



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

19

KOSGEB
YURTIÇİ FUAR
DESTEĞİ ETKİ
DEĞERLENDİRMESİ

STRATEJİK ARAŞTIRMALAR ve VERİMLİLİK GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

İçindekiler

GİRİŞ.....	2
ÇALIŞMANIN AMACI ve KAPSAMI.....	2
YURT İÇİ FUAR DESTEĞİ.....	2
ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ.....	3
BULGULAR.....	5
Farkların Farkı Analizi.....	5
Anket Uygulaması.....	8
SONUÇ.....	10
KAYNAKÇA.....	11
Ek 1. Yurt İçi Fuar Desteği Değerlendirme Soru Formu.....	12

Tablolar Listesi

Tablo 1. Yıllara göre Yurt İçi Fuar Desteği alan girişim sayısı.....	3
Tablo 2. Ölçeklerine göre Yurt İçi Fuar Desteği alan girişim sayısı.....	3
Tablo 3. Eşleşme sayıları ve oranları.....	5
Tablo 4. Müdahale ve kontrol grubuna ilişkin t testi sonuçları.....	6
Tablo 6. Yurt dışı satışlar üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi.....	7
Tablo 7. Çalışan sayısı üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi.....	7
Tablo 8. Yurt İçi Fuar Desteği'ne başvuru sebepleri.....	8
Tablo 9. Yurt İçi Fuar Desteği'nin işletmelere sağladığı faydalar.....	9
Tablo 10. Yurt İçi Fuar Desteği sonlandıktan sonra başka fuara katılmama sebepleri.....	9
Tablo 11. Yurt İçi Fuar Desteği başvuru ve ödeme süreçlerine ilişkin memnuniyet düzeyi.....	10

Şekiller Listesi

Şekil 1. Farkların Farkı yöntemi uygulama adımları.....	4
Şekil 2. Müdahale ve kontrol grubu için Net Satışlar, Toplam Aktifler ve Çalışan Sayısı değişkenlerinin dağılımları.....	5
Şekil 3. Net satışlar için Farkların Farkı grafiği.....	7
Şekil 4. Yurt dışı satışlar için Farkların Farkı grafiği.....	7
Şekil 5. Çalışan sayısı için Farkların Farkı grafiği.....	8
Şekil 6. Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katılım sağlanan fuarların oranı (%).....	8
Şekil 7. Yurt İçi Fuar Desteği'nin beklentileri karşılama durumu.....	9
Şekil 8. Yurt İçi Fuar Desteği'ne ilişkin genel memnuniyet düzeyi.....	10

Ürün ve hizmetlerin, teknolojik gelişmelerin, bilgi ve yeniliklerin tanıtımı, pazarlanması, iş birliği ve iş bağlantılarının oluşturulması ve geliştirilmesi için gerçekleştirilen bir tanıtım etkinliği olarak tanımlanabilen fuarlar, günümüzde giderek önemi artan ve daha yaygın kullanılan bir pazarlama iletişimi aracı haline gelmiştir. Ayrıca fuarlar, katılmak isteyen işletmeler açısından zahmetli bir süreç ve masraflı bir etkinliktir. Bu durumda KOBİ'ler açısından fuar katılımının önündeki en büyük problemlerden biride finansman kaynağıdır. Bundan dolayı fuar çalışmalarının kamu tarafından desteklenmesi, firmaların ulusal ve uluslararası pazarlardaki rekabet güçlerini artırmasını sağlamaktadır.

GİRİŞ

15 Haziran 2010 tarih ve 27612 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren KOSGEB Destek Programları Yönetmeliği kapsamındaki Genel Destek Programı içerisinde yer alan desteklerden biri olan **Yurt İçi Fuar Desteği** 2010 yılında uygulamaya konulmuştur. Yurt İçi Fuar Desteği 24.09.2018 tarihinden itibaren ise İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında verilmeye başlanmıştır. İşletme Geliştirme Destek Programı'nın amacı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin rekabet güçlerinin, kurumsallaşma-markalaşma düzeylerinin ve ekonomideki paylarının artırılması, kapasitelerinin geliştirilmesi ve öncelikli ihtiyaçlarının karşılanmasıdır.

Yurt İçi Fuar Desteği, işletmelerin ulusal fuarlara katılımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Yurt İçi Fuar Desteği'ne başvuran işletmeler iş bağlantısı yapmak, yeni iş birlikleri yapmanın yanında yurt içi ve yurt dışı satışları ile pazar paylarını artırmayı da hedeflemektedir.

ÇALIŞMANIN AMACI ve KAPSAMI

Kamu kaynaklarının etkin kullanımını sağlamak ve elde edilen bulgular kapsamında yapılacak geri bildirimler aracılığıyla iyileştirmeler yapmak için ilgili destek programlarının kanıta dayalı (evidence-based) değerlendirme yöntemleriyle analiz edilmesi önemli bir gerekliliktir. **Buna dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmanın**

temel amacı, KOSGEB tarafından İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında verilen **Yurt İçi Fuar Desteği'nin işletmeler üzerinde oluşturduğu etkilerin değerlendirilmesidir.**

Yukarıdaki amaca dayalı olarak çalışmanın ilk bölümünde, Yurt İçi Fuar Desteği'ne ilişkin genel bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde çalışmada kullanılan yöntemlere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde uygulama bulguları sunulmuş ve son bölümde ise yapılan çalışmanın sonuçlarına ilişkin değerlendirme ve önerilere yer verilmiştir.

YURT İÇİ FUAR DESTEĞİ

KOSGEB tarafından İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında sağlanan Yurt İçi Fuar Desteği ile işletmelerin; KOSGEB tarafından destek kapsamına alınan ve katılım sağlanacak fuarlarda, Fuar Organizatör Kuruluşundan temin edilen; boş alan (yer) kirası ile standart konstrüksiyon ve dekorasyon giderleri karşılanmaktadır. Destekleme alanı her bir fuar katılımı için işletme başına azami 50 (elli) m²'dir.

Yurt İçi Fuar Desteği¹ ile ilgili olarak fuar türlerine göre m² başına destek üst limitleri ise;

- ▶ Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarları için 250 ₺,
- ▶ Yurt İçi İhtisas Fuarları ve İzmir Enternasyonal Fuarı için 150 ₺,
- ▶ IDEF Uluslararası Savunma Sanayi Fuarı için 1000 ₺,

¹ Yurt İçi Fuar Desteği Uygulaması'na ilişkin ayrıntılara <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/6798/isletme-gelistirme-destek-programi> adresinden erişim sağlanabilmektedir.

