

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİMDALI
İKTİSADİ GELİŞME VE ULUSLARARASI İKTİSAT BİLİMDALI

(DOKTORA TEZİ)

113778

DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

113778

DANIŞMAN

Prof. Dr. ŞAHABETTİN YİĞİTBAŞI

HAZIRLAYAN

MEHMET ALAGÖZ

KONYA -2002

DOKÜMANTASYON MERKEZİ

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER	II
TABLolar LİSTESİ	XI
ŞEKİLLER LİSTESİ	XIV
KISALTMALAR LİSTESİ	XVI
GİRİŞ	XVIII

BİRİNCİ BÖLÜM

İHRACATTA ÖRGÜTLENME MODELLERİ VE DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ

I. İhracatta Örgütlenmelere İlişkin Modeller	2
II. İhracatta Örgütlenme Modellerinin Uygulamalarına Örnekler	4
A. İhracatta Örgütlenmenin Genel Şeması ve Önemi	4
B. Japon Genel Ticaret Şirketleri (Sogo Shosha)	8
1. Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Kuruluşu	8
2. Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Hukuki Yapıları ve Temel İşlevleri	10
a) Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Ticari Aracılık İşlevi	11
b) Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Ticareti Geliştirecek Diğer İşlevleri	11
3. Japon Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Devlet Desteği	12
C. Güney Kore Genel Ticaret Şirketleri	18
1. G. Kore Genel Ticaret Şirketlerinin Kuruluşu	18
2. G. Kore Genel Ticaret Şirketlerinin İşlevleri	19
3. G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Devlet Desteği	21

a) G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Ticari Teşvikler	21
b) G.Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Döviz Kolaylıkları	21
c) G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Finansman Kolaylıkları	22
D. İtalyan Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu (FEDEREXPORT) Modeli	22
1. FEDEREXPORT Modelinin Kuruluşu	24
2. FEDEREXPORT Modelinin İşlevleri	26
3. FEDEREXPORT Modeline Verilen Devlet Destekleri	26
a) Parasal Yardımlar	28
b) İyileştirilmiş Krediler ve Devlet Garantileri	28
E. ABD İhracat Ticaret Şirketleri	32
F. Brezilya Genel Ticaret Şirketleri	35
III. Türkiye'deki İhracatta Örgütlenme Modellerinin Uygulamaları	37
A. Türkiye'deki Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) Modeli	41
1. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Kuruluşu	41
2. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Hukuki Yapısı	42
3. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin İşlevleri	43
a) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Dış Ticaret İşlevi	43
b) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Finansman İşlevi	44
c) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin İhracatta Riski Azaltarak İstikrar Sağlamak İşlevi	45
4. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Verilen Devlet Desteği	45
a) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Sağlanan Vergi Desteği	45
b) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Sağlanan İhracat Desteği	46

c) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Sağlanan Kredilendirme Desteği	46
5. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin 1980-1992 Yılları Arasındaki Gelişimi	46
6. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Gruplandırılması	51
B. Türkiye'deki Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ) Modeli	52
C. Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) Modeli	54
1. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Hukuki Yapısı	57
2. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İşlevleri	59
a) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Pazarlama İşlevi	59
b) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Finansman İşlevi	60
c) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İhracat İşlemleri İşlevi	60
d) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Teknik İşlevi	60
3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Devlet Yardımları ve Destekleri	61
a) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Parasal Teşvikler	62
i. Araştırma Geliştirme (AR-GE) Faaliyetlerinin Desteklenmesi (SDŞ- KOBİ)	63
ii. Pazar Araştırması Desteği (SDŞ, KOBİ, Üretici Dernekler)	65
iii. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi (SDŞ-KOBİ)	67
iv. Eğitim Yardımı (SDŞ-KOBİ)	68
v. Yurtdışında Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi (SDŞ, KOBİ ve KOBİ dışındaki Büyük şirketler)	69

vi. Yurtdışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi (SDŞ, Türkiye’deki tüm firmalar)	71
vii. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Tanıtımına İlişkin Destekler (SDŞ- Türkiye’de kendi unvan veya markasıyla ticari veya sınai faaliyette bulunan şirketler)	73
viii. İstihdama Yol Açma Yardımı (SDŞ)	75
ix. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarları Yardımı (SDŞ- KOBİ)	76
x. İhracat İadeleri	76
b) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Parasal Olmayan Teşvikler	77
i. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Gümrük Muafiyetli İthalat İzni	77
ii. Vergilendirmeye İlişkin Teşvikler	78
iii. İhracat İşlemlerinde Kolaylık İmkânı	79
c) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Eximbank Kredileri	79
i. Kısa Vadeli İhracat Kredisi	80
ii. Kısa Vadeli Döviz İhracat Kredisi	80
iii. Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredisi	81
iv. Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi	81
v. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi	81

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ DİŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN YAPILANMASI

I. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Çatısı	
Altında Örgütlenmesinin Sağlayacağı Faydalar	85
II. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Finansman Kaynakları	89
III. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini Oluşturan Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sorumluluk ve Yükümlülükleri	90
A. Sektörel Dış Ticaret Şirketini Oluşturan Ortakların Sorumlulukları	90
1. Doğru Bilgi Verme Sorumluluğu	91
2. Gizlilik	91
3. Açıklık	91
4. Ortakların Birbirleriyle Rekabet Etmemesi Sorumluluğu	91
5. Her Türlü Katılımlarda Ortaklara Bilgi Verilmesi Sorumluluğu	92
B. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini Oluşturan Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yükümlülükleri	92
C. Sektörel Dış Ticaret Şirketi Mevzuatının Değerlendirmesi	93
IV. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Mevcut Yapısı	94
A. Türkiye'deki Bazı Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Hakkında Genel Bilgi	97
B. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Sektörel ve İllere Göre Dağılımı	102
V. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Dış Ticaretteki Durumu	106
A.1980 Sonrası Türkiye'de ve Dünya'da Dış Ticaretin Gelişimi	106
B. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Türk Dış Ticaretinde Yeri (1994-2000)	111

1. Türkiye'nin Dış Ticaretinin Gelişimi: İhracatı ve İthalatı (1994-2000)	112
2. Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Gelişimi: İhracatı ve İthalatı (1994-2000)	123
3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri	129

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİNE İLİŞKİN UYGULAMA SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

I. Araştırmanın Önemi	137
II. Araştırmanın Amacı	139
III. Araştırmanın Kapsamı	140
IV. Araştırmanın Metodolojisi	141
V. Araştırmanın Hipotezleri	142
VI. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi	143
A. Araştırmaya Katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Hakkında Tanıtıcı Bilgiler	144
1. Araştırmaya Katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sayısı ve Sektörel Dağılımı	144
2. Araştırmaya Katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Kuruluş Yılları	145
3. Araştırmaya Katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Ortak Sayıları	147
B. Araştırma Sorularından Elde Edilen Bulgular	148
1. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Faaliyet Gösterdiği Sektörler	148

2. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi	
Çatısı Altında Örgütlenmesinin Nedeni	150
3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Kuruluş Aşamasında	
Karşılaştıkları Sorunlar	152
4. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Ürün Geliştirme Faaliyetleri	156
a) Ürün geliştirme faaliyetleri ne şekilde sürdürülmektedir.	156
b) Ar-Ge Çalışmasını Hangi Alanda Yapıyorsunuz?	157
c) Bu Ar-Ge Çalışmasını Yaparken Teşvik Kullandınız mı?	158
5. SDŞ'nin Faaliyette Bulunduğu Pazardaki Rekabet Koşulları	159
6. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Uluslararası pazarlara	
Girmesini Kolaylaştıran Etmenler	161
7. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Karşı Karşıya Oldukları	
Pazarlama Sorunları	163
8. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Pazar Araştırmaları Çalışmaları	166
a) Şirketiniz Pazar Araştırması Yapıyor mu?	166
b) Pazar Araştırması Yaptığınız Ülkelere İhracatınız Arttı mı?	167
c) Pazar Araştırmaları Teşvikinin Ne Kadarını Kullandınız?	168
9. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İhracat Yapmada	
Zorlanmasının Nedenleri	169
10. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Toplam Kalite Çalışmaları	172
a) Şirketiniz/Şirket Ortaklarınız Kalite ve Çevre Standartlarını	
İyileştirilmesi İle İlgili Çalışma Yapıyor mu?	172
b) Cevabınız Evet ise Hangi Standartlarla İlgili Çalışma Yaptınız	
veya Yapıyorsunuz?	173
11. İstihdam Ettiğiniz Personel İçin Eğitim Faaliyetleri	
Yaptınız mı?	173
a) Personel için eğitim faaliyeti yürüttünüz mü?	174

b) Eğitim faaliyetini hangi alanda yaptınız?	174
c) Yaptığınız eğitim programları için teşvik kullandınız mı?	177
12. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Verilen Personel Desteğinden Faydalandınız mı?	178
a) Şirketiniz veya ortaklarınız istihdama yol açma teşvikinden faydalandınız mı?	178
b) Cevabınız evet ise hangi formasyona sahip personeli istihdam ettiniz?	179
13. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Küçük ve Orta Boy işletmelere sağladığı en önemli avantajlar nelerdir?	180
14. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin devlet teşviklerinden faydalanmama nedenleri nelerdir?	182
15. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sorunlarını Çözmede Etkili Kuruluşlar Hangileridir?	184
C. Araştırma Sorularından Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi	184
1. Araştırmaya Katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Faaliyet Gösterdiği Sektörler, Sayısı, Sektörel Dağılımı, Ortak Sayıları ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	185
2. Küçük ve Orta Boy İşletmelerinin Sektörel Dış Ticaret Şirketi Çatısı Altında Örgütlenme Nedenleri ve Kuruluş Aşamasında Karşılaştıkları Sorunlar ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	187
3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Faaliyette Bulunduğu Pazardaki Rekabet Koşulları, Uluslararası Pazarlara Girmesini Kolaylaştıran Etmenler ve Karşı Karşıya Oldukları Pazarlama Sorunları ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	190
4. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Pazar Araştırmaları Çalışmaları ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	191

5. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İhracat Yapmada Zorlanmasının Nedeni ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	192
6. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Verilen Personel Desteği ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	193
7. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Küçük ve Orta Boy İşletmelere sağladığı en önemli avantajlar ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	193
8. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sorunlarını Çözmede Etkili Kuruluşlar ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi	194
SONUÇ	196
KAYNAKÇA	205
EKLER	213

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1.1: Yıllık Bilanço Büyüklüğüne Göre Avrupa Birliği'nde	
Küçük ve Orta Boy İşletme Tanımı	23
Tablo 1.2 :Federexport'un Yıllar İtibariyle Gelişimi	31
Tablo 1.3:Türkiye'nin ve DTSS'lerin 1981-1991 yılları arasındaki toplam	
İhracat ve İthalatı	47
Tablo 1.4: Yurtdışında Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel	
Katılımın Desteklenmesi	70
Tablo 1.5 : Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Ortak Sayılarına Göre Teşvik	
Sınırları	73
Tablo 1.6: Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredisi	81
Tablo 1.7: Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi	81
Tablo 2.1 : Kuruluş Yılı ve Sektörleri İtibariyle Mevcut Sektörel	
Dış Ticaret Şirketleri (22 Kasım 2000 tarihi itibariyle)	96
Tablo 2.2 : Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Ortaklarının Sektörel Dağılımı	103
Tablo 2.3 : Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İllere Göre Dağılımı	104
Tablo:2.4: Türkiye'nin 1994-2000 Yılları Arasındaki Toplam İhracatı	
ve İthalatı	114
Tablo 2.5:Türkiye'nin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle Toplam İhracatları	116
Tablo 2.6:SDŞ'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki	
Payının Yüzdesel Dağılımı (%)	117
Tablo 2.7: Türkiye'nin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle Toplam İthalatları	118
Tablo 2.8:SDŞ'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İthalat İçindeki	
Payının Yüzdesel Dağılımı (%)	119
Tablo 2.9: Yıllar İtibariyle 13 Sektörün Türkiye'nin Toplam İhracat	
ve İthalatındaki Yeri (Bin \$)	122

Tablo 2.10: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle İhracatları	125
Tablo 2.11: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle İthalatları	127
Tablo 2.12: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin ve Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesel Dağılımı (%)	132
Tablo 2.13: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin ve Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İthalat İçindeki Payının Yüzdesel Dağılımı (%)	134
Tablo 3.1: Araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin sayısı ve sektörel dağılımı	141
Tablo 3.2: Araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin kuruluş yılları itibariyle dağılımı	146
Tablo 3.3: Araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin sektörel bazda toplam ortak sayıları	147
Tablo 3.4: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Dağılımı	149
Tablo 3.5: Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi Çatısı Altında Örgütlenmesinin Nedeni	150
Tablo 3.6: Hipotezin test edilmesi	151
Tablo 3.7: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin kuruluş aşamasında karşı karşıya kaldıkları sorunlar	153
Tablo 3.8: Hipotezin test edilmesi	155
Tablo 3.9: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Ürün geliştirme faaliyetleri	156
Tablo 3.10: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Ürün geliştirme faaliyetleri	158
Tablo 3.11: Ar-ge faaliyetlerinde teşvik kullanımı	159

Tablo 3.12: SDŞ'nin faaliyette bulunduğu pazardaki rekabet koşulu	160
Tablo 3.13: Uluslararası pazarlara Girmesini Kolaylaştıran Etmenler	161
Tablo 3.14: Hipotezin test edilmesi	162
Tablo 3.15: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin pazarlama sorunları	163
Tablo 3.16: Hipotezin test edilmesi	165
Tablo 3.17: Pazar araştırması	166
Tablo 3.18: Pazar araştırmasından sonra ihracatın durumu	167
Tablo 3.19: Pazar araştırması Teşviki	168
Tablo 3.20: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin istenilen ihracatı yapamamasının nedeni	169
Tablo 3.21: Hipotezin test edilmesi	170
Tablo 3.22: Şirketinizin kalite ve çevre standartları çalışmaları	172
Tablo 3.23: Şirketin kalite ve çevre standartları çalışmaları	173
Tablo 3.24: Personel için eğitim faaliyeti	174
Tablo 3.25: Personel verilen eğitimin faaliyet alanı	175
Tablo 3.26: Hipotezin test edilmesi	176
Tablo 3.27: Eğitim programlarına teşvik kullanımı	177
Tablo 3.28: İstihdama yol açma teşvikinin kullanımı	178
Tablo 3.29: Teşvik hangi personel için kullanıldı	179
Tablo 3.30: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin Küçük ve Orta Boy İşletmelere sağladığı en önemli avantajlar	180
Tablo 3.31: Hipotezin test edilmesi	181
Tablo 3.32: Teşvikten faydalanamama nedeni	183
Tablo 3.33: Sorunların çözümü için başvuru kurumları	184

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 : Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Örgütlenmesinde İhracata Yönelik İhtiyaç Duyulan Hizmetler ve Araçlar	6
Şekil 2.1 : Faaliyet Alanları İtibariyle Sektörel Dış Ticaret Şirketi Modelleri	88
Şekil 2.2: 1980 yılı Dünya ve Türkiye İhracatının Sektörel Dağılımı	108
Şekil 2.3: 1996 yılı Dünya ve Türkiye İhracatının Sektörel Dağılımı	109
Şekil 3.1: Araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısı ve Sektörel dağılımı	145
Şekil 3.2: Araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş yılları itibariyle dağılımı	146
Şekil 3.3: Araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sektörel bazda toplam ortak sayıları	148
Şekil 3.4: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Dağılımı	149
Şekil 3.5: Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi Çatısı Altında Örgütlenmesinin En Önemli Nedeni	150
Şekil 3.6: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş aşamasında karşı karşıya kaldıkları sorunlar	153
Şekil 3.7: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Ürün geliştirme faaliyetleri	157
Şekil 3.8: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Ürün geliştirme faaliyetleri	158
Şekil 3.9: Ar-ge faaliyetlerinde teşvik kullanımı	159
Şekil 3.10: SDŞ'nin faaliyette bulunduğu pazardaki rekabet koşulu	160
Şekil 3.11: Uluslararası pazarlara Girmesini Kolaylaştıran Etmenler	162
Şekil 3.12: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Pazarlama Sorunları	164
Şekil 3.13: Pazar araştırması	166
Şekil 3.14: Pazar araştırmasından sonra ihracatın durumu	168
Şekil 3.15: Pazar araştırması teşviki	169

Şekil 3.16: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istenen ihracatı yapamamasının nedeni	170
Şekil 3.17: Şirketinizin kalite ve çevre standartları çalışmaları	172
Şekil 3.18: Şirketin kalite ve çevre standartları çalışmaları	173
Şekil 3.19: Personel için eğitim faaliyeti	174
Şekil 3.20: Personel verilen eğitimin faaliyet alanı	175
Şekil 3.21: Eğitim programlarına teşvik kullanımının dağılımı	177
Şekil 3.22: İstihdama yol açma teşvikinin kullanım dağılımı	178
Şekil 3.23: Teşvik kullanımının dağılımı	179
Şekil 3.24: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Küçük ve Orta Boy İşletmelere sağladığı avantajların dağılımı	180
Şekil 3.25: Teşvikten faydalanamama nedenlerinin dağılımı	183
Şekil 3.26: Sorunların çözümü için başvurulmuş kurumların dağılımı	184

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ÇOŞ	: Çok Ortaklı Sermaye Şirketleri
ECU	: European Currency Unit
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DİİB	: Dahilde İşleme İzin Belgesi
DFİF	: Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
DTŞŞ	: Dış Ticaret Sermaye Şirketleri
DTM	: Dış Ticaret Müsteşarlığı
GATT	: General Agreement on Tariffs and Trade
GB	: Gümrük Birliği
GTŞ	: Genel Ticaret Şirketleri
FEDEREXPORT:	İtalyan İhracat Birlikleri
FOB	: Free on Board
İGEME	: İhracatı Geliştirme Merkezi
İKV	: İktisadi Kalkınma Vakfı
İPAD	: İhracat Pazar Araştırması Desteği
JETRO	: Japon Expert Trade Research Organization
KDV	: Katma Değer Vergisi
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdari Başkanlığı
KOTRA	: Korea Trade and Investment Promotion Agency
KÖY	: Kalkınmada Öncelikli Yöre
SDŞ	: Sektörel Dış Ticaret Şirketi
TOBB:	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TOSYÖV : Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeler Serbest Meslek
Mensupları ve Yöneticileri Vakfı
SÖİK : Sevk Öncesi İhracat Kredisı
TÜBİTAK : Türkiye Bilim ve Teknoloji Araştırmaları Vakfı
VRHİ : Vergi, Resim, Harç ve İstisna



GİRİŞ

İkinci dünya savaşının sona ermesinden itibaren dünya ekonomisi iktisadi olarak büyük konjonktürlerle karşı karşıya kalmıştır. Bu dönemden itibaren özellikle günümüzdeki gelişmiş ülkeler çok uzun süreli yüksek bir büyüme oranı ile ekonomik faaliyetlerini devam ettirmiştir. Dünya ekonomisindeki bu yüksek büyüme oranı merkez ülkelerin (ABD, Kanada, İngiltere, Fransa, Almanya,..) özellikle teşvik ettiği büyük işletmeler sayesinde mümkün olmuştur. Ancak 1970’li yılların başından itibaren Dünyada başlayan ekonomik durgunluk ve bu yıllarda ortaya çıkan petrol şokları, uluslararası üretim yapan büyük işletmelerin ekonomik konjonktürlerden olumsuz etkilenmelerine neden olmuştur. Dolayısıyla dünya ekonomisinin büyüme oranının aşırı şekilde düşmesine sebep teşkil etmiştir. Böylece büyük işletmelerin “ekonomik gelişmenin motoru” olduğu tezi geçerliliğini yitirmiş ve “küçük güzeldir” tezi dünya ekonomisinde yerini almıştır. Özellikle 1980’li yıllardan itibaren de bilgi teknolojilerindeki hızlı değişimler ve otomasyon (bilgisayar teknolojilerinin gelişimi) küçük ölçekli işletmelerin gerek sosyal gerekse ekonomik yönünü dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere daha iyi anlaşılmasını sağlamıştır. Çünkü küçük ölçekli işletmeler; teknolojik değişimlere ve piyasa şartlarına karşı daha esnek olması, daha çok insana istihdam sağlaması, gelir dağılımı üzerinde olumlu etkisi olması ve bölgesel sosyo-ekonomik dengenin kurulmasında etkin yönünün bulunması gibi ülke ekonomisine ivme kazandıracak etkilere sahiptir.

Bu bağlamda ülkeler küçük ve orta ölçekli işletmeleri destekleyerek hem bahsettiğimiz makro ekonomik enstrümanları rahatlatırken hem de üretim, maliyet, pazarlama, verimlilik, rekabet ve ar-ge çalışmaları bakımından işletmelerin optimum ölçeğe ulaşmasına imkan vermektedir. Bu sayede ekonomiye yeni girişimcilerin

katılımını hızlandırarak ülke kaynaklarının yeni yatırımlara yönelmesini sağlanmaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerle ülkenin ekonomik büyümesini ve kalkınmasını sağlamak ancak bu işletmelerin sorunlarını ortadan kaldırmakla mümkün olabilecektir. Çünkü bu işletmelerin kuruluştan üretime, pazarlamadan ihracata kadar tüm safhalarında finansman, yeni teknolojiye uyum, nitelikli işgücü sağlama, yeni pazarlara açılmadaki sıkıntı, ar-ge faaliyetlerinin yetersizliği ve dış piyasa şartlarını iyi bilmemeleri gibi konularda darboğazları bulunmaktadır. Bundan dolayı küçük işletmelerin hem ulusal hem de uluslararası piyasalarda rekabet edebilir duruma gelmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri için çok yönlü teşvik ve destek verilmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda bu işletmeler, ülkenin ekonomik kalkınma ve büyümesini sağlamak için ihracatlarını artırmaları gerekecektir. Bu amaçla işletmelerin modern pazarlama yöntem ve tekniklerinden faydalanmasını zorunlu hale getirmektedir. Ancak bu yöntem ve tekniklerin kullanımı işletmeler açısından oldukça maliyetli ve zor bir iş olduğu için tek başlarına bunların üstesinden gelmeleri hemen hemen imkansızdır. Bundan dolayı küçük ve orta ölçekli işletmelerin belirli şartlar altında bir araya gelmesini sağlayacak modellere ihtiyaç duyulmuştur. Bu modeller sayesinde işletmeler; üretim maliyetlerini azaltarak üretimi artırma, uluslararası pazarlara açılarak ihracatı artırma, ar-ge faaliyetleriyle yeni üretim teknikleri ve yeni mamül geliştirme, vb. imkanlara kavuşacaktır.

“Dış Ticaret Şirketlerinin Türkiye Ekonomisi’ndeki Yeri “ isimli tezim; gerçektende küçük ve orta boy işletmelerin ihracatta örgütlenme modelleri ile bir araya gelip gelmedikleri, devlet teşvik ve desteklerinden ne ölçüde faydalandıklarını, makro düzeyde ülke ihracatında ne kadarlık bir etkiye sahip oldukları ve mikro düzeyde işletmelerde ortaya çıkardıkları değişimleri ortaya koymaya yönelik bir çalışmadır.

Bu amaçla tezimin birinci bölümünde “Dış Ticaret Şirketleri” nin ortaya çıkış şekilleri, dünya ülkelerindeki (örneğin Japonya , G. Kore, İtalya, vb.) uygulaması ve 1980 yılından sonra ülkemize yansımalarını değerlendirdim.

İkinci bölümde ise “Türkiye’deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması” incelenmiştir. Bu bölümde ülkemizde en son uygulama alanı bulan ihracatta örgütlenme modellerinden “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri” nin genel anlamda nasıl oluşturulduğu ve mevcut yapısı üzerinde durulmuştur. Ayrıca bu şirketlerin kuruluş tarihi olan Nisan 1994 yılından, Kasım 2000 tarihine kadarki zaman aralığı içerisindeki sektörel toplam ihracat ve ithalat rakamlarının ülkenin sektörel toplam ihracat ve ithalat rakamları ile karşılaştırılması yapılmıştır.

