



International
SOCIAL SCIENCES
STUDIES JOURNAL



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:35
sssjournal.com

pp.2658-2668
ISSN:2587-1587

2019
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 30/03/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 27/05/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 27.05.2019

YEREL EKONOMİK KALKINMADA DEVLETİN KOBİLERE YÖNELİK İHRACAT TEŞVİKLERİNİN ROLÜ: KAYSERİ UYGULAMASI¹

THE ROLE OF EXPORT INCENTIVES OF THE GOVERNMENT FOR SMEs IN LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT: THE IMPLEMENTATION IN KAYSERİ

Prof. Dr. Erdiç TUTAR

Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Niğde/Türkiye

Nihal AKNUR

Bilim Uzmanı, Niğde/Türkiye



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.1507>

Reference : Tutar, E. & Aknur, N. (2019). “Yerel Ekonomik Kalkınmada Devletin Kobilere Yönelik İhracat Teşviklerinin Rolü: Kayseri Uygulaması”, International Social Sciences Studies Journal, 5(35):2658-2668

ÖZ

Son yıllarda sanayileşme sürecinde hem iç hem dış pazarlar için üretim yapan iller, ülke ihracatının geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Kayseri de önemli derecede ihracat yapan illerden biridir. Kayseri’de KOBİ’ler ihracat hacmi olan ancak, bilgi eksikliği, kaynak yetersizliği, rekabet, gümrük kısıtlamaları ve kotalar gibi konularda birçok sorunlarla karşılaşmakta ve bu gibi sorunlar ihracatçı firmaların ihracat başarısını olumsuz etkilemektedir.

Bu çalışmada Kayseri’de faaliyet gösteren KOBİ niteliğindeki firmaların devlet destek ve teşvikleri konusunda bilgi düzeyleri ve yararlanma eğilimleri, karşılaşılan sorunlar öncelikle literatürde yapılmış çalışmalarla irdelenmiş, bir sonraki aşamada ihracatçı firmalarla anket formu çalışılmış, toplanan veriler SPSS programı yardımıyla analiz edilmiştir. Elde edilen veriler bölgesel kalkınma ve Kayseri’nin ihracattaki yerel önemi bakımından değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Kalkınma, İhracat, Kobi, Teşvik

ABSTRACT

In recent years, the cities that have been producing for both domestic and foreign markets in the process of industrialization, play an important role in the development of the country's exports. Kayseri is one of the cities which exports significantly. In Kayseri, SMEs have export volume; however, they face many problems such as lack of information, lack of resources, competition, customs restrictions and quotas, and such problems negatively affect the export success of exporting firms.

In this study, firstly knowledge levels, utilization tendencies and problems encountered about government support and incentives of companies operating as SMEs in Kayseri were examined with the studies carried out in the literature, and then survey form was studied with exporter firms. Collected data were analyzed by means of the SPSS program. The obtained data were evaluated with regard to regional development and local importance of Kayseri in exportation.

Key Words: Regional Development, Exportation, SMEs, Incentive

¹ Bu çalışma “İhracata Yönelik Devlet Destek ve Teşviklerinin Kobi’ler Üzerine Etkisi: Kayseri Örneği” konulu Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi SBE İktisat Anabilim Dalında Yapılan Yüksek Lisans Tezinden Türetilmiştir.

1. GİRİŞ

Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) hemen hemen tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de toplam işgücünün büyük bir kısmını oluşturmaktadırlar. Dolayısıyla KOBİ'lerin büyümelerini sağlamaya yönelik olarak atılacak adımlar öncelikle bölgesel kalkınma ve tüm ekonomi için büyük önem arz etmektedir. KOBİ'lerin öneminin giderek arttığı, büyük ölçekli işletmelere nazaran ekonomik istikrarı sağlamadaki üstünlüğünün fark edildiği dönemi incelemek, KOBİ'leri anlamak açısından sağlıklı olacaktır. Ekonomik büyümede rol oynayan birçok faktör vardır. Bu faktörlerin en önemlisi teşvik politikalarıdır. Devletin gelişiminin teşviklerle önemli olduğu sektörleri desteklemek ve bu sektörlerde gelişme sağlamak suretiyle ülke ekonomisine de olumlu katkılar sağlanmaktadır. İhracata yönelik devlet yardımları, ihracata yönelik ürünlerin üretim veya pazarlama aşamalarını ve küresel pazarda ortaya çıkabilecek zorlukları desteklese de, bu firmaların rekabet gücünü artırmayı hedeflemektedir. Küreselleşen dünya ekonomisinde sert iç piyasa şartlarını da göz önünde bulundurduğumuz zaman bir ülkenin iktisadi başarısı, ekonomik gücü her geçen gün daha da önem taşımaktadır. Güçlü ekonomi güçlü işletmelerden oluşmaktadır. Bu nedenle ekonomide KOBİ'lere daha fazla önem verilmeli ve ihracata teşvik edilmelidir.

Bu çalışma Türkiye de ihracat yapan Kobi niteliğindeki firmalar açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda yerel ekonomilerde KOBİ'lerin rolü, KOBİ'lere yönelik ihracat teşvikleri ve Kayseri ilinde KOBİ'lere devlet teşvikleri çalışmanın içeriğini oluşturmaktadır.