- IDEF Uluslararası Savunma Sanayi Fuarı hariç konusu savunma, havacılık veya uzay olan fuarlar için 500 ₺

şeklinde dir.

Yurtiçi Fuar Desteği'ne ilişkin bazı temel istatistikler T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Girişimci Bilgi Sistemi (GBS) verilerinden derlenmiştir. Bu kapsamda 2018²-2020 yılları arasındaki veriler (Tablo 1) incelendiğinde, ilgili dönemde toplam **16.634** girişimin Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalandığı görülmektedir. Katılım sağlanan fuarlar açısından bakıldığında ise ilgili dönemde en fazla katılımın Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarı (%55,6) ve Yurt İçi İhtisas Fuarlarına (%43,2) olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1. Yıllara göre Yurt İçi Fuar Desteği alan girişim sayısı

Fuar Türü	2018	2019	2020	Toplam
Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarı	1.624	5.412	2.474	9.510
Yurt İçi İhtisas Fuarı	1.631	3.991	1.560	7.182
İzmir Enternasyonal Fuarı	20	19	4	43
IDEF Uluslararası Savunma Sanayi Fuarı	-	167	2	169
Toplam	3.275	9.589	4.040	16.634

Yurt İçi Fuar Desteği alan girişimler ölçeklerine göre incelendiğinde (Tablo 2), işletmelerin büyük bir çoğunluğunun (%84) mikro ve küçük ölçekli olduğu görülmektedir.

Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanan girişimlerin illere göre dağılımına bakıldığında ise girişimlerin yarısından fazlasının (%50,6) İstanbul, Bursa ve İzmir'de yer aldığı dikkati çekmektedir.

Tablo 2. Ölçeklerine göre Yurt İçi Fuar Desteği alan girişim sayısı

Fuar Türü	Ölçek			KOBİ Üstü
	Mikro	Küçük	Orta	
Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarı	3.014	4.563	1.611	51
Yurt İçi İhtisas Fuarı	3.399	2.852	895	35
İzmir Enternasyonal Fuarı	36	7	-	-
IDEF Uluslararası Savunma Sanayi Fuarı	36	76	54	3
Toplam	6.485	7.498	2.560	89

ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Etki değerlendirme çalışmaları; değerlendirilecek programın niteliğine, değerlendirme amacına ve kullanılabilir veri durumuna bağlı olarak değişik yöntemler kullanılarak gerçekleştirilebilmektedir. Bununla birlikte değerlendirme yaklaşımları nicel yöntemler ve nitel yöntemler olmak üzere iki grupta toplanmaktadır.

Nicel yöntemler: Özellikle programın etkisi hakkında firma, sektör, ekonomi düzeyinde bilgiler sağlamaktadır. Katılımcı anketleri, ekonometrik modeller, kontrol grubu yaklaşımları, kâr/maliyet analizi vb. yöntemler etki değerlendirme çalışmalarında kullanılan nicel yöntemlere örnek olarak verilebilir.

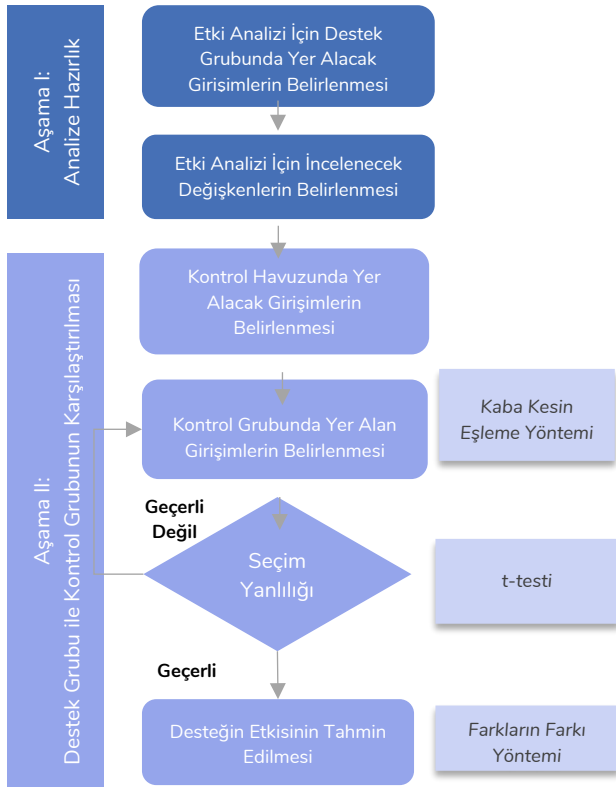
Nitel yöntemler: Programın özellikle uygulama süreci hakkında öznel ama zengin bilgiler sağlamaktadır. Bu yöntemlerin başında; uzman değerlendirmesi, alan ve vaka çalışmaları, mülakat, odak grup, ağ (network) analizi, kıyaslama vb. yöntemler gelmektedir.

Her yöntemin kendine özgü üstünlük ve eksiklikleri bulunmakla birlikte bu çalışmada nicel yöntemlerden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda **katılımcı anketleri** ile **Farkların Farkı** yönteminin birlikte kullanıldığı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Böylece, Yurt İçi Fuar Desteği hakkında daha

² Yurt İçi Fuar Desteği, 24.09.2018 tarihinden itibaren İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında verilmeye başlandığı için bu tarihten sonra Yurt İçi Fuar Desteği alan girişimler dikkate alınmıştır.

kapsamlı bir değerlendirme yapılabilmesi hedeflenmiştir.

Anket uygulaması kapsamında ilk olarak ölçüm (anket) aracının geliştirilmesi çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda OECD tarafından belirlenen program değerlendirme süreçleri yürütülmüş ve OECD DAC (Development Assistance Committee) kriterleri (uygunluk, verimlilik, etkinlik, etki ve sürdürülebilirlik) esas alınarak bir anket formu oluşturulmuştur. Başta uygulayıcı kuruluş (KOSGEB) olmak üzere ilgili tarafların görüşleri alınarak anket formuna son hali (Ek 1) verilmiştir. Ankette kullanılan 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış soruların geçerlilik ve güvenilirliği için Cronbach Alpha katsayısına bakılmıştır.



