

Uluslararası Ticaret Teşviklerinin Kullanımında Yaşanan Sorunlara Yönelik Bir İçerik Analizi

A Content Analysis of the Problems Encountered in the Use of International Trade Incentives

Oğuz Emre BALKAR

Erzincan Binali Yıldırım University

oguz.balkar@erzincan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5853-0926>

Özet

Uluslararası ticaret teşvikleri, ihracat hacimlerini artırmak, pazarları çeşitlendirmek ve ulusal rekabet gücünü desteklemek amacıyla kullanılmaktadır. Bununla birlikte, işletmelerin bu teşviklerden yeterli ve etkin düzeyde yararlanamadığı, başvuru, uygulama ve geri ödeme süreçlerinde çok boyutlu sorunlarla karşılaşıldığı görülmektedir. Bu çalışmada, dış ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan problemlerin sistematik biçimde sınıflandırılması, bu problemlerin temel kaynaklarını ortaya koyulması ve mevcut yazındaki dağınık bulguların bütüncül bir çerçevede tartışılması amaçlanmıştır.

Araştırmada iki aşamalı bir yöntem izlenmiştir. İlk aşamada Web of Science veri tabanında 1980–2024 arası dönemde yayımlanan araştırmalar filtrelenmiştir. Bu çalışmalar üzerinden VOSviewer yazılımı kullanılarak, anahtar kelimelerin birlikte kullanımlarına ilişkin görsel harita elde edilmiştir. İkinci aşamada ise konu ile doğrudan ilişkili seçilmiş çalışmalar, Nvivo yazılımı ile kodlanmış ve içerik analizi yoluyla dış ticaret teşviklerinin kullanımında ortaya çıkan sorunlar on temel faktör altında (P1–P10) toplanmıştır.

Bulgular, özellikle bilgi asimetrisi ve farkındalık eksikliği ile firma düzeyindeki yetenek ve kapasite yetersizliklerinin en sık vurgulanan problem alanları olduğunu göstermiştir. Ayrıca sorunların kaynakları olarak devlet, teşvik organizasyonları ve firmalar üzerinden önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret Teşvikleri, Teşvik Programları, İçerik Analizi, Bilgi Asimetrisi.

JEL Sınıflandırması: F13, F14, L53, O24.

Abstract

International trade incentives are used to increase export volumes, diversify markets, and bolster national competitiveness. However, it is observed that businesses are unable to utilize these incentives sufficiently and effectively, and multifaceted problems are encountered in the

application, implementation, and repayment processes. This study aims to systematically classify the problems encountered in the use of foreign trade incentives, identify the root causes of these problems, and discuss the scattered findings in the existing literature within a holistic framework.

The research employed a two-stage method. In the first stage, studies published between 1980 and 2024 in the Web of Science database were filtered. Using VOSviewer software, a visual map of keyword co-occurrence was generated from these studies. In the second stage, selected studies directly related to the topic were coded using Nvivo software, and through content analysis, the problems encountered in the use of foreign trade incentives were categorized under ten key factors (P1–P10).

The findings revealed that information asymmetry and lack of awareness, as well as inadequate firm-level capabilities and capacity, were the most frequently highlighted problem areas. In addition, suggestions were made regarding the state, incentive organizations and companies as sources of the problems.

Keywords: Foreign Trade Incentives, Incentive Programs, Content Analysis, Information Asymmetry.

JEL Codes: F13, F14, L53, O24.

1. GİRİŞ

Uluslararası ticaret teşvikleri, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomilerde ihracat hacimlerini artırmak, pazarları çeşitlendirmek ve makroekonomik performansı iyileştirmek üzere tasarlandıkları için çağdaş ticaret ve sanayi politikalarının temel araçları olarak görülmektedir (Balassa, 1965; Krugman vd., 2012). Dış ticaret teşvikleri genellikle ihracat sübvansiyonları, vergi iadeleri, ihracat kredileri, sigorta programları ve özel sektör şirketlerinin dış pazarlara girme ve bu pazarlarda tutunma maliyetlerini düşüren çeşitli teknik ve pazarlama desteklerini içermektedir (Balassa, 1978; Onaran vd., 2011).

İhracatı teşvik eden bu tarz araçlar, firmaların belki de tam anlamıyla elde edemediği rekabetçi yeteneklerini desteklemektedir (De Wulf, 1978; Krugman vd., 2012). Ölçek ekonomileri ve dinamik rekabet avantajları yaratan bu destekler için devletler ve teşvik organizasyonları, ihracat teşviği verilecek firmaları belirleme noktasında seçici davranmaktadır (Yamada, 1999). Belirlenen firmalara yapılan destekler, finansal ve/veya operasyonel türde olabilmektedir (Yellice ve Türko, 2024).

İlgili alanda gerçekleştirilen birçok araştırma (Balassa, 1978; Heriqbaldi vd., 2025; Lederman vd., 2010; Traiyarach ve Banjongprasert, 2022), ihracat teşviklerinin firma düzeyinde ihracat performansı, ihracat çeşitlendirmesi ve dış pazarlarda hayatta kalma üzerinde olumlu etkileri

olabileceğini göstermektedir. İhracat teşvik ajansları ve programları üzerine yapılan çalışmalar (Cruz, 2014; Lederman vd., 2015; Munch ve Schaur, 2018), belirli desteklerin firmaların ihracat yapmaya başlama, yeni destinasyonlara genişleme ve zaman içinde rekabet kabiliyetlerini geliştirme olasılıklarını artırabileceğine işaret etmektedir. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler üzerine yapılan çalışmalarda, ihracat teşvik programlarına katılımın daha yüksek ihracat büyümesini tetiklemesiyle, özellikle bilgi ile finansman kısıtlamalarıyla karşı karşıya olan Küçük ve Orta Ölçekli İşletme (KOBİ) türleri için daha olumlu etkilerinin olabileceği vurgulanmaktadır (Defever vd., 2024; Demena, 2025; Lederman vd., 2010; Traiyarach ve Banjongprasert, 2022).

Öte yandan dış ticaret teşvikleri, coğrafya, altyapı veya teknoloji eksiklikleriyle ilgili yapısal dezavantajları hafifleterek ulusal rekabet gücünü artırma noktasında da stratejik bir rol oynamaktadır (Martin, 2025). Bu yönüyle teşvikler, ülkelerdeki endüstriyel gelişim düzeyini ve küresel değer zincirlerine entegrasyon seviyesini desteklemektedir (Evans, 2021).

Türkiye, Etiyopya ve İran gibi ülkelerde ihracat teşvikleri üzerine yapılan ampirik araştırmalar, iyi tasarlanmış teşvik programlarının ihracat hacimlerini artırabileceğini ve firmaların daha yüksek katma değerli ürünlere yönelmesine yardımcı olabileceğini göstermektedir (Ahmad ve Tufa, 2018; Akbari vd., 2021; Başarır ve Sarıhan, 2018). Benzer şekilde ticaretin kolaylaştırılmasına, ticari altyapının iyileştirilmesine ve firmaların yeteneklerine uygun bir şekilde pazarda değişimlere karşı önlemler alabilmesine katkı sağladığı ifade edilmektedir (Martin, 2025; Moïse ve Sorescu, 2013).

