




## İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARININ ETKİNLİĞİ: MERSİN- TARSUS ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA


**Hüseyin ŞIK\* Mehmet Sami SÜYGÜN\*\***

### Öz

Ülkeler, ekonomik büyümenin en önemli aktörlerinden olan dış ticaretin gelişmesi için işletmelerine destek olmak amacıyla çeşitli teşvik politikalarını uygulamaya koymaktadır. Bu çalışmanın amacı, Ticaret Bakanlığı tarafından sunulan ihracata yönelik devlet yardımlarının etkinliğini, Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'ndeki işletmeler üzerinden ele alarak değerlendirmektir. Nicel bir araştırma olarak tasarlanan çalışma kapsamında, bölgede faaliyet gösteren 196 işletmenin geçerli 101 anketinden elde edilen verilerle ihracat destek programlarının etkinlik oranları tespit edilmiş ve Kruskal Wallis testi ile bir takım faktörlere göre farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Araştırma bulgularına göre, etkinliği en yüksek çıkan destek kalemi fuar katılım desteği, en düşük çıkan destek kalemi ise test ve analiz raporu desteği olmuştur. Araştırma kapsamında, ihracat desteklerinin etkinliğinin işletme sahibinin eğitim durumuna, işletme çalışan sayısına, işletmenin ihracat yapma süresine ve işletme ihracatının cirodan aldığı paya göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** ihracat, ihracat Teşvikleri, Mersin

\*  Lojistikçi, huseyinfuad@hotmail.com,

\*\*  Dr. Öğretim Üyesi, Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Finans Bölümü, samisuygun@tarsus.edu.tr,

## EFFECTIVENESS OF STATE AID FOR EXPORT: AN APPLICATION ON MERSİN-TARSUS ORGANIZED INDUSTRIAL ZONE

### **Abstract**

*Countries implement various incentive policies in order to support their businesses for the development of foreign trade, which is one of the most important actors of economic growth. The purpose of this study is to evaluate the efficiency of the state aid for export offered by the Ministry of Commerce through the enterprises in Mersin-Tarsus Organized Industrial Zone. Within the scope of the study designed as a quantitative research, the efficiency rates of export support programs were determined with the data obtained from the valid 101 questionnaires of 196 enterprises operating in the region and it was investigated whether they differ according to some factors with the Kruskal Wallis test. According to the research findings, the most effective support item was the fair participation support, and the lowest support item was the test and analysis report support. Within the scope of the research, it has been determined that the efficiency of export subsidies differs according to the educational status of the business owner, the number of employees, the duration of the business to export and the share of the business exports from the turnover.*

**Keywords:** Export, Export Incentives, Mersin

### **1. GİRİŞ**

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ile birlikte ekonomik anlamda rekabet de artmıştır. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği bu ekonomik düzen ülkeleri dış pazarlara açılmaya sevk edip üretime yönlendirmiştir. Uluslararası pazarlara erişimin kolaylaşmasıyla birlikte yoğun rekabet ortamı ortaya çıkmıştır. Ülkeler izledikleri politikalarla birbirlerine bu rekabet ortamında üstün gelme çabası içerisine girmişlerdir.

Gelişen teknoloji insan ihtiyaçlarının da hızla değişmesine neden olmaktadır. Değişen bu ihtiyaçlara aynı oranda karşılık veremeyen işletmeler pazar kaybı yaşayıp bu süreçte varlıklarını sürdürmemeye tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Taleplere hızlı ve doğru bir şekilde karşılık vermek, işletmelerin ekonomik büyümesine bu da ülkelerin kalkınmasına büyük katkı sağlayacaktır. İşletmeler, uluslararası pazarlarda yaşanan rekabetin yanı sıra diğer ülkelerin müdahaleleri ile çeşitli tehdit ve engellerle karşılaşmaktadırlar. Bu durum işletmeleri dış pazarlara açılmakta çekimser bir tavır sergilemeye itmektir. Günümüzde dış piyasada yaşanan rekabetin yanı sıra, iç piyasalara yabancı sermayelerin müdahil olması sebebiyle rekabet düzeyi aynı oranda artmıştır. Ülkeler teşvik ve tedbir politikaları ile işletmelerini koruma yoluna gitmektedirler.

Günümüzde ticaretin serbestleştirilmesi yönündeki iyi niyet ve çabalara karşılık, devletlerin dış ticarete sıklıkla müdahale ettikleri görülmektedir (Süygün, 2019). Dış ticarete müdahale için kullanılan araçlardan birisi de teşviklerdir (Çelik, 2008). Ülkeler uluslararası pazarlarda işletmelerine destek olmak için çeşitli teşvik politikalarını uygulamaya koymaktadır. Ülkeler teşvik politikaları ile birlikte işletmelere, ekonomik büyümelerinde yardımcı olma, rekabet avantajı sağlama, pazar payını arttırma gibi konularda yardımcı olup ihracatı özendirilmektedir. İhracatın artması ile ülke sermayesinde, refahında ve istihdamında artış meydana gelecektir. İhracatı artan ülke uluslararası pazardaki konumunu güçlendirecektir.

Bu çalışmanın amacı ihracat destek programlarının etkinliğini tespit etmek ve işleyişinde karşılaşılan sorunları asgariye indirecek öneriler getirmek suretiyle etkinliğini arttırmaya katkıda bulunmaktır. Çalışma kapsamında dış ticaret alanında en fazla desteği veren kurum olan Ticaret Bakanlığı'nın uygulamaya koyduğu teşvik kalemlerinin etkin kullanılmasına yönelik Mersin Tarsus Organize

Sanayi Bölgesi'nde (MTOSB) bulunan işletmelerle araştırma yapılmıştır. MTOSB' deki işletmeler üzerine ihracata yönelik teşviklerin etkinliğinin ele alan çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışmanın alanyazındaki bu boşluğu doldurması, bölgedeki işletmelere, sektör paydaşlarına ve politika yapıcılara öneriler sunması beklenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Dış Ticaret

Ticaret, geçmişten günümüze kadar uzanan ve tarihsel süreçte değişime uğramış bir kavramdır. İlk çağlardan itibaren insan hayatında değiş-tokuş ile yer bulan bu kavram günümüzde de önemini korumaktadır. Ticaret; bir mal veya hizmetin biçilen bir ücret karşılığı el değiştirmesi olarak ifade edilmektedir (İpek, 2015). Dış ticaret ise; ülke sınırları içinde gerçekleşen mal, hizmet, fikri mülkiyet ve sermaye akışının ulusal sınırların dışına çıkması durumudur (Penpeci, 2019).

Dış ticareti oluşturan iki temel kavramdan biri ithalat ve diğeri ihracattır. İthalat; ihtiyaç duyulan ürün veya hizmetin ülke dışından talep edilerek satın alınma faaliyeti olarak tanımlanırken ihracat; ürün veya hizmet fazlasının ülke dışında talep edilen bölgelere satılması olarak tanımlanmaktadır (Jainok, 2017).

2019 yılında dünyada en fazla ihracat ve ithalat gerçekleştiren ülkelere ilişkin istatistik Tablo 1'de sunulmaktadır. Çin, ABD ve Almanya dünya ihracat ve ithalatında ilk 3 sırada yer alan ülkeler olarak ön plana çıkmaktadır.

**Tablo 1. 2019 Yılı Dünya Ticaret İstatistikleri**

İHRACAT		İTHALAT	
Ülke	Değer (bin \$)	Ülke	Değer (bin \$)
Çin	2.498.569.866	ABD	2.568.396.449
ABD	1.645.174.335	Çin	2.068.950.255
Almanya	1.486.462.772	Almanya	1.236.298.731
Hollanda	721.301.085	Japonya	720.964.445
Japonya	705.842.013	Birleşik Krallık	691.974.115
Fransa	555.100.606	Hollanda	646.752.548
Güney Kore	542.333.337	Fransa	637.949.069
İtalya	541.695.309	Hong Kong, Çin	578.590.151
Hong Kong, Çin	535.711.019	Güney Kore	503.259.397
Meksika	472.272.871	İtalya	481.436.402

**Kaynak:** Trademap, 2020

Türkiye ise 2019 yılında gerçekleştirdiği 171.5 milyar dolar ihracat ve 202.7 milyar dolarlık ithalat rakamı ile dünya ticaretinden yaklaşık %1 pay almaktadır. Tablo 2’de görüleceği üzere Türkiye ihracatı yıllar itibarı ile artmış ve 2019 yılında en yüksek değerine ulaşmıştır.

