



T.C.  
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**TÜRKİYE’DE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ  
ARAÇLARINDAN FAYDALANAN İŞLETMELER İLE  
FAYDALANMAYAN İŞLETMELER ARASINDAKİ İHRACAT  
PERFORMANSININ KARŞILAŞTIRILMASI: KONYA 'DA İMALAT  
SEKTÖRÜNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

DANIŞMAN  
**Doç.Dr.Murat CANITEZ**

HAZIRLAYAN  
**Gülşah YALÇIN**  
**21200612**

**KONYA-2015**

**TÜRKİYE’DE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ  
ARAÇLARINDAN FAYDALANAN İŞLETMELER İLE  
FAYDALANMAYAN İŞLETMELER ARASINDAKİ İHRACAT  
PERFORMANSININ KARŞILAŞTIRILMASI: KONYA 'DA  
İMALAT SEKTÖRÜNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

Sosyal Bilimler Enstitüsü  
KTO Karatay Üniversitesi

**GÜLŞAH YALÇIN**

Yüksek Lisans

İŞLETME ANA BİLİM DALI  
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ  
KONYA

Ocak -2015

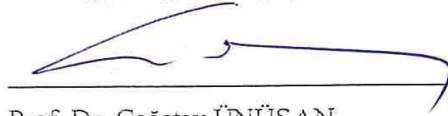
## ONAY SAYFASI

Bu tezin Yüksek Lisans derecesi için gereken tüm koşulları yerine getirdiğini onaylarım.




Doç. Dr. Kamil ALPTEKİN  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Bu tezi okuduğumu ve kapsam ve içerik olarak Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalında bir yüksek lisans tezi olabilecek yeterlikte olduğuna kanaat getirdiğimi onaylıyorum.

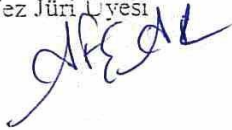


Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN  
Başkan



Doç. Dr. Murat CANITEZ  
Tez Danışmanı

Yrd. Doç. Dr. Bilge AFŞAR  
Tez Jüri Üyesi



## TEZ ETİK KURALLAR UYUM BEYAN SAYFASI

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

---

Gülşah YALÇIN



## ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanması sırasında; Benimle aynı heyecanı yaşayan ve desteğiyle bana her zaman güç veren iş hayatından, akademik eğitimin tüm aşamalarında isabetli yönlendirmeler yaparak destek olan danışman hocam Doç. Dr. Murat CANITEZ' e,

Anket uygulamalarım sırasında Konya Ticaret Odası Dış Ticaret Servisi çalışanlarına, zaman ayırarak anketleri yanıtlayan ihracatçı işletmelere,

Çalışmam esnasında benden her türlü desteğini, sabrını esirgemeyen ve kıymeti hiçbir maddi değerle ölçülemeyen aileme,

Benden tezin tüm aşamalarında desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen ve her zaman yanımda olan dostlarım Özlem YUMRUTAŞ' a, Sertaç ARI' ya, ilgilenen ve yardımını benden esirgemeyen tüm arkadaşlarıma teşekkür ederim.

**Gülşah YALÇIN**

**Konya, 2015**

## ÖZET

TÜRKİYEDE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ  
ARAÇLARINDAN FAYDALANAN İŞLETMELER İLE FAYDALANMAYAN  
İŞLETMELER ARASINDAKİ İHRACAT PERFORMANSLARININ  
KARŞILAŞTIRILMASI: KONYA' DA İMALAT SEKTÖRÜNDE AMPİRİK BİR  
ÇALIŞMA

YALÇIN, Gülşah

Yüksek Lisans, İşletme Bölümü

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Murat CANITEZ

Ocak 2015

İçinde bulunduğumuz zaman dilimi ile dışa açık büyümenin ve küreselleşmenin gereği olarak ihracat gelişmektedir. Gelişmeye bağlı olarak işletmelerinde her geçen gün kendilerini yenilemeleri ve bu gelişime ayak uydurmalarını gerektirmektedir. İhracatı etkileyen birçok faktör vardır ve ihracat teşviklerde bunlardan birisidir. İhracat teşvikleri ülkemiz gibi ihracata dayalı büyüme modelini benimsemiş ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada; Konya'da imalat sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı işletmelerde ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin ihracat performanslarının karşılaştırılması ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi tanımlayan bir model test edilmiştir. Araştırma ile

ihracatçı işletmelerin performansına teşviklerinin etkileri incelenmiş ve sonuç olarak bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İhracat Teşvikleri, Konya'da İmalat Sektörü, Performans

## **ABSTRACT**

THE COMPARISON OF EXPORT PERFORMANCES OF THE COMPANIES IN TURKEY THAT BENEFIT FROM THE EXPORT INCENTIVES AND DEVELOPMENT TOOLS AND THAT DO NOT BENEFIT FROM THESE TOOLS: AN EMPIRICAL STUDY IN THE MANUFACTURING SECTOR IN KONYA

YALÇIN, Gülşah

Master's Degree, Department of Business Administration

Advisor: Assoc. Dr. Murat CANITEZ

January 2015

By force of the time we are in, the outward oriented growth and globalization, the export has been developing. Depending on the development, companies must renew themselves and keep pace with this development. There are many factors affecting the export and export incentives are one of them. Export incentives are indispensable fact for the countries like our country that adopts export-oriented growth model.

In this study; the performances of the export companies operating in the manufacturing sector in Konya that benefit from the export incentives and development tools were compared with the export companies that does benefit from these tools and a model that describes the relationship between export performances was described and tested. With this study, the effects of incentives on the



performance of companies have been analysed and as a result some suggestions have been made.

Keywords: Export Incentives, Manufacturing Sector in Konya, Performance

## İÇİNDEKİLER

ONAY SAYFASI .....	II
TEZ ETİK KURALLAR UYUM BEYAN SAYFASI.....	III
ÖNSÖZ .....	IV
ÖZET.....	V
ABSTRACT.....	VII
İÇİNDEKİLER .....	IX
TABLOLAR LİSTESİ.....	XIII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XVII
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TÜRKİYEDE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ İLE BU AMAÇLARLA KULLANILAN ARAÇLAR

1.1. TEŞVİK KAVRAMI.....	3
1.2. İHRACAT TEŞVİKLERİ .....	4
1.2.1. Araştırma Geliştirme Yardımları .....	7
1.2.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi.....	10
1.2.3.Eğitim ve Danışmanlık Yardımları .....	11
1.2.4.İstihdam Yardımı .....	13
1.2.5.Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği .....	14
1.2.5.1.Pazar Araştırması Projelerinin Desteklenmesi .....	16
1.2.5.2.Pazara Giriş Desteği .....	18
1.2.5.3.Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği .....	19

1.2.5.4.Sektörel Ticaret Heyeti Ve Alım Heyeti Programlarının Desteklenmesi.....	20
1.2.6.Tasarım Desteği .....	22
1.2.6.1.Tasarımcı İşletmelere Verilen Destekler .....	23
1.2.6.2.Tasarım Ofislerine Verilen Destek .....	24
1.2.7.Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi.....	26
1.2.8.Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı .....	28
1.2.9.Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi.....	31
1.2.9.1.Yurt Dışı Fuarlarda Katılımcıların Desteklenmesi.....	32
1.2.9.2.Yurtdışı Fuarlara İlişkin Organizatör Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi.....	34
1.2.9.3.Sektörel Nitelikteki Uluslararası Fuarlara Bireysel Katılımların Desteklenmesi.....	35
1.2.9.4.Bireysel Katılımların Desteklenmesi.....	36
1.2.9.5.Hedef Ülke Bazında İlave Fuar Desteği Ve Geçici İlave Fuar Desteği .....	36
1.2.10.Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi.....	36
1.2.10.1.Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi .....	38
1.2.10.2.Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi.....	39
1.2.10.3.Birim Kira Giderlerinin Desteklenmesi.....	39
1.2.11.Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve Turquality .....	41
1.2.11.1.Marka Destek Programı Kapsamına Alınan İşletmelerin Desteklenmesi.....	43
1.2.11.2.İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernekleri / Birliklerinin Desteklenmesi.....	45
1.2.11.3.Turquality Destek Programı Kapsamında Bulunan İşletmelerin Desteklenmesi.....	45
1.2.11.4.Turquality Programının Desteklenmesi.....	47
1.2.12.Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği .....	49

1.2.12.1.Eğitimcilerin Düzenleyeceği Eğitim Programı.....	49
1.2.12.2.Proje Bazlı Eğitim, Danışmanlık, Yurt Dışı Pazarlama, Alım Heyeti Ve Bireysel Danışmanlık Programları İle İstihdam Giderlerinin Desteklenmesi Ar-Ge Projelerinin Desteklenmesi .....	51
1.2.12.3.Proje Bazlı Yurt Dışı Pazarlama Veya Alım Heyeti Programları	52
1.2.12.4.Proje Bazlı Bireysel Danışmanlık Programı.....	53
1.2.13.Eximbank Kredileri.....	53
1.2.14.İhracatta KDV İstisnası .....	55
1.2.15.Dahilde İşleme Rejimi .....	57
1.2.16.Hariçte İşleme Rejimi .....	61

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **İHRACAT PAZARLAMASI PERFORMANSI**

2.1.İHRACAT PERFORMANSI .....	63
2.2.İHRACAT PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİ .....	69
2.2.1.Objektif Kriterler .....	69
2.2.2.Subjektif Kriterler .....	70

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **TÜRKİYEDE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ**

#### **ARAÇLARINDAN FAYDALANAN İŞLETMELER İLE FAYDALANMAYAN İŞLETMELER ARASINDAKİ İHRACAT PERFORMANSININ KARŞILAŞTIRILMASI: KONYADA İMALAT SEKTÖRÜNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	71
3.1.1. Araştırmanın Amacı.....	71
3.1.2. Araştırmanın Önemi.....	72
3.2.ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI .....	73
3.3.YÖNTEM.....	74
3.3.1.Ana Kütle .....	74

3.3.2.Araştırma Örnekleme .....	74
3.3.3.Araştırmada Kullanılan Değişkenler.....	75
3.3.3.1.Bağımsız Değişkenler.....	75
3.3.3.2.Bağımlı Değişken .....	75
3.4.ANKETİN HAZIRLANMASI İLE İLGİLİ AŞAMALAR .....	75
3.4.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Anketlerin Hazırlanması .....	75
3.4.1.1.İhracat Teşvikleri Ölçeği .....	76
3.4.1.2.İhracat Performansı Ölçeği .....	77
3.4.2.Anket Forumunun Hazırlanmasında Dikkat Edilen Konular.....	77
3.4.3.Pilot Uygulama ve Anket Formunun Son Şeklini Alması .....	78
3.5. VERİ TOPLAMA AŞAMASI.....	78
3.5.1. Veri Toplama Yönteminin Seçilmesi.....	79
3.5.2.Verilerin Toplanması .....	79
3.6.İSTATİKSEL ANALİZ VE BULGULAR.....	80
3.6.1.Araştırma Kapsamında Kullanılacak Olan Hipotezler ve Araştırma Modelleri .....	81
3.6.2.Demografik Analizler .....	86
3.6.3.İhracat Teşvikleri Analizi.....	93
3.6.4.İhracat Performans Analizi .....	103
3.6.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotezlerin Test Edilmesi.....	107
3.6.5.1. Anova Analizi.....	107
3.6.5.2.Korelasyon Analizi .....	128
<b>SONUÇ.....</b>	<b>173</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>191</b>
<b>EKLER</b>	
<b>EK-1 ANKET FORMU .....</b>	<b>198</b>

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Anketi İşletme Adına Cevaplayan Kişinin Şirketteki Pozisyonu .....	86
Tablo 2: İşletme Sahibinin / Yöneticisinin Eğitim Durumu .....	87
Tablo 3: İşletmenin Hukuki Statüsü.....	88
Tablo 4: İşletmenin Faaliyet Süresi.....	88
Tablo 5: İşletmenin Kaç Yıldır İhracat Yaptığının Analizi .....	89
Tablo 6: Üretimin Yüzde Kaçının Yurt Dışına İhraç Edildiğinin Analizi .....	90
Tablo 7: İşletmede Çalışan Personel Sayısı Analizi .....	91
Tablo 8: İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Ana Sektör Kolunun Analizi .....	92
Tablo 9: İhracat Teşviklerinden /Desteklerinden Yararlanma Durumu Analizi .....	93
Tablo 10: İhracatla İlgili Seminerlerden Yararlanan İşletme Analizi .....	94
Tablo 11: Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Analizi.....	94
Tablo 12: Fuarlara Yönelik Analizi .....	95
Tablo 13: Eximbank Kredileri Analizi.....	95
Tablo 14: İhracat Danışmanlığı Analizi.....	96
Tablo 15: Yabancı Müşterilerle Tanışma Analizi .....	96
Tablo 16:Uluslararası Pazar Araştırması Analizi.....	97
Tablo 17: Ticaret Amaçlı Geziler Analizi.....	97
Tablo 18: Ar-Ge Yardımları Analizi.....	98
Tablo 19: Dahilde İşleme Rejimi Analizi .....	98
Tablo 20: Çevre Koruma Yardımları Analizi .....	99
Tablo 21: Eğitim Yardımları Analizi .....	99
Tablo 22: Yurt Dışında Ofis Mağaza Açma Yardımı Analizi .....	100
Tablo 23: Tasarım Desteği Analizi .....	100
Tablo 24: Pazar Araştırma Desteği Analizi .....	101
Tablo 25: İhracat KDV İstisnası Analizi.....	101
Tablo 26: Patent Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımı Analizi	102
Tablo 27: Marka Tanıtımı ve Türk İmajı Yardımı.....	102
Tablo 28:İhracat Satış Hasılatı Analizi .....	103
Tablo 29:İhracat Karlılığı Analizi.....	104
Tablo 30: İhracatın Toplam Satış İçindeki Payı Analizi.....	105
Tablo 31:İhracat Teşviklerinin Performanstaki Payı Analizi.....	106
Tablo 32: İhracatla İlgili Seminerler ve 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi.....	109
Tablo 33: Satışların Geliştirilmesine Yönelik ve 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	110

Tablo 34: Fuarların 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	111
Tablo 35:Eximbank Kredilerinin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .	112
Tablo 36:İhracat Danışmanlığının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi	113
Tablo 37:Yabancı Müşterilerle Tanışma 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi.....	115
Tablo 38:Uluslararası Pazar Araştırması 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi.....	116
Tablo 39: Ticaret Amaçlı Gezilerin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	117
Tablo 40: Ar-Ge Yardımlarının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi ...	118
Tablo 41: Dahilde İşleme Rejiminin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	120
Tablo 42: Çevre Koruma Yardımlarının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi.....	121
Tablo 43: Eğitim Yardımlarının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi...	122
Tablo 44: Pazar Araştırma Desteğinin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	123
Tablo 45: İhracat KDV İstisnasının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	125
Tablo 46:Patent Faydalı Model Beldesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımı 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi.....	126
Tablo 47:Marka Tanıtım ve Türk İmajı Yardımı 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi .....	127
Tablo 48: İhracatla İlgili Seminerlerin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	129
Tablo 49: Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	131
Tablo 50: Fuarların İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .	132
Tablo 51: Eximbank Kredilerinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	134
Tablo 52: İhracat Danışmanlığının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	135
Tablo 53: Yabancı Müşterilerle Tanışma Teşvikinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	136
Tablo 54: Uluslararası Pazar Teşvikinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	138
Tablo 55: Ticaret Amaçlı Gezilerin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	139

Tablo 56: Ar-Ge Yardımlarının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	140
Tablo 57: Dahilde İşleme Rejiminin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	142
Tablo 58: Eğitim Yardımlarının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	143
Tablo 59: Pazar Araştırma Desteğinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	145
Tablo 60: İhracat KDV İstisnasının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	146
Tablo 61: Patent, Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	148
Tablo 62: Marka Tanıtımı Türk İmajı Yardımının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi .....	149
Tablo 63: İhracatla İlgili Seminer Teşvikinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	151
Tablo 64: Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	153
Tablo 65: Fuar Yardımlarının Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	154
Tablo 66: Eximbank Kredilerinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	156
Tablo 67: İhracat Danışmanlığından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	157
Tablo 68: Yabancı Müşterilerle Tanışma Teşvikinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	159
Tablo 69: Uluslararası Pazar Araştırma Teşvikinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	161
Tablo 70: Ticaret Amaçlı Gezilerden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	162
Tablo 71: Ar-Ge Yarımından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	164
Tablo 72: Dahilde İşleme Rejiminden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	165
Tablo 73: Eğitim Yardımlarından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	167
Tablo 74: Pazar Araştırma Desteğinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	168



Tablo 75: İhracat KDV İstisnasından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	170
Tablo 76: Marka Tanıtımı Türk İmajı Desteğinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi .....	171

## KISALTMALAR LİSTESİ

AB	:Avrupa Birliği
ABD	:Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	:Araştırma Geliştirme
CAD	:Bilgisayar Tasarım
CRM	:Kurumsal Kaynak Yönetimi
DFİF	:Destekleme Fiyat İstikrar Fonu
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	:Dış Ticaret Müsteşarlığı
DTÖ	:Dünya Ticaret Örgütü
EPM	:Kurumsal Performans Yönetimi
ERP	:Kurumsal Kaynak Planlaması
Hİİ	:Hariçte İşleme İzni
HİİB	:Hariçte İşleme İzin Belgesi
İGEME	:İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İKV	:İktisadi Kalkınma Vakfı
ISO	:Uluslararası Standartlar Teşkilatı
KDV	:Katma Değer Vergisi
KOBİ	:Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler

KOSGEB :Küçük ve Orta Ölçekli Sanayiye Geliştirme ve Destekleme İdaresi  
Başkanlığı  
ÖTV :Özel Tüketim Vergisi  
SCM :Tedarik Zinciri Yönetimi  
SDTŞ :Sektörel Dış Ticaret Şirketi  
SGK :Sosyal Güvenlik Kurumu  
TÜBİTAK :Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu  
TCMB :Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası  
TMSF :Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu  
TMO :Toprak Mahsulleri Ofisi  
TTGV :Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı

## GİRİŞ

Ülke ekonomisinde dış ticaretin, özellikle ihracatın ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri fazladır. Bu etkilerden bazıları; milli geliri artırması, piyasa genişlemesine yol açması, döviz sınırlamalarını ortadan kaldırması, yurtiçi etkenliği ve verimliliği artırması, mukayeseli üstünlüklere uygun bir kaynak dağılımına yol açması, kamu politikalarının uygulanmasına izin vermesi ve tasarrufları artırmasıdır. Dolayısıyla ihracat, iktisadi büyümenin finansmanı açısından önemli bir faktördür. Bu nedenle ülkeler dış ticarete ayrı bir önem vermektedirler. Uluslararası pazarlarda yoğun bir rekabetin yaşandığı günümüzde ülkeler ihracatın gelişmesine katkıda bulunacak stratejiler belirlemekte ve çeşitli önlemler almaktadırlar. Bu çerçevede ihracat işlemlerine ve ihracatın teşvikine ilişkin olarak alınan önlemlerin önemi büyüktür. Bugün Türkiye dışa açık büyüme modelini seçmiş gelişmekte olan bir ülke olduğu için; ihracat, dolayısıyla ihracatın teşviki büyük önem arz etmektedir.

İçinde bulunduğumuz zaman dilimi ve dışa açık büyümenin ve küreselleşmenin gereği olarak ihracat gelişmektedir. Gelişmeye bağlı olarak işletmelerinde her geçen gün kendilerini yenilemeleri ve bu gelişime ayak uydurmalarını gerektirmektedir. İhracatı etkileyen birçok faktör vardır ve ihracat teşviklerinde bunlardan birisidir. İhracata yönelik verilen teşviklerin amaçlarından bazıları, ihracatın geliştirilmesi, pazar alanlarının geliştirilmesi, yeni eğitim olanakları sağlanarak istihdamın artırılması, dış pazarda daha iyi rekabet edebilmeleri, üreticiye yardımcı olmak ve ihracatın her açıdan gelişmesini

sağlamaktır. Bu kapsamda ihracatı teşvik tedbirleri, maliyeti düşürecek ve gelirleri arttıracak ihracatı karlı kılan tüm tedbirleri kapsamaktadır. İhracat teşvikleri ülkemiz gibi ihracata dayalı büyüme modelini benimsemiş ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Konya’da imalat sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı işletmelerde ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından yararlanan firmalar ile yararlanmayan firmaların ihracat performanslarının karşılaştırılması ve ihracat performansına arasındaki ilişkiyi tanımlayan bir modeli ortaya koymak ve test etmektir.

Tez, birinci bölümü Türkiye’de ihracatın teşvik ve geliştirilmesi ve bu amaçlarla kullanılan araçlar, ikinci bölümü ihracat performansı üzerine yapılan araştırmalar ve ihracat performansı kavramı ve içeriği, üçüncü bölümde Konya’da imalat sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı İşletmelerde ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından yararlanan firmalar ile yararlanmayan firmaların ihracat performanslarının karşılaştırılması uygulama modeli olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Bölüm sonunda uygulama sonuçları ilgili genel bir değerlendirme yapılmış ve bu değerlendirme çerçevesinde önerilerde bulunulmuştur.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **TÜRKİYEDE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ İLE BU AMAÇLARLA KULLANILAN ARAÇLAR**

#### **1.1. TEŞVİK KAVRAMI**

Ekonomik literatüre göre “teşvik” kavramı, belirlenmiş bazı faaliyetlerin diğerler ekonomik faaliyetlere göre daha fazla ve hızlı gelişmesini sağlamak amacı ile kamu tarafından belirlenmiş çeşitli yöntemlerle uygulanan maddi/gayri maddi destek, özendirmeler olarak tanımlanır. Devletlerin teşvikler ile neleri amaçladıkları, uyguladıkları ekonomik sisteme göre değişmekle birlikte temel hedef halkın refah seviyesinin yükseltilmesidir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007: 1) .

Ekonomi literatüründe birçok teşvik kavramı tanımı yapılmıştır. Bu tanımlara göre teşvik kavramı çok genel olarak, devletin işletmelere sağladığı kolaylıklar olarak tanımlanabilir. Devlet tarafından belirlenmiş olan bazı ekonomik çalışmaların diğerlerine göre daha hızlı ve çok gelişmesini sebebiyle bazı yöntemlerle devlet tarafından sağlanan karşılıklı ya da karşılıksız şekilde verilen maddi veya gayri maddi özendirmeler ve yardım olarak tanımlanmaktadır (Ulu, 2004:1).

Mali açıdan teşvikleri dar ve geniş anlamlara göre tanımlamak mümkündür. Dar anlamda mali teşvikler, muafiyet, istisna veya indirimler suretiyle vergi harcaması şeklinde ortaya çıkan vergi ve benzeri teşvikleri ifade ederken, geniş anlamda mali teşvikler ise sayılan teşvikleri de kapsayan nakdi ve ayni tüm teşvikler toplamıdır (Yaşın, 2007: 32) .

Devlet destekleri teşvik olarak, tam rekabetçi özel sektör tarafından teklif edilen fiyatlardan daha düşük düzeyde mal ve hizmetlerin tüketiciler tarafından satın alınmasına olanak tanıyan veya üreticilerin gelirlerini bu müdahaleler olmadan kazanabilecekleri düzeyin daha üstüne yükselten devlet destekleridir (Küçüker, 2000: 136) .

Devletleri teşvik uygulamalarına iten, mevcut sanayilerini güçlü sanayi ülkelerinin rekabetinden korumaktır. Diğer faktörler, ülkede para ve sermaye piyasalarının gelişmemiş olması, yüksek teknoloji ürünlerinin üretiminin yapılamaması, ihracat imkânlarının yetersiz oluşu, yatırımcıların eğitim ve deneyim bakımından yetersiz olmaları, işsizlik, yatırım ve üretim olanaklarının kısıtlı olması ve gelişmişlik bakımından farklılığın bulunmasıdır (Yaralı,2004: 4; Erol,2005:5-6).

Teşvikler; doğrudan sübvansiyonlar, borçlara verilen devlet garantileri, devlet tarafından düşük faizle borç verilmesi, vergi muafiyeti, ertelenmesi, indirimi türünden vergi teşvikleri gibi devlet yardımları içerir.

## **1.2. İHRACAT TEŞVİKLERİ**

İhracat teşvikleri kavramı, genel olarak yurtdışına yapılan satışları kolaylaştırması ve daha karlı hale getirmesi için tasarlanan sübvansiyonlar şeklinde kullanılmaktadır (Sahbazov, 2000 ve İnci, 2000: 176) .

İhracat teşvikleri; Kısa dönemde ihracatın ve bunun sonucunda döviz gelirlerinin arttırılmasını, uzun dönemde ise ülke kaynaklarının ihracat endüstrilerine kaymasını sağlamak amacıyla alınan önlemler bütünüdür (Kalkan, 2001: 3) .

Ekonomide ihracatın geliştirilmesi ile teşvik önlemlerinin bazıları uygulanıyorsa, teşvik politikaları sonucunda ihracat artmalı, ekonomide uygun bir kaynak tahsisi sağlanmalı ve sosyal karlılığın gerekleri yerine getirilmelidir (Giray,2008:133–134).

İhracata yönelik devlet yardımlarının önemi; ihracatın teşvik edilmesi, ihraç ve dünyadaki ihracatta elde edilen payın artırılması, yeni pazarlarının geliştirilmesi ve işletmelerin yeni pazarlarda rekabet edilebilirliği yönünden önem teşkil etmektedir. İhracat teşviklerinin amacı; başta KOBİ vasfındaki ihracatçı firmaların, ihracatlarını geliştirmek amacıyla pazarlama, satış, gibi süreçlerde teşvik edilerek, uluslar arası piyasada rekabet kapasiteleri kazanmalarını sağlamak, ihracat yaptıkları pazarlarda karşılaşacakları sorunları çözmekte yardımcı olmaktır (Yakal, 2002: 24 ) .

Gerek ihracatı teşvik politikalarına, gerekse yatırım teşvik politikalarına esas teşkil eden nedenleri şöyle sıralayabiliriz (Erol, 2005: 6 ) :

- Bir ülkenin ekonomik kalkınmasının ve refahının sağlanması,
- Sınaî kalkınmanın sağlanması için yatırım ve üretimi teşvik amacıyla gerekli girdilerin elde edilen sürelerini kısaltarak, yatırım zorluklarından dolayı yatırım kararının caydırımını önlemek,
- İşsizliği önlemek, istihdamı teşvik etmek,
- Dış ticarete imkânları artırarak ödemeler dengesini ülke lehine düzeltmek,
- İhracatçıya uygun koşullar oluşturarak, ihracatlarını teşvik etmek,
- Bölgeler arasındaki dengesizlikleri gidermek ve sosyo ekonomik dengeyi sağlamak,
- Piyasa ekonomisinin her yönden yeterli ve gerekli şartlarını oluşturmak.



Bu bağlamda, ihracat teşvikini, yurt içinde üretilen malların, yurt dışında pazarlanabilmesi için, devletin ihracatçılara yaptığı dolaylı ya da dolaysız ödemeler, yardımlar olarak tanımlayabiliriz (Erol, 2005: 6). Ana hatlarıyla açıklanacak olursak ihracatın teşviki; ihracatçının, ihraç edeceği malın üretim öncesi, pazarlama ve nihai tüketiciye ulaşma süreçlerinde çeşitli yöntemlerle özendirilmesidir (Eximbank, 1997).

İhracat teşviklerinde amaç, bir malın üretimini artırmak, bunun dış pazarlara satılabilme olanağının sağlanarak, ülke ekonomisine katkıda bulunmaktır. Uluslararası düzenlemelerde teşvik yerine sübvansiyon ve devlet yardımı gibi ifadeler kullanılabilmektedir. İhracata dayalı kalkınma stratejisinin bir parçası olarak, ihracatı teşvik ve teknik yardım programları ekonomik büyümeyi destekleyecek bir araç olarak, hem de ihracatta karşılaşılan hem iç hem de dış engellere hitap edecek şekilde tasarlanmıştır (Kumcu vd. 1995: 163 ).

### 1.2.1. Araştırma Geliştirme Yardımları

Ar-Ge yardımlarının verilmesinin temelinde Singer-Prebisch Tezi<sup>1</sup> yatmaktadır. Günümüzde dış ticaret hadleri, genellikle düşük katma değerli hammadde, ara malı ve tüketim malları ihracatçısı olan az gelişmiş ölkeler aleyhinde gelişirken, bazı hammaddeler hariç, tüm bu sayılan malları ihraç etmenin yanında yüksek katma değerli yatırım malları ihraç eden gelişmiş ölkeler lehine gelişmektedir. Bundan dolayı, bu malların oluşturulması için gerekli bilgilerin sistematik biçimde uygulanması olarak tanımlayabileceğimiz teknolojinin, bir ölkenin dış ticaret ve dış politika alanında uluslararası rekabet gücü kazanabilmesinde önem derecesini göstermektedir (Kemer, 2003: 89 ).

Ar-Ge desteğinde amaç, işletmelerin Ar-Ge projeleri kapsamındaki giderlerinin belirlenen bir kısmın desteklenmesi ya da projelerine maddi desteğin sağlanması amaçlanmaktadır (Uysal, 2005: 90 ) .

Araştırma Geliştirme desteğinde amaçlanan; Dış Ticaret Müsteşarlığınca, işletmelerin Ar-Ge desteği dahilinde gözlemlenip değerlendirmesi yapılan izlenip

---

<sup>1</sup>H.Singer ve R.Prebisch tarafından geliştirilen ve dış ticaret hadlerinin uzun dönemde sanayi malları ihracatçısı ölkeler lehine döndüğünü belirten görüştür. Teze göre, az gelişmiş ölkeler ucuz mallar üreterek bu malları ihraç ettikleri için, bu trend onların aleyhine dönmektedir.

değerlendirilebilen belirli bir yüzdelik kısımda ödenmesi yada bu destekle sermaye desteği sağlanması amaçlanmaktadır ( <http://www.tubitak.gov.tr>).