Şekil 1. Farkların Farkı yöntemi uygulama adımları

Farkların Farkı uygulaması kapsamında Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanan girişimlerin çıktı değişkenlerinde anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmıştır. Bu aşamaya ilişkin uygulama adımları Şekil 1'de verilmiştir. Buna göre, ilk olarak veriler analize hazırlanmıştır. Bunun öncelikli unsuru, müdahale grubunda yer alacak

girişimlerin belirlenmesidir. İkinci aşamada yapay kontrol grubu olarak belirlenecek girişimlerin seçileceği havuz tespit edilmiş ve kontrol grubu olarak seçilen girişimler belirlenmiştir. Eşleşme yöntemleri arasından seçim yapılmış ve eşleşmenin geçerliliği test edilmiştir.

Geçerlilik sağlandıktan sonra Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanan girişimlerin (**müdahale grubu**) çıktı değişkenlerinde dönemler arasında oluşan farklar, Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmayan benzer özellikteki girişimlerin (**kontrol grubu**) çıktı değişkenlerindeki farklarla karşılaştırılarak **Farkların Farkı Analizi** yapılmıştır.

Farkların Farkı analizinin geçerli bir şekilde uygulanabilmesi için müdahale grubu ile kontrol grubunun müdahale öncesinde benzer özellikte olması gerekmektedir. Müdahale grubu ile kontrol grubunun benzer özellikler taşıyan şekilde seçilmesi ise literatürde eşleme olarak isimlendirilen işlem ile sağlanmaktadır. Bu noktada müdahale ve kontrol grubu firmalarının eşleştirilmesi işlemi gerçekleştirilmektedir.

Kontrol (destek almayan) ve müdahale (destek alan) firmalarının eşleştirilme sürecinde kullanılan yöntemlerin başında Eğilim Skoru Eşleme (ESE) gelmekle birlikte bu yöntemin, kullanılan modelde istatistiki sapmalara neden olabileceği pek çok çalışmada (King ve Nielsen, 2019; 2020) vurgulanmaktadır. Bu kapsamda ESE'ye alternatif olarak lacus vd. (2012) tarafından önerilen Kaba Kesin Eşleme (KKE) yöntemi literatürde tercih edilmeye başlamıştır.

KKE yönteminde ilk olarak; kullanılan değişkenler, tercih edilen seviyede parçalara (örneğin 10'arlık aralıklarla) bölünmekte ve buna kaba eşleme aşaması denilmektedir. İkinci aşamada, değişkenler sıralanmakta ve her bir aralığa dağıtılmaktadır. Yöntem bu aralıkları strata olarak aldandırmaktadır. İçerisinde gözlem olmayan stratalar düşürülmekte ve son olarak kabalaştırılmış veriler atılarak eşleşen verilerin orijinal (kabalaştırılmamış) değerleri korunmaktadır.

KKE'nin ESE'ye göre öne çıkan en önemli özelliği, ESE gibi eşleşen müdahale grubu ile kontrol grubu üyeleri arasındaki dengesizliği kontrol etme ve giderme aşamasını eşleştirmenin sonrasına bırakmayıp ilk önce bu dengeyi sağlamasıdır.

KKE yönteminde eşleşmenin iyi sonuç verdiğinin takip edilmesini Çok Değişkenli Dengesizlik Ölçüsü (Multivariate Imbalance Measure) sağlamaktadır. 0 ile 1 arasında değerler alabilen bu değişken, müdahale grubu ile eşleştirilmiş kontrol grubunun ne denli örtüştüğünü göstermektedir. Çok Değişkenli Dengesizlik Ölçüsü 0 değerini aldığı anda iki grubun dağılımı tamamen örtüşmekte ve histogramları çizildiğinde iki grafik tam olarak üst üste gelmektedir. Çok Değişkenli Dengesizlik Ölçüsü 0,6 değerini almışsa iki histogramın %40'ının kesişmekte olduğu anlaşılmaktadır.

BULGULAR

Farkların Farkı Analizi

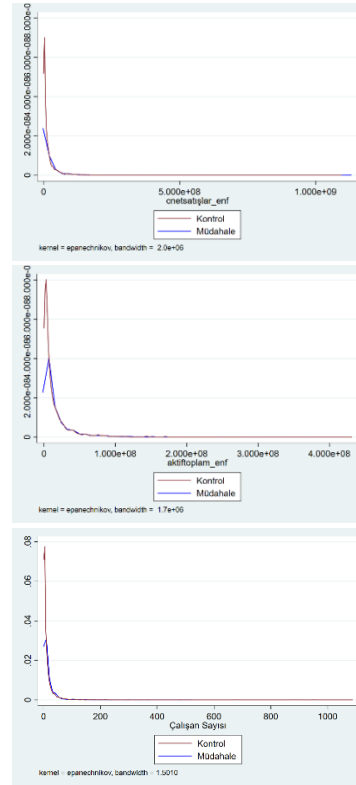
Çalışmada KKE yöntemi kapsamında müdahale grubuna eş özellikle gözlemlerin bulunması için sektör (NACE 2 basamak düzeyinde) ile ölçeği aynı, net satışların ve toplam aktiflerin doğal logaritmasında ise aynı strataya denk gelen girişimler eşleştirilmeye çalışılmıştır. Eşleşmede müdahale grubu olarak Yurt İçi Fuar Desteği almış girişimlerin yer aldığı ve toplam dağılımın içinde payı %5'ten büyük olan sektörler dahil edilmiştir. Eşleştirmede 2018 yılı Eylül ayından sonra Yurt İçi Fuar Desteği alan girişimler dikkate alınmıştır. Kontrol grubunda ise herhangi bir KOSGEB desteği almamış girişimler eşleştirmeye dahil edilmiştir. Bu eşleşme sonucunda elde edilen eşlerin doğru eşler olup olmadığı, uygulamanın sağlıklı ve analizde kullanılabilir bir sonuç verip vermediği kontrol edilmiştir. Bu kapsamda, müdahale grubu ile kontrol grubunun değişkenlerinin dağılımı görsel olarak incelenmiş ve istatistiksel testlerle grupların uyumu kontrol edilmiştir.

Belirtilen değişkenlere göre oluşan eşleşme sayıları ve eşleşme oranları Tablo 3'te listelenmiştir. Buna göre, yıllar itibarıyla ortalama %100'e yakın eşleşme sağlanmış ve toplamda 4.729 eş bulunarak çalışmaya dâhil edilmiştir. Çok Değişkenli Dengesizlik Ölçüsü'ne bakıldığında da müdahale grubu ile bulunan eşlerinin dağılımlarının farksızlığı görülebilmektedir.

