



*Cilt / Volume: 14, Sayı / Issue: 28, Sayfalar / Pages: 746-767*

*Araştırma Makalesi / Original Article*

*Received / Alınma: 31.01.2024*

*Accepted / Kabul: 16.06.2024*

## TÜRKİYE'DE YENİ NESİL İHRACAT DESTEKLERİNİN ÖZELLİKLERİ VE İHRACAT FİRMALARINA KATKILARI

Metin KETBOĞA<sup>1</sup>

### Öz

Bu çalışmanın amacı 2022 yılının son çeyreğinde uygulamaya giren yeni nesil ihracat desteklerinin ihracatçılara sunduğu fırsatların neler olduğunu irdeleyerek, ihracatçı firmaların bilgilendirilmesini sağlamak ve bu desteklerin 2023 yılının ihracat rakamları üzerinde oluşturduğu etkiyi tespit etmektir. Yapılan literatür taramasında ihracata yönelik devlet destekleri ile ilgi farklı çalışmaların yapılmış olduğu görülmekle beraber yeni nesil ihracat destekleri ile ilgili detaylı bir çalışmanın yapıldığı görülmemiştir. Bu durum, çalışmanın yapılmasının temel motivasyonunu oluşturmuştur. Yeni nesil ihracat desteklerinin, önceki ihracat desteklerinden ayrılan en önemli yönü harcama yapılmadan önce desteklerden faydalanılabilme özelliğidir. Önceki ihracat desteklerinde önce “harca” sonra “başvur” daha sonra “belgele” ve en sonunda “al” tarzındaki sistem, yeni nesil ihracat destekleri ile değiştirilmiş, dış ticaret firmaları başvuracakları çeşitli desteklerden faydalanmak için harcama yapmadan önce destek alabilme imkânına kavuşturulmuştur. Fakat, Ticaret Bakanlığının verilerine göre yeni nesil ihracat desteklerinin kullanılmaya başlandığı 2022 yılının son çeyreğinde ve 2023 yılının tamamında ihracata yönelik devlet yardımı kullanım oranının hızlı bir şekilde artış göstermesine rağmen ihracatta beklenen artış oranının buna paralel şekilde gerçekleşmediği görülmektedir. 2023 yılında destek miktarı kullanım oranının bir önceki yıla kıyasla %130 artmasına rağmen ihracatta gerçekleşen artış oranının sadece %0,6 oranında olması bunu destekler niteliktedir. Bu durum ihracatta beklenen artış hızının yakalanması için dış ticaret desteklerinin geliştirilmesinin yanında Türkiye’deki makro ekonomik ortamın da bunu destekler nitelikte olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Zira sadece desteklerin artırılmasının hedefe ulaşma noktasında yetersiz kaldığı gerçekleşen rakamlardan anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İhracat, Dış Ticaret, Dış Ticaret Desteği.

**Jel Kodları:** F13, F17, F19

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Malatya Turgut Özal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, e-mail: info@ketboga.com.tr, ORCID: 0000-0002-0107-3557

### Atıf/Citation

Ketboğa, M. (2024). Türkiye’de yeni nesil ihracat desteklerinin özellikleri ve ihracat firmalarına katkıları. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(28), 746-767.

## FEATURES OF NEW GENERATION EXPORT SUPPORT AND THEIR CONTRIBUTIONS TO EXPORT COMPANIES

### *Abstract*

The aim of this study is to provide information about exporters by examining the opportunities offered to exporters by the new generation export supports, which have been implemented for the last distribution in 2022, and to determine the impact of this support on the export process in 2023. In the literature review, although it was seen that there were different cases regarding state supports for exports, no detailed application was seen regarding the new generation export supports. This was the main motivation for completing the situation. An important aspect of new generation support exports before benefiting from previous export supports is the ability to benefit from the supports before spending. In the previous supports, first "spend", then "apply", then "document" and finally "buy" export supports were provided, and applications of foreign trade companies were given the opportunity to receive support without spending to benefit from various supports. According to the Ministry of Commerce's system, although the use of state aid for exports has increased rapidly in the last parts of 2022 and throughout 2023, when new generation export supports are activated, it is seen that the expected increase in exports is parallel to this. Although the support amount usage has been expanded in 2023 and increased by 130% compared to the previous chart, the rate of growth realization increase is limited to only 0.6%. This situation requires the development of foreign trade supports in order to achieve the expected increase in exports, as well as the formation of a support structure in the macroeconomic environment in Turkey. Because it is understood from the figures that the target of the supports alone is insufficient at the target distance.

**Keywords:** Export, Foreign Trade, Foreign Trade Support.

**Jel Codes:** F13, F17, F19

## 1. GİRİŞ

Türkiye’nin 2022 yılındaki toplam ihracatı 254 milyar 171 milyon dolar olarak 2023 yılı sonuna kadar gerçekleşmiş en büyük ihracat rakamı olarak kayda geçmiş bir başarı olmakla beraber ithalat rakamlarındaki artış miktarı ihracat rakamlarındaki artış miktarının önüne geçmiştir. 2022 yılında Türkiye’nin dış ticaret açığı 109 milyar 539 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2024). Türkiye’de dış ticaret açığını azaltmak ve orta vadede dış ticaret fazlası verilmesini sağlamak adına birçok kurum farklı yöntemlerle dış ticareti desteklemeye çalışmaktadır. Bu desteklerin en büyüğü Ticaret Bakanlığı tarafından verilmektedir.

Ticaret Bakanlığı, ihracatta katma değerli ürünler oluşturmak ve yüksek teknolojili ürün ihracatını artırmak hedefi doğrultusunda 18 Ağustos 2022 tarihinde 5973 sayılı ihracat destekleri hakkındaki kanunun çıkarılmasına vesile olmuş, bu kararla beraber yatırım-üretim-istihdam-ihracat değer zincirinin tüm halkalarına yönelik politikalar oluşturularak inovasyon,

Ar-Ge, tasarım, markalaşma ve hedef pazara giriş konularında önemli gelişmeler sağlanmıştır. Bu noktada özellikle stratejik öneme sahip ileri teknoloji gerektiren katma değeri yüksek ürünlerin üretimi ve ihracatı geleneksel ihraç ürünlerine kıyasla daha esnek, daha yaratıcı ve yenilikçi destek mekanizmalarına gereksinim duyduğu için bu ürünlerin üretilmesi ve ihracatının artırılması amacıyla yeni nesil ihracat destekleri programı uygulamaya konulmuştur.

Yeni nesil ihracat desteklerini bir önceki ihracat desteklerden ayrılan en büyük yönü gerekli başvurunun yapılmasına müteakip ilgili birimin onay vermesi ile ödeme desteğinin hemen sağlanmasıdır. Daha önceki ihracat desteklerinde önce “harca” sonra “başvur” daha sonra “belgele” ve en sonunda ödeme “al” tarzındaki sistem, yeni nesil ihracat destekleri ile değiştirilmiş, dış ticaret firmaları başvuracakları çeşitli desteklerden faydalanmak için harcama yapmadan önce destek alabilme imkanına kavuşmuşlardır. Bu haliyle yeni nesil ihracat desteklerinin, firmaların öz kaynaklarından harcama yapılmasına gerek duyulmadan yurtdışına açılma sürecini hızlandıracağı düşünülmektedir.

Bu çalışma ihracat yapan firmaların yeni nesil ihracat desteklerini tanımaları ve bu desteklerden faydalanmalarını sağlamak adına uygulamaya yönelik bilgilendirici niteliktedir. Firmaların yeni nesil ihracat desteklerini etkin bir şekilde kullanmaya başlamasının Türkiye'nin ihracat performansının gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada öncelikle literatür taraması yapılarak daha önce bu konuda yapılmış olan çalışmaların sonuçları hakkında bilgi verilmiş, daha sonra yeni nesil ihracat desteklerinin türleri ve firmalara ne tür faydalar sağladığı ele alınmıştır. Çalışmanın sonuç bölümünde 2022 yılında hayata geçirilen yeni nesil ihracat desteklerinin 2023 yılının ihracat performansındaki etkisi değerlendirilerek geleceğe yönelik beklentiler ifade edilmiştir.

Yapılan literatür taramasında yeni nesil ihracat destekleri ile ilgili yapılmış kapsamlı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışmanın diğer çalışmalardan ayrılan en önemli yönü, yeni nesil ihracat desteklerinin kapsamlı bir şekilde ele alınması ve bu desteklerden nasıl faydalanılacağına belirtilmesidir.

## **1. LİTERATÜR ÇALIŞMASI**

Şimşek ve Yazıcı (2004) Bilecik ve Eskişehir illerinde ihracat teşviklerinin etkinliğini ölçmeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışmalarında, bu illerde kullanılan en etkin ihracat teşviklerinin sırasıyla KDV istisnası, yurtdışı fuar ve sergilere katılım desteği, dahilde işleme

rejimi, Türk Eximbank kredileri, uluslararası nitelikli yurtiçi veya yurtdışı ihtisas fuarlarının desteklenmesi olduğunu ifade etmiştir.