Ar-Ge yardımının amacı, Ar-Ge desteklerine, proje yüklenicisi işletmenin ticari değeri olan yeni bir ürün tasarlanması yada halihazırdaki ürünlerin rekabet edilebilirliğinin artırılmasının sağlanmasıdır. Yardımdan yararlanmak için başvurulacak kurumlar TÜBİTAK ve TTGV ' dir (Kemer, 2003: 89).

Destek kapsamındaki Ar-Ge faaliyetleri şunlardır: Kavram geliştirme, Tasarım ve çizim çalışmaları, teknolojik/teknik ve ekonomik yapılabirlik etüdü, prototip üretimi, çalışmaları, laboratuvar çalışmaları vb. çalışmalar geliştirilen kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan, deneme üretimi, ürün tasarımından kaynaklanan sorunların çözümü faaliyetleri satış sonrasında, pilot tesisin kurulmasıdır (Arzova, 2006: 344).

Yayınlanan tebliğ kapsamında yapılan düzenlemeler sonucunda Araştırma-Geliştirme (AR-GE) Projeleri:

Araştırma-Geliştirme Projeleri: Amacı, kapsamı, süresi, bütçesi, özel şartları, diğer kurum, kuruluş, gerçek ve tüzel kişilerce sağlanacak aynı ve/veya nakdi destek miktarları, sonuçta doğacak iktira haklarının ilgililer arasındaki paylaşım esasları belirlenmiş, yeni bir ürün üretilmesi, ürün kalitesi veya standardının yükseltilmesi, maliyet düşürücü ve standart yükseltici mahiyette yeni tekniklerin geliştirilmesi, üretimle ilgili olarak yeni bir teknoloji geliştirilmesi konusunda bilimsel esaslara uygun ve araştırma-geliştirme faaliyetlerinin her safhasını belirleyecek mahiyette hazırlanacak ve sonuçlarının faydalı araç, gereç, malzeme, ürün, yöntem, sistem ve üretim tekniklerine dönüştürülmesi veya mevcut teknoloji ile iyileştirilmeye yönelik çalışma ve teknoloji uyarlamasını ifade eder

([http://www.tubitak.gov.tr/tubitak\\_content\\_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge\\_tebliğ.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge_tebliğ.pdf)) .

Bünyelerinde veya Türkiye’de bünyeleri dışında Ar-Ge faaliyetinde bulunan kuruluşların 3’üncü maddede belirtilen faaliyetlerine ilişkin harcamaları bu Tebliğ kapsamında belirtilen esaslar çerçevesinde temel destek oranı olarak en fazla %50 oranında ve ilave desteklerle beraber en fazla % 60’a kadar desteklenir. Destek süresi proje bazında en çok 3 (üç) yıldır. Bu süre zorunlu nedenlerle, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)’nın gerekçeli önerisi ve Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın onayı ile en fazla bir dönem (6 ay) uzatılabilir. Bir kuruluşa ve/veya bir projeye bir takvim yılı içinde sağlanan maksimum destek miktarı Müsteşarlık tarafınca sınırlandırılabilir([http://www.tubitak.gov.tr/tubitak\\_content\\_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge\\_tebliğ.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge_tebliğ.pdf)).

Proje değerlendirme ve izleme ile ilgili masrafları DTM’nin onayı dahilinde her proje döneminde Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan karşılanır. İzleme masrafı olarak süreleri 12 aya kadar olan projelerde 3.000 ABD Doları, her bir projenin değerlendirme masrafı olarak 1.500 ABD Doları, süreleri 12 ayı geçen projelerde ise 6.000 ABD Doları her proje döneminde Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu’ndan TTGV’ye ödenir. Ayrıca, sözleşmede belirtilen şekilde projeyi öneren kuruluş tarafından TTGV’ye ödenir önerilen proje bütçesinin %3’ü oranında bir pay, TTGV’nin konu ile ilgili diğer masraflarını karşılamak üzere ödenir. Sermaye katılımı dahilinde desteklenen projelerinin en fazla süresi 2 (iki) yıl, kazanan projelere sağlanacak sermaye desteği ise 1 milyon ABD dolarını geçemez. Stratejik Odak Konuları projeleri dahilinde azami süre 1 (bir) yıl, azami destek tutarı 100.000 (yüz bin) ABD dolarını aşamaz. Stratejik Odak Konularındaki projelerin desteklenmesinde ise Müsteşarlığın görüşü alınarak yapılır. Bu tarz proje dahilinde giderler Ar-Ge destekleriyle sağlanır. (Para Kredi Koordinasyon Kurulu, 1998

[http://www.tubitak.gov.tr/tubitak\\_content\\_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge\\_tebliğ.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge_tebliğ.pdf) .

### **1.2.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi**

Çevre maliyetleri desteğinin maksadı, kalite çevre ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesini amacıyla alınacak kalite, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretler ile tarım ürünlerine ilişkin laboratuvar analizleri ve belgelendirme işlemlerine ilişkin harcamaların desteklenmesi. Bu Tebliğ kapsamındaki desteklerden, Türkiye’de ticari ve sınai faaliyette bulunan veya tarım ya da yazılım sektörlerinde işgal eden şirketler, Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ile Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) yararlanabilirler (<http://www.kto.org.tr/dis-ticaret-mustesarligi-destekleri-408s.htm>)

Destek kapsamında işletmelerin ISO 9000 serisi kalite güvence sistemi belgeleri, ISO 14000 çevre yönetim sistemi belgeleri, CE işaretini Uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerini alma masrafları (sadece belgelendirme masrafları) , ISO 22000 gıda güvenliği yönetimi sistemi belgelerini alabilmesi için belgelendirme masrafları ve tarım ürünlerine ilişkin belgelendirme işlemleri ve olumlu sonuçlanmak kaydıyla laboratuvar analiz raporlarını alma masrafları (sadece belgelendirme masrafları) destek kapsamındadır (<http://www.kto.org.tr/dis-ticaret-mustesarligi-destekleri-408s.htm>) .

Bu destek kapsamında değerlendirilen destek oranı analiz raporu yada belgesi %50 ve en fazla 50.000 ABD Dolarına kadar belgelendirme, laboratuvar analize yapacakları harcamalarında belge ya da analizler tek tek desteklenebilir. Desteği Şartı: Harcamaların hepsinin belgelendirilmiş olması ve Akredite edilmiş

kuruluşlardan ya da Türk Standartları Enstitüsünden alınması gerekmektedir. Bu destek kapsamında ödemenin yapılacağı miktarı ve işlemlerdeki incelemeyi yapan kuruluş DTM 'dir. DFİF'den tarafından ödemesi yapılır (Para Kredi Koordinasyon Kurulu, 1997).

Teşvik dahilinde firmaların büyüklüğü kapsamında değerlendirilen yapılan bir aylık söz konusu değildir. Bu teşvik ile sağlanan fayda Türk firmalarının işletmelerinin uluslararası pazarlarda rekabet etmelerine ve pazarlara girişlerine yardım edebilecek kapasitedeki raporların belgelerle elde edilmesinin kolaylaşmasını sağlamaktadır. Kapsam dahilinde belgelendirmelerin masrafları karşılanmaktadır destek olarak.

### **1.2.3.Eğitim ve Danışmanlık Yardımları**

Eğitim ve danışmanlık yardımında amaç, ihracat ile yapan KOBİ ve SDŞ'lerin dış piyasada tutunması, yeni pazar bulunması, ihracatı artırıcı faaliyetlerin öğrenilmesi amacı ile firmaların personelini eğitmek için yapacakları harcamaların bir kısmının uluslararası kurallar çerçevesinde şirketlere destek amacı ile karşılanmasıdır.

Bu Tebliğ ile Türkiye'de sınai ya da ticari faaliyette bulunan işletmelerle yazılım sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin çalışanlarının kalite, verimlilik, yönetim teknikleri, tasarım, uluslararası pazarlama vb. ile dış ticaret işlemleri konusundaki eğitim giderleri ile bu konularda alınacak danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin ve ülkemizde düzenlenen tasarım yarışmalarında dereceye giren

tasarımcıların, tasarım konusunda yurt dışı eğitim giderlerinin Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan (DFİF) karşılanması amaçlanmaktadır.

Bu Tebliğ kapsamında, şirketlerin desteklenecek eğitim konuları (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/07/20070728-12.htm>);

- Dış Ticaret, Gümrük ve Kambiyo Mevzuatı,
- Yurt dışı pazarlama, müzakere ve yazışma teknikleri ile fiyatlandırma,
- Dış Ticarete ulusal ve uluslararası finansman sağlama teknikleri,
- Proje hazırlama, yönetim ve izleme teknikleri
- Verimlilik,
- Dış ticaret muhasebesi, uluslararası muhasebe standartları,
- Moda-marka tasarımı, teknolojik, endüstriyel, görsel, yazılım ve ambalaj tasarımı,
- Yönetim teknikleri,
- Kalite,
- Rekabet hukuku ve koşulları ile Avrupa Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü mevzuatı, dış ticarete anlaşmazlıkların çözümü ve uluslararası tahkim,
- Stratejik planlama ve benzeri alanları kapsamaktadır.

Tebliğ kapsamında sağlanacak destek; şirketlerin yıllık toplam 50.000 ABD dolarını aşmamak üzere, program bazında süresi 6 (altı) ayı geçmeyen yurtiçi eğitim giderlerinin %90'ı desteklenir. Koordinatör Kurum (Uygulamacı Kuruluş) İGEME - İhracatı Geliştirme Etüt Merkezidir ([www.resmigazete.gov.tr/eskiler](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler)) .

Uygulamacı Kuruluş Müsteşarlıkça hazırlanacak uygulama usul ve esasları dahilinde belirlenecek, İhracatçı Birliği'dir. Danışmanlık desteği şirketlerin, uluslararası ticarete yönelmelerinin ve rekabet edebilirliklerinin sağlanması

amacıyla, bahsetmiş olduğumuz bazı eğitim konularında ve benzeri alanlara ilişkin olarak Müsteşarlıkça yetkilendirilmiş danışmanlardan alacakları danışmanlık hizmetleri destekten yararlandırılır. Tebliğ kapsamında; alınacak olan danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerinin yıllık toplam 150.000 ABD Dolarını aşmaması ve %75'i, 3 (üç) yıl süreyle desteklenmektedir.

Tasarımcıların Eğitimi Müsteşarlık tarafından uygun bulunan ve İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerinin ulusal düzeyde düzenledikleri moda-marka tasarımı, teknolojik, endüstriyel, görsel, yazılım ve ambalaj tasarımı yarışmalarında dereceye giren yıllık toplam 15 (on beş) tasarımcının; uluslararası düzeyde kabul görmüş yurt dışındaki eğitim merkezlerinde alacakları eğitime ilişkin giderleri ile yaşam giderleri, destekten yararlandırılır. Sağlanan Destek alınacak eğitime ilişkin giderlerin %100'ü ile eğitime gönderilecek tasarımcıların, aylık 1.500 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla, yaşam giderleri en fazla 1 yıl süresince desteklenir ( <http://www.kto.org.tr/dis-ticaret-mustesarligi-destekleri-408s.htm>)

#### **1.2.4.İstihdam Yardımı**

İstihdam yardımı hakkında 2000/1 sayılı Tebliğ kapsamında İstihdam yardımında amaç: Sektörel Dış Ticaret Şirketi statüsünü haiz şirketlerin münhasıran dış ticarete ilişkin işlemlerini yürütmek üzere, konusunda tecrübeli ve yükseköğrenimini tamamlamış yönetici ve eleman istihdamının sağlanması amaçlanmaktadır.

Destek ile kalifiye dış ticaret personeli istihdamında, personel giderleri bir yıl süre ile karşılanmaktadır. Yardım sadece SDTŞ'lere yönelik olarak verilmektedir.



Bir SDŞ'ye en fazla bir yönetici ile iki elemanın ücretleri için ve bir defa destek sağlanmasıdır([http://www.zafer.org.tr/downloads/destekler/dtm\\_destekleri.pdf](http://www.zafer.org.tr/downloads/destekler/dtm_destekleri.pdf)).

SDŞ'lerin ilk defa istihdam edecekleri, konusunda tecrübeli ve yüksek öğrenimli, istihdamı sağlanacak personel yönetici olarak görev aldığında, yıllık brüt maaşının %75'i karşılanmaktadır. Diğer personele ait yıllık brüt maaşlarında %75'i, yöneticilerin toplam azami toplam yıllık brüt maaş tutarı 18.000 ABD Doları'nı aşmamak üzere yıllık brüt maaşlarının% 75'i. karşılanmaktadır. Elemanların toplam azami yıllık brüt maaş tutarı 9.000 ABD Doları'nı geçemez. Bu yardım kapsamında her bir SDTŞ'ye en fazla bir yönetici ve iki yönetici olmayan personel için destek verilmektedir. Her bir SDTŞ'ye bu destek bir defa sağlanmakta olup; bir yıl süreyle geçerlidir. İstihdam yardımında Dış Ticaret Müsteşarlığı(İhracat Genel Müdürlüğü) , talepleri değerlendirme ve uygulama konusunda yetkili kuruluştur ([http://www.zafer.org.tr/downloads/destekler/dtm\\_destekleri.pdf](http://www.zafer.org.tr/downloads/destekler/dtm_destekleri.pdf)).

### **1.2.5.Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği**

Modern pazarlama kavramı her şeyin pazar ile bağladığını kabul etmektedir. Bu sebepten, KOBİ'lerin pazar üzerinde yoğunlaşmaları önemlidir. Fakat KOBİ'ler hedef pazarlarını tanımada ve pazarlama stratejisi belirlemede yetersizdirler. Çünkü kaynakları pazar araştırması yapmaya yetmemekte, kişisel gözlemlere dayalı olarak stratejiler belirlenmektedir. KOBİ'ler özellikle sosyo-ekonomik koşullardaki değişimler sonucu oluşan tüketici tercihlerindeki hızlı değişiklikleri izlemede ve buna ayak uydurmada yeteri kadar başarılı olamaya bilmektedirler (Akgemci, 2001: 28 ). Bu kapsamda işletmelerin hepsine ortak sunulacak düşük maliyetli pazar

araştırmalarının KOBİ'lere destek sağlayıcı kurumlar tarafından yapılması veya yaptırılması önem arz etmektedir (Cansız, 2008: 63) .

Bu destekteki amacı: Pazar araştırması ve pazarlama desteği hakkında tebliğ 2006/6kapsamında Tebliğ ile Türkiye'de sınai ya da ticari faaliyette bulunan şirketler ile yazılım sektöründe iştital eden şirketlerin potansiyel pazarlar hakkında sistematik ve objektif bilgi sağlanması, yeni ihraç pazarları yaratılması ve geleneksel pazarlarda pazar payımızın artırılmasına yönelik olarak gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin giderlerinin belirli bir bölümünün Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanması amaçlanmıştır. Yardımdan yararlanan firmalar o an için ihracat yapıyor olsun ya da olmasın, KOBİ, SDTŞ'i tanımına giren firmalar ve üretici dernekleridir, uygulamacı kurumlar ise İGEME, İKV ve DTM'dir. Bu kapsamda KOBİ'lerin, SDŞ'lerin ve üretici derneklerin kendi bünyelerinde yapacakları ya da yaptıracakları projelere destek sağlanır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007: 182) .

İşbirliği kuruluşları, İhracatçı Birlikleri Türkiye İhracatçılar Meclisi, İl Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Türkiye Odalar ve Borsalar Organize Sanayi Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, Sektör Dernekleri ve Kuruluşları ile imalatçılar tarafından kurulan dernek, birlik ve kooperatiflerden oluşmaktadır. DTM'nin koordinasyonu kapsamında faaliyetlerini devam ettiren sektörel ticaret heyeti veya alım heyeti organizasyonu yapan işbirliği kuruluşları da organizatör kuruluştur. Bu destek kapsamında meydana gelen giderler DFİF'den karşılanmaktadır. Bu destek, yurt dışı Pazar araştırması desteği, pazara giriş desteği, sektörel ticaret heyeti, alım heyeti programları desteği ve e-ticaret

sitelerine üyelik desteği kapsamında verilmektedir (Para -Kredi ve Koordinasyon Kurulu, 2006).

### **1.2.5.1.Pazar Araştırması Projelerinin Desteklenmesi**

Destekle amaçlanan; sınaî ve/veya ticari şirketlerce ihracat amaçlı olarak gerçekteşirilen yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderlerin karşılanmasıdır. Türkiye'de sınaî ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler yararlanır. ([http://www.izka.org.tr/files/IZKA\\_devlet\\_destekleri\\_rehberi\\_Ocak\\_2011.pdf](http://www.izka.org.tr/files/IZKA_devlet_destekleri_rehberi_Ocak_2011.pdf)).

Tebliğ kapsamında; şirketler ile SDş'ler tarafından; Her firma yılda en çok 5 proje gerçekteşirilebilir. şirketler için, Proje Başına en çok 10.000 \$ ,Harcamaların % 70'i, Müsteşarlığın belirlediği hedef lkeler için ise % 80'i ve SDş için, Proje Başına 10.000 ABD doları ödenir. Her SDş yılda en çok 10 proje gerçekteşirebilir. Başvuru Süresince işletmeler proje dahilinde yapılan ilk harcamaya ait belge tarihi itibariyle en geç 6 ay içerisinde ilgili kuruluşa başvurusunu yapmış olmalısı gerekmektedir (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061021-20.htm>).

Bir yurt dışı pazar araştırması gezisi kapsamında en fazla 2 (iki) şirket çalışanının aşağıda tebliğde belirtilen giderleri desteklenir:

Konaklama giderleri kapsamında: şirket başına günlük 300 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla konaklama (oda + kahvaltı) giderleri. Ulaşım giderleri olarak; Uluslararası ve şehirlerarası ulaşımda kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs bileti ücretleri ile günlük 50 ABD Doları ve toplamda 500 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla araç kiralama giderleri desteklenmektedir

Tebliğ de belirtilen destek kapsamında firmaların gerçekleştireceği yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderleri % 70 oranında desteklenmektedir. Aynı yurt dışı pazar araştırması gezisine verilen destek 7.500 ABD Doları'nı geçmemektedir. Bir takvim yılı kapsamında, her bir firma için 10 yurt dışı pazar araştırması gezisi desteklenmektedir. Her bir yurt dışı pazar araştırması gezisi dahilinde en fazla iki işletme personelinin ulaşım ve konaklama giderleri desteklenmektedir (Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ, 2006/6).

Yurt dışı pazar araştırması gezisi coğrafi konumu birbirine yakın olan en fazla üç ülkeyi kapsayabilmektedir Şirketlerin bu desteği alabilmeleri için Pazar araştırması yapmaları gerekmektedir. Bir takvim yılı içerisinde aynı ülkeye gerçekleştirilecek olan en fazla 2 yurt dışı pazar araştırması gezisine destek verilmektedir.

Uygulamacı kuruluş Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğidir Başvuru, desteğe ilişkin ilk ödeme belgesi tarihi esas alınarak en geç 6 (altı) ay içerisinde gerekli belgeler ile birlikte şirketlerin yerleşik oldukları şehre göre Ekonomi Bakanlığı'na (İhracat Genel Müdürlüğü) ya da Bakanlığın belirtilen Bölge Müdürlüklerine yapılır.

### **1.2.5.2.Pazara Giriş Desteği**

Yurt dışına yönelik pazara giriş stratejileri ile eylem planlarının oluşturulabilmesi amacıyla uluslararası kuruluşlara yaptırılan ve satın alınan sektör, ülke, yabancı şirket veya marka odaklı raporlar (mali ve hukuki raporlar dahil) ile yabancı şirket alımlarına yönelik danışmanlık hizmetlerine (mali ve hukuki danışmanlık dahil) ilişkin giderlerin karşılanmasıdır.

Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile İşbirliği Kuruluşları bu destekten faydalanabilirler.

İşletmelerin ve işbirliği kuruluşlarının uluslararası pazarlara giriş stratejilerini ve eylem planlarını oluşturabilmesi amacıyla uluslararası kuruluşlara yaptırılan ve satın alınan sektör, ülke, yabancı işletmeler veya marka odaklı raporlar ile yabancı işletmelerin alımlarına yönelik danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderlerin karşılanmasıdır. Bu kapsamda işletmeler % 60 oranında ve işbirliği kuruluşları % 75 oranında desteklenmektedir. Verilecek olan destek 200.000 ABD Doları'nı aşamaz. Bu destek kapsamında alınacak olan raporlar, alım tarihi itibariyle en fazla 2 yıllık olabilir (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061021-20.htm>).

Başvuru Süresi Rapor ve danışmanlık desteği n onay başvurusunda bulunan şirket veya İşbirliği Kuruluşlarının Bakanlığın n onayını müteakip belirtilen n onay sonrası destek başvuru belgelerini ilk ödeme belgesi tarihinden itibaren en geç 6 (altı) ay içerisinde doğrudan veya posta ile Ekonomi Bakanlığına (İhracat Genel Müdürlüğü) ibraz etmeleri gerekmektedir.

### **1.2.5.3.Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği**

Desteğin amacı: Ürünlerin yurt dışına yönelik olarak elektronik ortamda pazarlanabilmesi amacıyla Müsteşarlıkça uygun görülen ve nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyeliklerin karşılanmasıdır. Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım şirketleri ve SDS'ler yararlanabilmektedir.

Bu destek ile işletmelerin nihai tüketicilere yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderlerini % 70 oranında desteklemektedir. Verilecek destek yıllık 100.000 ABD Doları'nı aşamaz. Destek kapsamında, işletmeler en fazla 5 e-ticaret sitesine üye olabilir ve 3 yıl boyunca yararlanabilir. Bu desteğin alınabilmesi için işletmeler en az bir yabancı dilde ticari faaliyetleriyle ilgili internet sitesine sahip olmalıdır. İşletmelerin e-ticaret sitelerinde yer alan site içi reklamları ve reklam bantları destek kapsamı dışındadır (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061021-20.htm>).

Bu destek işletmelere kendi imkânlarıyla gerçekleştirebilecekleri pazar araştırmaları haricinde yabancı kuruluşlardan satın alınacak rapor ve danışmanlık hizmetlerinde de maliyet düşürecek niteliktedir. İşletmelerin e-ticaret uygulamalarına yönelik maliyet düşürücü destekler de pazar araştırması ve pazara giriş desteği doğrultusunda yer almaktadır. Bu destek kapsamında işletmelere en fazla teşvik tutarı pazara giriş desteği ile sağlamaktadır.

#### **1.2.5.4.Sektörel Ticaret Heyeti Ve Alım Heyeti Programlarının Desteklenmesi**

Desteğin amacı; Bakanlık koordinasyonunda Organizatör Kuruluşlarca düzenlenen sektörel ticaret heyeti ile alım heyeti programlarına ilişkin giderlerin desteklenmesidir.

Bu destekten, Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler, yazılım şirketleri ve SDŞ'ler. Sağlanan Destek ve Limitler: En fazla iki kişi olmak ve program başına 10.000 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla; ulaşım, konaklama, iş toplantısı ve ikili iş görüşmelerin organizasyon giderleri, reklam, tanıtım ve promosyon giderleri (basın ilanları, katalog, tanıtım cd. leri, afiş vb.) ve halkla ilişkiler ve danışmanlık giderleri gibi harcamaların şirketler için %50 ve SDŞ'ler için %60 oranında karşılanması söz konusudur. Şirketlerin yıllık en fazla 5 ve SDŞ'lerin 10 adet sektörel nitelikli ticaret heyeti programına katılımı desteklemektedir. Hedef pazarlara yönelik ticaret heyeti programlarına katılım halinde destek oranı 10 puan artırılarak uygulanır.

Sağlanan Destekler Organizatör Kuruluşlarca düzenlenen sektörel ticaret heyeti ile alım heyeti programları çerçevesinde aşağıda belirtilen giderler desteklenir.

Ulaşım: Sektörel ticaret heyetlerinde şirket başına, alım heyetlerinde davetli yabancı şirket, kurum veya kuruluş başına en fazla 2 (iki) kişinin uluslararası ve/veya şehirlerarası ulaşımda kullanacağı ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs bileti ve araç kiralama giderleri. Organizatör Kuruluşun en fazla 2 (iki) çalışanının sektörel ticaret heyeti organizasyonu ile ilgili koordinasyonu sağlamak üzere

gerçekleştirileceği ön heyet ve/veya sektörel ticaret heyet programı kapsamında uluslararası ve/veya şehirlerarası ulaşımında kullanacağı ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs bileti ve araç kiralama giderleri.

**Konaklama:** Sektörel ticaret heyetlerinde şirket başına, alım heyetlerinde davetli yabancı şirket, kurum veya kuruluş başına günlük 300 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla konaklama (oda+kahvaltı) giderleri.

Sektörel ticaret heyeti veya alım heyeti programları kapsamındaki aşağıda belirtilen tanıtım ve organizasyon giderleri;

- Tercümanlık giderleri,
- Seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri,
- Görsel ve yazılı tanıtım ve reklâm giderleri,
- Halkla ilişkiler hizmeti giderleri,
- Katalog, broşür, eşantiyon ve tanıtım malzemeleri giderleri,

Bir takvim yılında bir Organizatör Kuruluşun yaptığı en fazla 5 (beş) sektörel ticaret heyeti ve 10 (on) alım heyeti programı desteklenir.

Destek Tutarı Organizatör Kuruluşlarca düzenlenen sektörel ticaret heyeti ile alım heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına en fazla 150.000 ABD Dolarına kadar desteklenir.



Özel Şart olarak sektörel ticaret heyeti programları ile alım heyeti programlarının destek kapsamına alınabilmesi için ilgili Organizatör Kuruluş tarafından program başlangıç tarihinden en az 3 ay önce program taslağı ve tahmini bütçesiyle birlikte Bakanlığa başvuruda bulunulması gerekir. Bakanlıkça uygun bulunan programlar destek kapsamına alınır. Uygulamacı Kuruluş Ekonomi Bakanlığı'na (İhracat Genel Müdürlüğü). Heyetten en az 3 (üç) ay önce ön onay alınması gerekmektedir (Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, 2011) .

### **1.2.6.Tasarım Desteği**

Tasarım desteği ile amaçlanan Türkiye'de tasarım kültürünün oluşturulması ve yaygınlaştırılmasını teminen tasarımcı şirketleri, tasarım ofisleri ile Birlikler, tasarım dernekleri-birliklerinin gerçekleştireceği tanıtım, reklam, pazarlama, istihdam, danışmanlık harcamaları ile yurt dışında açacakları birimlere ilişkin giderlerinin amaçlanmaktadır. Yetkili Kuruluş: Dış Ticaret Müsteşarlığı. Başvuru Mercii: İhracatçı Birlikleri Yararlanan Firmalar: Tasarımcı Şirketleri, Tasarım Ofisleri, Birlikler ve Tasarım Dernekleri-Birlikleri. Destek Süresi: Tasarımcı Şirketleri ve Tasarım Ofisleri: en fazla 4 yıl Birlikler ve Tasarım Dernekleri-Birlikleridir ([http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turki\\_yedeki\\_Tesvik\\_ve\\_Destekler.pdf](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turki_yedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf)).

“Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ” 18.04.2008 tarihli ve 26851 sayılı Resmî Gazete 'de yayınlanmış ve mezkur Tebliğ'e ilişkin Uygulama Usul ve Esasları düzenlenmiştir. Destek oranı %50 'dir.

### 1.2.6.1.Tasarımcı İşletmelere Verilen Destekler

a)Yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirecekleri tanıtım harcamaları, %50 oranında ve yıllık en fazla 300.000 ABD Doları,

b) Yurt dışı birimlerinin;

1) Kurulum/dekorasyon giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Doları,

2) Brüt kira giderleri ve bu birimlerin kiralanmasına ilişkin danışmanlık giderleri ile vergi/resim/harç giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 ABD Doları,

c) Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Doları,

ç) İstihdam edilen tasarımcılar ile modelistlerin brüt maaş giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 150.000 ABD Doları,

d) Uluslararası pazarlarda rekabet avantajını arttırmak üzere alacakları, Ek-2'de belirtilen danışmanlıklara ilişkin giderler, %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 ABD Doları, tutarında desteklenir.(www.ekonomi.gov.tr).

Tasarımcı işletmelerin kurumsal kimlik oluşturması, stratejik şirket yapılandırılması, kalite kontrol sistemi oluşturulması, numune tesis yapılandırılması, moda ve trendler, ürün ve ambalaj tasarımı, kalıp ebat setleri satın alma ve tedarik, stratejik pazarlama, perakende operasyonlar, şirket kuruluşu, mağaza açılması ve işletilmesi, uluslararası ihracat ve hukuk, maliyet muhasebesi, risk yönetimi,

uluslararası pazarlarda rekabet avantajını artırıcı diğer her türlü iş yönetimi kapsamında satın alacakları danışmanlık giderleri ile Bilgisayar Tasarım (CAD) , Kurumsal Kaynak Yönetimi (CRM), Kurumsal Performans Yönetimi (EPM) , Perakende Yönetimi vb. bilgi yönetimi kapsamında satın alacakları veya kiralayacakları yaz lisansları ve bunların yıllık bakım güncelleme bedelleri ile yazılım ürünlerinin devreye alınması, iyileştirilmesi ve idamesi için yapacakları danışmanlık, eğitim ve dış kaynak kullanımı harcamaları %50 oranında ve yıllık 200.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde desteklenmektedir (Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, 2008).