Tablo 3. Eşleşme sayıları ve oranları

Yıl	Eşleşen Müdahale Grubu Gözlemi Sayısı	Eşleşme Oranı (%)	Çok Değişkenli Dengesizlik Ölçüsü
2018	986	99,8	0,07
2019	2.450	99,8	0,07
2020	1.293	99,7	0,08
Toplam	4.729		

Müdahale ve kontrol grubu için net satışlar, toplam aktifler ve yıllık çalışan sayısı değişkenlerinin dağılım grafiklerinin yer aldığı Şekil 2'de, eşleşme sonucunda oluşan dağılımların farksızlığı (dağılımların kuvvetli düzeyde benzeştiği) görülmektedir.



Şekil 2. Müdahale ve kontrol grubu için Net Satışlar, Toplam Aktifler ve Çalışan Sayısı değişkenlerinin dağılımları

Söz konusu değişkenlerin iki grupta istatistiki olarak birbirinden farklı olmadığına test edildiği t-testi sonuçları ise Tablo 4'te gösterilmektedir. t-testi sonuçları, eşleştirme yılı itibarıyla çıktı değişkeni olarak kullanılabilir ve eşleştirme için önem taşıyan sürekli değişkenlerde müdahale ve kontrol grubunun değişken ortalamalarının istatistiki olarak farklı olmadığını göstermektedir.

Tablo 4. Müdahale ve kontrol grubuna ilişkin t testi sonuçları

	Müdahale Grubu	Kontrol Grubu	Fark	t değeri	p değeri
Toplam Aktifler	1,51E+07	1,51E+07	-12531	-0,021	0,982
Toplam Aktifler Log	15,47	15,47	-0,008	-0,023	0,981
Net Satışlar	1,83E+07	1,83E+07	31598	0,036	0,970
Net Satışlar Log	15,59	15,59	-0,003	-0,008	0,993
Çalışan Sayısı	13,95	13,67	-0,27	-0,405	0,658

Mevcut veri kümesi, girişimlerin değişkenlerinin belirli bir kimlik numarası ile dönemler boyunca takip edilebildiği (longitudinal) bir biçimdedir. Bununla birlikte müdahale, değişen yıllarda gerçekleşmiştir. Bu özellikler, etkinin analizinde yapılacak regresyonlarda hata teriminin varyansına yıl ve gruplama düzeltilmesi yapılmaması durumunda sapmalı sonuçlar elde edilmesine yol açmaktadır. Etkinin istatistiki anlamlılığını test ederken STATA yazılımı kullanılmış olup **çalışan sayısı, toplam aktiflerin doğal logaritması, yurt dışı satışların doğal logaritması ve net satışların doğal logaritması** değişkenleri dikkate alınmıştır.

Analiz sonuçlarına göre; eş özellikteki bir girişimle karşılaştırıldığında Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın net satışlar, yurt dışı satışlar ve çalışan sayısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir fark oluşturduğu ancak toplam aktifler üzerinde anlamlı bir fark oluşturmadığı gözlenmiştir.

Net Satışlar

Net satışlar üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi incelenirken aşağıdaki değişkenler çıktı değişkenini etkileyebilecek değişkenler (covariate) olarak tahminde tutulmuş ve girişim bazında gruplama ile standart hata düzeltilmesi ve sağlam (robust) tahminler oluşturulmuştur.

Tahmin sonucunda (Tablo 5), eş özellikteki bir girişimle karşılaştırıldığında Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın net satışlar üzerinde anlamlı bir pozitif fark oluşturduğu görülmektedir.

Regresyonda bağımlı değişken olarak net satışların logaritması kullanıldığı için, elde edilen katsayılar yorumlanmadan önce bir dönüşüme tabi tutulmalıdır. Aşağıda gösterilen denklemde β_0 sabit terimi, başka bir deyişle kontrol değişkenleri 0 iken kontrol grubundaki girişimin ortalama aktif büyüklüğünü, β_i Yurt İçi Fuar Desteği Kuklası dışında kullanılan tüm kontrol değişkenlerinden elde edilen sonucu ifade ederken, β_1 'de ATET'yi yani ortalama müdahale etkisinin ek katkısını ifade etmektedir.

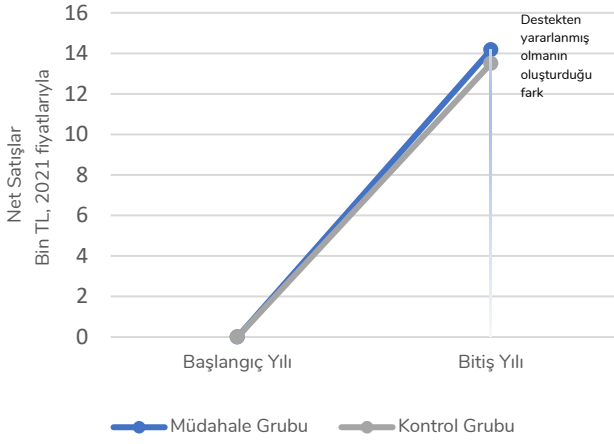
$$\log(\text{Net Satış}) = \beta_0 + \beta_i + \beta_1(\text{Yurt İçi Fuar Desteği kuklası})$$

$$\log(\text{Net Satış}) = 9,532 + \beta_i + 0,026(\text{Yurt İçi Fuar Des. kuklası})$$

$$\text{Yurt İçi Fuar Desteği kuklası} = 0; \quad \text{Net Satış} = e^{\beta_i} + e^{9,532}$$

$$\text{Yurt İçi Fuar Desteği kuklası} = 1; \quad \text{Net Satış} = e^{\beta_i} + e^{9,558}$$

Yukarıda sunulan yöntem ve uygulamanın sonucunda Farkların Farkı uygulaması ile Yurt İçi Fuar Desteği'nin net satışlar üzerinde olumlu etki oluşturduğu tespit edilmiştir. Buna göre; **Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmamış girişimlerin ortalama 13.794 TL satış yaparken, destekten yararlanan girişimler ise ortalama 14.171 TL satış yaptığı görülmektedir.** Şekil 3'te farkların farkı yöntemine göre elde edilen sonuçlar gösterilmiştir.



