançlar bekledikleri için değişkenin değeri bu kadar büyük çıkmaktadır. Üniversite mezunu KOBİ sahipleri ihracat teşviklerinden çok büyük yarar beklemedikleri için ihracat teşviklerine ilgisiz oldukları söylenebilir. Uluslar arası literatürdeki çalışmalarda bunu doğrular niteliktedir. İhracat yapmayan firmalar ve ihracat teşviklerini kullanmamış firmalar ihracat teşviklerinden çok fazla yarar bekledikleri için ihracat teşviklerini önemsemişlerdir. Uzmanlaşmış ihracat yapan firmalar ise ihracat teşviklerini önemsemedikleri görülmüştür.

İşletmenin faaliyette bulunduğu sektörlere itibari ile ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerine bakıldığında burada anlamlı çıkan tek değişkenin çini diye kısaca tanımlanan, seramik, hediyelik süs eşyası ve çini alanında faaliyette bulunan işletmeler olduğu görülmektedir. Bu değişken % 10'da anlamlıdır. Bu alanlarda faaliyette bulunan işletmelerin sayısında % 1'lik bir artış olması durumunda Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinde 0,18'lik bir azalma olacaktır. Bu da Kütahya'da faaliyette bulunan KOBİ'lerin büyük bir kısmını oluşturan çini ve benzeri alanlarda faaliyette bulunan KOBİ'lerin geleneksel yapıda üretim yaptıkları kendilerini geliştirecek alanlarla pek ilgilenmediklerini göstermektedir. Bu firmalar dışa açılmayı vizyonlarını geliştirmeyi denemedikleri gibi bunu sağlayacak imkanlara da yabancı kalmaktadırlar. Sadece iç pazara yada aracı firmalara üretim yapmalarından kaynaklanmaktadır. Dünyaca ünlü İznik çinilerinin gölgelerinde kaldıkları açıktır.

İşletmenin kuruluş değişkeninde alt dallar itibari ile doğrusal ve negatif bir ilişki mevcuttur. İlginç bir şekilde organize olmayan kuruluş yerlerinden organize olmuş küçük sanayi sitelerine doğru gidildikçe KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinde bir azalma meydana gelmektedir. Kuruluş yerinin alt dallarında organize olmayan mahallerde kuruluş yerine sahip olan işletmelerin %10'da anlamlı olduğu görülmektedir. Küçük sanayi siteleri ise %1'de anlamlıdır. Organize olmayan yerlerde faaliyette bulunan işletmelerin sayısında % 1'lik bir artış olması durumunda Kütahya da ki firmaların ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeyleri 0,13 azalmaktadır. Firmalar organize olmuş küçük sanayi sitelerine doğru genişledikçe yani küçük sanayi sitelerinde faaliyette bulunan firmaların sayısında %1'lik bir artış meydana geldiğinde Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinde 0.23'lük bir azalma meydana gelmektedir. Organize olmayan yerlerde faaliyette bulunan KOBİ'lerin sayısındaki yüzdesel bir artışın ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinde bir azalma meydana getirmesi doğaldır. Organize olmayan bölgelerde faaliyette bulunan firmaların zaten uygulanan ihracat teşviklerinin yönetmeliğinde de oranlar, alt ve üst limitler yönünden bir avantajı yoktur. Bu bölgelerdeki firmaların bilgilerinin ve ilgilerinin düşük olması normaldir. Fakat küçük sanayi sitelerinde faaliyette bulunan firmaların ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinin düşük olması Kütahya'nın yapısından kaynaklanabilmektedir. Kütahya'nın küçük sanayi sitesinin alt yapısının yetersiz olması, burada faaliyette bulunan firmaların çaplarının son derece düşük olması İhracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerini olumsuz etkilemektedir.