2. YEREL KALKINMADA KOBİLER'İN EKONOMİK ÖNEMİ

Yerel ekonomik kalkınma kesin olarak belirlenmiş bir alanda iş olanakları yaratmak, ekonomiyi canlandırmayı amaçlanarak yerel yönetimler özel sektör ve kentsel gruplar gibi kurumların mevcut kaynakları harekete geçirme kullanma ve yönetme ortaklığı oluşturmaya denir (Kutluay Tutar, 2019: 2). Yerel ekonomik kalkınmanın aktörleri olarak örneğin; teşvikler, Organize Sanayi Bölgeleri, Teknoparklar, Bölgesel Kalkınma Ajansları, Girişimci ve özellikle çalışmada KOBİ'lerin yerele büyük katkıları vardır (Kutluay Tutar, 2019: 3). İhracat, ülke ekonomisinin canlanmasında önemli bir role sahiptir. Bu nedenle, ülkeler ihracatlarını artırmayı hedeflerken ithalatlarını azaltmayı hedeflemektedir (Kaya, 2014: 8). Dahası, ulusal pazardaki kargaşadan ve makro plandaki şirketler için ulusal rekabet ortamından uzak kalmak için ihracata ihtiyaç duyulmaktadır. Bu işleve ek olarak, ülkenin uluslararası ilişkilerini dengelemede ihracatın önemli bir rolü vardır (Sakarya, 2014: 118). Bütün ülkeler aynı dünyayı hem sosyo-ekonomik hem de politik açıdan paylaşırlar. Bunun doğal bir sonucu olarak, birbirleriyle ekonomik, sosyal ve politik ilişkiler kaçınılmaz hale gelir. İhracatta bu ilişkilerin ekonomik boyutlarından sadece birini temsil eder. Ülkeler, nispeten daha yüksek malların üretiminde uzmanlaşmakta ve maliyetleri düşürmek için belirli malların üretim faaliyetlerini farklı ülkelere transfer etmeyi tercih etmektedirler (Eski, 2007: 311). Cumhuriyetin kuruluşundan 1980 yılına kadar geçen sürede Türkiye ekonomisi için net ve süreklilik taşıyan bir ticaret politikasının varlığından söz etmek oldukça zordur. "1923-1928 döneminde, Lozan Antlaşması'nın yükümlülükleri ve 1950-1954 döneminde iktisadi politikanın değişimi, liberal dış ticaret uygulamalarına yol açmıştır. Bu dönemlerin dışında, Cumhuriyet'in kuruluşundan 1980'lere kadar, genel olarak devlet ekonomi politikaları yürürlüğe sokulmuştur" (Hepaktan, 2007: 80).

Serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde, gerek yurt içi gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin sürdürülmesine büyük katkısı olan KOBİ'ler sosyo-ekonomik yapının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır. KOBİ'ler, her ülkede olduğu gibi Türkiye ekonomisinde sayısal olarak üstünlükleri, istihdam hacmi, üretim kapasitesi, bölgesel kalkınmaya katkılarıyla mülkiyetin tabana yayılmasını sağlayarak ekonomik ve sosyal yapının temelini oluşturmaktadırlar (Doğan, 1995: 44). Bu yönleriyle ihracatta da önemli rol oynayabilirler ve ülke ekonomisine büyük ölçüde girdiler sağlayabilirler. Ancak KOBİ'ler esnek dinamik varlıklarıyla yarar sağlayabilecekleri gibi kısıtlı sermaye, modern teknoloji ile rekabet gücü, profesyonel yönetim zayıflığı, pazarlama ve satış sorunları ve ar-ge çalışmalarındaki yetersizlikler nedeniyle bu süreçten ciddi boyutlarda zarar da görebilirler (Yücel, 2004;26). KOBİ'ler talebe göre uygun maliyette ve kalitede ürün

üretebiliyor ve bu ürünleri yurtdışına ihraç edebiliyorsa, yarattıkları katma değer ile hem bölgesel gelişmeye hem de istihdama önemli bir katkıda bulunabilirler. KOSGEB'in ülke genelinde 50.000 firmayı kapsayacak şekilde yaptığı saha çalışmasına göre; ancak firmaların %35'i ihracat yapabilmektedir. KOBİ'lerin bugünkü sosyo ekonomik durumları ve sermaye yapılarıyla AB işletmeleriyle rekabet etmesi de oldukça güçtür. Uluslararası piyasada rekabet gücünü etkileyen belli başlı sorunlar, kalite düşüklüğü, fiyatlamada eksiklikler, döviz kurları, rakipleri tanıyamama, yanlış pazarlama stratejileri, ihracat konusunda nitelikli personel ve bilgi eksikliği, üretim kapasitesi yetersizliği, psikolojik engeller ve dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması gibi sorunlardır (Akgemci, 2001;30). Bu sorunlarla birlikte, KOBİ'lerde geleneksel yönetim tarzı, iletişim sorunları, iç piyasadaki çıkamama ve çabuk sonuç alma beklentileri gibi kişisel özellikler de önemli sorunlar oluşturmaktadır (Alpugan, 1988: 9; Müftüoğlu, 1989: 247). KOBİ'lerin pazar araştırması yapmadan kişisel yöntem ve gözlemler ile uluslararası piyasada rekabet edebilmeleri oldukça zordur. Bu nedenle, ucuz maliyetle yeterli düzeyde kaliteli ürün üretebilme, modern pazarlama tekniklerini kullanabilme, yeterli sermaye, etkin bir yönetim ve organizasyon ile nitelikli eleman ve deneyim sahibi olabilmeleri gerekir (Yücel, 2004, Keskin, Koşan, Ayık, 2009: 284).