Öztürk vd. (2007), Türk Eximbank programlarının Türkiye ihracatına etkisi konusunda çalışmıştır. Çalışmalarının sonuç bölümünde Türk Eximbank’ın kredi, sigorta ve garanti programları kullanım koşullarının iyileştirilmesi, yeni programlar geliştirmesi ve Türk Eximbank’ın orta ve uzun vadeli programlara ağırlık verecek bir yapıya kavuşturulmasının girdi maliyetlerini düşürerek firmaların rekabet gücünü artıracığını ifade etmiştir.

Cevahir (2007), Türkiye’de ihracat teşvik sisteminin etkinliği üzerinde çalışmıştır. Çalışmasında bir ekonomi içinde ihracatın ekonomik büyümeye olumlu etkisinin olduğunu belirterek; milli gelirin artırılması, dövizde yaşanan sınırlamaların ortadan kaldırılması ve yurt içinde verimliliğin sağlanması gibi konularda ihracatın ülkelere fayda sağladığını vurgulamış, ihracatın artırılmasının teşviklerle mümkün kılınabileceğini ifade etmiştir.

Ersungur ve Yalman (2009), bölgesel kalkınmada ihracat teşviklerinin etkinliğini Sivas ili kapsamında yapmış olduğu bir uygulama ile incelemiştir. Çalışmalarının sonuç bölümünde firmaların ihracat teşviklerinden yararlandırılırken kaynakların daha etkin kullanılmasını sağlamak adına bölgesel uygulamaların yapılması gerektiğini, ihracat teşviklerinin ihracat hacminin artmasına katkı sağladığını ifade etmişlerdir.

Aktürk ve Şenol (2010) KOBİ’ler açısından ihracat teşviklerinin önemi ve etkinliğinin artırılması konusunda çalışmışlardır. Çalışmalarında 1990 yılında kurulan KOSGEB’in almış olduğu radikal kararlar sayesinde ihracatın artırıldığını fakat KOBİ’lerin ihracat performansının yeterli olmadığını bundan dolayı ihracat desteklerinin devam etmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Atayeter ve Erol (2011), Türkiye’de uygulanan ihracat teşvikleri üzerinde çalışmıştır. Çalışmalarının sonuç bölümünde teşvik mevzuatı ve başvuru işlemlerinin basitleştirici bir yapıda olması gerektiğini vurgulayarak, basitleştirilmemiş teşviklerin zaman içinde suiistimallere uğradığını ifade etmişlerdir.

Akkaplan (2014) çalışmasında ülkelerin kalkınmasının dış ticaretle yakın bir ilişkisinin olduğunu, cumhuriyetin kurulmasından hemen sonra dış ticaretin artırılması için ihracata yönelik birçok teşvikin sağlandığını, özellikle Türk Eximbank’ın kurulması ve ihracatı teşvik edici politikaları uygulamasıyla ihracatta olumlu gelişmelerin sağlandığını ifade etmiştir.

Bayraktaroğlu vd. (2015), çalışmalarında Kobilere sağlanan teşviklerin firmaların ihracat performansına katkısını Antalya ili üzerinden değerlendirmiştir. Çalışmalarının sonuç bölümünde Antalya ilindeki işletmelerin daha çok vergi desteği ihracat teşvikinden yararlandığını, firmaların bu destekten faydalanmalarının işletmelerin karlılık oranını artırdığını ifade etmişlerdir.

Şaşmaz ve Karamıklı (2018), ihracat teşviklerinde etkinliğin sağlanmasının öncelikle ihracat teşvikinin amaçlarının net bir şekilde ortaya konulması ile mümkün olduğunu, firmaların bundan etkin bir şekilde yararlanabilmesi için uzman kişiler tarafından bilgilendirilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Gül (2019) çalışmasında Türkiye'nin mevcut ihracatında büyüme sağlamak için üretilen kaliteli ürünlerin piyasada varlığını devam ettirmesini sağlamak ve bir marka değeri oluşturmak için ihracat desteklerinin süreklilik arz etmesi gerektiğini, bu kapsamda Türk Eximbank'ın ihracat teşviklerinde sağladığı destek unsurlarının artırılması ve mevcut olanlarda güncelleme yapılması gerektiğini ifade etmiştir.

Soylu ve Demirci (2021), ihracat teşvik yöntemleri ve Türk Eximbank kredilerinin ihracat üzerindeki rolü üzerinde çalışmışlardır. Çalışmalarının sonuç bölümünde Türk Eximbank'ın Türkiye ihracatının finansmanında en önemli unsurlarından biri olduğunu, finansman desteklerindeki artışın ihracata ivme kazandırdığını ifade etmişlerdir.

Anıl ve Anıl (2022), şirketlere yönelik ihracat destekleri hakkında çalışmıştır. Çalışmalarında dağınık olan ihracat teşviklerinin 2022 yılındaki düzenleme ile toparlandığını, bu toparlanmanın ihracatçıların bilgileneğinde kolaylık sağladığını ifade etmişlerdir.

Vurdu (2022), ihracata yönelik devlet yardımlarından olan Türkquality desteğinin firmaların ihracat performansına etkisini nedensellik analizi ile çalışmıştır. Çalışmasının sonuç bölümünde devlet yardımlarının sadece firmalara fayda sağlamadığını, bu desteklerin etki alanının genişleyerek ülkenin menfaatine uygun sonuçlar ortaya koyduğunu ifade etmiştir.

### **3. YENİ NESİL İHRACAT DESTEKLERİ**

Ticaret Bakanlığının yeni nesil ihracat destekleri şirketlere yönelik ihracat destekleri ve iş birliği kuruluşlarına yönelik ihracat destekleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yeni nesil ihracat destekleriyle şirketlere yönelik ihracat desteklerinde ihracat firmalarının iş potansiyelini geliştirme, onlara yeni pazarlar oluşturma veya mevcut pazarlarında büyümelerini sağlama, markalaşmanın getireceği yüksek iş potansiyelinden faydalanmak için markalaşma sürecini hızlandırma gibi birçok açıdan farklı destekler verilmiştir. Benzer

şekilde iş birliği kuruluşları da aynı amaç doğrultusunda desteklenerek üyelerinin dış ticaret faaliyetlerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

### **3.1. Şirketlere Yönelik Yeni Nesil İhracat Destekleri**

Yeni nesil ihracat destekleri; özellikle şirketlerin iş potansiyelini artırma, onlara yeni pazarlar oluşturma, mevcut pazarlarında büyümelerini sağlama, yurtdışında markalaşma sürecini hızlandırma gibi birçok farklı yönden destek sağlamaktadır. Şirketlere yönelik yeni nesil ihracat destekleri şu şekildedir.

#### **3.1.1. Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesi**

Ticaret Bakanlığı, pazara giriş belgelerinin desteklenmesi kapsamında üretim ve ihracat yapan şirketlere, ihracatını yaptıkları ürünlere ilişkin almayı planladıkları pazara giriş belgelerinde ve var ise ruhsat işlemlerinde ya da kayıt işlemlerinde 5973 sayılı İhracat Destekleri Hakkında Karar’ın 3. maddesi kapsamında %50 oranında şirket başına yıllık 4 milyon TL’yi geçmemek üzere destek vermektedir. Bu noktada, şirketlerin sadece desteklenmesi kararlaştırılan pazara giriş belgeleri listesinde bulunan belgelere ilişkin, pazara giriş belgesinin alınmasında veya güncellenmesinde zorunlu olarak gerçekleştirilen giderler desteklenmektedir. Özellikle tarım sektöründe üretime yönelik akreditasyon ücreti, destek kapsamına alınarak tarım sektöründeki ihracat potansiyeli artırılmaya çalışılmıştır (Teknoloji ve Sanayi Bakanlığı, 2022).

Bununla beraber yine sağlık sektöründe ruhsatlandırma ve kayıt işlemleri desteği hizmeti altında üretilen tıbbi cihaz ürünlerinin ve ilaçların yurt dışında ruhsatlandırılması amacıyla ruhsat verecek olan ülkenin yetkili kamu sağlık otoritesi bilgisinde veya kontrolünde yapılan araştırma ve onay işlemleri çerçevesinde; yurt dışında yapılan elektronik dosya başvurusu için kullanılan program lisanslama ile ilgili giderleri, çeşitli ruhsat başvuru giderleri, yıllık ruhsatlarla ilgili aidat bedelleri ve resmi otoritelere ödenen muhtelif harç giderleri pazara giriş belgelerinin desteklenmesi destek unsuru kapsamına alınmıştır (Türkiye Sağlık İşverenleri Sendikası, 2022).