**Tablo3.40: KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Yararlanma Düzeyleri Modelinin Sonucu**

Değişkenler	Katsayı	Standart Sapma	P- Değeri
Sabit Terim	0.091863	0.116545	0.4345
Lise	-0.022988	0.063494	0.7189
Üniversite	-0.071613	0.062671	0.2590
Gıda	0.087208	0.074340	0.2467
Çini	0.002670	0.064799	0.9673
Makine	-0.002441	0.077076	0.9749
Organize ve Küçük Sanayi Dışındaki İşletme Kuruluş Yeri	-0.155548	0.050323	<b>0.0033</b>
Küçük Sanayi	-0.126897	0.053563	<b>0.0220</b>
Limited	-0.000435	0.078971	0.9956
Anonim	-0.026090	0.086634	0.7646
Verimlilik	0.000715	0.000227	<b>0.0028</b>
İhracat Oranı	0.002184	0.000897	<b>0.0187</b>
Vizyon Endeksi	0.178838	0.083483	<b>0.0374</b>
R2	0.546523		
Düzeltilmiş R2	0.430742		
F- İstatistik	4.720308		0.000053
N	60		

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik modelin sonucu yukarıdaki tabloda raporlanmaktadır. Modelin sabit değeri 0.091863 dir. Modelin  $R^2$  değeri 0,55 dir. Düzeltilmiş  $R^2$  0,43'tür. Yani bağımlı değişkenimiz olan KOBİ'lerin İhracat teşviklerinden yararlanma düzeylerine ilişkin endeksteki değişimin 0,43'ü modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Modelin genel anlamlılığını gösteren F-İstatistik Prob değeri 0,000053



gibi iyi bir rakamdır. Bu rakam modelin genel olarak anlamlılığının yüksek olduğunu göstermektedir. F-istatistik değeri 4,72'dir. Bu rakam ise modelin iyi derecede anlamlı olduğunu göstermektedir.

Eğitim değişkeninin alt dallarından hiç biri KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörler modelinde anlamlı değildir. Firmaların faaliyette buldukları sektör değişkeni de bu modelde anlamlı değildir. Yine şirket tipi değişkeni de bu modelde anlamlı değildir. Bu değişkenler Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma endeksindeki değişimi açıklayamamaktadır. Yani Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanmaları bu değişkenlere bağlı değildir. Kütahya'da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen diğer bağımsız değişkenlerdir. Eğer KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri arttırılmak isteniyorsa uygulanacak politikalar diğer değişkenleri etkilemeye yönelik politikalar olmalıdır.

KOBİ'lerin ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeylerini belirleyen faktörler arasında olan bu değişkenlerin yararlanma düzeyleri üzerinde anlamlı bir etki meydana getirmemelerinin neden bilginin nasıl uygulamaya geçirileceğinin bilinmemesinden kaynaklanmaktadır. Bilgi düzeyleri ile ilgili modelde lise mezunu KOBİ sahiplerinin ihracat teşvikleri üzerinde olumlu ve anlamlı bir etki meydana getirmesine rağmen ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri üzerinde anlamsız bir etki meydana getirmemesinin en büyük nedeni olarak bu gösterilebilir. Lise eğitimindeki KOBİ sahiplerinin ihracat teşvikleri ile ilgili bilgilerinin nitelikli bilgi olmadığı da , yararlanma düzeyleri modelinde ki bu sonuçta açıkça görülmektedir.

İhracat oranı değişkeni KOBİ'lerin ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeylerini anlamlı bir şekilde etkileyen faktörler arasında olmamasına rağmen ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri ile ilgili modelde %5'te anlamlı bir sonuç vermektedir. Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat oranlarında meydana gelecek %1'lik bir artış Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini 0,002 oranında arttırmaktadır. KOBİ'ler ihracat yapmaya başladıkça kendilerine ihracat yapmalarından ötürü ekstra yarar getirecek faaliyetlerin peşine düşmektedirler. İhracat