**Tablo 2. Türkiye Dış Ticaret İstatistikleri**

YILLAR	İHRACAT Milyon \$	Değişim%	İTHALAT Milyon \$	Değişim %	HACİM	İHRACAT/ İTHALAT
2015	143.839	-8,7	207.234	-14,4	351.073	69
2016	142.530	-0,9	198.618	-4,2	341.148	72
2017	156.993	10,1	233.800	17,7	390.793	67
2018	167.921	7,0	223.047	-4,6	390.968	75
2019	171.531	2,1	202.705	-9,1	374.235	85

**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu, 2020

## 2.2. Teşvik Kavramı ve İhracata Yönelik Devlet Teşvikleri

İhracat faaliyetleri, ekonomik büyüme gerçekleştirmek isteyen bütün ülkeler için önem arz etmektedir. Bu nedenle ticaretin serbestleştirilmesi yönündeki niyet ve çabalara karşılık, günümüzde devletlerin dış ticarete sıklıkla müdahale ettikleri görülmektedir (Süygün, 2019). Ülkelerin dış ticarete müdahale için kullandığı araçlardan birisi olan teşvikler, ihracatın özendirilmesi amacıyla sıklıkla kullanılmaktadır.

İhracat teşvikleri; ülkelerin işletmelerini uluslararası pazarlara yönlendirmek amacıyla uyguladıkları, ürünlerin satışının kolaylaştırılması ve daha karlı bir hal almasını amaçlayan kısa vadede etkili özendirici politikalar (Süzer, 2019). İhracatta sağlanan teşvikler ile genel anlamda, uluslararası pazarda var olmak, var olunan pazarlardaki payı genişletmek ve ülkenin rekabetçilik seviyesini arttırmak amaçlanmaktadır.

Diğer pek çok ülke gibi Türkiye’de ihracatın özendirilmesine yönelik çeşitli teşvikler sunarak ihracatı artırmaya çalışmaktadır. Türkiye’de ihracata yönelik sunulan teşvikler çalışma kapsamında kurumlar ve sundukları teşvik kalemleri bazında ele alınmıştır.

### **2.2.1. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Tarafından Sağlanan Teşvikler**

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, ihracata yönelik çeşitli teşvikler sunmaktadır. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından doğrudan ve bağlı kuruluşları tarafından verilen teşvikler dört ana başlık altında incelenmiştir.

#### **2.2.1.1. Doğrudan Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Tarafından Sağlanan Teşvikler**

İşletmelerin rekabet gücünü arttırabilmesi adına Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı çeşitli destekler sağlamaktadır. Bu destekler (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı,

2019); Teknolojik Ürün Yatırım Desteği, Rekabet Öncesi İşbirliği Projeleri Desteği, Özel Sektör Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri Desteği, Kümelenme Destek Programı, Rekabetçi Sektörler Programı ve Organize Sanayi Bölgelerine Yönelik Desteklerdir.

#### **2.2.1.2. TÜBİTAK Tarafından Sağlanan Teşvikler**

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK); akademi, sanayi, kamu, girişimcilik, bilimsel etkinlik, bilim ve toplum alanlarında gerek uluslararası gerekse ulusal düzeyde destekler sağlamaktadır. (tübitak.gov.tr, 2020).

#### **2.2.1.3. Kalkınma Ajansları Tarafından Sağlanan Teşvikler**

Kalkınma ajansları, bölgeler arası oluşan eşitsizliği önlemek amacıyla 26 bölgede hizmet vermektedir. Bölgesel eşitsizlikleri gidermek ve mevcut refah seviyesini arttırmak amacıyla proje bazlı destek programlarını hayata geçirmektedir.

#### **2.2.1.4. KOSGEB Tarafından Sağlanan Teşvikler**

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından; girişimcilik, Ar-ge, teknolojik üretim, yerlileştirme, işletme geliştirme, uluslararasılaşma, finansman, laboratuvar konularında destekler sunulmaktadır. (kosgeb.gov.tr, 2020).

#### **2.2.2. Hazine ve Maliye Bakanlığı Tarafından Sağlanan Teşvikler**

İhracat teslimleri, teslimlerle alakalı hizmetler ve de yurt dışında bulunan müşterilere uygulanan hizmetler katma değer vergisinden muaf tutulmaktadır. KDV kapsamında ihracat istisnası 3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu ile düzenlenmiştir.

### **2.2.3. Eximbank Tarafından Sağlanan Teşvikler**

1980 yılında alınan kararlar neticesinde ihracata dayalı bir model uygulanmaya başlanmış olup 1987 yılında gidişatın süreklilik arz edilebilmesi adına Türkiye İhracat Kredi Bankası / Eximbank kurulmuştur. İhracatçılara kısa vadeli ihtiyaç kredileri, orta ve uzun vadeli ihtiyaç kredileri ve alıcı kredileri sunmaktadır (eximbank.gov.tr, 2020).

### **2.2.4. Ticaret Bakanlığı Tarafından Sağlanan Teşvikler**

Ticaret Bakanlığı, işletmeleri ihracata özendirmek ve rekabet güçlerini artırmayı amaçlayan politikalar uygulamaktadır. İhracata yönelik en fazla teşvik veren kurumdur. Bu nedenle çalışmanın dördüncü bölümünde yer alan etkinlik analizinde Ticaret Bakanlığı'nın verdiği teşvikler baz alınmıştır. Bahse konu teşvikler (ticaret.gov.tr, 2020); Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği (Ur-Ge Desteği), Pazara Giriş Belgeleri Desteği, Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği, Fuar Katılım Destekleri, Yurt Dışı Birim, Marka Tescil Tanıtım Desteği, Tasarım Desteği, Marka ve Turquality® Desteği, Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Desteği, Vergi, Resim ve Harç İstisnası, Dahilde ve Hariçte İşleme Rejimi, Rapor Desteği, Yurt Dışı Şirket Alımı Desteği, Ticaret Heyetleri Desteği, E-Ticaret Sitelerine Üyelik Desteği, İleri Teknolojiye Sahip Yurtdışında Yerleşik Şirket Alımı Desteği, Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projelerinin Desteklenmesi, Türkiye Ticaret Merkezleri Desteği, Mal İhracatçılarına Hususi Damgalı Pasaport Verilmesi Desteğidir.

### **2.2.5. Diğer Teşvikler**

Teşvikler, çalışma kapsamında teşviği veren kurumlar bazında incelenmiştir. En fazla teşvik veren kurumların dışında ulusal ve uluslararası bazı kurumlar da



teşvikler vermektedir. İhracatçıların rekabet güçlerini artırmalarını sağlayacak teşvikler sunan ulusal kurumlar; Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), meslek kuruluşları ve sivil toplum kuruluşları olarak sıralanabilir. Uluslararası Kalkınma Birliği (IDA) Uluslararası Yardım Yapılandırma ve Kalkınma Bankası (IBRD) Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC), Dünya Ticaret Örgütü, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Uluslararası Ticaret Odası (ICC), Dünya Gümrük Örgütü gibi kuruluşlar ise ihracatçıların takip ederek hibe ve fonlarından yararlanabilecekleri organizasyonlar arasında sayılabilir.

### 3. ALANYAZIN

Alanyazında, ihracata yönelik teşviklerin ekonomik büyüme ve kalkınmaya etkisini ve ihracat teşviklerinin etkinliğini ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalardan; Enabor (1976), Nijerya'da orman ürünlerinin ihracatına yönelik yapmış olduğu çalışmasında; az gelişmiş ülkelerin ekonomik gelişme aracının dış ticaret olduğunu ve teşvik edici politikaların ülke refah seviyesini arttıracaklarını vurgulamıştır. Valderama (1976), Brezilya'da ihracatı teşvik politikaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında; ihracatın ekonomik büyümenin desteklenmesinde kilit bir faktör olduğunu işletmelerin teşvik politikaları ile birlikte performanslarının artırılmasının ekonominin gelişmesine pozitif katkı sağladığını vurgulamıştır. Onaran ve Öztürk (2008), yapmış oldukları çalışmalarında; ekonomik büyüme adına ihracatın büyük bir etken olduğunu ve ihracat teşviklerinin ihracat performansını arttırdığını belirtmiştir. Atayeter ve Erol (2009), yapmış oldukları çalışmalarında; ihracat performansının ekonomik büyümeye etkisinin büyük olduğunu dolayısıyla ihracatı destekleyecek teşvik programlarının ihracat dayalı kalkınma politikalarının önemli bir parçası olduğunu belirtmiştir. Ersungur ve Yalman