Bununla beraber, işletmelerin genellikle dış ticaret teşviklerinden yeteri düzeyde yararlan(a)madığına ve/veya verilen destekleri sürdürülebilir ve stratejik bir şekilde değerlendiremediğine dikkat çekilmektedir (Karakaya ve Yannopoulos, 2012; Uysal ve Uluçay, 2018). Yapılan bazı araştırmalarda (Ang ve Tjiptono, 2023; Anvari ve Noori, 2024; Kahiya, 2024; Piznal, 2022), bilgi eksikliklerinin, sınırlı yönetimsel yeteneklerin ve destek programlarının karmaşıklığı hakkındaki olumsuz algıların, firmaları mevcut teşviklere başvurmadan alıkoymadığı hususu bildirilmektedir. Ayrıca teşviklere başvuran birçok firmanın başvuru, onay ve geri ödeme süreçlerinin farklı aşamalarında önemli bürokratik, bilgilendirici, finansal ve idari sorunlarla karşılaştığı belirtilmektedir (Evans, 2021; Uysal ve Uluçay, 2018).

Belirtilen yazın içerisindeki çalışmalarda, bürokrasi, evrak işleri ve gecikmelerin, özellikle sınırlı idari kapasiteye sahip küçük firmalar için işlem maliyetlerini artıran ve teşvik programlarının net faydalarını azaltan başlıca engeller olduğunu gösterilmektedir (Karakaya ve Yannopoulos, 2012; Piznal, 2022). Mevcut teşvik programları hakkında farkındalık eksikliği, uygunluk koşulları hakkındaki belirsizlikler ve dış pazar gereksinimleri hakkında sınırlı veriler gibi bilgi asimetrisiyle alakalı sorunlar da yaygın olarak vurgulanmaktadır (Agarwal vd., 2023; Keskin vd., 2021). İhracat finansmanları, banka garantileri ve ihracat operasyonları için sigortaya erişimdeki zorluklar da dâhil olmak üzere finansal kısıtlamalar, firmaların bu tür riskleri azaltmak için tasarlanmış teşvik

programlarından yararlanma motivasyonlarını daha da düşürmektedir (Defever vd., 2024; Mataveli vd., 2022; Moïsé ve Sorescu, 2013).

Her ne kadar çok sayıda vaka çalışması ve anket araştırması, ihracat teşviklerinin kullanımında belirli sorunları tespit etse de literatürde incelenen ülkeler, sektörler ve teşvik türleri açısından bakıldığında çok fazla çeşit araştırmanın yer almadığı görülmektedir (Demena, 2025; Kahiya, 2024). Birçok araştırma, sadece tek bir dönemi kapsayacak şekilde şehir, bölge, sektör ve ülke içerisinde ihracat sübvansiyonlarına, vergi iadelerine veya yatırım teşviklerine odaklanmaktadır (Ahmad ve Tufa, 2018; Yellice ve Türko, 2024). Bu durum, dış ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan sorunlara yönelik bir genellemeye, sorunların türlerine ve çözüm önerilerine ilişkin dağınık bir kaynak çerçevesinin bulunduğu işaret etmektedir.

Bu bağlamda söz edilen yazın içerisinde, sistematik bir şekilde bu sorunların sınıflandırılmasına, ilgili problemlerin altında yatan nedenlerin belirlenmesine ve sistematik şekilde sorunların çözümlerine ilişkin efektif öneriler sunulmasına katkı sağlayacak araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Belirtilen bilgi boşluğunu doldurmaya yönelik destek sunulması amaçlanan bu araştırma ile iki ana hedefe ulaşılması beklenilmektedir. İlk olarak, alakalı yazındaki çalışmalar üzerinden yapılan bibliyometrik ve içerik analizlerine dayanarak, dış ticaret teşviklerinin kullanımında karşılaşılan sorunların sınıflandırılması amaçlanmaktadır. İkinci olarak ise bu sorunların temel nedenlerini ortaya çıkararak araştırmacılar, şirketler ve politika yapıcılar için çeşitli önerilerin sunulması hedeflenmektedir. Bahsedilen çalışma hedefleri doğrultusunda, aşağıdaki araştırma soruları ele alınmaktadır:

AS-1: Dış ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan problemlere ilişkin çalışmalarda hangi anahtar kelimeler öne çıkmaktadır?

AS-2: Dış ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan problemler nelerdir?

AS-3: Dış ticaret teşviklerinin kullanımıyla alakalı sorunlardan hangileri şirketlerden, teşvik kuruluşlarından veya hükümetlerden kaynaklanmaktadır?

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Doğrudan ihracat sübvansiyonları, vergi iadeleri, gümrük vergileri, ihracat kredileri, garantiler, sigorta planları, pazar istihbaratları, ticaret fuarları ve eğitim gibi konulara yönelik çeşitli ihracat teşvikleri, alan yazınında sıklıkla ele alınmaktadır (Martin, 2025). Serbest ticaret bölgelerini ve belirli sektörlerdeki kümelenmeleri içerebilen ihracat teşviklerinin, ihracat odaklı kalkınmayı teşvik etmek üzere ticaret, yatırım ve düzenleyici avantajları bir araya getiren daha geniş bir çerçevesinin olduğu ifade edilmektedir (Mataveli vd., 2022; Nguyen Son ve Mai Thi, 2025).

Firmalar açısından bakıldığında dış ticaret teşviklerinin, öncelikle ihracatla ilişkili sabit ve değişken maliyetlerinin azaltılmasına katkı sağladığı belirtilmektedir. Yabancı pazarlarda yatırım ve faaliyet gösterme maliyetleri, pazar araştırması, sertifikasyon, lojistik ve standartlara uyumla ilgili maliyetler de dâhil olmak üzere tüm giderlerin miktarları, bu teşviklerden faydalanılarak

azaltılabilmektedir (Agarwal vd., 2023; Lederman vd., 2010). İhracat kredileri, garantiler ve finansal teşvikler, likidite kısıtlamalarını hafifleterek, firmaların daha uzun ödeme döngüleri ile sınır ötesi işlemlerdeki daha yüksek risklerden kaynaklanan işletme sermayesi ihtiyaçlarını yönetmelerine yardımcı olabilmektedir (Defever vd., 2024; Moïse ve Sorescu, 2013).

İhracat teşvik ajansları tarafından sağlanan finansal olmayan destekler (bilgi hizmetleri, etkinlik destekleri ve danışmanlık programları vb.), firmaların bilgi engellerini aşmalarına yardımcı olmaktadır (Traiyarach ve Banjongprasert, 2022). Söz edilen desteklerin, değişen pazar parametrelerine uygun ihracat stratejilerinin belirlenmesi, pazarlama ve adaptasyon süreçlerinin iyileştirilmesi için organizasyonel kapasitelerin artırılması gibi faydaları da bulunmaktadır (Evans, 2021; Lederman vd., 2015).

