



**MARKA**

**DOĐU MARMARA  
KALKINMA AJANSI**

---

---

**TÜRKİYE İHRACATININ  
DEĞERLENDİRİLMESİ VE  
İHRACATA YÖNELİK VERİLEN  
DEVLET YARDIMLARI  
BİLGİ NOTU**

---

---

Yayın Tarihi: Ağustos, 2011  
MARKA Yayınları Serisi



**TÜRKİYE İHRACATININ DEĞERLENDİRİLMESİ VE  
İHRACATA YÖNELİK VERİLEN DEVLET YARDIMLARI BİLGİ NOTU  
İÇİNDEKİLER**

<b>GENEL DEĞERLENDİRME .....</b>	<b>3</b>
<b>TÜRKİYE'DE İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI .....</b>	<b>5</b>

**TABLolar LİSTESİ**

Tablo 1. Türkiye Dış Ticaretinin Seyri .....	3
Tablo 2. Bazı Ülke Gruplarına Göre İhracat .....	4



## GENEL DEĞERLENDİRME

Türkiye’de, planlı ekonomi dönemine 1960 sonrasında geçildi. 1970lerde ithal ikameci ekonomi politikaları izleyerek, döviz bağımlılığımızın asgari düzeye inmesini amaçlanmış ancak bu politikada istenen başarı sağlanamamıştır. 24 Ocak 1980’de alınan ekonomik kararlar ve sonrasında oluşan siyasi ve ekonomik atmosfer ise ülkemizin dışa pazarlara açılmasını, sermaye piyasalarının kurulup derinleşmesini, ihracatın çeşitli enstrümanlarla teşvik edilmesini, böylece döviz kazandırıcı işlemlerin hızlanmasını sağlamıştır. Liberal ekonomi politikalarının uygulanmaya başlanması ile birlikte, 1980 sonrasında, üretilen ve ihraç edilen ürün yelpazesinin çeşitlenmiş, katma değeri fazla olan Ar & Ge ve inovasyona dayalı ürün çeşitliliği artmış, çok sayıda uluslararası şirketin önemli yatırımları için Türkiye’yi tercih etmiş, üniversite-sanayi işbirliği de önemli ölçüde artmıştır. Ayrıca, son dönemlerde, tersine beyin göçünün hızlanması, Türkiye’nin özellikle son 30 yıl içinde aldığı mesafeyi açıkça göstermektedir.

1980 yılında 2,9 milyar dolar seviyelerinde olan ülkemiz ihracatı, 2001 ekonomik krizinin ardından ciddi artışlar göstermiş, 2002 yılında 36 milyar dolar olan ihracatımız, 2010 yılında 113,88 milyar dolar yükselmiştir. 1980’de ihraç ürünlerimizin kompozisyonunda sanayi ürünleri sadece %36’lık bir paya sahipken, tarım ürünleri ihracatı %57 düzeyinde bulunmaktaydı. Türkiye’nin gelişimi ve dönüşümünün bir yansıması olarak; 2000 yılında sanayi ürünleri toplam ihracatın %83’ünü, tarımsal ürün ihracatı %15,2’sini, 2010 yılında ise sanayi ürünleri toplam ihracatımızın %82,3’ünü, tarımsal ürün ihracatı ise 13,2’sini oluşturmuştur.

**Tablo 1. Türkiye Dış Ticaretinin Seyri**<sup>1</sup>

	<b>İhracat – Milyar \$</b>	<b>İthalat- Milyar \$</b>	<b>Dış Ticaret Dengesi Milyar \$</b>	<b>İhracatın ithalatı karşılama oranı (%)</b>
1980	2,91	7,91	-5,0	36,8
1990	12,95	22,30	-9,4	58,1
1995	21,63	35,71	-14,1	60,6
1999	26,58	40,67	-14,1	65,4
2000	27,77	54,50	-26,7	51,0
2001	31,33	41,40	-10,1	75,7
2002	36,06	51,55	-15,5	69,9
2003	47,25	69,34	-22,1	68,1
2004	63,17	97,54	-34,4	64,8
2005	73,48	116,77	-43,3	62,9
2006	85,53	139,58	-54,1	61,3
2007	107,27	170,06	-62,8	63,1
2008	132,03	201,96	-69,9	65,4
2009	102,14	140,93	-38,8	72,5
2010	113,88	185,54	-71,7	61,4

