

Süleyman Demirel Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Y.2007, C.12, S.2 s.121-134.

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

**THE FACTORS EFFECTING UTILIZATIONS OF
EXPORT SUBSIDES
(AN APPLICATION IN KUTAHYA)**

Yrd.Doç.Dr.Mustafa DURMAN*
Yrd.Doç.Dr.Cüneyt KOYUNCU*
Arş.Gör.Hüseyin ÖNDER*

ÖZET

Bu çalışmada Kütahya merkez ilçe örneğinde KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri tespit edilerek, KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyleri ile etki eden faktörler arasında doğrusal bir ilişki olduğu varsayılarak ilişki çoklu doğrusal regresyon modeli yardımıyla incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyine etki eden faktörlerin içerisinde en önemli değişken olarak, KOBİ'lerin dış ticarete yönelik vizyonları olduğu saptanmış ve KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini arttırmak için bunun bir araç olarak kullanılabilceği sonucuna ulaşılmıştır.

ABSTRACT

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

İhracat teşvikleri, KOBİ, Teşviklerden yararlanma
Export incentives, SME, Benefiting level of export incentives

1. GİRİŞ

Dış ticaret politikası genel ekonomi politikasının önemli bir aracıdır. Dış ticaret politikası devletin doğrudan ülkenin dış ticaret akımlarını

* Dumlupınar Üniversitesi Kütahya İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü.

sınırlandırmak, özendirmek veya bu işlemlerin yapılış şekillerini düzenlemek için almış olduğu önlemlerin oluşturduğu sistematik bir bütündür (Seyidoğlu; 2001: S.117). Bu sistematik bütünün uygulanmasındaki temel amaç ülkenin dış ticaret dengesini ve gelişmesini sağlamaktır. Dış ticaret politikasında temel olarak gümrük tarifeleri ve tarife dışı araçlar kullanılmaktadır.

Gümrük tarifeleri en eski dış ticaret politikası araçlarıdır. Eskiden sadece devlete gelir sağlamak için kullanılan bu koruma araçları, günümüzde aynı zamanda yerli sanayiye korumak için de kullanılmaktadır (Krugman; 2003: S.186).

Gümrük tarifeleri, serbest ticareti bozucu etkisinden ötürü uluslararası anlaşmalarla önemli ölçüde kısıtlanmıştır. Hükümetler de daha az görünen dış ticaret engellerini geliştirmişlerdir. Ürün ve ambalaj koşulları, gümrük geçiş koşulları, standartlar ve kalite belgeleri gibi uygulamalar genellikle tarife dışı araçlar olarak isimlendirilmektedir (Dennis – Alfred; 2000: S.236).

İhracatı teşvik tedbirleri maliyetleri düşüren veya ihracatçı firmanın yurt dışı pazarlarda karşılaştıkları engelleri aşmasına yardımcı olacak tüm tedbirleri içine almaktadır (Karluk; 1991: S.215).

Türkiye’de KOBİ’lerin ekonomi içerisindeki paylarına bakıldığında, bu işletmelerin toplam sanayi işletmeleri içerisindeki payları % 98.6, toplam istihdam içerisindeki payları % 53.3, toplam yatırımlar içerisindeki payları % 26.6, Gayri Safi Milli Hasıla içerisindeki payları % 38 iken ihracat içerisindeki payları % 8-9, toplam krediler içerisindeki payları ise sadece % 4-5 düzeyinde kalmıştır(DPT; 2000: S.75).

Bu yüzden ihracat teşvikleri KOBİ’lerin ihracata yönlendirilmelerinde önemli bir araç olarak günümüzde uygulanmaktadır. KOBİ’lerin Türkiye ekonomisinde önemli bir yer işgal etmesi ve cari açık sorununa kalıcı bir çözüm bulunamaması nedeniyle de KOBİ’lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeyinin artırılması ve dolayısı ile ihracata yönlendirilmeleri son derece önemlidir. Ekonomide yaşanan krizlerin bile KOBİ’lerin ihracata yönelmesi ve ihracat yapabilmeleri için gerekli destekleri araştırmalarında itici bir güç olduğu düşünülmektedir (Kuzu; 2003: S.101).