#### **3.1.2. Yurtdışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi**

Yurtiçi marka tescil belgesine sahip olan firmaların mevcut markalarını yurtdışında tescil ettirmek istemeleri durumunda yurt dışında tescil işlemi ile ilgili marka ve patent hizmetleri, danışmanlık ücretleri, markanın hedef ülkede tescil ettirildiğine dair yapılacak her türlü araştırmaya istinaden ödenecek muhtelif inceleme ve avukatlık giderleri destek kapsamına alınmıştır. Bu destekten yararlanmak için öncelikle başvuru yapacak firmanın ülke içinde bir marka tescilinin olması gerekmektedir. Aynı zamanda ilgili ülkede marka tescil başvurusu

işleminin de başlatılmış olması aranan şartlar içerisindedir. Eğer destekten yararlanmak isteyen kuruluş, markasını yurtdışında tescil ettirmişse ve o markayı tescil tarihi itibarı ile 6 ay içinde Türkiye’de de tescil ettirirse, ilgili firmanın destekten faydalanması sağlanmaktadır. Fakat bu destekten yararlandırılırken Türk malı imajına zarar verecek herhangi bir sembol, ifade, işaret veya şeklin kullanılması yasaktır. Bunun yaşanması durumunda firmaların yurtdışı marka tescil faaliyeti desteği destek kapsamından çıkarılmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2023). Bu destek 4 yıl süre ile verilmektedir. Destek azami %50 oranında ve 750 bin TL ile sınırlandırılmıştır (Takım vd., 632). Eğer marka tescil işlemi, hedef ülke olarak belirlenen bir ülkede yapılıyor ise yapılan harcamalar %20 ek destek oranı ile daha fazla desteklenmektedir. Yani, hedef ülkelerde destek oranı %70’e çıkmaktadır. Bununla beraber şirket eğer hem hedef ülke hem de hedef sektörlerden birinde faaliyetini sürdürüyorsa, destek oranı yine %5 ek artırımla %75’e çıkarılabilmektedir (Rönesans Değişim ve Yönetim Bilimler Enstitüsü, 2023).

### **3.1.3. Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği**

Yurtdışı pazar araştırması desteği kapsamında bir şirketin en fazla iki çalışanı destek kapsamına alınmaktadır. Destek kapsamı ulaşım, konaklama ve barınma giderleri dahil olmak üzere gidiş ve dönüş günü hariç olmak üzere 10 günlük bir süre ile sınırlandırılmıştır. Sürenin aşılması durumunda ise bu süre içinde sadece ilk 10 gün kapsam içine dahil edilmektedir. Sürenin yurtdışına varış tarihinden sonraki ilk gününden başlayarak 20 günü aşmaması gerekmektedir. Sürenin 20 günü aşması durumunda ise yapılan harcamalar destek kapsamından tamamen çıkarılmaktadır. Yurt dışı pazar araştırması kapsamında gidilen ülkede resmî tatiller, varış ve ülkeden ayrılış günleri hariç olmak üzere firma yetkililerinin günde en az bir şirket ile görüşme yapması zorunlu tutulmuştur. Aksi halde görüşme yapılmayan günler için konaklama giderleri destek unsuru içinden çıkarılmaktadır. Yurtdışı pazar araştırması bir takvim yılı içinde en fazla 3 ülke ile sınırlandırılmış olmakla beraber bir şirket aynı ülkeye aynı yıl içinde en fazla iki kez pazar araştırması desteğinden yararlanarak gidebilmektedir. Eğer pazar araştırması yapılmak üzere gidilecek ülkede firmanın herhangi bir yurtdışı birimi veya ofisi var ise bu firmanın o ülkedeki yurtdışı pazar araştırması desteğinden faydalanamamaktadır (Ege İhracatçılar Birlikleri, 2023). Bu destek kapsamında yapılan giderlere yönelik geri ödeme %50 ile sınırlandırılmış olup, eğer pazar araştırması hedef ülke olarak belirlenen bir ülkede yapılmış ise yapılan harcamalar %20 ek destek ile daha fazla desteklenmektedir ve toplam destek oranı %70’e çıkarılabilmektedir. Yine hem hedef ülke hem de hedef sektör üzerinden yapılan başvurularda %5’lik ikinci bir ek destek sağlanmaktadır (Rönesans Değişim ve Yönetim Bilimler Enstitüsü, 2023).



### 3.1.4. Yurtdışı Fuar Desteği

Ticaret Bakanlığının en önemli desteklerinin başında gelen ve süreklilik arz eden yurtdışı ve yurtiçi fuar desteği, dış ticaret firmalarına oldukça fayda sağlamaktadır. Fuarlara katılım, dış ticaret firmalarına özellikle yurtdışında pazar payını artırma, yeni pazarlara girme, yeni teknolojiler, gelişmeler ve ürünler hakkında bilgi edinme fırsatı sunarak ihracatın gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır (Takım A. vd., 2015, s. 638)

Ticaret Bakanlığının ihracatçılara sunduğu yurt dışı fuar desteği yeni nesil ihracat destekleri içinde yerini almıştır. Yeni düzenlemelere göre yurtdışı fuar desteği ve bu destekten yararlanma koşulları şu şekilde güncellenmiştir.

1. Yurtdışı fuar katılımı bir takvim yılı içinde 5 fuarı geçmemek kaydıyla metre kare ve fuarın genel niteliği dikkate alınarak belli koşullar içinde desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Eğer Ticaret Bakanlığı tarafından fuar “nitelikli fuar” kategorisinde ise fuar katılım miktarı 10’a kadar çıkartılmaktadır.

2. Katılımcı firmaların 50 metrekare boyutunda açacakları stantlar için en fazla iki, 50 metre kareden büyük stantlar için en fazla üç temsilcinin ulaşım masrafları ve fuara katılım bedelinin %50’si Ticaret Bakanlığı tarafından karşılanarak katılımcı firmaya ödenmektedir.

Yeni nesil ihracat destekleri kapsamında fuarlara katılım bedeli olarak “genel fuarlar” için üst limit 150 bin TL, “sektörel fuarlar” için üst limit 250 bin TL ve son olarak “prestijli fuarlar” için üst limit 750 bin TL olarak belirlenmiştir. Ödemelerin ise döviz yerine TL olarak yapılması kararlaştırılmıştır. Desteğe esas tutar metrekare başına toplam maliyetin %50’sini geçmemek zorundadır. Fakat ilgili fuar hedef ülkelerden birinde gerçekleşmiş ise destek oranı %70’e çıkarılmaktadır. Fuar, hedef ülkede ve katılımcı firma hedef sektör olarak belirlenen herhangi bir sektörde ise mevcut destek ilave 5 puanla %75 olarak uygulanmaktadır (Resmi Gazete, 2022).

### 3.1.5. Yurtdışı Şirket ve/veya Yurt Dışında Yerleşik Şirkete Ait Marka Alım Desteği

Dış ticaret şirketlerinin yurtdışında ihracat pazarına girişlerini ve bu pazarlarda kalıcı olmalarını temin etmek, pazarlama stratejisine destek vermek ve dış pazarlarla entegrasyonunu sağlamak amacıyla verilen yurtdışı şirket ve yurt dışında yerleşik şirkete ait marka alım desteği, firmaların çeşitli hukuki ve mali danışmanlık hizmetlerine yönelik giderleri %50 oranında ve 3 milyon TL üst limit ile desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Eğer alınacak şirket, ileri teknolojiye sahip ürün üreten ve teknoloji transferi yapacak özellikte ise destek sınırı 7 milyon 500 bin TL’ye kadar çıkarılabilmektedir. Yine bu tür şirketlerin



alınmasını desteklemek amacıyla TL cinsinden kullanılacak olan kredilerin faiz oranlarında 5 puan, döviz kredisi veya dövize endeksli kredilerde 2 puan ile sınırlı olmak üzere toplam 45 milyon TL'ye kadar faiz desteği verilmektedir. Kredi, eğer marka alımı için kullanılacaksa aynı faiz oranları üzerinden destek sağlanarak limit 30 milyon TL'ye kadar çıkarılmaktadır. Verilen faiz desteği ise ödenen faiz giderlerinin %50'sini aşmamalıdır. Bunun yanında faiz desteği verilecek kredi tutarının hesaplanmasında alınacak şirketin veya markanın alım bedelinin azami %50'si destek kapsamına alınmıştır (Ticaret Bakanlığı, 2023).

### **3.1.6. Küresel Tedarik Zinciri Yetkinlik Projesi Desteği**

Küresel tedarik zinciri yetkinlik projesi özellikle havacılık, elektrik ve elektronik, uzay, otomotiv, makine, maden ve metaller ile kimya alanında faaliyet gösteren ve üretim yapan firmaların global ölçekteki yabancı firmaların tedarik zincirleri içine girmelerini temin etmek amacıyla üretmeleri gereken numune ve prototiplerin üretilmesinde ihtiyaç duydukları ürün geliştirme, analiz, test, kalite kontrol veya ölçme işlemlerine destek verilmesi için makine, teçhizat, ekipman ve donanım alımlarını desteklemek amacıyla kullanılan yeni nesil bir ihracat destek programıdır (Kolay Destek, 2023).