Şekil 3. Net satışlar için Farkların Farkı grafiği

Yurt dışı Satışlar

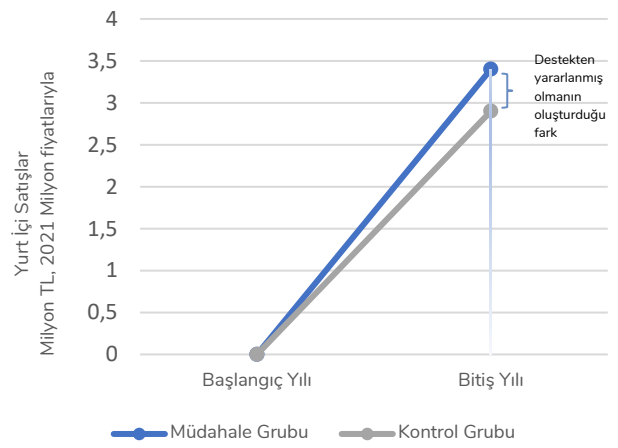
Yurt dışı satışlar üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi incelenmiştir.

Yurt dışı satışlara ilişkin regresyon sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre; tahmin sonucunda, eş özellikteki bir girişimle karşılaştırıldığında Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın yurt dışı satışlar üzerinde anlamlı bir pozitif fark oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 5. Yurt dışı satışlar üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi

Yurt dışı Satışlar	Katsayı	Standart Hata	t değeri	p değeri
ATET Yurt İçi Fuar Desteği Kuklası	460.138	221.708	2,08	0,038
Sabit Terim	2.946.828	99.447	29,63	0,000

Şekil 4'te Farkların Farkı yöntemine göre elde edilen sonuçlar gösterilmiştir. Buna göre; **Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmamış girişimlerin ortalama yaklaşık 2,9 milyon TL yurt dışı satış yaptığı, destekten yararlanmanın ise ortalama 460 bin TL daha fazla yurt dışı satış yapılmasını sağladığı tespit edilmiştir.**



Şekil 4. Yurt dışı satışlar için Farkların Farkı grafiği

Çalışan Sayısı

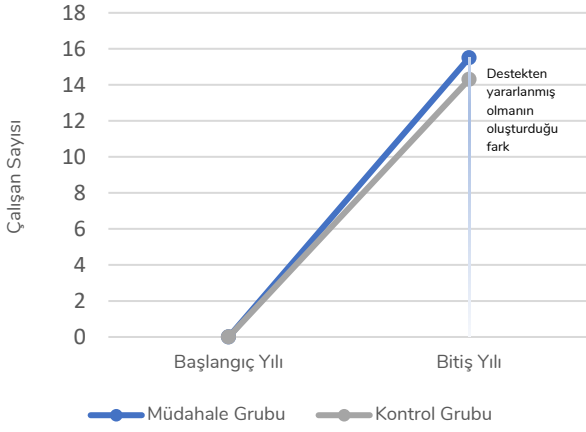
Çalışan sayısı üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi incelenmiştir.

Çalışan sayısına ilişkin regresyon sonuçları Tablo 7'de verilmiştir. Buna göre; eş özellikteki bir girişimle karşılaştırıldığında Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın çalışan sayısı üzerinde anlamlı bir pozitif fark oluşturduğu görülmektedir.

Tablo 6. Çalışan sayısı üzerinde Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmış olmanın etkisi

Çalışan Sayısı	Standart			
	Katsayı	Hata	t değeri	p değeri
ATET Yurt İçi Fuar Desteği Kuklası	1,2	0,27	4,4	0,000
Sabit Terim	14,33	0,13	108,9	0,000

Şekil 5'te Farkların Farkı yöntemine göre elde edilen sonuçlar gösterilmiştir. Buna göre; **Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlanmamış girişimlerin ortalama 14,3 çalışan sayısına sahip iken destekten yararlanan girişimlerin ortalama 15,5 çalışan sayısına sahip olduğu tespit edilmiştir.**



Şekil 5. Çalışan sayısı için Farkların Farkı grafiği

Anket Uygulaması

Çalışmanın anket uygulaması kapsamında 2018-2022 yılları arasında Yurt İçi Fuar Desteği alan 12.263 işletmeye yönelik bir anket formu (Ek 1) tasarlanmış ve 25.07.2022-10.08.2022 tarihleri arasında KOSGEB tarafından işletmelere çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Uygulama sonucunda kullanılabilir **707** anket elde edilmiştir. Anket verilerinin toplanması aşamasından sonra araştırma çalışması için elde edilen örneklem büyüklüğünün ana kitleyi temsil edip etmediğine bakılmıştır. Bu kapsamda araştırma çalışmasına ait örneklem büyüklüğü, %90 güven düzeyinde yeterli bulunmuştur.

Genel Bilgiler

Ankete katılan 707 işletmenin ölçek dağılımına bakıldığında %44'ünün mikro, %42'sinin küçük, %13'ünün orta ve %1'inin de KOBİ üstü ölçeğinde olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılan işletmelerin il dağılımı incelendiğinde cevapların, en çok İstanbul (242), Bursa (67) ve İzmir (57) illerinden olduğu göze çarpmaktadır.

Ankete katılan işletmelerin sektör dağılımına bakıldığında ise ilk sırayı Toptan ticaret (123) alırken onu Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı (28) sektörünün izlediği gözlenmiştir.

Yurt İçi Fuar Desteği Öncesi Genel Durum

İşletmelere Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanmadan önce herhangi bir fuarda stand açıp açmadıkları sorulmuştur. Buna göre ankete katılan işletmelerin %36'sı Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanmadan önce herhangi bir fuarda stand açmadığını belirtmiştir.

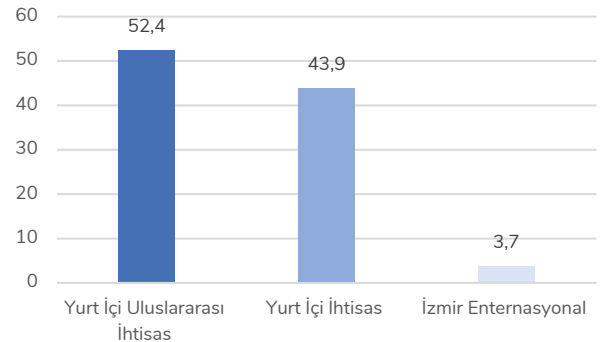
İşletmelerin Yurt İçi Desteği'ne başvuru sebeplerine çoklu seçim yaparak verdikleri cevaplar Tablo 8'de yer almaktadır. Buna göre işletmelerin %23,7'si yurt içi satışları artırmak, %21,5'i pazar payını artırmak ve %21'i iş bağlantısı yapmak amacıyla Yurt İçi Fuar Desteği'ne başvurduğunu belirtmiştir.