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

KOBİ’lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerini etkileyen unsurların neler olduğunu, KOBİ’lerin dış ticarete dönük vizyonlarının ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerine etkisini tespit ederek, elde edilen bilgiler ışığında çözüm önerileri geliştirmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

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

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

4. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

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

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın temel veri toplama aracı, Ek-1'deki kontrol listeleridir. KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerini etkileyen faktörleri belirleyen veriler şu şekilde elde edilmiştir. Önceden hazırlanmış olan Ek-1'deki kontrol listesinden şahıs şirketlerinde şirket sahibi, sermaye şirketlerinde ise şirket yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşmelerden ve şirkete ilişkin bilgilerin incelenmesinden elde edilmiştir.

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

KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonlarını belirlediği varsayılan Ek 1'deki 14. soruya verilen cevaplar endekslenerek modele dahil edilmiştir.

Araştırmada Excel, SAS 9.0 ve Eviews 5.0 programlarından yararlanılmıştır.

6. LİTERATÜR

Literatürde ihracat teşviklerine ilişkin pek çok çalışma vardır. Bu çalışmalar genelde ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye dönük yapılmış

çalışmalarıdır. Diğer bir anlatımla şirketlerin ne kadarının ihracat teşvik tedbirlerinden haberdar olduğunu ve ne kadarının bu teşviklerden yararlandığını ölçmeye dönük yapılmıştır.

Kedia ve Chokar (1986) gıda ve makine imalat sanayinde, satışları 50 milyon \$'dan az; 49 ihracat yapan, 47 ihracat yapmayan şirket üzerine yaptığı çalışmada, şirketlerin ihracat programları ile ilgili bilgi düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak ihracat teşviklerine ilişkin bilgi sahibi olanların ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerinin yüksek olduğu saptamıştır (Kedia ve Chokar; 1986 s.13).

Harvard ve Herremans (1988) imalat sanayinde, satışları 10 milyon \$'dan az, 101 başarılı ihracatçı arasında yaptığı çalışmada ihracatta başarı sağlanması için en önemli faaliyetlerin dağıtım kanallarının doğru seçilmesi, ve dağıtımçı ile ilişkilerin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bu çalışma sonucunda başarılı ihracatçıların kamu ihracat yardımlarını faydalı olarak değerlendirmedikleri sonucuna ulaşılmıştır (Harvard ve Herremans; 1988 s.48).

Kotabe, ve Czinkota (1992), çalışmada hükümet tarafından verilen ihracat teşviklerinin uygunluğunu yani verilen ihracat teşviklerinin özel sektörün ihtiyaçlarına cevap verip veremediğini incelemiştir. Kotabe, ve Czinkota ortalama satışları 140 milyon \$'dan az, 162 ihracatçı şirketi incelediği bu çalışmalarında ihracatçıların bekledikleri yardım programları ile uygulanmakta olan kamu yardımlarının farklı olduğunu, şirketlerin belli ihracat aşamalarında değişik yardımlar talep ettikleri sonucuna ulaşmışlardır (Kotabe ve Czinkota; 1992 S.638).

Moini, (1998) çalışmada; hükümetlerin ihracat destek programlarının şirketlerin ihracat faaliyetlerine olan etkisi, KOBİ'lerin hangi teşvik programlarından daha fazla yararlandığı, hangi teşvik programlarından haberdar oldukları incelenmiştir. Moini, satışları 50 milyon \$'dan az, imalat sanayinde faaliyet gösteren, 62 ihracat yapan, 49 ihracat yapmayan şirketi incelediği çalışmada şirketlerin ihracat yardım programları ile ilgili bilgi düzeylerinin düşük olduğunu ve kamunun ihracat yardım programlarının etkinliğinin ve şirketlerin bilgi düzeylerinin, şirketlerin uluslararasılaşma oranına bağlı olarak arttığını tespit etmiştir (Moini; 1998: s.1).

Yurt dışında yapılmış bu çalışmalara karşılık Türkiye'de benzer bazı çalışmalar yapılmıştır. Yiğit'in (1996) çalışmada ise ihracat teşviklerinin makro ve mikro bazda etkilerinden bahsederek bazı çözüm önerileri getirmiştir. Yiğit (1996) makro ve mikro bazda yaptığı incelemede; ihracata dayalı büyüme modelini seçen Türkiye'nin, kültürel ve sosyal olarak bu modeli kullanmak için yetersiz olduğu, bölgelere özgü ihracat teşviklerinin uygulanması gerektiği sonucuna ulaşmıştır (Yiğit, 1996, s:34).