(2009), yapmış oldukları çalışmalarında; dışa açık ekonomi modelinin temel amacının dış pazarlara açılıp ekonomik büyümenin pozitif bir şekilde ilerlemesi olduğunu ve ihracatı teşvik politikalarının bölgesel kalkınma adına önemli bir rol üstlendiğini bu nedenle ülkeler tarafından ihracat performansını arttırmaya yönelik adımlar atıldığını belirtmiştir. Aktaş (2011), yapmış olduğu çalışmada; dış ticaretin ekonomik büyüme açısından önemli olduğunu teşviklerin de dengesiz kalkınma modelinin bir aracı olduğunu ve ödemeler bilançosundaki açıkların önlenmesinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu belirtmiştir. Gilaninia vd.(2013), yapmış oldukları çalışmada; ihracatın ekonomik büyümeyi sağlamak için en basit yol olduğunu belirtmiş ve ihracat teşviklerinin işletmelerin uluslararası pazarda başarılarının artmasına dolayısıyla ekonomik girdiyi artıracığına vurgu yapmıştır. Ahmad (2015), Hindistan, Pakistan ve Bangladeş'in tekstil sektörlerine yönelik yapmış olduğu çalışmada; gelişmekte olan ülkelerin işletmelerini, uluslararası piyasalardaki rekabetten korumak adına ihracatı özendirici politikaları uyguladığını böylelikle işletmelerin net kârını düşürmeden fiyatlarını düşürmelerini sağlayıp rekabet avantajı sağladıklarını belirtmiştir. Ekonomik büyüme sağlamak isteyen ülkelerin izlediği öncelikli politikalarından birinin teşvik politikaları olduğunu vurgulamıştır. Büyükkakın ve Özyılmaz (2016), yapmış oldukları çalışmalarında; ihracatın ekonomik büyüme sağlamak isteyen ülkeler için önemli bir faktör olduğunu dolayısıyla ekonomik politikalarının temel hedefinin ihracatı arttırmaya yönelik olduğunu belirtmiş ihracat teşviklerinin önemini vurgulamıştır. Şaşmaz ve Kıraraklı (2018), yapmış oldukları çalışmalarında; bir ülkede uygulanan teşvik sisteminin o ülkenin gelişmişlik düzeyiyle ilişkili olduğunu, gelişen ekonomik sistemin gelişmesinin ihracata dayalı olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle ekonomik gelişim çabası içinde olan ülkelerin bu çerçevede politikalar izlediğini vurgulamıştır. Gönül (2019), yapmış olduğu çalışmada; küreselleşme ile dünya ticaret hacminin genişlediğini ve ihracatın ekonomik büyümenin en önemli faktörü olduğunu

belirtmiştir. Gelişmiş ve az gelişmiş ekonomilerin büyüme gerçekleştirebilmek adına ihracata önem verdiğini ve ihracatı özendirici politikalar izlediğini vurgulamıştır. Ponom (2019), Finlandiya ve Bangladeş'i karşılaştırdığı çalışmasında; uluslararası ticaretin beceri geliştirme ve istihdam olanağı sağlayıp refah seviyesinin artmasına yardımcı olduğunu belirtmiştir.

Bununla birlikte verilen teşviklerden işletmelerin ne derece yararlandığı ve etkin şekilde kullandıkları da önem arz etmektedir. Alanyazın taramasında, işletmelerin teşvikleri kullanımını ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Söz konusu çalışmalardan; Balassa (1978), sanayi tabanlı 11 ülkeyi analiz ettiği çalışmasında; ihracat teşviklerinin uluslararası pazarlara giriş için etkin bir yöntem olduğunu vurgulamıştır. Undenge (1994), yapmış olduğu çalışmasında; rekabetin hem ülkeler hem de işletmeler için büyük bir endişe konusu olduğunu rekabet edebilirliğin artmasının ekonomik büyümeyi beraberinde getireceğini belirtmiştir. İhracat teşviklerinin işletmelerin rekabet etmelerine yardımcı olduğunu vurgulamıştır. Jingbo (1998), yapmış olduğu çalışmasında; Çin'in özellikle 1990'lı yılların başında uyguladığı ticaret reformları ile birlikte serbest ekonomiye geçişi ve işletmelerin ticarete ihracata özendirilmesinin karşılık gördüğünü politikaların etkin bir şekilde işlediğini belirtmiştir. Şimşek ve Yazıcı (2004), Bilecik ve Eskişehir'de yapmış oldukları çalışmalarında; en etkin teşvik kaleminin KDV istisnası olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Önder (2005), Kütahya merkez ilçede yapmış olduğu çalışmasında; dış ticarete yönelik vizyon endeksi değişkeni ile KOBİ'lerin ihracatı teşvik politikalarından yararlanma düzeyleri arasında ilişkinin doğru orantılı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Cevahir (2007), işletmelerin uluslararası piyasada rekabet edecek düzeye ulaşması için ihracatın çeşitli politikalarla desteklenmesi gerektiğini, bu sayede Türkiye'nin dışa dönük ekonomide başarıya ulaşabileceğini ve izlenecek bu politikaların uluslararası taahhütlere ve trendlere uygun olması gerektiğini belirtmiştir. İhracat teşviklerinin uzun soluklu ulusal politikalarla etkin olacağını vurgulamıştır.

İşleker (2010), işletmelerin teşviklerden yeterince yararlanamadığını ve bunun nedenlerini ilgili kurumların sorumluluk alanlarının belirli olmaması ve mevzuatın anlaşılabilir olmaması olarak belirtmiştir. Sandalcı (2010), ihracatı teşvik destekleri veren kurumların tek bir çatı altında toplanmasının teşviklerin ölçülebilmesi adına önemli olduğunu ve teşvik politikalarının analiz edilip hızlı bir şekilde reaksiyon verilip gerekli adımların atılması gerektiğini belirtmiştir. Akça (2011), Gaziantep'te yapmış olduğu çalışmada; ihracatı teşvik politikalarının mevzuata bağlı olarak yaşanan karmaşıklık, nitelikli personel eksikliği ve geri dönüş süresinin uzun olmasından dolayı etkin bir şekilde kullanılmadığı sonucuna ulaşmıştır. Huda (2013), ihracatın gelişmekte olan ülkelerin ekonomisi için oldukça önemli olduğunu belirtmiş buna yönelik teşviklerin işletmelerin uluslararası piyasada karşılaştığı engelleri aşmalarında etkin olduğunu vurgulamıştır. Avcı (2015), işletmelerin ihracatı teşvik politikalarından yeterli düzeyde haberdar olmadığını dolayısıyla teşviklerin yeteri kadar verimli kullanılmadığı sonucuna ulaşmıştır. Gebreyesus ve Demile (2017), Etiyopya'daki uygulamalar üzerine yapmış oldukları çalışmalarında; ihracatı özendirici teşviklerin işletmeleri ihracata özendirme konusunda yetersiz olduğunu ve sadece iç pazar için üretim yapan işletmelere nerdeyse aynı teşviklerin sağlandığını bu durumun motivasyonu kırdığını belirtmiştir. İhracat teşviklerinin uygulanmasında aşırı bürokratik işlemlerin uygulandığını ve koordinasyon sorununun olduğunu vurgulamıştır. Gül (2019), üretilen ürünün piyasada tutunabilmesi adına marka ve rekabet desteklerinin artırılması gerektiğini, mevzuatın karmaşık yapıdan soyutlanmasını ve geri dönüş sürelerinin hızlandırılması gerektiğini belirtmiştir. Ayrıca Eximbank tarafından verilen kredi desteklerinin azaltılıp sigorta desteklerinin artırılmasının ihracatı pozitif etkileyeceği sonucuna ulaşmıştır. Süzer (2019), Karaman ilinin kalkınmasında teşviklerin etkinliğini ölçmeye yönelik yapmış olduğu çalışmada; teşviklerin istihdamı, yatırımı, teknolojik ürünlerin kullanımını ve çalışanların

eğitimini pozitif yönde etkilediğini belirtmiş ve bu durumun bölgesel ekonomik büyümenin sağlanmasına yardımcı olduğunu vurgulamıştır. Tekin (2019), İnegöl mobilya sanayiinde imalatçı/ihracatçı işletmeler ile yapmış olduğu çalışmasında; işletme ihracatının cirodan aldığı pay düzeyinin teşviklere olan talebi doğrudan etkilediğini ve işletme üst düzey yöneticilerin girişimci kişilikleri, izlediği pazarlama ve rekabet stratejilerinin bu duruma yön verdiği sonucuna ulaşmıştır.

#### **4. YÖNTEM VE BULGULAR**

##### **4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

İşletmelerin ihracat teşviklerinden yararlanmaları rekabet güçlerini artırmaları bakımından önemlidir. Ancak işletmeler ihracat teşviklerinden yararlanma konusunda farklı sorunlar yaşamaktadırlar. Bu sorunlar ihracat teşviklerinin etkinliğini düşürüp kaynakların nitelikli bir şekilde kullanılmasının önüne geçmektedir.

Alanyazında ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye yönelik çalışmalar (Ersungur ve Yalman, 2009; Tekin, 2019; İşleker, 2010; Cevahir, 2007; Gül, 2019; Süzer, 2019; Sandalcı, 2010; Önder, 2005; Avcı, 2015; Akça, 2011; Şimşek ve Yazıcı, 2004) bulunmakla birlikte Mersin ve MTOSB'deki işletmeler üzerine, ihracata yönelik teşviklerin etkinliğini ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. MTOSB'nde yerleşik işletmelerin, teşviklerden daha etkin yararlanarak ihracat rakamlarını artırması ve diğer işletmelere de yol göstermesi bakımından çalışma sonuçlarının fayda sağlaması beklenmektedir. Bu sebeple bu çalışmanın amacı, MTOSB'nde yerleşik işletmelerin ihracata yönelik devlet desteklerini ne derece etkin kullandıklarını belirleyerek daha etkin kullanmaları için yapılması gerekenler hakkında işletmelere ve politika yapıcılara öneriler sunmaktır. Bu haliyle çalışmanın gerek alanyazına gerekse bölge işletmeleri, paydaşları ve politika yapıcılarına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

#### 4.2. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Örneklemi

Araştırma nicel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırmanın veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemi bilgiye hızlı ve kolay ulaşım sağlaması, geniş örneklem grubuna erişimi basitleştirmesi ve elde edilen verinin istatistiksel analizlerden geçirilme kolaylığı gibi özelliklerinden dolayı tercih edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2015).