<sup>1</sup> TÜİK, 1980-2010



Ticaretteki serbestleşmeyle beraber, dünyada çok sayıda gümrük alanı oluşmakta, serbest ticaret anlaşmaları yapılmakta; böylece ülkeler gümrük vergisi ve diğer maliyet arttırıcı unsurları minimize etmeye çalışmaktadırlar. Bu çerçevede, Türkiye de Gümrük Birliği'ne taraf ülke olarak, en önemli ticaret ortağı olan Avrupa Birliği ile ticaretini yıllar içerisinde arttırmıştır. Ancak, tek pazara bağlı kalmanın oldukça riskli olduğu gerçeği, pazar çeşitlendirmenin önemi son dönemde yaşanan büyük ekonomik krizle birlikte bir kez daha teyit edilmiştir. 2008 yılında ABD'de verilen mortgage kredilerinin geri dönmemesi ile başlayan ve başta ABD ve AB ülkeleri olmak üzere bütün dünyada etkisini hissettiren ekonomik kriz, dünya talep dengesini de değiştirmiş, azalan küresel talep ve ticaret neticesinde 2008 yılında ülkemiz ihracatı da ciddi düşüş yaşamıştır. Bu kapsamda, 2023 yılı için konulan 500 milyar \$ ihracat hedefine ulaşılabilmesi için, pazar ve ürün çeşitlendirme çalışması yapılmış; bunun sonucu olarak ana ihracat pazarımız olan AB (27) ülkeleri dışında, Afrika, Ortadoğu, Latin Amerika ve Uzak Asya ülkelerine yönelik yapılan strateji çalışmaları da yavaş yavaş meyvelerini vermeye başlamıştır. Bu çerçevede, AB(27) ülkelerine ihracatımızın payı 2010 yılında %46,3'e gerilerken, yakın ve Ortadoğu ülkelerine yapılan ihracatın payı %20,5'e, Afrika ülkelerine yapılan ihracatın payı %8,2'ye, Amerika kıtası ülkelerine yapılan ihracatın payı ise %5,4 seviyelerine çıkmıştır.

Tablo 2. Bazı Ülke Gruplarına Göre İhracat <sup>2</sup>

	2007	2008	2009	2010
<b>Türkiye Toplam İhracatı (milyar \$)</b>	107,27	102,14	132,03	113,88
<b>AB (27)'ye Yapılan İhracat (milyar \$)</b>	60,4	47	63,4	52,7
<b>AB (27)'ye Yapılan İhracatın Toplam İhracata Oranı</b>	56,3%	46,0%	48,0%	46,3%
<b>Yakın ve Ortadoğu Ülkelerine Yapılan İhracat (milyar \$)</b>	15,1	25,4	19,2	23,3
<b>Yakın ve Ortadoğu Ülkelerine Yapılan İhracatın Toplam İhracata Oranı</b>	14,1%	24,9%	14,5%	20,5%
<b>Afrika Ülkelerine Yapılan İhracat (milyar \$)</b>	5,97	9,1	10,2	9,3
<b>Afrika Ülkelerine Yapılan İhracatın Toplam İhracata Oranı</b>	5,6%	8,9%	7,7%	8,2%
<b>Amerika Ülkelerine Yapılan İhracat (milyar \$)</b>	5,6	6,5	4,9	6,1
<b>Amerika Ülkelerine Yapılan İhracatın Toplam İhracata Oranı</b>	5,2%	6,4%	3,7%	5,4%

Hükümet, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşlarının gerçekleştirdikleri toplantılar ve faaliyetler, Türkiye'de var olan ekonomik hareketliliğin dünyada uygun stratejik pazarlara yayılmasını sağlamaktadır. Dışişleri Bakanlığı'nın özellikle Afrika'da Çad, Nijer, Angola, Gana, Zambiya, Tanzanya gibi 15 farklı ülkede büyükelçilik açması, ayrıca, Latin Amerika ülkelerinden Ekvator ve Kolombiya'da da büyükelçilik açma hazırlığında olması Türkiye'nin 2023 vizyonunda 500 milyar dolar ihracat hedefini yakalamasına önemli katkılar sağlayacaktır.

<sup>2</sup> TUIK, 2007-2010



## TÜRKİYE'DE İHRACATA YÖNELİK DEVLET YARDIMLARI

Cumhuriyetin 100. yılı için konulan 500 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşabilmek için, maliyetleri azaltıcı lojistik ve hammadde tedariki konusundaki yatırımların artarak devam etmesi, üretim altyapısının teknolojiye uygun hale getirilmesi, ithalatımızda önemli bir yer tutan makine ve ekipman alımlarının yurtiçinde yapılmasına yönelik stratejilerin oluşturulmasının yanında, ülkemizin 81 ilinin de avantajlı oldukları sektörlerde teşvik sisteminin daha etkin kullanılması ile ihracata dayalı üretimlerini arttırmaları gerekmektedir.