Tablo 7. Yurt İçi Fuar Desteği'ne başvuru sebepleri

Yararlanma Amacı	Yüzde
Yurt içi satışları arttırmak	83,9
Pazar payını artırmak	75,8
İş bağlantısı yapmak	74,1
Yurt dışı satışları arttırmak	61,1
Yeni iş birlikleri yapmak	55,3
Diğer	3,1

Etki ve Etkinlik

İşletmelere 2018-2022 yılları arasında Yurt İçi Fuar Desteği sayesinde katıldıkları fuarlar sorulmuştur. Çoklu cevap veren işletmelerin %52,4'ü Yurt İçi Fuar Desteği sayesinde Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarı'na, %43,9'u Yurt İçi İhtisas Fuarı'na ve %3,7'si İzmir Enternasyonal Fuarı'na katıldıklarını belirtmiştir (Şekil 6).



Şekil 6. Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katılım sağlanan fuarların oranı (%)

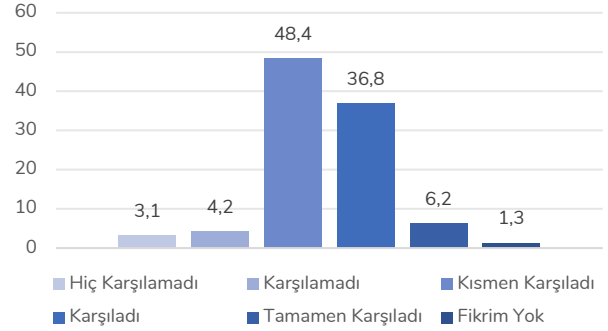
Ayrıca işletmelere destek almadan önce ve destek aldıktan sonraki katıldıkları fuar sayıları sorulmuştur. Destek alınmadan önce hiç fuara katılmayan 175 işletme, Yurt İçi Fuar Desteği'nden yararlandıktan sonra en az bir kez fuara katıldıklarını belirtmiştir. **Ankete cevap veren işletmeler, destek almadan önce toplamda 1.626 tane fuara katılmışken destek aldıktan sonra bu sayı 2.323'e çıkmıştır.**

İşletmelerin, Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında doğrudan ya da dolaylı olarak ne gibi faydalar sağladığını ölçmek amacıyla 5'li Likert ölçeğinde ("1-Kesinlikle katılmıyorum", "2-Katılmıyorum", "3-Kararsızım", "4-Katılıyorum" ve "5-Kesinlikle katılıyorum") altı maddeli bir soru oluşturulmuştur. Söz konusu ölçek ve sorular için Cronbach's Alpha katsayısı %92,6 olarak hesaplanmış olup ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu görülmüştür. İşletmelerin bu soruya verdiği cevaplara göre (Tablo 9); Yurt İçi Fuar Desteği'nin işletmelere sağladığı faydalar için genel ortalama fayda düzeyi **3,70** iken en yüksek değer (4,26) müşteriler ve sektör temsilcileri ile iletişiminin artırılmasında olmuştur.

Tablo 8. Yurt İçi Fuar Desteği'nin işletmelere sağladığı faydalar

Kriterler	Ortalama	4 ve 5 olarak değerlendirilenlerin oranı (%)
Müşteriler ve sektör temsilcileri ile iletişiminizi artırdı	4,26	88
Yurt içi satışlarımızı artırdı	4,05	79
Yurt içi iş bağlantısı yapmamızı sağladı	4,04	80
Pazar payımızı artırdı	3,95	76
Rekabet gücümüzü artırdı	3,88	73
Teknik bilgi ve kapasitemizi artırdı	3,81	68
Yeni iş birlikleri yapmamızı sağladı	3,63	60
Karlılığımızı artırdı	3,54	56
Yurt dışı iş bağlantısı yapmamızı sağladı	3,50	57
İstihdam kapasitemizi artırdı	3,48	54
Yurt dışı satışlarımızı artırdı	3,44	52
İlk defa ihracat yapmamızı sağladı	2,65	28
Genel Ortalama	3,70	

Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanan işletmelere destek kapsamında katıldıkları fuarların işletmenin beklentilerini karşılayıp karşılamadığı sorulmuştur. Alınan cevaplar (Şekil 7) Yurt İçi Fuar Desteği ile işletmelerin **%91,4**'ünün beklentilerinin karşılandığını göstermektedir.



Şekil 7. Yurt İçi Fuar Desteği'nin beklentileri karşılama durumu (%)

Sürdürülebilirlik, Uygunluk ve Verimlilik

İşletmelere Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katıldıkları fuarlardan sonra kendi imkânları ile başka fuarlara katıldıkları sorulmuştur. Ankete katılan işletmelerin **%71**'i Yurt İçi Fuar Desteği'nden sonra kendi imkanları ile fuarlara katıldıklarını ifade etmiştir.

İşletmelere destek sonlandıktan sonra başka fuarlara katılmama sebepleri sorulduğunda ise (Tablo 10) %13,2'si ekonomik yetersizliklerden dolayı fuarlara katılmadığını belirtirken, %10,5'i destek programının süresinin bittiğini ifade etmiştir.

Tablo 9. Yurt İçi Fuar Desteği sonlandıktan sonra başka fuara katılmama sebepleri

Sebepler	Yüzde
İşletmemizdeki ekonomik yetersizliklerden dolayı fuarlara katılmıyoruz.	13,2
Destek programının süresi bittiği için fuarlara katılmıyoruz.	10,5
Destek limitimiz dolduğu için fuarlara katılmıyoruz.	5,8
Diğer	5,4
Söz konusu fuarların işletmemize katkı sağlamadığı düşünüldüğünden katılmıyoruz.	4,8
Söz konusu fuarlara alternatif başka fuarlara katılmıyoruz.	2,0

İşletmelerin Yurt İçi Fuar Desteği'nin başvuru ve ödeme sürecine ilişkin memnuniyet seviyelerini belirlemek amacıyla 5'li Likert ölçeğinde ("1-Kesinlikle katılmıyorum", "2-Katılmıyorum", "3-Kararsızım", "4-Katılıyorum" ve "5-Kesinlikle katılıyorum") on bir maddeden oluşan bir soru sorulmuştur. Söz konusu ölçek ve sorular için Cronbach's Alpha katsayısı %91,4 olarak hesaplanmış olup ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu görülmüştür.