yaparken karşılaştıkları güçlükleri aşmada devletin sağladığı imkanları araştırmaktadırlar. Bunun çok düşük bir oranda yararlanma endeksini arttırmasının nedeni olarak firmaların yüksek oranlarda ihracat yaptıklarında ihracat teşviklerinden yararlanmayı arzulamamaktadırlar, ihracat teşviklerini artık bu noktada önemsememektedirler. Literatürdeki çalışmalarda bunu doğrulamaktadır. İhracatta uzmanlaşmış firmalar ihracat teşviklerinden daha azalan oranlarda yararlanmaktadırlar. Zaten ihracat teşviklerinin amacı firmaların ihracat kabiliyetlerini arttırmaktır. Yüksek oranlarda ihracat kabiliyeti kazanan firmalar zaten ihracat teşviklerine gereksinim duymamaktadırlar. Ayrıca Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanmak için ihracat yapıyor olmak gerektiği gibi yanlış bir düşünce içinde olmaları bu değişkenin yararlanma endeksini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ile ilgili modelde anlamlı çıkmasını sağlamıştır.

Verimlilik değişkeni %1'de anlamlıdır. KOBİ'lerin verimliliklerinde meydana gelecek %1'lik bir artış Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma endekslerini 0,002 gibi düşük bir oranda arttırmaktadır. Verimliliğin bu kadar düşük bir oranda firmaların ihracat teşviklerinden yararlanma endeksini arttırmasının nedeni olarak KOBİ'lerin belirli bir üretim düzeyini kıramamaları ve girişimci ruhunun tam gelişmemesi olarak gösterilebilir. Yani Kütahya da ki KOBİ sahiplerinin elde ettikleri kazancı yeterli görmeleri ve elde ettikleri verimin artışına bağlı olarak bir doyunluk içerisine girmeleridir.

Vizyon endeksi, KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlendiği modelde en büyük etkiye sahip değişkendir. Vizyon endeksi değişkeni, %5'te anlamlıdır. Kütahya da ki KOBİ'lerin vizyon endeksinde meydana gelecek %1'lik bir değişme Kütahya da ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma endekslerini 0,18 gibi yüksek bir oranda arttırmaktadır. Diğer bir deyişle Kütahya da ki KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonlarının gelişmesi ile ihracat teşviklerinden yararlanma oranları da artmaktadır. Vizyon endeksini oluşturan alt değişkenleri etkileyecek faktörlerin oluşması ile KOBİ'ler ihracat teşviklerinden yararlanmayı isteyecekler ve ihracat teşviklerinin yardımı ile ihracat kabiliyeti kazanabileceklerdir.

Her iki analizde de ortaya çıkan sonuçlar göstermektedir ki Kütahya'daki KOBİ'leri ihracat özendirerek olan ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeylerini etkilemek ve bu bilginin işe yarar bilgi haline dönüşmesini yani ihracat teşviklerinden yararlanmalarını sağlamak için bu KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyon endekslerini düzeltici faaliyetlere başvurulmalıdır.

### **3.5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ**

Türkiye Cumhuriyetinin 1980'li yıllardan başlayarak günümüze kadar gelen sürede dışa dönük sanayileşme çabaları sonucu ortaya çıkan ve önemli bir dış ticaret politikası aracı olan ihracat teşvikleri, Türkiye'nin onaylamış olduğu uluslararası antlaşmalar sonucunda günümüzdeki dolaylı yardımlar haline gelmiştir.

KOBİ'lerin dış pazarlara açılmasını teşvik etmek için uygulamaya konulan ihracat teşvikleri, KOBİ'lerin eskimiş yapılarına çok yabancı kalmaktadır. KOBİ'leri ihracat yapmaya özendirerek olan ihracat teşvikleri KOBİ'ler tarafından etkin bir şekilde kullanılmamaktadır. Bu aşamada KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanmalarını etkileyen faktörlerin tespiti KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerinin artırılması için yapılacak çalışmalara önemli bir zemin oluşturacaktır.