Bunların KOBİ'ler tarafından tek başına sağlanması oldukça zordur. Ancak KOBİ'ler üretim, tedarik, pazarlama, finansman, yönetim gibi birçok alanda işbirliğine giderek stratejik etkisinden faydalanabilir ve bu sayede birçok avantaj sağlayabilirler (Müftüoğlu, 1989: 297). Bu işbirliği sonucu KOBİ'lerin, teknolojik olarak ilerleme, pazarlama teknikleri konusunda uzmanlaşma, ürün kalitesini artırma, nakliye navlun harcamalarında azalma, bilgi birikimlerini artırma kalifiye olma, yönetim üstünlüğü kazanma gibi avantajlar sağlayarak dünya pazarlarına daha kolay girebilecekleri düşünülmektedir. Bunun sonucunda ekonomiye dinamizm kazandırmaları, yeni iş imkânları ve istihdam yaratmaları ve bölgesel kalkınmayı güçlendirerek dengeli büyüme ve kalkınmayı sağlamaları açısından kalkınmada önemli roller üstlenebilirler. Bu durum 9. Kalkınma Planında ele alınarak, bölgesel gelişme planlarının; yerel dinamikleri ve içsel potansiyelleri harekete geçirmeye yönelik strateji ve öncelikleri belirleyen esnek, dinamik, katılımcı ve uygulanabilir nitelikte hazırlanacağı ifade edilmiş, kalkınma ajanslarıyla işbirliği içinde tüm bölgelerin gelişme stratejileri ve planlarının tamamlanacağı ve yeterli finansmanla destekleneceği belirtilmiştir. Bu kapsamda KOBİ'lerde; ihtiyaç duyulan nitelikli işgücünün yetiştirilmesine, finansman kaynaklarının, banka kredilerinin genişletilmesi ve araçlarının çeşitlendirilmesine, piyasaya ve teknolojiye erişimin kolaylaştırılmasına özel önem verileceği vurgulanmıştır (DPT, 2006). Ülkemizdeki ve AB'deki KOBİ'lerin yarattıkları katma değer, ihracat oranları ve teknoloji kullanım düzeyleri karşılaştırıldığında, KOBİ'lerin bugünkü mali durumları ve sermaye yapılarıyla AB işletmeleriyle rekabet etmesi oldukça zordur. Bu nedenle, küresel pazarlarda rekabet eden KOBİ'lerin, ürün geliştirme, ürün tasarımı, teknoloji, üretim ve yatırım planlaması gibi ürün ve üretim altyapısına yönelik teşvik ve destekler hakkında, modernizasyon-yenileme, standartlar ve ölçek ekonomileri gibi teknik bilgiler yanında rakiplerin durumu, talep ve pazarlama faaliyetleri gibi pazarlama destekleri hakkında ayrıca, oto-finance, dış finansman, leasing, factoring, risk sermayesi ve krediler gibi ihracatta finansman destekleri hakkında bilgi almalı, önemini farkında olmaları gereklidir. Bu noktada 1990'lardan itibaren KOBİ'lerden faydalanmak için geliştirilen Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) modeli, araç olarak kullanılabilir. SDŞ, KOBİ'lerin ihracat yapabilme şanslarını artırmak amacıyla oluşturulan ihracat organizasyonudur. Bu şirketler aynı üretim alanında faaliyette bulunan KOBİ'lerin bir organizasyon altında toplanarak uluslararası pazarlara yönlendirilmeleri amacıyla ihracatta uzmanlaşmalarını ve daha etkin faaliyet göstermelerini sağlamayı amaçlayan şirketlerdir (Gövdere,1999, Keskin, Koşan, Ayık, 2009 : 285). SDŞ'leri KOBİ'lerin temel sorunlarından başka, pazar bulma, yurt içi yurt dışı sergi, organizasyon ve fuarlara katılma, reklam ve tanıtım faaliyetlerini düzenleme, dış pazarlar hakkında bilgi sağlama ve teşviklerden faydalanarak ucuz girdi elde etme ve Ar-Ge çalışmaları gerçekleştirme gibi önemli hizmetlerde de yardımcı olmaktadır.

3. KOBİLERE YÖNELİK İHRACAT DESTEKLERİ

Genel olarak, tüm dünyada KOBİ'leri desteklemek ve güçlendirmek ve bu tür işletmeleri ihracata yönlendirmek, ekonomi politikalarının ana hedefleri arasındadır. KOBİ'lerin en önemli avantajı esnek üretim yapılarıdır. Öte yandan, KOBİ'lere sağlanan destek, genel olarak uluslararası ticaret kurallarının ihlali anlamına gelmemektedir (Akkuzugil ve Demir, 2003: 26). Türkiye'de KOBİ'lerin karşı karşıya olduğu temel sorunların giderilmesi amacıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından İhracata Yönelik Devlet Yardımları kapsamında sağlanan başlıca destek unsurları amaçları açısından üç gruba ayrılmaktadır. (Demir, 2003: 305)

- ✓ İşletmelerin üretim altyapısı ve ürün kalitesini hedefleyen destekler,
- ✓ Firmaları ihracat faaliyetlerine yöneltmeyi hedefleyen destekler,
- ✓ Doğrudan pazarlama, pazarda derinleşme ve markalaşma faaliyetlerini hedefleyen destekler.

3.1. İşletmelerin Üretim Altyapısı ve Ürün Kalitesini Hedefleyen Destekler

Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) Yardımı: Ar-Ge desteğiyle, işletmelerin araştırma ve geliştirme projeleri kapsamındaki giderlerinin belirli bir oranını sağlamak veya bu projelere sermaye desteği sağlamak amaçlanmaktadır (Uysal, 2005: 90). Ar-Ge'yi teşvik etmenin amacı, ticari değeri olan yeni ürünler yaratmak ya da mevcut ürünlerin rekabet gücünü arttırmak veya bir projeyi hayata geçiren bir sanayi kuruluşunu desteklemek için Fonu Destekleme ve Stabilize etmek amacıyla, Ar-Ge projelerini desteklemektir. Yardım almak için kullanılacak kurumlar aşağıdadır. TÜBİTAK ve TTGV'dir (Kemer, 2003: 92). Destek kapsamındaki Ar-Ge faaliyetleri şunlardır:

- ✓ Konsept geliştirme,
- ✓ Teknolojik / teknik ve ekonomik fizibilite çalışması,
- ✓ Geliştirilmiş konseptten tasarıma geçişte laboratuvar çalışmaları,
- ✓ Prototip üretimi,
- ✓ Tasarım ve çizim çalışmaları,
- ✓ Bir pilot tesisin kurulması,
- ✓ Deneme üretimi
- ✓ Patent ve lisans çalışmaları,
- ✓ Satış sonrası faaliyetlerde ürün tasarımı ile ilgili problemlerin çözümü.

Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi: DTM İhracat Genel Müdürlüğü'ne bağlı teşvik dairesi tarafından yapılan Çevre Koruma Yardımları'nın amacı ürünlerimizin uluslararası pazarlarda karşılaştıkları çevre, kalite ve insan sağlığı gibi tarife dışı (teknik) engellere yönelik belgelendirme harcamalarının desteklenmesidir (İTO, 2005: 132). Uluslararası pazarda KOBİ'lerin rekabet gücünü arttırmak ve insan sağlığına ilişkin çevre, kalite ve teknik mevzuatlara uyum sağlamak için ISO 9000 serisi, ISO 14000, CE işaretlemesi ve diğer kalite ve çevre sertifikalarının edinilmesine destek sağlanması hedeflenmektedir (Baykal, 2000: 17).

Eğitim Yardımı: Eğitim destekleri üçe ayrılmaktadır. Bunlardan ilki genel eğitim programlarıdır. Kalkınma Öncelikli Yörelere (KÖY) %100, normal yörelerde %90 ve gelişmiş yörelerde %80 oranında verilen bu destekler geri ödemesizdir. Altı saate kadar olan eğitim programlarının destekleme oranı tüm yörelerde %100'dür. İkinci olarak genel girişimcilik eğitim programları ile genç girişimci geliştirme programları desteği geri ödemesiz olarak giderlerin tamamı KOSGEB tarafından karşılanmaktadır. Son olarak özel eğitim desteğinde üst limit 6.000 TL olup kalkınma öncelikli yörelerde %80, normal yörelerde % 70 ve gelişmiş yörelerde %60 oranında olup geri ödemesizdir (Durman ve Önder, 2007: 35).

İstihdam Yardımı: Bu yardımın amacı, KOSGEB ve işletmeler veya işletmecilerle işbirliği içinde yürütülen ulusal ve uluslararası projelere nitelikli personel teminini desteklemek ve işletmelerin teknoloji seviyesini yükseltmek, ürün kalitesini ve yeni ürünleri geliştirmek, verimliliği artırmak ve iç ve dış pazarların rekabet gücünü artırmaktır (Durman ve Önder, 2007: 104). KOSGEB ve DTM'nin uygulamacı kuruluş olduğu istihdam yardımında, 1 adet yönetici maksimum 18.000 Dolara kadar ve bir yıllık maaşının %75 oranında, 2 adet eleman maksimum 9.000 Dolara kadar ve bir yıllık maaşlarının %75'i oranında desteklenmektedir.

Sınâî Mülkiyet Hakları Desteği: Bu desteğin amacı, yeni ürün ve süreçlerin gelişimini sağlayan teknoloji yoğun inovasyonudur. Bu, Türkiye'de yerleşik gerçek kişi tarafından yapılan araştırmaların sonucu olarak; tescil, buluş patenti veya hizmet belgesi verilmesi, endüstriyel tasarım desteği, endüstriyel tasarım tescili sırasında yapılan harcamalardan bazılarıdır (DTM, 2009). Destek unsurları ve üst limitleri şu şekildedir:

- ✓ Patent belgesi desteği; üst limit 6.000 TL olup Türk Patent Enstitüsü'nden alınacak olan patent belgesi desteklenmektedir.
- ✓ Faydalı model belgesi ve endüstriyel tasarım tescil belgesi desteği üst limiti üst limiti 6.000 TL'dir
- ✓ Entegre devre topografya tescil belgesi desteğinin üst limiti 6.000 TL'dir. Belgenin yurtdışından alınması halinde üst limit 10.000 TL'dir (Durman ve Önder, 2007: 56).

3.2. Firmaları İhracat Faaliyetlerine Yönelmeyi Hedefleyen Destekler

Pazar Araştırması ve Pazarlama Desteği: Bu yardımdan yararlanan firmalar o an için ihracat yapıyor olsun ya da olmasın, KOBİ, SDTŞ tanımına giren firmalar ve üretici dernekleridir, uygulamacı kurumlar ise İGEME, İKV ve DTM'dir. Bu kapsamda KOBİ'lerin, SDŞ'lerin ve üretici derneklerin kendi bünyelerinde yapacakları ya da yaptıracakları projelere destek sağlanır (DPT, 2004: 182).

Yurtdışı Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi: Yurtdışında düzenlenen fuar ve sergilere yurtdışı fuar ve katılım fuarlarına katılım, Türkiye organizasyonu adına şirket organizatörleri adına örgütlere katılımın olduğu alanlarda söz konusudur. Yurt dışı fuarlarda fuarlara katılan firmaların katılımı, bireysel katılım ücreti, ilke ve tarifeler çerçevesinde gerekli destekler sağlanmaktadır (Boz, 2005: 120).

Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi: Uluslararası ihtisas fuarlarının dış tanıtımının sağlanması ve katılımın uluslararası düzeyde artırılması amacıyla sağlanan yardımdır. Bu çerçevede, fuar öncesi ve fuar süresince DTM tarafından belirlenecek kriterlere uygun olarak yerli organizatörlerin gerçekleştireceği promosyon ve tanıtım faaliyetleri ile ilgili giderlerin bir kısmı Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu kapsamındadır (Baykal, 2000: 16).

3.3. Doğrudan Pazarlama, Pazarda Derinleşme ve Markalaşma Faaliyetlerinin Desteklenmesini Hedefleyen Destekler

Yurtdışı Ofis/Mağaza Açma ve Marka Tanıtım Yardımı: Bu destekten faydalanmak için başvurulacak kurum İhracatçı Birlikleri olup, Türkiye'de yerleşik tüm firmalar başvurabilir. Yurtdışında onay mercii Ticaret Müsteşarlığı, Ataşelik veya Konsolosluklardır (Baykal, 2000: 19). Yurtdışı Ofis/Mağaza Açma ve Marka Tanıtım Yardımı, Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi, Depoların Desteklenmesi, Ofis ve Showroomların Desteklenmesi Mağazaların Desteklenmesi şeklinde dört ayrı kısma ayrılmıştır. Bu yardımlar her bir destek için farklı tutarlarda olmakla birlikte %50 oranında desteklenmektedir (TPE, <http://www.tpe.gov.tr/tpe/duyurular/teblig.htm>, E.T. 23.05.2017).