Son bölümde ise ihracatta bir örgütlenme modeli olan “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri” üzerinde yapılan bir anket uygulamasının sonuçları ve bu sonuçların değerlendirilmesi yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İHRACATTA ÖRGÜTLENME MODELLERİ VE DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ

Toplumların gün geçtikçe ihtiyaçlarının artması ve değişmesi piyasalarda rekabeti yoğunlaştırmaktadır. Bu rekabette işletmelerde yeni ürün, ürün çeşitliliği, esnek üretim ve bilgi-yoğun gibi faaliyetleri ön plana çıkarmaktadır. Böyle bir üretim sürecinde işletmeler faaliyetlerine devam edebilmek için, üretimden ihracata kadar her aşamada optimum ölçeği yakalamak zorunda kalacaklardır. Bu ise ancak işletmeleri destekleyen ve geliştirmeyi amaçlayan bir yapılanma ve örgütlenmeyle mümkün olacaktır.

Dünya ekonomisinde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de dışa açılma süreci yoğunlaştıkça, ihracatta örgütlenme gereği kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda Türkiye ekonomisi, bir yandan Dünya ekonomisi ile daha yoğun ve daha yakın ilişkiler içerisine girerken, öte yandan da hem dış ticaretini hem de, gecikmeli olsa da ekonominin iç örgütlenmesini “dışa açık ekonomik kalkınma” modeline uygun bir şekilde yeniden düzenleme girişimlerine başlamış bulunmaktadır. Türkiye ekonomisinde bu gelişmeyi net bir şekilde ortaya koymak ve bu süreçte dış ticaret şirketlerinin önemini vurgulamak için , bu bölümde önce Japonya, G. Kore, İtalya, ABD ve Brezilya gibi bu yönde örgütlenme girişimlerini sürdüren ihracatta örgütlenme modelleri üzerinde durulmuş; daha sonra da, bir karşılaştırma yapabilmek amacıyla, 1980 yılından sonra Türkiye’deki ihracatta örgütlenme modelleri ve bu modellerin ülkenin ihracat politikasına etkileri konusu ele alınmıştır.

I. İhracatta Örgütlenmelere İlişkin Modeller

Özellikle 1970 yılından sonra büyük ölçekli işletmelerin iletişim ve bilgisayar gibi alanlardaki gelişmelere uyumda zorlanması ve konjonktürel dalgalanmalar karşısında hareket kabiliyetlerinin sınırlı kalması ülke ekonomileri açısından önemlerini kaybetmelerine neden olmuştur. Bu yüzden ülkeler büyük işletmeleri daha çok desteklemek yerine; başarılı yenilikler yapmada üstün sayılan, mülkiyetin tabana yayılmasını mümkün kılan, sosyal yapıdaki istikrarın ve demokratik sürekliliğin sağlanmasına büyük katkısı olduğu vurgulanan küçük ve orta ölçekli işletmeleri desteklemeye başlamışlardır¹. Çünkü endüstriyel yapının vazgeçilmez bir parçası olan KOBİ'ler, serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde, gerek ulusal pazarlarda gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin sürdürülmesini mümkün kılmaktadır. Dünyadaki gelişmiş ülkeler bugünkü kalkınmışlık düzeylerine KOBİ'ler sayesinde ulaşırken, gelişmekte olan ülkelerde bu konunun önemi yeni yeni kavranmaya başlanmaktadır. Örneğin ABD bundan 50 yıl kadar önce küçük işletmeler yasasını yürürlüğe koymuştur². Japon ekonomisi içinde önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerde 50 yıldan fazla bir süredir Japonya'da ve Dünyadaki değişen koşullar doğrultusunda devlet tarafından desteklenmektedir³.

Bu bağlamda günümüzde işletmeler bilgi, deneyim, sermaye ve kadrolarını ihracatta birleştirme imkanına sahip olabildikleri ölçüde etkin ve verimli çalışabilmektedir. Bu nedenle Japonya, G. Kore, Amerika, İtalya, Brezilya, Tayvan, Filipinler, Malezya ve daha birçok ülke Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, Genel Ticaret Şirketleri veya Ticaret Şirketleri/Birlikleri adları altında, işletmeleri ve

¹ İbrahim YALÇIN, **Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri**, www.dtm.gov.tr/Ead/Dtdergi/ocak98/kucuk.htm, 1998, s.1.

² Halil SARIASLAN, **Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları**, TOBB Yayınları, No: 281; Böm: 25, Ankara 1994, s.30.

³ Bahadır AKIN, **KOBİ'lerde Büyüme Sürecinde Yönetim Orgaizasyon ve Karaman Sanayinde Bir Uygulama**, İstanbul: İ.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), 1995, s.10.

özellikle KOBİ'leri ihracatta örgütleyen modeller geliştirmişlerdir. Bu örgütlenme modelleri Dünyada değişik adlarla telaffuz edilmekle birlikte, literatürde genel olarak " Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" olarak geçmektedir. Türkiye'de ise, bu örgütlenmeler " Dış Ticaret Sermaye Şirketleri", "Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri" ve "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" gibi isimlendirilmektedir.

Genellikle *Dış Ticaret Sermaye Şirketleri(DTSS)* olarak anılan ihracatta örgütlenme modelini, kendileri üretici olmadıkları halde uluslararası pazarlara her türlü ürünü pazarlamak için çaba sarf eden şirketlerin oluşturdukları model olarak tanımlayabiliriz. Başka bir deyişle DTSS'ler ,ticari işlerde kaçınılmaz olan riskleri dağıtarak azaltabilme özelliğine sahip, ölçek ekonomilerinden faydalanarak maliyeti minimuma indiren ve dolayısıyla sermayeyi rasyonel şekilde kullanan iktisadi kuruluşlar olarak tanımlanabilir⁴. Bu modelin ortaya çıkma aşamasında iki temel sorun ile karşılaşmıştır: Bunlar, işletmeler arası eşitlikten ve verimlilikten vazgeçme sorunlarıdır. İşletmelerin verimliliklerinden taviz verilemeyeceği için DTSS'lerin kuruluşu da işletmeler arası eşitliğin bozulmasıyla veya dengeleri bozmamak şartıyla işletmeler arası eşitliğin belli bir dönem ertelenmesiyle mümkün olabilmektedir. Öte yandan DTSS'lerin oluşumu, her ülkede farklı kurumlar tarafından sağlanmaktadır. Bu nedenle içeriği benzer olmakla birlikte, DTSS'ler farklı isimlerde veya farklı grupların öncülüğünde kurulmuşlardır. Örneğin bu şirketler, Japonya ve Türkiye'de büyük şirketlerin , ABD ve Tayvan'da büyük bankaların, Brezilya'da devlet kuruluşlarının ve son olarak ta Malezya'da kooperatiflerin öncülüğünde ortaya çıkmışlardır⁵. Bu şirketler için önemli olan genellikle üretim yapmak değil, üretilen mal ve hizmetlerin uluslararası pazarlarda alım-satımıdır. Bu alım-satım arasında oluşturulan fiyat farkı da bu şirketlerin karı olacaktır.

⁴ Mustafa ÖZEL, "Japon Genel Ticaret Şirketleri", **Dünya Ekonomisi**, Yıl:2 sayı:13 , 1985 s.25.

⁵Mustafa ÖZEL, a.g.e., s.23.

Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, ihracatta örgütlenme modeli olarak, ilk kez Japonya’da Genel Ticaret Şirketleri adı altında ortaya çıkmıştır. Japonların “Sogo Shosha” dedikleri ve kelime anlamı olarak, genel, entegre olmuş şirket anlamına gelen ve iktisat literatürüne Genel Ticaret Şirketleri olarak geçen bu model, başarılı sonuçlar vermesiyle Dünyaya yayılmıştır.

II. İhracatta Örgütlenme Modellerinin Uygulamalarına Örnekler

Küçük ve orta boy işletmelerin gerek üretim gerekse istihdam açısından ekonomik önemleri kabul edilmekle beraber, artık KOBİ’lerin uluslararası pazarlamaya yönelmelerini sağlayarak ihracatın artırılması hedeflenmektedir. Bu amaçla KOBİ’lerin ihracatta başarılı olabilmeleri için modern pazarlama yöntem ve tekniklerinden de faydalanmalarını zorunlu hale getirmiştir⁶. Doğal olarak bu yöntem ve tekniklerin kullanımı işletmeler açısından oldukça maliyetli olduğundan dolayı, tek başlarına bunların üstesinden gelmeleri de imkansızdır. Bu nedenle KOBİ’lerin üretimlerini ihracata yönlendirip, kalıcı bir başarı sağlamaları için; iyi bir organizasyon, bilgi, deneyim, sermaye, kadro ve en önemlisi rekabet gücü kazanmaları gerekmektedir. Bu durum ise ancak günümüz ekonomik yapısının birtakım yeni teşviklerle desteklenmesiyle mümkün olacaktır. Böyle bir yapının oluşturulmasında *örgütlenme* çözümleyici bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda ihracatta örgütlenme modellerinin uygulamalarına geçmeden önce, ihracatta örgütlenmenin önemi ve genel yapısı hakkında bilgi vermek gerekmektedir.

A. İhracatta Örgütlenmenin Genel Şeması ve Önemi

Örgütlenme yolu ile işletmeler, rekabet güçlerini ve ihracat performanslarını artırmakta, aynı zamanda ülke ekonomisinin de makro ve mikro hedeflere ulaşılmasını da sağlayabilmektedir⁷. Nitekim, gelişen ülkelerin ihracat

⁶ DTM, “KOBİ’ler”, DTM Dünya Ekonomik Bülteni, Sayı: 6, Ocak 1996, s.4.

⁷ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Önlendirilmelerinde Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*, İGEME Yayınları, Ankara Eylül 1997, s.3.

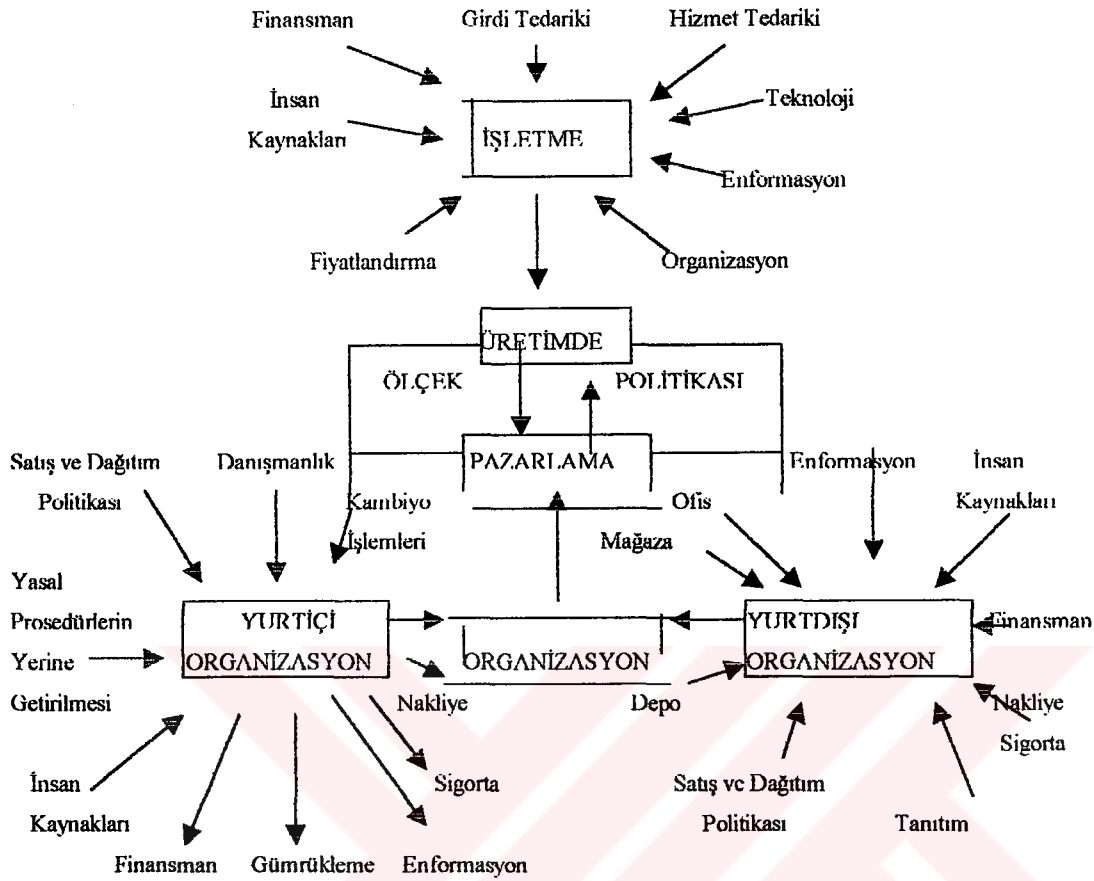
performansını kısa sürede geliştirmede *ortak ihracat grupları* şeklindeki örgütlenmelerin etkili olduğu uygulama örneklerinden bilinmektedir. Örneğin, Amerika'da ilk defa 1918 tarihli Dış Ticaret Yasasına dayanılarak kurulan "Web-Pomerene Associations" organizasyonları, KOBİ'leri ihracata yönlendiren başarılı bir örgütlenme modeli uygulamasıdır. Ayrıca; Brezilya, Tayvan, Filipinlerdeki Genel Ticaret Şirketleri, Arjantin'deki şarap üreticilerinin kurdukları "Vinos Argentinos", Kolombiya'da kadın konfeksiyoncuların kurdukları "Consexport", İsrail'de hassas tezgah ve hazır giyim alanlarında kurulan ihracat şirketleri, Avusturya'da "ETA", Fransa'da "BETA" grubu, İsviçre'de "DELTA", İtalya'da kurulan "FEDEREXPORT" grubu, Japonya'da Sogo Shosha adı verilen Genel Ticaret Şirketleri ve Güney Kore'de kurulan Genel Ticaret Şirketleri gibi organizasyonlar; bu tip örgütlenmelere örnek oluşturmaktadır⁸.

Örgütlenme ile ölçek ekonomiler oluşturmaya başlayan KOBİ'lerde üretim ve pazarlamada bir entegrasyona gitmeleri kaçınılmazdır. Ekonomik yapıda oluşturulan yeni düzenlemelerle meydana gelen ihracatta örgütlenme ile; daha önce birbirleriyle rekabet eden, aynı üretim dalında faaliyet gösteren KOBİ'lerin, ancak böyle bir kuruluş çatısı altında işbirliğine giderek doğrudan ihracat yapmaları mümkün olacaktır. Bu tür kuruluşlarda tedarik, pazarlama, finansman gibi birimler kanalıyla KOBİ'ler daha verimli ve rasyonel çalışma düzeyini yakalayacak ve uluslararası pazarlara daha güçlü girme şansını elde edecektir. Örneğin, bu kuruluşlarda oluşturulacak pazarlama birimi kanalıyla şirket ortaklarının⁹; ürün geliştirme, pazar araştırması, enformasyon, satış dağıtım, tutundurma, satış geliştirme vb. pazarlama fonksiyonlarından faydalanabileceklerini vurgulayabiliriz.

KOBİ'lerin ihracatta örgütlenmelere aşağıdaki şema aracılığı ile gösterilmiştir.

⁸ Mehmet ALAGÖZ ve Selda ALAGÖZ, "İhracatta bir örgütlenme modeli: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticaretteki Performansı", **Ç.Ü. İİBF Dergisi**, Ç.Ü.İİBF Yayınları, Cilt:8 Sayı:1 1998 Adana, s.118.

⁹ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, a.g.e., s.4.



Kaynak : İGEME, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, İGEME Yayınları, Ankara, Eylül 1997, s.5.

Şekil 1.1: KOBİ'lerin Örgütlenmesinde İhracata Yönelik İhtiyaç Duyulan Hizmetler ve Araçlar

KOBİ'lerin, ihracatta böyle bir örgütlenmeye gitmesi hem makro bazda ülke ekonomisini, hem de mikro bazda örgüte katılan işletmelere çok büyük yararlar sağlamaktadır. Bu yararların bazıları aşağıda sıralanmıştır¹⁰:

- Döviz girdisinin artırılması,
- İhracat know-how'unun maksimize edilmesi,
- Üretim, dağıtım ve pazarlama kabiliyetlerinin geliştirilmesi,

¹⁰ Cevdet BAYKAL, **KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, DTM Yayınları, Ankara Ocak 1996, s.2.

- Ulusal ihracat hedeflerine ulaşmada sağladığı katkı,
- Örgütlenme ile ölçek ekonomisi avantajları,
- İşsizlik sorunu çözümüne katkı,
- Devlet sanayi arasında etkili bir iletişimin sağlanması,
- Örnek bir organizasyon imajı oluşturularak dinamizmin sağlanması,
- Rekabetçi stratejiler oluşturulmaya zemin hazırlama.

gibi makro bazda ülke ekonomisine sağlayacağı yararlar vardır. Bunun yanında mikro bazda örgütlenmeye katılan işletmelere sağlayacağı yararlar da şu şekilde sıralanabilir¹¹:

- Yeni pazarlara girme ve yeni alıcılara ulaşma,
- Pazarların çeşitlenmesi ve riskin azaltılması,
- Büyük miktardaki siparişlerin birlikte hareket ile kolaylıkla karşılanması,
- Uzun dönemli yatırım ve üretim planlaması yapabilme,
- Birim üretim, dağıtım giderlerinde azalma,
- Pazarlık gücü elde ederek daha karlı satış yapabilme,
- İhracatta bilgi birikimi ve deneyimi, endüstri alanında sesini duyurabilme,
- Döviz girdisi elde etme,
- İhracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle daha az finans ile kaynak tahsisi,
- Birlikte başarı elde etme duygusu ve bunun moral üzerine etkisidir.

İşte bu yararlardan dolayı KOBİ'ler, uluslararası pazarlara girmek ve yurtiçinde rakip iken yurtdışında tek bir güç gibi davranarak rekabet gücünü artırmak için bu tür örgütlenmelerde bir araya gelmek zorundadır.

Sonuç olarak, işletmeleri dış piyasalara karşı örgütleyen düzenlemelerin, dış pazarlara yeni girecek işletmeler için son derece yararlı olacağı kesindir. Bu

¹¹ Cevdet BAYKAL, **KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, a.g.e. , ss.2-3.

nedenle birçok ülke bu tür uygulamalara ağırlık vererek, hem ihracatlarını artırmış hem de, işletmelerin daha verimli ve rasyonel çalışma düzeyine çıkmasını sağlamışlardır. Bunlardan en  onemlileri hakkında aşağıda genel açıklamalar verilmiştir.

B. Japon Genel Ticaret şirketleri (Sogo Shosha)

Japonya’da dış ticaretin belirli şirketler aracılığıyla yapılması, bu ülkenin 1850’li yıllardan itibaren kapalı ekonomiden vazgeçerek, Batılı şirketlere piyasasını açmasına dayanmaktadır. Bu yıllardan sonra batılı şirketlerin Japon dış ticaretinde söz sahibi olması, bu şirketlerin Japonya için milli bir sorun olmasına yol açmıştır. Böylece literatüre Sogo Shosha olarak geçen Genel Ticaret şirketlerinin temeli atılmıştır.

1. Japon Genel Ticaret şirketlerinin Kuruluşu

Japonya’da 1850’li yıllardan 1890 yılına kadar gerek şirketler gerekse hükümetler dış ticaretin artırılması yönünde birtakım düzenleme girişimlerinde bulunmuşlardır. Ancak bu girişimler batılı devletlerin tepkilerine yol açtığı, için uygulamaya konulamamıştır. Ancak 1890 yılından sonra Japonya’da pamuklu tekstil sanayinin önem kazanması, bu sanayi için gerekli hammaddenin Çin’den Hindistan’a ve ABD’ye kadar birçok ülkeden temin edilmesi Genel Ticaret şirketlerinin kurulmasına yol açmıştır. Bu dönemde iktidardaki Meji hükümeti, bilinçli bir şekilde bu şirketleri desteklemeyi sürdürmüştür. Bu destek kapsamında hükümetler, işletmelerin uluslararası fuarlara katılımını sağlamak, yerli gemi işletmelerine sübvansiyon vermek, sigortacılığı özendirmek ve bankacılık hizmeti verecek olan Yokohama Specie Bank’ı kurmak gibi, düzenlemelere gitmiřtir¹². Bunun sonucunda daha önceleri Japon dış ticaretinin %90’ını elinde tutan batılı şirketlerin dış ticaretteki payları , 1920’li yıllara gelindiğinde %20’lere kadar

¹² Mustafa ÖZEL, **Dış Ticaret Sermaye şirketleri**, Dış Ticaret Araştırma Dizisi No: 2 Ankara 1988, s.5.

geriyeletilmiştir¹³. Bu durum Japonya'yı sanayi hammaddesi ithal edip, bunları işleyerek sanayi ürünü haline getiren ve ihraç eden bir ülke konumuna getirmiştir.

Başlangıçta pamuklu tekstil ve dokuma sektörlerinde yoğunlaşan Genel Ticaret Şirketleri, daha sonra demir-çelik ve kimyasal madde sanayilerinde de faaliyet göstermeye başlamıştır. Ancak bu sektörlerdeki karlılığın zamanla düşmesi, Genel Ticaret Şirketlerinin yavaş yavaş ileri teknoloji kullanımı gerektiren sektörlerle yatırım yapmaya başlamalarına neden olmuştur. Özellikle otomotiv ve elektronik sektöründe, makine ve teçhizat, gemi inşası, ağır ve kimyasal sanayinde yoğunlaşan Genel Ticaret Şirketleri, kendi pazarlama kanalları ile çok hızlı bir şekilde büyümüşlerdir. 1980'li yıllara gelindiğinde, Japonya'da dokuz bin dolayında ticaret şirketi olmasına rağmen, yurt içi ticaretin %20'si, yurt dışı ticaretin de %60'ı dokuz tane olan Genel Ticaret Şirketleri tarafından gerçekleştirilmekteydi¹⁴. Bu yüzden sadece bu dokuz şirkete Sogo Shosha denmektedir¹⁵. Günümüzde bu şirketler Japonya'nın ithalatının %95'ini, ihracatının ise %70'ini gerçekleştirmektedir.

Japon Genel Ticaret Şirketlerinin (Sogo Shosha)en önemli özelliği; mal, ülke ve fonksiyon bazında çeşitlenmelere giderek, Dünyadaki tüm ülkelerle ticari ilişkiye (mal ve hizmet ihracatı, ithalatı, takas, danışmanlık, pazarlama, finansman sağlama vb..) girmeleridir. Ayrıca bu şirketler, uluslararası bir haberleşme ağına sahip olduğu için, anında bilgi aktarımının olması ve şirketlerinde nitelikli ve profesyonel elemanları istihdam etmelerinden dolayı, değişen konjonktürlere karşı

¹³ Mehmet İNAN, **Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Yönetim ve Organizasyonu**, İ.Ü.İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Temmuz 1992, s.74.

¹⁴ Dong Sung CHO, "The Anatomy of the Korean general Trading Company", **Journal of Business Research**, C:XII No:2, 1984,s.241.

¹⁵ Ruhat GEVECI ve Nursel BEŞELİ, "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri", **İGEME Ticaret Bülteni**,İGEME Yayınları, İGEME Ticaret Bülten Eki No:15, Nisan1986, s.1.

kolayca uyum sağlayabilmektedir¹⁶. Nihayet Genel Ticaret Şirketlerinin bir önemli özelliği de, sadece ticaret şirketi olmamaları, aynı zamanda kısa ve orta vadede finansman sağlayan, müşterilerine ortaklık sermayesi de sunan birer finansman şirketi gibi faaliyetleri de yürütebilmeleridir¹⁷.

2. Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Hukuki Yapıları ve Temel İşlevleri

Japon Genel Ticaret Şirketleri için ülkede özel bir yasa veya düzenleme bulunmamaktadır. Bu şirketler tamamen özel sektöre aittir ve bağımsız hareket ederler. Japon örf ve gelenekleri bunların oluşumunda etkili olmuştur. Bu şirketlerin ihracat ve ithalat miktarları, yapısı ve içeriği üzerinde hiçbir kısıtlama bulunmamaktadır. Şirketlerin faaliyet alanlarında hiçbir şekilde kısıtlama olmadığı ve ürün yelpazelerinin geniş tutulduğu görülmektedir. Ancak bu şirketlerin yurt dışı yatırım projeleri, hükümetin uyguladığı genel yatırım politikaları gereği, hükümetler tarafından yönlendirilmektedir.

Japon ekonomisinin uluslararası nitelik kazanmasını sağlayan Genel Ticaret Şirketleri, dış ticaretin gelişmesine çok büyük katkıda bulunmuştur. Sayıları 9000 bini bulan bu şirketlerin her birinin yüzden fazla denizaşırı ofisi bulunmaktadır. Ayrıca her bir şirketlerin deniz aşırı ofislerinde yaklaşık 800-1000 civarında eleman çalışmaktadır¹⁸. Bu özelliklerinden dolayı Japon Genel Ticaret Şirketleri, Dünya çapında ticaret ,pazarlama, dağıtım, bankacılık, sigortacılık, hava taşımacılığı, depolama ve yabancı pazar araştırmaları konularında uzmanlaşmışlardır. Ayrıca bu şirketler, organizatörlük ve koordinatörlük rolünü de üstlenmişlerdir.

Genel Ticaret Şirketlerinin yürüttükleri faaliyetleri de iki ana grupta

¹⁶ Hasan AŞKAN, “Dışsatım Teşviklerinde GTŞ’lerin Payı”, **DÜNYA Ekonomi**, Yıl:2 Sayı:13, 1985 s.21.

¹⁷ Mete OKTAV ve ark., **Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**, TOBB Yayınları, Ankara 1990, s.69.

¹⁸ Yakup ALTINÖZ, **Japon Stili Pazarlama Tekniği ve Türkiye’de Uygulanabilirliği**, BUSİAD Yayınları No:6, Bursa, 1990, s.38.

toplayarak incelemek yerinde olur. Bunlardan birincisi ticari aracılık, ikincisi de ticareti geliştirecek diğer faaliyetlerdir.

a) Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Ticari Aracılık İşlevi

Japon Genel Ticaret Şirketlerinin en önemli işlevlerinden biri; ihracat, ithalat ve yurt içi ticarete aracılıktır. Bu Genel Ticaret Şirketleri, alıcı ve satıcı arasında bağlantı kurarak, bunun için gerekli olan tüm yazışma ve bürokratik işlemleri ile en uygun ve ucuz taşıma şekilleriyle mal ve hizmetin sigorta ve depolama işlemlerini yerine getirirler. Ayrıca Dünyanın dört tarafına yayılmış şubeleri ve modern haberleşme ağları sayesinde müşterilerine denizaşırı ülkelerin pazarları ve durumları hakkında geniş bilgiler vererek, bir tür danışmanlık da yaparlar¹⁹. Öte yandan Genel Ticaret Şirketleri, yabancı ve yerli şirketlere; pazar şartları, teknolojik gelişmeler, talep değişimleri, para ve sermaye piyasaları hakkında bilgi vermek, küçük ve tanınmamış şirketleri yaygın pazarlama imkanlarından faydalandırmak, dağıtım şebekeleri kurmak ve bunların sorunlarını gidermek gibi, bazı hizmetler de vermektedirler²⁰.

b) Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Ticareti Geliştirecek Diğer İşlevleri

Japon Genel Ticaret Şirketlerinin Dünya pazarları konusunda geniş bilgiye sahip olmaları, gelecekteki ticari gelişmeleri kolaylıkla tahmin edebilmelerine imkan vermektedir. Öte yandan bu şirketlerin geniş mali kaynakları, hammadde üretiminde yeni teknikler bulmalarına ve yeni arz kaynakları geliştirmelerine imkan tanımaktadır.

Japon Genel Ticaret Şirketlerinin yarı bankacılık hizmeti olarak adlandırdıkları diğer bir işlev de *finansman aracılık* hizmetidir. Bu hizmet, ilgili şirketin kendi kaynağından veya aracı bankadan sağladığı orta vadeli düşük faizli

¹⁹ Kiyoshi IMAI, Assistant Director, Import-Export Promotion: imai@jetroge.ch

²⁰ JETRO, "The role of trading companies in international commerce", **JETRO Marketing Series N. 2**, Tokyo 1983, s.21.

kredilerin ticaret yapılırken müşteri şirketlere kullandırılmasıdır. Ayrıca Japon Genel Ticaret Şirketleri, müşterilerine kredinin yanında borç garantisi ve öz sermaye sağlamada da yardımcı olmaktadır.

Japon Genel Ticaret Şirketlerinin en önemli işlevlerinden biri de, iç ve dış piyasalarda varolan riskleri minimuma indirmektir. Bu şirketler döviz kurlarında meydana gelecek dalgalanmalara bağlı olarak müşterilerinin zarar görmemesi için önlemler de alırlar. Böylece bu şirketler, Dünyanın her tarafına yayılmış uzman ekipleri sayesinde, gelecekte meydana gelebilecek dalgalanmaları önceden tahmin edebilmekte ve ona göre önlem alabilmektedirler. Ayrıca iş hacminin büyüklüğü ve pazarladıkları malların çeşitliliği, ortaya çıkabilecek riskleri azaltmaktadır.

Japon Genel Ticaret Şirketleri hammadde bakımından tamamen dışarıya bağımlıdır. Özellikle nikel, bakır, kurşun, pamuk ,mısır, soya fasulyesi, demir ve petrol gibi hammaddelere %100 varan bağımlılıkları söz konusudur. Bu yüzden Japonya, bu şirketlerin daha kolay kaynak sağlamasına yardımcı olacak faaliyetleri desteklemektedir.

3. Japon Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Devlet Desteği

Japonya’da ihracata uygulanan teşvik tedbirlerinin minimum düzeyde olduğu bilinmektedir. Ayrıca Japon hükümetleri, Japon Genel Ticaret Şirketlerine diğer şirketlerden farklı olarak eşitliği bozacak şekilde herhangi bir destek vermemektedir. Başka bir deyişle Japonya’daki şirketlerin tamamı, ihracat teşvik tedbirlerinden eşit olarak faydalanmaktadır. Bu teşvikler içinde ihracat kredileri ve vergi muafiyetleri vardır. Buna göre Japonya’nın ihracatı destekleyici ve özendirici politikalarını şöyle sıralayabiliriz²¹:

- Devlet, işletmeleri korur ve yönlendirir,
- Japon ulusal pazarı uluslararası rekabete kapalıdır ve bu pazara yabancı şirketlerin girmemesi için gerekli önlemler alınmıştır,

²¹ Yakup ALTINÖZ, a.g.c., s.35.

-Japon işletmeleri kendi aralarında rekabet etmezler,

-Devlet, profesyonel ve güçlü idarecilerin yetiştirilmesini destekler.

İhracatı destekleyici ve özendirici bu politikaların en önemli örnekleri, büyük işletmelerle küçük işletmelerin yoğun bir rekabete girmelerini önlemek amacıyla büyük işletmelerin kaplayacakları fiziksel alan ve çalışma saatleriyle ilgili sınırlamaların getirilmiş olmasıdır. Böylece, büyük işletmelerin maliyet avantajlarını kullanarak küçük işletmelerle rekabet etmeleri önlenmiş olmaktadır. Öte yandan Japonya, otomotiv sektöründe yerli üretimi avantajlı hale getirmek için ithalata %40 vergi ve yabancı yatırımları kısıtlayıcı önlemler getirmiştir.

Japonya'da ihracatçılara yardımcı olmak ve planlama alt yapısını oluşturmak amacıyla, 1951 yılında Japon Export Trade Research Organization (JETRO) kurulmuştur. Bu kurum 1958 yılından beri faaliyet gösteren ve kar amacı olmayan bir devlet kurumudur. Bunun başlıca görevi, Japonya ile diğer ülkeler arasındaki ticaretin geliştirilmesini sağlamaktır. JETRO, Japonya'ya yapılan ithalatın artmasını, Japonya ve diğer ülkeler arasındaki sınai işbirliği ile gelişmekte olan ülkelerdeki sanayi ve ticaretin geliştirilmesini ve uluslararası ticareti desteklemektedir²².

1990'lı yıllarda JETRO, Japonya'ya yapılan ithalatın artırılmasına yönelik çabalarını iki katına çıkararak, hem Japonya'ya ihracat yapmak, hem de bu ülkede yatırım yapmak isteyen işadamlarına ülkede ücretsiz geçici bürolar temin eden ve danışmanlık hizmeti sunan İş Destekleme Merkezlerini (Business Support Center) oluşturmuştur. Bu merkezlere ilaveten, Japon pazarına uygun ürünler bulmak ve bunların Japonya'ya ihracatını geliştirmek amacıyla diğer ülkelere uzmanlar göndermektedir. Bu uzmanlar vasıtasıyla yabancı işadamlarına Japonya'ya başarılı bir ihracat yapmak için gerekli teknik bilgi ve know-how aktarımı yapılmaktadır²³.

²² İGEME, **Japon Küçük ve Orta Boy İşletmeler Sistemi**, İGEME Yayınları, Ankara 1997, s.44

²³ <http://www.jetro.go.jp/it/e/index.html>

JETRO'nun başlıca işlevleri aşağıda gösterildiği şekilde sıralanabilir²⁴.

- Japonya'nın ithalatının artırılması.

JETRO, Japonya'nın diğer ülkelerle olan ekonomik ve ticari ortaklığının sürdürülmesi ve teşvik edilmesi amacıyla uygun olarak, Japonya ithalatının miktar ve çeşidinin artırılmasını amaçlayan çeşitli projeler hazırlamakta ve uygulamaktadır.

- Japon pazarına uygun ürünlerin tespiti.

JETRO, birçok sanayi dalından uzmanları, Japonya pazarı için ihrac potansiyeline sahip ürünleri araştırmak üzere diğer ülkelere göndermektedir. Bu ürünler, fuarlar ve diğer yollarla Japon ithalatçılara tanıtılmakta, Japon alım heyetleri oluşturulmakta, ayrıca yabancı heyetler ülkeye davet edilmektedir.

- Japonya'ya ihracat.

Yabancı işadamları, Japon iş ortamı konusunda daha iyi fikir elde edebilmek ve muhtemel Japon müşteri ve ortakları ile tanıştırmak üzere, "İhracat Araştırma Programı" dahilinde Japonya'ya getirilmektedir. Ayrıca kişi ve kuruluşların ihtiyaç duydukları konularda hazırlanmış yayınların yanı sıra, gerekli olduğunda yüz yüze konuşmalar şeklinde danışmanlık hizmetinin de verilmesi söz konusudur.

- Fuarlar ve ticari görüşmeler.

JETRO gelişmekte olan ülkelerin ürünlerinin de sergilendiği önemli ticaret fuarlarını ve ihtisas sergilerini desteklemekte ve bunlara iştirak etmektedir. Londra, Paris, Frankfurt, Dublin, Newyork, ve Los Angeles'deki JETRO bürolarındaki görevliler, sözü edilen ortamı sağlamaktadır²⁵. Ayrıca JETRO, Japonya'daki ticari fuarlara katılmak isteyen yabancı devletlere, kurumlara ve firmalara yardımcı olmaktadır.

²⁴ Serdar ALTINOK ve diğerleri, **Karaman Ekonomisinin Yapısal Durumu, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticarete Rekabet Şansı**, Karaman Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları, Karaman 1998, s.52.

²⁵ Yakup ALTINÖZ, a.g.e., s.37.

- Japonya'daki yabancı ziyaretçiler.

JETRO, yabancı işadamlarının pazarlama faaliyetlerinde yardımcı olmak üzere, Tokyo ve diğer büyük kentlerde "İş Destekleme Merkezleri" açmıştır. Bu merkezlerde kısa süreli kullanıma dayalı ücretsiz ofis sağlamanın yanı sıra, Japonya'ya ihracat ve Japonya'da iş yapma konularında danışmanlık hizmeti sunan uzmanlar istihdam edilmektedir.

- Sınai ve teknolojik işbirliği.

JETRO, Japonya dışındaki 16 ülkede Sınai ve Teknolojik İşbirliği Merkezleri oluşturmuştur. Bu merkezlerde, Japonya ve yabancı ülkeler arasındaki sınai alışverişi desteklemek üzere, yatırım ve teknoloji konularında bilgi verilmektedir. Ayrıca JETRO'nun koordine ettiği "Üretim Teknolojisi Burs Programı" ile yabancı mühendisler, Japonya'daki üretim teknolojisi konusunda deneyim kazandırılmaktadır.

- Dolaysız yabancı yatırımlar.

JETRO, doğrudan yatırım yapmayı düşünen şirketlere yatırım koşulları konusunda bilgi ve danışmanlık hizmeti vermek amacıyla, seminerler düzenlemek yoluyla, Japonya ve diğer ülkeler arasındaki yatırımları desteklemektedir. Bu amaçla yatırım heyetleri organize etmekte; ayrıca, Japon yatırım ortamının daha iyi anlaşılması için, yabancı işadamlarına yönelik Japonya'da yatırım Araştırma Programı düzenlemektedir.

- Global iş ortaklığı programı.

JETRO, diğer ülkelerde faaliyetler gösteren Japon şirketlerinin, o bölgelerdeki üretimlerini teşvik ederek ve işbirlikçi uluslararası sınai ilişkileri güçlendirerek, Japonya'ya yapılan ithalatın geliştirilmesi üzerinde yoğunlaşan bir programla, Japonya ve yabancı ülke endüstrileri arasında uyumlu ilişkilerin geliştirilmesini desteklemektedir.

- Sınai kalkınma ve teknoloji transferi.

JETRO, gelişmekte olan ülkelerin uluslararası pazar potansiyeli taşıyan ürünlerini tespit etmek suretiyle, ihracat endüstrilerini büyütmeleri için uzmanlar göndermekte, seminerler düzenlemekte ve danışmanlık hizmeti vermektedir. Gönderilen uzmanlar, Japon tüketicilerine hitap edecek ürünleri araştırmakta, ayrıca uluslararası pazar potansiyeli bulunan ürünlerin geliştirilmesi için teknolojik know-how bilgilerini aktarmaktadırlar.

- Enerji ve çevre.

JETRO, gelişmekte olan ülkelere, çevrenin korunması konularında yardım etmek üzere uzmanlar göndererek, enerji ve diğer çevre ile ilgili sektörlerde teknolojik işbirliğini desteklemektedir.

-İnsan kaynaklarının geliştirilmesi.

Uluslararası ticaretin geliştirilmesi konusundaki geniş deneyimlerini paylaşmak suretiyle JETRO, kalkınmakta olan ülkelerin ticareti geliştirme kuruluşlarının yöneticilerine yardım etmekte, bu çalışmaların bir parçası olarak, gelecek vaad eden adaylara Japonya'da yoğun eğitim olanakları sunmaktadır.

- Araştırma ve bilgi.

Japonya'da ihracatın artırılması için etkin yöntemler araştırmak üzere, kalkınmakta olan ülkelerin devlet ve ticareti geliştirme kuruluşlarının temsilcilerini davet eden JETRO, pazarlar, ürünler, yasal düzenlemeler ve Japonya'da iş yapmaya ilişkin diğer konularda bilgi veren yabancı dilde yayınlar hazırlamaktadır.

- Karşılıklı anlayışın geliştirilmesi.

Japonya konusunda saygın bir bilgi kaynağı olan JETRO, şirketler, sanayiler ve uluslararasıındaki iyi ilişkileri destekleyerek, uluslararası ihtilafları azaltmak ve karşılıklı yarar esasına dayalı ekonomik ve ticari ilişkiler oluşturmak için çalışmaktadır.

- Personel değişimi.

JETRO, yaygın çalışma ağı aracılığı ile tüm Dünyadan fikir üreten insanlarla, işadamları, gazeteciler ve diğer uzmanlarla yakın ilişki içerisindedir. Bu kişiler, JETRO tarafından desteklenen çeşitli toplantı,seminer ve sempozyumlarda görevlendirilerek, uluslararası uzman değişimi kapsamında Japonya'ya davet edilmekte veya Japonya'dan diğer ülkelere gönderilmektedir.

- Japonya'nın daha fazla tanınmasını sağlamak.

JETRO, uluslararası fuar ve sergilere katılmak suretiyle, Japon iş Dünyası ve Japonya'ya özgü olan her konuda ilgililere bilgi verme olanağı bulmaktadır. Böylece, daha geniş kesimlerin Japonya'yı bilmeleri ve tanınmaları sağlanmaktadır.

- Japonya hakkında bilgi.

JETRO, Japonya hakkında yalnızca iş, ticaret ve ekonomi konularıyla sınırlı kalmayan geniş bir alanda, güvenilir bir veri ve bilgi kaynağıdır. Yabancı devletler, ticareti geliştirme kuruluşları, özel firmalar, eğitim kurumları ve basın, bu bilgileri talep eden ve kullanan kesimlerden sadece bazılarıdır. Ayrıca JETRO, ticari olanaklar ve diğer konularda firmalara yönelik bir veri tabanına sahiptir²⁶.

-Japonya'nın globalleşmesi.

JETRO, Japonya'nın bölgesel ekonomilerine, küçük işletmelerine ve bunların yöneticilerine, diğer ülkelerle yakın ilişkiler kurmalarında yardımcı olmaktadır. Bu amaçla, diğer ülkelere heyetler göndermekte, ayrıca Japonya'da bulunan yabancı işadamlarına ve heyetlere Japon iş Dünyası ile güçlü bağlar kurmaları konusunda hizmet etmektedir.

- Ekonomi konusundaki veriler.

JETRO, Dünya ekonomisindeki ekonomik gelişmelere ilişkin, doğru ve güncel bilgiler sunmaktadır. JETRO, Japonya'daki ekonomik eğilimler, ticaret, pazar gelişmeleri ve iş deneyimleri konusunda bilgi sağlamaktadır. Ayrıca, Japon pazarına

²⁶ <http://www.jetro.go.jp/it/c/index.html>

girme konusunda yol gösterici yayınlar ile hükümet düzenlemeleri ve yatırım koşullarına ilişkin dokümanlar yayınlamaktadır. Bu hizmetlerin çoğu, İngilizce dilinde hazırlanmakta ve Japonya'ya ihracat veya Japonya'da yatırım yapmaya ilgi duyan firmalara ücretsiz olarak sunulmaktadır.

Sonuç olarak Japonya Genel Ticaret Şirketleri, kar amacı taşımayan JETRO gibi bir devlet kuruluşu aracılığı ve desteği sayesinde, son derece etkili ve örnek bir dış ticaret örgütlenme modeli kimliği kazanabilmiş; böylece Japonya, Dünya ticaretinde çok önemli ve haklı bir konum kazanabilmiştir.

C. Güney Kore Genel Ticaret Şirketleri

Japonya'nın Genel Ticaret Şirketleriyle yakaladığı başarılı performans G. Kore'li bürokratlarca değerlendirilip, daha değişik kuruluş amacı olan ve devlet desteğine sahip yeni bir örgütlenme modelinin oluşturulmasına katkıda bulunmuştur. Bu model G. Kore Genel Ticaret Şirketleri gibi adlandırılan modeldir.

1. Güney Kore Genel Ticaret Şirketlerinin Kuruluşu

G.Kore Genel Ticaret Şirketleri(GTŞ) her şeyden önce, ihracatın artırılması amacıyla kurulmuştur. Bunun yanı sıra G. Kore'de işletmeler veya şirketler arası eşitlik dengelerini aşırı bozmamak şartıyla, Genel Ticaret Şirketleri çeşitli araçlarla desteklenmişlerdir.

1975 Nisan'ında kurulmasına izin verilen GTŞ'ler için asgari şartlar şunlardır:

- Ülke dışında en az 10 şube ve sermayesinin en az 1 milyar Won olması,
- En az 10 ülkeye 1 milyon dolardan fazla ihracat yapmış olması,
- Yıllık ihracatın en az 50 milyon dolar olması,
- En az 7 kalem malın ihracatının 0.5 milyon dolardan fazla olması,
- Anonim şirket olması ve üreticilerin ihracatlarını yürütmesi.

Daha sonraki yıllarda GTŞ şartlarında hafifletilmeye gidilmiş ve 1981 yılında halka açık Anonim Şirket olma ve bir yıl içerisinde ülke toplam ihracatının

en az %2'si oranında ihracat gerçekleştirmiş olmak şeklinde iki şart dışındaki bütün şartlar kaldırılmıştır²⁷. G. Kore'de oluşturulan Genel Ticaret Şirketleri Japon Genel Ticaret Şirketlerinden farklı bir yapıya sahiptirler. Bu da en başta, ülke ekonomik yapılarında farklılık olmasından kaynaklanmaktadır. Bir diğer fark, Japon Genel Ticaret Şirketleri önce ithalata ağırlık vermeleri, daha sonra ihracata yönelmeleridir. G. Kore'deki Genel Ticaret Şirketleri ise öncelikli olarak ihracatı artırmak için oluşturulmuştur. Böyle bir oluşum, Japon Şirketlerinin iç pazara dönük, G. Kore şirketlerinin dış pazara dönük çalışmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu durumda G. Kore Genel Ticaret Şirketleri, iki önemli riskle karşı karşıya kalmıştır: Bunlardan birincisi, uluslararası piyasalarda meydana gelecek krizler ve korumacı eğilimler karşısında G.Kore şirketlerinin dış pazarlarının daralması ve yeni Pazar bulma telaşına düşmeleri, ikincisi de, ithalata ve iç piyasa satışlarına oranla ihracatta kar marjlarının çok daha düşük olması nedeniyle, G. Kore Genel Ticaret Şirketlerinin finansal açıdan rahat hareket etmelerinin engellenmiş olmasıdır.

2. G. Kore Genel Ticaret Şirketlerinin İşlevleri

G. Kore'deki ihracatta örgütlenme ve ihracatın teşvik edilmesi amacıyla oluşturulan Genel Ticaret Şirketlerinin iki grup işlevi vardır: Bunlardan birincisi, ticari işlemlere yönelik işlevleri, ikincisi ise konuyla ilgili devlet kurumlarıyla ilişki kurmak işlevleridir.

Şirketlerin ticari işlemlere yönelik faaliyetleri; ihracat, ithalat ve yurt içi ticari işlemleri yürütme ile üçüncü ülkelerle ticareti geliştirmesi gibi işlemlerden oluşmaktadır. Ancak G. Kore Genel Ticaret Şirketleri bunlardan en fazla ihracata ağırlık vermişlerdir.

G. Kore'de Devlet Genel Ticaret Şirketlerinin faaliyetlerini desteklemek amacıyla Korea Trade and Investment Promotion Agency (KOTRA) adında, bir

²⁷ Dong Sung CHO, "Genel Ticaret Şirketi kavramı, Kore Tecrübesi ve Stratejisi", Dış ticarete Gelişmeler ve İhracat Politikaları Sempozyumu, İstanbul 1985, s. 19.

kuruluş oluşturmıştır. Bu kuruluş, ticaret ve yatırımı artırmak amacını taşımaktadır. KOTRA'nın kar amacı yoktur. 21 Haziran 1962 yılında kurulan KOTRA'nın faaliyetleri şöyle sıralanabilir²⁸:

- Ulusal endüstri ve ürünlerin tanıtılması.

Bu amaç doğrultusunda KOTRA, ithalatçılarla G. Kore arasında ticari toplantılar düzenlemek, ihracat destekleme merkezleri oluşturarak Kore mallarını teşhir etmek, hedef belirleme, ticari görev ve ihracatı artırma projelerini üretmek gibi faaliyetleri yürütür.

- Fuarlarda çok ortaklı şirketlere yardım etmek.

