

AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE'DE İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI^{*,**}

EXPORT PROMOTIONS IN EUROPEAN UNION AND TURKEY

Emrullah METE^{***}
Haydar AKYAZI^{****}

Öz:

Piyasa ekonomisi kurallarını benimseyen AB'de devlet yardımları, yatırımları teşvik etme ve ihracatı geliştirme gibi birçok amaca yönelik olarak uygulanmaktadır. Ana teması; "akıllı büyüme", "sürdürülebilir büyüme" ve "kapsamlı büyüme" biçiminde 2020 Stratejisini belirleyen AB; bölgesel, sektörel ve yatay yardımların yanında işletmelerin ihracat potansiyellerini arttırmaya yönelik proje tabanlı destekler de geliştirmektedir. İhracatın desteklenme amacı, üye ülkelerin dünyadaki ticaret paylarını koruyabilmelerine ve arttırmalarına katkı sağlamaktır. Türkiye'de merkezi bir yapı kapsamında yatırım ve ihracat alanlarına göre sınıflandırılan devlet yardımlarının amaçları kalkınma plan ve hedeflerini gerçekleştirmek, bölgelerarası dengesizlikleri gidermek, sermayeyi tabana yaymak, istihdam yaratmak, katma değeri yüksek ileri teknolojileri kullanmak, KOBİ'leri desteklemek ve Türk firmalarının uluslararası alanda rekabet gücünü artırmaktır. Bu çalışmada, Avrupa Birliği ve Türkiye'de ihracata yönelik devlet yardımları çeşitleri açıklanmış ve 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında uygulanan yardımların etkinliği tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İhracat Teşvikleri, İhracat Performansı, Devlet Yardımları.

Abstract:

State aid in the European Union (EU) which adopted market economy has many objectives such as stimulation of investments and export development. Besides promoting Europe 2020 Strategy of which the main themes are "smart growth", "sustainable growth" and "inclusive growth", Europe also develops project-based supports to increase export potentials of enterprises along with regional, sectoral and horizontal aids. With export support, it is aimed to help member countries keep and increase their market share in world trade. Classified under investment and export within the context of a central structure in Turkey, state aid aims to realize development plans and objectives, eliminate regional discrepancies, spread the capital towards the bottom, create employment, use value-added advanced technologies, support Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) and increase the competitiveness of Turkish firms in international arena. In this study, explained the export promotions types in EU and Turkey and argued the efficiency of export promotions within the scope of 2023 Turkey Export Strategy and Action Plan.

Keywords: Export Promotions, Export Performance, State Aid.

* Makale Gönderim Tarihi: 13.01.2017
Makale Kabul Tarihi: 27.03.2017

** Bu çalışma, Prof. Dr. Haydar AKYAZI danışmanlığında Emrullah METE (2015) tarafından hazırlanan ve Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde kabul edilen "Avrupa Birliği ve Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İhracat Performansına Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz" başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

*** Dr., Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği Genel Sekreterliği Devlet Yardımları Uzmanı, emrullahmete@dkib.org.tr.

**** Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, akyazi@ktu.edu.tr.

GİRİŞ

Devlet yardımları, ekonomiye yön verebilme özelliği yanında aynı zamanda rekabet gücü kapsamında dünya ticaretini bozucu etkiye de sahiptir. Bu açıdan bakıldığında, başta Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) olmak üzere AB ve diğer tüm organizasyonlar tarafından bu bozucu etki kontrol altına alınmaya çalışılmıştır. Buna karşılık, uygulama alanları bakımından ülkeler arasında farklılıklar olsa da devlet yardımları genel amacı itibariyle rekabet gücü kazanma ve dünya piyasalarından daha fazla pay almayı hedeflemesi sebebiyle tüm ülkeler tarafından uygulanagelmıştır.

Piyasa ekonomisi kurallarını benimseyen AB’de devlet yardımları, yatırımları teşvik etme, çevrenin korunmasını sağlama, istihdamı arttırma, ihracatı geliştirme, zor durumdaki şirketleri kurtarma ve yeniden yapılandırma gibi alanlara tahsis edilmektedir. Ekonomik ve Parasal Birlik ile İç Pazar’ın oluşturulmasıyla artan rekabetin kendi endüstrileri aleyhine bozulmasını istemeyen AB ülkeleri, devlet yardımlarını daha çok vermeye başlamışlardır.

Ana teması; “akıllı büyüme”, “sürdürülebilir büyüme” ve “kapsamlı büyüme” olan 2020 Stratejisini geliştiren AB; bölgesel, sektörel ve yatay yardımların yanında işletmelerin ihracat potansiyellerini arttırmaya yönelik proje tabanlı destekler de geliştirmektedir. İhracatın desteklenmesiyle üye ülkelerin dünyadaki ticaret paylarını koruyabilmelerine ve arttırmalarına katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, en fazla desteklenen sektörün, sanayi ve rekabet politikaları çerçevesinde alt sektör olan imalat sanayi olduğu söylenebilir. AB’de ihracat destekleri ülkeden ülkeye değişmekle birlikte kapsam olarak aynıdır.

Türkiye’de devlet yardımları, yatırımlara yönelik ve ihracata yönelik olmak üzere iki grupta sınıflandırılmıştır. İhracata yönelik devlet yardımlarının temel amacı, katma değeri yüksek yani teknoloji yoğun ürünlerin ihracatının artırılarak firmaların rekabet gücünün artırılması, dünya piyasalarından daha fazla pay alınması ve bu sayede ülke ekonomisinin geliştirilmesidir. Türkiye’de ihracata yönelik devlet yardımları, ilgili 94/6401 sayılı Bakanlar Kurulu Kararının verdiği yetkiye dayanarak hazırlanan ve yardımların verilmiş amaç şekil ve miktarlarını belirleyen Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu Tebliği ile düzenlenmektedir. Türkiye’de uygulanmakta olan ihracata yönelik devlet yardımları, AB devlet yardımları içerisinde yer alan *yatay yardımlar* çerçevesinde düzenlenmiştir. 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında, Cumhuriyetin 100. yılında 500 milyar Dolar ihracat hedefine ulaşmak için özellikle teknoloji yoğun üretimin ve ihracata yönelik devlet yardımlarının etkinliği büyük önem arz etmektedir. Zira ihracat performansına yeterince katkı sağlamayan bir devlet yardımının, kamuya yük olmaktan öteye gidemeyeceği açıktır.

Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, AB ve Türkiye’de uygulanmakta olan ihracata yönelik devlet yardımlarının ihracatı etkileme derecesini ortaya koymak; böylece AB ve Türkiye’nin belirlemiş oldukları hedeflere ulaşmış ulaşamayacağı konusunda bazı öngörülerde bulunabilmek ve elde edilecek bilgiler dâhilinde Türkiye özelinde, politika uygulayıcılarına yönelik bazı önerilere yer vermektir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmanın ilk bölümünde AB ve Türkiye’de uygulanan devlet yardımlarına yer verilecek olup, ikinci bölümde

AB ile Türkiye’de uygulanan yardımların karşılaştırılması yapılarak Türkiye özelinde 2023 Stratejisi çerçevesinde değerlendirmelerde bulunulacaktır. Çalışmanın son bölümünde ise genel değerlendirme yapılacaktır.

1. AB VE TÜRKİYE’DE DEVLET YARDIMLARI

1.1. AB’de Devlet Yardımları

Avrupa Birliği’nde 87/3. madde kapsamında Avrupa Birliği Komisyonu’nun incelemesine tabi olarak yaygın bir şekilde uygulanan yardım türleri bölgesel, sektörel ve yatay yardımlardan oluşmaktadır. Yatay yardımlar, Avrupa Birliği Komisyonu’nun incelemesine tabi olarak ve Roma Anlaşması’nın 87/3 maddesi kapsamında verilmektedir. Bu yardım türleri, KOBİ, Ar-Ge, Çevre gibi yardım türleri ile “ihracat” ve “genel yatırım” gibi yasaklanmış yardım türlerini kapsamaktadır (Kutlu ve Hacıköylü, 2007: 370-371). Bu yardım türü, Ar-ge, Çevre, Kurtarma ve Yeniden Yapılandırma, İstihdam, Eğitim ve KOBİ yardımlarından oluşmaktadır.

1.1.1. Ar-Ge Yardımları

AB’de, yatay amaçlarla verilen yardımlara uygulanan istisnaların önde gelenlerinden bir tanesi, Ar-Ge faaliyetlerine yapılan yardımlara tanınan muafiyetlerdir. Ar-Ge faaliyetleri, büyüme, yenilenme, rekabet gücünün artırılması ve yeni iş fırsatlarının yaratılmasını amaçlamaktadır. Ar-Ge yardımları, işletmelerin karşılaştığı önemli boyuttaki finansal sorunların çözümü ve teknolojik yeniliklerin teşvik edilmesi amaçlarıyla düzenlenmiştir (DPT, 2004: 331). AB’nde bir desteğin Ar-Ge yardımı olarak adlandırılabilmesi için temel araştırma, endüstriyel araştırma ya da rekabet öncesi araştırma olması gerekmektedir. *Temel araştırmalar*; tamamen bilimsellik ve teknolojik gelişim üzerine kurulu olan ve sonuçlarının kamuya paylaşılmak zorunda olunan araştırmalardır (Evans, 1996,: 273). Bu kapsamdaki projelerin finansman ihtiyaçlarının tamamı karşılanmaktadır. Üretim ve hizmet faaliyetlerine yönelik teknik bilgiler elde etme amaçlı *endüstri araştırmaları* konulu projelerin finansman ihtiyacının yarısı; endüstri araştırması sonuçlarının üretim ve hizmet faaliyetlerinde uygulanabilirliğinin sınanmasına dayalı *rekabet öncesi araştırma etkinlikleri* dahilindeki projelerin ise en fazla %25’i destek kapsamındadır.

Tablo 1: 27 AB Ülkesinde 2002 – 2011 Dönemi Ar-Ge Yardımları (Milyon Euro)

Yıllar	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı	5.655	6.081	7.000	8.100	9.200	11.200	10.800	10.000

Kaynak: European Commission Staff Working Paper, 2012: 15.