Yurtdışı Marka Tescil Faaliyetlerinin Desteklenmesi: DTSS, SDŞ ve firmaların yerli marka tescili sertifikaları yurt dışında %50 ve yıllık azami 20.000 Dolar olmak üzere yurt dışında kayıt ve koruma ile desteklenmektedir. DTSS, SDŞ ve şirketler, her ünite için azami üç yıl boyunca kira

ve/veya servis giderlerinden yararlanacaklardır. Firmalar yurt dışında 15 adete kadar 7, DTSS ve SDS'ye kadar desteklenmektedir (DTM, www.dtm.gov.tr, E.T. 23.05.2017).

Türk Ürünlerinin Yurtdışında Tanıtılması, Tutundurulması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ile Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Yardımı: Bu destek, İhracatçıları Birliği, Üreticiler Birliği, Üretici Derneği, ticaret ve işletmelerin Türk modasının endüstriyel faaliyeti ile ilgili faaliyetlerini yurtdışında pazarlamasında markalaştırarak tasarımlarını gerçekleştiren TÜRKSİYON mağazasının gerçekleştirdiği faaliyetlerle ilgili giderlerini ve desteklerini gerçekleştirir. Operasyon ve İstikrar Fonu ile ilgili uluslararası harcamalar kuralları ile Türkiye'nin karşılanması amaçlanmaktadır (Arzova, 2006: 370).

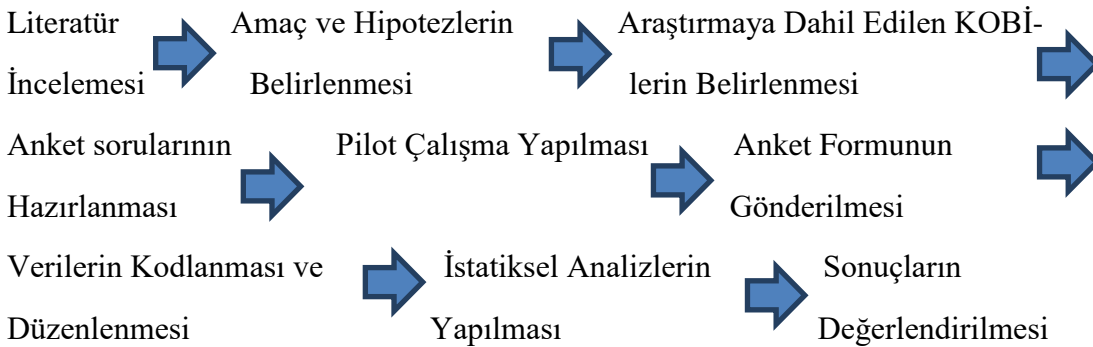
4. DEVLETİN KOBİLERE YÖNELİK İHRACAT TEŞVİKLERİ: KAYSERİ ÖRNEĞİ

4.1. Amaç, Kapsam ve Yöntem

Yerel istihdam ve bölgesel kalkınma için bu derece önemli olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat konusunda karşılaştıkları sorunların belirlenmesi, ihracat konusundaki devlet tarafından sağlanan devlet destekleri hakkındaki bilgilerinin ve bu desteklerden yararlanma sıklıklarının ortaya konması amaçlanmıştır. Kayseri'de KOBİ niteliğindeki firmaların ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinden yararlanma düzeylerini ölçmek amaçlanmıştır. Firmaların ihracat yapıp yapmadıkları, ihracata yönelten sebepler, yararlandıkları teşvik ve destekler, ihracatta karşılaştıkları sorunları tespit etmeye yönelik anket soruları hazırlanmış, elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Bu araştırma;

- ✓ Yalnızca Kayseri ilinde ve Kayseri Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı ihracatçı KOBİ'ler üzerinde uygulanmış olmasıyla,
- ✓ Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarıyla,
- ✓ Verilerin analizinde kullanılan istatistiki yöntemlerle,
- ✓ Ocak 2018-Temmuz 2018 döneminde gerçekleştirilmiş olmasıyla sınırlıdır.

Araştırmada yöntem olarak firmaların seçimi, anketlerin hazırlanması ve gönderilmesi, anketlerin kodlanması ve verilerin analizi SPSS programı ile ele alınacaktır. Araştırmada izlenen yol aşağıdaki gibidir.



Anket, veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Araştırmanın amaçlarına ulaşmak için hazırlanan ankette yer alan soruları tanımlamak için ilgili literatür ve bu konuda yapılan çalışmalar dikkate alınmıştır. Anketler KOBİ yöneticileriyle bire bir görüşülerek uygulanmıştır. Yeterli seviyede cevap alınabilen 41 anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Anket soruları konu ile ilgili literatür bilgileri ve yapılan araştırmalardan yararlanılarak iki bölüm olarak hazırlanmıştır. Birinci bölümde işletme ve yöneticilerle ilgili bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde KOBİ'lerin ihracat sorunları ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Sorular sıralama ölçeğine göre hazırlanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 11.5 istatistik paket programı kullanılarak değerlendirilmiş, verilere frekans dağılımı uygulandıktan sonra oluşan istatistiki sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırmada veriler toplandıktan sonra bilgisayara aktarılmıştır. Veriler istatistiki program kullanılarak analiz edilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma ile hesaplanmıştır.

4.1.1.KOBİler'in İhracat destekleri ile İlgili Hipotezlerin Test sonuçları

Kayseri'de ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin firmalar üzerinde ki etkileri nelerdir?

H1: İhracata yönelik devlet destek ve teşvikleri ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında bir bağlantı var mıdır?

H2: İhracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin ihracata katkısı arasında bir bağlantı var mıdır?