Şimşek ve Yazıcı (2004), Uzayın (2002) çalışmalarında teşviklere ilişkin bilgisi olanların ve kullananların birbirine oranı şeklinde bir etkinlik katsayısı hesaplanmıştır.

Uzay (2002) çalışmasında şirketleri 4 sayfadan oluşan kapsamlı bir anket ile analiz ederek veriler çıkarmıştır. Bu şirketlerin ihracat teşviklerinden ne anladıkları, beklentileri ve ihracat teşvikleri için önerilerini araştırmıştır. Kayseri ilinde, imalat sanayinde faaliyet gösteren, 94 ihracat yapan veya potansiyel ihracatçı olan KOBİ üzerinde yaptığı çalışmasında, şirketlerin ihracat teşviklerinden nakit yardımları anladığı sonucuna varmıştır. Şirketlerin ihracatın nasıl yapılacağı ve ihracat teşviklerinin neler olduğuna ilişkin bilgilendirici seminerlere gereksinim duydukları vurgulanmıştır.

Şimşek ve Yazıcı (2004) Bilecik ve Eskişehir illerinden seçilmiş 56 ihracatçı şirket arasında yaptıkları çalışmalarında en etkin ihracat teşvikinin KDV istisnası olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

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

7. MODEL

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

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerinin hangi faktörlerden etkilendiği aşağıdaki çoklu regresyon modeli yardımıyla belirlenmektedir.

Modelde alt değişkenleri olan kontrol değişkenleri, analize alt dalları açılarak sokulmuştur. Bunun nedeni ise ilgili değişkenlerdeki sürekliliğin alt değişkenlerde de devam edip etmediğinin gözlemlenmesidir. Bu işlem yapılırken alt değişkenlerden en az cevap oranına sahip olan alt değişken, yapay değişken tuzağına düşmemek için modelin tabanına atılmıştır. Dolayısı ile modelin sabit terimi modeldeki kontrol değişkenlerinin alt değişkenleri değerini de temsil etmektedir.

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

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

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

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

$$X_{1i} = \text{İ'inci şirketin tipi}$$

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

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

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

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

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

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

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

8. MODELDE KULLANILACAK ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM

Analizde kullanılacak ana kütle Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Kütahya Merkez ilçe sicilinde şirket unvanına ithalat ve ihracat ibaresini koyan KOBİ'ler olarak belirlenmiştir.

Bu şirketler 109 adettir. Bunlardan bazıları İGEME'nin ve KOSGEB'in KOBİ tanımlarına uymaması sebebi ile anakütle dışına çıkarılmıştır. Bazılarına da iş değişikliği ve iflas gibi nedenler ile ulaşılamamıştır. Bu nedenlerden dolayı elenen şirketlerden geriye kalan 91 KOBİ'den 60'ı yani yaklaşık ana kütle'nin %66'lık bir kesimi Excel'de sayı jeneratörü ile rastsal olarak seçilip örneklem olarak alınmıştır.

Kurulan bu çoklu regresyon modelindeki değişkenlere ilişkin veriler, daha önceden hazırlanan Ek 1'deki kontrol listelerinin şirket sahiplerine ve/veya şirket yöneticilerine yüz yüze görüşmek sureti ile doldurularak, kontrol listelerinden elde edilmiştir.

8.1. Bağımlı Değişkenler

İki ayrı model kullanılacağından iki ayrı bağımlı değişken olacaktır. Bu bağımlı değişkenlerden ilki KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi güçleridir. Bağımlı değişken olan " I_{bil} " KOBİ'lerin 11 ihracat teşvikinden haberleri olup olmadığına göre oluşturulmuştur. KOBİ'lerin bu 11 ihracat teşvikinden hangilerinden haberi varsa bu teşvikler 1 rakamı ile kodlanmıştır. KOBİ'lerin haberinin olmadığı ihracat teşvikleri 0 rakamı ile kodlanmıştır. Bu kodlamalar endekslenerek "ihracat teşviklerine ilişkin bilgi gücü" endeksi elde edilmiştir.

İkinci modele ait bağımlı değişken olan KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin yararlanma düzeyleri " I_{yar} " ile gösterilecektir. Bu bağımlı değişkeni de KOBİ'lerin 11 adet ihracat teşvikinden hangilerinden yararlanıp yararlanmadığına göre oluşturulmuştur. KOBİ'lerin yararlandıkları ihracat teşvikleri 1 rakamı ile yararlanmadıkları ihracat teşvikleri ise 0 rakamı ile kodlanmıştır. Bu kodlamalar endekslenerek "ihracat teşviklerine ilişkin yararlanma düzeyi" endeksi elde edilmiştir.