Tablo 1’de Ar-Ge yardımlarının birlik bünyesinde artış eğiliminde olduğu görülmektedir. 2009 yılında yaklaşık 11,2 milyar Euro seviyesinde en yüksek değerine ulaşan Ar-Ge yardımları AB’nin Ar-Ge harcamalarındaki hedefi olan GSMH’nin yüzde 3’ü kadar olan seviyeye ulaşamamıştır.

1.1.2. Çevre Yardımları

Çevre yardımları, çevre kirliliğini azaltmaya yönelik teknolojik araştırma ve faaliyetler ile bu araştırma ve faaliyetler sonucu ortaya çıkan yeni teknoloji ve uygulamaları konusunda gerek endüstri gerekse halk düzeyinde bilgilendirme ve danışmanlık hizmeti gibi konuları kapsamaktadır (Akay, 2004: 457).

Teknolojik araştırma ve faaliyetler sonucu oluşturulan yeni çevre standartlarına uyumun işletmelere yansıyan maliyetleri, enerji tasarrufu ve yenilenebilir enerji kullanımı endüstriyel atıkların rehabilitasyonu gibi nedenlerle işletmelere bölgesel farklılıklar da göz önüne alınarak belirli oranlarda yardım verilmektedir (Facenna, 2004: 250).

Tablo 2: 27 AB Ülkesinde 2002 – 2011 Dönemi Çevre Yardımları (Milyon Euro)

Yıllar	2002	2003	2004	2005	2006
Destek Tutarı	8.564	10.373	12.539	13.670	15.300
Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı	12.800	13.700	15.100	14.700	12.400

Kaynak: European Commission Staff Working Paper, 2012: 15.

Tablo 2’de yer alan destek tutarları, Roma Anlaşması’nın 175. maddesi uyarınca üye devletler tarafından finanse edilip uygulanmaktadır. Tablodan da anlaşılacağı üzere, yıllar itibariyle çevre yardımlarının destek tutarları ani ve önemli derecede dalgalanma göstermeden devam etmiştir. Bu durumun birliğin çevre politikasını oluşturan *çevrenin özelliklerini korumak, muhafaza etmek ve kalitesini düzeltmek, insan sağlığını korumak, doğal kaynakların dikkatli ve rasyonel kullanımını sağlamak* gibi konulara verdiği önemden kaynaklandığı söylenebilir.

1.1.3. Kurtarma ve Yeniden Yapılandırma Yardımları

Avrupa Komisyonu, zor duruma düşen firma kavramını, kamu otoritesinin müdahalesi olmaksızın sahipleri/hissedarları veya kredi verenlerden elde edilen kaynaklar ve fonlar ile zararlarını karşılayamayıp kısa ve orta dönemde piyasadan çekilmesi hemen hemen kesin olan firma olarak tanımlamıştır (Işık ve Doğan, 2004: 322).

Avrupa Birliği, sıkıntı yaşayan firmaları kurtarmak, yeniden yapılandırılmalarına yardımcı olmak ve bu firmaları ekonomiye kazandırmak ve piyasaların rekabetçi yapılarının devamını sağlanmak için bu tür yardımları devreye sokmuştur ve bu tür yardımlar Komisyon tarafından yalnızca bir kez verilmektedir.

Finansal boyuttaki sorunlar nedeniyle zor durumda olan şirketlere varlıklarını sürdürdürebilmeleri amacıyla verilen kurtarma yardımları içerik itibariyle likidite veya borç garantisi mahiyetinde olup geçici ve kısa sürelidir. Yeniden yapılandırma yardımları ise şirketlerin vizyonuyla ilgili olup, faaliyetlerin yeniden gözden geçirilerek kar-zarar hesabı çerçevesinde kaynakların etkin kullanımı ve rekabet gücü sağlayan faaliyetlere yöneltilmesi gibi unsurları kapsamaktadır (DPT, 2004: 335).

Tablo 3: 27 AB Ülkesinde 2002 – 2007 Dönemi ile 2011 Yılı Kurtarma ve Yeniden Yapılandırma Yardımları (Milyon Euro)

Yıllar	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı	1.401	1.410	2.710	595	1.016	540	752

Kaynak: European Commission Staff Working Paper, 2008-2011.

Tablo 3’te belirtilen destek tutarları, destek alan firmalara, kısa ve uzun süreli olmak üzere iki şekilde rahatlatma sağlamakta olup, her birinin koşulları ayrı ayrı belirtilmiştir. Borç veya borç garantisi yardımı, önemli düzeyde finansal ve sosyal sorunların olması durumunda verilmeli ve rekabet kurallarına aykırılık teşkil etmemelidir. Bunun yanında yardımın kanalize edileceği faaliyetler için Komisyon’a plan ve programın sunulması gerekmektedir. Ayrıca verilecek olan yardım da, işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilecek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde olması firmaya kısa süreli rahatlatma sağlayan kurtarma yardımlarının koşullarını oluşturmaktadır. Uzun süreli yardımların koşulları ise, firmanın zor durumda bulunması, rekabete olan olumsuz etkileri en az düzeyde olması ve yardımın işe yarayabilir olması kriterlerinden oluşmaktadır.

1.1.4. İstihdam Yardımları

İstihdam yardımı, Ortak Pazar’daki rekabet koşulları çerçevesinde istihdam yaratmayı ve rekabet kuralları ile istihdam politikası arasında denge sağlamayı amaçlamaktadır (Quigley ve Collins, 2003: 170). AB Komisyonu tarafından 1995 yılından itibaren istihdam yaratılması ve istihdamın devamlılığı yardımları düzenlenmiştir.

İstihdam yaratma yardımı, daha önce istihdam edilmemiş veya işini kaybetmiş işçileri dikkate alan yeni iş imkanları yaratmaya yönelik yardımlardır. Yardım tutarı, yeni işe alınan işçi sayısına göre belirlenmiştir (Baykal, 2000: 1467-1468). Mevcut istihdamın devamlılığı için verilen yardımlar ise toplu işten çıkarmaları önleyici mahiyette olmakla birlikte olağan dışı durumlar nedeniyle zarar gören, refah seviyesinin ve istihdam oranının düşük olduğu bölgelerdeki firmalara yöneliktir.

Daha önce istihdam edilmemiş ve çalıştığı işten ayrılmamış kişilerin dikkate alındığı bu destek türünde en fazla iki yıllık yardım verilmekle birlikte yardım tutarı da iki yıllık personel gideri üzerinden belirlenmektedir. Başka bir kriter olarak da personel sayısının bir önceki yıla göre artması gerekmektedir (Durnagöl, 2006: 81).

Tablo 4: 27 AB Ülkesinde 2006 – 2011 Dönemi İstihdam Yardımları (Milyon Euro)

Yıllar	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı	3.800	3.000	3.200	2.800	1.600	1.500

Kaynak: European Commission, 2012: 15.

Tablo 4’te görüldüğü üzere, 2006 yılından itibaren istihdam yardımı azalan bir trend izlemektedir. Bu durum mevcut ülkelerdeki işsizlik sorununun dalgalanma gös-

termeden devam etmesi ve özellikle 2008 yılından sonra görülen sert düşüşün ise küresel krizin etkisinin istihdam yardımının etkisinden çok daha fazla olmasıyla açıklanabilir¹.

1.1.5. Eğitim Yardımları

Eğitimin, istihdam yaratma ve rekabet gücüne etkisine binaen, beşeri sermaye kapsamında büyümenin motoru olması, rekabet gücüne olumlu katkısı ve istihdam artışını önemli düzeyde sağlaması münasebetiyle AB’de 1993 tarihli “White Paper”da eğitim yardımı verilmesi hususu belirtilmiştir (Varışlı, 2003: 27). Komisyon, bu destek türünü özel ve genel eğitim olmak üzere iki kısma ayırmıştır. Sadece çalıştığı işletmenin faaliyetlerine yönelik tekniklere hitap eden ve farklı işletme faaliyetlerinde kullanılamayan eğitim türü olan *özel eğitim*, rekabeti bozucu etkisi nedeniyle büyük işletmeler ve KOBİ’ler için sırasıyla %25 ve %35 olmak üzere Komisyon tarafından dar bütçede tutulmuştur. Buna karşılık farklı işletme faaliyetlerinde de kullanılabilen tekniklere yönelik olan *genel eğitim* ise Komisyon tarafından rekabet kurallarına aykırılık teşkil etmediği düşüncesiyle büyük işletmeler ve KOBİ’ler için sırasıyla %50 ve %70 olmak üzere yardım tutarı açısından daha geniş bantta tutulmuştur (Aykın, 2004: 410-411). Tablo 5’te belirtilen destek tutarları, eğitimin niteliği, firmanın statüsü, firmanın bulunduğu bölge ve faaliyet alanına göre yardım oranlarının Komisyon tarafından farklı belirlendiği tutarlardır.

Tablo 5: 27 AB Ülkesinde 2006 – 2011 Dönemi Eğitim Yardımları (Milyon Euro)

Yıllar	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı	900	600	800	900	800	800

Kaynak: European Commission, 2012: 15.

1.1.6. KOBİ Yardımları

KOBİ’ler, istihdam yaratmada, bölgesel dengesizlikleri gidermede ve bu sayede sosyal dengeyi sağlamada, teknolojik gelişmelere gösterdiği olumlu tepkilerle birlikte ülkelerin kalkınma ve gelişmelerinde önemli pay sahibi olan kuruluşlardır (Şanlı, 2004: 285). AB’de 20.05.2003 tarihinde kabul edilen tanıma göre KOBİ kriterleri Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6: Avrupa Birliği KOBİ Kriterleri

KOBİ	Çalışan Sayısı	Yıllık ciro (En Fazla)	Yıllık bilanço (En Fazla)
Orta	50 - 249	50 Milyon Euro	43 Milyon Euro
Küçük	10 - 49	10 Milyon Euro	10 Milyon Euro
Çok Küçük	0 - 9	2 Milyon Euro	2 Milyon Euro

Kaynak: İlhan, 2010: 112.

¹ Dünya bankası resmi istatistik portalında yer alan verilere göre 2006 ile 2009 yılları arasında AB ülkelerinde işsizlik oranı %7-8 aralığında, 2009-2011 yılları arasında ise %10 seviyelerinde seyretmiştir. Ayrıntılı bilgi için bakınız <http://databank.worldbank.org>.