KOTRA, ekipman ve mali yardım yapmak, uluslararası fuarlara katılmalarını desteklemek, Ulusal Fuarlar düzenlemek gibi faaliyetleri yürütür. Bu kapsamda KOTRA, her yıl 100 firmanın uluslararası fuarlara katılmasını sağlamaktadır. KOTRA, firmaların 1998 yılında 80 uluslararası fuara katılmasını desteklemiştir.

-Ticari bilgilerin toplanması ve analizi.

KOTRA bünyesinde bilgilerin analizi yapıldıktan sonra, ülkenin uzun vadeli stratejileri belirlenmektedir.

-Dış yatırımları destekleme.

Seminer ve konferanslarla yatırımın karlı olduğu ülkelerin anlatılması ve hangi ülkelere yatırımın yapılmasının kararlaştırılması KOTRA'nın işlevleri arasındadır.

-Ortak Örgütlenmelerin sayısını artırma.

Güney Kore, özellikle 1980 sonrasında bu uygulamaları sayesinde ekonomisini çok güçlü bir yere getirerek, "Asya Kaplanları" diye anılan ülkeler arasında yer almayı başarmıştır. Bunda KOTRA'nın katkısı çok önemlidir. Ancak,

²⁸Serdar ALTINOK ve diğerleri, **Karaman Ekonomisinin Yapısal Durumu, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticarettir Rekabet Şansı**, a.g.e., s.50.

ülke ekonomisi 1997 yılında tüm Dünyayı da etkileyen bir ekonomik krize girmesini engelleyememiştir. Ülkedeki firmalar bu krizden aşırı şekilde etkilenmişlerdir. Bunun en önemli nedeni, firmaların aldıkları kredileri imalat sanayiinde kullanılmayıp gayrimenkul ve konut yatırımlarında kullanılmasından ve kısa vadeli borçlanmanın had safhaya gelip borçlu firmaların ödeme güçlüğü çekmelerinden kaynaklanmaktadır.

3. G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Devlet Desteği

G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine, Japon Genel Ticaret Şirketlerine sağlanandan daha çok devlet desteği sağlanmıştır. Devlet tarafından sunulan bu destekleri; ticari teşvikler, döviz temini ve finansman kolaylıkları gibi üç bölümde toplamak mümkündür.

a) G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Ticari Teşvikler

G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine, uluslararası ve tutarı 500.000 ABD doları üzerindeki ihalelerde öncelik hakkı tanınmaktadır. Ayrıca bu şirketlere ülkede uygulanan dış ticaret rejimi kısıtlamaları dışına çıkılarak, ihtiyaç duydukları hammadde, yarı mamul ve teçhizat gibi üretimde kullanacağı girdileri ithal etme hakkı verilmiştir. Öte yandan Genel Ticaret Şirketlerinin çeşitli ihracat birliklere üye olma ve onların yönetiminde etkin olmaları sağlanmıştır.

b) G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Döviz Kolaylıkları

Genel Ticaret Şirketlerinin yurt dışındaki ofislerini özel ofis sınıfına katarak, bu ofislerin ihtiyaçlarını karşılamak için, özel destek fonu adı altında 500.000 ABD doları bulundurmalarına imkan tanınmıştır. Diğer taraftan dönüşlü akreditif* kullanımına müsaade edilmiştir. Özel Destek Fonundan ayrı olarak denizaşırı ülkelerdeki ofislerde 300.000 ABD dolarının üzerinde bir döviz de rezerv

* Dönüşlü Akreditif, ithalatçı bankası tarafından ihracatçıya önceden haber vermeksizin akreditif amiri olan banka akreditif şartlarını değiştirilebilir veya iptal edilebilir. Bu tür akreditifler ithalatçıya büyük cesarelik getirmektedirler.

gibi tutma imkanı tanınmıştır.

c) G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine Sağlanan Finansman Kolaylıkları

G. Kore Genel Ticaret Şirketlerine ihracat finansmanında, gerek düşük faizli ihracat kredileri ve gerekse ihracat sigortalarına getirilen kolaylıklar sağlanarak, pazara sunulmaya hazır mallar için stok finansmanı kolaylığı ve son olarak hammadde ve yarı mamul gibi üretim girdileri için finansman kolaylığı sunulmuştur. Bu desteklere ek olarak Genel Ticaret Şirketlerine iç ve dış ticaret, vergi, yatırım ve kambiyo işlemlerinde çeşitli muafiyet ve istisnalar da sağlamıştır.

Sonuç olarak, G. Kore Genel Ticaret Şirketleri, gerek bir devlet kuruluşu olan KOTRA gerekse devletin sunduğu diğer teşvikler sayesinde, ülke kalkınma ve gelişmesine belli ölçüde bir katkıda bulunmuşlarsa da verilen destek ve teşviklerin yeterince kontrol altına alınamaması yüzünden Japon Genel Ticaret Şirketleri kadar istikrarlı bir gelişme gösterememişlerdir.

D. İtalyan Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu (FEDEREXPORT) Modeli

1970'li yıllardan itibaren Dünyada meydana gelen durgunluk ve bunun getirdiği büyük işsizlik, Avrupa Birliğine üye olan ülkelerdeki politikacıların ve ekonomi bürokratlarının küçük ve orta boy işletmeler üzerinde yoğunlaşmalarına yol açmıştır. Bu dönemden sonra büyük işletmelerin sayısı azalırken, küçük ve mikro işletmelerin sayısı artmıştır. Bu yüzden Avrupa Birliği ve üye ülkeleri gerek Ulusal gerekse Birlik bazında KOBİ tanımlamaları konusunda karışıklığa neden olmamak üzere yeni bir ortak tanım geliştirme gereği duymuşlardır. Bu amaçla Avrupa Birliği, Konsey Kararı* çerçevesinde; işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık

* 07.02.1996 tarihli Konsey Kararı, üye ülkelerin tamamında KOBİ tanımlamalarına işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütleri yardımıyla ortak bir tanım getirilmiştir. Bu tanımlamalarda KOBİ'leri çok küçük (mikro), küçük ve orta boy işletmeler olarak sınıflandırmışlardır.

derecesinden oluşan belirgin ölçütleri kapsayan bir KOBİ tanımlaması yapmıştır.

Tablo 1.1: Yıllık Bilanço Büyüklüğüne Göre Avrupa Birliği'nde KOBİ Tanımı

KOBİ	Eleman sayısı	Yıllık ciro (veya yıllık bilanço tutarı)	Bağımsızlık
Orta	250'den az	40 milyon ECU'yu geçmemeli (veya 27 milyon ECU)	Bir veya birkaç büyük şirkete ait olmamalı
Küçük	50'den az	7 milyon ECU'yu geçmemeli (veya 5 milyon ECU)	
Çok küçük	10'dan az		

Kaynak: Meral SAYIN- Mustafa A. FAZLIOĞLU, **Avrupa Birliği'nde KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları**, KOSGEB Avrupa Bilgi Merkezi, Ankara: 1997; s. 3-4.

Avrupa Birliği'nin Konsey Kararı çerçevesinde ortaya koyduğu bu yeni tanımlamaya göre, 250 kişiden daha az istihdamı bulunan işletmeler KOBİ olduğu kabul edilmektedir. KOBİ olarak kabul edilen bu işletmeler ise, istihdam büyüklüklerine ve yıllık ciro veya bilançolarına göre orta, küçük ve çok küçük ölçekli işletmeler olarak ayrılmıştır. Bu tanımlamaya göre, Orta ölçekli bir işletme; 50-250 arası işçi çalıştıran ve yıllık cirosu 40 Milyon ECU' nun altında olan, yıllık bilançosu 27 Milyon ECU' yu aşmayan işletme olarak tanımlanmaktadır. Küçük işletmeye ilişkin ölçütler ise şöyle belirtilmektedir; 50' den az işçi, 7 Milyon ECU' yu aşmayan yıllık ciro veya 5 Milyon ECU' nun altında bir yıllık bilanço değerine sahip olan işletmeler olarak tanımlanmıştır. 10' dan az işçi çalıştıran işletmeler ise " Çok küçük işletme " grubuna dahil edilmektedir.

Bu yeni tanımlamalar çerçevesinde, Avrupa Birliği'nde faaliyet gösteren ve %99.9'u Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi kapsamına giren 17 milyon işletme bulunmaktadır. Avrupa Birliği'nde faaliyet gösteren bu işletmelerin %22'si gibi büyük bir kısmının İtalyan ekonomik yapı içerisinde yer almaktadır²⁹. Bu bağlamda Avrupa Birliği için, İtalya'da KOBİ'lere yönelik uygulamalarda önem kazanmaktadır.

²⁹ KOS-DER, **KOS'lara Yönelik Dış Ticaret Kurumu; FEDEREXPORT Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu**, 1. Basım, KOS-DER Yayınları No:2, İstanbul 1996, s.7.

1. İtalyan FEDEREXPORT Modelinin Kuruluşu

KOBİ'lerin İtalyan sanayi sisteminin önemli ve ayrılmaz bir parçası olması nedeniyle bu işletmelerin kurulması, geliştirilmesi ve karşılaştıkları sorunların ortadan kaldırılmasını desteklemek için, bir çok önlemler alınmıştır. İtalyan hükümetinin KOBİ'lere verdikleri desteklerde beş ana amacın ön plana çıkarıldığı görülmektedir³⁰. Bunlar:

- Üretken yatırımları destekleme,
- Araştırma ve teknolojik yenilikleri destekleme,
- İhracatı artırma,
- İşletmeler arası işbirliğini destekleme,
- Geri kalmış bölgelerin sanayileştirilmesine katkıda bulunma amaçlarıdır.

Ancak uygulamada bürokratik işlemlerin azaltılamaması ve bu amaçları gerçekleştirmek için ayrılan fonların yetersiz kalması nedeniyle KOBİ'ler, istenilen düzeyde gelişme sağlayamamışlardır. Bu yüzden vergi muafiyetine dayanan ve KOBİ'leri ihracatta örgütleyecek yeni bir teşvik sistemine ihtiyaç duyulmuştur. Yine aynı dönemde işadamları ve iş derneklerinin girişimleriyle oluşturulan “Kefalet Ortaklıkları”, üyesi olan küçük firmaların kredi almasını kolaylaştırmıştır. Ayrıca Kefalet Ortaklıkları bünyesinde karşılıklı yardım ilkesinden hareketle, ortak bir teminat fonu oluşturulmuştur. Kefalet ortaklıklarının teminat fonu; üye firmaların veya yardımcı kuruluşların çıkardığı kefalet senetlerinden ve likit fonlardan(üye işletmelerin aidatları, hibeler ve fonu kullanan firmalardan alınan %1'lik ödenekler) oluşmaktadır. Bu sayede küçük işletmeler, finansal sorunlarını çözmeye çalışmışlardır³¹.

1970'li yıllarda, uluslararası pazarlarda artan rekabet koşullarına karşı İtalya

³⁰ KOS-DEFER, a.g.c., s.8.

³¹ ICPS, *The SME and The Export Development Company: a practical guide to forging long-term business relationships in the export sector*, ITC UNCTAD/WTO, ISBN 92-9137-080-0, Geneva 1997, ss.30-35.

hükümeti yeni bir teşvik sistemi geliştirmiştir. Bu sistemi, 16 ihracat konsorsiyumunu (1000 firma) bir araya getiren ve 1974 yılında uygulamaya konulan FEDEREXPORT modelidir³². Bu model, KOBİ'lerin ihracatta örgütlenmelerinin en başarılı örneklerinden biridir.

İtalyan Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu (FEDEREXPORT), kar amacı gütmeyen, amacı birliğe üye işletmelerin mal ve hizmetlerini ihraç etmek ve bunu gerçekleştirmek için gereken düzenlemeleri yapmak olan bir ihracat örgütlenmesidir. FEDEREXPORT'un görevleri; konsorsiyumlar arası eşgüdümü sağlamak, politik ve bürokratik alanlarda ve diğer platformlarda konsorsiyumları tek elden temsil etmektir. Bu Birlik, belirlediği hedeflere ulaşmak için gerekli gördüğü her türlü girişimde bulunur ve tüm ticari, mali, menkul ve gayrimenkul işlemleri yerine getirir. İtalyan yasalarındaki KOBİ tanımına uyan en az sekiz (8) işletme bir araya gelerek bir birlik oluşturabilmektedir. Birlikteki üye işletmelerin sorumlulukları şöyle sıralanabilir³³:

- Her yıl belirlenen aidatları ödemek,
- Birliğin üye namına yaptığı masrafları karşılamak,
- Birlik organları tarafından gerçekleştirilen kontrollerden geçmek,
- Birlik tarafından gerçekleştirilen satışlar üzerinden Birliğin masraflarını karşılamak üzere her yıl belirlenen komisyonları ödemek,
- Birlik organlarının kararlarına uyma.

Birlik adına oluşturulan fona katılım payı 2.5 milyon Lire'ten az ve birlik fonunun %25'inden fazla olamaz. Bu modelde İtalyan ekonomisinde önemli bir yere sahip olan küçük sanayinin ihracat birlikleri ve konsorsiyumlar şeklinde uluslararası pazarlara girmelerine imkan verilerek, ülke ihracat performansı çok yüksek bir

³² BİS, **Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri**, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayınları, İstanbul 1993, s.30.

³³ Cevdet BAYKAL, **KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, a.g.e., s.6.

seviyeye çıkarılması amaçlanmıştır³⁴.

2. FEDEREXPORT Modelinin İşlevleri

FEDEREXPORT modelinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatını artırmasını sağlamak için oluşturulan ihracatçı birlikleri, konsorsiyumlar temeline dayanmaktadır. Özellikle bölgesel ihracat konsorsiyumunun İtalyan dış ticaret enstitüsünün bir parçası haline gelmesiyle daha etkin çalışmaya başlaması, küçük işletmeler içinde belirli coğrafi ihtisaslaşma alanlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur³⁵. Örneğin; Sassuolo’da seramik, Prato’da yünlü tekstil, Como’da ipek, Verona’da ayakkabı, Mrche’de mutfak donanımları, Bari’de mobilya, Napoli’de müzik aletleri ve mücevherat, Martina Franca’da tekstil üretimi ön plana çıkmıştır. Bu ihtisaslaşmaya FEDEREXPORT’unda verdiği hizmet ve faaliyetlerde eklenince KOBİ’lerin ihracat potansiyelinde artma eğilimi başlamıştır. Konsorsiyumların oluşturduğu FEDEREXPORT’un başlıca hizmetleri; cari mevzuatın ihtiyaçlara cevap verecek şekilde iyileştirilmesi için girişimlerde bulunmak, dış ticarete karşılaşılabilecek sorunlarda taraf olmak, teknik, hukuki, mali, sigorta, vergi, pazarlama gibi konularda danışmanlık yapmak ve ticari istihbarat ve enformasyon sağlamak gibi hizmetlerdir.

3. FEDEREXPORT Modeline Verilen Devlet Destekleri

Avrupa Birliği’nde her ülke kendi sosyal, ekonomik ve siyasi koşullarına uygun bir teşvik politikasını uygulasa da genel itibariyle AB içerisinde uygulanan teşvikler arasında bir standardın olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Çünkü AB içerisinde uygulamaya konulan teşviklerin tamamında genel uyulması gereken kriterler vardır. Bu kriterler³⁶:

³⁴ Serdar ALTINOK ve diğerleri, **Karaman Ekonomisinin Yapısal Durumu, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticarete Rekabet Şansı**, a.g.e., s.56.

³⁵ ANONİM, “Ekonomisini KOBİ’lere emanet eden bir ülke İtalya”, **Kobi Efor Dergisi**, Ekim2000, s.38.

³⁶ Filiz GİRAY ve ark., **AB ve Türkiye’de yatırımlara ve ihracata yönelik vergi teşvikleri ve karşılaştırmalı değerlendirilmesi**, BOSYÖD Yayınları, Bursa, Temmuz 1998, s.41.

- Uygunluk kriteri, KOBİ'lere verilen veya verilecek teşviklerle devlet yardımlarının genel çerçevesinin bağdaşır olması,
- Birlik boyutu kriteri, söz konusu teşvikin AB gelişimine hizmet etmesi,
- Teşvikten faydalanan işletmenin yada sektörün AB rekabetine uyumu ve teşvikin sınırlı bir süreyi kapsamaması,
- Şeffaflık kriteri, yardımların şeffaf ve açık olması,
- Faaliyet kriteri, rekabet üstünlüğünü kaybetmiş ve zarar eden işletmelere yönelik teşvik verilmemesi ve bu işletmelere yönelik sübvansiyonların kaldırılması, gibi kıstaslar göz önüne alınarak teşvik politikaları uygulanmaktadır.

Yukarıda sözü edilen kriterler ışığında Avrupa Birliği, 1986 yılında KOBİ'lere yardım programı çerçevesinde Görev Grubu (Task Force) oluşturmuştur. Ayrıca Avrupa Birliği komisyonu aşağıdaki nedenlerden dolayı KOBİ'lere yönelik destekler verilmesi gerektiğini de vurgulamıştır³⁷:

- KOBİ'lerin daha fazla büyüme, daha yüksek rekabet gücü ve daha fazla istihdam biçiminde üçlü hedefe erişilmesinin önemi,
- KOBİ'lerin esneklikleri ve yenilikçi kapasiteleri sayesinde yapısal değişime ve dış talebe karşı daha hızlı ayak uydurmaları,
- Avrupa ekonomisinin gerçek itici gücü olarak KOBİ'lerin kabul edilmesidir.

Tüm bunların ışığında Avrupa Birliği üye ülkeleri, KOBİ'lere yönelik ortak bir takım destekleme programları ve devlet yardımları uygulamaya koymuştur. Bu uygulamaları aşağıdaki parasal yardım ve iyileştirilmiş krediler ve devlet garantiler başlıklar altında toplamak mümkündür³⁸;

³⁷ Cevdet BAYKAL, "KOBİ'lere yönelik devlet yardımlarının Avrupa Birliği ve Türkiye karşılaştırması", **Yeni Türkiye Dergisi**, AB Özel Sayısı Cilt 2, Yıl:6 Sayı:36, Kasım-Aralık 2000, s.1460.

³⁸ Filiz GİRAY ve ark., a.g.e., ss.39-40.

a) Parasal yardımlar

Avrupa Birliği, KOBİ'lere verdiği parasal yardımları üç grupta toplamıştır. Bunlardan birincisi, bütçeden yada fonlardan işletmelere doğrudan yapılan yardımlar yer almaktadır. Bu parasal yardımlar; ar-ge, enerji tasarrufu, çevre programlarına yardımlar, KOBİ'lerde genişleme ve yenileme yatırımlarının sübvansiyonları, hizmet içi eğitim sübvansiyonları, kriz içindeki sektörlerle yardım ve vergi borcunun ödenmesi için vergi yükümlüsüne verilen kredilerden oluşmaktadır. Mesleki eğitim ve uzun dönemli istihdam yaratılması amacını taşıyan programlarda proje maliyetinin %5'i işletmelerce karşılanırken, %50'si Avrupa Sosyal Fonundan, geriye kalan %45'i ise ulusal hükümetçe karşılanmaktadır³⁹.

Parasal yardımların ikincisi, bütçeden dolaylı olarak para vermeden sağlanan mali yardımlardır. Bunlar; vergi muaflığı ve indirimleri, hızlandırılmış amortisman uygulamaları, kurumlar vergisi erteleme, kredi faiz sübvansiyonu ve sosyal sigorta primlerinde indirim gibi kalemler yer almaktadır.

Üçüncüsü ise Devletin Öz Sermayeye Hisse Senedi İle Katılımı şeklindedir. Devletin, özel veya kamu kuruluşlarının hisselerini normal piyasa koşullarında alımı yoluyla yaptığı yardımlardır.

b) İyileştirilmiş krediler ve Devlet Garantileri

İyileştirilmiş kredi kapsamında ucuz ve ertelenmiş krediler mevcuttur. Kredileri geri ödememe, doğal afet kredileri vb. risklere karşı devletçe şirketlere sağlanan garantiler de devlet garantileri kapsamına girmektedir.

Avrupa ekonomisinin özellikle büyük ölçüde KOBİ niteliği taşıyan tekstil, konfeksiyon, deri, ayakkabı ve mobilya sektörlerinde rekabet imkanlarının geliştirilmesinde bilgi akışının temini büyük önem taşımaktadır. Bu amaçla Bilgilendirme Yardımları adı altında işletmeler arasında daha iyi iletişim imkanlarını

³⁹ Cevdet BAYKAL, a.g.c., s.1456.

sağlanmaya çalışılmış ve bu çerçevede aşağıdaki bilgi merkezleri oluşturulmuş⁴⁰:

-KOBİ'lere topluluk faaliyetleri ve programlarına ilişkin olarak bilgi vermek suretiyle destek olan Avrupa Bilgi Merkezleri (Euro-Info-Centres-EIC),

-İşletmeler arası ortaklıkların oluşturulabilmesini teminen, hızlı ve güvenli iletişim sağlamak amacıyla İşletmeler arası Bilgi Ağı (Business Cooperation Network-BC-NET),

-Nisbeten geri kalmış bölgelerde bulunan işletmeler ile diğer üye ülkeler veya üçüncü ülkelerin işletmeleri arasındaki temasların geliştirilmesine yönelik olarak Eurapartenariat,

-Uluslararası işbirliğinin geliştirilmesi için, işletmelerarası yakınlaşma bürosu (Bureau de Rapprochement des Entreprises-BRE),

- İşletmeler arasında işbirliğinin geliştirilmesi için, yerel, bölgesel veya ulusal faaliyetlerin desteklenmesi amacıyla, Interprise,

-KOBİ'lerin gelişmelerini teminen, yerel veya bölgesel işbirliği imkanları sağlayan Avrupa İşletmeler Merkezi (Centre Europeennes d'Entreprises et d'Innovation-CEEI), benzeri bilgi merkezleri oluşturulmuştur.

Avrupa Birliği, birlik içindeki KOBİ'lere yönelik uyguladıkları bu ortak destekleme programları ve devlet yardımları sayesinde, bu işletmelerin gelişmesini sağlamıştır. Öte yandan Avrupa Birliği üyesi olan İtalya'nın da, birlik içinde ortak uygulanan bu destek ve devlet yardımları çerçevesinde, konsorsiyumlara ve FEDEREXPORT'lara sağlayacağı mali yardımları aşağıdaki harcama kalemleriyle sınırlamıştır:

- Pazar araştırmaları,
- Reklam harcamaları,
- Uluslararası fuar ve sergilere katılımları,
-

⁴⁰ Cevdet BAYKAL, a.g.c., s.1462.

- Personel giderleri ve vergiler,
- Satın alınan danışmanlık hizmetleri,
- Bina ve büro giderleri,
- Tercümanlık ve ihracat ile ilgili diğer giderler,
- İhracatçı işletmelerin pazar paylarının sağlamlaşmasını sağlayacak ve parasal açıdan destekleyecek döner fonların kurulması.

İtalya'nın ihracatta örgütlenme modeli olan FEDEREXPORT'lar, gerek ulusal, gerekse yerel ölçekli birçok banka ile yaptıkları anlaşmalardan üyelerini faydalandırmaktadırlar. Bankalardan sağlanan krediler, genellikle tek tek her bir ihracat için 12 ayı geçmeyecek vadelerde verilmektedir. Sağlanan kredi miktarı, her banka için 150 milyon liri aşmamak kaydıyla, bir önceki yılın kar/zarar hesabının %40'ı oranında sağlanmaktadır.⁴¹ Öte yandan şirket sayısı 25'in üzerinde olan konsorsiyumlarda, şirketlerin kullanacağı kredi limit sınırı 200 milyon liri; şirket sayısı 75'den fazla ortağı bulunan konsorsiyumlar için ise kredi limit sınırı 300 milyon liri olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan konsorsiyum karlarının vergiye tabi olmaması durumu da, konsorsiyumlara devlet tarafından verilen bir destek niteliği taşımaktadır.⁴² Ayrıca FEDEREXPORT üyeleri, Bilgi bankası ve dış ticaret enstitüsünün sunduğu "Flash" servisinden de faydalanmaktadırlar. Bu servis sayesinde KOBİ'ler, mal ve hizmet talepleri ve teknolojik gelişmeler gibi konularda bilgi almaktadırlar.