#### **1.2.6.2.Tasarım Ofislerine Verilen Destek**

(1) Tasarım ofislerinin, yurt dışında tanınmaları ve markalaşmaları amacıyla;

a) Yurt dışında gerçekleştirecekleri Ek-1'de belirtilen tanıtım harcamaları, %50 oranında ve yıllık en fazla 150.000 ABD Doları,

b) Yurt dışında açacakları birimlerinin;

1) Kurulum/dekorasyon giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Doları,

2) Brüt kira giderleri ve bu birimlerin kiralanmasına ilişkin danışmanlık giderleri ile vergi/resim/harç giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Doları,

c) Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Doları,

ç) İstihdam edilen tasarımcılar ile modelistlerin brüt maaş giderleri %50 oranında ve yıllık en fazla 200.000 ABD Doları,

d) Uluslararası pazarlarda rekabet avantajını arttırmak üzere alacakları, Ek-2'de belirtilen danışmanlıklara ilişkin giderler, %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD Doları desteklenir (www.ekonomi.gov.tr).

Tasarımcı ofislerin, stratejik şirket yapılandırılması, kalite kontrol sistemi oluşturulması, uluslararası ihracat ve hukuk ürün ve ambalaj tasarımı, kalıp ebat setleri satın alma ve tedarik, stratejik pazarlama, perakende operasyonlar, şirket kuruluşu ve işletilmesi, numune tesis yapılandırılması moda ve trendler, maliyet muhasebesi, kurumsal kimlik oluşturması mağaza açılması risk yönetimi, uluslararası pazarlarda rekabet avantajını artırıcı diğer her türlü iş yönetimi alanında satın alacakları danışmanlık giderleri ve danışmanlık giderleriyle birlikte Kurumsal Performans Yönetimi (EPM), Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM), Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) , Bilgisayar Tasarım (CAD), Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) Perakende Yönetimi vb. kiralayacakları ya da satın alacakları yazılım ürünlerinin lisansları ,bunların devreye alınması, iyileştirilmesi ve idamesi için yapacakları danışmanlık, eğitim ve dış kaynak kullanımı harcamaları %50 oranda , yıllık olarak ta 100.000 ABD Doları'nı aşmayacak şekilde desteklenmektedir (Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2).

Bu alanda verilen teşvik tasarım ofislerine ve tasarım yapan firmalardır. Firmaların inovasyon gerçekleştirebileceği ve kalite olgusu oluşturabileceği bir etkinliktir tasarım denen olgu.. Tasarım desteğinde amaç tasarımcı firmaların

pazarlama, tanıtım, patent marka tescili, eğitim ve danışmanlık harcamalarını kısmi olarak karşılamaya istihdamı gerçekleştirilen personelin maaşları bu teşvik kapsamındadır. Bu kapsamda tasarım hizmeti veya danışmanlığı etkinliğinde bulunan firmalarda desteklenmektedir (Sapmaztürk,2013:47).

### **1.2.6.3.Birlikler, Tasarım Dernek - Birliklerinin Desteklenmesi**

İşletmelerin yurt dışın amaçlı olarak gerçekleştirecekleri yazılı ve görsel reklam ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları , stratejik danışmanlık gibi tanıtım giderleri , bu faaliyetlerin tanıtımı, marka –promosyon ajansı, yıllık en fazla 300.000 ABD Doları tutarında %50 oranı kapsamında desteklemektedir(Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2, Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu).

### **1.2.7.Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi**

Para ve Koordinasyon Kurulu'nun "95/7 Sayılı Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ" de olduğu gibi

Desteğin amacı, Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması amacına yönelik bir destektir. Bu destek; Türkiye'de uluslararası nitelikte ihtisas fuarları öncesinde ve fuar süresince gerçekleştirecekleri tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ilişkin giderlerin belli bir oranının söz konusu 95/7 sayılı Kararda tespit edilen esaslar ve organlar çerçevesinde "Destekleme ve Fiyat istikrar Fonu"ndan karşılanmasını kapsamaktadır. Ekonomi Bakanlığı'nca belirlenen kriterlere kapsamına uygun yerli organizatörlerin fuar öncesinde ve süresince yapacakları tanıtım ve promosyon

faaliyetlerine ilişkin giderlerin belli bir oranı karşılanmaktadır. Bakanlıkça belirlenmiş olan şartların sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarları düzenleyen organizatörlerin tanıtım harcamalarının desteklenmesi amacıyla sektörel nitelikli uluslararası yurt içi fuarların dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması amaçlanmaktadır (Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 95/7).

Bu destek kapsamında, destek verilecek olan fuarlar sektörel olarak belirlenmiştir. (Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 95/7)

- Tekstil-konfeksiyon-halı
- Deri (ayakkabı dahil)
- Taşıt araçları ve yan sanayi
- Gıda ve gıda teknolojisi
- Elektrik/elektronik sanayi
- Madeni eşya sanayi
- Toprak sanayi
- İnşaat malzemeleri

Mobilya sanayi ürünlerine yönelik olarak düzenlenecek fuarlar bu destekten yararlanabilir. Ayrıca; gerçekleştirilecek olan fuar, daha önce üç defa düzenlenmiş olmalıdır. Önceki dönemlerde gerçekleştirilen fuara en az 25 adet yabancı işletme ve

toplamda en az 100 işletme katılmış olmalıdır. Bu destek kapsamında gerçekleşen aynı fuara en fazla iki defa destek verilmektedir.

Destek kapsamında %50 oranda desteklenmektedir ve verilecek tutar 25.000 ABD Dolarını geçemez. Fuara davetli önemli yabancı alıcıların (2 kişi /ülke ) ilişkin ulaşım giderleri de %50 oranda desteklenir ve verilen destek 15.000 ABD Dolarını geçemez. Fuar süresince düzenlenecek seminer, konferans ve panel ve ödüllü yarışmalara ilişkin masraflar ise %50 oranda desteklenir ve verilen destek 5.000 ABD Dolarını geçemez. Yetkili kuruluş Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) , uygulamacı kuruluş ise İhracatçı Birliği Genel Sekreterliğidir (Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 95/7).

### **1.2.8.Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı**

Bu devlet yardımında amaç, ülkemizin tarımsal ürünlerinin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin artırılması amacıyla dolay tarımsal ürünler ihracatının finansman ihtiyacını karşılamaktır (<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/04/20120406-6.htm>).

(1) Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu ödenekleri çerçevesinde karşılanmak üzere, aşağıdaki tabloda yer alan tarım ürünlerinin ihracatını müteakip finansmanı amacıyla, bu Tebliğ'in 6 ncı maddesinde belirtilen giderler, tabloda gösterilen ihracat iade miktarı ve azami ödeme oranı dikkate alınarak ABD Doları karşılığı Türk Lirası üzerinden, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası nezdinde ihracatçı adına açılacak hesaptan, anılan Banka kanalıyla mahsup yoluyla karşılanır. İmalatçı firmalar, kendi dış ticaret şirketleri ya da şirketlerinin de yer aldığı aynı kuruluş bünyesindeki bir dış ticaret firması kanalıyla ihracatı gerçekleştirmeleri ve dış ticaret firmalarının hak edişlerini imalatçı firmalarına devretmeleri durumunda teşvikten faydalanabilirler.

İhracatçı firmalar hak edişlerini ürünü satın aldıkları imalatçı veya üretici firmalara devredebilirler.

(2) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin (SDŞ) ortakları, SDŞ kanalıyla ihracatı gerçekleştirmeleri ve SDŞ tarafından hak edişlerin ortaklarına devredilmesi durumunda teşvikten faydalanabilirler.

(3) İhracatçı firmalar; hak edişlerinin en fazla % 65'lik kısmını, ihraç ettikleri ürünü satın aldıkları veya söz konusu ürünün ihraç edilebilmesi amacıyla gerçekleştirilen faaliyetler kapsamında mal ve hizmet satın aldıkları firmalara bu Tebliğ'in 6 ncı maddesinde belirtilen giderlerin mahsubunda kullanılmak üzere devredebilirler( <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/04/20120406-6.htm>).

Tarım ürünleri; arz ve talep esnekliklerinin düşük olması, satılan ürünler ve üretim için satın alınan girdi, fiyat oluşumunda üreticilerinin etkilerinin çok az olması ve piyasa ekonomisinde kuvvetli bir yapıya sahip olması gibi nedenlerle bütün ülkeler tarafından desteklenmektedir (Atayeter ve Erol,2011: 16).

Ülkeler, DTÖ Tarım Anlaşmasının 9'uncu maddesi gereğince anlaşma ile uyumlu sübvansiyon sağlama yükümlülüğünü üstlenmiş olup, DTÖ'ne verdikleri taahhüt listeleri kapsamındaki ürünler için yapılacak harcamalar ile sübvansiyonların verilebileceği bir tarımsal ürünün veya ürün grubu miktarı ise indirim taahhüdüne tabi bulunmaktadır. Taahhüt listelerinde yer almayan ürünlerin desteklenmesi ise mümkün bulunmamaktadır (Kıymaz, 2000: 67).

Tebliğin kapsamında yer alan ürünlerin İhracat Bağlantılı Üretim Sözleşmesi kapsamında temin edilerek ihraç edilmeleri halinde, ihracat iade miktarı ve azami ödeme oranları %50-%75'lik artış tutarlarının %60'ı oranında üreticilere nakit olarak



ödenmekte; bakiyesi ise ihracatçılar adına açılmış olan mahsup hesaplarına alacak kaydedilmektedir.

Tebliğde belirtilen ürünlerin organik tarım yöntemi ile üretilmesi ve bu durumun Organik ürün sertifikası ile tevsik edilmesi halinde, ihracat iade miktarları ve azami ödeme oranları %50 oranında arttırılmakta; bu suretle hesaplanacak %50'lik artış oranı ihracatçı adına açılmış olan mahsup hesabına alacak kaydedilmektedir. Bu tebliğ kapsamında vergiler, vergi cezaları, SGK primleri, haberleşme giderleri, enerji giderleri TMSF ve tasfiye halindeki bankalara olan borçlar ve bunların gecikme zammı ile faizlerine ilişkin giderlerin tamamı da mahsup edilmektedir(<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/04/20120406-6.htm>).

İhracat sübvansiyonları kısmında ise DTÖ Tarım Anlaşmasının 9'uncu maddesi uyarınca; İhracat performansına bağlı olarak işletmelere, endüstri koluna, üreticilere, kooperatiflere, aynı ödemeler de dahil olmak üzere hükümetler veya kuruluşlarınca doğrudan sağlanan sübvansiyonlar, ticari olmayan tarımsal ürün stoklarının iç piyasa fiyatlarının altında kamu tarafından ihracı, kamu hesabına yük getirsin veya getirmesin, kamu gücüyle finanse edilen bir tarımsal ürünün ihracatı için yapılan ödemeler, alım-satım, kalite iyileştirmesi, diğer işletme masrafları ve uluslararası nakliye masraflarını azaltmak için uygulanan sübvansiyonlar, navlun teşvikleri, tarımsal ürünlerdeki sübvansiyonların ihraç ürünlerine yansıyan payı ihracat sübvansiyonları kapsamında değerlendirilmiştir (Akdeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği, 2005).

Belli tarım ürünlerinin ihracatında, DFİF tarafından ödeme yapılmaktadır. Bu ürünleri arasında patates, elma, yaş, dondurulmuş, kurutulmuş meyve-sebze, turunçgiller ve elma yer almaktadır. Bu tarım ürünlerinin ihracatına verilen yardımların, AB'ye uyumunu kolaylaştırmak üzere, yurtiçi fiyat, dünya fiyatı, üretim ve tüketim dengesi ve ithalatta uygulanan koruma oranları ve dönemsel olarak uygulanması ile ilgili esaslar belirlenmeye çalışılmaktadır. Gıda sanayi kapsamındaki işlenmiş tarım ürünlerine verilecek ihracat iadesi yardımlarında, bünyelerinde bulunan temel tarım ürünlerinin miktarı, bu ürünlere verilen ihracat desteği ve uygulanan ithalat koruması dikkate alınmaktadır. Tebliğde belirtilen tarım ürünleri ihracatında, ihracatı takiben finansman, ürün çeşitlerine göre belirlenen ABD doları karşılığı TL olarak, TCMB kanalıyla mahsup yoluyla ve DFİF ödenekleri çerçevesinde karşılanmaktadır (Seymen, 2009).

### **1.2.9.Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi**

Bu teşvikte amaç; Türk Ticaret Kanunu hükümleri çerçevesinde kurulmuş, ihracatçı birliğine üye şirket ile Türkiye'de yerleşik üretici/imalatçı organizasyonlarının yurt dışı fuar organizasyonlarına iştiraklerine ve Bakanlıkça belirlenerek ilan edilen ve yurt dışında düzenlenen desteklenecek sektörel nitelikteki uluslararası fuarlar listesinde yer alan fuarlara bireysel katılımlarına ilişkin harcamalarının bu Tebliğin ilgili maddelerinde belirtilen miktar ve oranlar çerçevesinde Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanmasıdır. Yurt dışı fuar organizasyonu gerçekleştiren organizatörler ve söz konusu fuara iştirak eden firma ve kuruluşlar ile sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara bireysel katılım sağlayan firma ve kuruluşlar faydalanabilir. En geç üç ay içerisinde istenilen tüm bilgi ve belgeler fuarın bitiş tarihinden itibaren gerçekleştirilmek üzere; yurt dışı fuar

organizasyonlarında; katılımcı ve/veya organizatör tarafından Bakanlık tarafından belirlenen İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine, bireysel düzeyde uluslararası fuar katılımlarında ise; katılımcı tarafından katılımcının üretim konusuyla ilgili üye olduğu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliklerine bildirilir (Yurt dışında gerçekleştirilen fuar ve katılımların desteklenmesine ilişkin tebliğ 2009 / 5) .

### **1.2.9.1.Yurt Dışı Fuarlarda Katılımcıların Desteklenmesi**

Yurt Dışı Fuar Organizasyonlarında, katılımcı tarafından organizatöre ödenen katılım bedelinin % 50'si ve katılımcıların stantlarında görevlendireceği en fazla 2 temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masraflarının %50'si destek kapsamında katılımcıya ödenir. Katılımcıya fuar bazında ödenecek destek tutarı, Yurt Dışı Fuarın genel nitelikli uluslararası fuara Milli Katılım veya Türk İhraç Ürünleri Fuarı olması halinde 10.000 ABD dolarını; sek- törel nitelikli uluslararası fuara Milli Katılım, Yabancı Firma Katılımlı Sektörel Fuar veya Sektörel Türk İhraç Ürünleri Fuarı olması halinde ise 15.000 ABD dolarını geçemez. Yurt dışı fuarlara iştirak eden komple tesis imalatı, makine, yat imalatı ve otomotiv ana sanayi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının 10.000 ABD dolarını geçmemek üzere %50'si, doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, beyaz eşya, endüstriyel mutfak eşyaları, mücevherat ve halı sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının ise 6.000 ABD dolarını geçmemek üzere %50'si katılım bedeline ilaveten desteklenir. İlave nakliye desteği bu Maddenin bir önceki maddede belirtilen sınırlamaya tabi olmadan uygulanır. Desteklenecek fuarlar:

- Deri (ayakkabı dahil)
- Tekstil-konfeksiyon-halı
- Taşıt araçları ve yan sanayi
- Gıda ve gıda teknolojisi
- Elektrik/elektronik sanayi
- Madeni eşya sanayi

- Toprak sanayi
- İnşaat malzemeleri
- Mobilya sanayidir( <http://www.unyetso.org.tr/ekonomi-bakanligi-destekleri-182s.htm>).

Katılımcıların Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) olmasında ise, organizatöre ödenecek katılım bedelinin %75'i SDŞ'ye ödenir. Katılımcının gen mühendisliği /biyoteknoloji, uzay ve havacılık teknolojileri, ileri malzeme teknolojileri, nano teknoloji, teknik tekstil, yenilenebilir enerji, donanım (hardware), yazılım (software), bilişim ve elektronik konularında üretim yapması veya film yapımcısı olması durumunda katılım bedelinin %75'i, bu maddenin ikinci fıkrasında belirtilen sınırlamaya tabi olmak üzere destek kapsamında katılımcıya ödenir. Üretici/İmalatçı organizasyonlarının katılacağı yurtdışı fuarlarda katılım bedelinin %75'i, bu maddenin ikinci fıkrasında belirtilen sınırlamaya tabi olmak üzere ödenir. Üretici/İmalatçı organizasyonuna yapılacak ödemelerde, katılım bedelinin hesaplanmasında her fuar için azami 36 m2'lik alan esas alınır. Üretici/İmalatçı organizasyonları, kiraladıkları standı sadece temsil ettikleri sektör/sektörlerin genel tanıtımını yaparlar, söz konusu alanda münferiden firmalara ait ürünleri sergileyemezler (<http://nuance.com.tr/sites/default/files/sirkuler/201259>).

### **1.2.9.2.Yurtdışı Fuarlara İlişkin Organizatör Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi**

Ekonomi Bakanlığı'nca görevlendirilen organizatörün, yurt dışı fuar organizasyonuna yönelik olarak Türk ihraç ürünlerinin tanıtımı amacıyla yurtdışında gerçekleştirmek üzere,

- Yazılı ve görsel kitle iletişim araçlarında yayınlanacak reklamlar,
- Defile,
- Fuar konusu sektör ile ilgili seminer, basın toplantısı ve duyuru,
- Elektronik ortamda tanıtım/videowall, multivizyon gösterileri
- Reklam panoları, afiş, katalog, broşür/kitapçık biçimindeki tanıtım etkinlikleri,
- Toplam alanı 25 m<sup>2</sup>'yi geçmemek üzere, fuar konusu sektör/sektörlerin tanıtımı ve katılımcı firmalara iletişim hizmetleri (faks, telefon, internet vb.) vermeye yönelik info stand, Katılımcılara kiralanılan toplam fuar alanının %15'ini geçmemek üzere gösteri/etkinlik/trend alanı, harcamaları destek kapsamındadır.

### **1.2.9.3.Sektörel Nitelikteki Uluslararası Fuarlara Bireysel Katılımların Desteklenmesi**

Boş stand ve/veya standart donanımlı stand kirasının ve nakliye harcamalarının % 50'si,

Temsilcinin fuara ulaşım masraflarının % 50'si, • Katılımcının SDŞ olması durumunda, boş stand ve/veya standart donanımlı stand kirasının tamamı ve nakliye harcamalarının % 75'i,

Üretici/İmalatçı organizasyonlarının katılacağı sektörel nitelikli uluslararası fuarlar için, boş stand ve/veya standart donanımlı stand kirasının ve nakliye harcamalarının % 75'i, azami 15 Bin ABD Doları aşmayacak şekilde desteklenir,

Sektörel nitelikli uluslararası fuarlara iştirak eden komple tesis imalatı, makine, yat imalatı ve otomotiv ana sanayi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının 10.000 ABD Doları'nı geçmemek üzere %50'si, doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi, elektronik, beyaz eşya, endüstriyel mutfak eşyaları, mücevherat ve halı sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının ise 6.000 ABD Doları'nı geçmemek üzere %50'si katılım bedeline ilaveten desteklenir. Yurt dışı fuarlara katılımın sağlanması, ihracatçı işletmeler açısından ürünlerini tanıtmaya, faaliyet gösterdikleri sektör hakkında bilgi toplama ve yeni müşteriler elde etmek açısından önemlidir. Bu kapsamda verilen devlet yardımı ile işletmelerin yurt dışı fuarlara katılımına yönelik katılım bedeli, personel masrafları, kira ve nakliye gibi harcamaları kısmen karşılanmaktadır. Bu destek kapsamında SDTS'ler ve yüksek teknolojik yapıya sahip sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere daha fazla destek oranı sağlanmaktadır.

Sektörel nitelikli uluslararası fuarlara iştirak eden komple tesis imalatı, makine, yat imalatı ve otomotiv ana sanayi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının 10.000 ABD dolarını geçmemek üzere %50'si, doğal taş, seramik, mobilya, otomotiv yan sanayi,

elektronik, beyaz eşya, endüstriyel mutfak eşyaları, mücevherat ve halı sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların fuar nakliye masraflarının destek kapsamında bulunmayan kısmının ise 6.000 ABD dolarını geçmemek üzere %50'si katılım bedeline ilaveten desteklenir. İlave nakliye desteği bu maddenin 1. fıkrasında belirtilen sınırlamaya tabi olmadan uygulanır (www.serka.gov.tr,2013:12).

#### **1.2.9.4.Bireysel Katılımların Desteklenmesi**

Bakanlıkça belirlenerek ilan edilen yurt dışında düzenlenen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara bireysel katılımın olması durumunda; katılımcının fuarın yetkili organizatörüne ödeyeceği boş stand ve/veya standart donanımlı stand kirasının ve nakliye harcamalarının % 50'si, Katılımcının SDŞ olması durumunda, boş stand ve/veya standart donanımlı stand kirasının tamamı ve nakliye harcamalarının % 75'i, Üretici/İmalatçı organizasyonlarının katılacağı sektörel nitelikli uluslararası fuarlar için, boş stand ve/veya standart donanımlı stand kirasının ve nakliye harcamalarının % 75'i desteklenir. Başvuru Şekli Katılımcının bireysel olarak katılım sağlayacağı, Ekonomi Bakanlığı'nca destek kapsamına alınmış bulunan sektörel nitelikteki uluslararası fuarın başlama tarihinden en az on beş gün önce, destek müracaatında bulunacağı İhracatçı Birliği Genel Sekreterliğine fuarın yetkili organizatörü tarafından düzenlenmiş, boş stand ve/veya standart donanımlı stand metrekare fiyatını gösteren yer tahsis belgesi veya faturasını ibraz eder (www.dogaka.gov.tr,2013:41).

#### **1.2.9.5.Hedef Ülke Bazında İlave Fuar Desteği Ve Geçici İlave Fuar Desteği**

Ekonomi Bakanlığı'nca yürütülen İhracat Stratejisi çerçevesinde ihracatımızın ülke ve pazar açısından çeşitlendirilmesi ve firmalarımızın hedef pazar olarak nitelenen ülkelere yönlendirilebilmelerini teminen her yıl belirlenen 15 hedef ülkede düzenlenecek fuarlara iştirak eden katılımcıların %50 destek oranına 20 puan ilave destek sağlanır. Bu maddenin birinci fıkrası çerçevesinde belirlenecek Hedef Ülkelerde gerçekleştirilecek fuarlara iştirak eden katılımcıların yanısıra, bu Tebliğin 5 inci maddesinin 4 üncü, 5 inci, ve 6 ncı fıkraları ile 7 nci maddesinin 3 üncü, 4

üncü, ve 5 inci fıkraları kapsamında %75 destek oranına tabi olan katılımcılar 10 puan ilave destekten yararlanamaz. Katılımcının yılda bir defaya mahsus olmak üzere, Kalkınma Ajansı'nca belirlenecek sektörel nitelikteki uluslararası prestijli fuarlardan birine katılması halinde, katılımcı tarafından organizatöre ödenen özel donanımlı stand dahil katılım bedelinin, Bireysel Katılımlarda ise katılımcının fuarın yetkili organizatörüne ödeyeceği boş stand veya donanımlı stand kirasının ve nakliye harcamalarının %50'si destek kapsamında 50.000 ABD dolarını geçmemek üzere katılımcıya ödenir. Bu maddenin 3 üncü fıkrasından yararlandırılan katılımcılara bu Tebliğ'in diğer maddelerinde belirtilen % 50'den daha yüksek destek oranları uygulanmaz. Bu destek kapsamındaki katılımcılar söz konusu fuar katılımlarında bu Tebliğin 15 inci maddesinde belirtilen 50 m2 sınırlamasından muaftır(www.dogaka.org.tr,2013:41).

### **1.2.10.Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi**

Desteğin amacı, Türkiye'de sınai ve/veya ticari faaliyet gösteren şirketler ile İşbirliği Kuruluşları üyelerinin ürünlerinin pazarlama ve tanıtımının yapılmasını sağlamak, bu çerçevede yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım, marka tescil giderleri ile yurt dışında mal ticareti yapmak amacıyla açılan birimlerle ilgili giderlerinin bir kısmının DFİF'ndan karşılanmasıdır. Desteğin yetkili kuruluşu Ekonomi Bakanlığı, Uygulamacı kuruluş İhracatçı Birliği Genel Sekreterliği, Yurtdışında düzenlenen belgelerin onay yeri; Yurtdışında faaliyet gösteren ticaret Müşavirlikleri ve Ataşelikleridir. Uygulamacı kuruluş ve destek başvuru yeri ise şirketin üye olduğu ihracatçı Birlikleri Genel Sekreterlikleridir. Destek süresi ve sayısı 4 yıl boyunca ve 15 yurt dışı birim faydalanabilir.Başvuru süresi Yurt dışı ödeme belgeleri ile ödemeye ilişkin olarak Uygulama Usul ve Esasları Genelgesinde belirtilen diğer yurt dışı belgeler, ödeme tarihinden itibaren en geç 6 ay (Tebliğ 16. Maddede belirtilen



Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetleri için bu süre 18 aydır) içerisinde şirket tarafından Ticaret Müşavirliği/Ataşeliği 'ne, Yurt içi ödeme belgeleri ile ödemeye ilişkin olarak Uygulama Usul ve Esasları Genelgesinde belirtilen diğer yurt içi belgeler, ödeme tarihinden itibaren en geç 6 ay (Tebliğ 16. Maddede belirtilen Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetleri için bu süre 18 aydır) içerisinde şirket tarafından üyesi olduğu İhracatçı Birliği Genel Sekreterliğine (İBGS) ibraz edilmelidir(<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/12/20141212-12.htm>).

### **1.2.10.1.Yurt Dışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi**

Destekle şirketlerin yurtiçi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri, % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD Dolarına kadar desteklenir. Şirketler ve İşbirliği Kuruluşlarının kira giderleri desteğinden her bir birim için en fazla dört yıl süresince yararlandırılır. Şirketlerin yurt içi marka tescil belgesine sahip oldukları markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri, % 50 oranında ve yıllık en fazla 50.000 ABD dolarına kadar desteklenir. Sektörel bazda Bakanlıkça belirlenen hedef ve öncelikli ülkelere yönelik olması durumunda destek oranı 10 (on) baz puan artırılır. Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı kapsamında coğrafi olarak kişi başına düşen milli geliri Türkiye ortalamasının % 75'inin altında kalan ve 12 Düzey II bölgesinde merkezi bulunan şirketler ve İşbirliği Kuruluşlarınca gerçekleştirilmesi durumunda destek oranı 20 baz puana kadar artırılabilir ([www.dogaka.org.tr](http://www.dogaka.org.tr),2013:44).

### **1.2.10.2.Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi**

Şirketler ve İşbirliği Kuruluşlarınca yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilen görsel ve yazılı tanıtım, sponsorluk, yurt dışı birimlerinin internet sayfasına ilişkin tasarım, reklâm panoları, yabancı dilde hazırlanmış firma katalogları, broşürler, eşantıyon ve tanıtım malzemeleri, elektronik ortamda tanıtım sitelerine verilen reklâm giderleri desteklenir.Yurt dışında gerçekleştirilen reklâm, tanıtım ve pazarlama giderleri; % 60 oranında ve her bir ülke için yıllık en fazla 150.000 ABD dolarına kadar desteklenir.Desteklenen yurt dışı birimi bulunmayan ancak yurt içi ve tanıtım yapacağı ülkede marka tescil belgesine sahip şirketlerce, Türkiye’de üretilen ürünlerle ilgili olarak yurt dışında gerçekleştirilen reklâm, tanıtım ve pazarlama giderleri, % 60 oranında ve yıllık en fazla 250.000ABD dolarına kadar desteklenir (www.dogaka.org.tr,2013:44).

### **1.2.10.3.Birim Kira Giderlerinin Desteklenmesi**

Türkiye’deki ana şirket doğrudan birim açabileceği gibi yurt dışında faaliyet gösteren şirketi veya şubeleri de birim açabilir. Bu durumda yurt dışındaki şirket ile Türkiye’deki ana şirket arasında organik bağın olması gerekir.Destek ödemesi yurt dışı ortaklık oranına göre hesaplanır. Yurt dışı şirketin, Türkiye’deki ana şirketin kuruluş tarihinden sonra açılması gerekir. İşbirliği Kuruluşlarının kiralayacakları yurt dışı birimlerin kira giderleri de desteklenir. Desteklerden yararlanan birimlerde, Türkiye’de üretilen ürünlerin pazarlanması gerekir ( [http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turkiyede\\_kiralanacak\\_yurt\\_disi\\_birimlerin\\_kira\\_giderleri\\_de\\_desteklenir.pdf](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turkiyede_kiralanacak_yurt_disi_birimlerin_kira_giderleri_de_desteklenir.pdf),2013:43).