Yapılan analiz sonucunda KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin tespitinde kullanılan bağımsız değişkenlerin pek çoğu anlamsız kalmaktadır. Çok büyük derecede anlamlı çıkan tek değişken KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonları olduğu ortaya çıkmıştır. Dış ticarete yönelik vizyon endeksi değişkeni ile KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi ve yararlanma düzeyleri arasında pozitif doğrusal bir ilişki olduğu analiz sonucunda ortaya çıkmıştır.

Bu sonuç gösteriyor ki KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini yükseltmek için yapılacak çalışmaların ana hedefi KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonlarına yönelik olmalıdır.

Kütahya gibi sanayisinde ağırlıklı olarak fazla kendini geliştirememiş KOBİ'lerin bulunduğu Anadolu illerinde KOBİ'lere yol gösterecek, dış ticaret konusunda eğitim verecek KOBİ'lerin dış ticaret vizyonlarının önemli parçaları olan dış pazarlar hakkında, yurt dışı fuarlar hakkında, elektronik ticaret konusunda, dış ticaret ile ilgili kurumlar hakkında, yurt dışı fuarlar hakkında KOBİ'leri bilgilendirecek nitelikli eğitimcilerin olduğu kuruluşların faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.

Fakat bahsi geçen bölgelerde gereken nitelikli elemanın bulunmaması ve özel sektörün bu tip faaliyetlerde gereken kar marjını görememesinden ötürü bu tip danışmanlık firmaları oluşmamaktadır.

Anketlerin yapılması sırasında ihracat yapmayan firmaların yöneticileri veya sahipleri ile neden ihracat yapmadıklarına dair karşılıklı konuşmalar neticesinde Kütahya Merkez ilçedeki KOBİ'lerin kendilerini ihracat yapabilecek düzeyde görmedikleri gözlenmiştir. Orta büyüklükte olan firmalar da bile kendilerine olan güven eksiliği gözlemlenmiştir.

Kütahya Merkez İlçede ihracat teşviklerine ilişkin bilgisi olan firmaların önemli bir kısmı bilgi sahibi oldukları ihracat teşviklerini çevrelerinden kulaktan dolma bilgiler ile edindiğini beyan etmiştir.

Bütün bu veriler ve gözlemler neticesinde, KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini arttırmak ve dolayısı ile ihracat kabiliyeti kazandırmak için Üniversite bünyesinde bir dış ticaret danışmanlık firması kurulmalıdır.

Üniversite bünyesinde olan iktisadi ve idari bilimler fakültesinin işletme ve iktisat bölümlerinde dış ticaret ve teşvikler konusunda gereken kalifiyeli elemanların varlığı bu danışmanlık firmasının Kütahya'daki KOBİ'lere dış ticaret, dış pazar

araştırması, dış fuarlara katılımlar ile ulusal ve uluslar arası imkanlardan, (teşviklerden) faydalanılması konularında danışmanlık hizmeti verebilir. Enformatik bölümü web sayfası kuruluşu ve elektronik ticaret hakkında teknik danışmanlık hizmeti verebilir. Mühendislik fakültesi firmaların üreteceği ürünlerin test ve analizlerini yapabilir. Sosyal bilimler ve Fen bilimleri Enstitüleri KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu konularda lisans üstü öğrencilerine tezler hazırlatabilir. Bu sayede devletin bir ile yapmış olduğu en büyük yatırım olan Üniversite sadece öğrenci öğretimi ile kısıtlı kalmış olmaz ve ilin ekonomisinin gelişmesine önemli bir katkı sağlamış olur.

Tabi ki bunun yapılabilmesi için bazı teknik sorunlar ortaya çıkacaktır. Örneğin bunlardan biri maliyet unsurudur. Diğer sorunlarda örgütlenme biçimi ve Kütahya'daki KOBİ'lerde bu yönde bir talep isteğidir.