Devletler açısından dış ticaret teşvikleri, firmaları daha gelişmiş ürün ve pazarlara geçmeye teşvik ederek yapısal dönüşümünün kolaylaştırılmasıyla, ekonomik kalkınmaya, istihdama ve teknolojik gelişime katkı sağlanılmasına yardımcı olmaktadır (Balassa, 1978). İhracat yapan ülkelerin karşılaştırmalı analizleri, ihracat teşvikleri, makroekonomik istikrar ve rekabetçi döviz kurları uygun politikalarla yönetildiğinde, daha hızlı ihracat büyümelerinin ve iyileştirilmiş ödemeler dengesi pozisyonlarının yaratılabileceği vurgulanmaktadır (De Wulf, 1978).

Nitekim, ihracat teşvik ajansları ve programlarının, finansal ve finansal olmayan araçları birleştirmeleri, ulusal kalkınma stratejilerine iyi entegre olmaları durumlarının, ihracat miktarlarını, çeşitlendirmeyi ve performansı olumlu yönde etkileyebileceğine yönelik ampirik kanıtlar (Cruz, 2014; Heriqbaldi vd., 2025; Lederman vd., 2010) alakalı yazında yer almaktadır. Öte yandan bazı araştırmalar (Heriqbaldi vd., 2025; Lederman vd., 2015; Munch ve Schaur, 2018) ise destek araçlarının etkinliğinin; kapasite, verimlilik ve önceki ihracat deneyimi gibi firma düzeyindeki özelliklere bağlı olduğunu göstermektedir.

Belirtilen hususlar değerlendirildiğinde, her firmanın uluslararası ticaret teşviklerinden etkili ve yeterli seviyede faydalandığını söylemek mümkün olmamaktadır. Bu durumun yanı sıra teşviklerin içerik, uygulama ve kullanımlarında çok sayıda sorunun bulunduğu rapor edilmektedir (Ngo vd., 2023). Uzun prosedürler, gereksiz dokümantasyon ve uygulayıcı kurumlar arasındaki koordinasyon eksiklikleri gibi sorunlarla kendini gösteren bürokratik karmaşıklık, işletmelerin uluslararası ticaret desteklerinin kullanımına ilişkin ampirik çalışmalarda sıklıkla söz edilen bir sorun olarak öne çıkmaktadır (Onjewu vd., 2023).

Hükümetler, destek kuruluşları ve firmalar arasındaki bilgi asimetrisi, firmaların gerçek ihtiyaçlarına yönelik uyumsuz adımlar atabilmesine yol açabilmekte ve işletmelerin teşviklere uygunluk koşulları ve başvuru prosedürleri konusundaki farkındalıklarını kısıtlayabilmektedir (Demena, 2025). Diğer ülkelere nazaran daha zayıf finansal sistemleri bulunan devletlerde bu durum, çözülmesi zor olan daha büyük sorunlara neden olabilmektedir (Defever vd., 2024).

Dış ticaret teşviklerine yönelik araştırmalar incelendiğinde; genellikle belirli bir bölgeye odaklandıkları, sorunları ise sadece ülke ve/veya teşvik organizasyonu bazında ele aldıkları görülmüştür. Bu yüzden daha genelleme yapılabilecek ve sorunları sınıflandırabilecek bir çalışmaya ihtiyaç duyulduğu anlaşılmıştır. Belirtilen ihtiyaçtan yola çıkılarak gerçekleştirilen bu araştırmada, daha kapsamlı bir değerlendirme yapılabilmesi için Metodoloji bölümünde bahsedilen işlemler gerçekleştirilmiştir.

3. METODOLOJİ

Dış ticaret teşviklerinin kullanımına yönelik yaşanan sorunları sistematik bir şekilde incelemek için bu araştırmada iki aşamalı bir metodoloji dikkate alınmıştır. Birinci aşamada ilk araştırma sorusuna yanıt aramak için Balkar (2022)'in önerdiği üzere, dış ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan problemlere ilişkin çalışmaların bibliyometrik verileri, uluslararası ticaret ve politika alanında yayımlanmış ilgili araştırmalardaki yayın eğilimlerini belirlemek için VOSviewer programı ile analiz edilmiştir. İkinci aşamada ise bu çalışmalar içerisinde öne çıkan araştırmalarda belirtilen sorunların içerik analizi yoluyla incelenmesi, erişilen bulguların rapor edilmesi ve problem kaynaklarının belirlenmesi işlemleri yürütülmüştür.

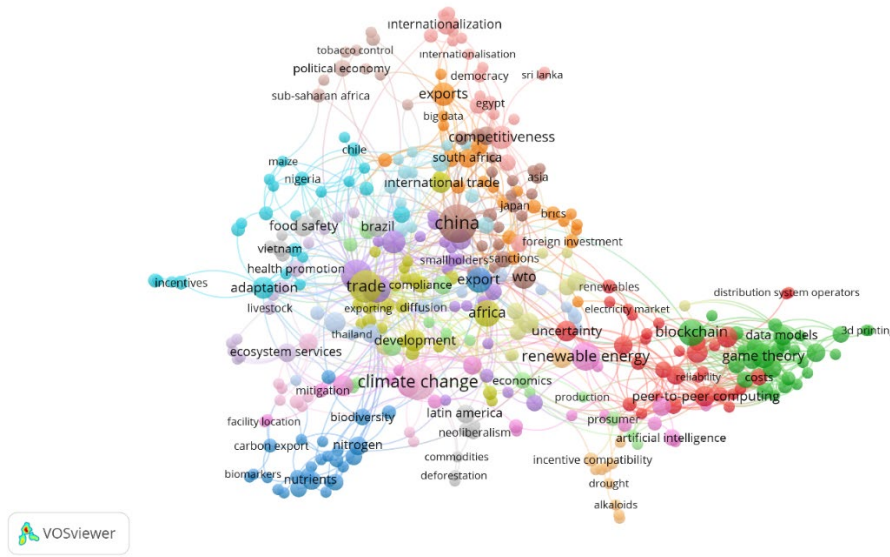
Bu bağlamda ilk olarak sosyal bilimler ve ekonomi alanında yaygın olarak kullanılan veri tabanlarından biri olan Web of Science (WoS) içerisinde, konu olarak “export incentive”, “export promotion”, “export subsid”, “export assistance”, “export support”, “trade incentive”, “trade promotion”, “trade subsid”, “trade assistance” veya “trade support” kelime öbeklerini içeren araştırmalara ulaşılmıştır. 1980 ile 2024 yılları arasında yapılmış olan açık erişimli çalışmalar içerisinde “problem”, “obstacle”, “challenge” veya “barrier” kelimeleri geçen araştırmalar filtrelenmiştir. Bu işlemlerin ardından toplamda 4,047 adet araştırmaya ilgili veri tabanından erişilmiştir (WOS, 2025).