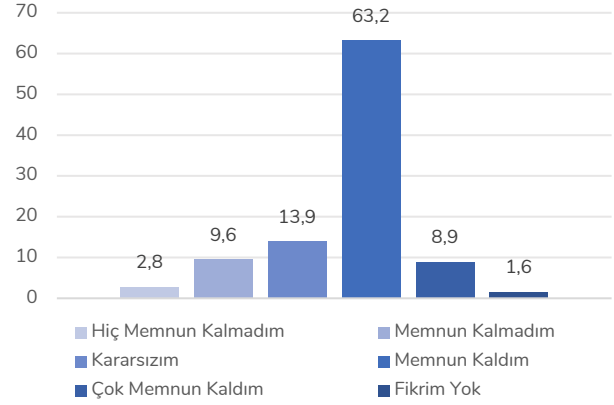
İşletmelerin verdiği cevaplara göre (Tablo 11); Yurt İçi Fuar Desteği'nin başvuru ve ödeme sürecine ilişkin genel ortalama memnuniyet düzeyi **3,49** iken en yüksek değer (3,85), KOSGEB personelinin bilgi seviyesinin yeterli olması konusunda olmuştur.

Tablo 10. Yurt İçi Fuar Desteği başvuru ve ödeme süreçlerine ilişkin memnuniyet düzeyi

Memnuniyet	Ortalama	4 ve 5 olarak değerlendirilenlerin oranı (%)
Destek başvuru ve ödeme sürecinde KOSGEB Personelinin bilgi seviyesi yeterliydi.	3,85	72
Yurt İçi Fuar Desteğine başvurmak kolaydı.	3,82	74
Destek başvuru ve ödeme sürecinde çevrimiçi başvuru ve ödeme talebi başvurusu yaparken problem yaşamadık.	3,73	70
Destek başvuru ve ödeme sürecinde istenen bilgi ve belgelerin sayısı makuldü.	3,72	71
Destek başvuru ve ödeme sürecinde KOSGEB ile kolaylıkla iletişim kurabildik.	3,66	68
Desteğin konusu işletmemizin ihtiyaçlarıyla örtüşüyordu.	3,65	67
Destek ödemelerini zamanında alabildik.	3,63	65
Destek başvuru ve ödeme sürecinde şikâyet veya geri bildirimlerin dikkate alınma seviyesi yeterliydi.	3,59	58
Desteklenme kararının açıklanması için geçen süre makuldü.	3,40	55
Desteklenen stand alanı yeterliydi.	2,90	39
Destek üst limitleri ve destekleme oranları yeterliydi.	2,45	22
Genel Ortalama	3,49	

Sürece ilişkin memnuniyet düzeylerinin yanı sıra

Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanan işletmelere genel memnuniyet düzeylerini belirleyen bir soru da yöneltilmiştir. Alınan cevaplar (Şekil 8) işletmelerin **%72,1**'nin memnun kaldığını göstermektedir. Ayrıca ankete katılan işletmelerin %94'ü, Yurt İçi Fuar Desteği'ni diğer işletmelere önereceklerini ifade etmiştir.



Şekil 8. Yurt İçi Fuar Desteği'ne ilişkin genel memnuniyet düzeyi (%)

İşletmelere Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanmasalardı da aynı fuarlara katılıp katılmayacakları sorulduğunda %42,3'ü fuarlara daha az m² ile katılacağını, %29'u destek olmasaydı da aynı katılımı sağlayacağını ifade ederken %12,4'ü fuarlara aynı dönemde katılmayacağını ve zamanlama olarak erteleyeceğini belirtmiştir.

SONUÇ

KOSGEB tarafından verilen İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında yer alan Yurt İçi Fuar Desteği, işletmelerin ulusal fuarlara katılımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Yurt İçi Fuar Desteği'ne başvuran işletmeler; iş bağlantısı yapmak, yeni iş birlikleri yapmanın yanında yurt içi ve yurt dışı satışları ile pazar paylarını artırmayı da hedeflemektedir.

Bu çalışmada İşletme Geliştirme Destek Programı kapsamında verilen Yurt İçi Fuar Desteği'nin destekten faydalanan işletmelere sağladığı katkıların tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda Farkların Farkı yöntemi ile katılımcı anketlerinin birlikte kullanıldığı bir analiz

gerçekleştirilerek Yurt İçi Fuar Desteği hakkında kapsamlı bir değerlendirme yapılabilmesi hedeflenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre **Farkların Farkı** uygulaması ile Yurt İçi Fuar Desteği'nin net satışlar, yurt dışı satışlar ve çalışan sayısı üzerinde olumlu etki oluşturan bir uygulama olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın diğer kısmında ise işletmelere uygunluk, verimlilik, etkinlik, etki ve sürdürülebilirlik kriterleri çerçevesinde hazırlanan formlar aracılığıyla **katılımcı anketi** uygulaması gerçekleştirilmiştir.

Anket uygulaması sonuçları; işletmelerin %83,9'unun yurt içi satışlarının artırmak amacıyla Yurt İçi Fuar Desteği'ne başvurduğunu göstermiştir. İşletmelerin büyük bir kısmı Yurt İçi Fuar Desteği sayesinde yurt içi satışları ile pazar payını artırdığını ve yeni iş bağlantısı yaptığını ifade etmiştir. Ayrıca ankete cevap veren işletmeler destek almadan önce toplamda 1.626 fuara katılırken destek aldıktan sonra katılm sağlana fuar sayısı 2.323'e çıkmıştır.

Yurt İçi Fuar Desteği'nden faydalanan işletmelerin %91,4'ü beklentilerinin karşılandığını belirtmiştir. İşletmelerin genel memnuniyet düzeyi %72,1 olarak hesaplanırken ankete katılan işletmelerin %94'ü Yurt İçi Fuar Desteği'ni diğer işletmelere önereceklerini ifade etmiştir.

KAYNAKÇA

Iacus, S. M., King, G., & Porro, G. (2012). Causal Inference Without Balance Checking: Coarsened Exact Matching. 20(1), 1-24.

King, G., & Nielsen, R. (2019). Why Propensity Scores Should Not Be Used for Matching. 27(4), 435-454.

Ek 1. Yurt İçi Fuar Desteği Değerlendirme Soru Formu

A. İŞLETME HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1. İŐletmenizin kuruluş yılını belirtiniz.

2. İŐletmedeki görevinizi belirtiniz.