Ülkemiz, üretimin arttırılması ve Ar & Ge ve inovasyona dayalı üretimin desteklenmesi için Sanayi, Bilim Teknoloji Bakanlığı, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, TÜBİTAK, KOSGEB, Kalkınma ve Ajanları gibi kurumlar aracılığıyla çeşitli destek enstrümanları üretmiştir. Söz konusu kurumların destek enstrümanlarının yanında, İhracatın geliştirilmesi için Ekonomi Bakanlığı vasıtasıyla da İhracata Yönelik Devlet Yardımları verilmektedir.

İhracata Yönelik Devlet Yardımları 10 destek programından oluşmaktadır. Söz konusu yardımların kurgulanmasında ve uygulanmasında Ekonomi Bakanlığı nihai onay makamıdır.

### *İhracata Yönelik Devlet Yardımları*

1. Araştırma-Geliştirme (AR & GE) Yardımları
2. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi
3. Yurtdışında Milli veya Bireysel Düzeyde Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi
4. Pazar Araştırması Desteği
5. Eğitim Yardımı
6. Yurtdışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi
7. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi
8. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması ve Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve Turquality İmajının Yerleştirilmesine Yönelik Faaliyetlerin Desteklenmesi
9. İstihdam Yardımı
10. Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımları olarak sıralanmaktadır.

Bu destek başlıklarının uygulama yönergelerine inildiğinde, örneğin; dış pazarlarda yeni müşteri bulmak isteniyorsa; 2011/1 sayılı Tebliğin 5 inci maddesi uyarınca sınai ve/veya ticari şirketler ile yazılım sektöründe faaliyet gösteren şirketlerce gerçekleştirilen yurt dışı pazar araştırması gezilerine ilişkin giderler, %70 oranında ve yurt dışı pazar araştırması gezisi başına en fazla 7.500 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir. Bir firma bir takvim yılında en fazla 10 adet yurt dışı Pazar araştırması desteğinden yararlanabilmektedir. Sadece bir ülkeye gidilebileceği gibi, coğrafi olarak birbirine yakın olan üç farklı ülke de yapılacak Pazar araştırması gezileri destek kapsamında bulunmaktadır. Ayrıca, Pazar araştırması için gidilen ülkedeki konaklama-otel masrafı, ulaşım gideri;



- a) şirket başına günlük 300 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla konaklama (oda+kahvaltı) gideri (Örnek: Bir şirket günlük 200 \$ otel harcaması yapıyorsa  $200 \times 0,70 = 140$  \$ tutarında destek alır, 500 \$ otel harcaması yapıyorsa 300 \$ destek alır.)
- b) Ulaşım: Yurt dışı pazar araştırması kapsamında uluslararası ve şehirler arası ulaşımda kullanılan ekonomi sınıfı uçak, tren, gemi ve otobüs bileti ücretleri ile günlük 50 ABD Dolarını, gezi başına da 500 ABD Dolarını aşmamak kaydıyla araç kiralama gideri (Örnek: Bir şirket günlük 30 \$ araç kiralama harcaması yapıyorsa  $30 \times 0,70 = 21$  \$ tutarında destek alır, 100 \$ araç kiralama harcaması yapıyorsa 50 \$ destek alır.) destek kapsamındadır.

Bunun yanında, Pazar araştırması yapmak için Uluslararası kuruluşlara yaptırılan ve satın alınan sektör, ülke, yabancı şirket veya marka odaklı raporlar (mali ve hukuki raporlar dahil) ile Sadece yabancı şirket alımlarına yönelik olarak uluslararası kuruluşlardan alınacak danışmanlık hizmetlerine (mali ve hukuki danışmanlık dahil) ilişkin giderler; şirketler için %60, İşbirliği Kuruluşları (Meslek Örgütleri-Ticaret ve Sanayi Odaları vb.) için %75 oranında ve yıllık en fazla 200.000 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir.