Ardından bu evren içerisindeki araştırmalardan ve yeni bir literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışmalardan bazıları seçilmiştir (Eren ve Balkar, 2020). Seçilen araştırmaların konuyla ilişkili olmasına önem verilmiştir. Böylece kullanılabilir olan 251 adet çalışma üzerinden Nvivo yazılımıyla kodlama ve içerik analizleri gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

Çalışmanın bu aşamasında, ilk olarak erişilen araştırmaların bibliyometrik verileri indirilerek, VOSviewer üzerinden anahtar kelimelerin birlikte kullanımlarına (co-occurrence) yönelik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Bu analiz, anahtar kelimelerin birlikte kullanımlarının sıklığına ve ilgili konulara yönelik çalışmaların yoğunluğuna yönelik bir görsel harita sunmuştur (Balkar, 2024). Gerçekleştirilen analizin sonucu Şekil 1’de yer almaktadır.

Şekil 1. Anahtar Kelimelerin Birlikte Kullanımları



Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere, farklı alanlardan birçok anahtar kelime öne çıkmıştır. Daha önceki kısımlarda bahsedilen belirli bir bölgeye (Afrika, Çin, Latin Amerika vb.) odaklanma olgusuyla, bu analiz sonucunda da karşılaşılmıştır. Bölgesel olarak yürütülen bu araştırmalarda; uluslararasılaşma, politik ekonomi, demokrasi ve rekabetçilik gibi ticaret olgularının birlikte ele alındığı görülmüştür.

Benzer şekilde ihracat, büyük veri, yabancı yatırım, ekonomik büyüme gibi finansal anahtar kelimelerin de birbirleriyle etkileşimli olarak ele alındığı anlaşılmıştır. Öte yandan enerji odaklı araştırmaların (yenilenebilir enerji kaynakları, belirsizlikler, enerji ticareti gibi anahtar kelime grupları içeren) da ön plana çıktığı tespit edilmiştir.

Bununla beraber, oyun teorisi, blokzincir, nesnelerin interneti, makine öğrenmesi gibi bilgi-iletişim anahtar kelimelerini içeren çalışmaların da yüksek bir oranda olduğu hususu dikkat çekmiştir. İklim değişimi, gıda güvenliği, su kaynakları gibi sosyal konulara yönelik anahtar kelimelerin birlikte kullanıldığı araştırmaların sayısı da göz ardı edilemez düzeyde olmuştur. Karbon ihracatı, biyofarklılık, nitrojen gibi biyolojik konulara yönelik araştırmaların, özellikle iklim değişimiyle ilişkilendirildiği bilgisi elde edilmiştir. Üretim temalı çalışmalarda ise adaptasyon süreçleri, istihdam, tedarik zincirleri gibi konuların ele alındığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Genel olarak erişilen bulgular özetlendiğinde; ticaretten üretime, biyolojiden finansa kadar birçok temayı içeren çalışmaların yazında yer aldığı görülmüştür. Ayrıca bu bulgular, uluslararası ticaret alanının, diğer disiplinlerle ilişkilendirebilen şekilde multidisipliner bir yapısı olduğunu desteklemiştir.

Çok sayıda araştırmanın ayrıntılı nitel içerik analizi tek bir çalışmada nadiren uygulanabilir olmasından dolayı, bu evren içerisindeki araştırmalardan ve yeni bir literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışmalardan bazıları seçilmiştir (Eren ve Balkar, 2020). Seçilen araştırmaların konuyla alakalı bilgiler içermesine özellikle dikkat edilmiştir. Ardından her bir çalışma üzerinden Nvivo yazılımıyla kodlama ve içerik analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu analizler sonucunda, dış ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan problemlerin özetlenmesine ilişkin Tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo 1. Dış Ticaret Teşviklerinin Kullanımında Yaşanan Problemler

Kaynaklar	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
(Anvari ve Noori, 2024)	X	X	X	X	X					
(Assefa ve Antony, 2019)								X	X	
(Ayob ve Freixanet, 2014)	X	X	X	X				X		
(Belloc ve Di Maio, 2011)						X	X			X
(Bhagwati, 1988)	X	X	X	X						X
(Büyükkakın ve Özyılmaz, 2016)		X	X							
(Dholakia vd., 1992)	X						X			
(Geçer, 2017)		X								X
(Ghouse, 2017)	X								X	
(Haddoud, 2018)	X					X			X	
(Hudson vd., 2019)				X		X	X	X		X
(Kaleka ve Katsikeas, 1995)	X	X			X		X			X
(Karakaya ve Yannopoulos, 2012)	X	X	X	X	X				X	
(Lanzara vd., 1991)	X	X						X	X	
(Lederman vd., 2010)	X				X			X		
(Lederman vd., 2015)	X				X					X
(Leonidou, 2004)	X	X	X						X	
(Leonidou vd., 2011)	X				X	X	X			
(Martincus ve Carballo, 2012)	X				X				X	
(Moisé ve Sorescu, 2013)			X	X	X			X		
(Mortanges ve Gent, 1991)			X				X			X
(Narayanan, 2015)	X	X							X	
(Onjewu vd., 2023)			X	X				X		
(Sattar, 2015)									X	X
(Sönmez ve Arslan, 2007)	X						X			
(Spence, 2003)					X				X	
(Takım ve Ersungur, 2018)					X	X				
(Uysal ve Uluçay, 2018)	X	X	X	X	X				X	
(Ünal ve Maşrap, 2018)	X								X	
(Welch vd., 1998)		X						X	X	

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 1’de görüldüğü üzere dış ticaret teşviklerinin kullanımıyla alakalı sorunlar, 10 faktör altında toplanmıştır. Bu sorunlardan P1 (Bilgi Asimetrisi ve Farkındalık Eksikliği)’in bazı çalışmalarda

(Anvari ve Noori, 2024; Ayob ve Freixanet, 2014; Bhagwati, 1988; Dholakia vd., 1992; Ghouse, 2017; Haddoud, 2018; Kaleka ve Katsikeas, 1995; Karakaya ve Yannopoulos, 2012; Lanzara vd., 1991; Lederman vd., 2015, 2010; Leonidou, 2004; Leonidou vd., 2011; Martincus ve Carballo, 2012; Narayanan, 2015; Sönmez ve Arslan, 2007; Ünal ve Maşrap, 2018; Uysal ve Uluçay, 2018) sıklıkla ele alındığı görülmüştür. Ardından yine çalışma sayısı bazında en çok P9 (Şirket bazındaki yetenek eksiklikleri) problemini dile getiren araştırmaların (Assefa ve Antony, 2019; Ghouse, 2017; Haddoud, 2018; Karakaya ve Yannopoulos, 2012; Lanzara vd., 1991; Leonidou, 2004; Narayanan, 2015; Sattar, 2015; Spence, 2003; Ünal ve Maşrap, 2018; Uysal ve Uluçay, 2018; Welch vd., 1998) olduğu anlaşılmıştır.