KOBİ’ler, iş hacmi ve kapasitelerinin düşük olması ayrıca pazar paylarının düşük olması nedeniyle yardım alabilmeleri konusunda avantajlı durumda olabilmektedirler. Bu avantaj, KOBİ’lerin iş hacmi ve kapasiteleri ile pazar paylarının düşük olması nedeniyle rekabeti bozucu etki yapamadıklarından dolayı tüm yardım unsurlarından yararlanabilmeleri ve aldıkları yardımları Komisyona bildirim yükümlülüğünden muaf olmalarından ibarettir.

KOBİ yardımları bir işletmenin kuruluşunu, geliştirilmesini, ürün ve/veya üretim yöntemindeki yapısal değişimi ve işletmenin devralınması konularını kapsamaktadır (Quigley ve Collins, 2003: 147-148). Buna ilave olarak, KOBİ’lerin yatırım aşamaları, fuar katılımları gibi yardımların yanında ar-ge yardımlarında bahsedilen yardım unsurlarından da yararlanabilmektedirler.

Tablo 7: 27 AB Ülkesinde 2006 – 2011 Dönemi KOBİ Yardımları (Milyon Euro)

Yıllar	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Destek Tutarı	6.100	6.200	6.600	4.700	3.300	3.000

Kaynak: European Commission, 2012: 15.

Tablo 7’de KOBİ yardımlarının 2006 – 2011 dönemine ilişkin destek tutarları yer almaktadır. Görüleceği üzere, 2009 yılına kadar düzenli olarak aynı seviye verilen yardım tutarlarında 2009 yılı itibariyle keskin bir düşüş yaşanmıştır. Bu dönemde KOBİ’lere verilen yardımların yaklaşık olarak yarısı risk sermayesi konusundadır. Risk sermayesi hisse senedi karşılığında yapılan bir işlem olduğundan dolayı 2008 yılında yaşanan küresel bir finansal kriz olması nedeniyle KOBİ’lere yapılan yardımlarda azalma görülmüştür.

1.2. Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Yardımları

Türkiye, 1980 yılından itibaren ticari anlamda dış dünyaya açılmaya başlamıştır. Bu dönemden günümüze kadar olan süreçte çeşitli ekonomi politikaları benimsenmiş olsa da ihracat her dönem için ön planda tutulmuş, bunun doğal bir sonucu olarak ihracata yönelik yardım politikaları da her zaman revaçta kalmıştır. 1996 yılına kadar farklı yöntemlerle farklı alanlara kanalize edilmiş olan ihracat politikasına yönelik yardımların kapsamı, AB ile gerçekleştirilen Gümrük Birliği Anlaşması ile birlikte en son halini almıştır. Günümüzde uygulanan yardımlar, AB devlet yardımlarına uyumlu olarak düzenlenmiş olup, 1996 yılından itibaren her bir yardım kalemi kendi iç dinamikleri içinde değişimlere de uğrayarak uygulanagelmiştir.

1.2.1. Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Bu destek programı, halen 18.08.2010 tarih ve 27676 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2010/6 sayılı tebliğ çerçevesinde yürütülmektedir. Türk ürünlerinin ve markalarının yurt dışında tanıtımının ön plana çıkarıldığı bu destek türünde belirli şartlar altında firmalar tarafından Türk ürünlerinin pazarlamasının yapıldığı ofis, mağaza ve depo kiralanır ve kira tutarları desteklenir (Resmi Gazete, 18.08.2010/27676). Pazarlaması yapılan ürünlerin tamamen Türk ürünleri olması ve Tebliğ gereği ilk yıldan sonra firmaların belirli oranda

ihracat yapma şartı olması bu desteğin ihracat performansına doğrudan katkı yapabildiğini göstermektedir. Ayrıca, Türk ürünlerinin basın yayın organları dahil tüm reklam harcamaları desteklenerek Türk Malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesine katkı sağlamaktadır.

Bu tebliğ kapsamında, birim kira giderleri, tanıtım ve yurt dışı marka tescil faaliyetleri desteklenmekte olup detayları Tablo 8'de özetlenmiştir.

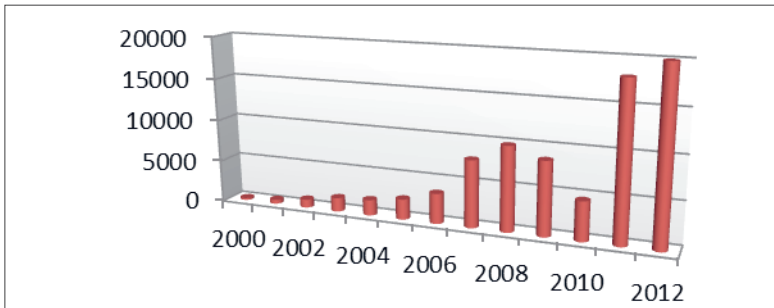
Tablo 8: Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Desteği Detayları

Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Desteği				
	KİRA (Yurt dışında açılan birimlerin kira giderleri desteklenir)		MARKA TESCİL (Yurt içinde tescilli markanın yurt dışı tesciline ve korunmasına ilişkin giderler desteklenir)	TANITIM (Yurt dışında gerçekleştirilen tanıtım harcamaları desteklenir)
Desteklenen Birimler	Sınai ve Ticari Şirketler / İşbirliği Kuruluşları	Ticari Şirketler	Sınai ve Ticari Şirketler / Ticari Şirketler	Sınai ve Ticari Şirketler / Ticari Şirketler / İşbirliği Kuruluşları
Destek Oranı	% 60	% 50	% 50	% 60
Destek Üst Limiti (ABD Doları)	Mağaza		50.000	Birime Bağlı*
	120.000	100.000		150.000
	Ofis, Showroom, Depo, Reyon			Marka Tescile Bağlı
	100.000	75.000		250.000
Destek Süresi	4 Yıl		4 Yıl	

Kaynak: Resmi Gazete, 18.08.2010/27676.

Şekil 1'de görüldüğü üzere, Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım destek miktarları, 2000 – 2006 yılları arasında düşük düzeylerde olsa da artış göstermiştir. Buna karşılık 2007 – 2009 döneminde destek miktarlarındaki artış ekonomi politikalarının lokomotifinin ihracat politikası üzerine kurulmasıyla birlikte hem ihracatçı firma sayılarında hem de firmaların desteklere başvuru sayılarındaki artış ile açıklanabilir.

Şekil 1: Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Destek Miktarları (TL)



Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

Şekil 1’deki 2010 yılına ait düşüşün nedeni olarak, o dönemde etkisini tam anlamıyla gösteren küresel kriz nedeniyle gerek ihracatçı firma sayısındaki düşüş gerekse mevcut firmaların faaliyetlerini geçici süre durdurması ve bu nedenle destek başvurusunda bulunmamalarıyla açıklanabilir. 2010 yılı ve sonrasında meydana gelen hızlı yükselişin küresel krizden Türkiye’nin fazla etkilenmeden kurtulması ve yine küresel krizden çıkamayan ülkelerin pazar paylarını elde etme düşüncesiyle dışa açılmalarından kaynaklandığı söylenebilir.

1.2.2. Uluslararası Rekabetçiliğın Geliştirilmesinin (Ur-Ge) Desteklenmesi

Bu destek programı, halen 23.09.2010 tarih ve 27708 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2010/8 sayılı Tebliğ kapsamında yürütölmektedir. Son Tebliğ’e (2010/8) kadar eğitim desteği adı altında yürütölen bu destek programı, kapsam olarak da oldukça genişletilerek aşağıda belirtilen programlar çerçevesinde yürütölmektedir. Bu destek türünün amacı, firma ve bazı kamu kurum ve kuruluşlarının² ihracatçı firmaların rekabet gücünü artırıcı proje, eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin desteklenmesidir (Resmi Gazete, 23.09.2010/27708). Bu kapsamda yürütölen programlar eğitimcilerin düzenleyeceği eğitim programları ve Ur-Ge projelerinin desteklenmesinden oluşmaktadır.

1.2.2.1. Eğitimcilerin Düzenleyeceği Eğitim Programları

Bu programda, firmaların beşeri sermayelerini ve bu sayede rekabet gücünü artıran eğitim konularında³ aldıkları hizmetlere ilişkin maliyetler desteklenir. Programın içeriği ve süresinin de dikkate alındığı bu destek türünde destekleme oranı yıllık 20.000 ABD Doları kısıtı altında %70’dir.

1.2.2.2. Ur-Ge Projelerinin Desteklenmesi

Ur-Ge projelerinin desteklenmesine ilişkin destek türleri ve limitleri detaylı olarak Tablo 9’da belirtilmiştir. Tablo 9’da da göröleceği üzere bu destek programı, daha önceki eğitim desteğine nazaran 2010/8 sayılı Tebliğ ile birlikte yurt dışı pazarlama ve alım heyeti faaliyetleriyle birlikte oldukça etkili bir destek programı haline gelmiştir.

² Desteğin kapsadığı kamu kurum ve kuruluşları için bakınız 23.09.2010 tarih ve 27708 sayılı Resmi Gazete içinde 2010/8 sayılı Tebliğ.

³ Eğitim konuları için bakınız 23.09.2010 tarih ve 27708 sayılı Resmi Gazete içinde 2010/8 sayılı Tebliğ.