Program kapsamında firmaların makine, teçhizat, ekipman, donanım ve yazılım gibi malzeme alımlarıyla beraber danışmanlık ve eğitim gibi çeşitli sertifika, analiz, test, ürün doğrulama giderleri 2 yıl boyunca firma özelinde 15 milyon TL'ye kadar desteklenmektedir. Program kapsamında bir firmanın sadece 1 tane küresel tedarik zinciri projesi destek kapsamındadır. Bunun yanında yurtdışındaki ana sanayiye yönelik üretim yapan ve yaptığı üretimi tedarik zincirinde aksamalar olmaması amacıyla yurtdışındaki bir depoda (maksimum 25 metre kare için) tutma gereksinimi duyan üretici firmaların yurtdışında kiraladıkları depo giderleri %50 oranında ve yıllık 4 milyon TL'yi geçmeyecek tutarda bir ülke için en fazla 4 yıl olacak şekilde desteklenmektedir (Resmi Gazete, 2022).

### **3.1.7. Birim Kira Desteği**

Yurtdışında faaliyet gösteren ihracatçı firmaların Türkiye'de ürettikleri ürünleri yurtdışında pazarlamak amacıyla yurtdışında tuttıkları ve maksimum 25 metrekare olabilecek birimlerinin kira giderleri her bir birim adına 2 milyon TL'yi geçmeyecek şekilde her bir ülke için en fazla 4 yıl olacak şekilde desteklenmektedir. Küresel tedarik zinciri yetkinlik projesi kapsamında depo kirası desteğinden faydalanan firmaların aynı zamanda birim kira desteği fırsatından faydalanması mümkün değildir (Akademi Ticaret, 2023).

### 3.1.8. Tanıtım Desteği

Şirketlerin veya şirketlerle organik bağı bulunan yurt dışı şirketlerin veya şubelerinin Türkiye’de üretimi yapılan ürünlerle ilgili olarak yurt dışına yönelik olarak gerçekleştirilen radyo veya televizyon reklamları, radyo veya televizyonlarda yayınlanan program sponsorlukları; internet ortamında sunulan reklamlar, desteklenmeye uygun görülmüş yurt dışı birimlerin veya tescil işlem başvurusu gerçekleşmiş markaların web sitesi veya çevrim içi tasarımları, sosyal medya tasarımları ve burada verilen reklamlar, akıllı cihazlara ilişkin bazı uygulama giderleri, arama motoru optimizasyonu veya uygulama mağazası optimizasyonuna ilişkin giderlerle içerik optimizasyonu, afiş, el ilanı, dergi veya gazete reklamı, düzenli yayınlanan mağaza dergilerde veya kataloglarda bulunma veya buralara reklam ilanı verme, dış alanlarda yayınlanan kartela veya katalog tanıtımları ile ilgili elektronik ekranlar, panolar, bill bordlar, veya giydirmeler, bina, çatı veya duvar reklamları, çeşitli yerlerde yer alan reklam veya giydirmeler, bazı özel tanıtım giderleri, özellikle zincir marketlerde rafa giriş için yalnızca bir kez yapılan ödemeler, tanıtıma konu olduğu halde satışa konu olmayan marka tanıtım giderleri, çeşitli tadım aktiviteleri, ürünlerin satışa sunulduğu stantlar veya soğutucular, zincir marketlerde ürünlerin teşhir ve test edilme giderleri, her türlü seminer, gösteri, defile veya konferans düzenleme giderleri, en fazla 3 ayla sınırlı olmak üzere geçici (pop-up) mağazacılık giderleri, halkla ilişkiler ile ilgili ajans komisyon ödemeleri veya giderleri, toplu şekilde gönderilen MMS/SMS/e-posta gönderimi ve sponsorluk, tanıtım filmi yapımı, uluslararası platformlarda sergilenmek üzere yapı bilgi modeli obje aidatları; belgesel, televizyon programı, dizi, film, dijital oyunlarda ürün yerleştirme, sosyal medya etkileyicisi olarak tanımlanan influencer vasıtasıyla yapılan tanıtımlar; web 3 mağaza kurulumu, tasarımı, aylık hosting giderleri ve bu mağazaların tanıtımı ile ilgili giderler tanıtım desteği kapsamında Ticaret Bakanlığı tarafından yeni nesil ihracat desteği kapsamına alınmıştır (Ticaret Bakanlığı, 2023).

Yurt dışı birimi bulunan şirketlerin Türkiye’de üretimi yapılan ürünlerle ilgili yurtdışında gerçekleştirdikleri pazarlama ve tanıtım giderleri %50 oranında destek kapsamında olup, yurt dışı biriminin bulunduğu her bir ülke için yıllık 2 milyon 500 bin TL ile sınırlandırılmıştır. Tanıtım desteğinden yararlanma süresi azami 4 yıl olarak belirlenmiştir. Yurt dışı birimi bulunmayan fakat yurt içi marka tescil belgesine sahip veya tanıtım yapmak istediği ülkede marka tescil belgesine sahip olan ya da marka tescil belgesine başvuru yapan firmalar bu durumlarını gösteren belgeleri ibraz etmeleri durumunda Türkiye’de üretimini yaptıkları ürünlerle ilgili yurt dışında gerçekleştirilen pazarlama ve tanıtım giderlerinin %50 oranında ve

yıllık en çok 4 milyon TL olacak şekilde desteklenmesi kararlaştırılmıştır (Resmi Gazete, 2022).

### **3.1.9. Türk Eximbank’ın Uyguladığı Faiz Oranı ile CIRR Arasındaki Farkın Desteklenmesi ve Türk Eximbank İhracat Kredi Sigortası Tazmin Desteği**

Kısaltmış hali CIRR olan “Commercial Interest Reference Rate” (Referans Ticari Faiz Oranları) ile Türk Eximbank’ın uyguladığı faiz oranları arasındaki fark Ticaret Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Türk Eximbank tarafından sağlanan yurtiçi veya yurt dışı bankalar nezdinde sağlanan alıcı kredileri ile alıcı veya bankasının kredi hesaplarında izlenen iskonto kredileri de dahil olmak üzere orta ve uzun vadeli yatırım malı niteliğindeki mal ihracatı, alıcı kredilerinde Türk Eximbank’ın uyguladığı faiz oranı ile CIRR arasındaki farka karşılık gelen faiz giderlerinin bir kısmı destek kapsamındadır. Destekten yararlandırılırken Türk Eximbank, destek kapsamında uyguladığı faiz oranını belirler ve CIRR arasındaki farka karşılık gelen tutarı hesaplar. Daha sonra destek unsuru altında uyguladığı sabit faiz oranları, ilgili ortalama vadelere denk gelen Hazine ve Maliye Bakanlığı tahvillerinin yıllık alış getiri oranını karşılaştırır ve destekten faydalandırılır. Destekten faydalandırılırken karşılaştırma sonucu ortaya çıkan destek tutarı 200 baz puan (%2,0) fazlasını aşmamak durumundadır.

Aynı zamanda Türk Eximbank’ın ihracata yönelik kredi sigortası programları kapsamında sigorta altına alınan ve senelik düzenlenen reasürans anlaşması kapsamında reasüre edilen risklerden dolayı ortaya çıkan tazminat ödemeleri sonucunda oluşan zarar rasyosunun bir takvim yılı içinde %60’ın üzerinde olması durumunda, bu oranın üzerinde kalan tazminat tutarının reasürans anlaşmasında belirlenen Türk Eximbank hissesine düşen giderlerin yıllık azami 20 milyon TL’ye kadar olan kısmı destek kapsamına alınmıştır. Bu karar doğrultusunda Türk Eximbank’ın ihracat kredi sigortası programları kapsamında özellikle makine, teçhizat ve yatırım malı gibi orta ve uzun vadeli kredi sigortasına konu olan özel nitelikteki mal ihracatının sigortalanması kapsamındaki işlemlerde Türk Eximbank tarafından herhangi bir reasürör bulunmaması veya reasürans tutarının yeterli miktarda olmaması durumu söz konusu olduğunda Türk Eximbank tarafından yapılan tazminat ödemelerinin reasüre edilmeyen kısmı %50 oranında ve senelik azami 100 milyon TL’ye kadar desteklenmektedir (Resmi Gazete, 2022).