Devamında diğer sorunlardan P2 (teşvik verilecek firmaların belirlenmesine yönelik kurallardaki karmaşıklıklar/belirsizlikler), P5 (teşviklerdeki belirli finansal kısıtlamalar), P3 (çok fazla bürokratik süreçler ve idari yükler), P10 (teşviklerin etkili bir şekilde izlenilememesi ve değerlendirilememesi), P8 (teşvik organizasyonlarının sınırlı kapasiteleri ve koordinasyon düzeyleri), P4 (süreçlerin uzun işlem süreleri içermesi ve gecikmelerin yaşanması), P7 (teşviklere yönelik politikaların tutarsız olması veya sürekli değişmesi) ve P6 (teşvik verilecek firmaların belirlenmesinde yapılan kayırmacılık ve süreçlerdeki şeffaflık eksikliği) problemlerinin öne çıktığı tespit edilmiştir.

Yazından elde edilen bilgiler ve Nvivo ile yapılan analizler doğrultusunda, dış ticaret teşviklerinin kullanımıyla alakalı sorunların kaynakları, üç kategori (devlet, teşvik organizasyonu ve firma) altında sınıflandırılmıştır.

285

Devletten kaynaklı problemlere bakıldığında; teşvik programlarına ayrılan bütçenin yetersiz olması (Lederman vd., 2010; Sattar, 2015; Takım ve Ersungur, 2018), siyasi politikaların teşvik kararlarına yansımaları (Kaleka ve Katsikeas, 1995; Takım ve Ersungur, 2018), dış ticaret teşvikleri konusunda deneyimli personellerin eksikliği (Sattar, 2015), kontrol mekanizmalarının eksikliği veya etkin olmayışı (Geçer, 2017; Sattar, 2015), paydaşlarla olan koordinasyon sıkıntıları (Bhagwati, 1988; Kaleka ve Katsikeas, 1995; Mortanges ve Gent, 1991), direkt yabancı yatırımların ve/veya serbest ticaret anlaşmalarının eksikliği (Lederman vd., 2015) ile bürokratik işlemlerin uzun sürmesi (Bhagwati, 1988; Büyükkakın ve Özyılmaz, 2016; Mortanges ve Gent, 1991; Sattar, 2015) şeklindeki sorunlar öne çıkmıştır.

Teşvik organizasyonlarından kaynaklanan problemler incelendiğinde; teşvik süreçlerinde gecikmelerin yaşanmasına neden olacak uzun işlem sürelerinin varlığı (Bhagwati, 1988; Büyükkakın ve Özyılmaz, 2016; Mortanges ve Gent, 1991; Sattar, 2015), deneyimli personel eksiklikleri (Sattar, 2015), paydaşlarla koordinasyon sıkıntıları (Bhagwati, 1988; Kaleka ve Katsikeas, 1995; Mortanges ve Gent, 1991), kontrol mekanizmalarındaki aksaklıklar (Geçer, 2017; Sattar, 2015), ortak girişimlerde ihracatçı menfaatlerinin korunamaması (Welch vd., 1998), teşvik tanıtım faaliyetlerine yönelik eksiklikler (Bhagwati, 1988; Ghouse, 2017; Lanzara vd., 1991;

Mortanges ve Gent, 1991; Sönmez ve Arslan, 2007), teşvik miktarlarının yetersizliği (Kaleka ve Katsikeas, 1995; Lederman vd., 2010; Leonidou vd., 2011; Paul vd., 2017; Spence, 2003), teşvik programlarının revize edilmemesi (Dholakia vd., 1992; Kaleka ve Katsikeas, 1995; Lederman vd., 2010) ve teşvik verilecek alanların dar kapsamlı olması (Assefa ve Antony, 2019; Kaleka ve Katsikeas, 1995; Lederman vd., 2010; Leonidou vd., 2011; Martincus ve Carballo, 2012) şeklindeki sorunlar dikkat çekmiştir.

Firmalardan kaynaklanan sorunlar değerlendirildiğinde; firmaların karakteristik özelliklerinden kaynaklanan sorunlar (Assefa ve Antony, 2019; Ghouse, 2017; Lanzara vd., 1991; Lederman vd., 2015; Spence, 2003), işletmelerin yanlış bilgi beyanında bulunmaları (Haddoud, 2018; Ünal ve Maşrap, 2018), şirketlerin yardıma bağımlı hâle gelebilmesi (Takım ve Ersungur, 2018), teşvik konusunda nitelikli eleman olmayışı (Sattar, 2015), paydaşlarla olan koordinasyon sıkıntıları (Bhagwati, 1988; Kaleka ve Katsikeas, 1995; Mortanges ve Gent, 1991), teşvik programlarına yönelik hazırlıkların yetersizliği (Leonidou vd., 2011; Martincus ve Carballo, 2012) ve teşvik programları ile süreçlerine yönelik bilgi eksiklikleri (Bhagwati, 1988; Dholakia vd., 1992; Mortanges ve Gent, 1991) şeklindeki problemler dikkat çekmiştir.

Erişilen bu bilgilere yönelik altyapıyı oluşturan her bir çalışmada öne çıkan hususlar, sistematik bir yaklaşımla raporlanmıştır. Bu kapsamda, detaylı bir incelemenin yanı sıra, çalışmalar arasındaki ortak temalar, farklılaşan bakış açıları ve olası çelişkiler belirlenerek, ilgili alanın genel bilgi birikimi bütüncül bir çerçevede kayıt altına alınmıştır.

286

Kayıt altına alınan bu bilgiler doğrultusunda sonuç ve tartışma bölümünde, araştırmanın hedeflerine uygun biçimde analitik değerlendirmeler yürütülmüştür. Elde edilen bulgular, çalışmanın araştırma soruları ilişkilendirilerek yorumlanmıştır. Bunlara ek olarak, bulguların geçerliliğini etkileyebilecek sınırlılıklar ve bağlamsal koşullar da dikkate alınarak, ulaşılan sonuçların genellenebilirliği, gelecekte yapılabilecek çalışmalara yönelik çıkarımlar ve konuyla alakalı paydaşlara yönelik öneriler değerlendirilmiştir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, uluslararası ticaret teşviklerinin kullanımında yaşanan sorunların sistematik biçimde sınıflandırılması hedeflenmiştir. İlgili sorunların temel nedenlerinin aktörler bazında (devlet, teşvik organizasyonları ve firmalar) ortaya koyulması ve mevcut literatürdeki dağınık bulguların bütüncül bir çerçevede tartışılması amaçlanmıştır. Bu hedef doğrultusunda, WOS veri tabanından elde edilen çalışmalar üzerinde önce bibliyometrik bir analiz (VOSviewer ile anahtar kelime birlikte kullanım analizi), ardından seçilmiş araştırmalar üzerinden Nvivo ile içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, hem literatürdeki araştırma eğilimlerine hem de teşviklerin kullanımına ilişkin problem alanlarının yapısına dair önemli sonuçlar sunmuştur.