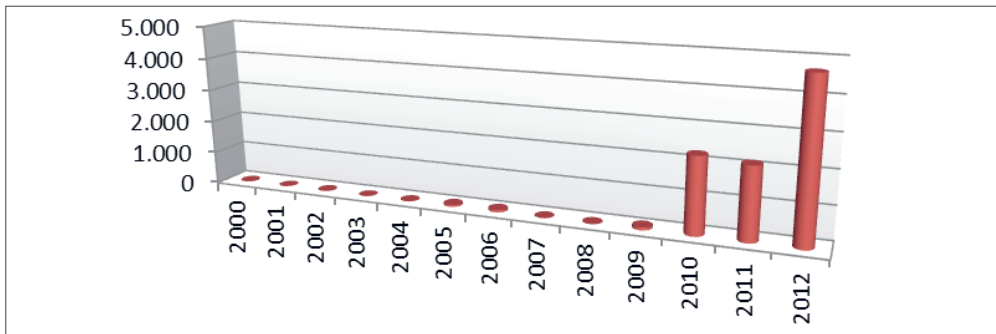
Tablo 9: Ur-Ge Projeleri Destek Detayları

UR-GE DESTEĞİ					
Destek Türü	Destek Konusu	Destek Oranı	Desteklenen Kurum	Destek Üst Limiti (ABD Doları)	Program
İhtiyaç Analizi Bedeli	Proje öncesi durum tespiti	%75	İşbirliği Kuruluşları	400.000	Program sürecinde
Eğitim / Danışmanlık Alımı	Proje firmalarına yönelik eğitim ve danışmanlık faaliyetleri	%75	İşbirliği Kuruluşları		
Yurt Dışı Pazarlama Faaliyeti	Ulaşım, konaklama, tanıtım ve halkla ilişkiler harcamaları	%75	İşbirliği Kuruluşları	150.000	10 adet
Alım Heyeti Faaliyeti	Ulaşım, konaklama, tanıtım ve halkla ilişkiler harcamaları	%75	İşbirliği Kuruluşları	100.000	10 adet
Proje Yöneticisi İstihdamı	Proje yönetimi konusunda uzman personel istihdamı	%75	İşbirliği Kuruluşları	Emsal brüt ücret	2 kişi
Bireysel Danışmanlık Alımı	Proje sonrası, firmaların bireysel danışmanlık ihtiyaçları	%70	Şirketler	50.000	3 yıl

Kaynak: Resmi Gazete, 23.09.2010/27708.

Bireysel danışmanlık alımı destek türü haricinde diğer tüm destek türleri İşbirliği Kuruluşlarını kapsamaktadır. İşbirliği Kuruluşlarının, şirketler için düzenledikleri alım heyeti, yurt dışı pazarlama faaliyeti ya da destek kapsamında diğer faaliyetler kapsamındaki giderleri desteklemeye tabi tutulur. İşbirliği kuruluşları, ihtiyaç analizi çerçevesinde proje veya faaliyetler düzenleyerek şirketlere rekabet gücü kazandırmayı hedeflemektedir.

Şekil 2’de görüleceği üzere, 2000 – 2009 yılları arasında *Eğitim Desteği* olarak verilen ve 2010 yılı ve sonrasında *Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi* desteği olarak hem isim hem de içerik olarak bazı değişikliklere uğrayan bu destek türü, 2010 yılından itibaren artan bir ivme kazanmıştır.

Şekil 2: Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesi Desteği Miktarları

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

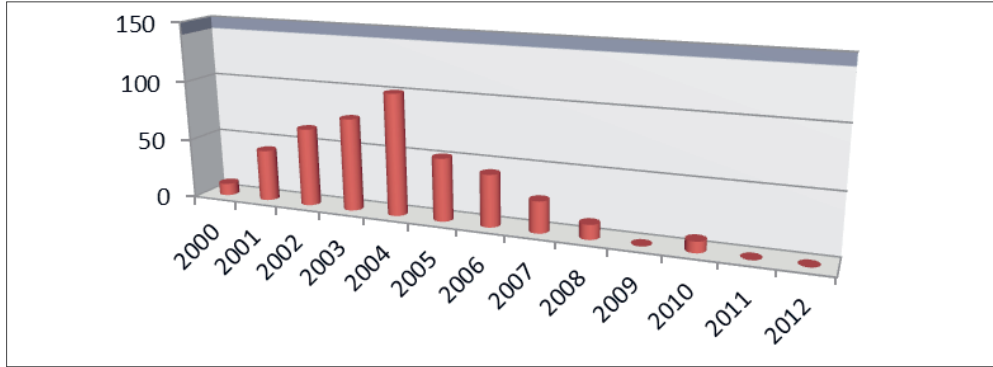
Bu artışın nedeni olarak, uluslararası rekabet için kalifiye personel ihtiyacı ve faaliyetlerin profesyonel anlamda gerçekleştirilmesi gösterilmektedir. Bunun yanında, işbirliği kuruluşlarının ihtiyaç analizleri çerçevesinde proje ve alım heyeti gibi faaliyetler düzenleyerek şirketleri ihracata yönlentmeleri de destek miktarlarında oluşan artışta en önemli paya sahiptir.

1.2.3. İstihdam Yardımı

Bu destek programı, 29.01.2000 tarihli ve 23948 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2000/1 sayılı Tebliğ’e istinaden düzenlenmiştir. Tebliğin amacı, sektörel dış ticaret şirketlerine dış ticaret faaliyetlerine yönelik işlemler için yönetici ve eleman pozisyonunda çalışan sağlanmasıdır. Bu kapsamda, toplamda bir yıl olmak üzere yönetici ve elemanın brüt maaşları %75 oranında sırasıyla 18.000 ve 9.000 ABD Doları kısıtı altında desteklenir. Destek kapsamına alınan çalışan sayısı ise bir yönetici ve iki elemanı kapsamaktadır (Resmi Gazete, 29.01.2000/23948).

Şekil 3’te istihdam desteğine ilişkin destek tutarları yer almaktadır. Grafikten de görüldüğü üzere, 2000 yılından itibaren verilen destek tutarları oldukça düşük seviyelerde seyretmiştir. Yıllar itibarıyla en yüksek destek tutarı 2004 yılında gerçekleşmiş olup, yaklaşık olarak tutarı ise 100.000 TL seviyelerinde olmuştur. Yine grafikten görüleceği üzere, 2009, 2011 ve 2012 yıllarında bu destek programı hiç talep görmemiştir. Bunun en önemli nedeni olarak, bu desteğin yalnızca sektörel dış ticaret şirketlerini kapsamaması ve Türkiye’de bu tip şirket sayısının az olması söylenebilir.

Şekil 3: İstihdam Desteği Miktarları



Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

1.2.4. Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği

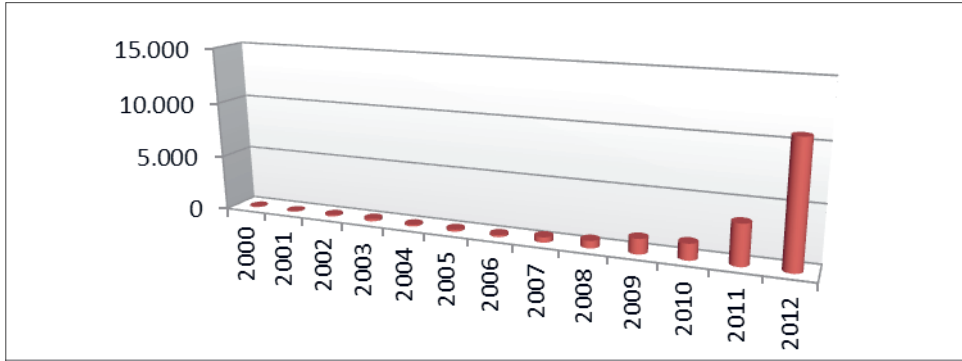
Bu destek programı, 21.03.2011 tarih ve 27881 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2011/1 sayılı Tebliğ çerçevesinde yürütülmektedir. Firmaların gerek ihracata başlayabilmek gerekse Pazar paylarını artırabilmek amacıyla ithalatçı olabilecek ülkelere yapacakları ziyaretler; o ülkelere ilişkin ticari raporlar ve ticari web sitelerine üyelik maliyetleri belirli oranlarda desteklenmektedir. Desteğe ilişkin detaylar Tablo 10’da belirtilmiştir.

Tablo 10: Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Detayları

Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği				
Destek Türü	Destek Konusu	Destek Oranı	Destek Üst Limiti (ABD Doları)	Program
Yurt Dışı Pazar Araştırması	Ulaşım ve Konaklama Harcamaları	Sinai / Ticari Şirketler %70	7.500	10 Adet/Yıl
Pazara Giriş (Rapor / Danışmanlık)	Hukuki ve Mali Raporlar İle Yurt Dışı Şirket Alımına Yönelik Danışmanlık Harcamaları	Şirketler %60	200.000	Yıllık
		İşbirliği Kuruluşu %75		
Sektörel Ticaret Heyeti – Alım Heyeti	Ulaşım, Konaklama, Tanıtım ve Halkla İlişkiler Harcamaları	İşbirliği Kuruluşu %50	150.000	Ticaret Heyeti: 5 Adet / Yıl
				Alım Heyeti: 10 Adet / Yıl
E-Ticaret	E-Ticaret Sitelerine Gerçekleştirilen Üyelik Harcamaları	Şirketler %70	10.000	Yıllık (Toplamda 3 Yılda 5 Site İçin)

Kaynak: Resmi Gazete, 21.03.2011/27881.

Şekil 4'te yer alan 2000 – 2008 yılları arasında destek tutarlarına bakıldığında, dış pazara açılabilmek için en önemli fırsatların başında gelen Pazar Araştırması desteğinin firmalarca fazla rağbet görmediği anlaşılmaktadır.

Şekil 4: Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Miktarları

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

Bunun nedeni olarak, ilk etapta tüm destek programları için de geçerli sayılabilecek olan ihracatçı firma sayısının az olması gösterilebilir. İlave olarak, firmaların bu destekle ilgili bilgilerinin olmaması ya da bürokratik işlemlerden kaçınılması gibi faktörler de gösterilebilir. 2009 yılı itibarıyla, kamuya bağlı çeşitli kuruluşların, Türkiye'nin ihracat stratejisi gereği, özel sektör marifetiyle kamu hizmeti vermeleri, yani ihracat yapmanın önünü açmak ve ihracatçı için bürokratik işlemleri önemli ölçüde azaltarak, desteğin he-

nüz ulaşmadığı; ancak hak ettiği yere doğru büyümesine neden olmuştur. 2011 ve özellikle 2012 yılında meydana gelen yüksek ivmeli artış bu yıllardaki ihracat rakamlarına da yansımıştır.

1.2.5. Pazara Giriş Belgeleri Desteği

Bu destek programı, 04.09.2014 tarihli ve 29109 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 2014/8 sayılı Karar çerçevesinde yürütülmektedir. Söz konusu desteğin detayları Tablo 11’de belirtilmiştir (Resmi Gazete, 04.09.2014/29109).