### **3.1.10. Tasarım ve Ürün Geliştirme Projesi Desteği**

Ürün geliştirme ve tasarım projesi uygun görülen firma ile harcama yetkisi kendisinde bulunan yurt içinde veya yurt dışında kurulu firma tarafından proje kapsamında yeni

çalıştırılan modelist, tasarımcı ve mühendislerin brüt ücretleri destek unsuru kapsamındadır. Bu kapsamda firmaların 3 yıl için %50 oranında yıllık 5 milyon TL’ye kadar çeşitli giderleri karşılanmaktadır. Bu giderler proje kapsamında çalıştırılan modelist, tasarımcı ve mühendislerin brüt maaş giderleri (aynı anda en fazla 10 kişi ile sınırlı olmak üzere) 3 milyon TL azami destek tutarı ile desteklenmektedir. Bununla beraber çeşitli malzeme, teçhizat, alet ve yazılım giderleri için üst limiti 1 milyon 500 bin TL olmak üzere destek kapsamına alınmıştır. Yine bu kapsamda internet sitesi üyeliği giderlerinin proje bazında %50 oranında desteklenmesi koşulu ile 500 bin TL üst limitle desteklenmesi uygun görülmüştür. Tasarım ve ürün geliştirme projesi desteği kapsamında bulunan işletmelere yıllık sağlanan destek tutarı, işletmenin yıllık ihracat miktarının yarısından fazla olan tutarı geçmemesi gerekmektedir. Bu noktada destek miktarının tespit edilmesinde ödeme belgesi tarihine ilişkin yıl ile aynı takvim yılına ait ihracat miktarı esas alınmaktadır. Tasarım ve ürün geliştirme projesi desteğinden bir şirket en fazla bir proje ile desteklenmektedir. Destek devam ederken farklı yeni bir proje bu destek kapsamı altına alınmamaktadır. Genelge çerçevesinde desteğe yönelik azami limitler her takvim yılı başı itibarı ile  $(TÜFE+Yİ-ÜFE)/2$  oranında güncellenmektedir (İTKİB, 2023).

### 3.1.11. Tasarımcı Şirket ve Tasarım Ofisi Desteği

Tasarımcı şirketlerin ülke dışında bilinmelerini ve markalaşmalarını sağlamak için yaptıkları çeşitli tanıtım harcamaları ve yurtdışında yapılan fuarlara katılımlarına ilişkin giderlerinin üst limiti 1 milyon 500 bin TL’yi geçmemesi şartlı ile desteklenmesi kararlaştırmıştır. Aynı zamanda tasarımcı şirkete ait yurtdışı birimlerin konsept mimari çalışmaları ve dekorasyona ilişkin kurulum giderleri yıllık en fazla 500 bin TL olacak şekilde desteklenmesi uygun görülmüştür. Bunun yanında brüt kira giderleri ve kiralamaya danışmanlık yapmış olan şirketlerin danışmanlık giderleri, vergi, resim ve harç giderleri yıllık 1 milyon TL ile sınırlı olmak üzere desteklenmektedir. Patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin giderler 250 bin TL ile sınırlı olmak üzere yine destek unsuru altındadır. Bununla beraber uluslararası pazarlama avantajlarından yararlanmak amacıyla yapılan danışmanlık hizmetleri yıllık en fazla 1 milyon TL olmak üzere desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Tasarım ofisleri de yine yukarıda belirtilmiş olan desteklerden kendilerine tahsis olmuş üst limitler dahilinde yararlanabilmektedir (TİM, 2023).

### 3.1.12. Gemi ve Yat Sektöründe Faaliyet Gösteren Şirketlere Yönelik Tasarım Desteği

Bu destek kapsamında gemi ve yat sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin tasarım işlerine ilişkin katlanacakları giderler azami 5 yıl boyunca ve yıllık 3 milyon TL’yi geçmemesi koşulu ile desteklenmektedir.

### **3.1.13. Marka ve Turkquality Desteği**

İsmini “Türk” ve “Kalite” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan “Turquality” markalaşma programı ile küresel çapta iş yapma potansiyeline haiz Türk markaları desteklenerek, “Türk Malı” imajının küresel pazarda kabul gören ve aranan bir marka haline gelmesi sağlanmaya çalışılmaktadır (Taylan vd., 2017, s. 198).

2014 yılında yapılan bir çalışmaya göre Türk ihraç ürünleri için birim fiyat 1,59 USD iken Turkquality kapsamındaki firmaların birim ihraç fiyatları 2,64 USD olarak gerçekleşmiştir (Takım vd. 2015:634). Bu da bize gösteriyor ki bu kapsamda üretim ve satış yapan firmaların ürünleri yaklaşık %66 fiyat farkı ile pazarlanabilmektedir.

Marka ve Turkquality desteği kapsamında televizyon ve radyo da yayınlanacak reklam ücretleri, reklam yayın telif hakkı ücretleri ve bunların ülke bazlı adaptasyonu için yapılan ödemeler; sponsorluk maliyetleri ile internet üzerinden yapılacak olan e-ticaret sitelerine üyelik aidatları, internet ortamında verilecek reklamların ücretleri, çevrim içi satış için tasarım ücretleri, sosyal medyada verilen reklamlar için ödedikleri ücretler, internet sitesi tasarım ve bakım ücretleri, akıllı cihazlarla ilgili uygulama giderleri, yabancı dille hazırlanacak olan dijital kataloglarla ilgili giderler, arama motorlarında veya dijital platformlarda marka tanıtım giderleri, arama motoru optimizasyon ücretleri, uygulama mağazası ve içerik optimizasyon ücretleri, basılı tanıtım için afiş, broşür ve el ilanları ile periyodik mağaza dergilerinde ve kataloglarında yer alma ve reklam verme ücretleri, katalog veya kartela giderleri, billboard, pano veya tabela giderleri, iç ve dış mekanlarda gerçekleştirilen elektronik ekranlar; bina, cephe, duvar veya çatı reklamları; durak veya taşıtlarda yer alan reklam veya giydirme giderleri veya totem reklam giderleri ile özel tanıtım giderlerine ilişkin özel sergi, defile, kokteyl, basın tanıtımı, lansman, konferans veya seminer düzenleme faaliyetlerine ilişkin giderleri, iletişim, basın ve hakla ilişkiler ajans ücretleri veya komisyonları yada tadım aktiviteleri; marka promosyon giderleri, zincir marketlerde ürünlerin teşhir ve test edildiği etkinlikler, ürünlerin satışa sunulduğu stantlar veya soğutucu giderleri, çevrim içi olanlar da dahil olmak üzere zincir marketlerin bar, kafe, restoranlarının satış listesine veya raflarına girmek amacıyla sadece bir defaya mahsus olarak yapılan listeleme bedeli ödemeleri, ürünlerin satışa sunulacağı reyonlarda veya raflarda ürünü ön plana çıkarmaya yönelik çeşitli giderler, satışa konu olmayan ve üzerinde markanın yer aldığı tanıtım (promosyon) malzemeleri, markaya konu ürüne ilişkin tasarlanıp üretilmiş numune ve katalog giderleri, 3 ayla sınırlı geçici mağazacılık yani pop-up giderleri, tanıtım filmi yapım giderleri, sinema reklamları, sponsorluk, toplu e-posta, SMS, MMS gönderim giderleri; dizi, belgesel, film,

televizyon programı, dijital ortamlarda ürün yerleştirme giderleri, sosyal medyada etkileyici (influencer) aracılığı ile yapılan tanıtım giderleri ile uluslararası platformlarda sergileme aidatları destek programı kapsamında azami 4 yıl boyunca %50 oranında desteklenmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2023).

### **3.1.14. Çok Kanallı Zincir Mağaza Desteği**

Çok kanallı zincir mağaza desteği, çok kanallı zincir mağaza sahibi şirketlerin yurtdışındaki marka tescili, yenilemesi ve marka koruma giderlerinin desteklenmesi amacıyla oluşturulmuş bir destekleme programıdır. Program kapsamında firmalar marka ve Turkquality desteği kapsamında yukarıda sayılmış olan destek unsularından aynı şekilde faydalandırılmaktadır. Bu kapsamda pazar araştırması ve raporlama için yıllık azami 2 milyon TL ve tüm tanıtım giderleri için 5 yıl boyunca azami 9 milyon TL, birime ait kira desteği için azami 5 yıl boyunca yıllık 2 milyon TL, konsept mimari çalışma temel kurulum ve dekorasyon giderleri için birim başına 3 milyon TL ve “franchise” giderleri için birim başına 2 yıl azami süre koşulu ile yıllık 2 milyon TL’ye kadar %50 oranında desteklenmektedir. Bu desteklerin miktarı yıllık 20 milyon TL’yi geçmemelidir. Bu destekten faydalanan şirketlerin benzer şekilde tanıtım desteklerinden faydalanması mümkün değildir (Resmî Gazete, 2022).