Gerçekleştirilen bibliyometrik analiz, dış ticaret teşviklerine ilişkin çalışmaların tek bir dar alana sıkışmadığını göstermiştir. Aksine uluslararasılaşma, politik ekonomi, demokrasi, rekabetçilik, ekonomik büyüme, enerji ticareti, iklim değişikliği, gıda güvenliği, su kaynakları, tedarik zincirleri, büyük veri, blokzincir, nesnelerin interneti ve makine öğrenmesi gibi çok farklı temalarla birlikte ele alındığını ortaya koymuştur. Bu durum, dış ticaret teşviklerinin günümüzde yalnızca klasik ihracat hacmi veya pazar çeşitlendirmesi ile açıklanamayacak derecede çok disiplinli bir politika aracı hâline geldiğine işaret etmiştir. Başka bir ifadeyle, teşvikler artık hem üretim ve tedarik zinciri süreçleriyle hem de çevresel sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve sosyoekonomik kırılganlıklarla bağlantılı olarak tartışılması gereken bir alan hâline gelmiştir.

Ardından yürütülen içerik analizi sonuçlarına göre dış ticaret teşviklerinin kullanımında karşılaşılan sorunlar, on ana problem kategorisi (P1–P10) altında toplanmıştır. Bunlar arasında özellikle P1 (Bilgi asimetrisi ve farkındalık eksikliği) ile P9 (şirket bazındaki yetenek eksiklikleri) problemlerinin literatürde en sık vurgulanan engeller olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, teşvik programlarının sadece tasarım ve uygulama aşamalarında değil, aynı zamanda firmaların bu programları algılama, anlama ve kurumsal kapasitelerine uygun bir şekilde dış ticaret teşviklerini kullanabilme düzeylerinde ciddi sorunların bulunduğuna işaret etmiştir.

Devamında söz konusu problemler, sorunların kaynağı dikkate alınarak üç aktör grubu altında (devlet, teşvik organizasyonları ve firmalar) sınıflandırılmıştır. Elde edilen bulgular, sorunların tek bir aktöre mal edilemeyeceğini, aksine dış ticaret teşvik ekosisteminin tüm bileşenlerinde eşzamanlı olarak ortaya çıkan aksaklıkların birbirini besleyen, çoğu zaman da güçlendiren bir yapıya sahip olduğunu göstermiştir. Bu çerçevede çalışma, uluslararası ticaret teşviklerinde yaşanan problemlerin sistemsel bir mahiyet taşıdığını ve onların çok ölçekli yönetim sorunları olarak ele alınmaları gerektiğini göstermiştir.

Kuramsal çerçevede ortaya konulduğu üzere uluslararası ticaret teşvikleri, bilgi asimetrilerini azaltmak, finansman ve likidite kısıtlarını hafifletmek, ölçek ekonomilerini desteklemek ve firmaların dış pazarlara girişine yönelik sabit ve değişken maliyetleri düşürmek amacıyla tasarlanan politika araçları olarak kullanılmaktadır. Buna karşın çalışma bulguları, bu teşviklerin tasarım ve uygulama biçimlerinin, bazı zamanlarda gidermeyi amaçladıkları sorunları yeniden üretebildiğini ortaya koymaktadır.

Nitekim, P1 (bilgi asimetrisi ve farkındalık eksikliği) ile ilişkili problemler, teşviklerin tanıtımı, başvuru koşulları, süreçlerin işleyişi ve dış pazar gereklilikleri konusunda; firmalara yeterli, açık ve hedeflenmiş bilgilendirmelerin yapıl(a)madığını göstermektedir. Bu durum, teorik olarak bilgi engellerini azaltması beklenen teşvik programlarının, pratikte yeni bilgi engellerinin kaynağı hâline gelebildiği şeklinde değerlendirilmektedir. Benzer yönden P2, P3 ve P4 kapsamındaki karmaşık kurallar, bürokratik süreçler ve uzun işlem süreleri sorunları, firmaların başvuru maliyetlerini ve belirsizlik algılarını artırdığı şeklinde yorumlanmaktadır. Özellikle teşviklerin net fayda algılarını

aşağı çeken bu durumun, işletmelerin teşviklerden yararlanma isteğini azaltan önemli bir caydırıcı unsur olarak öne çıktığına inanılmaktadır.

P5 (finansal kısıtlamalar) ve P6 (kayırmacılık, şeffaflık eksikliği) kategorilerinde toplanan sorunlar ise teşviklerin kaynak tahsisi boyutunda ciddi tartışmaların bulunduğunu göstermektedir. Teşvik bütçelerinin yetersizliği, teşvik miktarlarının düşük kalması, başvuru-geri ödeme süreçlerinin finansal riskleri artırması veya süreçlerde adil ve şeffaf bir dağılım yapıldığı algısının zedelenmesi, hem firmaların güvenini hem de programların verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir.

Son olarak P7, P8 ve P10 kapsamındaki bulgular, dış ticaret teşviklerinin istikrarlı bir politika çerçevesine oturtulmasında ve etkin biçimde izlenip değerlendirilmesinde önemli boşlukların olduğunu işaret etmektedir. Sık değişen teşvik politikaları, revize edilmeyen programlar, sınırlı kurumsal kapasite ve yetersiz izleme-değerlendirme mekanizmaları, sürdürülebilir bir teşvik sistemi oluşturulmasını zorlaştırabilmektedir. Bu durumun teşvik süreçlerinin paydaşlarında, daha verimli teşvik programlarının ortaya konulabilmesi için gereken kurumsal hafızanın yeterince korunamamasına neden olabilmektedir.

Çalışmada geliştirilen üçlü sınıflandırma (devlet, teşvik organizasyonları ve firmalar), dış ticaret teşviklerinde yaşanan sorunların sadece teşvik programlarının yetersizliği veya firmaların ilgisizliği gibi tek yönlü açıklamalara indirgenemeyeceğini göstermektedir. Devlet düzeyinde öne çıkan bulgular; teşvik programlarına ayrılan bütçenin yetersizliği, siyasi müdahaleler, deneyimli personel eksiklikleri, zayıf kontrol mekanizmaları ve paydaşlarla yetersiz koordinasyon gibi problemlerin, teşvik ekosisteminin genel çerçevesinin kırılgan hâle gelmesine neden olabildiğini göstermektedir. Bu çerçeve zayıf olduğunda, teşvik programlarının tasarımından uygulanmasına kadar uzanan süreçler, hem teşvik organizasyonları hem de firmalar açısından daha maliyetli ve riskli hâle gelmektedir.

Teşvik organizasyonları düzeyinde tespit edilen sorunlar; bürokratik gecikmeler, tanıtım eksiklikleri, kapasite problemleri, revize edilmeyen programlar ve dar kapsamlı destek alanları gibi faktörler etrafında yoğunlaşmaktadır. Bu bulgular, teşvik organizasyonlarının sadece fon aktaran birimler değil, aynı zamanda bilgi aracısı, koordinasyon sağlayıcısı ve program süreçlerinin kritik aktörleri olarak konumlandırılması gerektiğine işaret etmektedir. Kurumsal kapasitenin zayıf olduğu, süreçlerin dijitalleşmediği ve paydaşlarla düzenli iletişim kanallarının kurulmadığı durumlarda, teşvik programlarının potansiyel etkilerinin sınırlı kalabileceği anlaşılmaktadır.