Hipotez (H1)'e İlişkin Bulgular ve Yorumlar

İhracata yönelik devlet destek ve teşvikleri ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında bir bağlantı bulunup bulunmadığını inceleyeceğiz.

Bir bağlantının olup olmadığını görmek için öncelikle ölçeklerimizi ortalamaya ayırmamız gerekir. Daha sonra, hipotez oluşturulmuş ve karşılaştırma testlerimizden biri olan Eşleştirilmiş örneklem T testi uygulanmıştır ve aşağıda Tablo 1'de belirtilmiştir.

H0: İhracata yönelik devlet destek ve teşvikleri ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında bir bağlantı vardır.

H1: İhracata yönelik devlet destek ve teşvikleri ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında bir bağlantı yoktur.

Tablo.1

Eşleştirilmiş Örnekler Testi								
	Ortalama	N	Standart Sapma	Standart Sapma Ortalaması				
İhracatta karşılaşılan sorun ortalamaları	3,0000	41	,00000	,00000				
İhracata yönelik devlet destek ve teşvik ortalaması	2,5366	41	,42412	,06624				
	Eşleştirilmiş farklar				t	df	Sig. (2-tailed)	
	Ortalama	Standart Sapma	Standart Sapma Ortalaması	Farkın % 95 güven aralıkları				
				Alt				Üst
İhracatta karşılaşılan sorun ortalamaları-İhracata yönelik devlet destek ve teşvik ortalaması	,46341	,42412	,06624	,32955	,59728	6,996	40	,000

Sonuçlara bakıldığında sig (2-tailed) değerinin anlamlılık düzeyimiz olan 0,05'ten küçük olduğunu görülmektedir. Bu sonuçla beraber ihracata yönelik devlet destek ve teşvikleri ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık söz konusu olup bu farklılığın ortalamalara bakıldığında ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerin yeteri kadar olmadığı ve ihracata yönelik yapılan teşviklerde ise firmalara sorunlar oluşturduğu yönündedir. H0 hipotezi kabul, H1 hipotezi reddedilir.

Hipotez (H2)'ye İlişkin Bulgular ve Yorumlar

İhracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin ihracata katkısı arasında bir bağlantı bulunup bulunmadığını inceleyeceğiz. Bir bağlantı olup olmadığını anlamak için ilk önce ağırlıkların ortalaması alınmıştır. Daha sonra hipotezler oluşturulup ve karşılaştırmalı testlerimizden biri olan ANOVA testi uygulanmıştır. Uygulamanın sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

H0: İhracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin ihracata katkısı arasında bir bağlantı vardır.

H1: İhracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin ihracata katkısı arasında bir bağlantı yoktur.

Tablo.2

Niteleyicileri								
İhracata yönelik devlet destek ve teşvik ortalaması								
	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata	Ortalamalar İçin % 95 Güven Aralığı		Minimum	Maksimum
					Alt Sınır	Üst Sınır		
Olumlu	14	2,3810	,49969	,13355	2,0924	2,6695	1,50	3,00
Etkilemiyor	14	2,7381	,28280	,07558	2,5748	2,9014	2,33	3,00
Katkısı düşük	13	2,4872	,40518	,11238	2,2423	2,7320	1,83	3,00
Total	41	2,5366	,42412	,06624	2,4027	2,6705	1,50	3,00
Varyansların Homojenliğinin Testi								
İhracata yönelik devlet destek ve teşvik ortalaması								
Levene Statistic			df1		df2		Sig.	
3,664			2		38		,035	
ANOVA								
İhracata yönelik devlet destek ve teşvik ortalaması								
	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig.			
Gruplar Arasında	,939	2	,470	2,853	,070			
Grup İçinde	6,256	38	,165					
Toplam	7,195	40						

İkinci tablomuzu ele aldığımız zaman, tabloda bulunan sig değerinin 0,35 olduğunu görmekteyiz. Bu elde ettiğimiz sig değerinin, anlamlılık düzeyi olan 0,05'ten küçük olduğunu gösterir. Sig değerimizin anlamlılık düzeyimizden küçük olması karşılaştırmış olduğumuz Kayseri'de ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin ihracata katkısı arasında bir bağlantı ve önem derecesi ortalamalarının bize homojen dağılmadığını göstermektedir. Son olarak en son ANOVA tablomuzu incelediğimizde, gruplar arasında ve gruplar içinde ki kareler toplamı, ortalamalar toplamı, f değerimiz ve sig değerimiz olduğunu görmekteyiz. Burada bizi ilgilendiren değer sig değeridir. Sig değerine baktığımızda, sig değerimizin 0,070 olduğunu görüp 0,05 anlamlılık düzeyimizden büyük olduğu gözleniyor. Bu sonuç bize H1 hipotezinin kabulü H0 hipotezinin ise reddi anlamına gelir. Kayseri'de İhracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin ihracata katkısı arasında bir bağlantısı olmadığını göstermektedir. Bu bilgilere ek olarak şunu belirtmemizde fayda vardır, post hoc analizine başvurmamamızın sebebi varyanslarımızın homojen olması ve araştırılan iki ortalama arasında bir farklılığın gözlenmemesinden kaynaklandığıdır.