### **3.2. İş birliği Kuruluşlarına Yönelik Yeni Nesil İhracat Destekleri**

Özellikle uluslararası rekabetin geliştirilmesi projesi kapsamında desteklerden faydalanmak üzere belirlenmiş olan işbirliği kuruluşları şu şekildedir: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), Sektör Dernekleri ve Kuruluşları, İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve/veya Sanayi Odaları, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK), Ticaret Borsaları, Endüstri Bölgeleri, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ), Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Organize Sanayi Bölgeleri, İşveren Sendikaları ile imalatçıların kurduğu dernek, birlik ve kooperatifleri veya ihracat konsorsiyumlarıdır. 15/06/2012 tarihli ve 2012/3305 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile yürürlüğe girmiş olan yatırımlarla ilgili devlet yardımları hakkındaki karara göre belirlenmiş olan yatırım teşvik uygulamalarında, 4, 5 ve 6. bölge illerinde ve bu illerin alt bölge desteğinden faydalanabilecek ilçeler listesi kapsamında 4, 5 ve 6. bölge illerine verilen bölgesel desteklere söz konu ilçelerde bulunan işbirliği kuruluşlarının düzenlediği projelerinde en az 5 firmanın, diğer illerde bulunan işbirliği kuruluşlarının projelerinde ise en az 10 firmanın yer alması gerekmektedir. İş birliği kuruluşu, diğer iş birliği kuruluşları ile birlikte ortak proje başvurma imkanına sahiptirler. Başvurularda projede; başvuru sahibi, iş birliği kuruluşunun ve varsa projede ortak olarak yer alan iş birliği kuruluşunun veya kuruluşlarının üyeleri de yer alabilmektedir.

### **3.2.1. UR-GE Projesi Desteği**

Uluslararası rekabetçiliğin geliştirilmesi (UR-GE) projesi kapsamında desteklerden faydalanmak üzere başvuran iş birliği kuruluşlarının ihtiyaç analizi, eğitim, danışmanlık ve tanıtım faaliyetlerine yönelik giderleri %75 oranında ve proje bazında 6 milyon TL azami tutarla desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Bunun yanında proje kapsamında, projeye destek veren uzman personelin proje tamamlanana kadar geçen süre içinde istihdam giderlerinin en fazla %75'i destek unsuru içindedir. Bu desteğe ek olarak uluslararası rekabetin geliştirilmesi (UR-GE) projesi kapsamında azami 10 adet ile sınırlı olmak üzere yurtdışında pazarlama faaliyetlerine ilişkin konaklama, ulaşım, tanıtım ve genel organizasyona ilişkin giderlerinin birim faaliyet başına 2 milyon 500 bin TL'ye kadar desteklenmesi ve bu kapsamda oluşturulacak 10 adet alım heyeti faaliyetine ilişkin benzer maliyetlerin %75 oranında azami 1 milyon 500 bin TL olan kısmı destek kapsamındadır. Tüm UR-GE faaliyetleri kapsamında yetkilendirilen iş birliği kuruluşlarının, 1 yıl içindeki faaliyetleri için destek miktarı azami 4 milyon TL olarak belirlenmiştir. UR-GE projelerinin süresi en fazla 3 yıl olmakla beraber proje gerçek anlamda başarı ile yürütülüyorsa 2 yıl ilave süre tanımlanabilmektedir. UR-GE projesi kapsamında bir şirkette en fazla 3 UR-GE projesinde katılımcı olarak yer alabilmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2023).

### **3.2.2. İhracat Konsorsiyum Desteği**

Özellikle küçük ve orta ölçekte işletmelerin birleşerek ihracat yapmak hedefiyle bir konsorsiyum kurması ve ihracat işlemlerinin bu konsorsiyum üzerinden gerçekleştirilmesi pazara giriş konusunda firmalara büyük avantajlar sağlamaktadır. İhracat konsorsiyumları; ihracatçılara yeni pazarlara girme ve bu pazarlarda yeni alıcılara ulaşma, riskin azaltılması amacıyla pazarın çeşitlenmesi ve genişletilmesi, birlikte hareket ederek daha büyük miktardaki siparişlerin kolaylıkla karşılanması, uzun süreli üretim ve yatırım planlamasının oluşturulması, birim üretim ve dağıtım giderlerini azaltma, pazarlık gücü elde ederek daha kazançlı satış yapabilme, ihracatta bilgi birikimi elde ederek tecrübe kazanma, döviz girdisi oluşturma veya artırma, endüstri içinde sesini duyurabilme, ihracat giderlerinin beraber paylaşımı sayesinde daha az finansal kaynak ayırma ve kaynak tahsisi gerçekleştirme gibi konularda konsorsiyuma katılan firmalara fayda sağlamaktadır.

Bir araya gelerek kümelenme anlayışı çerçevesinde en az 3 firmanın ortaklığı ile bir araya gelmiş asgari 5 milyon TL ödenmiş sermayeye sahip şirketler, ihracat konsorsiyumu statüsü altında başvuru yapabilmektedir. İhracat konsorsiyumlarının, konsorsiyuma katılan firmalar ile aracılık sözleşmesi imzalayarak sözleşmeye konu olan malları küresel pazara ihraç



etmeleri süreciyle ilgili olarak danışmanlık, tanıtım, pazarlama, rapor satın alma, pazar araştırması ve eğitim faaliyetlerine ilişkin giderleri azami 5 yıl süresince en fazla %50 oranında yıllık 10 milyon TL’yi geçmemek üzere desteklenmesi kararlaştırılmıştır (Ticaret Bakanlığı, 2023).

### **3.2.3. Pazara Giriş Rapor Desteği**

İş birliği kuruluşlarının ihracata yönelik pazara giriş stratejileri ile eylem planlarının oluşturulması ve iş birliğine üye firmalarla paylaşılmak amacıyla satın aldıkları yurt dışında kurulu firma veya marka odaklı rapor giderleri azami %50 oranında ve senelik en fazla 3 milyon TL’ye kadar desteklenmektedir. Satın alınan rapora ihracat genel müdürlüğünün tam erişiminin olması aranan şartlar arasındadır (Ticaret Bakanlığı, 2023).

### **3.2.4. Sanal Fuara Katılım Desteği**

İş birliği kuruluşlarının uygun bulunan uluslararası nitelikteki sanal fuarlara iştirak etmelerini temin etmek amacıyla yapılan organizasyonlara katılımlarda, organizasyona katılımla ilgili giderlerin azami %50’si desteklenmektedir. Bu destek kapsamında yapılan ödeme tutarının 750 bin TL’yi geçmemesi gerekmektedir (TİM, 2023).

### **3.2.5. Sektörel Ticaret Heyeti ve Alım Desteği**

İş birliği kuruluşlarının uygun görünen sektörel ticaret heyet gezilerine ilişkin konaklama, ulaşım, tanıtım ve organizasyon giderlerinin azami %50’si 1 milyon 500 bin TL’yi geçmemesi şartıyla desteklenmektedir (TİM, 2023).

### **3.2.6. Tasarım Organizasyon Desteği**

İş birliği kuruluşlarının, tasarım faaliyetlerinin desteklenerek tasarım kültürlerinin oluşmasını sağlamak, Türk tasarımcıların faaliyetlerini yurt içinde veya dışında tanıtılmasını ve markalaşmalarını sağlamak amacı ile açacakları tasarım fuarı, sergi, bienal ve tasarım yarışması tarzındaki reklam, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ilişkin katlandıkları giderlerin %50’si azami 3 milyon TL’yi geçmemek kaydıyla desteklenmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2023).

### **3.2.7. Turkquality Tanıtım Projesi Desteği**

İhracatçı birliklerinin çalışma alanı içinde ihracata yönelik ihraç ürünlerinin yurtdışında tanıtılmasını sağlamak amacıyla, ihracat genel müdürlüğüne sunacakları projeler kapsamında katlanacakları danışmanlık, tanıtım, pazar araştırması çalışması, raporlama giderleri gibi giderlerin aynı anda en fazla 2 proje ile sınırlı olmak üzere, proje bazında minimum 1

maksimum 4 yıl süre boyunca yıllık 4 milyon TL'yi geçmemesi şartı ile %75 oranında desteklenmesi kararlaştırılmıştır. Bu destekten faydalanan ilgili ihracatçı birliği aynı ülkede en fazla 2 proje ile desteklenebilmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2023).