Maliyet unsuru KOBİ'lerin Üniversitenin danışmanlık merkezinin çalışmaları neticesinde yapmış olduğu ihracat bedelinin belli bir yüzdesi örneğin yüzde beş gibi bir oranı merkezin hesabına yatırması ile giderilebilir. Örgütlenme biçimi de KOBİ'lerin birleşerek bir dış ticaret şirketi kurması ve üniversite dış ticaret danışmanlık firmasının bu şirketin yönetiminde olması ile çözülebileceği gibi müstakil olarak üniversite bünyesinde kurulacak olan dış ticaret danışmanlık merkezine karşılıklı sözleşmeler neticesinde KOBİ'lerin bireysel olarak başvurması ile aşılabılır. KOBİ'lerde bu yönde talebin oluşması ise asıl olan sorundur. Bu sorunu da ticaret ve sanayi odaları ile karşılıklı olarak yapılacak olan görüşmeler neticesinde seminerler, bilgilendirme kursları yolu ile aşılabilecektir. Başarılı olunan birkaç örnekten sonra zaten diğer KOBİ'lerde de karşı konulmaz bir istek uyanacaktır.

**EKLER**

1) Ankete şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir  
Şirketin sahibi  Şirketin yöneticisi  Diğer (belirtiniz)  .....

2) Şirket sahibinin / yöneticisinin eğitim durumu nedir  
İlkokul  Ortaokul  Lise  Üniversite

3) Şirketinizin tipi nedir  
Adi Şirket  Limited  Komandit  Kolektif  Anonim

4) Şirketinizin kuruluş yeri neresidir  
Şehir Merkezi  Küçük Sanayi Sitesi  Organize Sanayi Sitesi  Diğer

5) Şu an çalıştığınız işle kaç yıldır uğraşıyorsunuz  
..... yıl

#### 6) Firmanız ihracat yapıyor mu

Evet  Hayır

7) Bir önceki soruya cevabınız evet ise kaç yıldır ihracat yapıyorsunuz  
..... yıl

8) Üretiminizin yüzde kaçını yurt dışına satıyorsunuz  
..... %

9) Altıncı soruya cevabınız hayır ise ihracat yapmayı planlıyor musunuz  
Evet  Hayır

10) Şirketinizin faaliyette bulunduğu ana sektör kolu aşağıdakilerden hangisidir

- Hediyelik ve süs eşyası   
Çini ve Seramik Ürünleri   
Tarım Ürünleri  Tekstil   
Makine aksam ve parçaları   
Orman ürünleri  Gıda   
Petrol ürünleri   
Taş ve maden ürünleri   
Demir ve Çelik Ürünleri   
Mütaahitlik hizmetleri   
Diğer (belirtiniz)  .....

10) Şirketinizin yıllık cirosu ne kadardır  
..... TL

11) Şirketinizin geçen dönemdeki vergi matrahı ne kadardır.  
..... TL

12) Şirketinizde çalışan sayısı ne kadardır  
..... Kişi

13) Şirketiniz aşağıdaki ürün tiplerinden hangisini üretmektedir.

Hammadde  Ara ürün  Nihai Ürün  Hepsi

14) Şirketinizin durumuna uygun olan alanı işaretleyiniz

	Hayır	Evet
Şirketinizde pazarlama bölümü var mı		
Şirketinizde Dış Ticaret Konusunda gerekli bilgi ve deneyime sahip elamanınız var mı		
Şirket yönetiminde profesyonel yönetici kullanıyor musunuz		
Danışmanlık firmalarından danışmanlık hizmeti alıyor musunuz		
İGEME'nin dış ticarete yönelik herhangi bir hizmetinden faydalandınız mı		
KOSGEB'in dış ticarete yönelik herhangi bir hizmetinden faydalandınız mı		
Firmanızın WEB sayfası Var mı		
WEB sayfanızda İngilizce bölümünüz var mı		
Bankaların dış ticarete dönük kurumsal hizmetlerinden faydalananıyor musunuz		
Şirketiniz için biri yada birileri şirketinizin faaliyet alanı ile ilgili herhangi uluslar arası bir fuar veya sergiye katıldı mı (kaç defa .....kez)		
Şirketinizin yurt dışı pazar araştırmasına yönelik faaliyetleri var mı		
Şirketiniz faaliyet alanı ile ilgili uluslar arası kalite ve yeterlilik belgelerine sahip mi		
Şirketiniz adına birisi dış ticarete ilişkin herhangi bir kursa katıldı mı (kaç defa .....kez)		