5. SONUÇ

Dünya pazarında ihracat için ülkeler arasında çok büyük bir rekabet bulunmaktadır. Bir ülkenin bu pazarda yer alabilmesi için iyi bir devlet politikası ve destek programları belirlemelidir. İhracat desteklerinin ana özelliği, işletmeler için ihracatın cazip hale getirilmesidir. Son yıllarda, birçok ülkeye ihracat odaklı politikalar uygulanmaktadır. Bir ülkede ihracatın gelişmesi, ekonominin iç pazar durumuna ve ihracat yapısına bağlıdır. İhracat fazlasının ülke ekonomisi üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri vardır. Doğrudan etkiler olarak, ülkeye döviz girişi artacak ve döviz rezervleri artacaktır. Yine, iç pazarda üretimdeki artış ve buna bağlı olarak işsizliğin azalması. Dolaylı olarak, milli gelir artışı, ülkenin refahı ve dış ticaret açıklarının kapanmasına olumlu katkıda bulunur. Ülkemizde ekonomideki durgunluk ve iç piyasadaki dalgalanmaların önüne geçmek, yeni istihdam yaratmak, üretime ve üreticiye destek vermek, makro ekonomik hedefleri belirlemek amacıyla ihracata yönelik teşvik ve desteklere önem verilmektedir. Ülkemizde Sert rekabet koşulları olan iç piyasa yerine, dünya piyasasını özendirici destek ve teşviklere yer vermektedir. Çalışma Kobilerin ihracata algı düzeyleri bakımından önem taşımaktadır. Yapılan araştırmada

Kobilerin İhracat teşvik ve destekleri hakkında bilgi düzeyleri, kullanma sıklıkları ve karşılaştıkları sorunlar ile teşvikler arasında bağlantı olup olmadığı ölçülmüştür.

Kayseri Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı ihracatçı 41 KOBİ üzerinde yapılmış ve işletmelerin %43,9'u büyüyen ihracatçı firmalar, %36,6'sı kısmen ihracat yapan firmalar ve %19,5'i düzenli ihracatçı firmalar oldukları saptanmıştır. Kayseri'de ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin firmalar üzerindeki görüşlerini belirlemek amacı ile yapılan anket çalışmasına katılan bireylerin çoğunluğunun kimyasal plastik ürünler ve mobilya ve orman ürünleri üzerine sektörde faaliyet gösteren firma çalışanlarıdır. Kayseri'de ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin firmalar üzerinde ki görüşlerini belirlemek amacı ile yapılan anket çalışmasına katılan bireylerin çalıştıkları firmalarda büyük bir çoğunluğu 50 ile 250 kişi arasında çalışanları oldukları belirtilmiştir. Araştırma bulguları incelendiğinde firmaların ihracat teşvikleri konusunda danışman kuruluşlardan destek alma oranlarının yüksek (%73,2) olduğu bulunmuştur. Buradan hareketle firmaların ihracatın öneminin farkında olduğu ve bu farkındalığa yönelik hamleler yaptığı yorumu yapılabilir. Firmalar en çok %26,1 ile KOSGEB'den destek almaktadır. KOSGEB'in firma destekleri konusunda diğer kurum ve kuruluşlara oranla daha çok imkân ve firmalara daha çok kolaylık sağladığı düşünülebilir. Katılımcı firmaların ihracat teşviklerinden yararlanma durumları incelendiğinde firmaların bir kısmı (%36,6) ihracat teşviklerinden yararlanmadığını ve teşviklerden yeteri kadar haberdar olmadıklarını (%33,3) belirtmiştir. Bu hususta ihracat teşviklerinde bulunan kurum ve kuruluşların teşviklerin duyurulması yönünde daha fazla çalışma yapması, firmalar tarafından bilinirlik ve farkındalık çalışmaları yapması gerektiği sonucu çıkarılabilir. Devlet destek kuruluşlarının ihracat destekleri ile ilgili daha çok bilgi broşür dağıtması, eğitim ve organizasyonların yapılması, danışmanlık ücretlerinin devlet tarafından kısmi bile olsa desteklenmesi aynı zamanda bir KOBİ için ihracatın önemi hakkında bilgi verilmesi, ihracat kapasitesini artıracaktır. Kayseri'de ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerinin firmalar üzerinde ki görüşlerini belirlemek amacı ile yapılan anket çalışmasına katılan firmaların ihracat desteklerinden yararlanmama nedenlerini ise mevzuatın karmaşık ve prosedür işlemlerinin uzun olmasına bağlamışlardır. Mevzuatı anlaşılır ve sade tutmak firmaların konu hakkında daha bilinçli hale gelmesini ve devlet destek ve teşviklerden daha çok yararlanmasına katkı sağlayacaktır.

İhracata yönelik devlet destek ve teşvikleri ile ihracatta karşılaşılan sorunlar arasında anlamlı bir farklılık söz konusu olup bu farklılığın ortalamalara bakıldığında ihracata yönelik devlet destek ve teşviklerin yeteri kadar olmadığı ve ihracata yönelik yapılan teşviklerde ise firmalara sorunlar oluşturduğu yönündedir. Bunun en büyük nedenlerinden biri de devlet destek ve teşvik mevzuatının karmaşık bir yapıya sahip olmasından kaynaklandığıdır. Destek kuruluşlarının tek bir kuruluş altında toplanması firmalar için teşviklerden daha kolay yararlanmalarını sağlayacaktır. Firmaların ihracatta karşılaştığı sorunlar incelendiğinde, en önemli sorun olarak "rekabetçi olmayan döviz kuru" görülmektedir. Devlet ve özel bankalar, kuruluşlar ihracata destek olma yönünde firmalarla döviz kurları ile anlaşmalar sağlayabilir, firmaların ihracatta karşılaştıkları sorunu azaltabilir. Firmalar genel olarak İhracat Teşvik Araçlarını faydalı bulduklarını belirtmiştir. Bir kısım araçların daha çok kitleye duyurulması yönünde çalışma yapılabilir. Firmaların en yaygın kullandığı ihracat teşvik araçları incelendiğinde en çok fuarlar (%20), ihracat seminerleri (%15,8), ticaret misyonları (%14,7) olarak bulunmuş diğer teşvik araçları konusunda yaygınlaştırılma yapılmalıdır. Firmaların ihracatın artırılması konusunda karşılaştıkları engeller incelendiğinde, en önemli engel olarak "pazar bilgilerinin eksikliği ve yüksek risk" saptanmıştır. Bu engelin aşılması açısından ulusal ve uluslararası ihracat zirveleri, bilgi paylaşımlarını artırıcı organizasyonlar düzenlenebilir. Devlet destek kuruluşları markalaşmanın ve kalitenin önemi, uluslararası piyasadaki yeri hakkında daha çok bilgi vermeli, Türk ürünlerinin yurt dışında tanıtılması, tutundurulması ve Türk malı imajının yerleştirilmesi ile marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi yardımı ile ilgili bilgi vermelidir. Pazar araştırması yapmak ihracat kapasitesini artırmaya yönelik en çok tercih edilen desteklerden olmasının en belirgin sebebi yurt içi ve yurt dışı fuar desteğinin en bilinen ve en çok tercih edilen destek olmasıdır. Birçok KOBİ'nin küreselleşen ekonomi sayesinde dünyanın neresinde olursa olsun tüm fuarlardan haberdar olması