FEDEREXPORT'ların kuruldukları 1974-1994 yılları arasındaki gelişimi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

⁴¹ KOS-DER, a.g.e., ss.10-11.

⁴² Mustafa ÖZCAN, **Küçük ve Orta boy işletmelerin ihracatının geliştirilmesi ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelinin değerlendirilmesi**, A.Ü. SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2000, s.48.

Tablo 1.2 :FEDEREXPORT'un Yıllar İtibariyle Gelişimi

YIL	KONSORSİYUM	ŞİRKET SAYISI	ÇALIŞAN SAYISI
1974	16	1000	-
1980	93	4283	201.000
1985	141	6089	255.417
1988	157	7003	274.064
1990	160	-	280.000
1994	170	-	-

Kaynak: KOS-DER, **KOS'lara Yönelik Dış Ticaret Kurumu; FEDEREXPORT Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu**, 1. Basım, KOS-DER Yayınları No:2, İstanbul 1996, s.12.

Yukarıdaki tablo incelendiği zaman, Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonunun oluşturulduğu 1974 yılından bu yana , işletmelerin hızlı bir şekilde bu birlikler çatısı altında toplandığı görülmektedir. 1974 yılında 1000 tane küçük ve orta ölçekli sanayi işletmesi, 16 konsorsiyum çatısı altında bir araya gelerek dış pazarlara yönelik örgütlenmişlerdir. Oluşturulan bu konsorsiyumların ülke ihracat performansını artırması ve işletmelerarası işbirliğini geliştirmiş olması, 1980'li yıllarda sayısının hızla artarak 93'e çıkmasına neden olmuştur. Yine bu dönemdeki konsorsiyumlarda yer alan işletme sayısı 4283 taneye ve bu işletmelerin istihdam hacmi de 201.000 kişiye ulaşmıştır. Konsorsiyum çatısı altında birleşen işletmelerin dış pazarlarda yakaladığı başarı, her geçen yıl devam etmesi İtalyan ekonomisinin canlanmasına neden olmuştur. 1994 yılında konsorsiyum sayısı 170 olurken, konsorsiyuma üye işletmelerin istihdam hacmi de yaklaşık 300.000 kişi olmuştur.

Bugün FEDEREXPORT'lar, ihracat konsorsiyumlarının %60'nı, KOBİ'lerin ise %80'ini temsil gücüne sahiptir. Ayrıca İtalya'nın 18 değişik bölgesinde kurulmuş olup, her bölgenin içinde bulunduğu konsorsiyumlardaki üye şirket sayısı da farklıdır. Diğer taraftan oluşturulan konsorsiyumlarda tek sektör veya çok sektör olması bakımından farklılık göstermektedir. Bu konsorsiyumlardan

tek sektörde faaliyet gösterenlerin yıllar itibariyle ihracat payları sürekli artarken, çok sektörlü oluşmuş konsorsiyumlarının (ihracatta ihtisaslaşmadıkları için) ihracat paylarının azaldığı görülmüştür⁴³. Bu da konsorsiyumlarda uzmanlaşmanın ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Özetle, İtalya'nın ihracatta örgütlenme modeli olan FEDEREXPORT'ların başarılı olmasının altında yatan iki önemli etmenden biri, uzmanlaşma ve işletmeler arası işbirliği, ikincisi ise, FEDEREXPORT'un dış pazarlamada gösterdiği yüksek performansdır.

Kısaca bu birlikler, içlerine dahil ettikleri küçük sanayi kolları için pazar araştırması yapmakta, bir taraftan alıcıları ile temas ederken, diğer taraftan sipariş için gerekli olan hammadde ve yardımcı maddeleri temin etmektedirler. Başka bir deyişle, ihracat konsorsiyumlarını ve bunların içinde yer alan KOBİ'lerden oluşan FEDEREXPORT'ların kurulduğu 1974 yılından buyana çok büyük katılımlar ve ihracatta gelişmeler göstermiştir. Başlangıçta İtalyan KOBİ'lerinin tereddütle baktıkları oluşum, zaman içerisinde işletmeler arası işbirliğini artırması, coğrafi alanda sektörlerin toplanmasının sağlanması, sağlanan kolaylıklar ve dış pazardaki üstün performansı sayesinde önce işletmeleri konsorsiyumlar altında, daha sonra da FEDEREXPORT çatısı altında toplamayı başarmıştır. Örneğin İtalya, konfeksiyon, ayakkabı ve seramik sektöründeki böyle organizasyonlar sayesinde uluslararası pazarda söz sahibi olmuştur.

E. ABD İhracat Ticaret Şirketleri

Yirminci Yüzyılın başlarında ABD, çıkardığı bir yasayla işletmeler arası rekabeti azaltıcı faaliyetleri bertaraf etmek ve birlik üyesi işletmelere satış, kota tahsisi, distribütör seçimi, pazar konularında yardımcı olan birlikler oluşturmuştur. Bu birlikler, günümüzdeki DTSS'lere benzeyen organizasyonlardır. Webb-Pomerene adındaki bu birlikler, üyesi olan işletmelere daha çok ihracat giderlerini azaltıcı, talebi genişleten ve ticari engellerin azaltılması gibi yararlar sağlamaktaydı.

⁴³ KOS-DER, a.g.c., s.12.

Daha sonraları “İhracat Yönetim Şirketleri” adı altında kurulan ve özellikle ihracata giriş safhasında olan işletmelere ürünlerini pazarlama ve dağıtım hizmetlerine aracılık eden komisyoncu veya distribütör şirketler ortaya çıkmıştır. Bu şirketler, üretici adına üreticinin yapması gereken siparişi almadan ürünün paketlenmesine, ihracatta risklerin üstlenilmesine, finansman oluşturulmasına ve piyasa analizine kadar bütün işlemleri takip etmekteydi⁴⁴. İhracat Yönetim Şirketlerinin dış Pazar riskini üstlenmeleri ve üreticiden aldıkları mal ve hizmetin karşılığını peşin ödemelerine rağmen, pazar hakimiyetlerini ve faaliyet alanlarını genişletememişlerdir. Buna ilaveten üretici işletmelerin şirket aracılığıyla pazara girdikten sonra kendi ürettiği mal ve hizmeti kendi pazarlamaya başlaması, bu şirketlerin önemini kaybetmesine neden olmuştur.

1980 yılından sonra ABD’nin uluslararası pazarlardaki payının gittikçe azalması, Japonya ile artan rekabet, tarımsal ürün üretiminin fazla olmasına rağmen ihracatının düşük olması ve uluslararası piyasalarda ticaret yapan ülkelerin ticareti serbest döviz yerine bağlı veya takas işlemleriyle yürütmesi gibi bir takım etmenlerin sonucunda, ABD yeni bir arayışa yönelmiştir. Bu bağlamda 1982 yılında G. Kore’nin Genel Ticaret Şirketlerine benzeyen bir örgütlenmeye imkan veren “İhracat Ticaret Şirketleri” ni kurulmasını sağlayacak yasa çıkarılmıştır. Bu yasada İhracat Ticaret Şirketleri; ABD’de üretilen mal ve hizmetleri ihraç edecek veya sağladığı ticaret hizmetleri sayesinde diğer Amerikan şirketlerinin mal ve hizmet ihracatını kolaylaştıracak kuruluşlar⁴⁵ olarak tanımlanmıştır. Başka bir ifadeyle bu İhracat Ticaret Şirketleri, “kar amacı olan veya olmayan şahıs, ortaklık, kurum veya benzeri kuruluşların, ABD yasalarına uygun olarak faaliyet gösteren ve aşağıdaki amaçları gerçekleştiren kuruluşlar” olarak tanımlanmıştır⁴⁶.

⁴⁴ Alican KAVAS ve diğerleri, **İhracatın Geliştirilmesi ve Ortak Pazarlama Grupları**, TOBB Yayınları, No: 229, Ankara 1992, s.94.

⁴⁵ Önder BALCI, **Türkiye’de ve Dünyada Dış Ticaret Sermaye Şirketleri**, G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 1987, s.58.

⁴⁶ Mehmet İNAN, a.g.e., s.121.

Bu kuruluşlar:

-ABD’de üretilen mal ve hizmetleri ihraç etmek,

-Pazar araştırması yapan gözlemcileri organize etmek,

-Şirket kuramayan gerçek ve tüzel kişilerin ihracata ilişkin danışmanlık, reklamcılık, sigorta, pazarlama, mamul tasarımı, nakliye, haberleşme, ticari belgelerin, depolama, finansman gibi ihracata dönük hizmet veren şirketler kurarak ABD’de üretilen mal ve hizmeti ihraç etmek görevlerini üstlenmişlerdi.

Bu yasa ile Dünyanın dört bir yanına faaliyet gösteren, dağıtım ve istihbarat ağları bulunan bankaların ve büyük şirketlerin, İhracat Ticaret Şirketleri oluşturmalarına ve bu şirketler için yatırım yapmalarına imkan verilmiştir. Bu sayede ihracat yapma kapasitesini elde edemeyen veya artıramayan küçük ve orta boy işletmelerin mallarının pazarlanmasının daha kolay olacağı düşünülmüştür. Örneğin ABD tarımsal ürün ihracatında Dünyanın önde gelen ülkelerinden biri olmasına rağmen, küçük ve orta boy işletmelerin ihracat için gerekli finansmanı sağlayamamaları yüzünden bir çok tarımsal ürünün ihracatı yeterli düzeye ulaşamamıştır. İhracat Ticaret Şirketleri yasası ile tarım sektöründeki üreticilerin mallarını ölçek ekonomilerinden yararlanarak pazarlayabilmeleri için, iyi örgütlenmiş, ihracata aracılık eden, uzman kadrolara sahip olan ve bankacılık sistemini bilen kuruluşlara ihtiyaç ortaya çıkmıştır. Bu nedenle ABD’deki bankaların ihracat ticaret şirketleri kurmaları teşvik edilmeye çalışılmıştır. Ancak, bu yasanın bankalara yetersiz teşvik sağlaması sonucu, bankaların kurdukları ihracat ticaret şirketlerinin üreticilerin ürettiği mal ve hizmeti ihraç etme veya pazarlama yerine, üreticilere sadece danışmanlık hizmeti vermesine neden olmuştur. Diğer taraftan üretici kuruluşlara bağlı ihracat ticaret şirketlerinin de özellikle kendi şirketlerinin ürettiği mal ve hizmeti ihraç etmesi/pazarlaması ve o dönemde

uluslararası piyasalarda yaşanan durgunluk nedeniyle ABD’de kurulan İhracat Ticaret Şirketleri, beklenen başarıyı elde edememiştir.

F. Brezilya Genel Ticaret Şirketleri

1970’li yılların başlarında Brezilya, dış ödemeler dengesindeki kronik hale gelen açığı kapatmak için, Dünyada, özellikle Japonya’nın uyguladığı ihracatta örgütlenme modeline benzer bir uygulamaya gitmiştir. Ancak Brezilya, Japon modelinden farklı olarak, kurulan Genel Ticaret Şirketlerine muazzam mali ve teknik destek sağlamıştır. İhracatın artırılması amacıyla üretici firmaların koordineli çalışmasını sağlamak ve üretilen malların uluslararası pazarlarda satılmasını sağlamak amacıyla 1970 yılında Genel Ticaret Şirketlerinin kuruluşunu sağlayan yasa çıkarılmıştır. Bu yasa çıktıktan sonra, 1971 yılında COBEC ve 1976 yılında INTERBRAS adı altında iki yerli şirket ve ayrıca yabancı şirketler kurulmuştur. Brezilya hükümeti, yerli Genel Ticaret Şirketleri ile yabancı imalatçı ve ticaret şirketlerinin ayırımını kesin çizgilerle yaparak, bu şirketlerin hangi grup malları üreteceğini ve ihraç edeceğini belirlemiştir. Bu ayırıma göre yerli Ticaret Şirketleri; geleneksel ihraç ürünleri olan ayakkabı, kereste, kakao, soya fasulyesi, demir, boya, vb. malların ticareti yapacaktır. Yabancı şirketler ise çok daha özel uzmanlık isteyen malların üretimi ve pazarlamasını yapabilecektir.

Brezilya’da Genel Ticaret Şirketleri yasası ile uzun süre dolaylı ve dolaysız teşvik politikaları uygulanmaya konmuştur. Bu teşvik politikalarını sübvansiyonlar, vergi muafiyetleri ve finansal destekler olarak üç grupta toplanabilir⁴⁷:

Sübvansiyonlar; İhracatta örgütlenme modellerini uygulayan ülkelerde yurtiçine dönük satışlardaki dolaylı vergilerin, malların yurtdışı satışları sırasında alınmaması durumu söz konusu iken Brezilya’da malların ihracı durumunda doğrudan maliyet indirimi uygulanmaktadır. Örneğin bu sübvansiyonlar, yeniden ihraç şartıyla ithal edilen ve ihraç mallarının üretiminde uygulanan makine, ekipman

⁴⁷ Mehmet İNAN, a.g.c., s.118.

ve ambalaj malzemelerindeki gümrük vergisinin indirilmesi, ihracatta alınan üretim ve tüketim vergilerinin alınmaması, faiz gelirleri üzerinden alınan gelir vergisi stopajının %100'e varan indirimine gidilmesi gibi teşviklerdir.

Vergi muafiyetleri; Genel Ticaret Şirketlerinin kurumlar vergisi mükellefiyetliği yurt içi toplam satışlardan elde edilen gelirlerle sınırlıdır. Başka bir deyişle ihraç edilen mal ve hizmetlerden elde edilen gelirler vergiye tabi olmamaktadır.

Ayrıca ihraç malların uluslararası pazarlardaki tanıtım masrafları ve acentalara verilen komisyonlar vergiden düşülmektedir. FOB değer ve satın alma arasındaki brüt kar olarak adlandırılan farkın vergiye tabi kardan düşürülmesi de Genel Ticaret Şirketlerine verilen bir diğer vergi muafiyeti uygulamasıdır.

Finansal destekler genellikle verilen krediler ve faiz oranlarının düşük tutulması yoluyla sağlanmaktadır. Çünkü Brezilya'da normal faiz oranları %50'lerin altına inmediği halde, Genel Ticaret Şirketlerinin bu faiz oranının çok altında ihracat kredisi almaktaydı. Örneğin Banco do Brasil ihracatçı firmalara %12 faiz oranlı 6-18 ay vadeli ihracat kredisi, %7 faizli 6 aya kadar vadeli yükleme kredisi, %12 faizli 6ay-4 yıl vadeli işletme kredisi vermektedir. Ayrıca ihracatçı firmaların yurt dışında bulundurdıkları stok mallarının firmaya maliyetinin %80'inin 6 ay vadeli olarak firmaya kredi şeklinde verilmesi de Genel Ticaret Şirketlerini finansal açıdan rahatlatacak uygulamalardır.

İşte tüm bu muafiyet, vergi indirimi ve finansal destekler sayesinde Brezilyalı ihracatçı üreticiler, uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü elde etmiş ve mallarının yüksek maliyetini, aldığı teşvikler yardımıyla çok aşağılara çekebilmişlerdir. Brezilya'nın Genel Ticaret Şirketlerine muazzam teşvikler vermesi ve kuruluşlarının çok esnek bir yapıya sahip olmasından dolayı, bu şirketlerin sayısı çok hızlı bir şekilde artmıştır. Ancak Genel Ticaret Şirketlerine verilen teşviklerin ve desteklerin azaltılması veya kaldırılması ile, bu Şirketlerde önceden göstermiş

oldukları ihracat performansını ortaya koyamamışlardır.

III. Türkiye’deki İhracatta Örgütlenme Modellerinin

Uygulamaları

Özellikle sanayi devriminin başladığı XVIII. Yüzyılın ikinci yarısından 1970’li yılların başlarına kadar devam eden süreçte sosyal, ekonomik, politik ve özellikle üretim teknolojisindeki hızlı değişimler, işletmeleri başta finansman ve insan kaynağı olmak üzere, çeşitli rekabet sorunlarıyla karşı karşıya bırakmıştır. Dünya ekonomisinde yaşanan bu hızlı gelişmeler, işletme ölçeklerinin esneklik gücünün yeniden gözden geçirilmesini gündeme getirmiştir⁴⁸. Büyük ölçekli işletmelerin ekonomik ve siyasi alandaki değişimler (özellikle iletişim ve bilgisayar gibi) karşısında hareket kabiliyetlerinin sınırlı kalması, bu işletmelerin “ekonomik kalkınmanın motoru” olduğu düşüncesini ortadan kaldırmıştır.

1980 yılı, Türkiye için ekonomi ve dış ticaret politikaları açısından çok önemli bir dönüm noktasıdır. 1970’lerdeki petrol şokları sonrasında Türkiye ekonomisinde yaşanmaya başlayan dış ödeme ve enflasyon sorununun aşılması için, 24 Ocak Kararları olarak bilinen ekonomik istikrar programı uygulanmasına neden olmuştur. Bu kararlar ile birlikte Türkiye, ithal ikamesine dayalı sanayileşme stratejisini terk ederek, bunun yerine ihracata dayalı sanayileşme stratejisini benimsemiştir. 24 Ocak 1980 İstikrar Programı ile sanayileşme stratejisi olarak emek-yoğun, yerli hammaddeye dayanan ve Dünya pazarlarında Türkiye açısından rekabet gücü olduğu varsayılan sektörlerin desteklenmesi hedeflenmiştir. Bu strateji değişikliğinin arkasında yatan temel nedenlerden biri, Dünyadaki yapısal değişimlere uyum sağlamaktır. Diğer neden ise ithal ikameci sanayileşme politikalarının ortaya çıkardığı iç pazara dönük ve Dünya pazarlarında rekabet şansına sahip olmayan bir

⁴⁸ İbrahim YALÇIN, “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri”, *Dış Ticaret Dergisi*, Sayı: 8, Yıl: 3, Ocak 1998, s.74.

yapıdaki sanayinin, dış rekabete açık bir üretim yapısına kavuşturulmasıdır⁴⁹. Bu sayede, kıt olan ülke kaynaklarının en etkin şekilde kullanılması suretiyle ve ölçek ekonomilerinin de yardımıyla dış pazara dönük üretim yapılması hedeflenmiştir.

24 Ocak 1980 Kararları çerçevesinde gerçekleştirilen devalüasyon sonucu TL'nin ABD Doları karşısında yüzde 49 oranında değerini azaltarak iç talebi kısmak ve ihracata ivme kazandırmak amaçlanmıştır. Bu dönemde, değişik destek unsurlarını içeren ihracat teşvik tedbirleri, dış ticaretin liberalizasyonuna yönelik düzenlemeler ve yabancı sermaye politikaları, dışa açık politikaların esas unsurları olarak tanımlanmıştır. Dış ticaret rejiminin liberalleştirilmesi 1983 yılından sonra artan bir hızla sürdürülmüş ve miktar kısıtlamaları yerine tarife uygulaması ön plana çıkarılmıştır. Böylece koruma oranları giderek azaltılmış, dış ticaretimize liberal bir yapı kazandırılmaya çalışılmıştır⁵⁰.

Bu dönemde, ihracat ile ilgili bürokratik engeller minimum seviyeye indirilmeye çalışılmıştır. Türk Parasının Kıymetini Koruma Hakkında 30 Sayılı Karar, 1989 tarihine kadar kambiyo rejiminin esasını oluşturmuş, bu tarihte yapılan değişiklikle her türlü dövizin ithali serbest bırakılmıştır. 1990 yılında Kambiyo Rejimi daha da liberalleştirilerek Türk Lirasının konvertibilite özellikleri güçlendirilmiş ve 32 sayılı Kararda yapılan değişiklikle, TL ile ihracat ve ithalat serbest bırakılmıştır.

Özetle Türkiye, 1980 yılına kadar ithal-ikameci bir büyüme modeli anlayışına sahip olması yüzünden ihracatta örgütlenmeye gidememiştir. Ancak 24 Ocak 1980 Kararlarıyla dışa açık büyüme modeli anlayışına ve piyasalara işlerlik sağlayan sisteme geçilmesi, ekonominin dinamizm kazanmasını sağlamıştır. 1980 yılından önce bu uygulamaların olmaması KOBİ'lerin dışa açılımı engellenmiş ve

⁴⁹Yavuz MOLLASALIHOĞLU, **İhracat Teşvikleri**, www.dtm.gov.tr/ticaret/ihrstr/tarih.htm.

⁵⁰Sadun AREN, "24 Ocak Programı ve Alternatifleri", Der. Bilim ve Sanat, **İşbiriren Ekonomi Liberalizm, Devlet Müdahalesi ve 24 Ocak**, 1. Baskı, Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul, Ocak 1986, s.31.

dışa açılan işletmelerin birbirleriyle yıkıcı bir rekabete girmelerine neden olunmuştur. Ancak 24 Ocak Kararları ile yapısal değişim sürecinin başlaması, KOBİ'lerin daha fazla zarar görmesini kısmen de olsa engellemiştir. 1980'den itibaren dışa açık ekonomi politikasına uygun olarak işletmelerin dışa açılmasına katkı yapabilmek amacıyla bir arayış içine girilmiştir. Bu çabalar kapsamında birçok ülkede başarıyla uygulanan modeller örnek alınmış ve bu yönde çalışmalar yürütülmüştür. Böylece Japonya, G.Kore ve İtalya gibi ülkelerde uygulanan ihracat organizasyonlarına uygun olarak Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) modeli oluşturulmuştur⁵¹. Yine bu dönemde, "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" (DTSS) teşvik edilerek, bu şirketlerin pazar bulma, dış ticaret işlemlerini yürütme, tanıtım gibi hizmetleri profesyonelce gerçekleştirmeleri düşünülmüştür. Bu sistemin temelinde, büyük firmaların beraberinde getireceği avantajlardan faydalanma isteği bulunmaktadır. 1980'li yılların başındaki ihracat seferberliğinin temeli de, büyük şirketlere dayalı bir modele oturtulmuştur.

Bu modelin uygulanmasından itibaren, örneğin 1981-1989 döneminde DTSS'nin ihracattaki payı yaklaşık yüzde 35 civarında gerçekleşmiştir⁵². DTSS'lerin belli bir dönem ülke dış ticaretini göğüslemiş olmalarına rağmen şirket yönetiminin bir veya birkaç büyük işletme kontrolünde olması, belli bir süreden sonra hem ülke ihtiyaçlarına cevap verememesine hem de KOBİ'lerin gelişmesini engellemelerine yol açmıştır. Bu yüzden KOBİ'leri ihracata yönlendirecek ve ihracatlarına hız kazandıracak yeni bir model üzerinde çalışılmış, bunun sonucunda da Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ) modeli geliştirilmiştir. Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ) sistemi iki yıl yürürlükte kalmıştır. Bu iki yıllık süre içinde ÇOŞ'ların kurulma amaçları, uygulama esasları, ihracatın ÇOŞ'lar aracılığı ile teşvik edilmesine ilişkin olarak gözlenen eksikliklerin giderilmesi amacıyla yeni bir

⁵¹ Bekir GÖVDERE, *Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma*, www.dtm.gov.tr/ead/dtdergi/ocak99/sektorel.htm, 1999, s.1.

⁵² <http://www.dtm.gov.tr/ihr/genel/htm>.

yapılanma ihtiyacı doğmuş ve ÇOŞ'ların, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) olarak yapılanmasına gidilmiştir.