Sınai ve ticari şirketler veya bu şirketlerle aralarında organik bağ bulunan ve yurt dışında faaliyet gösteren şirket veya şubeleri ile İşbirliği Kuruluşları tarafından yurt dışında açılan birimlerinin kira giderleri;

Açılan birimin mağaza olması halinde % 60 oranında ve yıllık en fazla 120.000 ABD dolarına kadar,

Açılan birimin ofis, showroom, depo veya reyon olması halinde % 60 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD dolarına kadar,

Ticari şirketler veya bu şirketlerle aralarında organik bağ bulunan ve yurt dışında faaliyet gösteren şirket veya şubeleri tarafından yurt dışında açılan birimlerinin kira giderleri; Açılan birimin mağaza olması halinde % 50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD dolarına kadar, Açılan birimin ofis, showroom, depo veya reyon olması halinde % 50 oranında ve yıllık en fazla 75.000 ABD dolarına kadar, Türkiye'deki ana şirket ile yurt dışındaki şirket arasında organik bağı gösteren şartlar([http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turkiyedeki\\_Tesvik\\_ve\\_Destekler.pdf](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turkiyedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf)):

- Şirketin tüzel kişilik olarak yurt dışındaki şirkete ortak olması,
- Şirketin tüm ortaklarının yurt dışındaki şirkete ortak olması, şirketin, en az % 51'ine sahip ortak veya ortaklarının, şirket adına yurt dışında şirket açmak için yetkilendirilmesi koşuluyla, yurt dışında açılan şirkete ortak olması,

- Şirketin halka açık olması halinde; halka açıklık oranı düştükten sonra şirketin %51'ine sahip ortak ya da ortakların şirket adına yurt dışında şirket veya birim açmak için yetkilendirilmesi koşuluyla, yurt dışında açılan şirkete ortak olması.

### **1.2.11. Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve Turquality**

Para ve Koordinasyon Kurulu'nun "2006/4 Sayılı Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ" İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernekleri, Üretici Birliklerinin, sektörlerinin yurtdışında tanıtımı amacıyla gerçekleştirecekleri harcamalara ilişkin giderler, Türkiye'de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketlerin ürünlerinin markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri faaliyetlere ilişkin giderler ile İhracatçı Birliklerinin TURQUALITY Programı kapsamında firmalara yurt içinde ve yurt dışında markalaşma sürecinde vereceği desteklere ilişkin harcamalar, Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik gerçekleştireceği her türlü faaliyet ve organizasyonlara ilişkin giderler ile olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi için yurt içinde ve yurt dışında gerçekleştireceği her türlü harcamaların desteklenmesidir. Firmalar markalaşma faaliyetlerini içeren bir Stratejik İş Planı ile doğrudan Ekonomi Bakanlığı'na müracaat edeceklerdir. "Turquality" ibaresinin kullanılması hususunda ise Bakanlık denetim/ danışmanlık firmalarının raporlarını talep edebilir ([http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turki\\_yedeki\\_Tesvik\\_ve\\_Destekler.pdf](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turki_yedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf) 2013:46).

Dış Ticaret Sermaye Şirketi (DTSS) , Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) ve şirketler, kira ve/veya hizmet giderleri desteğinden her bir birim için en fazla üç yıl süresince yararlanabilir. Söz konusu destekten şirketler 7 adet yurtdışı birimi, DTSS ve SDŞ'ler 15 adet yurtdışı birimi için başvuruda bulunabilirler.

Desteklenen oranlar: Üretici Dernekleri ve Üretici Birlikleri %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD doları, İhracatçı Birlikleri %80 oranında ve yıllık en fazla 250.000 ABD doları, işletmelerin marka destek ve TURQUALITY® programları kapsamında farklı kalemler için (aşağıda belirtilen) farklı miktarlarda gerçekleştirdikleri harcamaları % 50 oranında desteklenmektedir.

Yurtdışında Onay Yeri: Ticaret Müşavirlikleri/Ataşeliği/Konsolosluklar

Başvuru Mercii: Ekonomi Bakanlığı (İhracat Genel Müdürlüğü)

Başvuru Süresi: 6 ay

Yararlananlar: İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernek/Birlikleri, Türkiye’de ticari ve/veya sınai faaliyette bulunan şirketler

Destek Oranı: Şirketler % 50 (İhracatçı Birlikleri %80)

Destek Süresi: 4 Yıl (Marka Destek Programı) 5 Yıl (TURQUALITY Destek Programı)

Destek kapsamında; Firmalar markalaşma faaliyetlerini içeren bir Stratejik İş Planı ile doğrudan Ekonomi Bakanlığı’na müracaat edeceklerdir. “Turquality” ibaresinin kullanılması hususunda ise Bakanlık denetim/danışmanlık firmalarının raporlarını talep edebilir.

Desteğin Süresi; Dış Ticaret Sermaye Şirketi (DTSS) , Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) ve şirketler, kira ve/veya hizmet giderleri desteğinden her bir birim için en fazla üç yıl süresince yararlanabilir. Söz konusu destekten şirketler 7 adet yurtdışı birimi, DTSS ve SDŞ'ler 15 adet yurtdışı birimi için başvuruda bulunabilirler([http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turkiyedeki\\_Tesvik\\_ve\\_Destekler.pdf](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turkiyedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf) 2013:46).

### **1.2.11.1.Marka Destek Programı Kapsamına Alınan İşletmelerin Desteklenmesi**

Tebliğ kapsamında; Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yıllık en fazla 300.000 ABD Doları, Yurtdışında düzenlenen uluslararası nitelikteki sektörel fuarlara katılım halinde, stand dekorasyonu ile fuar katılım bedeline ilişkin harcamaları (Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri dahil ) , Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları yıllık en fazla 50.000 ABD Doları,

Açtıkları ve/veya açacakları yurtdışı birime (satış sonrası servis hizmeti vermek üzere açılan birimler dahil ) ilişkin brüt kira ile buna ilişkin vergi / resim / harç, komisyon, hizmet anılan birimlerin kiralanmasına yönelik hukuki danışmanlık giderleri ile söz konusu birimlerin işletilmesi için gerekli Müsteşarlık tarafından belirlenen temel kurulum giderleri yıllık en fazla 500.000 ABD Doları,

Mağaza / lokanta / kafe açılması amacıyla gerçekleştirecekleri uygun mahal araştırmasına yönelik danışmanlık ve yerel vergi, resim harçlar ile açtıkları ve / veya açacakları mağaza/ lokanta / kafelere ilişkin konsept mimari çalışmaları ve dekorasyon giderleri yıllık en fazla 400.000 ABD Doları,

Kiraladıkları ve / veya kiralayacakları reyonlara ilişkin kira ve /veya komisyon giderleri en fazla 200.000 ABD Doları,

Açmış oldukları ve / veya açacakları showroamlara ilişkin kira ve /veya komisyon giderleri yıllık en fazla 200.000 ABD Doları,

Çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlayabilmesi ve mağaza /lokanta /kafe açılışı ve işletilmesini teminen gerçekleştirilen, kalite, hijyen, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin danışmanlık dahil her türlü giderleri yıllık en fazla 50.000 ABD Doları,

Franchise vermeleri halinde, franchising sistemi ile yurt dışında açılacak ve faaliyete geçirilecek yıllık en fazla 10 mağazaya ilişkin;

Dekorasyon harcamaları, mağaza başına en fazla 50.000 ABD Doları

Kira giderleri mağaza başına en fazla iki yıl süresince en azami 100.000 ABD Doları,

İş yönetimi kapsamında satın alacakları her türlü danışmanlık giderleri en fazla 500.000 ABD Doları,

İstihdam edilen moda /endüstriyel ürün tasarımcısı, aşçı /şef giderleri yıllık en fazla 200.000 ABD Doları, desteklenmektedir.

### **1.2.11.2.İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernekleri / Birliklerinin Desteklenmesi**

Birliklerin, iştiğal sahasına giren ürünlerinin yurtdışı pazarlarda markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri tanıtım, reklam ve pazarlama (görsel ve yazılı tanıtım, show, defile, ülke imaj kampanyası, pazar araştırması, sponsorluk, marka-promosyon ajansı, stratejik danışmanlık giderleri vb.) faaliyetlerine ilişkin harcamaları, %80 oranında ve yıllık en fazla 250.000 ABD doları,

Üretici Dernekleri ve Üretici Birliklerinin, ilgili oldukları üretim alanında yer alan ürünlerinin yurtdışı pazarlarda markalaşması amacıyla gerçekleştirecekleri görsel ve yazılı tanıtım, show, defile, ülke imaj kampanyası, pazar araştırması, sponsorluk, marka-promosyon ajansı, stratejik danışmanlık gibi tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaları, %50 oranında ve yıllık en fazla 100.000 ABD doları desteklenir (www.dogaka.org.tr.2013: 47 ) .

### **1.2.11.3.Turquality Destek Programı Kapsamında Bulunan İşletmelerin Desteklenmesi**

Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile TURQUALITY Sertifikasını haiz markalarının yurtdışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri,

Çevre ve kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum sağlanabilmesi ve mağaza /lokanta / kafe açılışı ve işletilmesini teminen gerçekleştirilen; kalite, hijyen, çevre belgeleri ile insan can, mal emniyeti ve güvenliğini gösterir işaretlere ilişkin harcamaları,



TURQUALITY Sertifikasını haiz markalı ürünleriyle ilgili olarak istihdam edilen moda/endüstriyel ürün tasarımcısı giderleri,

Reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri,

Yurtdışında düzenlenen uluslararası nitelikteki sektörel fuarlara katılım halinde, stand dekorasyonu ile fuar katılım bedeline ilişkin harcamaları (reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri dahildir ),

Mağazalara / lokantalara / kafelere ilişkin uygun mahal araştırmasına yönelik danışmanlık, konsept mimari çalışmaları, dekorasyon, brüt kira ile buna ilişkin vergi /resim /harç, komisyon hizmet harcamaları, mağaza /lokanta / kafe kiralanmasıyla ilgili hukuki danışmanlık ve belediye giderleri ile söz konusu birimlerin işletilmesi için gerekli, Müsteşarlık tarafından belirlenen temel kurum giderleri,

Ofis, depo, showroom, satış sonrası servis vb. yurtdışı birimlerine ilişkin kira ile buna ilişkin vergi /resim /harç, dekorasyon (yalnızca showroom için ), komisyon giderleri, söz konusu birimlerin işletilmesi için gerekli Müsteşarlık tarafından belirlenen temel kurulum giderleri, farklı markaların satıldığı showroom/büyük mağaza, hipermarketlerde kiraladıkları reyon/gondol/ köşe, dekorasyonlu köşe, kioks, stand vb. tahsis edilmiş satış alanlarına ilişkin kira, dekorasyon, hizmet ve/veya komisyon harcamaları,

Franchise vermeleri halinde franchising sistemi ile yurt dışında açılacak ve faaliyete geçirilecek mağazalara ilişkin dekorasyon giderleri,

İş yönetimi kapsamında satın alacakları her türlü danışmanlık giderleri, desteklenmektedir.

Kurumsal kimlik oluşturulması, stratejik şirket yapılandırılması, kalite kontrol sistemi oluşturulması, numune tesis yapılandırılması, moda ve trendler, ürün ve ambalaj tasarımı, kalıp ebat setleri satın alma ve tedarik, stratejik pazarlama, perakende operasyonlar, şirket kuruluşu, mağaza açılması ve işletilmesi, uluslararası ihracat ve hukuk, maliyet muhasebesi, risk yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), bilgi-işlem gibi uluslararası pazarlarda rekabet avantajını artırıcı diğer her türlü iş yönetimi kapsamında satın alacakları danışmanlık giderleri, %50 oranında desteklenir.

#### **1.2.11.4.Turquality Programının Desteklenmesi**

Birliklerin TURQUALITY® Programının yürütülmesi konusunda (<http://www.baka.org.tr/uploads/1281disticarettesvikleri.pdf>);

Marka/TURQUALITY® destek programı kapsamına alınacak/alınan şirketlerin iş yönetimi kalitesi, operasyona mükemmellik düzeyi ve markalaşma potansiyellerinin belirlenmesi, performanslarının izlenmesi, program ve program kapsamındaki faaliyet ve işlemleri ile harcama belgelerinin içeriği, doğruluğu, rayicine uygunluğu vb. hususlar ile TURQUALITY® Programı kapsamında yapılan faaliyetlerle ilgili gerçekleştireceği her türlü denetim ve danışmanlık giderleri,

Marka/TURQUALITY® destek programı kapsamına alınan şirketlere yönelik olarak ürün ve üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, operasyonel mükemmellik, stratejik konumlandırma-planlama, pazar haberdarlığı, pazarlama, markalaşma,

perakendecilik, halkla ilişkiler, iletişim, reklam, vb. konularda gerçekleştireceği eğitim, seminer, rehberlik, danışmanlık vb. faaliyetlerine ilişkin giderleri,

TURQUALITY® Programının pazara giriş ve iletişim stratejisi kapsamında olumlu Türk malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi için yurtiçi ve yurtdışında gerçekleştireceği her türlü halkla ilişkiler faaliyetleri (PR), Türk markalarının pazara giriş ve tutunmalarına yönelik gerçekleştireceği her türlü organizasyonlara ilişkin giderler ile pazar istihbaratı, pazar haberdarlığı, ulusal ve uluslararası iş ilişkileri ağı (networking), sponsorluk vb. giderleri,

TURQUALITY® Programın kurumsallaştırılması ve TURQUALITY® Sekreteryasına yönelik giderleri ile eleman istihdamı ve eğitimine ilişkin harcamaları, TURQUALITY® Programının stratejisinin güncellenmesi, yenilenmesi, geliştirilmesi, uygulanması ve program kapsamında yapılacak stratejik çalışmalara ilişkin harcamaları ile bu konularda gerçek ya da tüzel kişilerden satın alacağı danışmanlık giderleri, yıllık en fazla 35 milyon ABD doları ve %100 oranında desteklenir(<http://www.baka.org.tr/uploads/1281disticarettesvikleri.pdf>).

Destekle ile amaçlanan Türk işletmelerinde uluslararası boyutta rekabet edebilecek güçlü markalar oluşturmalarıdır. Bu kapsamda tanıtım, Pazar araştırması, reklam ve pazarlama faaliyetleri desteklenerek markalaşma süreci teşvik edilir. Bu destekle oluşturulacak markalarda çevre ve kalite gibi olgular da ön plana çıkmaktadır. Bu destekle yurt dışı temsilciliklerin açılmasına yönelik teşvik de söz konusudur.

## **1.2.12.Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği**

Desteğin Yasal Dayanağı: Para ve Koordinasyon Kurulu “2010/8 Sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ”

Destekle Amaçlanan: Türkiye’de sınaî ve/veya ticari faaliyette bulunan ya da yazılım sektöründe çalışmalarına devam eden işletmelerin uluslararası pazarlardaki rekabet gücünü artırmak amaçlı eğitim ve danışmanlık giderleriyle iş birliği Kuruluşlarının Bakanlıkça uygunluğu onaylanan proje bazlı giderlerini Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan (DFİF) karşılamaktır. Desteğin Kapsamı Türkiye’de sınaî ya da ticari faaliyetlerine devam eden veya yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketler ile Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, İl Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektörel Üretici Dernekleri, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatiflere bu Tebliğ çerçevesinde verilen destekleri kapsar(<http://ika.org.tr/upload/yayinlar/Yatirimlarda-Devlet-Yardimlari-ve-Tesvik-Uygulamalari-267885.pdf>).

### **1.2.12.1.Eğitimcilerin Düzenleyeceği Eğitim Programı**

Destekte amaçlanan; Türkiye’de sınaî ve/veya ticari faaliyette bulunan şirketler ile yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü arttırmaya yönelik eğitim giderlerinin desteklenmesidir. Türk Ticaret Kanunu’nun 124 üncü maddesinde belirtilen sınaî ve / veya ticari faaliyette bulunan veya yazılım sektöründe faaliyet gösteren kollektif, komandit, anonim, limited ve

kooperatif şirketleri yararlanabilir. Bir eğitim programı en az 5 (beş) şirketin katılımı ile gerçekleştirilebilir. Her bir eğitim programına, bir şirketten en fazla 3 (üç) kişi katılabilir( <http://www.ankaradanismanlik.com/yatirim-tesvik/dis-ticaret-tesvikleri/>)

Sağlanan destek; Şirketlerin yıllık toplam 20.000 ABD dolarını aşmamak üzere, program bazında süresi 60 (altmış) saati geçmeyen yurtiçi eğitim giderlerinin %70'i desteklenir. Uygulamacı kuruluş Ekonomi Bakanlığıdır.

Eğitim Konuları şunlardır(<http://www.ankaradanismanlik.com/yatirim-tesvik/dis-ticaret-tesvikleri/>):

- Avrupa Birliği ve Dünya Ticaret Örgütü Mevzuatı,
- Dış Ticaretin Finansmanı ve Dış Ticaret Muhasebe si,
- Dış Ticarete Sözleşmeler ve Teslim Şekilleri,
- Dış Ticaret, Gümrük ve Kambiyo Mevzuatı,
- Yenilikçilik ve Kümelenme,
- Tedarik Zinciri Yönetimi ve Lojistik,
- Dış Ticarete Anlaşmazlıkların Çözümü ve Uluslararası Tahkim,
- Süreç Yönetimi ve Kalite,
- Dış Ticarete Fiyatlandırma,
- Dış Ticarete Kullanılan Belgeler ve Ödeme Şekilleri,
- Uluslararası Pazarlama ve Elektronik Ticaret,

- Moda, Marka ve Tasarımıdır.

### **1.2.12.2.Proje Bazlı Eğitim, Danışmanlık, Yurt Dışı Pazarlama, Alım Heyeti Ve Bireysel Danışmanlık Programları İle İstihdam Giderlerinin Desteklenmesi Ar-Ge Projelerinin Desteklenmesi**

Destekle amaçlanan; İşbirliği Kuruluşlarının Bakanlıkça uygun görülen proje bazlı giderlerinin desteklenmesidir. İşbirliği Kuruluşları: Üyeleri için işbirliği faaliyeti gerçekleştiren Türkiye İhracatçılar Meclisi, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, İhracatçı Birlikleri, İl Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Organize Sanayi Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Sektörel Üretici Dernekleri, İşveren Sendikaları, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifler yararlanabilir.

Sağlanan Destek; İhtiyaç Analizi, Eğitim ya da Danışmanlık Programları İşbirliği Kuruluşlarının, Bakanlıkça uygun görülen konularında düzenlenen eğitim ve/veya danışmanlık programları çerçevesinde verilen eğitim, danışmanlık faaliyet giderleri ile program organizasyonuna yönelik faaliyet giderlerinin en fazla %75'i proje bazında 400.000 ABD Dolarına kadar karşılanır. İstihdam Desteği İşbirliği Kuruluşunca bu projelerde görevlendirilen en fazla 2 (iki) uzman personelin istihdam giderlerinin en fazla %75'i desteklenir.

### **1.2.12.3.Proje Bazlı Yurt Dışı Pazarlama Veya Alım Heyeti**

#### **Programları**

Proje Bazlı Yurt Dışı Pazarlama veya Alım Heyeti Programları İşbirliği Kuruluşunca düzenlenen 5 adet yurt dışı pazarlama programları (ortak pazar araştırmaları, pazar ziyaretleri, küme tanıtım faaliyetleri, ticaret heyetleri, yurt dışı fuar ziyaretleri, eşleştirme vb. organizasyonlar) için her bir program bazında 150.000 ABD Dolarına kadar, 10 adet yurt dışındaki alıcı firmaların Türkiye'den alım yapmaları amacıyla düzenlenen alım heyeti programları için ise her bir program bazında 100.000 ABD Dolarına kadar, aşağıda yer alan giderlerinin en fazla %75'i karşılanır(<http://kanberkilinc.com.tr/ihracatta-devlet-yaridmlari-ihracat-tesvikleri.htm>).

Desteklenen konular;

Ulaşım: Yurt dışı pazarlama ya da alım heyeti programları kapsam dahilinde şehirlerarası ya da uluslararası ulaşımda kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi, otobüs bileti ve toplu taşımaya yönelik araç kiralama giderleri,

Konaklama: Yurt dışı pazarlama ya da alım heyeti programları kapsamındaki konaklama giderleri,

Yurt Dışı Pazarlama veya Alım Heyeti Programları Kapsamındaki Tanıtım ve Organizasyon Giderleri: tercümanlık gideri, seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri, görsel ve yazılı tanıtım giderleri, halkla ilişkiler hizmeti giderleri destek kapsamındadır(<http://kanberkilinc.com.tr/ihracatta-devlet-yaridmlari-ihracat-tesvikleri.htm>).

#### **1.2.12.4.Proje Bazlı Bireysel Danışmanlık Programı**

Proje bazlı faaliyetler kapsamında, eğitim ve/veya danışmanlık programına/programlarına ve yurt dışı pazarlama veya alım heyeti programına/programlarına katılan şirketler, Bakanlıkça uygun görülen konularda proje bazlı bireysel danışmanlık hizmeti alabilir. Destek Miktarı: Şirketlerin yıllık 50.000 ABD Dolarına kadar 3 yıl alacakları danışmanlık hizmetlerine ilişkin giderleri % 70 oranında karşılanır (<http://www.ankaradanismanlik.com/yatirim-tesvik/dis-ticaret-tesvikleri/>).

#### **1.2.13.Eximbank Kredileri**

AB mevzuatına göre, Eximbank Kredileri, , devlet tarafından sağlanan bazı mali avantajlardan yararlandığı için, uygulamaları devlet yardımları başlığı altında değerlendirilmektedir (Erkan ve Acar, 2006: 41) .

Türkiye'nin artarak devam eden ihracat potansiyelinin desteklenmesi amacıyla resmi ihracat destek kurumu olarak kurulmuştur. Ana amacı; ihraç edilen ürünlere yeni pazarlar sağlanması ihracatın geliştirilmesi, ihracatçı işletmelerin dış pazarlarda oranlarının artırılması, ihraç edilen mal ile hizmetlerin çeşitlendirilmesi ve yurtdışındaki pazara girişte gerekli teşvikin sağlanması, ihracatçılara ve ülke dışında faaliyetlerine devam eden işletmelerin dış piyasada güvence sağlanması ihracata yönelik olmak amacıyla yatırım mallarının satışı üretiminin yurtdışında yapılacak yatırımlar ve desteklenerek rekabet gücünün teşvik edilmesinin sağlanmasıdır (Canitez, 2011: 51) .



Eximbank, ihracatçı işletmelere ihracatın finansmanı ile ilgili finans sağlar. Bir anlamda ihracatın kredilendirilmesi olan bu işlem ile Sevk Öncesi İhracat Kredisi ile Performans Kredileri verilir. Söz konusu kredilerin kullanılmasında ticari bankalar Eximbank'a aracılık ederler.

Türk – Eximbank'ın ihracatçılara verdiği kredi desteğinin yanında, ihracattan doğan alacak haklarının sigorta ve garanti edilmesiyle, işletmeler kendilerine yapılacak ödeme konusunda en az riski üstlenmiş olurlar. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yapılacak ihracatta, Eximbank'ın sağlamış olduğu sigorta ve garanti hizmetlerinin önemi göz ardı edilemez (Canitez, 2011: 51 ).

Parasal teşviklerin uygulamadan kaldırılmasıyla beraber Türk Eximbank'ın uygulamakta olduğu kredi, garanti ve sigorta programları ihracatın desteklenmesinde daha da önem kazanmıştır (Ayhan, 2000: 27) .

Eximbank'ın destekleri şu şekilde sınıflandırılabilir:

- Kısa Vadeli İhracat Kredileri,
- Reeskont Kredisi,
- Sevk öncesi krediler (TL-Döviz) (SÖİK-KÖY TL Döviz),
- Dış Ticaret Şirketleri İhracat Kredileri (DTŞ) (TL Döviz),
- İhracata Hazırlık Kredileri ( İHK) (TL-Döviz),
- KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri (TL-Döviz),
- Kısa Vadeli İhracat Alacakları İskontosu Programı,

- Sevk Sonrası Reeskont Kredisi,
- Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredileri
- İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi,
- İhracata Yönelik Yatırım Kredisi,
- Marka Kredisi,
- Avrupa Yatırım Bankası Kredisi (AYB),
- Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi,
- Özellikli İhracat Kredisi,
- Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı,
- Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler
- Turizm Kredisi,
- Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi (UNPK) (Karayolu-Denizyolu),
- Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı,
- Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri Köprü Kredisi,
- Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi,
- Exim Yurt Dışı Fuar Katılım Kredisi,

#### **1.2.14.İhracatta KDV İstisnası**

KDV üretimden tüketime kadar geçen her aşamada yaratılan katma değeri kapsayan bir vergidir ve Türkiye içinde ticari, tarımsal ve serbest meslek faaliyeti

çerçevesinde yapılan her türlü teslim ve hizmetler verginin konusuna girmektedir (Atayeter ve Erol, 2011: 20) .

KDV uluslararası uygulamada kabul edilen, varış yerinde vergileme prensibi gereği ihracat kapsamlı teslimlerde katma değer vergisi uygulanmamaktadır. KDV iadesi ihracatı teşvik araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. İhraç edilen malların üretimi amacıyla, hammadde ve diğer girdilerin tedariki esnasında ödenmiş olan KDV'nden, imalatçı ihracatçı ya da ihraç edilen malların imalatını yapan işletmeler üzerinde kalan kısmı, ihracattan sonra ilgili işletmelere iade edilmektedir. Başka bir ifadeyle bu işletmeler vergiden istisna edilmektedir. İhracata konu olacak mal ve hizmetlerin uluslararası pazarda rekabet edebilmesi için, bu mal ve hizmetlerin üzerindeki vergi yükünden arındırılması gerekir (Tuncer, 1999: 78) .

İhracattaki kolaylıkların uygulanmasının temel şartı mal ve hizmet ihracatı yapılmasıdır. İhracatta KDV iadesi, ihracat istisnası olarak KDV'nin yurt dışındaki alıcıdan “destinasyon ilkesi” paralelinde alınmamasının doğal bir sonucudur ve sistemin işleyişinin bir gereğidir. İhracatta KDV iadesi, alımlarda üstlenilen ancak müşteriden tahsil edilmeyen verginin geri alınmasıdır (Demir, 2001: 156) .

KDV Kanunu'nun 11. maddesine göre aşağıdaki teslimler vergiden müstesnadır (Atayeter ve Erol, 2011: 20) .

İhracat teslimleri ve bu teslimlere ilişkin hizmetler ile yurt dışındaki müşteriler için yapılan hizmetler, ikameti Türkiye'de olmayan yolcuların satın aldıkları ve Türkiye dışına götürdükleri malların teslimi sırasında KDV tahsil edilir. Fakat

gümrükten malın çıkışı esnasında fatura veya belgenin ibrazı ile tahsil edilen KDV iadesi yapılır.

Mükelleflerce tahsil edilmeyen fakat ilgili dönemin beyannamesinde beyan olunacak olan bu vergi, vergi dairesince tarh ve tahakkuk ettirilerek tecil olunur. Şartı ihraç edilmek olan ve imalatçılar tarafından kendilerine teslim edilen mallara ait KDV ihracatçılar tarafından ödenmez.

### **1.2.15.Dahilde İşleme Rejimi**

DİR ihracata konu ürünlerin üretimi için ithal edilen ve ithalatı gümrük vergisine tabi girdilere gümrük muafiyeti sağlayan bir ihracat teşviki ve geliştirmesi aracıdır. İhracatçı işletmeler dış satıma konu olan her türlü girdiyi çeşitli vergisel yükümlülüklerden muaf olarak DİR kapsamında üretiminde kullanılacak malların yarı mamul, hammadde, yardımcı madde gibi Türkiye'ye ithal edebilirler. DİR kapsamında bu ithalatın gerçekleşebilmesi için ihracatçı işletmenin devlete ihracat taahhüdünde bulunması gerekir bunu da Dahilde İşleme İzin Belgesinin (DİİB) alınmasıyla mümkündür (Canitez, 2011: 202).

DİR; ihraç mamulünün imalatında gerekli olan girdilerin, dünya fiyatlarından gümrük muafiyetli ithalatına olanak sağlayan, ticaret politikası önlemlerine tabi tutulmadan sağlanan bir rejimdir. Genel olarak bu rejimin amaçları şunlardır;

Türkiye içerisinde dünya fiyatlarından temin edilemeyen, üretimi bulunmayan veya yetersiz olan ya da istenilen kalitede olmayan eşyanın gümrük muafiyetli ithaline imkan sağlamak. Bu sayede girdi maliyetleri azaltılarak, Türk ihraç ürünlerine dünya pazarlarında rekabet gücü kazandırmak suretiyle ihracatı artırmak

([http://fto.org.tr/DB\\_Image/10/1831/D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20Destekleri.pdf](http://fto.org.tr/DB_Image/10/1831/D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20Destekleri.pdf)).Katma değer yaratmak,istihdamı artırmak, İhraç ürünlerini ve ihraç pazarlarını çeşitlendirmektir (Canıtez, 2011: 202 - 203) .

DİR; ihraç ürünlerinin üretiminde kullanılan, ithalatı vergiye tabi ürünlerdeki vergilerden (gümrük vergisi, KDV, KKDF, toplu konut fonu gibi) arındırılması işlemidir. Başka bir şekilde ifade ile ihraç ürünlerinin üretiminde kullanılan girdilerin ithalatındaki vergilerin ödenmesini sağlayan bir nevi ihracat teşvikidir (Bağrıaçık, 2004: 537).

Sağlanan Destek;

- Yurt İçi Satış ve Teslimlere Müsaade edilmesi
- İthalatta Gümrük Vergisi, KDV, ÖTV ile Diğer Vergi ve Fonlardan Muafiyet
- Yurt İçi Alımlarda KDV Tecil-Terkin Uygulama
- İthalatta Alınması Gereken Vergilere İlişkin Teminat İndirimi
- Ticaret Politikası Önlemlerine Tabi Olmama
- Vergi, Resim ve Harç İstisnası ile KKDF İstisnasına tabi olmama (<http://www.serka.gov.tr/store/file/common/5fc416ffd64470e7d32a47e6c28d4161.pdf>)

TMO'dan alım Dahilde İşleme Belgelerinde Süreler azami 12 ay olmak ancak sektöre göre değişiklik göstermektedir. Belge süreleri farklı olan ürünler için azami 12 ay olmak üzere ayrı DİİB ' ler düzenlenir.