8.2. Bağımsız Değişkenler

İki ayrı modelin bağımlı değişkenleri ayrı olmasına karşın bağımsız değişkenler iki model için de aynıdır. Bu bağımsız değişkenler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır. Modelde kullanılan bağımsız değişkenlerden şirket tipi,

faaliyette bulunulan sektör, şirketin kurulu bulunduğu veya üretimini yaptığı yer, ihracat deneyimi, ihracat oranı, verimlilik oranı, şirket sahibinin eğitim durumu değişkenleri kontrol değişkenleridir.

8.2.1. Şirket Tipi

KOBİ'lerin "Şirket Tipi" modele X_{1i} değişkeni ile dahil edilmiştir. Şirket tipinin profesyonel çalışmaya ve kurumsallaşmaya imkan verecek şekilde olmasının, adi şirket tipinden anonim şirket tipine geçişin KOBİ'lerin daha profesyonel olarak çalışmasına, varolan bütün imkanlardan ve teşviklerden yararlanmasına olanak sağlayacağı varsayılmıştır.

8.2.2. Şirketin Faaliyette Bulunduğu Sektör

"Şirketin Faaliyette Bulunduğu Sektör" modele X_{2i} değişkeni ile dahil edilmiştir. Belirli bir sektördeki şirketlerin bir yerde yoğunlaşması pozitif dışsallıkların oluşmasına neden olacağı varsayılmıştır. Şirketler, faaliyette bulunduğu sektör ile Kütahya'nın hammadde kaynaklarına göre sınıflandırılmıştır.

8.2.3. Şirketin Kurulu Bulunduğu Veya Üretim Yaptığı Yer

"Şirketin Kurulu Bulunduğu Veya Üretim Yaptığı Yer" modele X_{3i} değişkeni ile dahil edilmiştir. Şirketler şirketler arası etkileşimin olduğu varsayılan şehir merkezi, küçük sanayi sitesi ve organize sanayi sitesi'nde kurulmalarına göre gruplandırılmıştır. Üretimde organize olmanın uzmanlaşma ve ihracata yönelmede etkili olduğu varsayılmıştır.

8.2.4. İhracat Deneyimi

KOBİ'lerin "İhracattaki Deneyimleri" modele X_{4i} değişkeni ile dahil edilmiştir. İhracata yeni başlayan veya hiç ihracat yapmayan KOBİ'lerin, İhracatta belirli bir deneyime sahip KOBİ'lere göre ihracattaki prosedürlere ilişkin daha düşük bir bilgi düzeyine sahip oldukları varsayılmıştır. KOBİ'lerin ihracattaki deneyimlerinin modele yansıtılması, şirket sahibinin yada yöneticisinin şu anda uğraştığı işte geçirdiği zamanın ihracat yaptığı süreye bölünmesi ile hesaplanarak modele dahil edilmiştir.

8.2.5. İhracat Oranı

KOBİ'lerin "İhracat Oranı" modele X_{5i} değişkeni ile dahil edilmiştir. Üretimlerinin büyük bir yüzdesini yurt dışına satan şirketler dış ticarete dönük kurumsallaştıkları, mevcut ihracatlarını güçlü bir çaba neticesinde yaptıkları ve bu çabayı sarf ederken mevcut imkanlardan (pazar araştırması desteği, uluslar arası sergi ve fuarlara katılım desteği vb.) en iyi şekilde yararlanmak isteyecekleri varsayılmıştır. İhracat değerlerinin oransal olarak kontrol listesine konulmasının nedeni ise KOBİ'lerin yaptıkları ihracat değerini parasal olarak ifade etmekten kaçınabileceklerinin düşünülmesindedir.