Ülkemizde ekonomik sürecin hangi döneminde olursa olsun, KOBİ'ler ekonomik, politik ve sosyal önemlerini her zaman muhafaza etmişler, genel politika ve stratejilerin belirlenmesinde dikkate değer bir kesimi oluşturmuşlardır. Türkiye ekonomisi içindeki toplam işletmelerin %98'ini oluşturan KOBİ'lere (istihdamın %56.3'ünü, katma değer de %38'ini ve ihracatın %8'ini karşılayan) 1990 yılından sonra önem verilmeye başlanmıştır. KOBİ'lere gereken desteğin zamanında verilmemesi yüzünden bu işletmelerin ülke toplam ihracatı içindeki paylarının, AB ve diğer gelişmiş ülkelere göre geride kalmasına neden olmuştur ⁵³ . Bununla beraber kaynak ve bilgi yetersizliği nedeniyle yurtdışı pazarlara açılması oldukça zor olan KOBİ'lerin bu eksikliklerinin giderilmesi için aşağıdaki desteklerin verilmesi gerekmektedir:

-Bu işletmelere ihraç pazarları hakkında bilgi ve danışmanlık desteği verilmesi,

-Firma veya sektörler adına pazar araştırması yapılması,

-Hedef pazarlarda iş yapan şirketlere büro hizmeti vermek üzere yurtdışı iş merkezlerinin kurulması,

-İhracatçıların adına iş takip edecek, iş bağlantıları kuracak ticaret elemanlarının yurt dışında görevlendirilmesi,

-KOBİ'lerin pazarlama ve ihracat işlerini yapacak şirketlerin kurulması vb. düzenlemelerin yapılması zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Bu yüzden Türkiye 1980 yılından sonra ihracatta örgütlenme modeli olarak ölçek ekonomisine sahip ve imalatçı olmayan büyük işletmelerin öncülüğünde kurulan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri aracılığıyla ihracatta örgütlenme yoluna gitmiştir. Ancak daha sonraki yıllarda gerek AB gerekse ABD, Japonya, İtalya ve

⁵³ Bahadır Akın, a.g.e., s.14.

Tayvan gibi gelişmiş ülkelerin küçük ve orta boy işletmelere ağırlık vermesi sebebiyle, KOBİ'ler öncülüğünde kurulan Çok Ortaklı Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri aracılığıyla ihracatta örgütlenme yoluna gidilmiştir. Bu bağlamda ülkemizde uygulanan ihracatta örgütlenme modellerini açıklarken önce ölçek ekonomisine sahip büyük işletmeler tarafından oluşturulan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ele alınmış, daha sonra da Dünyadaki ekonomik gelişmeler ışığında KOBİ'leri ön plana çıkaran ihracatta örgütlenme modeli olan sektörel dış ticaret şirketlerini açıklanmıştır.

A. Türkiye'deki Dış Ticaret Sermaye Şirketi (DTSS) Modeli

Özellikle 1980'li yıllarda Türkiye ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar ve değişimler ile ihracatın ithalatı karşılama oranının hızla ülke aleyhine gelişmesi, hem siyasi iktidarları hem de işletmeleri yeni ihracat politikaları arayışına sevk etmiştir. Böylece, 1980 İstikrar Kararlarını takiben ülke ihracatını artıracak ve dış açığın kapanmasına yardım edecek olan ve ihracatta bir örgütlenme modeli olarak Dünyada bazı ülkelere uygulanan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modeli ülkemizde uygulanmaya konmuştur.

1. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Kuruluşu

Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modeli ile; dış ticaretin büyük ölçekli şirketler eliyle yürütülmesini öngörerek, yeni bir yapılanma sağlamak ve ihracatta belirli mal ve pazarlar konusunda uzmanlaşmış ekipler oluşturulması amaçlanmıştır.⁵⁴ Bu modelin temelinde; ihraç ürünlerine pazar bulma, ihracat işlemlerini yürütme, ambalajlama, paketleme, depolama ve nakliye gibi bir çok alandaki ihracat işlemlerinin bu şirketlerin ölçek ekonomisinden faydalanarak daha verimli ve daha etkin yürütüleceği düşüncesi hakim olmuştur. Ayrıca bu şirketlerin ülke ihracatında sanayi ürünlerinin payının artırılmasında önemli rol oynamalarını sağlamak için, doğrudan imalat faaliyetleri yasaklanarak, mali güçlerini ve Devletin verdiği

⁵⁴ Meral GÜNDÜZ ve Özden Ergün, a.g.e., s.15.

teşvikleri ihracatı destekleyecek alanlarda kullanmaları sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak Dünyada *küçük güzeldir* felsefesi ile imalatçı KOBİ'lere destekler artarken, Türkiye'de bunun anlaşılamaması sonucu KOBİ'ler yerine büyük şirketlere önem verilmesi, kurulan DTSS'lerin uzun dönemde sürekli bir başarı elde etmesini imkansız hale getirmiştir. Bu nedenle DTSS'lerinin hukuki yapısını, işlevlerini ve bu şirketlere verilen devlet desteklerini inceleyerek, bunların 1980-1992 yılları arasında hangi aşamalardan geçtiğini incelemek yerinde olacaktır.

2. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Hukuki Yapısı

1980 yılından sonra Türkiye'de ihracatın; ilk kez imalatçı olmayan ancak sağlam bir sermaye yapısına, uzman kadrolara ve yurt içi-yurt dışı bağlantılara sahip güçlü pazarlama şirketleri kanalıyla yapılması kararlaştırılmıştır. Bu bağlamda 1980 yılında İhracatçı Sermaye Şirketleri* nin kuruluşuna izin verilmiştir. Buna göre İhracatçı Sermaye Şirketleri; imalatçı olmayan anonim, limited veya sermayesi paylara bölünmüş komandit şirket şeklinde kurulabilirler ve ödenmiş sermayeleri en az 50 milyon TL veya bir yıl içerisinde ödenmiş sermayelerinin bu miktara çıkartılması öngörülmüştür. Ayrıca bu Şirketlerin Devletin verdiği destek ve teşviklerden faydalanabilmeleri için; Teşvik ve Uygulama Başkanlığına veya aracı bankalara başvuru yaptıkları tarih esas alınmak üzere, son bir yıllık ihracatlarının asgari 15 milyon ABD doları olması ve her yıl yapılan ihracatın bir önceki yıldan %10 daha fazla olması gerekmektedir.

1984 yılında İhracatçı Sermaye Şirketleri tanımı ve verilen teşvikler değiştirilmiş ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri* adını almıştır. Bu şirketler, 500 milyon ABD doları ödenmiş sermayesi olan veya bir yıl içerisinde ödenmiş

* 18 Temmuz 1980 tarihli ve 17051 nolu Resmi Gazetede yayınlanan 8/1173 sayılı kararname ile "İhracatçı Sermaye Şirketleri"nin kuruluşu, tanımı ve hangi teşviklerden hangi durumlarda faydalanılabilecekleri ortaya konmuştur.

* 12 Ocak 1984 tarih ve 84/7557 sayılı Kararla birlikte "İhracatçı Sermaye Şirketleri" tanımı ve verilen teşvikler değiştirilmiştir. Bu yeni Kararname ile "İhracatçı Sermaye Şirketleri", "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" adını almış

sermayesini bu miktara çıkarmayı taahhüt eden şirketler olarak tanımlanmıştır. Ayrıca bunların Devlet desteğinden faydalanabilmeleri için ; teşvik başvuru tarihinden önceki yıl içerisinde toplam ihracatının asgari %75'ini sınai mamul ve maden oluşturmak şartıyla 30 milyon ABD doları ihracat yapmış olması öngörülmüştür. Ancak 1988 yılında Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin tanımlanması; ödenmiş sermayesi veya bir yıl içinde ödemeyi taahhüt ettiği sermayesi 2 milyar TL olan ve teşvik başvuru tarihinden önceki bir yıl içerisinde FOB değeri üzerinden 500 milyon ABD doları ihracat barajını aşan şirketler olarak değiştirilmiştir.

Hukuki yapılarından dolayı doğrudan ihracat yapamayan bu şirketler ancak Yatırım Teşvik Belgesi almak şartıyla ihraç konusu malların ambalajlama, paketlenme, depolama, nakliye, vb konularda yatırım yapma imkanına sahiptirler⁵⁵.

3. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin İşlevleri

Daha önce de belirtildiği gibi bu şirketler, imalat yapamayacağından ve faaliyet alanları yasal olarak belirlendiğinden, mallarını yurt dışına pazarlama gücünden yoksun olan KOBİ'lerin, ürettikleri malları uluslararası piyasalarda pazarlama görevini üstlenmişlerdir. Bu dikkate alındığında Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin işlevlerini; dış ticaret faaliyetleri, finansman faaliyetleri ve ihracatta riski azaltarak istikrar sağlayıcı faaliyetler olmak üzere, üç başlık altında incelemek yerinde olur.

a) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Dış Ticaret İşlevi

DTSS'lerinin dış ticaret faaliyetlerini kısaca, ihracat ve ithalata aracılık hizmetleri sunmak şeklinde tanımlayabiliriz. DTSS'lerin ihracat faaliyetleri de aktif ihracat ve by-pass ihracat şeklinde iki grupta toplanabilir.

Aktif ihracat; DTSS'lerin kendi çabalarıyla yurt içi piyasadan mal satın alarak veya imalatçılara fason üretim yaptırarak gerçekleştirdikleri ihracattır. Böyle

⁵⁵ 7 Nisan 1986 tarih ve 19071 sayılı resmî gazetede yer alan İhracatı Teşvik Tebliğinin 48. maddesi

ihracatta DTSS'ler, pazar bulma, malların temini, nakliyesi ve diğer bürokratik işlemleri yürütürler. Bu işlemlerin yanı sıra DTSS'ler ayrıca imalatçıların ihracat yapmalarından dolayı elde ettikleri vergi iadelerini önceden vererek, finansman desteği de sağlarlar. Aktif ihracatta imalatçı ile müşteri kesinlikle karşılaşmamaktadır.

By-pass ihracat; imalatçı firmanın malların üretiminden pazar bulunmasına kadar bütün işlemleri kendisi gerçekleştirmesidir. Ancak bu imalatçıların küçük olması veya daha düşük oranlarda vergi iadelerinden yararlanmaları veya varolan vergi iadelerinden yararlanamayacak olmaları durumunda mallarını DTSS'lerin üzerinden ihracat yaparak azami derecede vergi iadesinden faydalanmaları mümkün olmaktadır. DTSS'ler ise bu gibi işlemlerde ek vergi iadesinden pay alırlar ve toplam ihracat rakamlarını büyütmeleleriyle kazanç sağlarlar.

Kısaca DTSS'ler verdikleri hizmet karşılığında, hizmetin türüne, imalatçı ihracatçı ile DTSS'lerin pazarlık gücüne, ihracatın şekline ve ihracatın miktarına bağlı olarak bir komisyon alırlar.

DTSS'lerin ithalat faaliyetleri ise 1983 yılında, 83/7543 sayılı İthalat Rejimi Kararnamesi ile sınırlandırılmıştır. Bu kararnameye göre, bir takvim yılı içinde 50 milyon ABD doları ihracat yapan şirketlere belirli ülkelerden ithalat yapma izni verilmiştir.

b) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Finansman İşlevi

Daha önce de belirtildiği gibi DTSS'ler, gerek aktif gerekse by-pass ihracat yoluyla elde edilen ek vergi iadelerini önceden imalatçılara ödediklerinden bu tür işletmelerin finansman ihtiyacını kısa sürede karşılamış olmaktadır. Öte yandan DTSS'lerin uzun dönemli ihracat veya yatırım kredisini hem daha ucuza hem de daha hızlı temin edip, bu kredileri imalatçılara kullanılabilmektedir. Bu sayede ihracat ve yatırım safhasında finansman açısından sıkıntıda olan imalatçılara çok büyük mali destek sağlamaktadır.

c) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin İhracatta Riski Azaltarak

İstikrar Sağlamak İşlevi

İhracatın; pazarlamada bilgi ve uzman kadrolara sahip büyük şirketler aracılığıyla yapılması ihracatta uzmanlaşmayı gerekli kılmıştır. Uluslararası pazarlamada uzmanlaşan bu Şirketler, pazar ve mal çeşitlenmesine giderek, gerek konjonktürel gerekse malların arzları ve taleplerinde meydana gelecek dalgalanmalardan fazla etkilenmemektedir. Ayrıca ihraç mallarının bu şirketler aracılığıyla uluslararası pazarlara girmesi ülkenin pazarlık gücünü de artırmaktadır. Böylece ülke ihracatı da istikrara kavuşmuş olmaktadır.

4. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Verilen Devlet Desteği

1996 yılında yayınlanan Tebliğ ile DTSS'lerin statüsü yeniden belirlenmiştir. Bu tebliğe göre ödenmiş sermayeleri ile ihtiyatları toplamı en az 20 milyar TL olan ve esas başvuru tarihinden geriye doğru 12 ay içinde aynı mal grubunda en az 50 milyon ABD doları ihracat performansını yakalayan anonim şirketlere, müracaatları üzerine Dış Ticaret Sermaye Şirketi ünvanı verilmektedir. Bu kapsamda yer alan DTSS'lere Devletin sağladığı destekler; vergi, ihracat kredi konularına ilişkindir.

a) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Sağlanan Vergi Desteği

DTSS'lerin ihracat istisnasından doğan iade talepleri, iadesi istenilen katma değer vergisinin inceleme raporu ve teminat aramaksızın yapılacak iade sınırını aşan kısmının %10'u kadar teminat alınmak suretiyle gümrük beyannamesi teyidi beklenilmeden yerine getirilmektedir. Ayrıca DTSS'ler, ihraç etmek şartıyla tedarik ettikleri mallarla ilgili ve onlar için düzenlenen her türlü evrak damga vergisi ve resim harcından muaf kılınmıştır. Diğer taraftan imalatçı olmayan mükelleflerinde DTSS'lere ihraç kaydıyla yaptıkları teslimlerde tecil terkin uygulaması kapsamına alınmıştır.

b) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Sağlanan İhracat Desteği

DTSS'ler ihraç kayıtlı olmak şartıyla, ithal ettikleri mallar için gümrük vergisi ödemezler. Sadece bu ithalattan dolayı ortaya çıkacak gümrük vergisinin %10'unu teminat olarak yatırırlar. İthal ettikleri malları süresi içerisinde üretimde kullanıp, bu ürünleri ihraç yaptıklarında teminatlarını geri alırlar. Ancak yapacakları ithalat miktarı, müracaat tarihinden önceki bir yıl içerisinde yapmış oldukları ihracat tutarı ile sınırlıdır.

c) Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine Sağlanan Kredilendirme Desteği

DTSS'lerin müracaat ettikleri tarihten bir önceki yılda gerçekleştirdikleri ihracat tutarları dikkate alınarak, Eximbank tarafından düşük faizli Türk Lirası ve Döviz kredisi kullanılmaktadır.

5. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin 1980-1992 Yılları Arasındaki Gelişimi

Dış ticaretin büyük ölçekli şirketler eliyle yürütülmesini öngören DTSS modeli ile ihracatta belirli mal grupları ve pazarlar konusunda uzmanlaşmış ekipler oluşturulması amaçlanmıştır⁵⁶.

Bu amaçla büyük ölçekli bu Şirketlere aşağıdaki teşvikler verilmiştir:

-Taahhüt ettikleri her türlü sanayi malı ve maden ihracatını gerçekleştirmek için İhracatı Teşvik Fonundan kredi sağlanması,

-İhraç edecekleri malların üretimde kullanılmak şartıyla her türlü hammadde ve yardımcı maddelerin ithalatı için döviz tahsisi,

-İhraç etmek şartıyla ambalajlama, paketleme, depolama ve nakliye gibi bir çok alanda yapacakları yatırımlarda, yatırım indirimi, faiz farkı iadesi, 7 yıl vadeli yatırım ve 3 yıl vadeli işletme kredisi sağlanması,

-İhracatta vergi iadesi, kaynak kullanım destekleme fonundan kredi sağlanması ve ek vergi iadesinin sağlanması,

⁵⁶ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, a.g.e., s.15.

-İhracat karşılığı dövizlerin bir kısmının yurt dışında kullanımlarının sağlanması gibi önemli teşvikler sağlanmıştır.

Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine sağlanan bu teşvikler sayesinde ilk yıllarda ülkenin toplam ihracatında belli bir artış sağlanmıştır. Bu teşviklerin 1981-1988 yılları arasında devam etmesi Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin ihracat işlemlerinde ve pazarların bulunmasındaki başarısını devam ettirmesine neden olmuş ve bu Şirketlerin ülke toplam ihracatı içindeki payını ortalama %45 dolaylarına yükseltmiştir⁵⁷. Ancak bu Şirketlerin toplam ihracat içindeki paylarının bu kadar yüksek olmasının en önemli nedeni, Devlet tarafından sağlanan yüksek teşvik avantajı ve ayrıcalıklarda yatmaktadır. 1988 yılının sonundan itibaren DTSS'ler; vergi iadelerinin ve munzam primlerin GATT sübvansiyon anlaşması gereği kaldırılması ve Körfez Kriziyle beraber Irak pazarının kapanması sonucu (özellikle imalat sanayi ile organik bağlantısı olmayanlar) kapanmak durumunda kalmışlardır⁵⁸.

DTSS'lerin faaliyetlerinin yoğunlaştığı 1981-1991 yıllarını kapsayan dönemdeki ihracattaki gelişmeler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

⁵⁷ İbrahim YAI.ÇİN, www.dtm.gov.tr/Ead/Dtdergisi/ocak98/kucuk.htm, a.g.e., s.1.

⁵⁸ BİS, **Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri**, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayınları, İstanbul 1993, s.53.

TABLO : 1.3: –Türkiye’nin ve DTSS’lerin 1981-1991 yılları arasındaki toplam ihracat ve ithalatı (Milyon Dolar)

Yıllar	Türkiye’nin Top.İhracat	Türkiye’nin Top.İthalat	DTSS’lerin Sayısı	Toplam DTSS İhracatı	DTSS’lerinTürkiyenin Top. İhr. Payı %
1981	4703	8933	20	423,27	9.0
1982	5746	8843	21	999,80	17.4
1983	5727	9235	24	1741	30.4
1984	7133	10757	27	2881,73	40.4
1985	7958	11343	27	2864,88	36.0
1986	7456	11105	27	2870,56	38.5
1987	10190	14158	46	4840,25	47.5
1988	11662	14335	37	5912,63	50.7
1989	11625	15792	29	4952,25	42.6
1990	12959	22302	23	4613,40	35.6
1991	13593	21047	20	3914,78	28.8

Kaynak: DPT ve BİS, **Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri**, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayınları, İstanbul 1993, s.58.

Tablodan da görüldüğü gibi 1981 yılında 20 DTSS, toplam ihracatın %9’unu yani 423 milyon dolarını gerçekleştirmekteydi. 1982 yılında DTSS sayısının sadece 21 olmasına rağmen yaptıkları yaklaşık 1 milyar dolarlık ihracatla ülke ihracatının %17,4’ünü gerçekleştirmesi, ihracatta örgütlenme modeli olarak uygulamaya konulan bu modelin başarılı olduğu izlenimi vermektedir. Bu izlenim 1983 ve 1984 yılında da devam etmiştir. Bu yıllarda DTSS’ler, sırasıyla ülke ihracatının önce 1 milyar 741 milyon dolarına tekabül eden %30,4’ünü ve 2 milyar 881 milyon dolarına tekabül eden %40,4’ünü gerçekleştirmişlerdir. Bu gelişmeler DTSS’lerin bu yıllarda ülke ekonomisinde ve dış ticaretinde önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Ancak 1985 yılından sonra DTSS’lere sağlanan ihracatı teşvik tedbirlerinin (kamu kaynaklarına dayalı ihracat kredileri kaldırılmış, kredi faiz oranları yükseltilmiş ve vergi iadeleri kademeli olarak indirilmiş, vb.) kaldırılması veya daraltılması sonucu toplam ihracatlarında bir gerileme başlamıştır. Bu yılda DTSS sayısının bir önceki yıla göre aynı olmasına rağmen ülke ihracatı içindeki yeri azalarak %40’tan %36’ya düşmüştür. 1986 yılında DTSS’ler 30 milyon doları

aşan ihracat işlemlerinden bir vergi iadesi almaktaydı. Bu yılda bu vergi iadesine ilaveten, eğer 50 milyon doların üzerinde bir ihracat işlemini gerçekleştirdikleri takdirde ihracatın tümüne %6'lık ek vergi iadesinin ödenmesinin kararlaştırılması, Şirketleri kar yerine, ihracat hacimlerini arttırmaya yöneltmiştir. Bu gelişme DTSS'lerin büyük tavizler vermesine neden olmuştur. Böylece KOBİ'ler; (imalatçı firmalar) ihracatta deneyim kazanmak yerine, DTSS'ler üzerinden ihracat yapar hale gelmişlerdir. Bu gelişme 1987 yılında DTSS sayısının 46'ya çıkmasına ve ülke ihracatının da %47,5'ini gerçekleştirilmesine imkan vermiştir. 1988 yılında ise Devlet fonlarının DTSS'ler tarafından imalatçı firmalara kullanılmak yerine başka sektörlerde kullanılmasının arttığı döneme rastlamaktadır. Başka bir deyişle ihracattaki performansları karşılığında DTSS'lere verilen teşviklerden sadece munzam vergi iadesinin bir bölümünün imalatçı firmalara verilip geriye kalan teşviklerin (KDV'siz ithalat, Doğu bloğuyla yapılan ticaretteki pazarlama primleri, özel eximbank kredileri,) tamamı DTSS'lerin bünyesinde kalması, imalatçı ihracatçı firmaları zor durumda bırakmıştır⁵⁹. DTSS'lerin Devlet fonlarını başka amaçla kullanmaları, uygulamadaki fonların kaldırılmasına neden olmuştur. Bu durum DTSS'lerin dış piyasalardaki etkilerinin kaybolması sonucunu doğurmuştur. Ayrıca uygulamadaki fonların kaldırılması veya azaltılması sonucunda, 1988 yılında DTSS sayısının bir önceki döneme göre azaldığı görülmektedir. DTSS sayısının azalmasına rağmen bu dönemdeki bu şirketlerin ülke ihracatı içinde payı %50,7 olmuştur. DTSS sayısı azalırken, ülke ihracatı içindeki paylarının artmasının en önemli sebebi, 1988 yılında belirli bir süre için uygulamaya konulan ihracat teşvikleridir. 1989 yılından sonra devlet destek ve teşviklerin daraltılması veya kaldırılması ile DTSS sayısında hızlı bir azalmalar meydana gelmiştir. Böylece 1991 yılında ülkemizde faaliyet gösteren DTSS sayısı 20'ye düşmüştür. DTSS sayısında

⁵⁹ BİS, **Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri**, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayınları, İstanbul 1993, s.54

azalmaya paralel olarak, bu şirketlerinde ülke ihracatındaki yeri de %28,8'lere gerilemiştir.

Tablo 1.3'den de anlaşıldığı gibi, 1982-1991 yılları arasında Türkiye'nin toplam ihracatı 5.7 milyar dolardan, 13 milyar dolara yükseldiği görülmektedir. Yine aynı dönemde devlet tarafından DTSS'lere sağlanan toplam teşvikler miktarı ise, 1982 yılında toplam ihracatın %9.3'ü, 1988 yılında toplam ihracatın %9.6'sı ve 1990 yılında ise toplam ihracatın %3.8'ini oluşturmaktaydı⁶⁰.

Sonuç olarak Türkiye'de uygulanan DTSS modeli aşağıdaki nedenlerden dolayı ülke ihtiyaçlarına cevap veren bir model olmaktan uzaklaşmıştır.

-DTSS'lerin elde ettikleri kaynakları ihracat yapan imalatçı firmaların gelişmesi için değil de ihracatla doğrudan ilişkisi olmayan sektörlerle kaydırmaları,

-DTSS'lerin aldıkları nakit teşvikleri uzun vadeli stratejiler kurmak yerine ihracat cirolarını pasif ihracata destek vererek şişirmeleri,

-DTSS'ler kendi ihraç hacimlerini artırmak için dış pazarlarda girişilen yoğun fiyat rekabet girmeleri nedeniyle ekonomik anlamda hızla gerilemeye başlamalardır.