15) Aşağıdaki İhracat Teşviklerinden hangilerinden haberdarsınız / hangilerini kullanıyorsunuz

İhracat Teşvikleri	Haberim Yok	Haberim Var Kullanmıyorum	Haberim Var Kullanıyorum
Ar-Ge Yardımları			
Çevre Koruma Yardımları			
Uluslararası Nitelikteki İhtisas Fuarlarına İlişkin Yardımlar			
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar			
Yurt Dışı Ofis Mağaza İşletme Ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Yardımlar			
Eğitim Yardımları			
İstihdam Oluşturmaya Yönelik Yardımlar			
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı			
Patent Faydalı Model Belgesi Ve Endüstriyel Tasarım yardımı			
Marka Tanıtım Ve Türk Mali İmajı yardımı			

16) Yukarıda işaret ettiğiniz ihracat teşviklerinden nasıl haberdar oldunuz

Çevremden  Kurslardan  Eğitimim ile  Kamu kuruluşları ile   
Diğer (belirtiniz)  .....

## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

Ankara Ticaret Odası, Türkiye’de Uygulanan Teşvik Politikaları, Ankara, Haziran 2000

APPLEYARD R. Dennis, FIELD J. Alfred, International economy trade theory and policy, second edition, IRWIN, USA, 2000

Arif Şahin İGEME, İhracat Mevzuatı, Ankara, Şubat 2002

Atilla Bağrıaçık, Suat Yavuz, Belgelerle Uygulamalı İhracat Teşvikleri ve Destekleri, İstanbul, Bilim Teknik Yayınevi, 1998

Bilgiç Mete, KOSGEB, Kobilere Yönelik Finansal Destekler Ve Yardımlar, Ağustos 2002

Dilek Koç, İGEME, Pratik Bilgiler Yaş Meyve Ve Sebze Sektörü, Ankara İGEME, Şubat 2003

Erdinç Telatar. Ekonomik Gelişme Teşvikler ve Sivas, Türkiye Ekonomi Kurumu

Ersan BOCUTOĞLU, ve diğerleri, İktisada giriş, Trabzon , Akademi yayınevi

Gülsevin ONUR, İGEME, Dış Pazar Araştırması Nasıl Yapılır, Ankara, Şubat 2004

Halil Seyidoğlu, Uluslar arası iktisat teori politika ve uygulama, 14. baskı, İstanbul, Güzem yayınları, 2001.

İGEME, İhracat Pazar Araştırması Desteği, Pazar Araştırması Projelerinin Hazırlanma Şekil Ve Esaslarına İlişkin Rehber, Ankara, Haziran 2004



İhracatı Geliştirme Merkezi, İhracata yönelik devlet yardımları, Ankara, 2002

KAF(Konrad Adenauer Foundation), Standardization Quality Control and Quality Assurance Systems for SME's. Ankara, KAF. 2001

KOSGEB, KOBİ Ekonomisi (KOBİ'ler Ve Bankacılık), Ankara, Ekonomik Ve Stratejik Araştırmalar Merkez Müdürlüğü, KOSGEB, Ocak 2004

KOSGEB, KOBİ Ekonomisi (Tarihi Gelişimi), Ankara,Ekonomik ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Aralık 2003

Mehmet Yiğit, İhracat ve İhracat Teşviklerinin Ekonomik Analizi, Üniversite Kitabevi, Kütahya, 1996