Çalışma kapsamında hazırlanan anket iki ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, anket formunu cevaplayacak işletme yöneticisi ve işletme ile ilgili yapısal özellikleri belirlemeye yöneliktir. İkinci bölümde, teşvikler konusunda işletme ve çalışanlarının mevcut durumunu anlamaya yönelik çoktan seçmeli ve açık uçlu sorular birlikte sunulmuştur. İkinci bölümde ayrıca, Naidu ve Rao (1993), tarafından ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmek amacıyla kullanılan formülasyona yönelik oluşturulan ifadelerden yararlanılmıştır.

Araştırmanın evrenini MTSOB' nde faaliyet gösteren 196 işletme oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında örneklem seçilmemiş, tam sayım yapılmıştır. Ana kütlelin tüm birimlerinin incelenmesi işlemine tam sayım adı verilmektedir (Baştürk ve Taştepe, 2020). Araştırmacı tarafından Eylül-Aralık 2019 dönemini kapsayan 4 aylık süreçte anketler e-postayla ve işletmeler ziyaret edilerek yüz yüze uygulanmıştır. Anketlerin 17'si e-postayla, 88'ü ise yüz yüze uygulanmıştır. Ulaşılan işletmelerden 105 adedinden cevap alınmış, geçerli olan 101 adet anket çalışmaya dahil edilmiştir.

#### 4.3. Araştırmanın Soruları

Araştırmada, uygulanan ihracat teşviklerinin etkinlik düzeyinin ne olduğu ve etkinlik düzeyinin hangi faktörlere göre farklılık gösterdiği sorularına cevap

aranmıştır. İncelenen ihracat teşviklerinin etkinlik düzeyi araştırma kapsamında yapılan etkinlik analizi ile tespit edilmiştir. Etkinlik düzeyinin hangi faktörlere göre farklılık gösterdiği sorusu kapsamında ise aşağıdaki hipotezler oluşturulmuş ve test edilmiştir.

H1: İhracat destek programlarının etkinliği işletme sahibinin eğitim durumuna göre fark göstermektedir.

H2: İhracat destek programlarının etkinliği işletmenin yönetim durumuna göre fark göstermektedir.

H3: İhracat destek programlarının etkinliği işletmenin sermaye yapısına göre fark göstermektedir.

H4: İhracat destek programlarının etkinliği işletmenin faaliyette bulunduğu sektöre göre fark göstermektedir.

H5: İhracat destek programlarının etkinliği işletmenin çalışan sayısına göre fark göstermektedir.

H6: İhracat destek programlarının etkinliği işletmenin ihracat yapma süresine göre fark göstermektedir.

H7: İhracat destek programlarının etkinliği ihracatın cirodan aldığı paya göre fark göstermektedir.

#### **4.4. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları**

Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarına, araştırmaya katılan işletme yetkililerinin doğru ve içten cevap verdikleri kabul edilmiştir. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları, MTOSB'deki işletmelerin ihracatı teşvik politikalarından etkin yararlanma durumunun tespit edilmesini yansıtabilecek sayı ve niteliktedir. Anket uygulamasının işletmelerin sahipleri ile yapılması planlanırken zaman kısıtı nedeniyle gidilen işletmelerde görüşülen üst ve orta düzey yöneticiler ile de anket uygulaması gerçekleştirilmiştir.

#### 4.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Yapılan çalışma kapsamında 105 işletme ile anket çalışması yapıp bu anketlerin 4'üne eksik cevap verilmesi ve kullanılabilir olmaması nedeniyle 101'i geçerli sayılmıştır. Anket çalışması sonucu elde edilen veriler IBM Statistics SPSS 20 Programı ile analiz edilmiştir.

#### 4.6. Bulgular

Bulgular üç bölümde incelenmiştir. Birinci bölümde, işletmelerin tanımlayıcı istatistiklerini elde etmeye yönelik sorular sorulup alınan cevaplar çerçevesinde frekans tablolarına yer verilmiştir. İkinci bölümde, işletmelerin bilgi sahibi oldukları teşviklerden ne ölçüde yararlandıklarını tespit etmek adına yapılan etkinlik analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise ihracatı teşvik politikalarının etkinliğinin hangi faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini görmek adına yapılan parametrik olmayan test sonuçları tablolar halinde sunulmuştur.

##### 4.6.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde işletmelerin tanımlayıcı istatistiklerini elde etmeye yönelik sorulara verdikleri cevaplar çevresinde oluşturulan frekans tablolarına yer verilmiştir.

**Tablo 3. İşletmelerin Demografik Özellikleri**

İşletme Sahibinin Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde
Ortaöğretim	20	%19,8
Lisans	73	%72,3
Lisansüstü	8	%7,9
İşletme Sahibinin Yabancı Dil Bilme durumu		
Biliyor	91	%90,1
Bilmiyor	10	%9,9



<b>İşletmelerin Yönetim Durumu</b>		
1. Kuşak	64	%63,4
2. Kuşak	22	%21,8
3. Kuşak	15	%14,9
<b>İşletmelerin Sermaye Yapısı</b>		
Limited	62	%61,4
Anonim	39	%38,2
<b>İşletmelerin Sektörel Dağılımı</b>		
Tarım Sektörü	37	%36,6
Sanayi Sektörü	64	%63,4
<b>İşletmelerin Çalışan Sayısı</b>		
10-49 çalışan	36	%35,7
50-249 çalışan	65	%64,3
<b>İşletmelerin İhracat Yapma Durumu</b>		
Yapıyor	93	%92,1
Yapmıyor	8	%7,9
<b>İşletmelerin İhracat Yapma Süreleri</b>		
2-5 yıl	11	%11,8
6-10 yıl	11	%11,8
11-15 yıl	17	%18,2
16 yıl ve daha fazla	54	%58,2
<b>İşletmelerin İhracat Cirosunun Genel Ciroya Oranı</b>		
%25 ve daha az	20	%21,5
%26-%50	26	%27,9
%51-%75	28	%30,1
%76-%100	19	%20,5

Tablo 3’de görüleceği üzere çalışmaya katılan firma sahipleri arasında %72,3 ile lisans mezunları ilk sıradadır. İşletme sahiplerinin %90,1’i yabancı dil bilmektedir. İşletmelerin %63,4’ü 1. Kuşak tarafından yönetilmekte olup %61,4’ü limited, %38,2’si anonim şirkettir. İşletmelerin %36,6’sı tarım, %63,4’ü sanayi sektöründedir. İşletmelerin %35,7’si 10-49 arası çalışana, %64,3’ü 50-249 arası çalışana sahiptir. İşletmelerin %92,1’i ihracat yapmaktadır. 16 yıl ve daha fazla süredir ihracat yapan işletmelerin oranı %58,2’dir. İhracatın ciroya oranları gruplar arasında dengeli bir şekilde dağılmıştır.

**Tablo 4. İşletmelerin Teşvik Programlarına Yönelik Süreçlerinin Durumu**

Süreç Durumu		Frekans	Yüzde
İşletmenizde dış ticaret destekleri konusunda gerekli bilgi ve deneyime sahip çalışanınız var mı?	Evet	46	%45,5
	Hayır	55	%54,5
Dış ticaret destekleri konusunda danışmanlık işletmelerinden hizmet alıyor musunuz?	Evet	42	%41,6
	Hayır	59	%58,4
İşletmeniz adına son bir yılda dış ticaret desteklerine ilişkin herhangi bir eğitim/seminere katılan oldu mu?	Evet	82	%81,2
	Hayır	19	%18,8
Dış ticaret desteklerini takip etmek için üye olduğunuz bir e-posta grubu, web sitesi var mı?	Evet	35	%34,7
	Hayır	66	%65,3
İşletmeniz yöneticileri herhangi bir meslek örgütü, dernek ve vakıf yönetiminde yer alıyor mu?	Evet	30	%29,7
	Hayır	71	%70,3
İşletmeniz çalışanların seminer, eğitim, vb. etkinliklere katılımı için yeterince zaman ve fırsat sağlamakta mıdır?	Evet	81	%80,2
	Hayır	20	%19,8

Katılımcı işletmelerin teşvik programlarına yönelik süreçlerinin durumunu analiz etmek için sorulan sorulara verdikleri cevaplar yukarıdaki tablo da gösterilmiştir. İşletmelerin %81,2 si son bir yılda dış ticaret desteklerine ilişkin bir eğitim veya seminere katıldığını belirtmiştir. Çalışanlarının seminer, eğitim, vb. etkinliklere katılımı için yeterince zaman ve fırsat tanıdığını belirten işletmeler katılımcı işletmelerin %80,2'sini oluşturmaktadır. İşletmelerin %45,5'i bünyelerinde dış ticaret destekleri konusunda gerekli bilgi ve deneyime sahip çalışanın olduğunu belirtirken %54,5'inde durum tam tersidir. Dış ticaret destekleri konusunda danışmanlık işletmelerinden hizmet alan işletmeler katılımcı işletmelerin %41,6'sını oluşturmaktadır. Dış ticaret desteklerini takip etmek için üye olduğu e-posta grubu/web sitesi olduğunu belirten işletmeler %34,7'lik kısmı oluşturmaktadır. Katılımcı işletmelerin %29,7'si bir meslek örgütü, dernek ve vakıf yönetiminde yer aldığını belirtmiştir.