Firma düzeyinde belirlenen sorunların; şirketlerin kurumsal kapasiteleri, stratejik bakış açıları ve teşvik programlarına hazırlık düzeyleri ile yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Nitelikli insan kaynağı eksikliği, teşvik süreçlerine yönelik bilgi ve deneyim yetersizliği, yanlış veya eksik beyanlar, paydaşlarla uyum sorunları ile bazen yardıma bağımlı hâle gelme durumları, teşviklerin etkin kullanımını zayıflatan başlıca unsurlar olarak öne çıkmıştır. Bu bulgular, teşvik

programlarının yalnızca sunulan destekler üzerinden değil, aynı zamanda bu destekleri kullanmaya çalışan firmaların yapısal özellikleri üzerinden de değerlendirilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Genel olarak tüm bulgular birlikte değerlendirildiğinde, dış ticaret teşviklerinin başarıya ulaşması hususu; iyi tasarlanmış programlar, yeterli ve öngörülebilir bütçe, güçlü kurumsal kapasite, şeffaf ve sade süreçler ile öğrenme odaklı bir izleme-değerlendirme sistemine bağlı olmaktadır. Sadece firmaların kapasiteleri ve stratejik yönelimlerinin, uluslararası ticaret teşviklerine başvuru ve kullanım durumlarını etkilediği bulgusu üzerinden hareket edilmemesi gerekmektedir. Belirtilen tüm sorunların çözümünde; tek taraflı suçlayıcı yaklaşımlardan ziyade, sorumluluğun paylaşıldığı ve etkileşimsel bir yönetim perspektifini esas alan politikalara ihtiyaç bulunmaktadır.

Bu çalışmanın aynı zamanda bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle değerlendirilen araştırma evreni, sadece bir veri tabanı (WoS) ve belirli bir dönemle sınırlıdır. Gerçekleştirilen içerik analizi ise sadece erişilebilen ve konu ile doğrudan ilişkili olduğu değerlendirilen çalışmalarla yürütülmüştür. Nvivo ile kodlama ve çalışmaları değerlendirme süreçlerinde sistematik bir yaklaşım benimsenmiş olsa da doğası gereği içerik analizinin belirli ölçüde araştırmacı yorumuna bağlı olduğu durumunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Son olarak gelecekteki çalışmalar için farklı veri tabanlarını ve dil gruplarını kapsayacak biçimde daha geniş örneklemeleri ele almaları önerilmektedir. Belirli ülke veya bölgelere dair derinlemesine karşılaştırmalı analizleri, firma düzeyinde mikro veriler ile teşvik kullanımı ve performans göstergelerini eşleştiren ekonometrik yöntemleri ve teşvik programlarının tasarım-uygulama-izleme döngülerini aynı anda inceleyen karma yöntemleri benimseyen araştırmaların, alakalı yazındaki bilgi birikimini ileriye taşıyacağına inanılmaktadır.

KAYNAKÇA

Agarwal, N., Chan, J. M. L., Lodefalk, M., Tang, A., Tano, S. ve Wang, Z. (2023). Mitigating information frictions in trade: Evidence from export credit guarantees. *Journal of International Economics*, 145, 103831.

Ahmad, A. Y. ve Tufa, A. M. (2018). *Evaluating the impact of export promotion policy incentives in the Ethiopian manufacturing sector*. Washington DC: The World Bank Publications.

Akbari, E., Aali, S., Matin, Y. A. ve Mahmoudzadeh, M. (2021). Evaluating Export Incentive Programs' Performance of Trade Promotion Organization of Iran on Export Performance: The Mediating Role of Exporting Companies' Marketing Implementation Capabilities and the Perceived Environment of International Markets. *International Journal of Finance, Insurance and Risk Management*, XI(4), 3-23.

Ang, S. H. ve Tjiptono, F. (2023). *Barriers and Challenges for Internationalising SMEs: Facilitating through Cross-Border Negotiations*. Wellington: New Zealand Foreign Affairs and Trade.

Anvari, G. ve Noori, M. (2024). Identifying and Ranking of Barriers for Activity of Export Management Companies (Case study: Khorasan Razavi Province). *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 11(7), 891–913.

Assefa, S. ve Antony, D. (2019). Export Behavior, Export Performance and International Marketing Strategy on Export Promotion of Small and Medium Enterprises: An International Trade Perspective in Developing Countries. *Journal of Education and Practice*, 10(16), 47–56.

Ayob, A. H. ve Freixanet, J. (2014). Insights into public export promotion programs in an emerging economy: The case of Malaysian SMEs. *Evaluation and Program Planning*, 46, 38–46.

Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and “Revealed” Comparative Advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99–123.

Balassa, B. (1978). *Export Incentives and Export Performance in Developing Countries: A Comparative Analysis*. Washington DC: The World Bank Publications.

Balkar, O. E. (2022). Otonom Lojistik. M. Etlioğlu (Ed.), *Pazarlamada Dijital Dönüşüm* içinde (ss. 217–236). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Balkar, O. E. (2024). *Fijital İnovasyon: Sistemik Bir İnceleme*. Gaziantep: Özgür Yayınları.

Başarır, Ç. ve Sarıhan, A. Y. (2018). The Effect of Investment Incentives and Export Credits on Country Export: The Case of Turkey. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(3), 505–518.

Belloc, M. ve Di Maio, M. (2011). *Survey of the Literature on Successful Strategies and Practices for Export Promotion by Developing Countries*. London: International Growth Center.

Bhagwati, J. N. (1988). Export-Promoting Trade Strategy: Issues and Evidence. *The World Bank Research Observer*, 3(1), 27–57.

Büyükakın, F. ve Özyılmaz, S. (2016). İhracat Teşvik Politikalarının Etkinliği: Afyonkarahisar Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(2), 47–68.

Cruz, M. (2014). *Do Export Promotion Agencies Promote New Exporters?* Washington DC: Inter-American Development Bank.

De Wulf, L. (1978). Fiscal Incentives for Industrial Exports in Developing Countries. *National Tax Journal*, 31(1), 45–52.

Defever, F., Riaño, A. ve Varela, G. (2024). *Evaluating the impact of export finance support on firm-level export performance: Evidence from Pakistan*. London: Centre for Economic Performanc.

Demena, B. A. (2025). Publication bias in export promotion impact on export market entry: evidence from a meta-regression analysis. *Applied Economics Letters*, 32(10), 1468–1473.

Dholakia, R. H., Dholakia, B. H. ve Kumar, G. (1992). Issues in Strategy for Export Promotion: An Inter-Industry Analysis. *Economic and Political Weekly*, 27(48), 149–155.

Eren, A. S. ve Balkar, O. E. (2020). The Relationship between Benefits of ERP Implementation and Supply Chain Performance: A Study on Turkish Manufacturing Firms. *İnönü University International Journal of Social Sciences*, 9(1), 255–269.

Evans, A. (2021). Export incentives, domestic mobilization, & labor reforms. *Review of International Political Economy*, 28(5), 1332–1361.

Geçer, T. (2017). Eximbank “Teminat Mektubu” Toplama Bankası Mı? *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 81–86.

Ghouse, S. M. (2017). Export Challenges to MSMEs: A Case Study of Indian Handicraft Industry. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(10), 339–349.