Yetkili Kuruluş ; “Dahilde İşleme İzin Belgeleri” için yetkili kuruluş Ekonomi Bakanlığı olmakla birlikte 50.000 \$'a kadar tekstil ve konfeksiyon yardımcı

malzemeleri ithalatı, bedelsiz ithalat ve eşyanın ambalajlanması, monte edilmesi, tamirinin yapılması, boyanması, yenilenmesi, birleştirilmesi gibi işlemler için Dahilde İşleme İzni 2006\12 sayılı Tebliğ ile Dahilde İşleme İzni ve Dahilde İşleme İzin Belgesi aynı Tebliğ altında birleştirilmiştir.) kapsamında Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na müracaat edilir. Uygulamacı kuruluş İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğidir.

DIR Otomasyon Projesi kapsamında, Dahilde İşleme İzin Belgeleri ile ilgili; belge müracaatından, belgelerin taahhüt hesaplarının kapatılmasına kadar olan süreçte her türlü işlem (ek süre ve revize talepleri) elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Elektronik ortama firma tanımlaması ve kullanıcı yetkilendirmesi için aşağıdaki bilgi ve belgeler istenmektedir:

Dilekçe (Firmaya ait imza sirkülerinde yer alan, her türlü temsil ve ilzama yetkilendirilmiş veya bu Tebliğ kapsamındaki işlemler açısından özel olarak yetkilendirilmiş kişilerin adı ve soyadı belirtilerek imzalanmış)

İhraç edilecek mamulün üretimi ile ilgili Kapasite Raporu (Ticaret ve/veya sanayi odalarınca tasdikli)

İmza Sirküleri (Noter tasdikli)

Ticaret Sicil Gazetesi aslı, noter veya ticaret ve/veya sanayi odaları ile ticaret sicili memurluklarınca tasdikli örneği (Kuruluşa, varsa unvan değişiklikleri ile mevcut duruma ilişkin ticaret sicil gazetelerinin her biri)

Firmaya ait Vergi Numarası Belgesi (Aslı veya ilgili vergi dairesince tasdikli sureti)

Firma Tanımlama Formu (Firmaya ait imza sirkülerinde yer alan, her türlü temsil ve ilzama yetkilendirilmiş veya bu Tebliğ kapsamındaki işlemler açısından özel olarak yetkilendirilmiş kişilerin adı ve soyadı belirtilerek imzalanmış)

İlgili firmanın ihracatçı birliği üyesi olduğuna dair belge (İlk kez Dahilde İşleme Rejiminden yararlanacak imalatçı-ihracatçı veya ihracatçılar için)

Gümrükçe Onaylanmış Kişi Statü Belgesi (Varsa)

Son döneme ait elektrik faturası (Her takvim yılı itibarıyla yenisi verilmek üzere)

Firmaya ait imza sirkülerinde yer alan, her türlü temsil ve ilzama yetkilendirilmiş veya bu Tebliğ kapsamındaki işlemler açısından özel olarak yetkilendirilmiş kişilerce imzalanan ve nitelikli elektronik imza sahibi kişiye ilişkin olarak verilen noter tasdikli Taahhütname (İlgili kişinin elektronik imza sertifikası alınırken istenen kimlik bilgilerini, verilecek yetkinin süre sonunu ve noter huzurunda imzalandığına dair kaydı içerecek ve her bir kişi için ayrı ayrı düzenlenecek şekilde)

İlgili firmaya ait Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) Bordrosu (Son 12 (on iki) aylık döneme ilişkin ve her takvim yılı itibarıyla yenisi verilmek üzere) (Doğaka, 2013 ).

Başvuru için 3 Adım izlenmektedir;

1. Adımda; Telekomünikasyon Kurumunca yetkilendirilmiş firmaların herhangi birisinden elektronik imza kullanımı için gerekli olan elektronik sertifika edinilmeli. E-Güven, Türk, Trust, E-Tuğra, TÜBİTAK (Kamu Sertifikasyon Merkezi),

2. Adımda; www.dtm.gov.tr adresinden, elektronik sertifika kullanıcısının elektronik ortamda yetkilendirme başvurusu yapılmalı.

3. Adımda; 2007/2 sayılı Tebliğ ekinde yer alan, firma tanımlaması için gerekli bilgi ve belgeler ilgili İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliğine ibraz edilmelidir.

Teşvike başvurabilecekler: İmalatçı-ihracatçılar dış ticaret firmaları dış ticaret yapan sermaye işletmeler ve sektörel imalatçıya ait olmak kaydıyla sermayesinin en az %51'i ihracatçı işletmelere Dahilde İşleme İzin Belgesi (DİİB) düzenlenir.

### **1.2.16.Hariçte İşleme Rejimi**

Hariçte işleme rejimi, serbest dolaşımda bulunan eşyanın, islenmek amacıyla yenilenmek yada tamir edilmek üzere geçici ihraç edilmesi ve ürünün işlem görmüş tam ya da kısmi muafiyetten faydalanarak serbest dolaşıma girmesinin sağlanması ile işlem görmüş ithal edilen ürünlerin aynısını ya da benzerini üretim yapan Türkiye'deki üretici işletmelerin temel ekonomik çıkarlarının olumsuz etkilenmemesi sonucuyla ihraç edilen eşyanın satışının teşviki amacıyla hazırlanmıştır. Türkiye Gümrük Bölgesinden geçici olarak üçüncü ülkelere (Türkiye Gümrük Bölgesindeki Serbest Bölgeler dâhil) elde edilen ürünlerin ihracat yapılması ve işleme etkinlikleri



sonucunda tekrar serbest dolasıma girmesi ile ilgili faaliyetleri kapsar (Hariçte İşleme Rejimi Tebliği, sayı: 2007 /5 ).

İhracatçı Firmalar başvurabilir.

Uygulamacı Kuruluş;

İşlem görmek üzere gönderilecek eşya için Ekonomi Bakanlığınca Hariçte İşleme İzin Belgesi (HIİB),

Tamirat amaçlı gönderilecek eşya için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'na Hariçte İşleme İzni (HII)

İşlem görmek üzere gönderilecek madenler için de Maden İhracatçı Birliklerince Hariçte İşleme İzni (HII) izin verilmektedir.

Başvuru İçin Gerekli Belgeler

Dilekçe Ticaret Sicil Gazetesi

İmza Sirküleri

Hariçte İşleme Proje Formu

Hammadde Sarfiyat Tablosu

Yurt dışında işleme faaliyeti yapacak firma hakkında bilgi

Hariçte İşleme İzin Belgesi Süreleri

İzin belge süresi; azami 12 aydır. İhracatçı Birliklerince belge orijinal süresinin 1/2'si kadar ek süre verilebilir. Mücbir sebebe istinaden, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğünce ek süre verilebilir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### İHRACAT PAZARLAMASI PERFORMANSI

#### 2.1.İHRACAT PERFORMANSI

İhracat performansı olarak: işletmelerin ihracatını nelerin etkilediği, etkileyen unsurların nasıl ölçüldüğü, belirlendiği ve performans kavramının tam olarak neleri kapsadığı birçok araştırmacının dikkatini çekmiştir. İhracat performansı kavramı üzerinde ciddi sayıda araştırma yapılan konulardan biri olmasına rağmen tanımlanması ve ölçülmesi konusunda fikir birliği sağlanamamıştır. İhracat performansının hangi unsurlardan etkilendiği ve ölçümünün nasıl yapılacağı konusunda ciddi bir görüş ayrılıkları olmuştur (Aaby ve Slater 1989: 7; Thirkell ve Dau 1998: 813; Zou ve diğerleri 1998: 38).

Kavramsal olarak ihracat performansı, ihracatta strateji, rekabet ve firma özellikleri olmak üzere üç boyut üzerinde durulmuştur. Performans belirleyicileri 2 kategoride incelenmiştir içsel ve dışsal olarak. Rekabet, strateji ve firma özellikleri ihracat performansını doğrudan etkilerken yönetimin Pazar odaklı olması da ihracat performansını dolaylı olarak etkilemektedir. (Aaby ve Slater, 1989: 9 ).

İhracat, yabancı pazarlara açılmak isteyen ve açılan çoğu işletme için öncelikli bir adımdır. İhracat performansı, uluslararası pazarlama araştırmalarında oldukça geniş ölçüde çalışılmış olmasına rağmen tanımı ve tanımı oluşturan boyutlar üzerinde bir uzlaşma sağlanamamıştır (Çavuşgil ve Zou, 1994; Mutlu ve Nakipoğlu, 2011:246).

İhracat performansı, işletmelerin bir ürünü yabancı pazarlara ihraç etmeleri sonucu elde ettikleri ekonomik ve stratejik hedeflere ulaşma derecesidir. Başarı da, iyi bir planlama ve pazarlama stratejisi ile olabilir. İşletmeler ihracat faaliyetlerini bir dizi hedefi yerine getirmek için yaparlar. Bu hedefler; yararlar, satışlar veya maliyetler gibi ekonomik olabileceği gibi, pazar genişlemesi, rekabet etme, dış pazarda ortaklıklar kurma veya firmanın dış pazarlardaki farkındalığını artırma gibi stratejik nedenler de olabilir. Bu hedeflerin bazılarını tam olarak, bazılarını da kısmen ulaşılabilir. Ulaşılan bu ekonomik veya stratejik hedeflerin derecesi işletmeler için performans göstergesidir (Çavuşgil ve Zou, 1994:4).

İhracat performansı, işletmenin ihracattaki başarısının göstergesidir. İhracat performansının yüksek olması, işletmelerin sürekliliğine katkı sağlaması önemlidir. İşletmenin ihracat performansının yüksek olması, o işletmenin yöneticilerinin küreselleşen dünyada rekabete hazır olduğunun bir göstergesidir (Torlak, Özdemir ve Kula: 2007:104).

Melitz (2003) ve Greenaway ve Kneller (2007)'e göre, ancak verimliliği en yüksek düzeyde olan büyük işletmeler ihracatçı olabilmektedirler. Küçük ve verimliliği düşük olan işletmeler yabancı piyasalara girdiğinde batık maliyet riskiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. Batık maliyet riski ise, firmanın başlangıçta içinde bulunduğu piyasadaki rekabetin şiddeti ile yabancı piyasadaki rekabetin şiddeti arasındaki farka bağlıdır. Bu fark azaldıkça firmaların ihracatta başarıyı yakalama olasılığı artmaktadır (Yıldırım ve Kesikoğlu, 2012:167).

Artan ticaret, ürün ve hizmetlerin küreselleşmesinin yanı sıra, özel firmaların uluslararasılaşması, giderek ihracat performansının öneminin vurgulanmasına neden olmuştur. Hızlı bir şekilde büyüyen ekonomik faaliyetlerden biri olan ihracat, ülkeler ve işletmeler açısından son derece önemlidir. Ancak ihracat performansı olgusunu araştırmak için güçlü bir teorik çerçeve hala yoktur denilebilir (Lages ve Montgomery, 2004:1187).Bu nedenle işletme literatüründe ihracat performansının belirlenmesinde kullanılacak değişkenlerin neler olabileceğine ilişkin pek çok farklı çalışma ve öneri bulunmaktadır (Walters, 1990: 33).

Zou ve Stan (1998:335-336) literatür araştırmaları sonucunda ihracat performansının göstergesi olarak 33 değişkenden oluşan 7 faktörün ihracatta belirleyici olduğu sonucu belirlemiştir. Bu 7 faktör; satışlar, kar, büyüme, başarı, tatmin, hedefe ulaşma ve karışık ölçülerdir. Ayrıca bu değişkenleri içsel ve dışsal olmalarına göre ve kontrol edilebilir ve kontrol edilemez olmalarına göre sınıflandırmışlardır.

Shoham'a göre (1998: 61), ihracat performansını firmanın uluslararası satışlarının bileşimi olarak tanımlamıştır ve ihracat performansının belirleyicileri olarak ihracatın toplam satışlara oranını, ihracat satışlarının rakamsal büyüklüğünü ve pazar payını almıştır. Çavusgil ve Zou (1994:4-5) ihracat performansını belirleyen değişkenler olarak ihracat pazarlaması stratejisi, firma özellikleri, ürün özellikleri, sektör özellikleri ve ihracat pazarı özellikleri üzerinde durmuşlardır.

Katsikeas ve Morgan (1994) ihracat performansını; üretim, pazarlama, promosyon, ürün üstünlüğü ve fiyatta rekabetçiliğin artıracaklarını ileri savunmuştur.

Zou, Fang ve Zhao (2003) ise ihracat performansını; fiyatta rekabet, ürün geliştirme, dağıtım ve iletişim yeteneklerinin artıracağını ileri sürmüştür. (Aaby ve Slater, 1989:9) ihracatın belirleyicileri olarak strateji, rekabet ve firma özellikleri üzerinde durmuşlardır (Torlak, Özdemir ve Kula: 2007:105).

Madsen (1998,84) yöneticilerin ihracat değerlendirmelerini, kısa dönemli satış sonuçları inceleyerek; ihracat satışlarını yurt içi satışlara göre ya da başka pazarlarda satışı yapılan ürünlerin satışlarıyla karşılaştırarak yaptıklarını tespit etmiştir. İhracat performansının belirleyicilerini ise sübjektiflik, görelilik, dönem uzunluğu ve ekonomik pazar yönlü olmasına göre kıyaslama yapmak üzere yönetsel algılama haritaları yoluyla açıklamıştır. İhracat performansının stratejik boyutlarının işletmenin içsel becerilerine ve kaynaklarına bağlı olduğunu, bugünkü ekonomik hedeflerden çok gelecekteki ekonomik hedeflerle ilgili olduğu sonucuna varmıştır.

İhracat performansı belirleyicilerini arka plan değişkenleri (çevresel faktörler, örgütsel faktörler, yönetsel faktörler) ve süreç değişkenleri (hedef belirleme faktörleri, pazarlama stratejisi faktörleri) olmak üzere iki grupta toplamışlardır. Bunların alt belirleyicileri ile birlikte 23'ü ekonomik 14 ekonomik olmayan ve 5'i de genel olmak üzere 42 performans belirleyicisi tespit etmişlerdir. İhracatın satışlara oranı, ihracat karlılığı, ihracat satışlarının büyümesi, ihracat satışlarının mutlak büyüklüğü, ihracat/satışlar oranındaki büyüme performans belirleyicilerinin başlıcaları olarak sayılmaktadır (Katsikeas, Leonidou ve Morgan 2000:497-498).

İhracat performansını, firmanın uluslararası satışlarının bileşimi olarak tanımlamakta ve üç alt boyuta ayırırken (satışlar, karlar ve değişim); ihracat

performansının belirleyicileri olarak ihracatın toplam satışlara oranı, ihracat satışlarının rakamsal büyüklüğü, pazar payı olmak üzere üç değişken üzerinde durmaktadır(Shoham, 1998:61).

(Leonidou ve diğerleri 2002: 53)'ne göre ihracat performansı bir işletmenin ihracat faaliyetlerinin sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik, davranışsal ve diğer sonuçlar olarak tanımlanmaktadır.

İhracat performansı, (Çavuşgil ve Zou 1994: 4)'nun yaptığı tanımına göre, işletmenin dış pazarlara planlama ve ihracat pazarlaması stratejileri yoluyla ürün satması sonucu ekonomik ve stratejik firma amaçlarının ne ölçüde gerçekleştirildiğinin derecesidir.

(Cadogan ve diğerleri 2002: 495)'ne göre ihracat performansı, firmanın ihracat pazarlarındaki ekonomik başarılarının derecesidir.

(Diamantopoulos ve Kakkos 2007: 1) ise ihracat performansını firmaya ve çevreye özel şartlar çerçevesinde ihracat davranışının sonucu olarak tanımlar.

Yapılmış olan tanımlardan genel bir ihracat performansı tanımı şu şekilde yapılabilir; ihracat performansı, dış pazarlara ürün ya da hizmet ihraç eden işletmenin, ihracat faaliyetleri sonucunda elde ettiği ekonomik, stratejik ve davranışsal sonuçlardır (Anıl 2009: 1).

Günümüzde işletmeler ihracatı, iş yaratılmasına, istihdam olanaklarının geliştirilmesine, yaşam standartlarının yükseltilmesine, daha iyi çalışma koşullarının oluşturulmasına ve daha verimli çalışan işletmelerin ortaya çıkmasına katkı

sağlaması nedeniyle bir öncelik olarak ele almaktadırlar. İhracat yoluyla, mikro düzeyde; işletmelerin yerel pazarlarına bağımlılıklarının azalması, satışlarının yükselmesi, istihdam düzeylerinin artması ve uzun dönemli bakış açısı oluşturmaları olanaklı hale gelmektedir. Makro düzeyde ise, ihracat ekonomik kalkınmanın sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Kayabaşı vd. 2010).

Bu bağlamda günümüz yüksek rekabet ortamında hayatta kalmak, ölçek ekonomisinden yararlanmak, yerel pazara bağlı kalmanın riskini dağıtmak gibi nedenlerle yurtdışı pazarlara açılmaya çalışan işletmelerin ihracattaki başarısının göstergesi olan ihracat performanslarına etki eden faktörlerin belirlemesinin işletmelerin sürekliliklerinin sağlanması ve geleceğe yönelik ekonomik politikaların belirlenmesi açısından faydalı olacağı görülmektedir (Kayabaşı vd. 2010; Mutlu ve Sürer; Torlak vd. 2007).

İhracat performansı üzerinde genel kabul gören bir tanım birliği olmamasına rağmen, ihracat performansının ölçümü ile ilgili boyutlar üzerinde genel bir uzlaşma vardır. İhracat performansı da, ihracat pazarlamasındaki temel konulardan biridir ve genel olarak işletmelerin uluslararası satışlarda ulaştığı sonuçlar olarak tanımlanabilir. Araştırmacılar ve bilim adamlarının üzerinde yaygın bir şekilde anlaştıkları bir ihracat performansı tanımı yoktur (Das, 1994: 19; Çavuşgil ve Zou, 1994: 76). İhracat performansı üzerinde genel kabul gören bir tanım birliği olmamasına rağmen, ihracat performansının ölçümü ile ilgili boyutlar üzerinde genel bir uzlaşma vardır(Canitez ve Yeniçeri, 2007: 116).

İhracat performansı firmalara göre ihracattaki başarısını gösterir. Performansı yüksek işletmeler ile faaliyetlerinde süreklilik sağlanabilir (Torlak, Kula vd.2007: 104).

## **2.2.İHRACAT PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİ**

İhracat performansının ölçülmesi subjektif ve objektif kriterlerle ölçülebilir. (Baldauf, 2000:64; Shodam, 1998: 62 )İhracat performansının ölçülmesinde yaygın kullanılan objektif kriterler aşağıda anlatıldığı şekildedir.(Shodam, 1998:59-75; Çavuşgil, 1994: 76-85; Dawes, 1999: 65-75; Üner, 1998:72-87; Das, 1994: 19-25; Pun ve White, 2005: 49-64 ) .

### **2.2.1.Objektif Kriterler**

İhracat performansını ölçebilmek için amacıyla kullanılan objektif kriterler aşağıda belirtildiği gibidir (Canitez, Yeniçeri, 2007: 116-117) .

İhracat Satışlarıyla ilgili Kriterler: Bizzat ihraç satışlarının tutarı, yoğunluğu ve bunların değişkenliği en çok kullanılan kriterlerdir. Bunlara ek olarak ihracat yapılan pazar sayısı, sözü edilen pazarlardaki Pazar payları ve bunlarla ilgili radyolardaki değişkenliklerde, ihracat satışlarıyla ilgili diğer kriterler olarak algılanırlar.

İhracat Kârlılıklarıyla ilgili Kriterler: ihracatla ilgili varlıkların ve yatırımın geri dönüş oranı, ihracatın mutlak kârlılığı, ihracatın brüt ve faaliyetsetel kâr marjları bu konuda genel olarak kullanılan kriterlerdir.

İhracat Satışları ve Kârlılıklarının Değişimleriyle ilgili Kriterler: ihraç satışları ve yoğunluğundaki değişimler, yeni girilen pazar sayısı, son altı yıllık ihracatın seyri, pazar paylarındaki ve kârlılıklardaki değişim, işletme varlıklarının ve yatırımlarının ihracatla ilgili geri dönüş radyolarında ki değişimler konuyla ilgili başvuru olan objektif kriterlerdir (Canitez, Yeniçeri, 2007: 116–117).



### **2.2.2.Subjektif Kriterler**

İhracat Performansını ölçebilmek amacıyla objektif kriterlere ek olarak ihracat performansını ölçmekte kullanılan subjektif kriterler (Shodam. 1998: 59-75; Çavuşgil, 1994: 76-85; Dawes,1999: 72-87; Das, 1994: 19-25; Pun ve White, 2005: 49-64 ) aşağıdaki kriterler gibidir.

**Stratejik Nitelikli Kriterler:** Bu kriterler aslında pazar odaklılıkla ilgilidir. Özellikle pazarlama çabalarının uyumu, müşteri ve rekabet odaklılık seviyesi ile işletmenin pazarlama dışında diğer işlevlerinin ihracat pazarlamasına yönelik koordinasyon seviyesi bu konuda en önemli stratejik nitelikli subjektif ölçüm kriterleridir.

**Davranışsal Kriterler:** Bu kriterler daha çok işletmelerin ihracat pazarlamasına yönelik verdiği tepkiler ve algılamalarla ilgilidir. İhracat pazarlamasına yönelik işletmelerin verebileceği tepkiler proaktif, aktif ve pasif niteliklerde olabilmektedir. Bunlara ek olarak, başarı algılaması, zor pazarlara girme iradesi ile satışlar, kârlılık, yatırım ve işletme varlıklarının geri dönüşlerindeki tatmin düzeyi gibi kriterlerde, davranışsal kriterler içerisinde düşünülebilir (Canitez ve Yeniçeri, 2007: 117).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### **TÜRKİYEDE İHRACATIN TEŞVİK VE GELİŞTİRİLMESİ ARAÇLARINDAN FAYDALANAN İŞLETMELER İLE FAYDALANMAYAN İŞLETMELER ARASINDAKİ İHRACAT PERFORMANSININ KARŞILAŞTIRILMASI: KONYADA İMALAT SEKTÖRÜNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, önemi, kısıtları, teorik çerçevesi, içerik planı, kapsamı, örneklem yapısı ve araştırmaya temel teşkil eden araştırma sorularına yer verilmiş, daha sonra verilerin analizlerine ilişkin bilgiler ortaya konmuş ve en son olarak da bu bilgiler doğrultusunda sonuçlar tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

#### **3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ**

##### **3.1.1. Araştırmanın Amacı**

İçinde bulunduğumuz zaman dilimi ve dışa açık büyümenin ve küreselleşmenin gereği olarak ihracat gelişmektedir. Gelişmeye bağlı olarak işletmelerinde her geçen gün kendilerini yenilemeleri ve bu gelişime ayak uydurmalarını gerektirmektedir. İhracatı etkileyen birçok faktör vardır ve ihracat teşvikleri de bunlardan birisidir. İhracata yönelik verilen teşviklerin amaçlarından bazıları, ihracatın geliştirilmesi, pazar alanlarının geliştirilmesi, yeni eğitim olanakları sağlanarak istihdamın artırılması, dış pazarda daha iyi rekabet edebilmeleri, üreticiye yardımcı olmak ve ihracatın her açıdan gelişmesini

sağlamaktır. Bu kapsamda ihracatı teşvik tedbirleri, maliyeti düşürecek ve gelirleri arttıracak ihracatı karlı kılan tüm tedbirleri kapsamaktadır. İhracat teşvikleri ülkemiz gibi ihracata dayalı büyüme modelini benimsemiş ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Konya’da imalat sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı işletmelerde ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından yararlanan firmalar ile yararlanmayan firmaların ihracat performanslarının karşılaştırılması ve ihracat performansına arasındaki ilişkiyi tanımlayan bir modeli ortaya koymak ve test etmektir.

### **3.1.2. Araştırmanın Önemi**

Öncelikle bu araştırma ihracat teşvikleri ve türleri, ihracat performansı ve belirleyicileri, ihracat teşviklerinden faydalanan ihracatçıların işletmelerine teşviklerin sağladığı katkı ve memnuniyetle ihracat performansının ne derece etkili olduğu aşamasında olan faktörler hakkında bilgimizi arttıracaktır. İşletmenin ihracat deneyimi ihracat bağlılığı ve ihracat performansı arasındaki ilişkiler ortaya konacaktır.

İkinci olarak bu çalışma, işletmelerin hangi teşvikten ne oranda yararlandığı ve ihracat performansına etki eden faktörlerle ilgili anlayışımızı genişletecektir.

Günümüze kadar ihracat performansı ve teşviklerle ilgili olarak yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu AB ve ABD ülkelerinde faaliyet gösteren işletme ve bu işletmelerin çalışanlarını kapsamaktadır. Bu çalışmada ise, yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak, Türkiye’de ve diğer sektörlerle kıyasla yenilikçi

faaliyetlerin ve yenilikçi ürünlerin daha fazla ortaya konduğu imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler hedeflenmiştir. Böylece bu çalışmanın daha önce araştırılmamış bir örneklem kitlesinin hedeflenmesiyle literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### **3.2.ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Türkiye’de teşvikler geniş bir kitleye hitap etmektedir. Bu çalışma ortaya koyduğu teorik ve uygulamaya ilişkin sonuçlarıyla birlikte bir takım kısıtlamalara da sahiptir. Araştırmanın konusu, teşvikten yararlanan ve yararlanmayan işletmelerin performansını karşılaştırmakla sınırlandırılmıştır. Araştırmanın uygulama yeri, Konya’da faaliyet gösteren imalatçı ihracatçı firmalarla sınırlandırılmıştır.

Aynı çalışmanın farklı sektörlerdeki işletmelerde ve illerde farklı sonuçlar ortaya çıkarabileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla elde edilen sonuçların genelleştirilebilmesini sağlamak için, bu konuda çok sayıda ve farklı sektörlerde araştırma yapılmasına ihtiyaç vardır.

Araştırmanın uygulama bölümünün belirli bir sektörde (imalat sektöründe ) gerçekleştirilmesi sebebiyle ihracat performansı bu boyutlarıyla ele alınmıştır. Bu boyutların yanı sıra literatürde yer alan diğer boyutlar da gelecek çalışmalarda değerlendirilebilir.

Bu çalışma, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkisini eşzamanlı toplanan verilere dayanarak ortaya koymaktadır. İşletmelerdeki teşviklerin uygulamaların etkilerinin belirli bir sürede ortaya çıkabileceği dikkate alındığında, zamana dayalı

çalışmaların değişkenler arasındaki ilişkileri daha da anlamlı hale getirebileceği değerlendirilmektedir.

### **3.3.YÖNTEM**

Konya Bölgesi imalat sektöründe ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından faydalanan işletmeler ve faydalanmayan işletmelerin performansları teşvikten yararlanan ve yararlanmayan firmaların işletmelerine sağladığı katkı ve memnuniyetlerinin son 5 yıllık ihracat performanslarının ne yönde değiştiğini ihracat satış hasılatı, ihracat karlılığı, ihracatın toplam satışlar içindeki payı ve ihracat teşviklerinin performansınızdaki payı gibi paradigmalardan ortalamaları ile ilişkili olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

#### **3.3.1.Ana Kütle**

Bu tezin konusu olan araştırma Konya da faaliyet gösteren ihracatçı firmaları kapsadığından hedef kitleye yönelik en kapsamlı firma listesi Konya Ticaret Odası kayıtlarından yararlanılmıştır. Bu süre içerisinde ana kütle oluşturulan 150 işletmeye anket formu gönderilmiş ve anketlerin doldurulması istenmiştir. Sonuçta yüz yüze yapmış olduğumuz anket sonucunda 104 işletmeden değerlendirmeye uygun anket elde edilmiştir. Bu da % 67'lik bir geri dönüş oranına karşılık gelmektedir.

#### **3.3.2.Araştırma Örnekleme**

Araştırma ihracat yapan işletmelerin imalat yapan kısmının ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından yararlanan işletmeler ve yararlanmayan işletmelerin belirli bir oranda olması ve performanslarının karşılaştırılması yapılmıştır.

Ülkemizde yüksek lisans tezi kapsamında imalatçı işletmelere teşviklerin ihracat performansı uygulamasına ilişkin bir araştırmaya rastlanamamış olması bu araştırmanın önemli bulgular ortaya çıkaracağına göstergesi olmakla birlikte bundan sonraki yapılacak çalışmalara örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

### **3.3.3.Araştırmada Kullanılan Değişkenler**

Araştırmada kullanılacak olan değişkenlerin belirlenmesinde ihracat performansını etkileyen faktörlerden teşvikler ve arasındaki ilişkili literatür taraması yapılmıştır. Araştırmanın modelini oluşturacak değişkenler belirlenmiştir.

#### **3.3.3.1.Bağımsız Değişkenler**

Araştırmanın modelinde belirlenen bağımsız değişken ihracat performansıdır.

#### **3.3.3.2.Bağımlı Değişken**

Araştırma modelinde belirlenen bağımlı değişken ise; ihracat teşviklerinden yararlanma durumu, işletmeye sağladığı katkı ve ne kadar memnun kaldıklarıdır.

## **3.4.ANKETİN HAZIRLANMASI İLE İLGİLİ AŞAMALAR**

### **3.4.1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Anketlerin**

#### **Hazırlanması**

Belirlenen araştırma konusu kapsamında geniş bir literatür taraması yapılarak, kullanılacak değişkenleri en iyi biçimde ortaya koyabilecek ölçekler belirlenmeye çalışılmıştır.