8.2.6. Şirket Verimliliği

KOBİ'lerin "Şirket Verimliliği" modele X_{6i} değişkeni ile dahil edilmiştir. KOBİ'lerin verimliliği çalışan kişi sayısı başına yıllık elde edilen

ciro olarak tanımlanmıştır. Çalışan başına daha yüksek ciro elde eden şirketlerin daha verimli çalıştıkları varsayılmıştır. Daha verimli çalışan şirketleri dış ticarete daha rekabetçi olacakları varsayılarak bu değişken modele dahil edilmiştir

8.2.7. Şirket Sahibinin Veya Yöneticisinin Eğitim Durumu

KOBİ'lerin "Şirket Sahibinin Eğitim Durumu" modele X_{4i} değişkeni ile dahil edilmiştir. KOBİ sahibinin eğitim durumu arttıkça dış ticarete ilişkin bilgi güçleri ve vizyonlarının da artacağı varsayıldığından modele KOBİ sahibinin eğitim durumu dahil edilmiştir.

8.2.8. KOBİ'lerin Dış Ticarete Yönelik Bilgi Ve Vizyon Güçleri

KOBİ'lerin "Dış Ticarete Yönelik Bilgi Ve Vizyon Güçleri" modele X_{4i} değişkeni ile dahil edilmiştir. KOBİ'lerin dış ticarete dönük vizyonlarını belirlemek için şirketlere kurumsal yapıları, uluslar arası pazarlama faaliyetleri, dış ticarete dönük ilgilerini ölçmeye yönelik 13 adet soru sorularak bunlara verilen evet ve hayır cevapları sıfır ve bir olarak (evet bir, hayır sıfır ile) kodlanıp endeksenerek modele dahil edilmiştir.

9. BULGULAR

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma ve bilgi düzeylerine ilişkin çoklu regresyon modelleri E-Views 5.0 programında analiz edilmiştir. Bulgular tablo 1 ve tablo 2'de özetlenmiştir. Şirket sahibinin eğitim durumu, sektör, kuruluş yeri ve şirket tipi değişkenleri SAS 9,0 programı yardımı ile alt dallarına açılmıştır.

KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeyleri, bağımlı değişkende meydana gelen değişimi açıklama gücü 0,6172'dir. Bilgi düzeylerinde meydana gelen bir birimlik değişimin 0,6172'si bu model yardımı ile açıklanabilmektedir. Modelin genel anlamlılığını gösteren F istatistiğinin "P" değeri son derece yüksek bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. F istatistiğinin 9.6476 oranında olması modelin oldukça anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki alt dallı değişkenlere bakıldığında doğrusal ilişkinin, değişkenin alt dallarının hepsinde sürdüğü ve alt dal değişkenlerinin sadece bir tanesinin anlamlı çıktığı görülmektedir.

Analiz sonucunda ortaya çıkan sabit katsayı 0.5693'dür. Katsayının bu kadar yüksek çıkması değişkenlerin alt dallara ayrılması sırasında en az gözlenen alt dalın tabana atılmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 1: KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Bilgi Düzeyleri Modelinin Sonucu

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

İşletmenin faaliyette bulunduğu sektörler itibari ile ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerine bakıldığında burada anlamlı çıkan tek değişkenin çini diye kısaca tanımlanan, seramik, hediyelik süs eşyası ve çini alanında faaliyette bulunan işletmeler olduğu görülmektedir. Bu değişken % 10'da anlamlıdır. Bu alanlarda faaliyette bulunan işletmelerin sayısında bir birimlik bir artış olması durumunda Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinde 0.1762'lik bir azalma olacaktır. Bu da Kütahya'da faaliyette bulunan KOBİ'lerin büyük bir kısmını oluşturan çini ve benzeri alanlarda faaliyette bulunan KOBİ'lerin geleneksel yapıda üretim yaptıklarını göstermektedir. Bunun nedeninin de sadece iç pazara ya da aracı şirketlere üretim yapmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

İşletmenin kuruluş yeri değişkeninde alt dallar itibari ile doğrusal ve negatif bir ilişki vardır. Organize olmayan kuruluş yerlerinden organize olmuş küçük sanayi sitelerine doğru gidildikçe KOBİ'lerin ihracat teşviklerine ilişkin bilgi düzeylerinde bir azalma meydana gelmektedir. Bu durumun da şehir merkezinde kurulan şirketlerin satış ve pazarlama alanında uzmanlaşmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Vizyon endeksi değişkeni en anlamlı çıkan değişkendir. Şirketlerin vizyon endeksinde bir birimlik artış, ihracat teşviklerine ilişkin bilgi

düzeylerini 0.8796 oranında artıracaktır. İhracat teşvikleri bilgi düzeyinde en yüksek artış vizon endeksinin sağladığı görülmektedir.