**Tablo 5. İhracat Teşviklerinden Yararlanma Durumu**

Teşviklerden Yararlanma Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	25	%24,8
Hayır	76	%75,2
<b>TOPLAM</b>	<b>101</b>	<b>%100</b>

Yapılan çalışmada; “İhracat teşviklerinden yeterince yararlandığınızı düşünüyor musunuz?” sorusuna katılımcı işletmelerin %24,8’i evet cevabını verdiği görülürken %75,2’si ise hayır cevabını verdiği görülmektedir.

**Tablo 6. İhracat Teşviklerinden Yeterince Yararlanmama Sebepleri**

Teşviklerden Yararlanmama Nedenleri	Frekans	Yüzde
Bürokratik işlemlerin fazlalığı	50	%49,5
Destek geri dönüş süresinin uzun olması	42	%41,6
Destek oranlarının yetersiz olması	39	%38,6
Nitelikli personel eksikliği	32	%31,7
Takip için yeterli zaman bulamamak	11	%10,9
Diğer	6	%5,9

Katılımcıların teşviklerden yeterince yararlanmama sebepleri sorulduğunda birincil şikayetin bürokratik işlemlerin fazlalığı olduğu gözlemlenmektedir. Destek geri dönüş süresinin uzun olması, verilen destek oranlarının yetersizliği ve nitelikli personel eksikliği katılımcı işletmelerin desteklerden yeterince yararlanamama nedenleri arasındadır. Yapılan çalışma sonucu; bazı katılımcılar teşvikleri takip etmek için yeterince zaman bulamadığını belirtmiştir.

**Tablo 7. İhracat Teşviklerinden Haberdar Olma Kanalları**

Haberdar Olma Kanalları	Frekans	Yüzde
İnternet/Sosyal medya	79	%78,2
Eğitim/Seminer	73	%72,3
Meslek Odası	55	%54,5
Basılı yayınlar	33	%32,7
Diğer	9	%8,9

Sosyal medya ve internet işletmelerin teşviklerden haberdar olma kanallarında en yaygın kullandıkları kanal olarak görülmektedir. Eğitim ve seminerin ikinci tercih olarak yüksek bir oranda tercih edilmesi işletmelerin çalışanların gelişimine ve gelişmeleri yakından takip ettiklerini göstermektedir. İşletmeler meslek odaları ve basılı yayınların yanı sıra danışmanlık şirketleri (Diğer %8,9) vasıtası ile de teşviklerden haberdar olduklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 8. İhracata Yönelik Teşvik Alınan Kurumlar**

Teşvik Alınan Diğer Kurumlar	Frekans
Eximbank	18
KOSGEB	16
İGEME	11
İhracatçı Birlikleri	9
TÜBİTAK	4
İŞKUR	2
Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	2
Maliye Bakanlığı	1

Katılımcı işletmelere açık uçlu şekilde yöneltilen “Ticaret Bakanlığı dışında İhracata Yönelik teşvik aldığınız diğer kurumlar hangileridir?” sorusuna verilen cevaplara bakıldığında; Eximbank, KOSGEB, İGEME, İhracatçı Birlikleri, TÜBİTAK, İŞKUR, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve Maliye Bakanlığı’ndan ihracata yönelik teşviklerin alınmış olduğu görülmektedir.

**Tablo 9. İşletmelerin İlave Teşvik Kalemi Önerileri**

İlave Teşvik Önerisi	Frekans
Öğrenci İstihdamı	5
Taşıma maliyeti desteği	4
%100 yerli üretim desteği	1

Katılımcı işletmelerin ihracat teşviklerine ek olarak talep ettikleri destekleri incelendiğinde, genel olarak belirli başlıklardan bahsedildiği görülmektedir. İşletmelerin, ihracat ve üretim ile ilgili bölümlerde okuyan üniversite öğrencilerinin yurtiçi ve yurtdışında istihdam edilmesi, taşıma maliyeti desteği ve %100 yerli üretim yapan üreticilere yönelik teşviklerin arttırılmasına yönelik teşvik kalemlerin hazırlanması konusunda talepleri bulunmaktadır.

**Tablo 10. İşletmelerin İhracat Teşviklerinin Daha Etkin Olması Adına Görüşleri**

Teşvik Programları	Frekans
Mevzuatın yalın ve anlaşılır olması	11
Teşvik kapsamının genişletilmesi	9
Bakanlık bildirimlerinin daha sık ve açık bir dille ifade edilmesi	9
Kurumlarda yetkin ve mevzuata hakim kişilerin istihdam edilmesi	9
İhracat yapan işletmelerin çalışanlarına ihracat eğitimlerinin zorunlu hale getirilmesi	6

İhracat teşviklerinin daha etkin olması adına görüşleri sorulduğunda verilen cevaplar; mevzuatın yalın ve anlaşılır olması, teşvik kapsamının genişletilmesi, bakanlık bildirimlerinin daha sık ve açık bir dille ifade edilmesi, kurumlarda yetkin ve mevzuata hakim kişilerin istihdam edilmesi ve ihracat yapan işletmelerin çalışanlarına ihracat eğitimlerinin zorunlu hale getirilmesi yönündedir.

#### **4.6.2. Etkinlik Analizi**

Teşviklerin etkinliğinin ölçümü, işletmelerin bilgi sahibi oldukları teşviklerden ne ölçüde yararlandığını tespit için yapılmaktadır. MTOSB'de faaliyet gösteren işletmelerin İhracatı teşvik programlarından haberdar olma durumları ve haberdar oldukları teşviklerin etkinliğini ölçmek için Naidu ve Rao (1993) tarafından oluşturulan etkinlik ölçüm formülü kullanılmıştır.

Etkinlik Oranı = (İhracat teşviklerini kullananlar / İhracat Teşviklerinden haberi olanlar) \*100

**Tablo 11. İşletmelerin Haberdar Oldukları İhracatı Teşvik Politikaları**

<b>Teşvik Programları</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Hariçte/Dahilde İşleme Rejimi Desteği	94	%93
Pazara Giriş Belgeleri Desteği	93	%92,1
Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği	93	%92,1
Tasarım Desteği	91	%90,1
Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE) Desteği	89	%88,2
Yurtdışı Birim, Marka Tanıtım Desteği	87	%86,1
Fuar Katılım Desteği	85	%84,1
Markalaşma ve Turquality Desteği	84	%83,1
Yurtdışında Yerleşik Şirkete ait Marka Satın Alma Desteği	83	%82,1
E-ticaret Sitelerine Üyelik Desteği	82	%81,2
Yurtdışında Yerleşik Şirket Alımı-Danışmanlık Desteği	82	%81,2
Rapor Satın Alma Desteği	79	%78,2
Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği	77	%76,2
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı	75	%74,3
Küresel Tedarik Zinciri desteği	74	%73,3
Test Analiz Raporu Desteği	70	%69,3

Katılımcı işletmelerin haberdar olduğu ihracat teşvik programlarının başlarında hariçte/dahilde işleme rejimi desteği(%93), yurtdışı pazar araştırma desteği(92,1), pazara giriş belgeleri desteği(%92) ve tarım desteği(%90,1) gelmektedir. Bu destekleri, UR-GE desteği(%88,2), yurtdışı birim, marka tanıtım desteği(%86,1), fuar katılım desteği(%84,1) ile markalaşma ve turquality desteği(83,1) takip ettiği görülmektedir. Küresel tedarik zinciri desteği (73,3) ve test analiz raporu desteğinin (69,3) ihracat teşvikleri arasında en az haberdar olunan ihracat destekleri arasındadır.