Tablo 11: Pazara Giriş Belgeleri Desteği Detayları

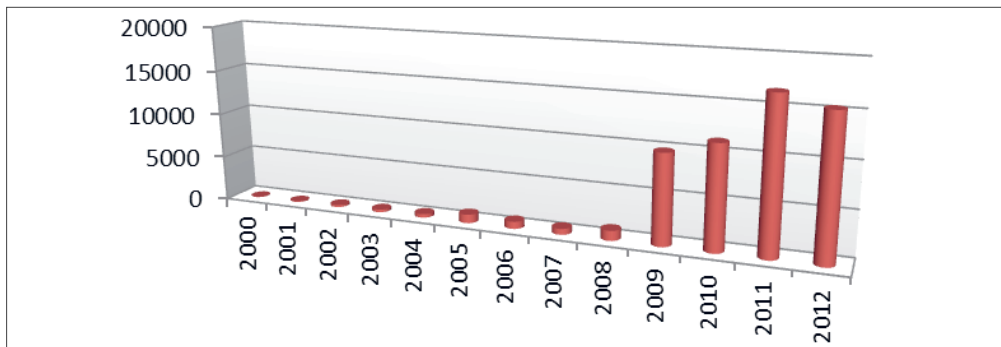
Pazara Giriş Belgeleri Desteği			
Destek Türü	Destek konusu	Destek oranı	Destek üst limiti (ABD Doları)
Pazara Giriş Belgesi	Pazara girişte aranan belge ve sertifikalar	% 50	Belge başına 25.000
Test / Analiz Raporu	Raporlar		Şirket başına yıllık 250.000
Tarım Analizi	Tarım analizleri		

Kaynak: Resmi Gazete, 04.09.2014/29109.

Firmaların maliyet kalemlerini düşürme ve bu sayede rekabet gücü kazanmalarına yardımcı olma amacıyla yasal zorunluluğu olan başta tarımsal ürünler için laboratuvar analizleri olmak üzere çevre, kalite ve güvenlik işaretlerine ilişkin maliyetleri belirli oranlarda desteklenmektedir.

Şekil 5’te görüldüğü üzere, 2008 yılından itibaren pazara giriş belgeleri destek miktarlarında önemli bir artış söz konusudur. Bu artışın nedenini, daha önce destek kapsamında olmayan ve 2008 yılında başlayan tarım ürünlerine ilişkin laboratuvar analiz raporlarının masrafları oluşturmaktadır.

Şekil 5: Pazara Giriş Belgeleri Desteği Miktarları



Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

1.2.6. Türk Ürünlerinin Yurt Dışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality'nin Desteklenmesi

Bu destek programı, 24/05/2006 tarihli ve 26177 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2006/7 sayılı Karar çerçevesinde yürütülmektedir.

Destek konusu programda, sektörlerin yurt dışında tanıtılması, şirket ürünlerinin yurt dışında markalaşması, işbirliği kuruluşlarının firmalar için Turquality kapsamında vereceği hizmetler, pazara giriş ve pazarı genişletme faaliyetleri ve Türk Malı imajının oluşturulması kapsamındaki tüm giderler belirli oranda desteklenir (Resmi Gazete, 24.05.2006/26177). Bu kapsamda, destek programı İhracatçı Birlikleri ve Üretici Dernekleri/Birliklerinin desteklenmesi ve Marka ve Turquality çerçevesinde olan şirketlerin desteklenmesi şeklinde iki ayrı şekilde yürütülmektedir.

1.2.6.1. İhracatçı Birlikleri, Üretici Dernekleri/Birliklerinin Desteklenmesi

İhracatçı Birlikleri ve aynı sektörde (imalat alanında) faaliyette bulunan firmalar tarafından kurulan *Üretici Derneklerinin* faaliyet alanlarındaki ürünlerinin yurt dışında marka haline gelebilmesi için tanıtım amaçlı faaliyetlere (reklam, kampanya vs.) yönelik giderler ihracatçı birlikleri için 250.000 ABD Doları kısıtı altında %80 oranında, üretici dernekleri için ise 100.000 ABD Doları kısıtı altında %50 oranında desteklenir. Kuruluşlar tarafından gerçekleştirilecek olan faaliyetler proje halinde Ekonomi Bakanlığı'na sunulur. Onay işleminin gerçekleşmesiyle birlikte faaliyetler gerçekleşir ve oluşan giderler destek türü kapsamında değerlendirilir (Resmi Gazete, 24.05.2006/26177).

1.2.6.2. Marka ve Turquality Destek Programı Kapsamına Alınan Şirketlerin Desteklenmesi

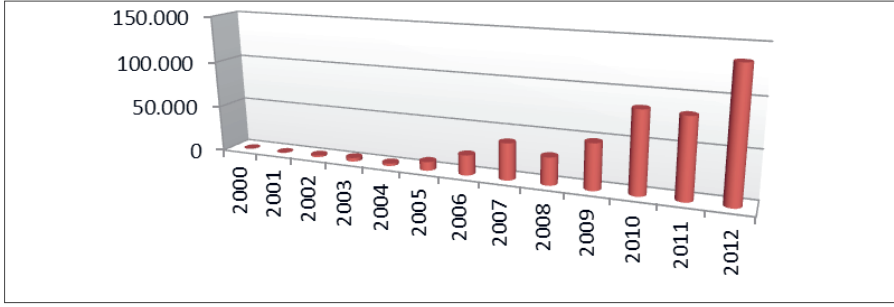
Şirketlerin Bakanlık tarafından Marka Destek Programı kapsamına alındığı tarihten sonra gerçekleştirilen destek detayları Tablo 12'de belirtilmiştir. Tablo 12'de destek programıyla ilgili desteğin türü, konusu, yararlanabilen sektörler, destek oranı ve limitlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 12: Marka ve Turquality Desteği Detayları

Destek Türü	Destek Konusu	Sektör	Destek Oranı ve Üst Limiti
Tanıtım Desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markaları ile TİM, İhracatçı Birlikleri, Üretici Derneklerinin destek kapsamına alınan projelerine yönelik yurt dışında gerçekleştirecekleri tanıtım faaliyetleri desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı üst limiti yok Marka Programı 400.000 \$ / yıl
Marka tescil, Patent	Şirketlerin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile destek kapsamına alınan markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı üst limiti yok Marka Programı 50.000 \$ / yıl
Danışmanlık Desteği	Şirketlerin uluslar arası pazarlarda rekabet gücünü artırmak üzere alacakları danışmanlıklara ilişkin giderleri desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı 600.000 \$ / yıl Marka Programı 300.000 \$ / yıl
İstihdam Desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markalı ürünleri ile ilgili olarak istihdam edilen moda/endüstriyel ürün tasarımcısı, aşçı/şef giderleri desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı 5 Kişi-üst limiti yok Marka Programı 3 Kişi-400.000 \$ / yıl
Sertifikasyon Desteği	Çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik teknik mevzuata uyum için kalite, hijyen, çevre belgeleri ile güvenlik işaretlerine ilişkin danışmanlık dahil her türlü giderleri desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı üst limiti yok Marka Programı 50.000 \$ / yıl
Kira Desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markalı ürünlerine yönelik yurt dışında gerçekleştirecekleri kira, kurulum / dekorasyon giderleri desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı en fazla 50 mağaza birim başı azami 200.000 \$ Marka Programı 1.300.000 \$ / yıl
Franchise Desteği	Şirketlerin destek kapsamına alınan markaları ile ilgili olarak franchise vermeleri halinde, birimin kira ve dekorasyon harcamaları azami iki yıl süresince desteklenir.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı 500.000\$ / birim Marka Programı 150.000 \$ / birim
Pazar Araştırması Desteği	Şirketlerin Pazar araştırması çalışması ve raporlarına ilişkin giderleri destek kapsamındadır.	Mal ihracatı sektörleri ve Gastronomi sektörü	Turquality Programı üst limiti yok Marka Programı 100.000 \$ / yıl

Kaynak: Resmi Gazete, 24.05.2006/26177.

Bu destek programı amacı ve önemi açısından destek limitlerinin oldukça yüksek tutulması ve yararlanabilen sektörler açısından herhangi bir engelin olmaması da göz önüne alındığında diğer destek programlarından ayrılmaktadır. Şekil 6’da destek tutarlarının, 2005 yılından itibaren önemli bir ivme kazandığı görülmektedir. Uluslararası piyasalarda yerleşik düzene geçerek pazar paylarını uzun vadede garanti altına almak amacıyla olan firmaların bu destek türü ile bu amaçlarına daha kolay ulaşacağı aşikardır.

Şekil 6: Marka ve Turquality Desteği Miktarları

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

1.2.7. Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi

Bu destek programı, 30.12.2009 tarihli ve 27448 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2009/11 sayılı Karar çerçevesinde yürütülmektedir.

Tablo 13: Yurt Dışı Fuarlara Katılım Desteği Detayları

Katılımcı Firma Desteği	Fuar Türü	Destek Oranı	Hedef Ülke Destek Oranı	Üst Limit
Fuar Katılım Desteği	Genel Ticaret Fuarı	% 50	% 70	10.000 \$
	Sektörel Fuar	% 50	% 70	15.000 \$
Prestijli Fuar	Sektörel Fuar	% 50	% 50	50.000 \$
SDŞ, Üretici İmalatçı Organizasyonu	Genel Ticaret Fuarı	% 70	% 70	10.000 \$
	Sektörel Fuar	% 70	% 70	15.000 \$
Nitelikli Sektörlerde Fuar Katılımcısı	Genel Ticaret Fuarı	% 70	% 70	10.000 \$
	Sektörel Fuar	% 70	% 70	15.000 \$
İlave Nakliye Desteği	Doğal Taş, Seramik, Mobilya, Otomotiv Yan Sanayi, Elektronik, Beyaz Eşya, Endüstriyel Mutfak Eşyaları, Mücevherat ve Halı Sektörlerinde 6.000 \$			
	Komple Tesis İmalatı, Makine, Yat İmalatı ve Otomotiv Ana Sanayi Sektörlerinde 10.000 \$			
Organizatör Desteği	Fuar Türü	Destek Oranı	Hedef Ülke Destek Oranı	Üst Limit
Tanıtım Desteği	Genel Ticaret Fuarı	% 75	% 75	80.000 \$
	Sektörel Fuar	%75	% 75	120.000 \$
İlave Tanıtım Desteği	Sektörel Fuar	% 75	% 75	80.000 \$

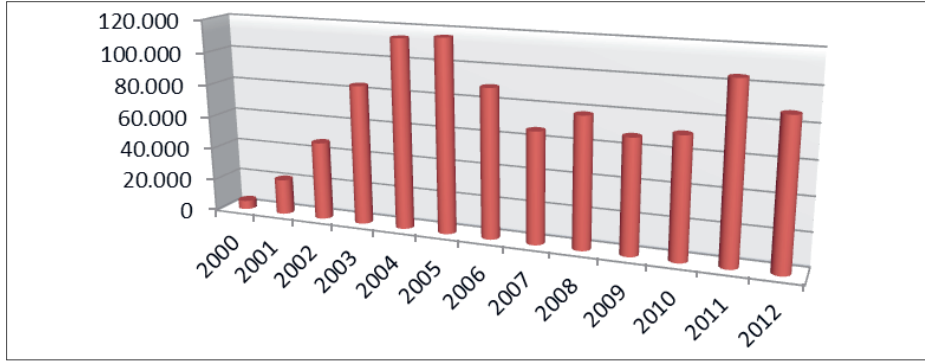
Kaynak: Resmi Gazete, 30.12.2009/27448.