Anketi oluşturan ölçeklerin hazırlanması için literatür araştırması yapılarak benzer çalışmalar incelenmiş, literatür taramasında kaynakların güncel olmasına ve

uluslararası alanda genel kabul görmüş olmasına özen gösterilmiştir. Bu bağlamda araştırmacılar tarafından daha önce geliştirilmiş, geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçeklerin anket kapsamına alınmasına karar verilmiştir.

### **3.4.1.1.İhracat Teşvikleri Ölçeği**

Bu araştırmada uygulanan anketlerin cevaplandırılmasında Teşviklerden faydalanıp faydalanmadıkları ve firmalarına sağladıkları katkı 3 soru ile

- 1.Etkilemiyor
- 2.Katkısı düşük
- 3.Olumlu seçeneklerini temsil etmektedir.

Teşviklerden ne kadar memnun kaldığı ve son 5 yıl göz önünde bulundurulduğunda teşviklerle ihracat performanslarının ne yönde değiştii 5 noktalı Likert ölçeği kullanılmıştır.

1. Çok zayıf
2. Zayıf
3. Orta
4. İyi
5. Çok iyi seçeneklerini temsil etmektedir.

### **3.4.1.2.İhracat Performansı Ölçeği**

Araştırmada ihracat performansını ölçmek için Morgan ve diğerleri (2004) tarafından geliştirilmiş bulunan “İhracat Performansı Ölçeği” soruları kullanılmıştır. Kullanılan ölçekte 4 sorudan oluşmaktadır.

İhracat performansı ile ilgili tüm sorular beş (5) basamaklı Likert tipinde hazırlanmış olan ölçek ile ölçülmektedir.

- 1.İhracat satış hasılatı
- 2.İhracat Karlılığı
- 3.İhracatın toplam satışlar içindeki payı
- 4.İhracat teşviklerinin performansınızdaki payı

### **3.4.2.Anket Forumunun Hazırlanmasında Dikkat Edilen Konular**

Araştırmamızda kullanılacak olan anket formunun düzenleniş biçimi, geri dönüş oranı açısından önemli olmaktadır. Anket formu oluşturulurken literatürde belirtilen noktalara dikkat edilmiştir. Anket formunun üst kısmında kurum adı ve logosu belirtilmiş, giriş kısmında da çalışmanın içeriği, bilimsel açıdan faydası belirtilmiş ve işletmelerden alınacak bilgilerin gizli tutulacağına ilişkin açıklama yapılmıştır.

Açıklamaların altına çalışmayı yürüten kişilerin isim ve unvanları, çalıştıkları kurumun ismi, iletişim bilgileri ve adresleri ilave edilmiştir.



Anket formunu oluşturan soruların kolay anlaşılır olmasına ve kısa cümlelerden oluşmasına özen gösterilmiş, sorular kapalı uçlu hazırlanarak cevaplayan açısından zaman alıcı olmasının önüne geçilmiştir. Araştırmanın değişkenleriyle ilgili sorular ise ayrı bölümlerde yer verilerek karışıklığa engel olmak amaçlanmıştır.

### **3.4.3.Pilot Uygulama ve Anket Formunun Son Şekli Alması**

Araştırma çalışmasına ilişkin pilot uygulama, tez çalışmasının uygulama bölümünde kullanılacak olan ölçeklerin, soruların anketi cevaplayacaklar tarafından anlaşılabilir olduğunun teyit edilmesi, faktör yapılarıyla, güvenilirlik düzeylerinin test edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamındaki 30 işletmeye anket formu gönderilmiş olup, geri dönen 20 adet anket formu ile ön test analizi yapılmasına karar verilmiştir. Toplanan 20 adet anket formundaki verilerin istatistiksel analizi neticesinde elde edilen bulgular, beklenen faktör yapılarının ortaya çıktığını göstermiştir. Ön test sonucuna göre anket formundaki soruların bir bölümünün daha anlaşılabilir olması amacıyla düzeltilmesine bazı soruların elenmesine karar verilmiştir. Bu aşamalardan sonra anket formuna son şekli verilmiştir.

### **3.5. VERİ TOPLAMA AŞAMASI**

Araştırma verilerinin toplanmasına geçmeden önce, veri toplama yöntemi ve metodunun nasıl olacağı, örneklem kitlesi de göz önünde bulundurularak değerlendirilmiş ve sonrasında verilerin toplanmasına geçilmiştir.

### **3.5.1. Veri Toplama Yönteminin Seçilmesi**

Bu araştırmada örneklem kütleği göz önünde bulundurularak veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir. Anketler, veri toplama yöntemi olarak yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Yaygın olarak bir araştırmada yüz yüze görüşme, telefonla görüşme ya da e-mail yoluyla görüşme olmak üzere üç farklı veri toplama yöntemi kullanılmaktadır.

### **3.5.2. Verilerin Toplanması**

Verilerin toplanması aşamasında, araştırmanın örneklemini kapsamında yer alan işletmelerden rastgele 150 tane işletme seçilerek ve veri toplanırken aşağıda belirtilen prosedür uygulanmıştır.

Öncelikle işletmelerle telefon ya da e-mail bağlantısı kurularak araştırma ile ilgili genel bir bilgi verilerek randevu talep edilmiştir. Fiziksel olarak ulaşılması mümkün olan firmaların çalışanlarıyla yüz yüze görüşme ile diğerlerinden ise e-mail ile doldurulması istenmiştir. Anketler geri bildirim etkili olması ve geri dönüşün kısa sürede olmasından dolayı yüz yüze olan anket seçilerek ve Konya Ticaret Odası Dış Ticaret servisi aracılığı ile firmalara anketin yüz yüze uygulanması sağlanmıştır. Veri toplama uygulaması Temmuz 2014 - Kasım 2014 aralığında gerçekleşmiştir. Bu süre içerisinde ana kütleği oluşturan 150 işletmeye yüz yüze anket uygulanmış ve anket formlarının doldurulması istenmiştir. Sonuçta 104 işletmeden değerlendirmeye uygun anket elde edilmiştir. Bu da % 67'lik bir geri dönüş oranına karşılık gelmektedir.

### **3.6.İSTATİKSEL ANALİZ VE BULGULAR**

Araştırmamıza katılan 104 firma yöneticisinden, sahibinden, ortağından, çalışanından cevap alınmış olup, bu anketler üzerinden analizler uygulanmıştır.

Verilerin analizinde, SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Analizler, anketi cevaplayanların demografik özellikleri, incelenen firmaların çalışma süreleri, ihracat yaptıkları süre, üretimlerinin yüzde kaçını yurt dışına ihraç ettikleri, çalışan sayıları, faaliyette buldukları ana sektör kolu, teşviklerden yararlanıp yararlanmama durumlarına ilişkin frekans tabloları, değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmalarını da içeren değişkenler arasındaki birebir ilişkiyi gösteren korelasyon analizi ve araştırma hipotezlerinin test edilmesi için uygulanan Anova analizi uygulanmıştır. Yapılan bu analizler aşağıda sırasıyla açıklanmıştır.

Bu bölümde, araştırmanın örnekleme ait temel karakteristikler ve demografik veriler incelenmiş, ölçeklere ilişkin yapılan ve bununla birlikte öne sürülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan Anova ve korelasyon analizleri açıklanmıştır. Daha sonra yapılan analizler sonucunda hipotezlere yönelik elde edilen sonuçlar özetlenmiştir.

Elde edilen bu sonuçlara göre oluşturulan teorik modelin son durumu ortaya konmuştur. Araştırmanın analiz sonuçlarına göre hipotez de edilmiştir.

### **3.6.1.Araştırma Kapsamında Kullanılacak Olan Hipotezler ve Araştırma Modelleri**

**Hipotez 1:** İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 2:** Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetler yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 3:** Fuar teşviklerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 4:** Eximbank Kredilerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 5:** İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 6:** Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 7:** Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 8:** Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 9:** Ar-Ge yardımları yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 10:** Dahilde işleme rejimi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 11:** Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**Hipotez 12:** Eğitim yardımları yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 13:** Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 14:** İhracat KDV istisnası teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 15:** Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 16:** Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 17:** İhracatla ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 18:** Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 19:** Fuarlara yönelik teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 20:** Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 21:** İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 22:** Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 23:**Uluslararası Pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 24:** Ticaret amaçlı gezilerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 25:**Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 26:** Dahilde işleme rejiminin sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 27:**Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 28:**Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 29:** İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 30:** Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 31:** Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 32:** İhracatla ilgili seminer teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 33:** Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 34:** Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 35:** Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 36:** İhracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 37:** Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 38:** Uluslararası Pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 39:** Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 40:** Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 41:** Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.



**Hipotez 42:** Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 43:** Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 44:** İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 45:** Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

### 3.6.2.Demografik Analizler

Ankete katılan çalışanlara ilişkin temel karakteristik ve demografik veriler ile ankete dâhil olan firmalara ilişkin istatistiksel veriler ile ilgili tablolar aşağıda verilmiştir.

**Tablo 1: Anketi İşletme Adına Cevaplayan Kişinin Şirketteki Pozisyonu**

Anketi Cevaplayan Kişinin Şirketteki Pozisyonu	Sıklık	Yüzde (%)
İşletme sahibi	54	51,9
İşletme yöneticisi	29	27,9
İşletme ortağı	17	16,3
Diğer Çalışan	4	3,8
Toplam	104	100,0

Araştırmaya katılan 104 işletmeden anketi şirket adına cevaplayanlar işletme sahibi %51,9 'u işletme sahibi , %27,9' u işletme yöneticisi , %16,3' ü işletme ortağı, yüzde %3,8' i diğer departmanda çalışanlardan oluşmaktadır. Anketimizi cevaplayan, katılımda bulunan işletmelerin %51,9' luk kısmı işletme sahibinden oluştuğu söylenebilir.

**Tablo 2: İşletme Sahibinin / Yöneticisinin Eğitim Durumu**

İşletme Sahibinin /Yöneticisinin Eğitim Durumu	Sıklık	Yüzde ( %)
İlköğretim	23	22,1
Lise	25	24,0
Ön lisans	14	13,5
Lisans	42	40,4
Toplam	104	100,0

Araştırmaya katılan işletme sahibi / Yöneticinin eğitim durumu %22,1'i ilköğretim ,%24 'ü lise , %13,5 'i ön lisans , %40,4 'ü lisans eğitimi olanlardan oluşmaktadır. Katılım sağlayan işletmelerin üst yönetimin eğitiminin büyük bir kısmının %40,4 ile lisans mezunları oluşturmaktadır.

**Tablo 3: İşletmenin Hukuki Statüsü**

İşletmenin Hukuki Statüsü	Sıklık	Yüzde ( %)
Adi Şirket	2	1,9
Limited Şirket	62	59,6
Anonim Şirket	38	36,5
Diğer	2	1,9
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin hukuki statüsü %1,9'u adi şirket , %59,6'sı limited şirket,%36,5 'i anonim şirket ve %1,9 'luk kısmı diğer şirketlerden oluşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun %59,6 lık bir rakamla limite şirket olduğu görülmektedir.

**Tablo 4: İşletmenin Faaliyet Süresi**

İşletmenin Faaliyet Süresi	Sıklık	Yüzde ( %)
1-2 yıl	7	6,7
3-5 yıl	23	22,1
6-8 yıl	26	25,0
8 Yıldan fazla	48	46,2
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan firmaların geçmişine bakıldığında %6,7 1-2 yıldır faaliyet gösteren , %22,1 'lik kısmı 3-5 yıl arası , %25 'lik kısmı 6-8 yıl , %46,2' lik kısmı 8 yıldan fazla faaliyeti olan işletmeler olduğu gözlenmektedir.

**Tablo 5: İşletmenin Kaç Yıldır İhracat Yaptığının Analizi**

İşletmenin Kaç Yıldır İhracat Yaptığının Analizi	Sıklık	Yüzde ( %)
1-3 yıl	21	20,2
4-6 yıl	31	29,8
7-10 yıl	22	21,2
11-15 Yıl	13	12,5
15 yıl ve üzeri	17	16,3
Toplam	100	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden %20,2'si 1-3 yıldır , %29,8'i 4-6 yıldır , %21,2'si 7-10 yıldır , %12,5'i 11-15 yıldır , %16,3'ü 15 yıl ve üzeri yıldır ihracat yapmaktadır.

**Tablo 6: Üretim Yüzde Kaçının Yurt Dışına İhraç Edildiğinin Analizi**

Üretim Yüzde Kaçının Yurt Dışına İhraç Edildiği	Sıklık	Yüzde (%)
%1 - %10	14	13,5
%11 - %20	18	17,3
%21 - %30	28	26,9
%31- %40	12	11,5
%41 ve üzeri	32	30,8
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin %13,5 'i üretiminin %1 - %10 'unu , %17,3 'ü %11-%20 'sini , %26,9 'u %21- %30 'unu , %11,5 'i %31- %40 'ını , %30,8 'i %41 ve üzerini ihraç etmektedir. Araştırmamıza katılan işletmelerin %30,8 'le imalatının %41 ve üzerini ihraç ettiklerini göstermektedir.

**Tablo 7: İşletmede Çalışan Personel Sayısı Analizi**

İşletmede Çalışan Personel Sayısı	Sıklık	Yüzde (%)
1 - 9 kişi	21	20,2
10 – 49 kişi	39	37,5
50 – 99 kişi	27	26,0
100 – 149 kişi	12	11,5
150 ve üzeri	5	4,8
Toplam	104	100,0

Ankete katılanların çalıştığı firmaların büyüklüklerini belirlemek amacıyla firmaların toplam çalışan sayıları sorulmuştur. % 20,2 'lik kısmını 1-9 kişi çalışan olanlar , %37,5 'lik kısmı 10 – 49 çalışanı olan ,%26 'lık kısmı 50-99 çalışanı olan % 11,5 'lik kısmı 100-149 çalışanı olan , %4,8 'lik kısmı 150 ve üzeri çalışanı olan işletmelerden oluşmaktadır. Anketimize katılan işletmelerden büyük bir çoğunluğu %37,5 'lik kısım 10-49 kişi arasında çalışanı olan işletmeler oluşturmaktadır.

**Tablo 8: İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Ana Sektör Kolunun Analizi**

İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Ana Sektör Kolu	Sıklık	Yüzde (%)
Mobilya sanayi	3	2,9
Gıda ürünleri sanayi	22	21,2
Metal eşya sanayi	21	20,2
Tekstil, dokuma ve deri sanayi	4	3,8
Orman ürünleri sanayi	3	2,9
Taş ve maden ürünleri	4	3,8
Tarım ürünleri	6	5,8
Demir çelik ürünleri	5	4,8
Kimyasal ürünler ve plastik sanayi	6	5,8
Makine-Teçhizat sanayi	25	24,0
Otomotiv	1	1,0
Diğer imalat sanayi	4	3,8
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin faaliyet gösterdikleri ana sektör kolu %2,9' luk kısmı mobilya sanayi , %21,2 'lik kısmı gıda ürünleri sanayi ,%20,2'lik kısmı metal eşya sanayi %3,8 lik kısmı tekstil sanayi , %2,9 'luk kısmı orman ürünleri sanayi ,%3,8 'lik kısmı taş ve maden ürünleri ,%5,8 'lik kısmı tarım ürünleri sanayi ,

%4,8 'lik kısmı demir çelik ürünleri , % 5,8 'lik kısmı kimyasal ürünler ve plastik sanayi , %24 'lük kısmı makine teçhizat sanayi ,%1 'lik kısmı otomotiv sanayi , %3,8 'lik kısmı diğer makine sanayi oluşturmaktadır. Araştırmamızda gıda ürünleri sanayi, metal eşya sanayi, makine teçhizat sanayinin yüzdeler dağılımının daha fazla olduğu gözlemlenmektedir.

### 3.6.3.İhracat Teşvikleri Analizi

**Tablo 9: İhracat Teşviklerinden /Desteklerinden Yararlanma Durumu Analizi**

İhracat Teşviklerinden /Desteklerinden Yararlanma Durumu	Sıklık	Yüzde ( %)
Evet	62	59,6
Hayır	42	40,4
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan 104 işletmeden 62' si %59,6 ile teşviklerden yararlanmakta, 42'si %40,2 ile teşviklerden yararlanmamakta olduğu gözlemlenmiştir.



**Tablo 10: İhracatla İlgili Seminerlerden Yararlanan İşletme Analizi**

İhracatla İlgili Seminerler	Sıklık	Yüzde (%)
Hayır	64	61,5
Evet	40	38,5
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin ihracatla ilgili seminerlerden %61,5 'lik kısmı bu teşvikten yararlanmamakta, %38,5 'lik kısmı bu teşvikten yararlanmakta olduğunu göstermektedir.

**Tablo 11: Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Analizi**

Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Analizi	Sıklık	Yüzde (%)
Hayır	73	70,2
Evet	31	29,8
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden %70,2' lik kısmı teşvikten yararlanmamakta , %29,8' lik kısmı teşvikten yararlanmaktadır. Bu oran satışların geliştirilmesine yönelik teşvikin kullanım oranının az olduğunu göstermektedir.

**Tablo 12: Fuarlara Yönelik Analizi**

Fuarlar	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	62	59,6
Evet	42	40,4
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin fuarlara yönelik teşviklerden %59,6'lık kısmı yararlanmamakta , %40,4 'lük kısmı yararlanmaktadır.

**Tablo 13: Eximbank Kredileri Analizi**

Eximbank Kredileri	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	80	76,9
Evet	24	23,1
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmeler Eximbank Kredilerinden %76,9 'u bu teşvikten yararlanmamakta %23,1 'i yararlanmaktadır.

**Tablo 14: İhracat Danışmanlığı Analizi**

İhracat Danışmanlığı	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	87	83,7
Evet	17	16,3
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden ihracat danışmanlığından %83,7 'si bu teşvikten yararlanmamakta , %16,3 ü yararlanmaktadır.

**Tablo 15: Yabancı Müşterilerle Tanışma Analizi**

Yabancı Müşterilerle Tanışma	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	64	61,5
Evet	40	38,5
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden %61,5 'i yararlanmamakta , %38,5 'i yararlanmaktadır.

**Tablo 16:Uluslararası Pazar Araştırması Analizi**

Uluslararası Pazar araştırması	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	66	63,5
Evet	38	36,5
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden uluslararası pazar araştırma desteğinden %63,5 'lik kısmı yararlanmamakta, %36,5' lik kısmı yararlanmaktadır.

**Tablo 17: Ticaret Amaçlı Geziler Analizi**

Ticaret Amaçlı Geziler	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	71	68,3
Evet	33	31,7
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin ticaret amaçlı gezilerden %68,3 'ü bu teşvikten yararlanmamakta ,%31,7 'si yararlanmaktadır.

**Tablo 18: Ar-Ge Yardımları Analizi**

Ar-Ge Yardımları	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	93	89,4
Evet	11	10,6
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin %89,4 'ü Ar-ge yardımlarından yararlanmamakta , %10,6 'sı yararlanmaktadır.

**Tablo 19: Dahilde İşleme Rejimi Analizi**

Dahilde İşleme Rejimi	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	79	76,0
Evet	25	24,0
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden dahilde işleme rejiminden %76 'sı yararlanmamakta , %24 'ü yararlanmaktadır.

**Tablo 20: Çevre Koruma Yardımları Analizi**

Çevre Koruma Yardımları	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	103	99,0
Evet	1	1,0
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden çevre koruma yardımlarından %99'u yararlanmamakta , %1 'i yararlanmaktadır.

**Tablo 21: Eğitim Yardımları Analizi**

Eğitim Yardımları	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	97	93,3
Evet	7	6,7
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden eğitim yardımlarından %93,3 'ü yararlanmamakta , %6,7 'si yararlanmaktadır.

**Tablo 22: Yurt Dışında Ofis Mağaza Açma Yardımı Analizi**

Yurt Dışında Ofis Mağaza Açma Yardımı	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	104	100
Evet	0	0,0
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden hiç biri yurt dışında ofis ve mağaza açma desteğinden yararlanmamıştır.

**Tablo 23: Tasarım Desteği Analizi**

Tasarım Desteği	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	104	100
Evet	0	0,0
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin hiç biri tasarım desteğinden yararlanmamıştır.

**Tablo 24: Pazar Araştırma Desteği Analizi**

Pazar Araştırma Desteği Analizi	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	83	79,8
Evet	21	20,2
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin pazar araştırma desteğinden % 79,8 'si yararlanmamıştır ,%20,2 'si yararlanmıştır.

**Tablo 25: İhracat KDV İstisnası Analizi**

İhracat KDV İstisnası	Sıklık	Yüzde ( %)
Hayır	66	63,5
Evet	38	36,5
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerin ihracat KDV istisnası desteğinden %63,5 'i yararlanmamış , %36,5 'i yararlanmıştır.



**Tablo 26: Patent Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımı Analizi**

Patent Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımı	Sıklık	Yüzde (%)
Hayır	100	96,2
Evet	4	3,8
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımından %96,2 'si yararlanmamış , %3,8 ' i yararlanmıştır.

**Tablo 27: Marka Tanıtımı ve Türk İmajı Yardımı**

Marka Tanıtımı ve Türk İmajı yardımı	Sıklık	Yüzde (%)
Hayır	99	95,2
Evet	5	4,8
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden marka tanıtım ve Türk imajı yardımından %95,2 'si yararlanmamış , %4,8 'i yararlanmıştır.

### 3.6.4.İhracat Performans Analizi

**Tablo 28:İhracat Satış Hasılatı Analizi**

İhracat Satış Hasılatı	Sıklık	Yüzde ( %)
Çok zayıf	18	17,3
Zayıf	21	20,2
Orta	22	21,2
İyi	27	26,0
Çok İyi	16	15,4
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden son 5 yıllık performansları ihracat satış hasılatı analizine göre %17,3 'ü çok zayıf , %20,2 'si zayıf ,%21,2 'si orta , %26 'sı iyi ,%15,4'ü çok iyi olduğu görülmektedir.

**Tablo 29:İhracat Karlılığı Analizi**

İhracat Karlılığı	Sıklık	Yüzde ( %)
Çok zayıf	17	16,3
Zayıf	37	35,6
Orta	11	10,6
İyi	30	28,8
Çok İyi	9	8,7
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden son 5 yıllık performansları ihracat karlılığı analizine göre %16,3'ü çok zayıf , %35,6'si zayıf ,%10,6'si orta , %28,8'i iyi , %8,7'si çok iyi olduğu görülmektedir.

**Tablo 30: İhracatın Toplam Satış İçindeki Payı Analizi**

İhracatın Toplam Satış İçindeki Payı	Sıklık	Yüzde ( %)
Çok zayıf	6	5,8
Zayıf	47	45,2
Orta	9	8,7
İyi	29	27,9
Çok İyi	13	12,5
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden son 5 yıllık performansları İhracatın toplam satış hasılatı içindeki payı analizine göre %5,8 'i çok zayıf ,%45,2 'si zayıf , %8,7 'si orta , %27,9 'u iyi , %12,5 'i çok iyi olduğu görülmektedir.

**Tablo 31:İhracat Teşviklerinin Performanstaki Payı Analizi**

İhracat Teşviklerinin Performanstaki Payı Analizi	Sıklık	Yüzde ( %)
Çok zayıf	41	39,4
Zayıf	22	21,2
Orta	14	13,5
İyi	21	20,2
Çok İyi	6	5,8
Toplam	104	100,0

Araştırmamıza katılan işletmelerden son 5 yıllık performansları ihracat teşviklerinin performanslarındaki payı %39,4'ü çok zayıf , %21,2 'si zayıf , % 13,5 'i orta , %20,2 'si iyi ,% 5,8 'i çok iyi olduğu görülmektedir.

### 3.6.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotezlerin Test Edilmesi

Hipotez Testi, önceden belirlenmiş bir ana kütle parametresinin elde edilen örneklem kütlenin parametresi ile karşılaştırıp test edilmesidir. Eğer örneklem istatistiği, test edilen parametrik değere yakın ise hipotez doğru olarak kabul edilir, reddedilmez. Fakat örneklem istatistiği test edilen parametrik değerden çok farklı ise hipotez kabul edilmez, reddedilir.

Tek örneklem f testi bir grubun kendi içinde farklılık gösterip göstermediğini test etmek için kullanılır. Tek örneklem f testinde sıfır ve alternatif hipotez aşağıdaki gibidir.

**H<sub>0</sub>**: Grup kendi içerisinde anlamlı farklılık göstermez.

**H<sub>A</sub>**: Grup kendi içerisinde anlamlı farklılık gösterir.

Aşağıda İşletmelerin 5 yılı göz önünde bulundurduğumuzda teşviklere göre performanslarının nasıl değiştiği sonucuna ulaşmak için 5 yıllık performans ortalamaları ile aldıkları teşviğe göre nasıl bir değişim olduğunu Anova analizi ile %95 güven düzeyinde yani  $\alpha = 0,05$  anlamlılık ile test edilen F testine göre anlamlılık sütununda bulunan değer  $p < 0,05$  ise H<sub>0</sub> hipotezi red edilir. Aksi durumda  $p > 0,05$  ise H<sub>0</sub> hipotezi kabul edilir.

#### 3.6.5.1. Anova Analizi

Değişik grupların ortalamaları arasında bir farklılık olup olmadığının test edilmesi için geliştirilen teknikler varyans analizi (Anova-analysis of variance) adı altında toplanmıştır. Anova-varyans analizi tek faktörlü olabileceği gibi, iki faktörlü tekrarlı veya tekrarsız olabilir (Alper, 1998). Tablolarda ayrıca gruplar arası ve

gruplar içi Ayırımı altında sırasıyla kareler toplamı, serbestlik dereceleri, kareler ortalaması, F değeri, P olasılığı ve % anlamlılık düzeyi için F kritik değerine yer verilmiştir. Bu çalışmada %5 anlamlılık düzeyi seçilmiştir. Eğer hesaplanan F değeri kritik F değerinden büyükse öne sürülen hipotez red edilecek, aksi halde kabul edilecektir (Arıcı, 1975), (Spiegel, 1988).

İşletmelerin 5 yılı göz önünde bulundurduğumuzda teşviklere göre performanslarının nasıl değiştiği sonucuna ulaşmak için 5 yıllık performans ortalamaları ile aldıkları teşvike göre nasıl bir değişim olduğunu Anova analizi ile ölçülmüştür.

**H<sub>1</sub>**: İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>1A</sub>**: İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 32: İhracatla İlgili Seminerler ve 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık )
Gruplar Arası	54,066	1	54,066	64,768	0,000
Gruplar İçi	85,146	102	0,835		
Toplam	139,212	103			

İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı  $H_1$  (İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezimiz red, alternatif hipotezimiz olan  $H_{1A}$  (İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir ) hipotezi kabul edilir. Yani, ihracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

$H_2$ : Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerden yararlanan ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.



**H<sub>2A</sub>**: Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 33: Satışların Geliştirilmesine Yönelik ve 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	27,369	1	27,369	24,961	0,000
Gruplar İçi	111,842	102	1,096		
Toplam	139,212	103			

Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı **H<sub>2</sub>** (Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerden yararlanan ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezimiz red, alternatif hipotezimiz olan **H<sub>2A</sub>** (Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir hipotezi kabul edilir) . Yani, satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile

yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>3</sub>**: Fuar teşviklerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>3A</sub>**: Fuar teşviklerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 34: Fuarların 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	42,035	1	42,035	44,122	0,000
Gruplar İçi	97,176	102	0,953		
Toplam	139,212	103			

Fuarlara yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı **H<sub>3</sub>** (Fuar teşviklerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan **H<sub>3A</sub>**: (Fuar teşviklerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir ) hipotezi kabul edilir. Yani, fuarlara yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan

işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>4</sub>**: Eximbank Kredilerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>4A</sub>** : Eximbank Kredilerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir .

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 35:Eximbank Kredilerinin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	31,300	1	31,300	29,585	0,000
Gruplar İçi	107,911	102	1,058		
Toplam	139,212	103			

Eximbank Kredilerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri p =0,000

<0,05 olmasından dolayı **H<sub>4</sub>**: (Eximbank Kredilerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan **H<sub>4A</sub>**: (Eximbank Kredilerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezi kabul edilir. Yani, Eximbank kredilerine yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>5</sub>**: İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>5A</sub>**: İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 36:İhracat Danışmanlığının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	18,966	1	18,966	16,088	0,000
Gruplar İçi	120,246	102	1,179		
Toplam	139,212	103			

İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı  $H_5$  (İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez hipotezi red ), alternatif hipotezimiz olan  $H_{5A}$  : (İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezi kabul edilir. Yani, ihracat danışmanlığına yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

$H_6$  : Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

$H_{6A}$ : Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 37:Yabancı Müşterilerle Tanışma 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	13,875	1	13,875	11,292	0,001
Gruplar İçi	125,337	102	1,229		
Toplam	139,212	103			

Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,001 < 0,05$  olmasından dolayı  $H_6$ : (Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan  $H_{6A}$ : (Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir ) hipotezi kabul edilir. Yani, yabancı müşterilerle tanışma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>7</sub>**: Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>7A</sub>**: Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 38:Uluslararası Pazar Araştırması 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	18,321	1	18,321	15,458	0,000
Gruplar İçi	120,891	102	1,185		
Toplam	139,212	103			

Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı **H<sub>7</sub>**: (Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez )hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan **H<sub>7A</sub>**: (Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan

işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezi kabul edilir. Yani, Uluslararası pazar araştırma den yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>8</sub>**: Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>8A</sub>**: Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 39: Ticaret Amaçlı Gezilerin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılı k)
Gruplar Arası	32,037	1	32,037	30,490	0,000
Gruplar İçi	107,175	102	1,051		
Total	139,212	103			

Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler



doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı **H<sub>8</sub>**: (Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan **H<sub>8A</sub>** : ( Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir ) hipotezi kabul edilir. Yani, ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir

**H<sub>9</sub>**: Ar-Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>9A</sub>**: Ar-Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 40: Ar-Ge Yardımlarının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılı k)
Gruplar Arası	12,955	1	12,955	10,466	0,002
Gruplar İçi	126,257	102	1,238		
Toplam	139,212	103			

Ar-Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,002 < 0,05$  olmasından dolayı **H<sub>9</sub>**: (Ar –Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan **H<sub>9A</sub>**: (Ar-Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezi kabul edilir. Yani, Ar-Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>10</sub>**: Dahilde işleme rejimi yardımından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>10A</sub>**: Dahilde işleme rejimi yardımından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 41: Dahilde İşleme Rejiminin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	20,580	1	20,580	17,695	0,000
Gruplar İçi	118,632	102	1,163		
Toplam	139,212	103			

Dahilde işleme rejimi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı  $H_{10}$ . (Dahilde işleme rejimi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan  $H_{10A}$ : ( Dahilde işleme rejimi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir ) hipotezi kabul edilir. Yani, dahilde işleme rejimi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

$H_{11}$ : Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>11A</sub>**: Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 42: Çevre Koruma Yardımlarının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON 5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	5,025	1	5,025	3,819	0,053
Gruplar İçi	134,187	102	1,316		
Toplam	139,212	103			

Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,053 > 0,05$  olmasından **H<sub>11</sub>** : (Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez) hipotezi kabul ,**H<sub>11A</sub>**: (Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezi red

edilir. Yani, çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık göstermez.

**H<sub>12</sub>:** Eğitim yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>12A</sub>:** Eğitim yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 43: Eğitim Yardımlarının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	8,883	1	8,883	6,952	0,010
Gruplar İçi	130,329	102	1,278		
Toplam	139,212	103			

Eğitim yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,010 <$

0,05 olmasından  $H_{12}$ : (Eğitim yardımlarından yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez) hipotezi red ,  $H_{12A}$ : (Eğitim yardımlarından yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir ) hipotezi kabul edilir. Yani, eğitim yardımlarından yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

$H_{13}$ : Pazar araştırma desteğinden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

$H_{13A}$ : Pazar araştırma desteğinden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 44: Pazar Araştırma Desteğinin 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	46,266	1	46,266	50,774	0,000
Gruplar İçi	92,945	102	0,911		
Toplam	139,212	103			

Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından dolayı  $H_{13}$  : (Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez ) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan  $H_{13A}$  : (Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir) hipotezi kabul edilir. Yani, Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

$H_{14}$ : İhracat KDV istisnası teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

$H_{14A}$ : İhracat KDV istisnası teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 45: İhracat KDV İstisnasının 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılı k)
Gruplar Arası	55,303	1	55,303	67,227	0,000
Gruplar İçi	83,908	102	0,823		
Toplam	139,212	103			

İhracat KDV istisnası desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,000 < 0,05$  olmasından  $H_{14}$  .(İhracat KDV istisnası teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez) hipotezi red, alternatif hipotezimiz olan  $H_{14A}$ : (İhracat KDV istisnası teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir hipotezi kabul edilir) . Yani, ihracat KDV istisnası desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

$H_{15}$ : Patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım belgesi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.



**H<sub>15A</sub>**: Patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım belgesi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 46: Patent Faydalı Model Beldesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımı 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

SON5YILORTALAMA

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	7,647	1	7,647	5,928	0,017
Gruplar İçi	131,565	102	1,290		
Toplam	139,212	103			

Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,017 < 0,05$  olmasından **H<sub>15</sub>** : (Patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım belgesi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez) hipotezi red, **H<sub>15A</sub>**: ( Patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım belgesi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık

gösterir) hipotezi kabul edilir. Yani, patent faydalı model belgesi( ve endüstriyel tasarım yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

**H<sub>16</sub>**: Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**H<sub>16A</sub>**: Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = F Testi (Anova )

**Tablo 47:Marka Tanıtım ve Türk İmajı Yardımı 5 Yıllık Ortalama Performansın Anova Analizi**

	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	P(Anlamlılık)
Gruplar Arası	1,480	1	1,480	1,096	0,298
Gruplar İçi	137,732	102	1,350		
Toplam	139,212	103			

Marka tanıtım ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki 5 yıllık performans ortalamalarına göre elde edilen veriler doğrultusunda %95 güven düzeyinde yapılan F testi sonucuna göre anlamlılık değeri  $p = 0,298 > 0,05$  olmasından **H<sub>16</sub>**: ( Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat

performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez) hipotezi kabul ,**H<sub>16A</sub>**: (Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir hipotezi) red edilir. Yani, marka tanıtım ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık göstermez.

### **3.6.5.2.Korelasyon Analizi**

İki değişken arasındaki ilişki düzeyini ve yönünü belirlemeye yardımcı olan yöntemle “korelasyon analizi” denilmektedir. Korelasyon, iki değişken arasındaki ilişkinin büyüklüğünü, yönünü ve önemini ortaya koyan yöntemdir. Korelasyon analizi, bir kriter değişken ile bir veya birden daha fazla tahmini değişken arasında ilişkinin yönünü ve derecesini saptayan istatistiksel analiz yöntemidir (Hair ve diğerleri, 1992). Değişkenler arasındaki korelasyon katsayısı “-1” ve “+1” arasında yer alır. İlişkinin “-” değer alması, ilişkinin yönünün negatif olduğunu göstermektedir. Bu başka bir değişle, değişkenlerden birinin 1 birim artması (azalması) diğer değişkenin korelasyon katsayısı kadar azalması (artması) anlamına gelir. İlişkinin “+” değer alması; ilişkinin yönünün pozitif olduğunu göstermektedir. Bunun anlamı, değişkenlerden herhangi birindeki 1 birimlik artış (azalış) diğer değişkende korelasyon katsayısı kadar artışa (azalışa) neden olmaktadır (Cooper ve Schindler, 1998).

Araştırma da kullanılan Pearson korelasyonundan iki değişken arasında ilişki olup olmadığının tespit edilmesinde yararlanılmaktadır. Pearson katsayısı “r” harfiyle sembolize edilmekte olup, r, -1 ile +1 arasında değişmekte ve 1’e yaklaştıkça iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün arttığını göstermektedir. Korelasyon analizi için araştırmada kullanılan değişkenlere ait ölçeklerin Pearson korelasyon katsayıları, ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Genellikle, eğer  $n > 100$  ve  $r > 0.70$  ise, değişkenler arasında “güçlü ilişki” bulunduğu kabul edilmektedir. Eğer 0.40

$< r < 0.70$  ise, “orta derecede ilişki” ve  $0.20 < r < 0.40$  ise “zayıf bir ilişki” olduğu söylenir. Eğer  $r < 0.20$  ise “ihmal edilecek ilişki” olarak nitelendirilmektedir (Özdamar 1999: 407-408).

**H<sub>17</sub>**: İhracatla ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>17A</sub>**: İhracatla ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 48: İhracatla İlgili Seminerlerin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	İhracatla ilgili seminerlerin firmanıza sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,372*
	Sig. (2-tailed)		0,018
	N	104	40
İhracatla ilgili seminerlerin firmanıza sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,372*	1
	Sig. (2-tailed)	0,018	
	N	40	40

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre; SPSS 'te  $r = 0,372$  ve  $p = 0,018$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,20 < r < 0,40$  olduğundan dolayı ihracat ile ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve aynı yönlü zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>17</sub>**: (İhracatla ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>17A</sub>**: (İhracatla ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>18</sub>**: Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>18A</sub>**: Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 49: Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin firmanıza sağladığı katkı
SON5YILORTALAMA	Pearson Correlation	1	0,346
	Sig. (2-tailed)		0,057
	N	104	31
Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin firmanıza sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,346	1
	Sig. (2-tailed)	0,057	
	N	31	31

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS'te  $r = 0,346$  ve  $p = 0,57$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,346 < 0,40$  olduğundan satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı aynı yönlü olduğundan zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>18</sub>**: (Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>18A</sub>**: ( Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye

sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>19</sub>**: Fuarlara yönelik teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır

**H<sub>19A</sub>**: Fuarlara yönelik teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 50: Fuarların İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Fuarların firmanıza sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,250
	Sig. (2-tailed)		0,111
	N	104	42
Fuarların firmanıza sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,250	1
	Sig. (2-tailed)	0,111	
	N	42	42

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te Pearson  $r= 0,250$  ve  $p= 0,111$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,250 < 0,40$  olduğundan fuarların

işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı aynı yönlü zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>19</sub>**: (Fuarlara yönelik teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>19A</sub>**: (Fuarlara yönelik teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>20</sub>**: Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>20A</sub>**: Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi



**Tablo 51: Eximbank Kredilerinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Eximbank Kredilerinin sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,453*
	Sig. (2-tailed)		0,026
	N	104	24
Eximbank kredilerinin sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,453*	1
	Sig. (2-tailed)	0,026	
	N	24	24

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2 tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS'te  $r = 0,453$  ve  $p = 0,26$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,453 < 0,70$  olduğundan Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı orta düzeyde bir ilişki vardır. **H<sub>20</sub>**: ( Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>20A</sub>**: (Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>21</sub>**: İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>21A</sub>**: İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 52: İhracat Danışmanlığının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	İhracat danışmanlığın ın sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,530*
	Sig. (2-tailed)		0,029
	N	104	17
İhracat danışmanlığının sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,530*	1
	Sig. (2-tailed)	0,029	
	N	17	17

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te Pearson korelasyon katsayısı = 0,3530 ve  $r = 0,29$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,530 < 0,70$  olduğundan ihracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde orta bir ilişki vardır. **H<sub>21</sub>**: (İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>21A</sub>**: (İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5

yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>22</sub>**: Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>22A</sub>**: Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

**Tablo 53: Yabancı Müşterilerle Tanışma Teşvikinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,448**
	Sig. (2-tailed)		0,004
	N	104	40
Yabancı müşterilerle tanışma teşviğinin sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,448**	1
	Sig. (2-tailed)	0,004	
	N	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre ilişki anlamlı aynı yönlüdür ve orta düzeyde bir ilişki vardır.  $p = 0,448$ ;  $r = 0,04$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$

değeri  $0,40 < 0,448 < 0,70$  olduğundan yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde orta bir ilişki vardır. **H<sub>22</sub>**: (Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>22A</sub>**: (Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>23</sub>**: Uluslararası pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>23A</sub>**: Uluslararası pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 54: Uluslararası Pazar Teşvikinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Uluslararası pazar teşvikinin sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,503**
	Sig. (2-tailed)		0,001
	N	104	38
Uluslararası pazar teşviğinin sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,503**	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	
	N	38	38

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre ilişki anlamlı ve aynı yönlüdür. SPSS'te  $r = 0,503$ ;  $p = 0,01$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,503 < 0,70$  olduğundan Uluslararası pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde orta bir ilişki vardır. **H<sub>23</sub>**: (Uluslararası Pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>23A</sub>**: (Uluslararası Pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>24</sub>**: Ticaret amaçlı gezilerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>24A</sub>**: Ticaret amaçlı gezilerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 55: Ticaret Amaçlı Gezilerin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Ticaret amaçlı gezilerin sağladığı katkı
SON5YILORTALAMA	Pearson Correlation	1	0,330
	Sig. (2-tailed)		0,061
	N	104	33
Ticaret amaçlı gezilerin sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,330	1
	Sig. (2-tailed)	0,061	
	N	33	33

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,330$  ve  $p = 0,61$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r < 0,40$  olduğundan ticaret amaçlı gezilerin geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf düzeyde ilişki vardır. **H<sub>24</sub>**: (Ticaret amaçlı gezilerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>24A</sub>**:

(Ticaret amaçlı gezilerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur .

**H<sub>25</sub>**: Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>25A</sub>**: Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 56: Ar-Ge Yardımlarının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	AR-GE yardımlarının sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	-0,083
	Sig. (2-tailed)		0,809
	N	104	11
AR-GE yardımlarının sağladığı katkı	Pearson Correlation	-0,083	1
	Sig. (2-tailed)	0,809	
	N	11	11

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = -0.83$  ve  $p = 0,809$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r < 0,40$  olduğundan Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve ters yönde bir ilişki vardır. **H<sub>25</sub>**: (Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>25A</sub>**: (Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>26</sub>**: Dahilde işleme rejiminin sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>26A</sub>**: Dahilde işleme rejiminin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi



**Tablo 57: Dahilde İşleme Rejiminin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Dahilde işleme rejiminin katkısı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,451*
	Sig. (2-tailed)		0,024
	N	104	25
Dahilde işleme rejiminin katkısı	Pearson Correlation	0,451*	1
	Sig. (2-tailed)	0,024	
	N	25	25

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre  $r = 0,451$  ve  $p = 0,024$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$   $0,40 < 0,451 < 0,70$  olduğundan dahilde işleme rejiminin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde ilişki vardır.  $H_{26}$ : (Dahilde işleme rejiminin sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul,  $H_{26A}$ : (Dahilde işleme rejiminin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>27</sub>**: Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>27A</sub>**: Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 58: Eğitim Yardımlarının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Eğitim yardımlarının sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,854*
	Sig. (2-tailed)		0,014
	N	104	7
Eğitim yardımlarının sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,854*	1
	Sig. (2-tailed)	0,014	
	N	7	7

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre  $r = 0,854$  ve  $p = 0,014$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,854 > 0,70$  olduğundan dolayı eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki vardır. **H<sub>27</sub>**: (Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>27A</sub>**: Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur hipotezi red olur.

**H<sub>28</sub>**: Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>28A</sub>**: Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 59: Pazar Araştırma Desteğinin İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Pazar araştırma desteğinin sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,458*
	Sig. (2-tailed)		0,037
	N	104	21
Pazar araştırma desteğinin sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,458*	1
	Sig. (2-tailed)	0,037	
	N	21	21

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,458$  ve  $p = 0,037$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r = 0,40 < 0,458 < 0,70$  olduğundan pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde ilişki vardır. **H<sub>28</sub>**: (Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul, **H<sub>28A</sub>**: (Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>29</sub>**: İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>29A</sub>**: İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 60: İhracat KDV İstisnasının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	İhracat KDV istisnasının sağladığı katkı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,365*
	Sig. (2-tailed)		0,024
	N	104	38
İhracat KDV istisnasının sağladığı katkı	Pearson Correlation	0,365*	1
	Sig. (2-tailed)	0,024	
	N	38	38

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre  $r = 0,365$  ve  $p = 0,024$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,20 < 0,365 < 0,40$  olduğundan ihracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı

arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>29</sub>**: (İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>29A</sub>**: (İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>30</sub>**: Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>30A</sub>**: Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 61: Patent, Faydalı Model Belgesi ve Endüstriyel Tasarım Yardımının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının katkısı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,756
	Sig. (2-tailed)		0,454
	N	104	3
patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının katkısı	Pearson Correlation	0,756	1
	Sig. (2-tailed)	0,454	
	N	3	3

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre  $r = 0,756$  ve  $p = 0,454$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0.756 > 0.70$  olduğundan patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve aynı yönlü kuvvetli bir ilişki vardır. **H<sub>30</sub>**: (Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>30A</sub>**: (Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım

yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>31</sub>**: Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>31A</sub>**: Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık Ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 62: Marka Tanıtımı Türk İmajı Yardımının İşletmenize Sağladığı Katkının İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının katkısı
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,282
	Sig. (2-tailed)		0,646
	N	104	5
Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının katkısı	Pearson Correlation	0,282	1
	Sig. (2-tailed)	0,646	
	N	5	5



Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre  $r = 0,282$  ve  $p = 0,646$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,20 < 0,282 < 0,40$  olduğundan marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>31</sub>**: (Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>31A</sub>**: (Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>32</sub>**: İhracatla ilgili seminer teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>32A</sub>**: İhracatla ilgili seminerlerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 63: İhracatla İlgili Seminer Teşvikinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILORTALAMA	İhracatla ilgili seminerlerden ne kadar memnun kaldınız
SON5YILORTALAMA	Pearson Correlation	1	0,384*
	Sig. (2-tailed)		0,014
	N	104	40
İhracatla ilgili seminerlerden ne kadar memnun kaldınız	Pearson Correlation	0,384*	1
	Sig. (2-tailed)	0,014	
	N	40	40

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS'te  $r = 0,384$  ve  $p = 0,014$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,20 < 0,384 < 0,40$  olduğundan ihracatla ilgili seminerlerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>32</sub>**: (İhracatla ilgili seminer teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>32A</sub>**: (İhracatla ilgili seminerlerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5

yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>33</sub>:** Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>33A</sub>:** Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 64: Satışların Geliştirilmesine Yönelik Faaliyetlerden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Satışların geliştirilmesin e yönelik faaliyetlerden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1   104	0,571**  0,001 31
Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,571**  0,001 31	1   31

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,571$  ve  $p = 0,01$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,571 < 0,70$  olduğundan satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.  $H_{33}$ : (Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , $H_{33A}$ : (Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden

işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>34</sub>**: Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>34A</sub>**: Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 65: Fuar Yardımlarının Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Fuarlardan memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,193
	Sig. (2-tailed)		0,215
	N	104	43
Fuarlardan memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,193	1
	Sig. (2-tailed)	0,215	
	N	43	43

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS'te  $r = 0,193$  ve  $p = 0,215$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0.193 < 0,20$  olduğundan fuar yardımlarından

işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve ihmal edilecek düzeyde bir ilişki vardır. **H<sub>34</sub>**: (Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>34A</sub>**: (Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>35</sub>**: Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>35A</sub>**: Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 66: Eximbank Kredilerinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Eximbank kredilerinden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,332
	Sig. (2-tailed)		0,113
	N	104	24
Eximbank kredilerinden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,332	1
	Sig. (2-tailed)	0,113	
	N	24	24

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r= 0,332$  ve  $p= 0,113$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,20 < 0,332 < 0,40$  olduğundan Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf düzeyde bir ilişki vardır. **H<sub>35</sub>**: (Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul, **H<sub>35A</sub>**: (Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>36</sub>**: İhracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>36A</sub>**: İhracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 67: İhracat Danışmanlığından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	İhracat danışmanlığın dan memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,782 **
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	104	16
İhracat danışmanlığından memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,782 **	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	16	16

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS'te  $r = 0,782$  ve  $p = 0,000$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,782 > 0,70$  ihracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve aynı yönlü kuvvetli ilişki vardır. **H<sub>36</sub>**: (İhracat danışmanlığından



işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>36A</sub>**: (İhracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>37</sub>**: Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>37A</sub>**: Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 68: Yabancı Müşterilerle Tanışma Teşvikinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden ne kadar memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 0,514** 0,001 104	0,514** 1 0,001 40
Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden ne kadar memnun kaldınız mı ?	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0,514** 0,001 40	1 0,001 40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,514$  ve  $p = 0,001$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,514 < 0,70$  olduğundan yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.  $H_{37}$ : (Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki

vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>37A</sub>**: (Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>38</sub>**: Uluslararası Pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>38A</sub>**: Uluslararası Pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 69: Uluslararası Pazar Araştırma Teşvikinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Uluslararası pazar teşvikinden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,637**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	104	38
Uluslararası pazar teşvikinden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,637**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	38	38

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,637$  ve  $p = 0,000$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,637 < 0,70$  olduğundan Uluslararası pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır. **H<sub>38</sub>**: (Uluslararası Pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>38A</sub>**: (Uluslararası Pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5

yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>39</sub>**: Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>39A</sub>**: Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 70: Ticaret Amaçlı Gezilerden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Ticaret amaçlı gezilerden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,397*
	Sig. (2-tailed)		0,022
	N	104	33
Ticaret amaçlı gezilerden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,397*	1
	Sig. (2-tailed)	0,022	
	N	33	33

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,397$  ve  $p = 0,022$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,20 < 0,397 < 0,40$  olduğundan ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır. **H<sub>39</sub>**: (Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>39A</sub>**: (Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>40</sub>**: Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>40A</sub>**: Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 71: Ar-Ge Yardımlarından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILORTALAMA	AR-GE yardımlarından memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAMA	Pearson Correlation	1	-0,485
	Sig. (2-tailed)		0,131
	N	104	11
AR-GE yardımlarından memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,485	1
	Sig. (2-tailed)	0,131	
	N	11	11

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = -0,485$  ve  $p = 0,131$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $-0.485$  olduğundan Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ters yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır.  $H_{40}$ : ( Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , $H_{40A}$ : (Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>41</sub>**: Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>41A</sub>**: Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 72: Dahilde İşleme Rejiminden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Dahilde işleme rejiminden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,480*
	Sig. (2-tailed)		0,015
	N	104	25
Dahilde işleme rejiminden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,480*	1
	Sig. (2-tailed)	0,015	
	N	25	25

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre  $r = 0,480$  ve  $p = 0,015$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,40 < 0,480 < 0,70$  olduğundan dahilde işleme



rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır. **H<sub>41</sub>**: (Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul , **H<sub>41A</sub>**: ( Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>42</sub>**: Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>42A</sub>**: Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 73: Eğitim Yardımlarından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Eğitim yardımlarında n memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,884**
	Sig. (2-tailed)		0,008
	N	104	7
Eğitim yardımlarından memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,884**	1
	Sig. (2-tailed)	0,008	
	N	7	7

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r= 0,884$  ve  $p= 0,008$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,884 > 0,70$  olduğundan eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki vardır. **H<sub>42</sub>**: (Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>42A</sub>**: (Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>43</sub>**: Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>43A</sub>**: Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 74: Pazar Araştırma Desteğinden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILOR TALAMA	Pazar araştırma desteğinden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAM A	Pearson Correlation	1	0,114
	Sig. (2-tailed)		0,623
	N	104	21
Pazar araştırma desteğinden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,114	1
	Sig. (2-tailed)	0,623	
	N	21	21

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS'te  $r= 0,114$  ve  $p= 0,623$  olarak verilmiştir Dolayısıyla  $r$  değeri  $0,114 < 0,20$  olduğundan Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat

performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve ihmal edilecek bir ilişki vardır. **H<sub>43</sub>**: (Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>43A</sub>**: (Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>44</sub>**: İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>44A</sub>**: İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 75: İhracat KDV İstisnasından Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILORTALAMA	İhracat KDV istisnası teşvikinden memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAMA	Pearson Correlation	1	0,367*
	Sig. (2-tailed)		0,023
	N	104	38
İhracat KDV istisnası teşvikinden memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,367*	1
	Sig. (2-tailed)	0,023	
	N	38	38

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r= 0,367$  ve  $p= 0,023$  olarak verilmiştir. Dolayısıyla  $r$  değeri  $0.20 < 0.367 < 0,40$  olduğundan. İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır . **H<sub>44</sub>**: (İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>44A</sub>**: (İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

**H<sub>45</sub>**: Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**H<sub>45A</sub>**: Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur.

Önem Derecesi = 0,05

Test İstatistiği = Korelasyon Analizi

**Tablo 76: Marka Tanıtımı Türk İmajı Desteginden Memnuniyetin İşletme İhracat Performansına Etkisi**

		SON5YILORTALAMA	Marka tanıtımı ve Türk imajından memnun kaldınız mı?
SON5YILORTALAMA	Pearson Correlation	1	0,776
A	Sig. (2-tailed)		0,123
	N	104	5
Marka tanıtımı ve Türk imajından memnun kaldınız mı?	Pearson Correlation	0,776	1
	Sig. (2-tailed)	0,123	
	N	5	5

Yukarıdaki korelasyon analizi sonucuna göre SPSS’te  $r = 0,776$  ve  $p = 0,123$  olarak verilmiştir Dolayısıyla  $r$  değeri  $0.776 > 0,70$  olduğundan marka tanıtımı ve Türk imajı desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki vardır. **H<sub>45</sub>**: (Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır) hipotezi kabul ,**H<sub>45A</sub>**: (Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki yoktur) hipotezi red olur.

## SONUÇ

Bu bölümde, araştırma kapsamında gerçekleştirilen istatistiksel analizler ile elde edilen sonuçlar özetlenmektedir.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara ve araştırma hipotezlerinin kabul ve red durumlarına göre oluşturulmuş yapısal modelin son durumu görülmektedir. Bu model, ihracat teşviklerinden yararlanan işletmeler ve yararlanmayan işletmelerin ihracat performans karşılaştırmaları, teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ve memnuniyetin toplam ihracat performansına etkisinin araştırması yapılmıştır.

Bölümün sonunda araştırmada elde edilen bulgular rehberliğinde, işletmelere yönelik öneriler ve gelecekte bu konuda çalışma yapacak araştırmacılara da araştırmaya yönelik öneriler sunulmaktadır.

Analizler sonucunda elde edilen bulgular çerçevesinde, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkileri açıklanmış ve değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu çalışma; Konya'da imalat sektöründe faaliyet gösteren ihracatçı işletmelerde ihracatın teşvik ve geliştirilmesi araçlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin ihracat performanslarının karşılaştırılması ve ihracat performansına arasındaki ilişkiyi tanımlayan bir modeli tanımlanıp test edilmiştir.



## **Araştırmada Kullanılan Hipotezler**

**Hipotez 1:** İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 2:** Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetler yardımıdan yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 3:** Fuar teşviklerinden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 4:** Eximbank Kredilerinden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 5:** İhracat danışmanlığı teşvikinden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 6:** Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden yararlanan şletmeler ile yararlanmayan şletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 7:** Uluslararası pazar araştırma teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 8:** Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 9:** Ar-Ge yardımları yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 10:** Dahilde işleme rejimi yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 11:** Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık göstermez.

**Hipotez 12:** Eğitim yardımları yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 13:** Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 14:** İhracat KDV istisnası teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 15:** Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 16:** Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımıyla yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.

**Hipotez 17:** İhracatla ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 18:** Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 19:** Fuarlara yönelik teşviklerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 20:** Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 21:** İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 22:**Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 23:**Uluslararası Pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 24:** Ticaret amaçlı gezilerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 25:**Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 26:** Dahilde işleme rejiminin sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 27:**Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 28:**Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 29:** İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 30:** Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 31:** Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 32:** İhracatla ilgili seminer teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 33:** Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 34:** Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 35:** Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 36:** İhracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 37:** Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 38:** Uluslararası Pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 39:** Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 40:** Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 41:** Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 42:** Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 43:** Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 44:** İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

**Hipotez 45:** Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performans ortalamaları arasında ilişki vardır.

Çalışmadan elde ettiğimiz hipotezlerimiz doğrultusunda işletmelerin ihracat teşviklerinden yararlanma durumunun işletmelerin 5 yıllık ihracat performansları ve yararlandıkları teşvikler arasındaki ihracat performansları;

- İhracatla ilgili seminerlerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Fuar teşviklerinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık gösterir.
- Eximbank kredilerine yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- İhracat danışmanlığına yönelik teşviklerden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.

- Yani, yabancı müşterilerle tanışma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Uluslararası pazar araştırmasından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Ticaret amaçlı gezi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Ar-Ge yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Dahilde işleme rejimi teşvikinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Çevre koruma yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık göstermez.
- Eğitim yardımlarından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.



- Pazar araştırma desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- İhracat KDV istisnası desteğinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık gösterir.
- Marka tanıtım ve Türk imajı yardımından yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmelerin son 5 yıllık ihracat performans ortalamaları arasında anlamlı farklılık göstermez.
- İhracat ile ilgili seminerlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve aynı yönlü zayıf bir ilişki vardır.
- Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı aynı yönlü olduğundan zayıf bir ilişki vardır.
- Fuarların işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı aynı yönlü zayıf bir ilişki vardır.
- Eximbank kredilerinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı orta düzeyde bir ilişki vardır.

- İhracat danışmanlığı teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde orta bir ilişki vardır
- Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde orta bir ilişki vardır.
- Uluslararası pazar teşvikinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde orta bir ilişki vardır.
- Ticaret amaçlı gezilerin geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf düzeyde ilişki vardır.
- Ar-Ge yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve ters yönde bir ilişki vardır.
- Dahilde işleme rejiminin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde ilişki vardır.
- Eğitim yardımlarının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki vardır.
- Pazar araştırma desteğinin işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde ilişki vardır.

- İhracat KDV istisnasının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır.
- Patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve aynı yönlü kuvvetli bir ilişki vardır.
- Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımının işletmeye sağladığı katkı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır.
- İhracatla ilgili seminerlerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır.
- Satışların geliştirilmesine yönelik teşviklerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.
- Fuar yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve ihmal edilecek düzeyde bir ilişki vardır.
- Eximbank kredilerinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf düzeyde bir ilişki vardır.

- İhracat danışmanlığından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ve aynı yönlü kuvvetli ilişki vardır.
- Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.
- Uluslararası pazar teşvikinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.
- Ticaret amaçlı gezilerden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır.
- Ar-Ge yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında anlamlı ters yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır.
- Dahilde işleme rejiminden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki vardır.
- Eğitim yardımlarından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki vardır.

- Pazar araştırma desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve ihmal edilecek bir ilişki vardır.

- İhracat KDV istisnasından işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve zayıf bir ilişki vardır.

- Marka tanıtımı ve Türk imajı desteğinden işletmenin ne kadar memnun kaldığı ile son 5 yıllık ortalama ihracat performansı arasında aynı yönlü, anlamlı ve güçlü bir ilişki vardır.

Hipotezler test edilmesi sonucunda ihracattan faydalanan işletmelerin 5 yıllık performansı arasında anova analizi sonucuna göre anlamlı bir ilişki vardır.