**Tablo 12. İşletmelerin Yararlandığı İhracatı Teşvik Politikaları**

Teşvik Programları	Frekans	Yüzde
Fuar Katılım Desteği	81	%80,2
Hariçte/Dahilde İşleme Rejimi Desteği	78	%77,2
Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği	74	%73,3
Pazara Giriş Belgeleri Desteği	67	%66,3
Tasarım Desteği	53	%52,5
Yurtdışı Birim, Marka Tanıtım Desteği	36	%35,6
Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE) Desteği	35	%34,7
Rapor Satın Alma desteği	26	%25,7
Markalaşma ve Turquality Desteği	25	%24,8
Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmin Desteği	21	%20,8
Yurtdışında Yerleşik Şirket Alımı-Danışmanlık Desteği	17	%16,8
Yurtdışında Yerleşik Şirkete Ait Marka Satın Alma Desteği	17	%16,8
E-ticaret Sitelerine Üyelik Desteği	13	%12,9
Küresel Tedarik Zinciri Desteği	12	%11,9
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı	11	%10,9
Test analiz raporu desteği	9	%8,9

Katılımcı işletmelerin büyük bir çoğunluğu haberdar oldukları ihracat teşvik programlarından yararlanmaktadır. İşletmeler tarafından en çok kullanılan teşvik programlarının başında fuar katılım desteği (%82,2), hariçte/dahilde işleme rejimi desteği (77,2) ve yurtdışı pazar araştırma desteği (%73,3) gelmektedir. Bu destekleri pazara giriş belgeleri desteği (%66,3) ve tasarım desteği (52,5) teşvik programlarının takip ettiği görülmektedir. En az kullanılan teşvik programı ise test analiz raporu desteğidir.

**Tablo 13. İhracat Teşviklerinin Etkinliği**

Teşvik Programları	Haberim var kullanıyorum (a)	Haberim Var (b)	Etkinlik (a/(a+b) )*100
Fuar Katılımı	81	14	85,26
Hariçte/Dahilde İşleme Rejimi	78	16	82,98
Yurtdışı Pazar Araştırması	74	19	79,57
Pazara Giriş Belgeleri	67	26	72,04
Tasarım	53	38	58,24
Yurtdışı Birim, Marka Tanıtım	36	51	41,38
Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE)	35	54	39,33

Rapor Satın Alımı	26	53	32,91
Markalaşma ve Turquality	25	59	29,76
Alıcı Kredisi ve Sigorta Tazmini	21	56	27,27
Yurtdışında Yerleşik Şirket Alımı-Danışmanlık	17	65	20,73
Yurtdışında Yerleşik Şirkete ait Marka Satın Alma	17	66	20,48
Küresel Tedarik Zinciri desteği	12	62	16,22
E-ticaret Sitelerine Üyelik Desteği	13	69	15,85
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı	11	64	14,67
Test Analiz Raporu Desteği	9	61	12,86

Etkinlik oranının 100'e yakın olması ihracat teşviklerinden haberdar olanlarının büyük bir kısmının bu teşviklerden yararlanıyor anlamını taşımaktadır. Etkinlik oranlarına bakıldığında etkinliği en yüksek teşvik fuar katılım desteğidir. Hariçte/dahilde işleme rejimi desteği etkinliği en yüksek ikinci teşvik konumundadır. Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi desteği ve test analiz raporu desteği etkinliği en düşük teşvikler kalemleridir. İşletmelerin teşviklerden haberdar olma durumları ve haberdar oldukları programlardan yararlanma düzeylerini etkinlik analizi ile incelenmiştir. İşletme özelliklerinin teşvik programlarının etkinliğini ne ölçüde etkilediği; işletme sahiplerinin eğitim durumu, kaçınıcı kuşak tarafından yönetildikleri, sermaye yapıları, faaliyette bulunduğu sektörler, ihracat yapma süreleri ve ihracat cirosunun tüm ciroya oranı baz alınarak incelenmiştir. Analizde 16 ihracatı teşvik programının etkin kullanım durumunun ortalaması alınarak yorum yapılmıştır.

#### **4.6.3. Hipotezlerin Test Edilmesi Sonucu Ulaşılan Bulgular**

Grupların normal dağılım göstermemesinden dolayı üç veya daha fazla sayıda grubun ortalamaları arasındaki farklılıkların anlamlılığını test etmek amacıyla nonparametrik test olan Kruskal Wallis testi uygulanmıştır.



**Tablo 14. Desteklerin Etkinliğinin İşletme Sahibinin Eğitim Durumuna Göre Farklılığı**

Faktör	Eğitim Durumu	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anlamlılık Değeri
İşletmelerin Teşviklerden Etkin Yararlanma Oranı	Ortaöğretim	20	37,20	10,334	,006
	Lisans	73	52,05		
	Lisansüstü	8	75,88		
<b>Toplam</b>		<b>101</b>			

H1 hipotezi olan; ihracat destek programlarının etkinliğinin işletme sahibinin eğitim durumuna göre farklılığı incelendiğinde  $p < 0.05$  olduğundan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği işletme sahiplerinin eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 15. Desteklerin Etkinliğinin İşletmenin Yönetim Durumuna Göre Farklılığı**

Faktör	Kuşak	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anlamlılık Değeri
İşletmelerin Desteklerden Etkin Yararlanma Oranı	1	64	51,83	1,021	,600
	2	22	45,84		
	3	15	55,03		
<b>Toplam</b>		<b>101</b>			

H2 hipotezi olan; ihracat destek programlarının etkinliğinin işletmenin yönetim durumuna göre farklılığı incelendiğinde  $p > 0.05$  olduğundan H2 hipotezi kabul edilmemiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği işletmelerin yönetim durumuna göre farklılık göstermemektedir.

**Tablo 16. Desteklerin Etkinliğinin İşletmenin Sermaye Yapısına Göre Farklılığı**

Faktör	Sermaye Yapısı	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anamlılık Değeri
İşletmelerin Teşviklerden Etkin Yararlanma Oranı	Limited	62	51,88	,145	,703
	Anonim	39	49,60		
	<b>Toplam</b>	<b>101</b>			

H3 hipotezi olan; İhracat destek programlarının etkinliğinin işletmenin sermaye yapısına göre farklılığı incelendiğinde  $p>0.05$  olduğundan H3 hipotezi kabul edilmemiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği işletmelerin sermaye yapısına durumuna göre farklılık göstermemektedir.

**Tablo 17. Desteklerin Etkinliğinin İşletmenin Bulunduğu Sektöre Göre Farklılığı**

Faktör	Sektör	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anamlılık Değeri
İşletmelerin Teşviklerden Etkin Yararlanma Oranı	Tarım	37	44,62	2,77	,096
	Sanayi	64	52,42		
	<b>Toplam</b>	<b>101</b>			

H4 hipotezi olan; İhracat destek programlarının etkinliğinin işletmenin faaliyette bulunduğu sektöre göre farklılığı incelendiğinde  $p>0.05$  olduğundan H4 hipotezi kabul edilmemiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği işletmelerin faaliyette bulunduğu sektöre göre farklılık göstermemektedir.

**Tablo 18. Desteklerin Etkinliğinin İşletmenin Çalışan Sayısına Göre Farklılığı**

Faktör	Çalışan Sayısı	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anlamlılık Değeri
İşletmelerin	10-49	35	39,33		
Teşviklerden Etkin Yararlanma Oranı	50-249	66	57,19	8,529	,003
	<b>Toplam</b>	<b>101</b>			

H5 hipotezi olan; İhracat destek programlarının etkinliğinin işletmenin çalışan sayısına göre farklılığı incelendiğinde  $p < 0.05$  olduğundan H5 hipotezi kabul edilmiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği işletmelerin çalışan sayılarına göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 19. Desteklerin Etkinliğinin İşletmenin İhracat Yapma Süresine Göre Farklılığı**

Faktör	İhracat Süresi	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anlamlılık Değeri
İşletmelerin	2-5 yıl	11	40,23		
	6-10 yıl	11	42,68		
Teşviklerden Etkin Yararlanma Oranı	11 yıl ve üzeri	71	58,92	25,687	,000
	İhr. Yapmıyor	8	7,00		
	<b>Toplam</b>	<b>101</b>			

H6 hipotezi olan; İhracat destek programlarının etkinliğinin işletmenin ihracat yapma süresine göre farklılığı incelendiğinde  $p < 0.05$  olduğundan H6 hipotezi kabul edilmiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği işletmelerin ihracat yapma sürelerine göre farklılık göstermektedir.

**Tablo 20. Desteklerin Etkinliğinin İhracatın Cirodan Aldığı Paya Göre Farklılığı**

Faktör	Ciro (%)	N	Ortalama	İstatistik Değeri	Anlamlılık Değeri
İşletmelerin Teşviklerden Etkin Yararlanma Oranı	25 ve daha az	20	35,88	34,492	,000
	26-50	26	50,92		
	51-75	28	62,98		
	76-100	19	67,89		
	İhr. Yapmıyor	8	7,00		
<b>Toplam</b>		<b>101</b>			

H7 hipotezi olan; İhracatı teşvik programlarının etkinliği ihracatın cirodan aldığı paya göre farklılığı incelendiğinde  $p < 0.05$  olduğundan H7 hipotezi kabul edilmiştir. Bu durumda ihracat teşviklerinin etkinliği ihracatın cirodan aldığı paya göre farklılık göstermektedir.