#### **4. YENİ NESİL İHRACAT DESTEKLERİNİN MEVCUT İHRACAT DESTEKLERİNE KIYASLA UYGULAMA ALANI VE TÜRKİYE'NİN 2023 YILI İHRACATINA ETKİSİ**

Yeni nesil ihracat desteklerinin kullanılmaya başlandığı 2022 yılının son çeyreğinde ve 2023 yılının tamamında ihracata yönelik devlet yardımları hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Yeni nesil ihracat desteklerine geçişin yaşandığı 2022 yılının son çeyreği ve 2023 yılının tamamı dahil olmak üzere son 5 yılın rakamları baz alındığında 2019 yılında ihracata yönelik devlet desteğinin 3.1 milyar TL, 2020 yılında 3.2 milyar TL, 2021 yılında 4.1 milyar TL, 2022 yılında 5.1 milyar TL ve son olarak 2023 yılında 11.7 milyar TL olduğu görülmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2024). Bu noktada özellikle 2023 yılının tamamını kapsayan dönemde kullanılmış olan yeni nesil ihracat desteklerinin 2022 yılına kıyasla %130 oranında artış gösterdiği görülmektedir. Bu oran, yeni nesil ihracat desteklerinin firmalar tarafından olumlu karşılandığını göstermektedir. Fakat bu noktada 2023 yılının ihracat rakamlarının 2022 yılına kıyasla sadece %0,6'lık bir artış göstermesi, ihracata yönelik devlet desteklerinin kullanım miktarının artmasına rağmen ihracat miktarının bu minvalde artırmadığı fikrinin oluşmasına neden olmaktadır. Zira, son 5 yılın ihracat rakamları ile ihracatta kullanılan desteği miktarı karşılaştırıldığında 2019 yılında ihracattaki artış oranı bir önceki yıla kıyasla %2,1 iken ihracata yönelik devlet desteği neredeyse aynı kalmış, 2020 yılında ihracatta değer azalışı yaşanırken sağlanan destek miktarının 3.2 milyar TL olduğu, 2021 yılında artış miktarı %32 iken destek miktarının 4.1 milyar TL olduğu, 2022 yılında artış miktarı %12,9 iken destek miktarının 5.1 milyar TL olduğu ve son olarak 2023 yılında ihracattaki artış oranı %0.6 iken destek miktarının 11.7 milyar TL olduğu görülmektedir. Bu rakamlar ihracat değerinde artış veya azalış miktarı ile devlet destekleri artış miktarı arasında bir denge olmadığını göstermektedir. Özellikle 2023 yılında devlet desteğinin bir önceki yıla kıyasla %130 artmasına karşın ihracat değerinin sadece %0,6 artması bu savı destekler niteliktedir.

Şüphesiz ihracat destekleri ihracatın artırılmasını hedeflemektedir. Fakat bazen ülke içinde yaşanan çeşitli makro ekonomik olaylar, ülke ihracatının verilen desteğin artmasına rağmen beklenen performansı göstermemesine neden olmaktadır. Zira özellikle Merkez Bankasının verileri baz alındığında, 2023 yılının başında politika faiz oranı %7 civarında iken yıl sonunda %41'e çıkması, dış ticaretin finansmanı konusunda ihracatçıların finansman maliyetinin

yükselmeye neden olduğu gibi bu dönemde yaşanan kümülatif %100’e yakın asgari ücret artışları ve kurun artan faiz oranlarından dolayı enflasyonla paralel şekilde artmaması, ihracatçıların birim maliyetlerinin USD bazında artmasına neden olmuştur. Bu artış ihracatçı firmaların uluslararası arenada rekabet avantajının azalmasına sebebiyet vermiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’nin 2023 yılında 500 milyar dolar ihracata ulaşma hedefiyle yola çıktığı 2022 yılı, özellikle devlet kurumlarının desteği ile ihracatın artırılmasına yönelik birçok adımın atıldığı önemli bir yıl olmuştur. 2020 yılından günümüze kadar geçen sürede dünyada birçok ülke bu dönemde yaşanan pandemi ve özellikle Rusya-Ukrayna savaşı nedeni ile enerji maliyetlerindeki artışın da etkisi ile tırmanan enflasyon oranları ile mücadele etmek zorunda kalmıştır. Bu dönemde enflasyon oranlarını baskılamak ve artan enflasyonu düşürmek amacıyla başta ABD ve Avrupa ülkeleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde belirli aralıklarda sürekli faiz artırımına gidilmiştir.

Uluslararası sermaye hareketleri genellikle faiz oranlarının yüksek olduğu güvenli ekonomilere yönelmektedir. Türkiye, 2019-2022 yılları arasında yoğun faiz artırımlarının yapıldığı bir dönemde birçok dünya ülkesinden ayrılarak faiz oranlarını düşürmeye çalışmıştır. Faiz oranlarının düşmesi uluslararası sermayenin ülkemizden ayrılmak istemesine ortam hazırlamıştır. Uluslararası sermaye hareketlerinin farklı ülkelere yönelmesi, Türkiye’de ödemeler bilançosunda yaşanan dengesizliğin artmasına neden olmaktadır. Bu dengesizliğin giderilmesinin en uygun yolu uluslararası portföy tarzında gerçekleşen sermaye hareketlerinden öte dış ticaret açığının kapatılmasına yönelik adımların atılmasıdır. Dış ticaret açığının azaltılmasının farklı yöntemleri olmakla beraber özellikle ithalat miktarının artmasının önüne geçilerek ihracatın artırılması, dış ticaret açığının azaltılması için uygulanabilecek en uygun politikaların başında gelmektedir. Bu anlayış çerçevesinde özellikle 2022 yılında gündeme gelen 2023 yılında 500 milyar dolar ihracat miktarına ulaşma hedefi, birçok kurumun farklı yöntemlerle ihracatı artırmaya yönelik politikaları geliştirmeye itmiştir. Bu politikaların en önemlisi Ticaret Bakanlığı tarafından geliştirilmiştir. 2022 yılının son çeyreğinde ihracata yönelik verilen desteklerin artırılması hedefi ile yeni nesil ihracat destekleri programı tanıtılmıştır. Bu programın amacı, ihracata yönelik faaliyet gösteren firmaların desteklenerek Türkiye’nin ihracat miktarının arzu edilen seviyelere ulaşmasını sağlamak ve ihracata dayalı büyüme stratejisi kapsamında istihdamın ve ülkeye giren döviz miktarının artırılmasıdır.

Fakat yeni nesil ihracat desteklerine geçişin yaşandığı 2022 ve 2023 yılı da dahil olmak üzere son 5 yılın rakamları baz alındığında 2019 yılında ihracata yönelik devlet desteğinin 3.1 milyar TL, 2020 yılında 3.2 milyar TL, 2021 yılında 4.1 milyar TL, 2022 yılında 5.1 milyar TL ve son olarak 2023 yılında 11.7 milyar TL olduğu görülmektedir. Bu noktada özellikle 2023 yılının tamamını kapsayan dönemde kullanılmış olan yeni nesil ihracat desteklerinin 2022 yılına kıyasla %130 oranında artış gösterdiği görülmektedir. Bu oran, yeni nesil ihracat desteklerinin firmalar tarafından olumlu karşılandığını ifade etmektedir. Bu noktada 2023 yılının ihracat rakamlarının 2022 yılına kıyasla sadece %0,6'lık bir artış göstermesi ihracata yönelik devlet desteklerinin kullanım miktarının artmasına rağmen ihracat miktarının bu minvalde artırmadığı fikrinin oluşmasına neden olmaktadır. Zira, son 5 yılın ihracat rakamları ile ihracatta kullanılan destek miktarı karşılaştırıldığında 2019 yılında ihracattaki artış oranı bir önceki yıla kıyasla %2,1 iken ihracata yönelik devlet desteği neredeyse aynı kaldığı, 2020 yılında ihracatta değer azalışı yaşanırken sağlanan destek miktarının 3.2 milyar TL olduğu, 2021 yılında ihracat artış miktarı %32 iken destek miktarının 4.1 milyar TL olduğu, 2022 yılında artış miktarı %12,9 iken destek miktarının 5.1 milyar TL olduğu ve son olarak 2023 yılında ihracattaki artış oranı %0.6 iken destek miktarının 11.7 milyar TL olduğu görülmektedir. Bu rakamlar ihracat değerinde artış veya azalış miktarı ile devlet destekleri artış miktarı arasında bir denge olmadığını göstermektedir. Özellikle 2023 yılında devlet desteğinin bir önceki yıla kıyasla %130 artmasına karşın ihracat değerinin sadece %0,6 artması bunu destekler niteliktedir. Bu noktada, ihracat artış oranı beklentisinin arzu edilen seviyede olması için dış ticaret desteklerinin geliştirilmesinin yanında Türkiye'deki makro ekonomik ortamında bunu destekler nitelikte olması gerektiği düşüncesinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Zira sadece desteklerin artırılmasının hedefe ulaşma noktasında yetersiz kaldığı görülmektedir.

Yeni nesil ihracat desteklerinin mevcut olan ihracat destekleri ile kıyaslaması yapıldığında ise özellikle yeni nesil ihracat desteklerinin tam olarak uygulanmaya başlandığı 2023 yılında, bir önceki yıla istinaden kullanılan ihracat desteğinin %130'luk bir artış göstermesine rağmen 2023 yılında ihracattaki artış beklentisinin beklenen düzeyde yaşanmaması, firmaların yeni nesil ihracat desteklerini özümsemiş olduğunu fakat Türkiye'de son yıllarda yaşanan makro ekonomik olayların ihracat artış oranı üzerinde olumsuz etki gösterdiği izleniminin oluşmasına neden olmaktadır.