Söz konusu Karar, firmaların pazar payı elde etme ve/veya artırmaları amacıyla Ekonomi Bakanlığı tarafından belirlenen organizatör eşliğinde ya da bireysel olarak yurt dışında düzenlenen fuarlara katılımları sonucu oluşan maliyetlerin belirli kısmının karşılanmasını ifade eder. Bu Karar kapsamında yer alan destekler Tablo 13’te özetlenmiştir.

Türk ihraç ürünlerinin tanıtılması ve pazarlanması amacıyla verilen ve uluslararası piyasalarda rekabet edebilme ve pazar payına sahip olabilmek adına *Pazar Araştırması Des-*

teği ile birlikte önemli bir yere sahip olan bu destek programına ilişkin 2000-2012 yıllarına ait destek miktarları Şekil 7’de belirtilmiştir.

Şekil 7: Yurt Dışı Fuar Katılımı Desteği Miktarları



Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

Şekil 7’de de görüleceği üzere, bu destek programı firmalar tarafından her dönem talep görmüştür. Bunun nedeni ise firmaların, çok sayıda ithalatçı firma ile aynı ortamda birebir (yüz yüze) görüşebilme imkanlarının olması ve ürünleri ve fiyat düzeyleri hakkında bilgi sahibi olabilmeleridir. Bu sayede firmalar, fuarın düzenlediği ülkede doğrudan rekabet edebilirliğini ölçebilmekte ve şartların uygun olması durumunda ihracat faaliyetini gerçekleştirebilmektedir.

1.2.8. Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi

Bu destek programı, 01.06.1995 tarih ve 2230 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 95/7 sayılı Karar çerçevesinde yürütülmektedir. Amacı, uluslararası nitelikteki yurt içi ihtisas fuarlarının dış tanıtımının sağlanması ve uluslararası düzeyde katılımın artırılması için gerekli desteğin sağlanmasıdır. Bu destek türü çerçevesinde sağlanan ödemeler Tablo 14’te belirtilmiştir.

Tablo 14: Uluslararası Nitelik Taşıyan Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Destek Tutarları

Harcama Kalemleri	Destekleme Oranı (%)	Azami Destek Tutarı (Karşılığı TL)
Yurtdışı tanıtım faaliyetleri	50	25.000 \$
Önemli alıcıların ulaşım giderleri	50	15.000 \$
Fuarın konusu ile ilgili seminer, konferans, panel ve ödüllü yarışma giderleri	50	5.000 \$

Kaynak: Resmi Gazete, 01.06.1995/2230.

95/7 sayılı Tebliğ’in destek unsurlarının sınırlı olması, destek tutarlarının çok düşük kalması, aynı fuarın sadece iki defa destekten yararlanabilmesi ve destek kapsamındaki sektörlerin dar tutulması, söz konusu Tebliğ’i günün ihtiyaçlarına cevap veremez hale getirmiştir.

1.2.9. Tasarım Desteği

Bu destek programı, 18.04.2008 tarihli ve 26851 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 2008/4 sayılı Karar çerçevesinde yürütülmektedir. Program çerçevesinde tasarım

olgusunun ortaya çıkarılması ve geliştirilmesiyle birlikte katma değeri yüksek ürün elde edilerek ihracat performansının artırılması hedeflenmektedir. Program, tasarımcı şirket ve tasarım ofislerinin desteklenmesi, tasarım ve ürün geliştirme projelerinin desteklenmesi ve işbirliği kuruluşlarının desteklenmesi şeklinde üç başlık altında yürütülmektedir.

1.2.9.1. İşbirliği Kuruluşlarının Desteklenmesi

Birliklerin ve tasarım faaliyetine yönelik derneklerin, tasarım olgusunu oluşturma ve geliştirme amacıyla hem Türk tasarımcılarını hem de tasarlanan ürünlerin dünya pazarlarında tanıtımı için gerçekleştirdikleri tüm faaliyetlere ilişkin giderler yıllık bazda 300.000 ABD Doları kısıtı altında %50 oranında desteklenmektedir.

Ayrıca bu kuruluşlar tarafından tasarım yarışmaları düzenlenir ve yarışmada dereceye giren tasarımcılar yurt dışına eğitime gönderilir ve eğitim harcamalarının tamamı desteklenir. Eğitime gönderilen tasarımcılara ayrıca 2 yıl süreyle aylık 1.500 ABD Doları kadar yaşam gideri ücreti ödenmektedir.

1.2.9.2. Tasarımcı Şirketlerinin ve Tasarım Ofislerinin Desteklenmesi

Endüstriyel ürün ve moda tasarımları faaliyet alanında iştilgal eden ve tasarımcının şirket ortağı olduğu *tasarımcı şirketler* ile yine aynı faaliyet alanında iştilgal eden ve en az 3 tasarımcıyı bünyesinde barındırmak zorunda olan *tasarım ofisleri*, rekabet gücü ve pazar payı elde etme amaçlı firmalar için gerçekleştirdikleri faaliyetler kapsamında belirli kısıtlar altında desteklenmektedirler. Tasarımcı Şirketlerinin ve Tasarım Ofislerinin Desteklenmesiyle ilgili destek detayları Tablo 15'te özetlenmiştir.

Tablo 15: Tasarımcı Şirketler ve Tasarım Ofislerine İlişkin Destek Detayları

Destek Türü	Destek Konusu	Destek Limiti
Tanıtım Desteği	Yurt dışında gerçekleştirilen reklam, tanıtım, pazarlama faaliyetleri desteklenir.	Tasarımcı Şirketler 300.000 \$ / Yıl Tasarım Ofisleri 150.000 \$ / Yıl
Marka Patent Tescil	Kapsama alınan şirketlerin patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım tesciline ilişkin harcamaları ile destek kapsamına alınan markalarının yurt dışında tescili ve korunmasına ilişkin giderleri desteklenir.	50.000 \$ / Yıl
Danışmanlık Desteği	Şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü artırmak üzere alacakları danışmanlıklara ilişkin giderleri desteklenir.	Tasarımcı Şirketler 200.000 \$ / Yıl Tasarım Ofisleri 100.000 \$ / Yıl
İstihdam Desteği	İstihdam edilen tasarımcıların brüt maaş giderleri destek kapsamındadır.	Tasarımcı Şirketler 150.000 \$ / Yıl Tasarım Ofisleri 200.000 \$ / Yıl
Kira ve Dekorasyon	Yurt dışında açılacak birimlerin brüt kira giderleri ile dekorasyon ve demirbaş giderleri desteklenir.	300.000 \$ / Yıl

Kaynak: Resmi Gazete, 18.04.2008/26851.

1.2.9.3. Tasarım ve Ürün Geliştirme Projelerinin Desteklenmesi

Firmaların bünyelerine tasarım bölümleri kurmaları veya böyle bir bölümlerinin olması durumunda geliştirmeleri amaçlanan bu destek türünde; firmaları moda, tasarım ve inovasyon çalışmalarını ile katma değeri yüksek ürün ihracatına yönlendirme hedefi benimsenmiştir. Söz konusu destek kalemine ilişkin detaylar Tablo 16’da özetlenmiştir.

Tablo 16: Tasarım ve Ürün Geliştirme Projeleri Destek Detayları

Destek Türü	Destek Konusu	Destek Limiti
İstihdam Desteği	Destek kapsamına alınan proje kapsamında istihdam edilecek tasarımcı, modelist ve mühendislerin brüt maaş giderleri desteklenmektedir.	1.000.000 \$ / proje
Malzeme Desteği	Destek kapsamına alınan proje kapsamında kullanılmak üzere alınacak alet, teçhizat, malzeme ve yazılım giderleri desteklenmektedir.	250.000 \$ / proje
Seyahat ve Web Sitesi Üyeliği Desteği	Projeye katkı sağlamaya yönelik olarak gerçekleştirilen seyahatler ve nihai tüketiciye yönelik olmayan, sektöre özgü yeni tasarım ve trendlerin yer aldığı web sitesi üyeliğine ilişkin giderler desteklenmektedir.	150.000 \$ / proje

Kaynak: Resmi Gazete, 18.04.2008/26851.

Tasarım desteğinin yeni bir destek türü olması nedeniyle yalnızca 2010-2014 dönemine ait verilere Tablo 17’de yer verilebilmiştir. Görüleceği üzere, destek programı kısa bir dönem kapsamasına rağmen yeni tasarımların oluşturularak katma değeri yüksek ürün üretilmesine doğrudan katkı yapabilmesi nedeniyle yıllar itibarıyla ilgi görmektedir.

Tablo 17: Yıllar İtibarıyla Tasarım Desteği Tutarları (milyon TL)

Yıl	2010	2011	2012	2013	2014
Destek Tutarı	0	0,6	2,4	3,9	4,1

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013; TİM, 2015: 130.