Teşviklerden yararlanan işletmelerin işletmelerine sağladıkları katkı ve memnuniyet düzeylerine göre 5 yıllık ihracat performanslarını korelasyon analizi sonucu incelediğimizde:

Teşviklerden faydalanan işletmelerin firmalarına sağladığı katkıları ve son 5 yıllık performans ortalamalarına göre yapılan analiz sonucunda:

- İhracatla ilgili seminerlerin anlamlı aynı yönlü pozitif ilişki,
- Satışların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin anlamlı, aynı yönlü zayıf bir ilişkisi,

- Fuarların anlamlı aynı yönlü, zayıf bir ilişki,

- Eximbank kredilerinin anlamlı, aynı yönlü orta düzeyde bir ilişki vardır,

- İhracat danışmanlığı anlamlı, aynı düzeyde ve orta düzeyde bir ilişki,
- Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin anlamlı aynı yönde orta düzeyde bir ilişki, Uluslararası Pazar teşvikinin aynı yönü anlamlı orta düzeyde bir ilişki,
- Ticaret amaçlı gezilerin aynı yönlü anlamlı orta düzeyde bir ilişki,
- Ar-Ge yardımlarının anlamlı ters yönde bir ilişki,
- Dahilde işleme rejimi ile aynı yönlü anlamlı orta düzeyde bir ilişki,
- Eğitim yardımlarının aynı yönlü anlamlı güçlü bir ilişki,
- Pazar araştırma desteğinin aynı yönlü anlamlı orta düzeyde bir ilişki,
- İhracat KDV istisnası teşvikinin aynı yönlü anlamlı zayıf bir ilişki,
- Patent faydalı model belgesi endüstriyel tasarım yardımının anlamlı aynı yönlü kuvvetli bir ilişki,
- Marka tanıtımı ve Türk imajı aynı yönlü anlamlı zayıf bir ilişki vardır.

Teşviklerden faydalanan işletmelerin memnuniyetleri ve son 5 yıllık performans ortalamalarına göre yapılan korelasyon analizi sonucunda:

- İhracatla ilgili seminerlerin aynı yönlü anlamlı zayıf bir ilişki,
- Satışların geliştirilmesine yönelik yardımların aynı yönlü anlamlı orta düzeyde bir ilişki,

- Fuar yardımlarının aynı yönlü anlamlı ihmal edilecek düzeyde bir ilişki,
- Eximbank kredilerinin aynı yönlü anlamlı zayıf düzeyde bir ilişki,
- İhracat danışmanlığının anlamlı aynı yönlü kuvvetli bir ilişki,
- Yabancı müşterilerle tanışma teşvikinin aynı yönlü anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki, uluslararası pazar teşvikinin aynı yönlü anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki,
- Ticaret amaçlı gezilerin aynı yönlü anlamlı zayıf bir ilişki,
- Ar-Ge yardımlarının anlamlı ters yönlü orta düzeyde bir ilişki,
- Dahilde işleme rejimi ile aynı yönlü anlamlı orta düzeyde bir ilişki,
- Eğitim yardımlarının aynı yönlü anlamlı güçlü bir ilişki,
- Pazar araştırma desteğinin aynı yönlü anlamlı ihmal edilecek bir ilişki,
- İhracat KDV istisnasının aynı yönlü anlamlı zayıf bir ilişki,
- Marka tanıtımı ve Türk imajı desteğinin aynı yönlü anlamlı güçlü bir ilişki vardır.

İncelemelerimiz sonucunda verilerin işletmelerin aldıkları teşvikler ve performanslarına etkisinin karşılaştırılması ile elde edilen sonuca göre bazı teşviklerin güçlü, bazıları orta, bazılarının zayıf, bazıları ihmal edilecek düzeyde bir ilişkisi olduğu görülmüştür. Teşviklerden yararlanan firmaların az olduğu tespit edilmiş, yararlanan firmalara da etkisinin olduğu gözlemlenmiştir.

lke ekonomisinde dış ticaretin, özellikle ihracatın ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri fazladır. lkeler dış ticarete ayrı bir önem vermektedirler. Uluslararası pazarlarda yoğun bir rekabetin yaşandığı günümüzde lkeler ihracatın gelişmesine katkıda bulunacak stratejiler belirlemekte ve çeşitli önlemler almaktadırlar. Bu çerçevede ihracat işlemlerine ve ihracatın teşvikine ilişkin olarak alınan önlemlerin önemi büyüktür. Bugün Türkiye dışa açık büyüme modelini seçmiş gelişmekte olan bir ülke olduğu için; ihracat, dolayısıyla ihracatın teşviki büyük önem arz etmektedir. İhracata yönelik verilen teşviklerin amaçlarından bazıları, ihracatın geliştirilmesi, pazar alanlarının geliştirilmesi, yeni eğitim olanakları sağlanarak istihdamın artırılması, dış pazarda daha iyi rekabet edebilmeleri, üreticiye yardımcı olmak ve ihracatın her açıdan gelişmesini sağlamaktır. Bu kapsamda ihracatı teşvik tedbirleri, maliyeti düşürecek ve gelirleri arttıracak ihracatı karlı kılan tüm tedbirleri kapsamaktadır. İhracat teşvikleri ülkemiz gibi ihracata dayalı büyüme modelini benimsemiş ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Aynı çalışmanın farklı sektörlerdeki işletmelerde ve illerde farklı sonuçlar ortaya çıkarabileceği düşünmektedir. Dolayısıyla elde edilen sonuçların genelleştirilebilmesini sağlamak için, bu konuda çok sayıda ve farklı sektörlerde araştırma yapılmasına ihtiyaç vardır.

Araştırmanın uygulama bölümünün belirli bir sektörde (imalat sektöründe ) gerçekleştirilmesi sebebiyle ihracat performansı bu boyutlarıyla ele alınmıştır. Bu



boyutların yanı sıra literatürde yer alan diğer boyutlar da gelecek çalışmalarda değerlendirilebilir.

Bu çalışma, değişkenlerin birbirleri üzerindeki etkisini eşzamanlı toplanan verilere dayanarak ortaya koymaktadır. İşletmelerdeki teşviklerin uygulamaların etkilerinin belirli bir sürede ortaya çıkabileceği dikkate alındığında, zamana dayalı çalışmaların değişkenler arasındaki ilişkileri daha da anlamlı hale getirebileceği değerlendirilmektedir.

Uygulanan anketlerimiz sırasında görüşülen işletmelerde bire bir konuşmalarımızda elde ettiğimiz sonuç birçok işletme teşviklerden haberdar oldukları ve kullandıkları faydalı olduğu ve performanslarını da etkilediği görülmüştür. Fakat teşviklerin az kullanıldığı hatta bazılarının hiç kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bürokratik işlemlerin fazlalığından dolayı işletmeler gerektiği gibi teşviklerden faydalanamamaktadırlar. İhracatı teşvik programlarının daha faydalı ve kullanılabilir hale gelebilmesi için, bürokrasi azaltılmalı, mevcut teşviklerin kapsamı genişletilmeli ve yeni teşvikler geliştirilmeli, bu konuda Türkiye’de çok sayıda kamu kuruluşunun görev yapması, bu kapsamdaki kuruluşların sorumluluk alanının yeterince belli olmaması, uygulamaları aksatmaktadır. Kuruluşların birbiri ile koordineli çalışmasının sağlanması ile mevcut ihracata yönelik teşvik uygulamalarında yaşanan bürokratik işlemlerin en aza indirilebilir ve bu yardımlardan daha fazla imalatçı işletmenin faydalanması ve işletmelerine olan performansın etkisinin artması sağlanabilir.

## KAYNAKLAR

- Aaby, Nils-Erik; Stanley F. Slater. 1989. "Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978 – 88", *International Marketing Review*, Vol: 6, No: 4, 7- 20.
- Akgemci, Tahir.2001."KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekle", Ankara: KOSGEB, Haziran, 28.
- Alper, Ayşe. 1998. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt18, Sayı 2, 73-82.
- Anıl Nihat Kamil.2009. "*İhracat Performansını Belirleyen Faktörler Arasındaki İlişkiler ve İhracat Başarısına Etkileri: Türkiye Örneği*", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Celal Bayar Üniversitesi, Manisa.
- Arıcı, Hüsnü. 1975."İstatistik Yöntemler ve Uygulama", 2. Baskı, Hacettepe Üniversitesi.
- Arzova, Burak.2006."İhracat Hakkında Her Şey", İstanbul: Türkmen Kitapevi,344-345.
- Asuman Erkan, Dilvin Acar. 2006. "*AB Müktesebatına Uyum Sürecinde Devlet Yardımları ve Resmi Destekli İhracat Kredileri*", *Dış Ticaret Durum Dergisi*, Turk Trade Foreign Association of Turkey, 41.
- Atayeter, Coşkun, Erol Arzu.2011. "*Türkiye'de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri*" Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. İİBF Dergisi 20.
- Ayhan, E.Haluk.2000."Geçmişten Günümüze İhracat Teşvikleri", İGEME'den Bakış.27
- Bağrıaçık, Atila. ve Kadron, S. B.1996. *Dış Ticarete Uygulamalı KDV İşlemleri*. İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Bağrıaçık, Atila.2004."Uygulamalı Dış Ticaret İşlemleri"(1.baskı). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Bayar, Sevilay. 2001." *Tarım Ürünleri İhracatındaki İhracat İadesi Yardımları ve Muhtemel Gelişmeler*". İGEME Dış Ticaret Bülteni. Nr.10 1.
- Cadogan, John W.;Cui, Charles C.; Li, Erik Kwok Yeung.2003. "*Export Market-Oriented Behavior And Export Performance: The Moderating Roles of Competitive Intensityand Technological Turbulence*", *International Marketing Review*, Vol: 20, No: 5. 493 – 513.
- Canitez Murat ve Yeniçeri Tülay.2007. "*İhracat Performansı Düşük Olan KOBİ'ler İle Yüksek Olan KOBİ'lerin Farklılıklarını Belirlemeye Yönelik Bir Pilot*

- Araştırma*”, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F.İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 116
- Canitez, Murat.2011.“*Uygulamalı İhracat –İthalat İşlemler ve Dokümantasyon*”, Ankara, Gazi Kitabevi
- Cansız, Mehmet.2008. “*Türkiye’de KOBİ’ ler ve KOSGEB*”, DPT Uzmanlık Tezi, Ankara: DPT Yayın No: 2782, 63
- Cooper D.R. ve Schindler P.S. 1998. “*Business Research Methods*”, NY: Mc Graw-Hill, 6th ed. 136.
- Çavuşgil, Tamer ve Shaoming ZOU; (1994), “*Marketing Strategy Performance Relationship: An Investigation of The Empirical Link in Export Market Ventures*”, Journal of Marketing, 56, January, ss. 1-21.
- Çavuşgil. S. Tamer and Shoamin ZOU.1994. "Marketing Strategy-Performance Relationship:AnInvestigation of theEmpirical Link in Export Market Venture", Journal of Marketing, Vol. 58,. 1-21.
- Dahilde İşleme Rejimi Tebliği, İhracat: 2005/1, <http://www.ekonomi.gov.tr> ( Erişim Tarihi: 20.06.2014 ).
- Das, Mallika. 1994. “*Successful and Unsuccessful Exporters FromDeveloping Countries*”, European Journal of Marketing, 28 19-33.
- Dawes John. 1999. “*The Relationship Between Subjective and Objective Company Performance Measures in Market Orientation Research:Further Empirical Evidence*”, Marketing Bulletin, October, 65-75.
- Demir, Abdurrahman. 2001.”*İhracatı Teşvik Uygulamalarından Dahilde İşleme Rejiminde KDV Nasıl Buharlaştır*”. Yaklaşım Dergisi. Nr. 99: 92-99.
- Devlet Planlama Teşkilatı. 2003.“*İhracatta Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyon Raporu*”. Ankara: DPT Yayını.
- Devlet Planlama Teşkilatı.2007.”*Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyonu Raporu*”, 182.
- Diamantopoulos, Adamantios; Kakkos, Nikolaos.2007.“*Managerial Assessments of Export Performance: Conceptual Framework and EmpiricalIllustration*”, Journal of International Marketing, Vol: 15, No: 3, 1-31.
- Doğaka.[http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turkiyedeki\\_Tesvik\\_ve\\_Destekler.pdf/](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turkiyedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf/) (Erişim Tarihi: 20.07.2014).
- Dokuzuncu Kalkınma Planı. 2007-2013.”*Devlet Yardımları Özel İhtisas Raporu*”, DPT, Ankara, 2007, 1.

- Erol, Arzu.2005. “*Türkiye’de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri ve Doğu Karadeniz Bölgesindeki İhracatçı İşletmelerin Yararlanma Düzeylerinin Ölçülmesi*” Basılmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Giray, Filiz.2008.“*Vergi Teşvik Sistemi*”, *Ezgi Kitabevi*, Bursa, 1. Baskı
- Greenaway, D.;Kneller, R..2007. IndustryDifferences in TheEffect of Export Market Entry: Learning By Exporting?, *Review of World Economics*, Vol.: 143, No: 3, 416-432.
- <http://www.deu.edu.tr/userweb/dilek.seymen/dosyalar/ihracatta%20Devlet.pdf> / (Erişim Tarihi: 20.06.2014) .
- Kalkan, Göktürk.2001.“*Türkiye’de İhracat Teşvik Tedbirleri* “(Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) , Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2001, 3.
- Katsikeas, Constantine S.; Robert E. Morgan.1994. “*Differences in Perceptions OF Exporting Problems Based on firm Size and Export Market Experience*”, *European Journal of Marketing*, Vol: 28, No: 5, 17-35.
- Katsikeas, S. Constantine, Leonidas C. Leonidou and Neil A. Morgan. 2000. "*Firm Level Export Performance Asscssment. Review Evaluation and Development*", *Journal of the Academy of Marketing*, Vol.28, No: 4, 493-511.
- Kemer, Osman Barbaros.2003.” *Bir Dış Ticaret Politika Aracı Olarak İhracat Teşvikleri Teori-Uygulama*”, İstanbul: Alfa Yayınları, Nisan 89.
- Kıymaz, Taylan. 2000. “*AB’nde ve Türkiye’de Temel Ürünlerde (Hububat, Şeker, Süt)Uygulanan Tarımsal Destekleme Politikaları ve Bunların Hammadde Temini Açısından Gıda Sanayine Etkileri*”. Ankara: DPT Yayını.
- Kumcu, E, Harcar, T. ve Kumcu, M.E. 1995. “*Managerial Perceptions of The Adequacy of Export Incentive Programs-Implications for Export-led Economic-Development Policy*”, *Journal of Business Research*, Vol. 32, Nr. 2, 163-174.
- Küçüker, Celal.2000. “*Teşvik Teorisi: Ekonomik Argümanlar ve Endüstri Politikaları*”, iç. Erdiñç Telatar (Ed.), *Ekonomik Gelişme Teşvikler ve Sivas*, Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu, 133–159.
- Lages. L. Filipe; David B. Montgomery.2004. “*Export Performance as an Actecedent of Export Commitmentand Marketing Strategy Adaptation*”, *European Journal of Marketing*, Vol: 38, No: 9/10, 1186-1214

- Leonidou, Leonidas C.; Katsikeas, S. Constantine; Samiee, Saeed. 2002. "Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta Analysis", Journal of Business Research, Vol: 51, No: 1, 20 51 -67
- Madsen, TageKoed. 1998. "Executive Insights: Managerial Judgment of Export Performance". Journal of International Marketing, Vol 6, No : 3, 82-93.
- Melitz, Mark J. 2003. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity, Econometrica, Vol.: 71, No: 3, 1695-1725.
- Mucuk, İsmet.2006." Pazarlama İlkeleri". İstanbul: Türkmen Kitabevi
- Mutlu, Hanifi, Murat; Nakipoğlu, Ayşegül.2011."Uluslararası Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerine Etkisi", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 38, 245-261.
- Özdamar, Kazım.1999."Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi", (2.baskı).Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımına İlişkin Tebliğ, 98/10, <http://www.ekonomi.gov.tr/>.(Erişim Tarihi: 20.06.2014)
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ 97/5, <http://www.ekonomi.gov.tr/>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, İstihdam Yardımı Hakkında Tebliğ, 2000/1, <http://www.ekonomi.gov.tr/>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Pazar Araştırması Ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ, 2011/1. Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, <http://www.ekonomi.gov.tr/>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Tebliğ, 2010/10, <http://www.ekonomi.gov.tr/>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ, 2008/2, <http://www.ekonomi.gov.tr/>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi Ve TURQUALITY'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2006/4, <http://www.ekonomi.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2010/8, <http://www.ekonomi.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 20.06.2014).

- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Yurt Dışı Birim, Marka Ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ, 2010/6, <http://www.ekonomi.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Para Kredi ve Koordinasyon Kurulu, Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ, 2009/5, <http://www.ekonomi.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- Pun, Kit Fai ve A. Sydney White; 2005. “*A Performance Measurement Paradigm For Integrating Strategy Formulation: A Review of Systems and Frameworks*”, *International Journal of Management Reviews*, 7(1), 49-71.
- Sahbazov, Rövsen- İnci, Aybüke.2000” *Küreselleşen Avrupa’da İhracat Teşvikleri*”, *Vergi Sorunları Dergisi*, sy. 140, 176
- Sapmaztürk, Can "Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi", Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi Ankara 2013.
- Shodam, Aviv.1998. “*Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assesment*”, *Journal of International Marketing*, 6 (3), 59-81.
- Spiegel, M.R..1988. *Theory and Problems of Statistics*, Mc Graw-Hill Inc., 2. Baskı.
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı (DPT).2004. “*Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyonu Raporu*”, Ankara: Yayın No:2681, 182
- Thirkell, Peter C.; Dau, Ramadhani.1998. “*Export Performance: Success Determinants for New Zealand Manufacturing Exporters*”, *European Journal of Marketing*, Vol: 32, No. 9/10, 813 – 829.
- Torlak, Ömer, Kula, Veysel, Özdemir, Şuayıp.2007. “*Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri*”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.9, S.1, 104.
- Torlak, Ömer. Özdemir, Ş. Kula, V.2007.”*Türk İşletmelerinin İhracat Performansı Belirleyicileri*”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9.1.103-114.
- Tuncer, Ertuğrul.1999” *Yatırım ve İhracatla İlgili Mali Teşvikler ve Uygulaması*”. Ankara: Yaklaşım Yayınları
- Ulu, Cenk.2005. “*PWC Yatırım Teşvikleri Workshop’u*”, İstanbul 2004, 1.
- Uysal, Taylan.2005.”*Avrupa Birliği ve Türkiye’de Devlet Yardımları*”, İstanbul, İKV Yayınları No: 187, 90

- Üner, M. Mithatç.1994. “Ankara Sanayi Odası’na Kayıtlı İşletmeleri İhracattan Alıkoyan Nedenler”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 459-479.
- Walters, Peter G. P.;Samiee, Saeed.1990. A Model for Assessing Performance in Small U.S. Exporting Firms, Entrepreneurship Theory And Practice, 33-50.
- Yakal, Ali.2002.” İhracata Yönelik Devlet Yardımları”. Dış Ticaret Dergisi. 24-29.
- Yaralı, Murat.2004,”Uluslararası Anlaşmalardaki Kısıtlamalar Dikkate Alınarak Ülkemizde Telekomünikasyon Alanında Üretimin, AR-GE Faaliyetlerinin ve İhracatın Artırılmasında Teşvik Yöntemlerinin Analizi”, Telekomünikasyon Kurumu, Ankara.
- Yaşın, Mehmet.2007. “Yatırımcılara Devlet Tarafından Taşınmaz Mallar Üzerinden Sağlanan Mali Teşvikler”, Yaklaşım Dergisi, Ankara: Yaklaşım Yayıncılık, Sayı: 177,32.
- Yıldırım, E.; Kesikoğlu, F.2012. “Ar-Ge Harcamaları İle İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkileri: Türkiye Örneğinde Panel Nedensellik Testi Kanıtları”, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt: 32, Sayı: 1, 165-180.
- Zhao, Hongxin; Shaoming Zou.2002. “TheImpact of Industry Concentration and Firm Location on Export Propensityand Intensity: An Empirical Analysis of Chinese Manufacturing Firms”, Journal of International Marketing, Vol: 10, No: 1, 52-71.
- Zou, Shaoming; Charles R. Taylor; Gregory E. Osland.1998. The EXPERF Scale: A Cross-National Generalized Export Performance Measure, Journal of International Marketing, Vol: 6 No: 3,37 -58.
- Zou, Shaoming; Fang, Eric; Zhao, Shuming.2003. TheEffect of Export Marketing Capabilities on Export Performance: An Investigation of Chinese Exporters, Journal of International Marketing, Vol: 11, 32-55.
- Zou, Shaoming; SimonaStan.1998 “The Determinants of Export Performance: A Review of The Empirical Literature Between 1987 And 1997”, International Marketing Review, Vol: 15, No: 5, 333 – 356.
- [http://www.tubitak.gov.tr/tubitak\\_content\\_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge\\_tebliğ.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/TEYDEB/1501/destek/sanayiarge_tebliğ.pdf)(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.kto.org.tr/dis-ticaret-mustesarligi-destekleri-408s.htm>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/07/20070728-12.htm>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- [www.resmigazete.gov.tr/eskiler](http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler)(Erişim Tarihi: 20.06.2014).

- [http://www.zafer.org.tr/downloads/destekler/dtm\\_destekleri.pdf](http://www.zafer.org.tr/downloads/destekler/dtm_destekleri.pdf)(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061021-20.htm>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061021-20.htm>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/10/20061021-20.htm>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- [http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr\\_177\\_TK8L30NP\\_Turkiyedeki\\_Tesvik\\_ve\\_Destekler.pdf](http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_177_TK8L30NP_Turkiyedeki_Tesvik_ve_Destekler.pdf)(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/04/20120406-6.htm>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://nuance.com.tr/sites/default/files/sirkuler/201259>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.ankaradanismanlik.com/yatirim-tesvik/dis-ticaret-tesvikleri/>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- [http://fto.org.tr/DB\\_Image/10/1831/D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20Destekleri.pdf](http://fto.org.tr/DB_Image/10/1831/D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret%20Destekleri.pdf)(Erişim Tarihi: 20.06.2014).
- <http://www.serka.gov.tr/store/file/common/5fc416ffd64470e7d32a47e6c28d4161.pdf>(Erişim Tarihi: 20.06.2014).



## **EKLER**

### **EK-1 ANKET FORMU**

Bu anket çalışması, “Konya Bölgesi İmalat sektöründe ihracatın teşvik ve geliştirilmesinden yararlanan işletmeler ile yararlanmayan işletmeler arasındaki performans göstergelerinin ölçülmesini” sağlayabilmek amacıyla hazırlanmıştır. Çalışma Doç. Dr. Murat CANITEZ ‘in danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak yürütülmektedir. Anket sorularına vereceğiniz tüm bilgiler kesinlikle gizli tutulacak olup, akademik bir çalışmada kullanılacaktır. Ortaya çıkabilecek herhangi bir sorunda, aşağıda isimleri yazılı olan araştırma ekibinin herhangi bir üyesine başvurmaktan çekinmeyiniz. Bu çalışmaya ayırdığınız zaman ile sorulara vereceğiniz gerçekçi cevaplar için teşekkür eder, saygılar sunarız.

**Doç.Dr. Murat CANITEZ**

KTO Karatay Üniversitesi

İİBF Uluslararası Ticaret Bölüm Başkanı

**Gülşah YALÇIN**

KTO Karatay Üniversitesi

SBE Yüksek Lisans Öğrencisi

## ANKET FORMU

Aşağıda yer alan ifadelerden size en uygun olanını işaretleyiniz.

1. Anketi işletme adına cevaplayan kişinin şirketteki pozisyonu nedir? <input type="checkbox"/> İşletme Sahibi <input type="checkbox"/> İşletme Yöneticisi <input type="checkbox"/> İşletme Ortağı <input type="checkbox"/> Diğer Belirtiniz.....
2. İşletme sahibinin / dış ticaret yöneticisinin eğitim durumu nedir? <input type="checkbox"/> İlköğretim <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Ön lisans <input type="checkbox"/> Lisans <input type="checkbox"/> Diğer (Belirtiniz).....
3. İşletmenin hukuki statüsü nedir? <input type="checkbox"/> Adi şirket <input type="checkbox"/> Kolektif Şirket <input type="checkbox"/> Komandit Şirket <input type="checkbox"/> Limited Şirket <input type="checkbox"/> Anonim Şirket <input type="checkbox"/> Diğer belirtiniz ...
4. İşletmenizin faaliyet süresi nedir? <input type="checkbox"/> 1-2 Yıl <input type="checkbox"/> 3-5 Yıl <input type="checkbox"/> 6-8 Yıl <input type="checkbox"/> 8 Yılden daha fazla belirtiniz.....
5. İşletmeniz kaç yıldır ihracat yapıyor? <input type="checkbox"/> 1-3 Yıl <input type="checkbox"/> 4-6 Yıl <input type="checkbox"/> 7-10 Yıl <input type="checkbox"/> 11-15 Yıl <input type="checkbox"/> 15 Yıl ve üzeri

6. Üretiminizin yüzde kaçını yurt dışına ihraç ediyorsunuz? <input type="checkbox"/> %1 - %10 <input type="checkbox"/> %11 % 20 <input type="checkbox"/> % 21-% 30 <input type="checkbox"/> % 31 - % 40 <input type="checkbox"/> % 41 ve üzeri
7. İşletmenizde toplam çalışan sayısı / personel sayısı ne kadardır? <input type="checkbox"/> 1- 9 <input type="checkbox"/> 10-49 <input type="checkbox"/> 50-99 <input type="checkbox"/> 100-149 <input type="checkbox"/> 150 ve üzeri
8. İşletmenizin faaliyette bulunduğu ana sektör kolu aşağıdakilerden hangisidir? <input type="checkbox"/> Mobilya sanayi <input type="checkbox"/> Gıda ürünleri sanayi <input type="checkbox"/> Metal eşya sanayi <input type="checkbox"/> Tekstil, dokuma ve deri sanayi <input type="checkbox"/> Orman Ürünleri Sanayi <input type="checkbox"/> Taş ve Maden Ürünleri <input type="checkbox"/> Tarım Ürünleri <input type="checkbox"/> Demir Çelik Ürünleri <input type="checkbox"/> Kimyasal Ürünler ve Plastik Sanayi <input type="checkbox"/> Makine –Teçhizat Sanayi <input type="checkbox"/> Otomotiv <input type="checkbox"/> Diğer İmalat Sanayi (Belirtiniz)
9. İhracat Teşviklerinden / Desteklerinden Yararlanıyor musunuz?

( ) Evet ( ) Hayır			
10.Aşağıdaki ihracat Teşviklerinden firmanızın yararlanıp, yararlanmadığınızı, sağladığı katkı ve memnuniyet derecenizi belirtiniz			
Aşağıdaki ihracat Teşvik araçlarından firmanıza sağladığı katkı bunları şimdiye kadar kullanıp kullanmadığınızı ne kadar memnun kaldığınızı belirtiniz	Bu Teşvikten Yararlandınız mı?	Teşvikin firmamıza sağladığı Katkı 1()Etkilemiyor 2()Katkısı Düşük 3() Olumlu	Bu Teşviklerden Ne Kadar Memnun Kaldınız? 1.( ) Hiç Memnun Kalmadım 2.( ) Memnun Kalmadım 3.( ) Orta 4.( ) Memnun Kaldım 5.( ) Çok Memnun Kaldım
İhracatla ilgili Seminerleri	( ) Evet ( ) Hayır	1.( ) 2.( ) 3.( )	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
Satışların geliştirmesine yönelik faaliyetler	( ) Evet ( ) Hayır	1.( ) 2.( ) 3.( )	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
Fuarlar	( ) Evet ( ) Hayır	1.( ) 2.( ) 3.( )	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
Eximbank Kredileri	( ) Evet ( ) Hayır	1.( ) 2.( ) 3.( )	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
İhracat danışmanlığı	( ) Evet ( ) Hayır	1.( ) 2.( ) 3.( )	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
Yabancı müşterilerle tanışma	( ) Evet ( ) Hayır	1.( ) 2.( ) 3.( )	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )

Uluslararası Pazar araştırması	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Ticaret amaçlı geziler	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Ar-Ge yardımları	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Dahilde işleme rejimi	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Çevre koruma yardımları	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Eğitim yardımları	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Yurt dışında ofis mağaza açma yardımı	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Tasarım desteği	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Pazar araştırma desteği	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
İhracat KDV istisnası	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Patent faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım yardımı	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )
Marka tanıtımı ve Türk imajı yardımı	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> )	1.( <input type="checkbox"/> ) 2.( <input type="checkbox"/> ) 3.( <input type="checkbox"/> ) 4.( <input type="checkbox"/> ) 5.( <input type="checkbox"/> )

11.Lütfen aşağıdaki soruları;

(1=Çok zayıf), (2= Zayıf), (3=Orta), (4= İyi), (5= Çok iyi) olacak şekilde, her bir soruyu yuvarlak içine alarak cevaplayınız

<b>Son 5 yılı göz önünde bulundurduğunuzda ihracat performansınız ne yönde değişmiştir?</b>	<b>1=Çok zayıf 2= Zayıf 3=Orta 4= İyi 5= Çok iyi</b>
İhracat satış hasılatı.	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
İhracat kârlılığı	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
İhracatın toplam satışlar içindeki payı	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )
İhracat teşviklerinin performansınızdaki payı	1.( ) 2.( ) 3.( ) 4.( ) 5.( )