Öte yandan ülke ihracatının DTSS'lerin faaliyetleri sonucu mu, yoksa ülkenin uyguladığı gerçekçi döviz politikası, iç talebin kısılması, reel faiz oranları politikası gibi makro ekonomik önlemler sonucu mu arttığının anlaşılamaması, model hakkında birtakım soruları gündeme getirmiştir. Ancak bu dönemde DTSS modelinin, az da olsa KOBİ'lerin sektörel bazda örgütlendikleri de görülmektedir. Örneğin, Giyim Sanayicileri Derneği (GSD), tekstil alanında üretim yapan birçok küçük işletmeyi çatısı altında toplayarak, bunların ürünlerini ihraç etmiştir. 1990 yılların başında Irak pazarının kapanması ve körfez krizinin de etkisiyle pazarlama şirketi konumunda olmayan DTSS'lerin ülke ihracatındaki payının azalmasının hız kazanması ve yeni Tebliğle DTSS ünvanı alabilmek için bir

⁶⁰ Mustafa ÖZCAN, a.g.c., s.51.

önceki yıl en az 100 milyon ABD doları ihracat yapma şartının getirilmesi, 1987 yılında 46 olan DTSS sayısını 1991 yılında 20'ye düşürmüştür.

Özet olarak, Türkiye'de DTSS'lere yönelik olarak uygulanan teşviklerin, başlangıçtan günümüze kadar bu şirketlerin ihracatlarına bakılarak belirli bir yüzdesi oranında direkt maddi katkılar şeklinde sağlanmış olmasından dolayı, söz konusu şirketler uzun vadeli ticari stratejiler ve kurumsal yapılarını geliştirme yerine ihracat cirolarını by-pass yoluyla şişirme yolunu seçerek kendilerinden beklenen gelişmeyi tamamlayamamışlardır⁶¹.

6. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Gruplandırılması

DTSS'lerin Dünyadaki ve ülkemizdeki oluşumları dikkate alındığında bunların her ülkede farklı amaç ve kurumlara bağlı olarak ortaya çıktıkları görülmektedir. DTSS'lerin kurulma amaçları bakımından dört grupta toplamak mümkündür.

Birinci grupta Japonya ve Tayvan'da ülkenin dış ticaretini yabancı şirketlerin tekelinden kurtarmak amacı ile kurulan Şirketler yer almaktadır. Bu şirketler daha çok iç pazara dönük ekonomik faaliyet yürütmektedir.

İkinci grupta G. Kore, Tayland, Türkiye, Filipinler, Malezya gibi ülkelerde ülke ihracatını artırarak ödemeler dengesini ülke lehine döndürmek amacıyla kurulan Şirketler yer almaktadır. Bu şirketler daha çok dış pazara dönük ekonomik faaliyet yürütmektedir. Bu yüzden belli bir riski ve iç piyasaya göre daha düşük kar elde etmeyi kabullenmektedir.

Üçüncü grupta, ABD'de büyük ölçekli şirketler ile uluslararası bağlantılı çalışan bankaların birlikte ihracatın artırılmasını sağlamak amacıyla çalışan Şirketler bulunmaktadır.

⁶¹ İbrahim ÖZDOĞAN, "Birlikten kuvvet doğar: SDS'ler ve Rekabet", **İGEME'den Bakış Dergisi**, İGEME Yayınları, Yıl:4 Sayı :14, Nisan-Haziran 2000, s.37. İGEME Yayınları, Yıl:4 Sayı :14, Nisan-Haziran 2000, s.37.

Dördüncü ve son grupta da imalat sektörünün ihracata yönlendirmek için yabancı firmaların teşvik edilmesi amacıyla kurulan Şirketler yer alır.

Öte yandan DTSS'ler, her ülkede farklı kurumlara bağlı olarak da ülke ekonomisine katkı sağlamaya çalışmışlardır. Örneğin büyük girişimcilerin öncülüğünde oluşturulan DTSS'ler, Japonya, G. Kore ve Türkiye'dedir. ABD ve Tayvan'da büyük bankalar, Brezilya ve Çin'de Devlet kuruluşları, Malezya'da ise kooperatifler aracılığıyla yürütülmektedir.

B. Türkiye'deki Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketi (ÇOŞ) Modeli

DTSS'lerin belli bir dönem ülke dış ticaretini göğüslemiş olmalarına rağmen Şirket yönetiminin bir veya birkaç büyük işletme kontrolünde idare edilmekteydi. Bu durum DTSS'lerin varolan kaynaklarını zamanla ihracatçı KOBİ'lerin gelişimi için kullanmamasına ve pasif ihracatçı konumuna dönüşmelerine neden olmuştur. Böylece bu Şirketler hem ülke ihtiyaçlarına yeterince cevap verememişler, hem de KOBİ'lerin gelişmesini sağlayamamışlardır. Bu nedenle KOBİ'leri ihracata yönlendirecek ve ihracatlarına hız kazandıracak yeni bir model arayışına girilmiş ve bunun sonucunda Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ) modeli ortaya çıkmıştır.

1992 yılında yayınlanan ihracat tebliğinde* tanımlanan ÇOŞ'lar, aynı sektörde yer alan ve imalatçı / imalatçı-ihracatçı olan en az 10 (on) işletmenin birleşmesiyle, her birinin payının en fazla %10 ile sınırlı olması ve en az 1 milyar ödenmiş sermayesi bulunması koşuluyla meydana getirilen bir ihracatta örgütlenme modelidir. Bu model içerisine, dış pazarlama yapan şirketlere ilaveten üretim, ithalat ve iç pazarlara yönelik pazarlama yapan şirketler de dahil edilmiştir. İtalyan DTSS'lerin oluşturulduğu gibi devlet teşvikiyle bazı girişimcilerin birleştirilmesiyle ortaya çıkan ÇOŞ'lar, imalatçı-ihracatçı KOBİ'lerin tek tek finansman, pazarlama,

* 14 Şubat 1992 tarih ve 21142 sayılı resmi gazetede yayınlanan ihracat tebliğinde ÇOŞ'ların tanımı, kuruluşu ve faydalanacağı teşvikler yer almaktadır.

teknoloji ve mevzuat yönünden karşı karşıya kaldıkları bir çok sorunun çözümüne imkan tanımıştır. Ancak bunların en önemli hizmetleri, finansman ve pazarlama hizmetleridir⁶². Finansman hizmetleri, birleşik pazarlık ve yaptırım gücüyle devletten (özellikle Eximbank kredilerini) düşük faizli kredi sağlamak veya bu işlemlere aracılık etmek ve bu kredileri gerçekten ihtiyacı olan KOBİ'lere kullandırmaktır. Öte yandan ortaklarının performanslarına göre finansal teşvikleri de (pazarlama primi gibi) dağıtmaktır. ÇOŞ'ların pazarlama hizmetleri ise şöyle sıralanabilir:

- Aktif ve kolektif bir pazarlama anlayışını oluşturmak,
- Yurt dışında etkin ticari fuarlar düzenleyerek, ortaklarının ürünlerini tanıtmak,
- Yurt dışında ofis ve büro açarak veya yabancı ortaklar bularak yeni ve hedef pazarlara açılmak,
- Yurt dışındaki gelişmelerle ilgili istihbarat ve enformasyon hizmetleri vermek,
- Dış ticaret mevzuatındaki sorunlarda ortaklarını hükümet nezdinde temsil etmek ve dış ticaret politikasının oluşturulmasına katkıda bulunmak,
- Ortaklarının gümrükleme, sigorta, nakliye, teşvik, gözetim ve kalite gibi sorunlarına yardımcı olmak,
- Ucuz hammadde ve teknoloji temininde ortaklarına yardımcı olmak.

Çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin bir araya gelmesi ile ortaya çıkan ve daha çok pazarlama aşamasında etkin olan Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketi (ÇOŞ) modeli, ortaklarının finansman problemlerine tatmin edici çözümler bulamadığı gibi⁶³; vergi iadesi, ihracata yönelik teşviklerin hangilerinden faydalanacağına ve teşvik paylaşımı konularına ilişkin bir açıklık getirilmemiş

⁶² BİS, a.g.e., ss.68-69.

⁶³ Mehmet MELEMEN, "Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler", **Dünya Gazetesi**, 7 Ekim 1997, s.4.

olması nedeniyle KOBİ'ler tarafından pek kabul görmemiştir. Bununla birlikte ÇOŞ sayısının artırılmamasının nedenlerinden biride, ortaklar arasında *güven* unsurunun yerleşmemiş olmasıdır⁶⁴.

Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketlerin (ÇOŞ), kendisinden beklenen gelişmeleri sağlamamalarına karşın, DTSS'lerde olduğu gibi işletmelerin geçmiş ihracat performansları baz alınmamış bunun yerine geleceğe yönelik ihracat taahhütleri dikkate alınmıştır. Bu da Modelin tüm eksikliklerine rağmen KOBİ'lerin önünü açmasına ve kendisinden sonra gelecek olan modelin (SDŞ) sağlam temeller üzerine oturtulmasına yardımcı olması sonucunu doğurmuştur.

C. Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) Modeli

Dünya ekonomisinde gözlemlenen son gelişmeler, özellikle ekonomik ilişkilerde çok yoğun bir işbirliğine ve bütünleşmeye gidildiğini göstermektedir. Kısaca Dünya ekonomisi AB, NAFTA APEC, KEİB gibi bloklarda gruplaşmakta ve toplanmaktadır. Türkiye'nin böyle bir bloklaşma ve bütünleşme sürecinin dışında kalması düşünülemez. Bu süreçte en önemli görev veya işlev, bir anlamda ülke ekonomisinin temel hücre yapısını ve kılcal damarlarını temsil eden KOBİ'lere düşmektedir. Bu nedenle özellikle KOBİ'lerin kaynaklarını birleştirerek uluslararası ticarete daha aktif rol almalarını sağlayıcı tedbirler alınması ve buna göre uygun düzenlemelerin yapılması zorunlu olmaktadır. Çünkü pek çok makro ekonomik sorunun çözümünde büyük ölçüde KOBİ'lerin, KOBİ girişimciliğinin desteklenmesi ve güçlendirilmesi gerekliliğine olan inanç artmaktadır.

Günümüz Türkiye'sinde ihracatçılarımızın önündeki en büyük engellerden biri, yeni pazarlara giriş sırasında karşılaşılan güçlüklerdir. Bir ihracatçının sattığı ürünü belli bir pazarda tutundurabilmesi, bazen uzun dönemli çaba ve büyük masrafları gerekli kılmakta, bu da firmaların ve genel olarak ülke ekonomisinin

⁶⁴ Cevdet BAYKAL, **KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, a.g.e., s.6.

sıkıntısını çektiği finansman sorunlarını gündeme getirmektedir. Bununla birlikte ülkeler KOBİ'leri desteklerken ekonomik açıdan bazı amaçları da gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Bunların başında, bu işletmelerin yaşamlarını ve faaliyetlerini devam ettirmesini sağlamak gelmektedir. Öte yandan KOBİ'lerin üretim, maliyet, pazarlama, rekabet, verimlilik, teknoloji ve ar-ge çalışmaları bakımından optimum ölçeğe ulaşmalarını sağlayarak geleceğin büyük ölçekli işletmeler grubuna geçmelerine fırsat vermekte amaçlanmaktadır. Böylece yeni girişimcilerin ortaya çıkmasına ve yeni yatırım alanlarının açılmasına imkan sağlanacağı öngörülmektedir. Bu da artan üretim için yeni pazarların bulunması ve bu pazarlara ulaşmak için KOBİ'lerin karşılaştığı mali, teknik vb. sorunların ortadan kaldırılması veya azaltılmasıyla yani ihracatın artırılması mümkün olabilecektir.

Bu bağlamda ekonomimiz içinde üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip KOBİ'lerin, uluslararası pazarlamaya yöneltililerek ülke ihracatına katkılarının artırılması gerekmektedir. Bu yönde izlenen devlet politikalarının bir sonucu olarak KOBİ'leri mali-teknik ve sosyal açıdan destekleyecek teşvikler getiren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeli geliştirilmiştir. Bu model sayesinde, hem KOBİ'leri örgütlenmeye, hemde ihracata yönelen KOBİ'lerin karşılaştığı yönetsel, örgütsel, pazarlama, üretim sorunlarına, insan kaynakları ve AR-GE faaliyetleri ile ilgili problemlerine çözüm bulunmaya çalışılmaktadır.

1994 yılında hem KOBİ'lere daha fazla teşvik ve destek vermek hemde Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketlerinde (ÇOŞ) gözlenen eksikliklerin giderilmesi amacıyla yeni bir yapılanma ihtiyacı doğmuştur. Böylece ÇOŞ'ların Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) olarak yapılanmasına gidilmiştir. Böylece 1996 yılında KOBİ'leri ihracatta örgütleyecek ve daha önceki örgütlenme modellerinin eksikliklerini giderecek olan SDŞ* modeli yürürlüğe girmiştir. Yeni örgütlenme

* 26.12.1996 tarihli Resmi Gazete'de ihracat 96/39 tebliğinde SDŞ'lerin tanımı, kuruluşu ve faydalanacağı teşvikler yer almaktadır.

modeli olan SDŞ'ler; KOBİ'lerin ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak Dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla, ihracat ve ilgili konularda (finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme vb.) hizmet sağlayarak, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu surette daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan şirketler olarak tanımlanmıştır⁶⁵. Bu tanımlama ile SDŞ'leri diğer modellerden ayıran en belirgin özellik; ilk kez modelin tamamen KOBİ'leri hedef alması ve ihracat ve ilgili konularda çok geniş bir yelpaze içerisinde hizmet sunulmasıdır. Bu bağlamda KOBİ'lerin SDŞ olarak örgütlenmesinin ülke ve işletmelere sağlayacağı faydalara da değinelim⁶⁶.

İhracata yönelik bu örgütlenme modeliyle; KOBİ'lerin bireysel olarak ihracat yaptıklarında karşılaştıkları zorlukları aşabilmeleri, bireysel pazarlama etkinliklerine göre daha güçlü pazarlama imkanları edinebilmeleri mümkün olabilmektedir. Diğer taraftan KOBİ'lerin SDŞ olarak örgütlenmeleri, kurulacak SDŞ'de görev alacak profesyonel personel vasıtasıyla, ihracat işlemlerinin, gümrükleme, nakliye, sigorta gibi faaliyetlerin daha etkin olarak gerçekleştirilmesini ve ihracata yönelik daha güçlü bir pazarlama imkanını sağlamaktadır. Ayrıca SDŞ'lerle ticari ilişkiye girecek ithalatçılar, münferit küçük işletmeler yerine ihracat işlemlerinde daha profesyonel olan SDŞ'lerle çalışacaklarından, ithalat yapmaları daha kolaylaşabilecektir. Ayrıca, SDŞ'ler ithalatçı firmalara tüm üyelerinin ürünlerini pazarladıklarından, ithalatçı firmalara daha geniş bir firma ve ürün sunumu olacaktır. Son olarak ta SDŞ'lerin, üyelerinin ihracatlarını gerçekleştirme yanı sıra üyelerine yeni pazar, yeni müşteri bulma, pazar paylarını artırma amacıyla da yapılanmış olmaları SDŞ modelinin amacına daha uygun bir yapılanma olarak görülmektedir. Çünkü, SDŞ modeli kapsamında başlıca beklenti, KOBİ'lerin dış ticarete %8 olan payının artırılmasıdır. Bu oran 1990 verilerine göre ABD'de %32,

⁶⁵ 26 Aralık 1996 – Sayı:22859 nolu Resmi Gazete'de Yayınlanan, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ (İhracat 96/39).

⁶⁶ www.igeme.org.tr/tur/sektorel/sds3.htm

Almanya'da %31, Hindistan'da %50, Japonya'da ise %38 seviyesindedir⁶⁷. Bu amaca yönelik faaliyet gösterecek SDŞ'lerin, hem üyelerinin ihracatını kolaylaştıracak, hem de yeni ihracat imkanları yaratacak faaliyetlerde bulunacak şekilde yapılanmaları daha doğru görülmektedir.

1. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Hukuki Yapısı

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, kurulduğu yörelerin "Normal" ve "Kalkınmada Öncelikli" olması bakımından farklı şartlara sahip olabilmektedir.

Buna göre Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin hukuki yapısını temel başlıklar altında açıklayabiliriz⁶⁸:

a) Normal yörelerde kurulan SDŞ'ler sadece üretim sektöründe faaliyet gösterebilirler ve aşağıdaki şartları yerine getirmek zorundadırlar.

- En az 10 (on) KOBİ'nin bir araya gelmesi,
- En az 10 (on) milyar TL ödenmiş sermayesi A.Ş. olması,
- Ortakların sermaye paylarının %10'dan fazla olmaması,
- 1-200 arasında işçi istihdam etmesi gibi şartları yerine getirmiş olmaları gerekir.

b- Kalkınmada Öncelikli Yörelerde kurulan SDŞ'ler üretim ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösterebilirler ve aşağıdaki şartları yerine getirmek zorundalar.

- En az 5 (beş) KOBİ'nin bir araya gelmesi,
- En az 5 (beş) milyar TL ödenmiş sermayeli A.Ş. olması,
- Ortakların sermaye paylarının %20'den fazla olmaması,
- 1-200 arasında işçi istihdam etmesi gibi şartları yerine getirmiş olmaları gerekir.

c- SDŞ'lerin kurulması ve gelişmesinde yardımcı olmak amacıyla; Normal

⁶⁷ İbrahim ÖZDOĞAN, a.g.e., s.36.

⁶⁸ 6 Ocak 1996 – Sayı:22515 nolu Resmi Gazete'de Yayınlanan, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ (İhracat 96/5).

ve Kalkınma Öncelikli Yörelerde kurulan SDŞ'ler aşağıda belirtilen unsurlardan en fazla ikisini bünyelerinde bulundurabilirler.

- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, kurucu ortak olarak, 200'den fazla işçi istihdam eden şirketler,
- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak ve şirkette profesyonel yönetici olarak çalışmak kaydıyla gerçek kişiler,
- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, SDŞ'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal, ekipman ve hizmet sağlayan şirketler,
- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, kooperatif birlik, vakıf ve mesleki federasyon vb. kuruluşlar,
- Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı (d maddesinde belirtilen kuruluşlar hariç) çıkartılması gerekmektedir.

d- Müracaat sırasında aşağıdaki belgelerle birlikte müracaat formunu doldurarak Dış Ticaret Müsteşarlığı-İhracat Genel Müdürlüğüne başvuru yapılması gerekmektedir.

- Şirketin ve her bir ortak firmanın ana sözleşmesi (İlgili Ticaret Sicili Gazetesi veya Noter Tasdikli Örneği TESK'e bağlı meslek federasyonları üyeleri için Esnaf ve Sanatkarlar Sicili aranır),
- İmza Sirküleri,
- Her ortak için Kapasite Raporu (İlgili meslek kuruluşlarından alınacak) (El dokuması, halı-kilim, yazılım ve hediyelik eşya ile profesyonel yönetici ve kuruluşlar hariç)
- Birlik, kooperatif, vakıf ve mesleki federasyonlar için kuruluş belgeleri
- Gerçek kişi ortağın özgeçmişi
- Sermayenin ödenmiş kısmını gösterir banka dekontu.

2. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İşlevleri

Ülke ekonomisi açısından ihracat çok önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden ihracatın; ithalatı karşılamak, yeni iş imkanlarının ortaya çıkarılması, teknoloji transferinin sağlanması, uzmanlaşmanın artırılması ve ülkeye döviz girişinin hızlandırılması gibi ülke ekonomisine önemli etkileri vardır. Bundan dolayı SDŞ'lerin mevzuat ve teşvik bakımından özellikle KOBİ'lerin ve büyük şirketlerin dışa açılma sırasında karşılaştıkları sorunları bertaraf etmesi gerekmektedir. Yeni ihracatta örgütlenme modelimiz olan SDŞ'ler üstlendikleri fonksiyonlar itibariyle, KOBİ'lerin dışa açılmada karşılaştıkları sorunlara birebir karşılık gelmektedir. Bu fonksiyonları; pazarlama, finansman, teknik ve ihracat işlemleri olmak üzere başlıca dört grupta incelemek mümkündür⁶⁹.

a) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Pazarlama İşlevi

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin en önde gelen işlevi, KOBİ'lerin ürünlerinin uluslararası pazarlarda pazarlanmasıdır. Bu fonksiyonu sayesinde KOBİ'ler daha az uzman personel istihdamıyla tüm ortakların ürünlerini uluslararası piyasalarda pazarlamasını yapmakta ve diğer sabit maliyetleri de düşürmek suretiyle etkin bir şekilde çalışabilmektedirler. Diğer taraftan SDŞ'ler sadece yurtdışı pazarlar hakkında kısa süreli araştırmalar yerine, yurtdışında daimi temsilcilik ve doğrudan pazarlama amaçlı şirketler kurarak bu fonksiyonu yerine getirmişlerdir. KOBİ'ler ihracata genellikle kısa vadeli bir perspektiften yaklaşırken, SDŞ'ler profesyonel bir eğilime sahiptirler. Bu nedenle gerek yeni pazar bulunmasına, gerekse de mevcut pazarlarda ihraç ürünlerinin pazar payının artırılmasına ve tutundurmaya yönelik faaliyetleri daha bilinçli olarak yerine getirebilmektedirler.

⁶⁹ Bekir GÖVDERE, *Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma*, www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/mis2000/sektorel.htm. Nisan 2000, s.1.

b) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Finansman İşlevi

SDŞ'lerin finansman işlevi ile başlıca iki unsur, üreticinin ve yurtdışındaki müşterinin finanse edilmesi ifade edilmektedir. İmalatçının finansmanı hem işletme faaliyetleri bazında, hem de ihracat işlemlerine yöneliktir. SDŞ'ler bankalardan özellikle de Eximbank'tan daha uygun koşullarda kredi temin ederek bunları ortaklarına kullandırmaktadırlar. Ayrıca SDŞ'ler ortakları olan çok sayıda işletmenin ihracat işlemlerini tek elden yürüttüğü için söz konusu sabit maliyetlerde azalma olmaktadır. Bu durum da ihracatın finansmanı sorununa hissedilir bir rahatlama meydana getirebilmektedir. Yurtdışındaki müşterinin/ithalatçının finansmanı ise, ithalatçıya kredi açılması şeklinde olmaktadır. Bu şekilde, bir taraftan müşterinin ürüne talebi canlı tutulurken öte yandan, ihracat miktar olarak artırılabilir. SDŞ'ler finansman ihtiyacını sadece diğer bankalardan aldıkları krediler ile değil aynı zamanda, kendi bünyelerinde oluşturdukları banka ve leasing şirketleri ile de yapabilmektedirler.

c) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin İhracat İşlemleri İşlevi

İhracat işlemleri fonksiyonu, ihracatla ilgili hammadde tedariki, nakliye ve sigortası, gümrük işlemleri ve ürünün depolanması, paketlenmesi, gibi konuları kapsamaktadır. Bu işlemlerin toplam maliyet içindeki payı, birçok işletmenin ihtiyaçlarının tek elden yapılması ile önemli ölçüde azalmaktadır.

SDŞ'ler ihracat işlemleri fonksiyonunu iki yoldan birisiyle ama genellikle ikincisini kullanarak yerine getirmektedirler. İlk olarak, yukarıda belirtilen hizmetleri sunan şirketlerle anlaşarak, bu işlemleri daha düşük maliyetle yaptırabilmektedirler. İkinci yolda ise kendi bünyelerinde yan kuruluşlarla (nakliye, sigorta, leasing, gümrük vb.) ortaklarına hizmet vermektedirler.

d) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Teknik İşlevi

SDŞ'ler mevcut ve yeni pazarlarla ilgili mevzuatları ve Türkiye'deki mevzuatı uzmanları ile daha yakından izleme olanağına sahiptirler. SDŞ'lerin teknik

fonksiyonu kapsamında bir konunun daha incelenmesinde fayda bulunmaktadır. SDŞ'ler yurtdışından kendilerine gelen talepleri, ortakları arasında koordinasyonu sağlayarak, büyük hacimli siparişlerin karşılanmasında önemli bir işlevi de yerine getirmektedirler.