Tablo.2: KOBİ'lerin İhracat Teşvikleri Yararlanma Düzeyleri Modelinin Sonucu

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

KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik modelin sonucu tablo 2'de raporlanmaktadır. Modelin sabit değeri 0.09186 dir. Modelin R² değeri 0.5465'dir. Düzeltilmiş R² değeri ise 0.4307'dir. Yani bağımlı değişken olan KOBİ'lerin İhracat teşviklerinden yararlanma düzeylerine ilişkin endeksteki değişimin 0.4307'si modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Modelin genel anlamlılığını gösteren F-İstatistik Prob değeri 0,000053 gibi iyi bir rakamdır. Bu rakam modelin genel olarak anlamlılığının yüksek olduğunu göstermektedir. F-istatistik değeri 4.7203'dür. Bu rakam ise modelin iyi derecede anlamlı olduğunu göstermektedir.

Eğitim değişkeninin alt dallarından hiç biri KOBİ'lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkilememektedir. Şirketlerin faaliyette buldukları sektör, şirket tipi değişkenleri de bu modelde anlamlı değildir.

İhracat oranı değişkeni %5'te anlamlı bir sonuç vermektedir. Kütahya'daki KOBİ'lerin ihracat oranlarında meydana gelecek bir birimlik artış, ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini 0.00218 oranında arttırmaktadır.

Verimlilik değişkeni %1’de anlamlıdır. KOBİ’lerin verimliliklerinde meydana gelecek bir birimlik artış ihracat teşviklerinden yararlanma endeksini 0.000715 gibi düşük bir oranda arttırmaktadır.

Vizyon endeksi, KOBİ’lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlendiği modelde en büyük etkiye sahip değişkendir. Vizyon endeksi değişkeni, %5’te anlamlıdır. Kütahya’daki KOBİ’lerin vizyon endeksinde meydana gelecek %1’lik bir değişme Kütahya’daki KOBİ’lerin ihracat teşviklerinden yararlanma endekslerini 0.1788 gibi yüksek bir oranda arttırmaktadır.

Her iki analizde de ortaya çıkan sonuçlar göstermektedir ki, Kütahya’daki KOBİ’lerin, ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi düzeylerini etkilemek, ihracat teşviklerinden yararlanmalarını sağlamak için dış ticarete yönelik vizyon endekslerini geliştirici etkinlikler gerçekleştirilmelidir.

10. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Yapılan analiz sonucunda KOBİ’lerin ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini etkileyen faktörlerin tespitinde kullanılan bağımsız değişkenlerin pek çoğu anlamsız kalmaktadır. Bilgi ve yararlanma düzeyine etki eden en önemli değişken KOBİ’lerin dış ticarete yönelik vizyonlarıdır. KOBİ’lerin dış ticarete yönelik vizyon endeksi değişkeni ile ihracat teşviklerine ilişkin bilgi ve yararlanma düzeyleri arasında pozitif doğrusal bir ilişki olduğu analiz sonucunda ortaya çıkmıştır.

Şirketin kuruluş yeri, şirket tipi, ihracat deneyimi, çalıştığı sektörü, şirket sahibinin eğitim durumuna ilişkin değişkenleri eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile etkilemek pek mümkün olmamaktadır. Fakat şirketlerin dış ticarete dönük vizyon endekslerini dış ticarete dönük eğitim ve danışmanlık hizmetleri ile etkilemek olasıdır. KOBİ’lerin ihracat teşvikleri ile ilgili bilgi ve yararlanma düzeylerini arttırmak için seminerler, bilgilendirme toplantıları, kurslar, şirket organizasyonlarının yeniden yapılandırılması gibi faaliyetler şirketlerin ihracata yönelmesini sağlayabilecektir.

Şirketlerin incelenmesi sırasında ihracat yapmayan şirketlerin yöneticileri veya sahipleri ile, neden ihracat yapmadıklarına dair karşılıklı konuşmalar neticesinde KOBİ’lerin kendilerini ihracat yapabilecek düzeyde görmedikleri gözlenmiştir. Bu sonuç gösteriyor ki ihracat teşviklerinden yararlanma düzeylerini yükseltmek için yapılacak çalışmaların ana hedefi KOBİ’lerin dış ticaret vizyonlarını geliştirmeye yönelik olmalıdır. Sanayi sektörü fazla gelişmemiş Anadolu’nun çeşitli illerinde KOBİ’lere yol gösterecek, dış ticaret konusunda eğitim verecek, dış ticaret vizyonunun önemli parçaları olan dış pazarlar, yurt dışı fuarlar, dış ticaret ile ilgili kurumlar hakkında, elektronik ticaret konusunda, KOBİ’leri bilgilendirecek nitelikli eğitimlerin olduğu kuruluşların faaliyete geçirilmesi gerekmektedir.