1.2.10. Ar-Ge Yardımları

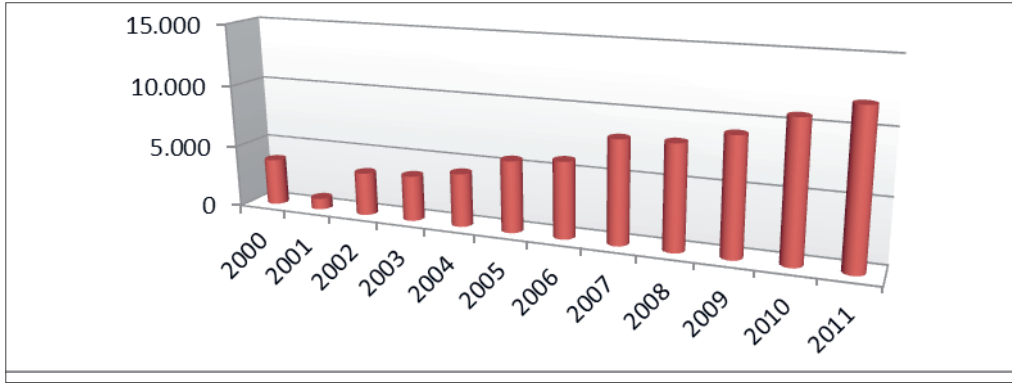
Bu destek programı, 24.9.1998 tarihli ve 98/16 sayılı Kararı çerçevesinde yürütülmektedir. Bu programda sermaye desteği ve Stratejik Odak Konuları Projeleri(SOKP)’ne ilişkin giderleri karşılamaktadır.

Küreselleşmeyle birlikte teknolojik gelişmeler ülkeler arasında hızla yayılmakta ve sadece teknolojik gelişimi gerçekleştiren ülkeler dünya piyasalarında önemli konuma gelebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanabilmesi için bilimsel ve teknolojik faaliyetlerin önemi ortaya çıkmakta ve mutlaka bu faaliyetlere yönelmenin zorunlu hale geldiği görülmektedir. Bilgiye dayalı üretim, üretim süreçleri ve yönetim ile birlikte teknolojik gelişmelerin sağlanması ve bu sayede katma değerli yeni ürünlerin ihracatı sayesinde dünya pazarlarında söz sahibi olma hedefinin benimsenmesi gerekmektedir.

Mevcut teknoloji, işgücü, beşeri ve fiziki sermaye yapısı dikkate alınarak hangi alanlar için teknolojik gelişim projelerinin yapılması gerektiğini tespit eden SOKP ile

yeni ürünler oluşturularak ya da mevcut ürünler geliştirilerek katma değer yaratılmaya çalışılmaktadır. Katma değerli yeni ürünlerin ihracatı sayesinde dünya pazarlarında söz sahibi olma hedefi çerçevesinde düzenlenmiş olan Ar-Ge yardımları, bir ürünün planlanmasından paten-lisans ve satış sonrası sorunlara kadar bütün aşamalarda desteklenmektedir. Ar-Ge yardımı çerçevesinde firmalara sağlanan sermaye desteği de proje kapsamında olup iki yıllık süre içerisinde 1 milyon ABD Doları kısıtı gözetilerek verilmektedir. SOKP'ler ise en fazla bir yıl için 100.000 ABD Doları kısıtında verilmektedir (Resmi Gazete, 04.11.1998/23513).

Şekil 8: Ar-Ge Desteği Miktarları



Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2013.

Şekil 8’de de görüleceği üzere Türkiye’de Ar-Ge göstergelerindeki değişimler, yıllar itibariyle artış göstererek 2000 yılında 3,7 milyon TL olan Ar-Ge harcaması 2011’de yaklaşık 12 milyon TL’ye çıkmıştır.

1.2.11. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi

Bu destek programı, her yıl değişebilmekle birlikte 05.02.2016 tarih ve 2016/1 sayılı Karar çerçevesinde yürütülmektedir. İşlenmiş tarım ürünlerinin dünya piyasalarında rekabet gücü elde edebilmesi ve ihracat performansının artırılması amacıyla DTÖ Tarım Anlaşmasına uyumlu olarak düzenlenen bu yardım türü, firmaların giderlerini azaltmayı hedeflemektedir.

Söz konusu anlaşma gereği ülkeler, hangi ürünlere yardım verileceğine ilişkin taahhütte bulunurlar. Taahhütte bulunulmayan ürünler için yardım verilmemekle birlikte çoğu ülke gizli olarak rekabet gücü düşük olan ürünlere destek verdiği bilinmektedir.

İşlenmiş tarım ürünlerinin ihracatının gerçekleştirilmesinin akabinde, ihracat beyannamesinde yer alan ürünün miktarı ya da değeri üzerinden hesaplanan destek tutarı Merkez Bankası aracılığıyla firmalara aktarılır. Merkez Bankası tarafından düzenlenen çek mahiyetindeki belgeler ile firmalar, başta vergi ve sosyal güvenlik kurumu borçları olmak üzere ihracat faaliyeti kapsamında yaptığı tüm harcamaları ödeyebilmektedir.

2. 2023 TÜRKİYE İHRACAT STRATEJİSİ VE EYLEM PLANI ÇERÇEVESİNDE AB VE TÜRKİYE’DE YARDIMLARIN KARŞILAŞTIRILMASI

Türkiye’de uygulanan ihracata yönelik devlet yardımları nitelik itibariyle AB’de uygulanan devlet yardımlarının bir çeşidi olan yatay yardımlardan oluşmaktadır. Buna karşılık uygulama alanı, biçimi ve hedefleri itibariyle değışiklik gösterebilmektedir.

AB’de uygulanan yardımlar, destek oranlarına göre bir başka ifade ile projenin belli bir oranına göre verilmektedir. Belli yardımlar için her ne kadar limit belirlenmiş olsa da projenin oluşturulmasını etkilememektedir. Bunun yanında, dünya genelindeki ilk yüz markalara bakıldığında çoğunun AB üyesi ülkelerden olduğundan marka ve tasarım oluşturulması gibi desteklere ihtiyaç duyulmamakta olup, doğrudan bu konulara yönelik destekler ön planda değildir. Ayrıca, uygulanan yardımların önemli kısmının firmaların doğrudan maliyet kalemlerine hitap etmesi firma kaynaklarının tamamıyla rekabet gücüne ayrılmasını sağlamaktadır.

Buna karşılık Türkiye’de uygulanan yardımlarda her destek için değer olarak önemli limitler söz konusudur. Örneğin yurt dışı birim marka ve tanıtım desteğinde kira desteği oran olarak %50 olmasına karşılık yıllık en fazla 75.000 \$ destek verilmesi, stratejik noktalarda olabilecek bir showroom veya mağaza için yetersiz kalabilmekte ve rekabet gücüne henüz haiz olamamış firmalar için desteği anlamsız kılabilir. Bunun yanında, AB ülkelerinin aksine Türkiye’nin marka oluşumuna ve dünya genelinde Türk Malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesine şiddetle ihtiyacı olduğundan marka-turquality ve tasarım desteği gibi bu alana yönelik destekler ön plana çıkarılmıştır. Ayrıca, Türkiye’de uygulanan yardımlar firmaların maliyet kalemlerine hitap etmekten ziyade ilk etapta ürün tanıtımı yapmaya ve bu sayede Pazar payı elde etmeye yöneliktir. Bu kapsamda, pazar araştırması ve fuar katılım destekleri öncelikli hale getirilmiştir.

AB’de KOBİ’ler ar-ge yardımı, KOBİ yardımı, istihdam, çevre gibi yatay yardımlar yanında bölgesel yardımlardan ve fuar katılımı gibi yardımlardan da aynı anda yararlanabilmektedir. Bir başka ifadeyle, yardım içinde yardım alabilmektedir.

Türkiye’de ise önemli yardım çeşitlerinde sınırlandırma yapılmaktadır. Örneğin bir firmaya ait Turquality desteği kapsamına alınan bir ürünün başka bir firma tarafından yurt dışı birim desteğine konu mağazasında sergilenmesi durumunda, yurt dışı birim desteğini alan firmanın desteği kesilir. Bir başka örnek olarak; pazar araştırması desteği kapsamında Pazar araştırması faaliyetinde bulunan bir firma, yalnızca yurt dışındaki bir fuara ziyarette bulunması ve fuara katılmış firmalarla iş görüşme yapması durumunda pazar araştırması desteğinden yararlanamaması verilebilir. Her iki örnekteki durum da AB ve Türkiye’de yardımların uygulanış biçimi açısından farklılığı ve Türkiye’deki bürokratik engeli ortaya koymaktadır.

AB ve Türkiye’de uygulanan yardımların mukayesesi 2023 Türkiye İhracat Stratejisi ve Eylem Planı Çerçevesinde Türkiye özelinde yardımların değerlendirmesi yapıldığında, öncelikli olarak yardım miktarlarının artırılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. 2023 ihracat

stratejisi çerçevesinde, ihracata yönelik devlet yardımları ihracat değerinin %1'i kadar olması kararlaştırılmasına rağmen, Türkiye İhracatçılar Meclisi verilerine göre, 2012, 2013 ve 2014 yıllarında bu oran sırasıyla yüzde 0,24, 0,32 ve 0,32 olarak gerçekleşmiştir (TİM, 2015: 130). Avrupa 2020 stratejisi çerçevesinde; 1996-2013 yılları arasında yaklaşık olarak GSYİH'nın %2'si kadar gerçekleşen yardım oranının %1 seviyelerine düşürülme hedefi göz önüne alındığında, Türkiye'nin 2023 stratejisi kapsamında yardımları uygulama konusunda yetersiz kaldığı görülmektedir. Bu kapsamda, kısa vadede destek tutarlarının ihracat değerinin %1'i kadar olacak şekilde uygulamaların hızlandırılması gerekmektedir.