Meltem Dura, İstanbul Ticaret Odası (İTO), İhracat Yönelik Destekler, İstanbul, İTO yayınları, yayın no:2004-33

Meral Sayın, Mustafa Akan Fazlıoğlu, Avrupa Birliğinde KOBİ Destekleme Programları Ve Diğer Teşvik Araçları , Ankara, KOSGEB Avrupa Bilgi Merkezi, Ocak 1997

Meredith, g. Geoffrey. Finacial management of the small enterprise. New york: mcgraw-hill book company. 1986

Musa Demir, İhracat Ve İhracat Teşvikleri, Ankara, Detay Yayıncılık, Ocak 2003

Mustafa Duran, Türkiye'de Uygulanan Yatırım Teşvik Politikaları 1968-1978, Ankara, Hazine Müsteşarlığı, 1998

Mustafa Özkarabüber, Avrupa Birliği ve Türkiye'de Devlet Yardımları, Ankara, Rekabet Kurumu

Mualla Bilgin, Şebnem Kaskınacı, İhracat El Kitabı, İstanbul, İTO yayın no 2002-24,  
Ağustos 2002

Osman Barboros, Bir Dış Ticaret Politikası Aracı İhracat Teşvikleri Teori ve Uygulama,  
Bursa, Alfa yayınevi, 2003

R. Paul Krugman, İnternational economics, 6. baskı, Boston, Addison wesley 2003  
Rıdvan Karluk, Uluslararası Ekonomi, 3. Baskı , İstanbul, Bilim Teknik yayınevi,1991

Tahir Akgemci, Kobi'lerin Temel Sorunları Ve Sağlanan Destekler, Kosgeb,Haziran  
2001

Vural Savaş, İktisat politikasına Giriş, 2. Baskı, İstanbul, Ar yayın, 1982

Vural Savaş, Politik İktisat, İstanbul, Beta., 1986

UZAY Nisfet ihracatı teşvik politikalarının Etkinliği : kayseri imalat sanayi örneği,  
Kayseri Ağustos 2002

## **MAKALELER**

Akkuzugil Yüksel, Demir Musa, “İhracata yönelik devlet yardımlarının analizi ve  
değerlendirmesi”, DTM Dış Ticaret Dergisi, yıl.8 sayı27, Ankara,Ocak 2003

Cevdet Baykal, “Cumhuriyetin 75. yılında DTM'nin KOBİ'lere bakışı, ihracatta  
sektörel dış ticaret şirketi modeli ve devlet yardımları”, DTM Dış Ticaret Dergisi,  
Özel sayı, Ankara, Ekim 1998

ÇİLOĞLU İsmail, “Teşvik Politikalarının Yönlendirme Gücü”, Hazine Dergisi, Sayı 13, Ankara, Ocak 2000

ÇİLOĞLU İsmail, “Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi”, Hazine Dergisi, Sayı 8, Ankara, Ekim 1997

DİLİK Bedri, DURAN Mustafa, “Türkiye’de Uygulanan KOBİ Teşvik Politikası ve Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi”, Hazine Dergisi, Ankara, Nisan 1998

İbrahim Kuzu, “İhracatı Arttırmak”, Gümrükte Uzman Görüş Dergisi, yıl.2, sayı.2, Ocak 2003, s.101

Kenan Ören, “Avrupa Birliği Ve Türkiye’nin Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (Kobi) Sağladığı Devlet Teşvikleri Ve Kullanım Alanlarının Karşılaştırılması Nevşehir İli’nde Bir Uygulama”, C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 4, Sayı 2, 2003

SARICA İsmail, “Türkiye’de bölgesel gelişme politikaları ve projeleri”, Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi, sayı 1, Antalya, 2001

TÜRKOĞLU Mustafa, “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Bölgesel Kalkınmada KOBİ Temelli Stratejiler”, Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, Cilt 7 Sayı 1, Isparta, 2002

Üzümcü Adem, Doğan Adem, “Türkiye ve Sivas’ta Yatırım Teşvik Belgelerinin Gelişimi”, C.Ü. İ.İ.B.F Dergisi, Doç. Dr. Feramuz Aydoğan Anısına

Mevlûdiye ŞİMŞEK, Resül Yazıcı, "İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz: Bilecik ve Eskişehir Örneği", Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt5, sayı 2, Eskişehir, Aralık 2004.