## 5. SONUÇ

İhracat, ülkelerin ekonomik büyümesi ve ödemeler dengesinin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle ihracatın desteklenmesi, mevzuatın iyileştirilmesi ve ihracatın teşvik edilmesi oldukça önemlidir. İhracatı teşvik programlarının ne derece etkin işlediğinin analiz edilip varsa sorunların giderilmesi ihracatın geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. MTOSB’de gerçekleştirilen bu çalışma, Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen ihracatı teşvik programlarının etkinliğini ölçmek ve ihracatçı işletmelerin teşvik uygulama sürecinde karşılaştıkları sorunları tespit ederek öneriler geliştirmek amacıyla yapılmıştır.

Çalışmaya katılan işletmelerin %54,5’i dış ticaret destekleri konusunda yeterli bilgi ve deneyime sahip çalışanın olmadığını belirtmiştir. Bu noktada her iki işletmeden birisinde çalışan bazında bilgi ve tecrübe eksikliğinden bahsetmek

mümkündür. Katılımcıların %81,2'si çalışanlarının son bir yılda dış ticaret desteklerine ilişkin eğitim ve seminare katıldığını ifade etmiştir. Eğitim ve seminare katılan sayısı yüksek olsa da alanda uygulamalı eğitimlere çok az rastlanmaktadır. Bu nedenle eğitim kurumları, STK ve meslek örgütleri ile ilgili Bakanlıkların bu bilgi eksikliğini kapatacak uygulamalı eğitim programları düzenlemesi yerinde olacaktır. Katılımcıların %58,4'ü dış ticaret destekleri konusunda danışmanlık işletmelerinden yararlanmadığını belirtmiştir. Tecrübeli çalışan sorunu yaşayan işletmelere danışmanlık hizmeti alması önerilmektedir.

Yapılan çalışmada; etkinliği en yüksek çıkan teşvik kalemleri sırasıyla fuar katılım desteği, dahilde/hariçte işleme rejimi ve yurtdışı pazar araştırma desteği olmuştur. Etkinliği en az olanlar ise; test analiz desteği, tarımsal ürünlerde ihracat iadesi ve e-ticaret sitelerine üyelik desteğidir. Haberdar olunup kullanılmayan desteklerde süreçlerin karmaşıklığı ve sektör itibarı ile kullanımın mümkün olmaması gibi nedenler öne çıkmaktadır.

Anket çalışmasına katılan işletmelerin %75,2'si ihracat teşviklerinden yeterince yararlandığını düşünmediğini belirtmiştir. Yararlanmama sebeplerinde İşleker (2010), Akça (2011), Gül (2019)' ün çalışma sonuçlarıyla paralel şekilde bürokrasi, süreçlerin uzunluğu, oranların yetersizliği, nitelikli eleman eksikliği ve süreç takibi için zaman bulamamak öne çıkmaktadır. Destek mevzuatını sadeleştirme ve KEP, DYS gibi dijitalleşme çalışmaları ile geri dönüş sürelerinin kısaltılmaya çalışıldığı bilinmektedir. Destek oranlarının ise Dünya Ticaret Örgütü kuralları çerçevesinde belirli oranları aşmamaktadır.

Anket çalışmasına katılan işletmelere, ihracata yönelik teşviklerden hangi iletişim kanalları vasıtası ile haberdar oldukları sorulduğunda; katılımcıların %79'u internet/Sosyal medya, %72'si eğitim/seminer ve %55 ise üyesi olunan meslek odası vasıtasıyla haberdar olduğunu belirtmiştir. Eğitim ve seminerler

haberdar olunması yanında uygulamaya dönük bilgiler de vermesi ile öne çıkmaktadır.

Ticaret Bakanlığı dışında işletmelere teşvik aldıkları kurumlar sorulduğunda ilk iki sırada Eximbank ve KOSGEB'in ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durumda işletmelerin finansman ihtiyacının öne çıktığı sonucuna ulaşılabılır. Katılımcı işletmelerin Ticaret Bakanlığı dışında en fazla teşvik aldıkları kurumlar arasında üçüncü sırada yer verdikleri İGEME'nin 2011 yılında faaliyetini sonlandırmasına rağmen listede yer alması ilgi çekicidir. Bu durumun mevcut durumda İGEME adı ile teşvikler konusunda hizmet veren bir danışmanlık işletmesinin bulunması ile ilgili olduğu düşünülmektedir.

Teşvik programlarının etkinliğinin hangi faktörlere göre farklılık gösterdiğine bakıldığında; ihracatı teşvik politikalarının etkinliğinin işletme sahibinin eğitim durumuna, işletme çalışan sayısına, işletmenin ihracat yapma süresine ve ihracatın cirodan aldığı paya göre farklılık gösterdiği, işletmenin yönetim durumuna, sermaye yapısına ve faaliyette bulunduğu sektöre göre ise farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Önder (2005) ve Tekin (2019)'un çalışma sonuçlarına uyumlu şekilde, işletme sahibinin eğitim seviyesinin artması ile daha vizyoner olması ve sürekli takip gerektiren teşvik süreçlerine daha fazla hakim olması beklenti dahilindedir. Bu kapsamda eğitim kurumlarının özellikle OSB'lere özel, uzaktan, tezsiz yüksek lisans ve sertifika programları düzenlemesi fayda sağlayacaktır. Diğer taraftan üniversitelerin ilgili bölümlerinde eğitim müfredatında teşviklere ayrıca zaman ayrılması yerinde olacaktır.

Araştırma kapsamında işletmelerin yeni teşvik kalemleri önermekten ziyade mevcut teşviklerin destek oranlarının artırılması yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. İşletmeler ağırlıklı olarak navlun desteğinin yararlı olacağını belirtmişlerdir. Bu noktada destek oranları Dünya Ticaret Örgütü kuralları

çerçevesinde sınırlı olduğundan yeni teşvik mekanizmaları ile mevcutların desteklenmesi politika yapıcılara önerilebilir.

İşletmelerin teşviklerden etkin olarak faydalanabilmesi için öncelikle haberdar olmaları gerekmektedir. Teknolojik imkanlar işletmelerin teşviklerden daha fazla haberdar olmasını sağlamakla birlikte farkındalıkları daha fazla artıracak eğitim ve seminer gibi etkileşimli etkinliklere daha fazla yer verilmesi fayda sağlayacaktır. İşletmelerin teşvikleri kullanmaları için ise engelleri ortadan kaldırmak gerekmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen veriler ışığında; işletmelerin teşviklerden daha etkin şekilde yararlanması adına teşviklerin daha anlaşılır ve yalın bir mevzuat çerçevesinde düzenlenmesi, teşvik konularının genişletilmesi, teşvik oranlarının artırılması, teşvik veren kurumlarda istihdam edilen kişilerin alanında daha yetkin ve teşvik mevzuatına hakim olması, teşvik sürecinin ilk adımdan itibaren dijitalleşmesi ve işletmelerin de bu dijitalleşmeye ayak uyduracak şekilde desteklenmesi, düzenlenen eğitimlerin teorik bilgilendirmeden ziyade uygulamaya yönelik olması, üniversitelerde dış ticaret alanında eğitim gören öğrencilerin staj ve intern aşamasında işletmelerin teşvik yönetim süreçlerine entegre edilmesi gibi öneriler işletmeler ve politika yapıcılar tarafından değerlendirilebilir.

Araştırmada, zaman ve maliyet kısıtı nedeni nicel veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Öncelikli amaç ihracata yönelik sunulan teşviklerin etkinliğini ölçmek olduğundan işletmelerin süreçte yaşadıkları sorunlara çok fazla odaklanılmamıştır. Bu bakımdan ileride yapılacak çalışmalarda, gözlem ve derinlemesine mülakat yöntemi ile işletmelerin teşvik sürecinde yaşadıkları zorluklar ve teşviklerden beklentileri daha detaylı olarak ele alınabilir. Ayrıca, teşvik alan işletmeler yerine teşvik veren kurum çalışanlarının görüşlerinin analiz edilmesi, sürece farklı bir bakış açısı getirebilir. Son olarak çalışmanın değişik

bölgeler, sektörler ve teşvik programları üzerine yapılmasının sonuçları itibarı ile farklı katkılar sunması beklenmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ahmad, I. (2015). The Value of Export Incentives. The Lahore Journal of Economics, 99-127.
- Akça, M. (2011). İhracat Teşviklerinin İşletmeler Üzerindeki Etkileri:Gaziantep İlinde Bir Uygulama. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Aktaş, E. (2011). İhracatta KDV İadesi Uygulamaları: Mobilya İşletmeleri Örneği. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Atayeter, C., & Erol, A. (2009). Türkiye'de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi(1), 1-26.
- Avcı, İ. (2015). İhracatta Uygulanan Teşviklerin Uluslararası Pazarlamaya Etkisi ve Bir Uygulama. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Yüksek Lisans Programı.
- Balassa, B. (1978). Export Incentives and Export Performance in Developing Countries: A Comparative Analysis. Reprinted from Weltwirtschaftliches Archiv 1, 24-61.
- Baştürk, S., & Taştape , M. (2020). Evren ve Örneklem, Bilimsel Araştırma Yöntemleri içinde (s. 129-159). Ankara Vize Yayıncılık.
- Büyükakın, F., & Özyılmaz, S. (2016). İhracatı Teşvik Politikalarının Etkinliği: Afyonkarahisar Örneği, 47-68.
- Cevahir, H. (2007). Türkiye'de İhracat Teşviklerinin Etkinliği. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.