Haddoud, M. Y. (2018). Investigating the Moderating Role of Export Promotion Programmes Using Evidence from North-Africa. *Critical Perspectives on International Business*, 1–43.

Heriqbaldi, U., Esquivias, M. A., Lau, W. ve Cesilia, A. F. (2025). Export promotion programs and firm performance: Linking knowledge, commitment, and market strategy to enhance competitiveness. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1), 100479.

Hudson, B., Hunter, D. ve Peckham, S. (2019). Policy failure and the policy-implementation gap: can policy support programs help? *Policy Design and Practice*, 2(1), 1–14.

Kahiya, E. T. (2024). A problematization review of export assistance: Debates and future directions. *International Business Review*, 33(1), 102202.

Kaleka, A. ve Katsikeas, C. S. (1995). Exporting Problems: The Relevance of Export Development. *Journal of Marketing Management*, 11(5), 499–515.

Karakaya, F. ve Yannopoulos, P. (2012). Relationship between Export Support, Export Barriers and Performance for 4 Canadian SMEs. *Journal of Euromarketing*, 21(1), 4–24.

Keskin, H., Ayar Şentürk, H., Tatoglu, E., Gölgeci, I., Kalaycioglu, O. ve Etlioglu, H. T. (2021). The simultaneous effect of firm capabilities and competitive strategies on export performance: the

role of competitive advantages and competitive intensity. *International Marketing Review*, 38(6), 1242–1266.

Krugman, P. R., Obstfeld, M. ve Melitz, M. J. (2012). *International Economics: theory and Policy* (9. bs.). Boston: Pearson.

Lanzara, R., Varaldo, R. ve Zagnoli, P. (1991). Public Support to Export Consortia. F. H. R. Seringhaus ve P. J. Rosson (Ed.), *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations* içinde (ss. 217–242). New York: Springer International Publishing.

Lederman, D., Olarreaga, M. ve Payton, L. (2010). Export promotion agencies: Do they work? *Journal of Development Economics*, 91(2), 257–265.

Lederman, D., Olarreaga, M. ve Zavala, L. (2015). *Export Promotion and Firm Entry into and Survival in Export Markets* (No: 7400). Policy Research Working Paper.

Leonidou, L. C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279–302.

Leonidou, L. C., Palihawadana, D. ve Theodosiou, M. (2011). National Export-Promotion Programs as Drivers of Organizational Resources and Capabilities: Effects on Strategy, Competitive Advantage, and Performance. *Journal of International Marketing*, 19(2), 1–29.

Martin, C. (2025). *Aid for Trade at a crossroads: Building partnerships for trade and sustainable development. OECD Development Co-operation Working Papers*. Paris: OECD Publishing.

Martincus, C. V. ve Carballo, J. (2012). Export Promotion Activities in Developing Countries: What Kind of Trade Do They Promote? *The Journal of International Trade & Economic Development*, 21(4), 539–578.

Mataveli, M., Ayala, J. C., Gil, A. J. ve Roldán, J. L. (2022). An analysis of export barriers for firms in Brazil. *European Research on Management and Business Economics*, 28(3), 100200.

Moisé, E. ve Sorescu, S. (2013). *Trade Facilitation Indicators: The Potential Impact of Trade Facilitation on Developing Countries' Trade*. Paris: OECD Publishing.

Mortanges, C. P. D. ve Gent, A. P. V. (1991). International Marketing and Government Export Promotion in the Netherlands. F. H. R. Seringhaus ve P. J. Rosson (Ed.), *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations* içinde (ss. 243–272). New York: Springer International Publishing.

Munch, J. ve Schaur, G. (2018). The Effect of Export Promotion on Firm-Level Performance. *American Economic Journal: Economic Policy*, 10(1), 357–387.

Narayanan, V. (2015). Export barriers for small and medium-sized enterprises: A literature review based on Leonidou's model. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(2), 105–123.

Ngo, T. Q., Nguyen, C. T., Nguyen, T.-T., Duong, K. D., Nguyen, S. Van, Bui, T. X. ve Tran, K. N. (2023). The impact of productivity on export transitions: revisited evidence from the Vietnamese manufacturing sectors. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(3).

Nguyen Son, H. ve Mai Thi, T. (2025). Current and potential research directions on the law of free trade zones: A bibliometric analysis (2004–2024). *Problems and Perspectives in Management*, 23(2), 444–454.

Onaran, Ö., Stockhammer, E. ve Grafl, L. (2011). Financialisation, income distribution and aggregate demand in the USA. *Cambridge Journal of Economics*, 35(4), 637–661.

Onjewu, A.-K. E., Olan, F., Nyuur, R. B., Paul, S. ve Nguyen, H. T. T. (2023). The effect of government support on Bureaucracy, COVID-19 resilience and export intensity: Evidence from North Africa. *Journal of Business Research*, 156(February), 113468.

Piznal, J. (2022). Export Barriers Experienced by SMEs. *Export barriers for small and medium-sized enterprises* içinde (ss. 16–22). Warsaw: Polityka Insight.

Sattar, Z. (2015). *Strategy for Export Diversification 2015-2020: Breaking into New Markets with New Policy*.

293

Sönmez, A. ve Arslan, A. R. (2007). İhracat Yapma Şekline Göre Karşılaşılan Sorunlar: Mobilya Endüstrisi Örneği. *Politeknik Dergisi*, 10(4), 403–409.

Spence, M. M. (2003). Evaluating Export Promotion Programmes: U.K. Overseas Trade Missions and Export Performance. *Small Business Economics*, 20(2003), 83–103.

Takım, A. ve Ersungur, Ş. M. (2018). Türkiye’de Teşvik Sisteminin Yapısı, Sorunları ve Etkinliği Üzerine Bir Politika Önerisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32(3), 725–744.

Traiyarach, S. ve Banjongprasert, J. (2022). The Impact of Export Promotion Programs on Export Competitiveness and Export Performance of Craft Products. *Journal of Marine Science and Engineering*, 10(7), 892.

Ünal, B. ve Maşrap, B. G. (2018). Türkiye’de İhracatı Teşvik Politikaları Kapsamında KDV İadesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 45–57.

Uysal, F. ve Uluçay, D. M. (2018). National Export-Promotion Programs in Turkey: Impacts and Challenges. *GSI Journals Serie B: Advancements in Business and Economics*, 1(1), 30–42.

Welch, D. E., Welch, L. S., Young, L. C. ve Wilkinson, I. F. (1998). The Importance of Networks in Export Promotion: Policy Issues. *Journal of International Marketing*, 6(4), 66–82.

WOS. (2025). Studies Related to Trade Incentive Problems. *Advanced Search*. <http://webofscience.com/wos/woscc/summary/00fa1c13-9a3b-4c95-891e-5479eddb3859-018d0fdeea/relevance/1> adresinden erişildi.

Yamada, H. (1999). Empirical evidence for export promotion strategies. *Applied Economics Letters*, 6(12), 775–778.

Yellice, B. ve Türko, E. S. (2024). Export Incentives in Turkish Textile Industry: A Research in Bursa Province. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 1–13.