Ayrıca, sektörel ticaret veya alım heyetleri, DTM koordinasyonunda organizatör bir kuruluş tarafından yapılıyorsa, sektörel ticaret veya alım heyeti programlarına ilişkin giderler %50 oranında ve program başına en fazla 150.000 ABD Dolarına kadar desteklenir hükmü bulunmaktadır. Sözkonusu desteğe ulaşım, konaklama (kurum veya kuruluş başına günlük 300 ABD Dolarını geçmemek kaydıyla konaklama (oda+kahvaltı) giderleri), Tercümanlık giderleri, Seminer, konferans, toplantı ve ikili görüşmelerin yapıldığı yerlerin kiralama giderleri, Görsel ve yazılı tanıtım ve reklâm giderleri, Halkla ilişkiler hizmeti giderleri, Katalog, broşür, eşantiyon ve tanıtım malzemeleri giderleri dahildir.

E-ticaret sitelerine kaydolarak, ürün tanıtım ve satışını yapmak isteyen firmalar ise nihai tüketiciye yönelik olmayan e-ticaret sitelerine üyelik giderleri şirketler için %70 oranında ve yıllık en fazla 10.000 ABD Dolarına kadar desteklenmektedir. Bu destekten ise; şirketler en fazla 5 (beş) e-ticaret sitesi için ve e-ticaret sitesi başına en fazla 3 (üç) yıl süresince yararlanabilir.

İhracatın, tanıtım yoluyla arttırılmasının amaçlandığı bu destek kaleminde, destekten yararlanmak isteyen şirketlerin ticari faaliyetiyle ilgili en az bir yabancı dilde yayımlanan bir internet sitesine sahip olması gerektiği şart koşulmaktadır.

Yurtdışında Gerçekleştirilen Fuarlara Katılım için verilen desteklerde ise DTM'ce belirlenerek ilan edilen yurt dışında düzenlenen sektörel nitelikteki uluslararası fuarlara Bireysel Katılım gerçekleştirilmesi durumunda; katılımcının fuarın yetkili organizatörüne ödeyeceği boş stand veya standart donanımlı stand kirasının ve nakliye harcamaları ile katılımcıların standlarında görevlendireceği en fazla 2 temsilcinin ekonomi sınıfı gidiş-dönüş ulaşım masraflarının %50'si, 15.000 ABD Doları'nı aşmamak üzere ödenir hükmü bulunmaktadır. Bunun dışında milli veya bireysel katılım sağlanan fuarlarda da değişen oran ve limitlerde destekler sağlanmaktadır.

İhracat yapmayı planlayan, ya da ihracat bilgisini güncel değişmelere göre yenilemek isteyen firmalar, DTM'ce akredite olmuş eğitim danışmanlık firmalarından alacakları dış ticaret, gümrük, kambiyo mevzuatı, uluslar arası finansman sağlama teklifleri, moda-marka tasarımı, uluslar arası



rekabet hukuku, uluslar arası finansman sağlama teklifleri gibi eğitim danışmanlık hizmetleri için yapacakları harcamalarının %70'ini ihracata yönelik devlet desteği kapsamında geri alabilmektedir.

Ayrıca, firmaların yurtdışında ofis- mağaza-depo açma- kira, demirbaş-dekorasyon giderleri- , işletme ve marka tanıtım-reklamasyon faaliyetleri, tebliğle belirlenen azami limitler dahilinde %50 oranında desteklenmektedir. Bir markaya sahip olup, markanın yurtdışında tescili ve korunması için yapılacak olan harcamalar da %50 oranında yıllık en fazla 20.000\$'a kadar destek alabilecektir. Bunun yanında, ISO 9000 serisi, ISO 14000 serisi, CE işareti gibi uluslar arası nitelikteki kalite, çevre ve iş güvenliği belgelerinin %50 oranında azami 50.000 \$'a kadar desteklenmektedir.

Yaş/kurutulmuş sebzeler, yaş/kabuklu meyvalar, bal, reçel, zeytinyağı, kümes hayvanı yumurta ve etleri, makarna, bisküvi vb. on altı kalem tarım/hayvancılık menşeli üründe ihracat iadesi, ilgili şirketlerin SSK primi, vergi, haberleşme ve enerji giderleri ödemelerinden mahsup edilmek suretiyle yapılır.

Cumhuriyetimizin 100. yılına doğru, dünyanın en büyük on ekonomisi arasına girme hedefinin önemli bir göstergesi olan ihracatta 500 milyar dolara hedefine ulaşılması için Türkiye'deki sanayi ve hizmet sektörünün gelişmesine paralel olarak, kamu-özel sektör işbirliğinde yapılan çalışmalara artan yoğunlukta devam edileceği görülmektedir. Böylece; tabana yayılan destek-teşvik mekanizmaları ile 81 ilimizin her birinin bu hedefe önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.