Anadolu’nun birçok ilinde dış ticaret konusunda yeterince nitelikli eleman bulunmaması ve özel sektörün danışmanlık faaliyetlerinde kar marjını yeterli görmemesinden ötürü dış ticaret danışmanlık şirketleri

oluşmamaktadır. Bu sorunun çözümünde üniversiteler bir seçenek olarak düşünülmelidir. Şu anda kurulu bulunan ve kurulması düşünülen üniversitelerin iktisadi ve idari bilimler fakülteleri KOBİ'lere dış ticaret prosedürü, dış pazar araştırması, dış fuarlara katılımlar ile ulusal ve uluslararası olanak ve teşviklerden yararlanılması konularında; mühendislik fakülteleri ise şirketlerin üreteceği ürünlerin test ve analizlerinin yapılması konularında; sosyal bilimler ve fen bilimleri enstitüleri de ihtiyaç duyulan alanlarda tezler hazırlama konularında üniversite-sanayi işbirliği sağlanmasına yardım edebilirler. Böylece devletin bir şehre yapmış olduğu büyük bir yatırım olan üniversitelerin öğrencilerin eğitimi yanında il ekonomisinin gelişmesine de önemli bir katkısı sağlanmış olacaktır.

KAYNAKLAR

1. APPEYARD R. Dennis, FIELD J. Alfred, **İnternational Economy Trade Theory And Policy**, second edition, Irwin, USA, 2000
2. DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, **Rekabet Hukuku Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, DPT, Ankara 2000,
3. HOWARD, D. G. and HERREMANS Irene M., 1988, "Sources of Assistance for Small Business Exporters", **Journal of Small Business Management** July, 48-54.
4. KARLUK Rıdvan, **Uluslararası Ekonomi**, 3. Baskı , İstanbul, Bilim Teknik yayınevi,1991
5. KEDIA, B. L. and CHHOKAR Jagdeep S., 1986, 'An Empirical Investigation of Export Promotion Programs', **Columbia Journal of World Business** 21(4), 13-20.
6. KOTABE, M. and Michael R. CZINKOTA (1992), "State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis", **Journal of International Business Studies**, Fourth Quarter, 637-657
7. KRUGMAN R. Paul, **İnternational Economics**, 6. baskı, Boston, Addison wesley 2003.,
8. KUZU İbrahim, "İhracatı Arttırmak", **Gümrükte Uzman Görüş Dergisi**, yıl.2, sayı.2, Ocak 2003
9. MOİNİ, A. H. (1998), "Small Firms Exporting: How Effective Are Government Export Assistance Programs?", **Journal of Small Business Management**, (January), 1-15.
10. SEYİDOĞLU Halil, **Uluslararası İktisat Teori Politika Ve Uygulama**, 14. baskı, İstanbul, Güzem yayınları, 2001
11. ŞİMŞEK Mevlüdiye, YAZICI Resül, "İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz: Bilecik ve Eskişehir Örneği", **Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt5, sayı 2, Eskişehir, Aralık 2004

12. UZAY Nisfet **İhracatı Teşvik Politikalarının Etkinliği** : Kayseri İmalat Sanayi Örneği, Kayseri Ticaret Odası, Ağustos 2002
13. YİĞİT Mehmet, **İhracat ve İhracat Teşviklerinin Ekonomik Analizi**, Üniversite Kitabevi, Kütahya, 1996