Yardımların artırılmasına ilave olarak, yardımların sektörel ve bölgesel bazda farklılaştırılması gerekmektedir. 2023 ihracat stratejisi çerçevesinde belirlenen hedeflerden birisi de sektörel bazdaki ihracat değerlerinin her yıl yaklaşık yüzde 16 artırılmasıdır. Belirtilen hedef, 2013 ve 2014 yıllarında 26 sektörden sadece katma değeri düşük olan gıda ve tarım alanlarındaki 6 sektör tarafından gerçekleştirilebilmiştir. Bu kapsamda yapılması gereken, yardımların içerikleri itibariyle özellikle katma değeri yüksek olan ürünlerin yer aldığı sektörleri daha ileriye taşıyabilecek uygulamaların gündeme getirilmesidir. Türkiye ihracatına bölgesel bazda bakıldığında yoğunluğun Marmara Bölgesi başta olmak üzere Ege ve Akdeniz Bölgelerinde olduğu görülmektedir. Bu durumun ana sebebi diğer bölgelerdeki lojistik eksikliğidir. İhracatı tabana yayma ve artırma açısından bakıldığında limanlar, demiryolu ağları ve karayolu bölgeleri birbirine yakınlaştıracak koridor ve bağlantı hatları kurulmalıdır. İhracat yapılan ülke ve/veya ülke gruplarına göre lojistik üsler oluşturulmalı ve buralardan diğer bölgelere koridorlar açılarak nakliye maliyetini en aza indirme hedeflenmelidir. Bu duruma paralel olarak, belli bölgelerde gerçekleşen ancak nakliye maliyeti nedeniyle rekabet gücünü yitirebilen ürünlerin ihracatında veya lojistik üslere uzak olan bölgelere nakliye desteği verilmesi de gündeme getirilmelidir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

AB'de devlet yardımları, devletlerin ekonomik ve sosyal politikalarının bir sonucu olarak belli bir bölge, sektör veya teşebbüse yarar sağlayan bir araç olarak görülmekte olup, yatırımları teşvik etmek; çevrenin korunmasını sağlamak; istihdamı artırmak; zor durumdaki şirketleri kurtarmak ve yeniden yapılandırmak ve özellikle ihracatı geliştirmek amaçları kapsamında kullanılmaktadır. Ana teması akıllı, sürdürülebilir ve kapsamlı büyüme olan Avrupa 2020 stratejisinin geliştirilmesiyle birlikte KOBİ'lerin uluslararasılaştırılması ön plana çıkarılarak üye ülkelerin dünyadaki ticaret paylarının korunabilmesi ve artırılması hedeflenmektedir.

Türkiye'de 1995 yılına kadar, ana temasını doğrudan parasal ödemelerin, istisnaların ve düşük faizli kredilerin oluşturduğu ihracatı teşvik tedbirleri uygulanmıştır. 1994 yılında DTÖ'ne üye olunması ve 1996 yılında Türkiye ile AB arasında Gümrük Birliği'nin tesis edilmesiyle birlikte, uygulanan doğrudan parasal teşvikler yürürlükten kaldırılmış ve *AB yatay yardımlar çerçevesinde düzenlenen ihracata yönelik devlet yardımları* yürürlüğe girmiştir. Söz konusu yardımlar, başlangıçta kalkınma plan ve hedeflerini gerçekleştirmeyi ön

görmüş iken; 2023 Türkiye İhracat Stratejisinin geliştirilmesiyle birlikte yardımların yönü istihdam yaratılması, Kobilerin uluslararası rekabet gücünü artırılması, nihayetinde *olumlu Türk Malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi* ve böylece ihracat performansının artırılması hedefine yönelmiştir.

Avrupa 2020 Stratejisi ve 2023 Türkiye İhracat Stratejisi kapsamında Türkiye ve AB’de uygulanan yardımların etkinliği incelendiğinde;

AB ülkeleri açısından, rekabet edebilirliğin sağlanması ve KOBİ’lerin uluslararasılaştırılması hedeflerine ulaşma noktasında, AB resmi istatistik portalı Eurostat (2016) verilerine göre üye ülkelerin ihracat performanslarının artan bir trend izlemesi ve dünya ihracatı içindeki payının istikrarlı bir şekilde devam etmesi dikkate alındığında devlet yardımlarının pozitif yönde katkısının olacağı söylenebilir.

Türkiye açısından ise, uygulamaya konulduğu tarihten itibaren yardım miktarları genel olarak artış trendi göstermiş ve buna paralel olarak da belli kriz dönemleri haricinde ihracat performansı da aynı yönlü seyretmiştir. Ancak 2023 hedefi söz konusu olduğunda yani nicel olarak belirlenen ihracat hedefinin belirlenen tarihte gerçekleşmesi kapsamında değerlendirildiğinde TİM (2015) verilerine göre her yıl %16 oranında artması hedeflenen 26 sektördeki ihracat artışının henüz sadece katma değeri düşük olan 6 sektör tarafından gerçekleştirilmiş olması noktasında yardımların yetersiz kaldığı söylenebilir. Mevcut durum göz önüne alındığında, olumlu Türk Malı imajının oluşturulması ve yerleştirilmesi amacıyla ön plana çıkan marka, turquality, tasarım destekleri ile pazar araştırması ve yurt dışı fuar desteklerinin katma değeri yüksek ürün geliştirme ve ihracat performansına yüksek ivme kazandırma noktasında yetersiz olduğu söylenebilir.

Bununla birlikte, yardımların niteliği ve niceliği çerçevesinde ihracat performansına etkisinin artırılması açısından bazı önerilerde bulunulabilir:

- İhracata yönelik devlet yardımları ihracat değerinin %1’i kadar olması kararlaştırılmasına rağmen, bu oranın sağlanamaması dikkate alındığında yardımların oransal bazda değerlendirilmesi, ancak limit konulmaması gerekmektedir.
- Yardımların firmalar açısından maliyet düşürücü ve kaynakları rekabet gücüne yönlendirici etki yapacak şekilde de düzenlenmesi gerekmektedir.
- Yardımların katma değer yaratan ve/veya katma değeri yüksek alanlara kanalize edilmesi gerekmektedir.
- Türk firmalarının, bilinen ve gelişme potansiyeli olan yabancı şirket ve markaları satın alarak ihracata direkt katkı yapacak olması nedeniyle hat safhada desteklenmelidir.
- Sanayi ihtiyaçlarını ve yerel özellikleri de dikkate alan sistematik olarak yapılanmış, üniversitelerle bağlantılı araştırma merkezleri kurulmalı ve etkin kullanımının yaygınlaştırılması gerekmektedir.
- Ar-Ge destekleri özel sektörün altyapısına yerleştirilmeli ve projeler önemli limitlerle desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- Akay, A. (2004). AB ve Türkiye’de Çevre Yardımları, M. Şükrü Erdem (Ed.), Avrupa Birliği Müktesebatında Devlet Yardımları ve Türkiye’nin Uyumu, 1. Baskı içinde (457-464), *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları*.
- Atayeter, C. & Erol, A. (2011). Türkiye’de Uygulanmakta olan İhracat Teşvikleri, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1, 1-26.
- Aykın Mehter, S. (2004). AB’de Eğitim Amaçlı Devlet Yardımları, M. Şükrü Erdem (Ed.), Avrupa Birliği Müktesebatında Devlet Yardımları ve Türkiye’nin Uyumu, 1. Baskı içinde (409-415), *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları*.
- Baykal, M. C. (2000). KOBİ’lere Yönelik Devlet Yardımlarının Avrupa Birliği ve Türkiye Karşılaştırması, *Yeni Türkiye Stratejik Araştırma Dergisi*, (36), 1433-1478.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2004). Devlet Yardımlarını Değerlendirme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, No.2681, *Ankara: DPT Yayınları*.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı (2002). Avrupa Birliği ve Türkiye, 5. Baskı, Ankara: *DTM Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü Yayınları*.
- European Commission (2012). Commission Staff Working Document-Facts and Figures on State Aid in The EU Member States, No.778, *Brussels: European Commission*.
- Eurostat (2016). http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=ext_it_introle&lang=en
- Evans, A. (1996). Contextual Problems of EU Law: State Aid Control Under the Europe Agreements, *European Law Review*, 21(4), 263-279.
- Facenna, G. (2004). State Aid and Environmental Protection, Biondi, Andrea ve diğerleri (Ed.), *The Law of State Aid in The European Union*, 1st Ed. içinde (245-265), *New York: Oxford University Press*.
- Hüzmeli Durnagöl, Y. (2006). Adaylık Sürecinde Türkiye ve AB’de Devlet Yardımları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- İşık, S. & Doğan, H. (2004). AB’de Bankacılık ve Şirketler Kesiminde Kurtarma ve Yeniden Yapılandırmaya Yönelik Devlet Yardımları: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, M. Şükrü Erdem (Ed.), Avrupa Birliği Müktesebatında Devlet Yardımları ve Türkiye’nin Uyumu, 1. Baskı içinde (319-342), *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları*.
- İlhan, B. (2010). AB Rekabet Politikasında Devlet Yardımları ve Türkiye, *Sayıştay Dergisi*, No.76, 101-132.
- İstihdam Yardımı Hakkında Tebliğ (2000), *T.C. Resmi Gazete*, 23948, 29 Ocak 2000.
- Kutlu, E. & Hacıköylü, C. (2007). Avrupa Birliği’ne Tam Üyelik Sürecinde Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Devlet Yardımları, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2007/1), 367-390.
- Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ (2011). *T.C. Resmi Gazete*, 27881, 21 Mart 2011.
- Pazara Giriş Belgelerinin Desteklenmesine İlişkin Karar (2014). *T.C. Resmi Gazete*, 29109, 4 Eylül 2014.
- Quigley, C. & Collins, A. (2003). EC State Aid Law and Policy, 1st Ed., *Oxford: Hart Publishing*.
- Şanlı, M. (2004). AB Uyum Sürecinde KOBİ’lere Yönelik Devlet Yardımları, M. Şükrü Erdem (Ed.), Avrupa Birliği Müktesebatında Devlet Yardımları ve Türkiye’nin Uyumu, 1. Baskı içinde (285-309), *Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları*.

- Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ (2008). *T.C. Resmi Gazete*, 26851, 18 Nisan 2008.
- Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®’nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ (2006). *T.C. Resmi Gazete*, 26177, 24 Mayıs 2006.
- Türkiye İhracatçılar Meclisi (2015). “Ekonomi ve Dış Ticaret Raporu 2015”, *TİM Yayınları*, 1-144.
- Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi (1995). *T.C. Resmi Gazete*, 27448, 30 Aralık 2009. 2230, 1 Haziran 1995.
- Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ (2010). *T.C. Resmi Gazete*, 27708, 23 Eylül 2010.
- Varışlı, A. (2003). AB’de Eğitim Yardımları, Avrupa Birliği’nde Devlet Yardımları Kurallarını Belirleyen Çerçeve ve İlke Kararları, *Uzmanlık Tezi, TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü*.
- Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ (2010). *T.C. Resmi Gazete*, 27676, 18 Ağustos 2010.
- Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ (2009). *T.C. Resmi Gazete*, 27448, 30 Aralık 2009.