Sahip/Ortak Çalışan İŐletmede çalışmıyorum

B. YURT İÇİ FUAR DESTEĞİNDEN YARARLANANLAR HAKKINDA BİLGİ

a) Yurt İçi Fuar Desteği Öncesi Bilgiler

3. Yurt İçi Fuar Desteğinden faydalanmadan önce, herhangi bir yurt içi fuarda stand açtınız mı?

(Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

Evet, Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarı

Evet, Yurt İçi İhtisas Fuarı

Evet, İzmir Enternasyonal Fuarı

Evet, IDEF Uluslararası Savunma Sanayi Fuarı

Evet, IDEF Hariç Konusu Savunma Havacılık veya Uzay olan Fuarlar

Hayır

4. Cevabınız Evet ise, Yurt İçi Fuar Desteğinden faydalanmadan önce düzenli olarak katıldığınız yurt içi fuarlar var mıydı?

Evet Hayır

5. Yurt İçi Fuar Desteğinden yararlanma amacınız nedir? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

Yurt içi satışları arttırmak

Yurt dışı satışları arttırmak

İş bağlantısı yapmak

Yeni iş birlikleri yapmak (ortak pazarlama, ortak tedarik, ortak tasarım, ortak üretim ve hizmet sunumu vb.)

Pazar payını arttırmak

Diğer

b) Yurt İçi Fuar Desteği Sonrası Bilgiler

6. 2018 - 2022 yılları arasında Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katılım sağladığınız fuarlar ağırlıklı olarak hangi fuarlar idi? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

Yurt İçi Uluslararası İhtisas Fuarı

Yurt İçi İhtisas Fuarı

İzmir Enternasyonal Fuarı

7. 2018 - 2022 yılları arasında Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katıldığınız fuarlar, daha önce düzenli olarak katılım sağladığınız fuarlar mıydı?

Evet Hayır

8. Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katıldığınız fuarlara destek sonlandıktan sonra da katılmaya devam ettiniz mi?

Evet Hayır

9. Cevabınız Hayır ise, destek kapsamında katıldığınız fuarlara destek sonlandıktan sonra tekrar katılmama sebebiniz nedir? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

Destek programının süresi bittiği için başvuramıyoruz.

Destek limitimiz dolduğu için fuarlara katılamıyoruz.

Söz konusu fuarların işletmemize katkı sağlamadığı düşünülduğünden katılmıyoruz.

Söz konusu fuarlara alternatif başka fuarlara katılıyoruz.

İşletmemizdeki ekonomik yetersizliklerden dolayı fuarlara katılamıyoruz.

Diğer

c) Yurt İçi Fuar Desteği Sayesinde Elde Edilen Kazanımlar

10. Yurt İçi Fuar Desteği almadan önce ve aldıktan sonraki fuar sayılarınızı belirtiniz?

Kriter	Fuar Sayısı
Destek alınmadan önce katıldığınız fuar sayısı	
Destek aldıktan sonra katıldığınız fuar sayısı	

11. Yurt İçi Fuar Desteği işletmenize doğrudan ya da dolaylı olarak ne gibi faydalar sağladı?

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Fikrim Yok
Yurt içi satışlarımızı artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yurt dışı satışlarımızı artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İlk defa ihracat yapmamızı sağladı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pazar payımızı artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekabet gücümüzü artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İstihdam kapasitemizi artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Karlılığımızı artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Müşteriler ve sektör temsilcileri ile iletişimimizi artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teknik bilgi ve kapasitemizi artırdı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yurt içi iş bağlantısı yapmamızı sağladı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yurt dışı iş bağlantısı yapmamızı sağladı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni iş birlikleri yapmamızı sağladı. (ortak pazarlama, ortak tedarik, ortak tasarım, ortak üretim ve hizmet sunumu vb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Yurt İçi Fuar Desteği kapsamında katılım sağlanan fuar/fuarlarışletmenizin beklentisini karşıladı mı?

- Hiç Karşılamaı Karşılamaı Kısmen Karşılamaı Karşılamaı
 Tamamen Karşılamaı Fikrim Yok

d) Yurt İçi Fuar Desteği Memnuniyet Düzeyi

13. Yurt İçi Fuar Desteğinin başvuru ve ödeme sürecine ilişkin memnuniyet seviyeniz nedir?

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Fikrim Yok
Desteğın konusu işletmemizin ihtiyaçlarıyla örtüşüyordu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yurt İçi Fuar Desteğine başvurmak kolaydı.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destek üst limitleri ve destekleme oranları yeterliydi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desteklenen stand alanı yeterliydi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desteklenme kararının açıklanması için geçen süre makuldü.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destek başvuru ve ödeme sürecinde istenen bilgi ve belgelerin sayısı makuldü.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destek Başvuru ve ödeme sürecinde KOSGEB ile kolaylıkla iletişim kurabildik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destek başvuru ve ödeme sürecinde çevrimiçi başvuru ve ödeme talebi başvurusu yaparken problem yaşamadık	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destek ödemelerini zamanında alabildik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Destek başvuru ve ödeme sürecinde KOSGEB Personelinin bilgi seviyesi yeterliydi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Destek başvuru ve ödeme sürecinde şikâyet veya geri bildirimlerin dikkate alınma seviyesi yeterliydi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

14. Yurt İçi Fuar Desteğine ilişkin genel memnuniyet seviyenizi nedir?

- Hiç Memnun Kalmadım Memnun Kalmadım Kararsızım
 Memnun Kaldım Çok Memnun Kaldım Fikrim Yok

15. Yurt İçi Fuar Desteğini önerir misiniz?

- Evet Hayır

16. Önerme sebebiniz nedir?

.....

17. Önermeme sebebiniz nedir?

.....

18. Yurt İçi Fuar Desteğinden faydalanmasaydınız da aynı fuar/fuarlara katılım sağlar mıydınız?

- Hayır. Almazdık.
 Fuara aynı dönemde katılım sağlayamazdık. Muhtemelen ertelerdik.
 Evet ama bu düzeyde katılım sağlayamazdık. Muhtemelen daha az m² ile katılırdık.
 Evet aynı katılımı, Yurt İçi Fuar Desteği olmasaydı da aynı düzeyde ve aynı zamanda sağlardık.

19. Bu destek dışında başka bir kamu kurumundan (2018-2022 yılları arasında) destek aldınız mı?

Cevabınız evet ise desteğin adını ve destek alınan yılı belirtiniz.

Desteğin Adı	Destek Alınan Yıl

20. Bu destek ile ilgili sizin belirtmek istediğiniz başka bir husus var mı?

.....

Çalışma Hakkında İletişim Kişisi

Özlem ÖZER

(Sanayi ve Teknoloji Uzmanı)

E-posta: ozlem.ozler@sanayi.gov.tr