EK 1

- 1) Şirket adına cevap veren kişinin şirketteki pozisyonu nedir
Şirketin sahibi Şirketin yöneticisi
- 2) Şirket sahibinin / yöneticisinin eğitim durumu nedir
İlkokul 0 Ortaokul 1 Lise 2 Üniversite 3
- 3) Şirketinizin tipi nedir
Adi Şirket 0 Limited 1 Komandit 2 Kolektif 3
Anonim 4
- 4) Şirketinizin kuruluş yeri neresidir
Şehir Merkezi 0 Küçük Sanayi Sitesi 1 Organize Sanayi Sitesi 2
- 5) Şu an çalıştığımız işle kaç yıldır uğraşıyorsunuz
..... yıl
- 6) Şirketiniz ihracat yapıyor mu
Evet Hayır
- 7) Bir önceki soruya cevabınız evet ise kaç yıldır ihracat yapıyorsunuz
.....yıl
- 8) Üretiminizin yüzde kaçını yurt dışına satıyorsunuz..... %
- 9) Altıncı soruya cevabınız hayır ise ihracat yapmayı planlıyor musunuz
Evet 1 Hayır 0
- 10) Şirketinizin faaliyette bulunduğu ana sektör kolu aşağıdakilerden hangisidir
- | | | |
|---------------------------|---|--------------------------------|
| Hediyelik ve süs eşyası | 3 | <input type="checkbox"/> |
| Çini ve Seramik Ürünleri | 3 | <input type="checkbox"/> |
| Taş ve maden ürünleri | 3 | <input type="checkbox"/> |
| Tarım Ürünleri | 2 | <input type="checkbox"/> |
| Orman ürünleri | 2 | <input type="checkbox"/> |
| Gıda | 2 | <input type="checkbox"/> |
| Tekstil | 1 | <input type="checkbox"/> |
| Makine aksam ve parçaları | 1 | <input type="checkbox"/> |
| Petrol ürünleri | 0 | <input type="checkbox"/> |
| Demir ve Çelik Ürünleri | 0 | <input type="checkbox"/> |
| Mütaahitlik hizmetleri | 0 | <input type="checkbox"/> |
| Diğer (belirtiniz) | | <input type="checkbox"/> |
- 11) Şirketinizin yıllık cirosu ne kadardır
..... TL
- 12) Şirketinizin geçen dönemdeki vergi matrahı ne kadardır.
.....TL
- 13) Şirketinizde çalışan sayısı ne kadardır
..... Kişi

14) Şirketinizin durumuna uygun olan alanı işaretleyiniz

	Hayır	Evet
Şirketinizde pazarlama bölümü var mı	0	1
Şirketinizde Dış Ticaret Konusunda gerekli bilgi ve deneyime sahip elamanınız var mı	0	1
Şirket yönetiminde profesyonel yönetici kullanıyor musunuz	0	1
Danışmanlık firmalarından danışmanlık hizmeti alıyor musunuz	0	1
İGEME'nin dış ticarete yönelik herhangi bir hizmetinden faydalandınız mı	0	1
KOSGEB'in dış ticarete yönelik herhangi bir hizmetinden faydalandınız mı	0	1
Şirketinizin WEB sayfası Var mı	0	1
WEB sayfanızda İngilizce bölümünüz var mı	0	1
Bankaların dış ticarete dönük kurumsal hizmetlerinden faydalaniyor musunuz	0	1
Şirketiniz için biri yada birileri şirketinizin faaliyet alanı ile ilgili herhangi uluslar arası bir fuar veya sergiye katıldı mı (kaç defakez)	0	1
Şirketinizin yurt dışı pazar araştırmasına yönelik faaliyetleri var mı	0	1
Şirketiniz faaliyet alanı ile ilgili uluslar arası kalite ve yeterlilik belgelerine sahip mi	0	1
Şirketiniz adına birisi dış ticarete ilişkin herhangi bir kursa katıldı mı (kaç defakez)	0	1

15) Aşağıdaki İhracat Teşviklerinden hangilerinden yararlanıyorsunuz.

İhracat Teşvikleri	Haberim Var (Bilgi Endeksi)	Haberim Yok (Bilgi Endeksi)	Yararlanıyorum (Yararlanma Endeksi)	Yararlan mıyorum (Yararlanma Endeksi)
Ar-Ge Yardımları				
Çevre Koruma Yardımları				
Uluslararası Nitelikteki İhtisas Fuarlarına İlişkin Yardımlar				
Pazar Araştırmasına Yönelik Yardımlar				
Yurt Dışı Ofis Mağaza İşletme Ve Tanıtım Faaliyetlerine İlişkin Yardımlar				
Eğitim Yardımları				
İstihdam Oluşturmaya Yönelik Yardımlar				
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımı				
Patent Faydalı Model Belgesi Ve Endüstriyel Tasarım yardımı				
Marka Tanıtım Ve Türk Malı İmajı yardımı				