Mustafa Çolakoğlu, TOBB, KOBİ Rehberi, Ankara, TOBB Genel Yayın No Genel :  
359 - PM : 2 , Nisan 2002.

## **TEBLİGLER VE BİLDİRİLER**

Ertan Oktay, Alptekin Güney, “Türkiye'de kobi' lerin finansman sorunu ve çözüm önerileri”, 21.yüzyılda kobi'ler: sorunlar, fırsatlar ve çözüm önerileri” sempozyumu, 03-04 ocak 2002, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C

Mehmet Erkan, Yusuf Topal,” KOBİ'lerin sermaye piyasası yoluyla finansmanı ve İMKB'deki KOBİ'lerle ilgili ampirik bir çalışma”, I. Orta Anadolu Kongresi, KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, s. 68, 18-21 Ekim 2001

Türkiye'de KOBİ Anlayışının Dünü Bugünü ve Geleceği Paneli, KOSGEB, 19 Eylül 2000, Ankara,

## **RAPORLAR**

DPT, 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı Sanayi Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 2000

DPT, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, Mayıs 2004

DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Esnaf Ve Sanatkarlara Götürülen Hizmetler Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2001

DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT, Ankara, Haziran 2000

DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet Hukuku Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT, Ankara 2000,

Figen Yılmaz, Türkiye’de Küçük Ve Orta Boy İşletmeler, Ankara, İş Bankası İktisadi Araştırmalar ve Planlama Müdürlüğü

#### **KANUNLAR**

Resmi. Gazete, 97/7 sayılı Tebliğ madde 6, 31.07.1997

#### **DIĞER KAYNAKLAR**

İhracata Yönelik Devlet Yardımları”, **Ajans TR Dergisi**, yıl 1,sayı 1, Temmuz 2003

## DİZİN

### A

Ar-Ge Yardımları, 13, 14, 59, 60, 62, 64, 65, 67, 69,  
70, 74, 77, 89

### C

cari işlemler, 2

### Ç

Çevre Koruma Yardımları, 13, 15, 59, 60, 62, 64, 65,  
67, 69, 70, 74, 77, 89

### D

Dış ticaret politikası, 4, 5

### E

Eğitim Yardımları, 13, 18, 89

### İ

İhracat teşvikleri, 2, 6, 8, 9

İktisat politikası, 2

İstihdam Oluşturmaya Yönelik Yardımlar, 13, 18, 89

### K

Kobi, 15, 18, 44, 46, 48, 54, 97, 98

KOBİ, 13, 15, 16, 18, 19, 21, 23, 24, 41, 42, 43, 44,  
45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 40, 41, 43,  
44, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57,  
58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 70, 72,  
73, 75, 76, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88,  
90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98

### M

Marka Tanıtım Ve Türk Malı İmajı, 13, 22, 90

### Ö

Ödemeler dengesi, 2

### P

Patent Faydalı Model Belgesi Ve Endüstriyel  
Tasarım, 13, 21, 90

Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar, 13, 19, 59,  
60, 62, 64, 65, 67, 69, 70, 74, 77, 89

### T

Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı, 13, 23, 90  
Teşvik, 7, 9, 10, 11, 13, 44, 45, 89, 95, 96, 97

### Y

Yurt Dışı Ofis Mağaza İşletme Ve Tanıtım  
Faaliyetlerine İlişkin Yardımlar, 13

Yurt İçi ve Yurt Dışı Uluslar arası Nitelikteki İhtisas  
Fuarlarına İlişkin Yardımlar, 13