ve katılım sağlayabilmesi ihracat için ve ülke ekonomisi için çok avantaj sağlamaktadır. Devlet destek kuruluşları firmaların ihracatlarının artırılmasına yönelik uluslararası piyasada rekabet edebilmeleri için öncelikle işletmelerin üretim altyapısını ve ürün kalitesini hedefleyen desteklere önem vermelidir. Firmaları ihracat faaliyetlerine yöneltmeyi hedefleyen destekler hakkında bilgilendirmelidirler. İşletmelere 4p stratejileri için danışmanlık desteği vermeli, doğrudan pazarlama, pazarda derinleşme faaliyetlerini destekleyen yurtdışında ofis açma, marka tanıtım desteğine yönlendirmeliler. Ülkemizde, küçük girişimcileri (KOBİ'ler) yatırımları ve ihracatı artırmaya, istihdamı artırmaya ve işsizliği azaltmaya ve ekonomik krizlere karşı dirençli bir ekonomiye sahip olmaya teşvik edecek politikaları izlemek gerekmektedir. KOBİ'lerin desteği ile ekonomik büyüme ve verimlilik artışlarına katkısı artacaktır. Esnek yapıları sayesinde ekonomik krizlere karşı direnç oluşacaktır. Ekonomide, girişimci ruh ve ekonomik dinamizm canlı tutulacak; serbest bırakılacak, teknoloji kullanımı ve yenilikler artacaktır.

KAYNAKÇA

Akgemci, Tahir (2001;30), KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, KOSGEB.

Akkuzugil, Yüksel ve Demir, Musa (2003), İhracata yönelik devlet yardımlarının analizi ve değerlendirilmesi, Sayı 27.

Alpugan, Oktay (1988), Küçük İşletmeler: Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi, KTÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yayın No: 125 (3), Trabzon, KTÜ Basımevi.

Arzova, Burak (2006), İhracat Hakkında Herşey, İstanbul, Türkmen Kitapevi.

Baykal, Cevdet (2000), "KOBİ'lerde Yapısal Düzenlemeler, Gümrük Birliği Sürecinde KOBİ'ler, Seminer Notları" İstanbul: Türkiye Avrupa Birliği Derneği İstanbul Şubesi, Yayın No 6.

Boz, Zeynep (2005), Türkiye'de KOBİ'lerin İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar ve Öneriler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğan, Muammer (1995), İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, (Genişletilmiş 2. Baskı), İzmir, Anadolu Matbaacılık.

DTM, İhracat Politikası Araçları. www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/DisTicaretDegerlendirmeDb/III-5.doc, (10.05.2017)

DTM, www.dtm.gov.tr, 23.05.2017.

DPT (2006), Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007–2013), 1 Temmuz Cumartesi, Mükerrer Resmî Gazete, Sayı: 26215.

Durman, Mustafa ve Önder, Hüseyin (2007), Ekonominin Minik Devi KOBİ'ler ve KOSGEB Teşvikleri, İstanbul, Alfa Aktüel Yayınları.

DPT (2000), Uzun Vadeli Strateji Ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), DPT Yayınları, Ankara.

Eski, Hasan (2007), Ekonominin Temel İlkeleri, Ankara. Gazi Kitabevi.

Gövdere, Bekir. (1999), Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma, Ticaret Dergisi, (4)/12.

Hepaktan, E. (2007), Türkiye'nin Dış Ticaretinin Gelir Yönlü Analizi. Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret Politikaları.

İTO (2005), KOBİ'lere Yönelik Destekler Semineri, İstanbul, İTO Yayınları No: 2005/24.

Kaya, Ferudun (2014), İthalat ve İhracat İşlemleri, http://archive.ismmmo.org.tr/docs/yayinlar/MevzuatSerisi/Mevzuat10/002_bolum_1_ve_2.pdf (25.11.2014).

Kemer, Osman Barbaros (2003), Bir Dış Ticaret Politika Aracı Olarak İhracat Teşvikleri Teori-Uygulama, İstanbul, Alfa Yayınları.

Keskin, Gülümser – Koşan, A. Kadir – Ayık, Y. Ziya (2009), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13/(2).(syf 284-285)

Kurtuluş, Kemal (1989), İşletmelerde Araştırma Yöntem Bilimi, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi.

Kutluay Tutar, Filiz (2019), Yerel ekonomilerin yoksullukla mücadelesinde Sosyal yardımlaşma dayanışma Vakıflarının Rolü: Niğde Örneği, Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science, Yıl: 6, Sayı: 33, Ocak 2019.

Müftüoğlu, M. Tamer. (1989), Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Sorunlar Öneriler, Ankara, AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi.

Sakarya, Şakir (2017), İhracat Yapan İşletmelerin Finansman Kaynaklarının Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, [http://journal.mufad.org.tr/ attachments/article/231/10.pdf](http://journal.mufad.org.tr/attachments/article/231/10.pdf), (25.11.2017).

TPE,<http://www.tpe.gov.tr/tpe/duyurular/Tebliğ.htm>, 23.05.2017.

Uysal, Taylan (2005), Avrupa Birliği ve Türkiye’de Devlet Yardımları, İstanbul: İKV Yayınları No: 187.

Yücel, Hayrettin. (2004), Uluslararası Pazarlara Açılmada Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rolü, İGEME, (8); syf 26, (www.igeme.org.tr). (<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/9283>)