- Çelik, K. (2008). Uluslararası İktisat. Trabzon: Murathan Yayınevi.
- Enabor, E. (1976). Policies Towards Wood Products Export in Nigeria. The University of British Columbia, Faculty Of Forestry, Degree of Doctor.
- Ersungur, M. Ş., & Yalman, N. İ. (2009). Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Sivas İlinde Bir Uygulama. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10(1), 81-98.
- EXİMBANK. (2020). Ocak 19, 2020 tarihinde <https://www.eximbank.gov.tr/tr/urun-ve-hizmetlerimiz/krediler> adresinden alındı
- Gebreyesus, M., & Demile, A. (2017). Why export promotion efforts failed to deliver? Assessment of the export incentives and their implementation in Ethiopia . Ethiopian Development Research Institute .
- Gilaninia, S., Taleghani, M., & Koohestani, M. R. (2013). Export Incentives and Its Importance in the Export Performance. Arabian Journal of Business and Management Review, 52-57.
- Gönül, A. (2019). Türkiye’de İhracata Yönelik Vergisel Teşvik Uygulamaları ve Karşılaşılan Sorunlar. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi İşletme Ana Bilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Bilim Dalı.
- Gül, Y. (2019). İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Karşılaştırmalı Bir Çalışma. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Huda, N. S. (2013). Export Barriers for SMES, A Case Study of Bangladeshi Small and Medium Sized Shrimp Exporting Companies to the European Market. Sovania University of Applied Sciences, Business and Administration, Degree Programme in International Business, Bachelor’s Thesis.

- İpek, H. (2015). Uluslararası Ticaret, Türkiye-Türkmenistan İlişkileri ve Taşımacılık Uygulamaları, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- İşleker, A. (2010). İhracatı Teşvik Politikalarının Adana İli Üzerinde Etkinliği. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Jainok, J. (2017). Küreselleşme Sürecinde Tayland'ın Dış Ticareti ve Türkiye Arasındaki İlişkiler Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Jingbo, H. (1998). Foreign Trade Policy Reform in China. School of Oriental and African Studies University of London, D. degree in economics.
- KOSGEB. (2019). 15.10.2019 tarihinde <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler> adresinden alındı
- Naidu, G. M., & Rao, R. T. (1993). Public Sector Promotion of Exports:A Needs-Based Approach . Journal of Business Research, 85-101.
- Onaran, Z. A., & Öztürk, T. Y. (2008). The Effects of Economic Policies and Export Promotion on. Journal of Naval Science and Engineering, 60-75.
- Önder, H. (2005). İhracat Teşviklerinden Yararlanmayı Etkileyen Faktörler (Kütahya Merkez İlçede Bir Uygulama). Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı.
- Penpeci, Ü. (2019). Dış Ticaret. Dış Ticaretin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi; Türkiye Uygulaması (1980-2017), 5. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Bilim Dalı.
- Ponom, I. K. (2019, Ağustos). The Impact of International Trade and Competitive Markets: Comparison between Bangladesh and Finland. Centria University of Applied Sciences.

- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2019). 17.10.2019 tarihinde sanayi.gov.tr: <https://www.sanayi.gov.tr/destek-ve-tesvikler/sanayi-yatirimlari/md1203011615> adresinden alındı
- Sandalcı, U. (2010, Aralık). İhracat Teşvikleri ve Türkiye'nin İhracatı Üzerine Etkileri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Seyidoğlu, H. (2013). Uluslararası İktisat Teori Pratik ve Uygulama. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Süygün, S. (2019). A. A. Eren, & A. M. Köktaş içinde, Dynamics of Globalization at the Crossroads of Economics (s. 35-43). Peter Lang GmbH, Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Süzer, A. Y. (2019). İhracat Teşvikleri. Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Karaman İli Örneği. Karaman Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı
- Şaşmaz, M. Ü., & Kıraraklı, A. (2018). Türkiye'de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2837-2867.
- Şimşek, M., & Yazıcı, R. (2004). İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz: Bilecik ve Eskişehir Örneği. Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(2), 121-140.
- Tekin, E. (2019). İhracat Teşviklerinin Etkinliği: İnegöl Mobilya Sanayi Üzerine Bir Uygulama. Bursa: Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret Anabilim Dalı
- Ticaret Bakanlığı. (2019). 18 Aralık 2019 tarihinde ticaret.gov.tr: [https://ticaret.gov.tr/data/5b87fac913b8761160fa1cf0/Devlet\\_Yardimlari\\_Rehberi.pdf](https://ticaret.gov.tr/data/5b87fac913b8761160fa1cf0/Devlet_Yardimlari_Rehberi.pdf) adresinden alındı
- Trademap. (2020). 23.02.2020 tarihinde trademap.org: <https://bit.ly/3ievsbh> adresinden alındı

- TÜBİTAK. (2020). 25.02.2020 tarihinde <https://www.tubitak.gov.tr/tr/icerik-hakkimizda> adresinden alındı
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2020). 12.02.2020 tarihinde [tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr): [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1046](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1046) adresinden alındı
- Undenge, S. J. (1994). Trade Policies and Export Promotion for the Zimbabwe Clothing Sector. Middlesex University, degree of Doctor.
- Valderama, P. V. (1976). Export Incentive Policies and Economic Development in Brazil. The Ohio State University.

## EXTENDED ABSTRACT

### Introduction

The new economic order that comes with globalization drives countries and businesses to open up to foreign markets. However, today, it is seen that states frequently intervene in foreign trade, despite the good intentions and efforts to liberalize trade (Süygün, 2019). One of the tools used to intervene in foreign trade is incentives (Çelik, 2008). Countries implement various incentive policies to support their businesses in international markets. Countries encourage exports by assisting businesses in their economic growth, providing competitive advantage, and increasing market share with their incentive policies. With the increase in exports, the country's capital, welfare and employment will increase. The country, whose exports have increased, will strengthen its position in the international market.

The aim of this study is to determine the effectiveness of export support programs and to contribute to increase the effectiveness of the support programs by making suggestions to minimize the problems encountered in their operation. Within the scope of the study, a research was conducted with the enterprises in Mersin Tarsus Organized Industrial Zone (MTOSB) for the effective use of the incentive items put into practice by the Ministry of Trade, which is the institution that provides the most support in the field of foreign trade. There has been no study on the effectiveness of support for export on enterprises in the region. The study is expected to fill this gap in the literature

and provide suggestions to businesses, sector stakeholders and policy makers in the region.

### **Method**

The research is designed as a quantitative research. Face to face survey method was used as the data collection tool of the research. The survey method was preferred due to its features such as providing fast and easy access to information, simplifying access to a large sample group, and ease of passing the obtained data through statistical analysis (Gürbüz & Şahin, 2015).

The questionnaire prepared within the scope of the study consists of two main parts. The first part is about the business manager who will answer the questionnaire and determining the structural characteristics of the business. In the second part, multiple-choice and open-ended questions are presented together to understand the current situation of the enterprise and its employees on incentives. In the second part, the expressions created by Naidu and Rao (1993) for the formulation used to measure the effectiveness of export incentives were also used.

The universe of the research consists of 196 enterprises operating in MTSOB. Within the scope of the study, no sample was selected, full counting was made. The process of examining all units of the main body is called full counting (Baştürk & Taştepe, 2020). Surveys were applied face-to-face by the researcher by e-mail and by visiting businesses in the 4-month period covering the period of September-December 2019. 17 of the questionnaires were applied by e-mail and 88 of them were applied face to face. Answers were received from 105 of the enterprises reached, and 101 valid questionnaires were included in the study.

### **Findings (Results)**

According to the research findings, the most effective support item was the fair participation support and the lowest support item was the test and analysis report support. Within the scope of the research, it has been determined that the efficiency of export subsidies differs according to the educational status of the business owner, the number of employees, the duration of the business to export and the share of the business exports from the turnover.

### **Conclusion and Discussion**

In order for companies to benefit from export support programs more effectively, it is of great importance to ensure that companies are aware of the supports and that they benefit from the support process correctly. In this context, it would be appropriate to organize practical training programs for educational institutions, NGOs and professional organizations and related Ministries to fill this lack of knowledge.

The reasons why companies do not benefit from export support programs are bureaucracy, length of processes, insufficient type and amount of support, and lack of qualified personnel. In this context, it would be appropriate to consider options such as simplifying bureaucracy, digitizing support application and follow-up processes, evaluating and diversifying support programs on the basis of company needs, and supporting the employment of qualified personnel to work in support processes by policy makers.

It is recommended that companies give importance to the personal and professional development of the personnel working in the support process, and that they allocate sufficient time to the process by employing only the personnel responsible for the support process.