Makro ekonomik sorunların çözülmeye başlaması ihracatın artışına uygun bir zemin hazırlayacaktır. Bu noktada ihracatçı firmaların sürekli olarak bilgilendirilmesi önem arz

etmektedir. Bunun için özellikle ihracatçı birliklerinin, ticaret ve sanayi odalarının veya ihracatla ilgili diğer tüm kurumların sosyal medya, billboardlar, broşürler, çalıştaylar, bilgilendirici toplantılar veya görsel basın yöntemlerini kullanarak ihracatçıları yeni nesil ihracat destekleri hakkında bilgilendirmesi ve bilginin büyük veya küçük tüm dış ticaret firmalarına yayılmasının sağlanması, yeni nesil ihracat desteklerinden daha fazla yararlanılmasına imkân sağlayacaktır. Bunun etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi, önümüzdeki dönemlerde Türkiye’nin ihracat performansının daha fazla artmasına imkân tanıyacaktır.

### KAYNAKÇA

- Akkaplan, M. (2014). *İhracat Teşvikleri ve Türk Eximbank’ın Türkiye’nin İhracatına Etkileri* (Tez Numarası. 364773) [Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ufuk Üniversitesi].
- Aktürk, A., Şenol, H. (2010). KOBİ’ler Açısından İhracat Teşviklerinin Önemi ve Etkinliğinin Artırılmasına Yönelik Öneriler, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 15(2), 375-391. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/194585>
- Anıl, N., Anıl, A. (2022). 2022 Yılı Düzenlemeleri ile Şirketlere Yönelik İhracat Destekleri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*. 09(1), 1-16. [https://www.ibaness.org/bnejss/2023\\_09\\_01/01\\_Anil\\_and\\_Anil.pdf](https://www.ibaness.org/bnejss/2023_09_01/01_Anil_and_Anil.pdf)
- Atayeter. C., Erol, A. (2011). Türkiye’de Uygulanmakta Olan İhracat Teşvikleri, *Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 1-26. <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/tr/download/article-file/107617>
- Bayraktaroğlu, H., Karaman, D., Kalkan, A. (2015). Kobilere Sağlanan Teşviklerin Firmaların İhracat Performansına Katkısı: Antalya Organize Sanayi Bölgesinde Bir Uygulama. *Akdeniz Üniversitesi Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*. 89-108. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/372845>
- Cevahir, H. (2007). *Türkiye’de İhracat Teşviklerinin Etkinliği*, (Tez Numarası. 205914) [Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Anadolu Üniversitesi].
- Ege İhracatçılar Birliği. (2022). *Yurtdışı Pazar Araştırması Desteği*. [https://devletyardimlari.eib.org.tr/Sayfa.Asp?SID\\_Id=20B420500E](https://devletyardimlari.eib.org.tr/Sayfa.Asp?SID_Id=20B420500E)
- Ersungur. M., Yalman, İ. (2009). Bölgesel Kalkınmada İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Sivas İlinde Bir Uygulama, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 10(1). 81-98. <https://www.ajindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423875126.pdf>

- Gül, Y. (2019). *İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Karşılaştırmalı Bir Çalışma*, (Tez Numarası. 555844) [Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi].
- İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği. (2023). *Tasarım ve Ürün Geliştirme Projesi Desteği*. <https://www.itkib.org.tr/tr/ihracat-destekleri-5973-sayili-ihracat-destekleri-hakkinda-karar-tasarim-ve-urun-gelistirme-projesi-destegi.html>
- Öztürk, S., Sözdemir, A., Koçbulut, Ö. (2007). Türk Eximbank Programlarının Türkiye İhracatına Etkileri ve AB/DTÖ'ye Uygunluğu, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12(2), 179-197.
- Şaşmaz, M., Karamıklı, A. (2018). Türkiye'de İhracatı Teşvik Uygulamaları ve İhracat Potansiyelinin Artırılmasına Yönelik Değerlendirmeler, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. 2837-2867. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/603825>
- Şimşek, M., Yazıcı, R. (2004). İhracat Teşviklerinin Etkinliğini Ölçmeye Yönelik Bir Analiz: Bilecik ve Eskişehir Örnekleri. *Dumlupınar Üniversitesi Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*. 5(2). 121-140. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/113007>
- Resmi Gazete. (2022). *İhracat Destekleri Hakkında Karar*. T.C. Ticaret Bakanlığı. [https://ticaret.gov.tr/data/63467b2d13b876368c133f95/5973\\_Ihracat\\_Destekleri\\_Hakkinda\\_Karar.pdf](https://ticaret.gov.tr/data/63467b2d13b876368c133f95/5973_Ihracat_Destekleri_Hakkinda_Karar.pdf)
- Rönesans Değişim ve Yönetim Bilimleri Enstitüsü. (2023). *İhracat Destekleri*. [https://rdbe.com.tr/index.php?route=information/information&information\\_id=465](https://rdbe.com.tr/index.php?route=information/information&information_id=465)
- Soylu, C., Demirci, A. (2021). İhracat Teşvik Yöntemleri ve Eximbank Kredilerinin İhracat Üzerindeki Rolü. *Gümrük Ticaret Dergisi*. 8(23). 22-33. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gumrukticaretdergisi/issue/61197/883885>
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2022). *Pazara Giriş Destekleri*. <https://www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/dosyalar/ozet-pazara-giris-belgesi-destegi.pdf>
- Takım, A. vd. (2015). *Dış Ticaret İşlemleri*. (s. 632). Atatürk Üniversitesi.
- Taylan, E., Eren, İ., Sevtap, G.G., Yarkın, A. (2017). Turquality Markalaşma Programı: Gıda İşletmelerinin Profili. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. 54(2). 97-205. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/415583>
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022). *Yeni Nesil Destekler Genel Çerçeve Sunumu ve Eğitim Videosu*. <https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/ihracat-destekleri-sunumlari-ve-egitim-videolari/yeni-nesil-destekler-genel-cerceve-sunumu-ve-egitim-videosu>



- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022). *Pazara Giriş Belgeleri, Ruhsatlandırma ve Kayıt Giderleri Destekleri Semineri*, <https://www.seis.org.tr/cms-uploads/2022/12/Ticaret%20Bakanl%C4%B1g%CC%86%C4%B1%20Pazara%20Giris%CC%A7%20Belgeleri-%20Ruhsatland%C4%B1rma%20ve%20Kay%C4%B1t%20Giderleri%20Destekleri%20Semineri.pdf>
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022). *Yurtdışı Marka Tescil Desteğine İlişkin Genelge*. [https://ticaret.gov.tr/data/63341fab13b8769ec0647ed5/5973M\\_Yurt\\_Disi\\_Marka\\_Tescil.pdf](https://ticaret.gov.tr/data/63341fab13b8769ec0647ed5/5973M_Yurt_Disi_Marka_Tescil.pdf)
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022). *İhracat Destekleri Hakkında Karar Kapsamında Yıllar Bazında Fuar Destek Üst Limitleri*. <https://ticaret.gov.tr/data/5c500e9e13b87628e000a0d0/2023%20Destek%20%C3%9Cst%20Limitleri.pdf>
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2023). *İhracat Destekleri*. Kolay Destek. <https://kolaydestek.gov.tr/destekler/10/43>
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2023). *Yeni Nesil İhracat Destekleri*. Sanayi ve Ticaret Akademisi. <https://akademi.ticaret.gov.tr/Participants/Participants/Detail/1161>
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2022). *Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi (UR-GE) Projesi Desteği*. <https://ticaret.gov.tr/data/5b8dad3113b876125c08b62e/2%20UR-GE%20SUNUM.pdf>
- Türkiye İhracatçılar Meclisi. (2023). *Yeni Nesil İhracat, Tasarım ve Ürün Destekleri*. [https://tim.org.tr/files/downloads/ihracat\\_destekleri/Tasar%C4%B1m%20ve%20%C4%B0hracat%20Destekleri.pdf](https://tim.org.tr/files/downloads/ihracat_destekleri/Tasar%C4%B1m%20ve%20%C4%B0hracat%20Destekleri.pdf)
- Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenler Sendikası. (2022). *Pazara Giriş Belgeleri, Ruhsatlandırma ve Kayıt Giderleri Destekleri Semineri*. <https://www.seis.org.tr/cms-uploads/2022/12/Ticaret%20Bakanl%C4%B1g%CC%86%C4%B1%20Pazara%20Giris%CC%A7%20Belgeleri-%20Ruhsatland%C4%B1rma%20ve%20Kay%C4%B1t%20Giderleri%20Destekleri%20Semineri.pdf>
- Vurdu, S. (2022). İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İhracat Performansına Etkisinin Nedensellik Analizi ile İncelenmesi: Bir Türkquality Örneği. *Working Paper Series Dergisi*. 3(4). 86-94. [Doi: 10.5281/zenoda.7496590](https://doi.org/10.5281/zenoda.7496590)