3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Devlet Yardımları ve Destekleri

Büyüme ve gelişmenin istikrarını ve sürekliliğini temini için ülke ekonomisinin rekabet gücünün uluslararası piyasaların rekabet ortamına uygun olması gerekmektedir. Çünkü, ihracatçılarımızın dış pazarlarda eşit şartlarda rekabet edebilmesi, büyümenin lokomotif gücü olarak kabul edilen ihracatımız açısından çok önem arz etmektedir. Bundan dolayı, ihracatçılarımız Dünya pazarlarında geri kalmamaları ve rekabet edebilmelerini teminen devlet tarafından 1980 yılından sonra ihracatın teşviki amacıyla; ihracatta vergi iadesi, DFİF primi ödemesi, KKDF ödemesi, İhracatta kurumlar vergisi istisnası, enerji desteği, navlun ödemesi ve kamu kaynaklı giderlerin mahsup yoluyla karşılanması gibi ana teması doğrudan parasal ödemeler, istisnalar ve düşük faizli krediler teşvik enstrümanı olarak kullanılmıştır⁷⁰. Ancak bu durum bazı destek ve yardımların uluslararası anlaşma (AB, GB, Dünya Ticaret Örgütü) normlarına uygun hale getirilmesinin zorunlu hale kılmıştır. Bundan dolayı 1994 yılı sonundan itibaren ihracata yönelik doğrudan nakit teşvikleri bir daha gündeme gelmemek üzere kaldırılmıştır. Bu anlayışla devlet, 24 Aralık 1994 tarihindeki Bakanlar Kurulu Kararı ile KOBİ ve SDŞ gibi ihracatta örgütlenen şirketlere AB ve GATT normlarına uygun bir takım yardım ve destekleri uygulamaya başlamıştır. Bu yardım ve destekler, ülke ekonomisinin durumuna göre sürekli güncelleştirilmektedir.

⁷⁰ DTM, **İhracatta Devlet Yardımları Uygulaması**, DTM Ekonomik Araştırma ve Değerlendirme Müdürlüğü Kurum içi Eğitim Raporu, Ankara, Şubat 1999, s.3.

Bu karar, bölgeler arası farklılıklardan kaynaklanan ekonomik ve sosyal dezavantajların ortadan kaldırılmasına, yeni eğitim olanakları sağlanarak istihdamın güçlendirilmesine, özellikle yeni ürün, üretim sistemi ve teknoloji kullanan sektörlerde araştırma ve geliştirme programlarının uygulanmasına, aynı üretim alanında faaliyet gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin örgütlenmelerine, çevre sorunlarının önlenmesi için sanayinin yeniden yapılanmasına, GATT taahhütlerimiz çerçevesinde tarım ürünlerinin desteklenmesine, ürünlerimizin uluslararası alanlarda tanıtımına ve Pazar anmasına ilişkin devlet yardımlarını kapsamaktadır⁷¹.

Kısaca ihracatta, devlet yardımları şu şekillerde gerçekleştirmektedir.

- Parasal Teşvikler
- Parasal Olmayan Teşvikler
- Eximbank Kredileri

a) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Parasal Teşvikler

Uluslararası taahhütlerimize uygun bir şekilde, üreticiye yardımcı olmak, ihracatçının her açıdan gelişmesini desteklemek ve özellikle KOBİ ve SDŞ gibi ihracatta örgütlenen şirketlerin dış ticaretimizdeki hak ettikleri yere getirmek için parasal teşvikler uygulanmaktadır. Bu parasal teşvik kapsamından faydalanan işletmeler ve teşvikler şöyledir:

- a- 1-200 işçi istihdam ettiği bağlı olduğu meslek kuruluşunca tevsik edilen,
- b- Gerçek usulde defter tutan,
- c- İmalat sanayi alanında faaliyette bulunan,
- d- Arsa ve bina hariç, mevcut sabit sermaye tutarı, bilanço net değeri itibariyle iki milyon ABD doları karşılığı TL'yi aşmayan işletmelerdir.

Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) : Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından

⁷¹ Nilüfer SANDALLI, "KOBİ'lerin Örgütlenmesinde Yeni Bir Model: SDTŞ'lere İhracata Yönelik Devlet Yardımları", **İGEME-DTKİB Dış Ticaret Eğitim Programı**, Denizli, Nisan 1997, s.6.

SDŞ ünvanı verilen şirketlerdir.

Üretici Dernekleri : Aynı imalat dalında faaliyette bulunan üretici şirketlerin kurduğu derneklerdir.

Küçük Ölçekli Sanayi İşletmeleri : İmalat sanayi sektöründe faaliyette bulunan,1-50 arasında işçi çalıştırdığı bağlı olduğu meslek kuruluşunca tevsik edilen, gerçek usulde defter tutan,ve bünyesinde işletmeci, mühendis veya üretim konusu gereği spesifik alanda uzmanlık eğitimi görmüş işletmelerdir.

SDŞ'lere ve KOBİ'lere yönelik uygulanan parasal teşvikler şöyle sıralanabilir.

**i. Araştırma Geliştirme (AR-GE) Faaliyetlerinin Desteklenmesi
(SDŞ- KOBİ)**

4 Kasım 1998 tarihinde resmi gazetede yayınlanan Araştırma-Geliştirme Yardımı tebliğiyle; Kavram geliştirme, teknoloji / teknik ve ekonomik yapılabilirlik etüdü, geliştirilen kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan laboratuvar çalışmaları vb. çalışmalar, tasarım ve çizim çalışmaları, prototip üretimi, pilot tesisin kurulması, deneme üretimi, patent ve lisans çalışmaları ve satış sonrası sorun giderme hizmetleri desteklenmektedir. Bu destekten sanayi kuruluşları ve Yazılı geliştirmeye yönelik faaliyet yapan şirketler faydalanmaktadır. Kısaca bu tebliğ ile Ar-Ge projeleri; Yeni bir ürün üretilmesi , Ürün kalitesi/standardının yükseltilmesi , Yeni üretim teknolojileri geliştirilmesi ve Yeni bir teknolojinin yurt koşullarına uyarlanması için yapılan Araştırma Geliştirme çalışmaları ve bu çalışma sonuçlarının;araç ,gereç , malzeme ,ürün , yöntem, sistem üretim tekniğine , dönüştürülmesi için bilimsel esaslara uygun olarak yapılan çalışmaları kastedilmektedir⁷². Buradan hareketle İşletmelere, yeni ürün geliştirmesi veya mevcut ürünlerin rekabet gücünün yükseltilmesine veya bu amaçla üretim yönetimi, sistemi ve teknolojilerin araştırılmasına ve geliştirilmesine yönelik projeleri sermaye

⁷² <http://www.kobinct.org.tr/kosgcb/kosgcb-argc.html>.

desteği verilmektedir. Bu tebliğde yer alan başlıca destekler řunlardır⁷³.

-AR-GE faaliyetlerinin Proje Bazında Desteklenmesi.

Kuruluşların kendi bünyelerinde veya Türkiye’de olmak kaydıyla bünyeleri dışında gerçekleştirdikleri ar-ge faaliyetleriyle ilişkin harcamaların belli bir kısmının karşılanmasıdır. Bir nceki dönemle ilgili ve ölçülebilir olmak kaydıyla bu faaliyetlerin kapsamı :

- Personel giderleri(araştırmacı ve araştırmada kullanılan teknisyen),
- Araştırma faaliyetlerinde kullanılan alet, teçhizat, yazılım giderleri,
- Araştırmada kullanılan danışmanlık hizmeti, eşdeğer hizmet alım gideri,
- lke içindeki ar-ge kurum ve kuruluşlara ödenen ar-ge hizmet giderleri,
- Doğrudan ar-ge faaliyetleri ile ilgili malzeme alımı vb. giderler,
- Patent başvuru giderlerinden oluşmaktadır.

Bu bağlamda ar-ge faaliyetlerinin proje bazında desteklenmesi için üç(3) yıl vadeli, temel destek oranı %50 (azami destek oranı ise %60) olan bir teşvik uygulanmaktadır. Bu destekte Dış Ticaret Müsteşarlığı yetkili olmasına rağmen uygulamacı kuruluş TBTAK’tır.

-Projelere Sermaye Desteği Sağlanması.

Bu destek kapsamında TTGV ile proje sahibi kuruluş arasında bir sözleşme imzalanır. Destek oranı %50 olan Proje sermaye desteği; ürün geliştirme projelerine ve Stratejik odak konuları projelerine sermaye desteği şekilde ikiye ayrılmıştır. rn geliştirme projelerine sağlanan sermaye desteğinin süresi iki(2) yıl, azami destek oranı ise bir(1) milyon ABD dolarıdır. Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonundan projeyi yürüten sanayi kuruluşlarının; ticari değer olan yeni ürün oluşturmasına veya mevcut ürünlerinin rekabet gücünün yükseltilmesine yada bu

⁷³ DTM , **İhracatta Devlet Yardımları Uygulaması**, DTM Ekonomik Araştırma ve Değerlendirme Müdürlüğü Kurumui Eğitim Raporu, Ankara, Kasım 1998.

amaçla üretim yönetimi, üretim sistemi ve tekniklerinin araştırılmasına ve geliştirilmesine yönelik ar-ge projelerini desteklenmesine imkan vermektedir. Stratejik odak konuları projelerine sermaye desteğinin ise destekleme süresi bir (1) yıl, azami destek oranı 100.000 ABD doları ve destek oranı proje giderinin tamamıdır. Bu destek kapsamında; ülkemizin mevcut sanayi yapısını, teknoloji ve insan birikimini, uluslar arası karşılaştırmalı üstünlükler dikkate alınarak hangi alanlarda teknolojik projelerin hazırlanması gerektiğini veya ar-ge faaliyetlerinin gelişmesi için alınacak tedbirleri tespit eden projeler desteklenmektedir.

- Destek sağlanan diğer projeler.

Eureka projelerine süre kısıtlaması olmaksızın %50 oranında destek sağlanması ve üniversitelerin yapacakları harcamaların da 100.000 ABD dolarlık kısmının karşılanması (Avrupa Teknoloji İşbirliği Anlaşması çerçevesinde ileri teknoloji alanında şirketler ve araştırma kurumların yürüttüğü projeler),

Birden çok sanayi kuruluşunun TÜBİTAK/TTGV ile birlikte kurdukları şirketlerin ar-ge harcamalarının %60 oranında desteklenmesi

ii. Pazar Araştırması Desteği (SDŞ, KOBİ, Üretici Dernekler)

Bu program; yeni pazarlara girmek, bu pazarları tanımak ve pazarların özelliklerine göre politikalarını belirlemek isteyen KOBİ, SDŞ ve üretici derneklerini finansal destek sağlamak için oluşturulmuştur. Bu bağlamda, İGEME ve İKV tarafından belirlenen standartlarda hazırlanmak şartıyla; KOBİ'lerin kendileri yaptıkları veya başka şirketlere yaptırdıkları, Üretici Dernekleri ve SDŞ'lerin üyeleri için yapacakları veya yaptıracakları ya da bizzat İGEME ve İKV tarafından hazırlanıp yürütülecek pazar araştırması projelerini kapsamaktadır.

Pazar araştırması desteğinden yararlanacak projeler şunlardır⁷⁴:

-KOBİ, SDŞ, Üretici Derneklerinin kendi bünyelerinde yürütecekleri projeler.

KOBİ, SDŞ veya Dernekler, bizzat kendi personelinden yetenekli ve tecrübeli bir elemanı görevlendirerek, araştırmayı kendi bünyeleri içinde yürütebilirler,

- Danışmanlık Şirketlerine Yaptırılacak Projeler.

Pazar araştırması hizmeti veren danışmanlık şirketlerinin veya kurumlarının KOBİ,SDŞ veya üretici derneği nam ve hesabına yürütecekleri projelerdir. Söz konusu projeler, profesyonel danışmanlık şirketleri bünyesindeki pazar araştırmacıları tarafından masa başı ve alan araştırmasına dayalı olarak gerçekleştirilir.

- İGEME'nin KOBİ, SDŞ/Üretici Dernekleri Hesabına Yürütülecek Projeler.

KOBİ, SDŞ veya üretici derneklerinden talep gelmesi ve gerek proje, gerekse iş programı açısından İGEME tarafından uygun görülmesi halinde İGEME, bir danışmanlık kurumu gibi KOBİ, SDŞ veya üretici derneği namı ve hesabına İPAD programı kapsamında masa başı ve alan araştırmasına dayalı pazar araştırmaları yürütebilir.

- İGEME'nin Bizzat (Kendiliğinden) Yürüteceği Projeler.

Pazar araştırması projeleri bizzat İGEME tarafından da hazırlanıp yürütülebilir. Bu araştırmalar yayınlanarak kamunun istifadesine sunulur. Böyle bir projenin maliyeti İPAD programı kapsamındaki koşullarda karşılanır. Ayrıca şirketlerin bir defada bir projeleri değerlendirmeye alınır. İkinci projenin değerlendirmeye alınabilmesi için ilk projenin bitirilip DTM'ce onaylanması gerekmektedir.

Bu bağlamda bir KOBİ'nin pazar araştırması için kullanacağı azami tutar 75.000 ABD dolarıdır. Ancak 1 (bir) yıl içerisinde kullanacağı azami tutar 15.000

⁷⁴ <http://www.igeme.org.tr/kosgeb/pazar-argc.html>.

ABD doları aşmamakla beraber tek bir proje için kullanabileceği azami tutar 7500 ABD dolarıdır.

SDŞ veya Üretici Derneği'nce yürütülecek pazar araştırması için sayı sınırlaması ve üst sınır olmaksızın bir yıl içerisinde kullanılabilecek azami destek tutarı 50.000 ABD doları olup, bir yıl içinde proje bazında azami destek tutarı 10.000 ABD dolardır.

Bunun yanında KOBİ, SDŞ ve Üretici derneklerin DTM'nin uygun bulduğu uluslararası işbirliği faaliyetlerini de desteklemektedir. Bu kapsamda, bir şirketten bir kişinin 500 ABD doları geçmemek şartıyla yol ve günlük 100 ABD doları geçmemek şartıyla konaklama giderlerinin %70'ini desteklemektedir. Bu destekten şirketler en fazla iki defa yararlanırlar.

iii. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi(SDŞ-KOBİ)

Uluslararası düzenlemelerle çevreye yönelik teknik mevzuat ve standartların giderek daha fazla öneme sahip olmaları ve özellikle sanayileşmiş ülkelerin bu konudaki düzenlemeleri bazı hallerde maliyet artırıcı ve tarife dışı engel şeklinde karşımıza çıkmaktadır⁷⁵. Bu kapsamda KOBİ'lerimizin kalite ve çevre belgelerinden doğan harcamaları desteklemektedir. Buna göre:

- ISO 9000 serisi kalite güvence sistemi belgelerini,
- ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi belgelerini,
- CE işaretini,
- Uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerini alma masraflarının bir kısmı (yalnız belgelendirme harcamaları) karşılanacaktır.

Ancak işletmelerin yukarıda bahsedilen belgeleri almaları halinde yapacakları harcamaların en fazla %50'si destekleme kapsamında karşılanabilecektir.

⁷⁵ Ömür BERKİ, "Bir İhracat Klasığı Tcşvik", **İGEME Dergisi**, Sayı: 4, Ekim-Aralık 1997, s.11.

iv. Eğitim Yardımı (SDŞ-KOBİ)

KOBİ'ler, SDŞ'ler ve bu şirketin ortağı bulunan işletmelerin verimliliklerini arttırarak dış ticarete rekabet edebileceği malları üretmelerini kolaylaştırmak, profesyonel yöneticiliğin yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi, iş görenlerinin eğitim seviyelerinin yükseltilmesine ilişkin faaliyetleri desteklemektedir. Bu faaliyet kapsamındaki eğitim konuları şunlardır:

-İleri üretim teknikleri ve yeni teknolojiler,

-Toplam kalite yönetimi, tedarik, üretim, ambalajlama, ürün ve çevre standartları,

-Potansiyel girişimcileri yönlendirme, iş planı, fizibilite hazırlama, şirket kurma, iş güvenliği, bilgi kaynakları,

-Liderlik, örgüt yönetimi, büyüme, yapılanma, davranış kuralları, işgücü sorumluluğu, şirketsel-örgütsel yapılanma, işgücü yönetimi ve benzeri alanları kapsamaktadır.

Bu faaliyet kapsamında uygulama programlarını şöyle özetleyebiliriz:

Yurt İçi ve Dışı Eğitim Kurumları.

Eğitim faaliyeti veren kurum ve kuruluşlar tarafından şirket yöneticileri veya çalışanlarına iş başında veya işyeri dışında sağlanacak eğitim hizmetleri. Yurt dışında uluslararası kabul görmüş kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenen eğitim programlarına katılım.

Profesyonel Danışmanlık.

İşletmelerin ihtiyaç duydukları, kariyer sahibi ve yeterli düzeyde kamu veya özel sektör deneyimi bulunan profesyonel danışman istihdam ederek iş başında verilen eğitim hizmeti.

Üniversite İle İşbirliği.

İşletmelerin, üniversiteler ve üniversitelerin kurduğu vakıf şirket veya uygulama merkezlerine hazırlatacakları projeler çerçevesinde, öğretim üye ve görevlilerinin işletme çalışanlarını iş başında eğitimi.

İşlemeler Arası İşbirliği.

Üretim faaliyetleri bakımından birbirleri ile entegre olan, birbirlerini tamamlayan işletmelerin, birbirlerinin eksik yönlerini giderici mahiyette üretim, yönetim, teknoloji ve pazarlama konularında kendi aralarında düzenleyecekleri eğitim programları.

Tüm bunların ışığında KOBİ ve SDŞ'lerin doğrudan eğitime yönelik olarak hazırladıkları ve üç aydan fazla süreli olmayan eğitim programları için yapılan toplam harcamaların KOBİ'ler %50'si ve SDŞ'ler için %75'i fatura karşılığında firmalara ödenecektir. KOBİ'ler ve SDŞ'ler için eğitim yardımı desteğinden aynı yıl içinde azami üç ay süreyle yurtiçi ve yurt dışı üçer defa olmak üzere en fazla 6 (altı) kez yararlanabilirler. Yıllık azami destek tutarı yurtiçi programlarda KOBİ'ler için 5.000 ABD Doları, SDŞ'ler için 15.000 ABD Dolarıdır. Yurtdışı programlarda ise azami destek tutarı 7500 ABD dolarıdır⁷⁶

v. Yurtdışında Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi(SDŞ, KOBİ ve KOBİ dışındaki büyük şirketler)

KOBİ'lerin, SDŞ'lerin ve KOBİ dışındaki büyük şirketlerin, ihrac ürünlerinin uluslararası pazarlarda tanıtılması ve yeni pazarlara girmesinin ülke ihracatının artırılması açısından önemli olduğu tartışılmazdır. Bundan dolayı yurtdışı fuarlara katılımın desteklenmesi gerekmektedir. Bu amaçla kuruluşların fuarlara milli düzeyde veya bireysel katılımlarını artırmak için geniş finansal kaynaklarla

⁷⁶ 29.01.2000 tarih ve 23948 sayılı resmi gazetede yayınlanan Para-kredi ve koordinasyon kurulunun 2000/2 sayılı tebliği

desteklemiştir. Buna göre Milli katılımlarda; yurt dışında düzenlenen fuar / sergiler için, Müsteşarlıktan yeterlilik belgesi alarak ve İhracatçı Birliklerine başvurarak, milli katılımı gerçekleştirilen organizatör firmaların organizasyonunda söz konusu fuarlara iştirak eden firmaların organizatör firmaya metrekare başına ödeyecekleri katılım ücretlerinin, organizatör firmanın konferans, panel vb. tanıtım faaliyetlerine ilişkin masraflarının⁷⁷;

- Büyük firmalar için 7000 ABD dolarını aşmamak kaydıyla %50'si,
- KOBİ ve SDŞ'ler için 8500 ABD dolarını aşmamak kaydıyla %60'ı,
- Kalkınmada Öncelikli Yörelerde kurulan KOBİ'ler ve SDŞ'ler için 10.000 ABD dolarını aşmamak kaydıyla %70'i desteklenmektedir.

Ayrıca, DTM tarafından onaylanan bir proje kapsamında fuar / serginin birden fazla ülkede gerçekleştirilmesi durumunda ise 12.000 ABD dolarını geçmemek kaydıyla katılım ücretinin %70'i; Amerika, Avustralya, Afrika Kıtası ve Uzakdoğu Ülkeleri'nde milli katılım organizasyonu ile iştirak edilen fuar ve sergilerde de 5000 ABD dolarını geçmemek kaydıyla nakliye giderinin %70'i desteklenmektedir.

-Bireysel katılımlarda; Yer kirası, stand inşası ve dekorasyonuna ilişkin giderlerin %50'si, Fuar mallarının nakliyesine ilişkin olarak, her metrekare için 75 kg'ı veya 1/4 metreküpe geçmeyecek şekilde hesaplanacak nakliye giderlerinin %50'si desteklenmektedir.

⁷⁷ Para-kredi ve koordinasyon kurulunun 95/6 sayılı tbbliği ve 97/3 sayılı değişiklik tbbliği

Tablo 1.4: Yurtdışında Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi

A) Milli Katılımlarda İştirakçi Firmalara Sağlanan Destekler	Destek Azami	
	Oranı	Destek
I) Katılım Payı Desteği (azami 420\$/m2)		
a) Büyük ölçekli firmalar için	% 50	7.000 \$
b) KOBİ/SDŞ'ler (her bir üyesi) için	% 60	8.500 \$
c) Kalkınmada öncelikli yörelerdeki KOBİ/SDŞ'ler (her bir üyesi) için	% 70	10.000\$
d) Gemi, tır, tren v.b. araçlarda düzenlenecek fuar/sergiler için	% 70	12.000 \$
II) Navlun Desteği (azami 75 kg veya ¼ m3) (Amerika, Avusturalya, Afrika kıtaları ve U.Doğu ülkelerindeki fuarlar için)	% 70	5.000 \$
B) Milli Katılımlarda İştirakçi Firmalara Sağlanan Destekler	Destek Oranı	Azami Destek
a) Konferans, seminer, panel, defile v.b. tanıtım masrafları	% 50	25.000 \$
b) Toplam stand alanı 250 m2 yi aşan fuar/sergilerde 25-50 m2 arasında inşa edilecek toplantı salonu, görüşme odası, info-stand masrafları	% 50	7.500 \$
C) Milli Katılımlarda İştirakçi Firmalara Sağlanan Destekler	Destek Oranı	Azami Destek
a) Yer kirası, stand inşası ve dekorasyon	% 50	50.000 (*)
b) Nakliye gideri (azami 75 kg veya 1/3 m3)	% 50	
c) Fuar/serginin konusu;		
- enformatik		
- ileri malzeme teknolojisi		
- gen mühendisliği		
- uzay ve havacılık teknolojisi ise:		
(a) ve (b) deki giderler için	% 70	60.000 \$

Kaynak :İGEME

vi. Yurtdışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi (SDŞ VE Türkiye'deki tüm firmalar)

Başarılı bir ihracat politikasının başlıca öğelerinden birisi, faaliyette bulunan pazarlarda temsilcilik, büro ve mağaza gibi araçlar vasıtasıyla doğrudan tüketiciye ulaşmak, kendi enformasyon ve dağıtım kanallarını kurmaktır. Bu amaçla, Türkiye'de sınai ve ticari faaliyette bulunan şirketler; kuruluş, işletme ve tanıtım giderlerinin belirli bir kısmının Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu'ndan karşılanması

sonucu doğmuştur. Bu amaçla para-kredi ve koordinasyon kurulunun 97/9 ve 98/14 sayılı değişiklik tebliğinde bu kapsamda dört tür destek sağlanmıştır⁷⁸. Bu desteklerin ilki yurtdışında kendi unvan ve markası ile satış yapmak amacıyla ofis, depo ve mağaza açılmasına destek sağlanmasıdır. Bu bağlamda, Türkiye'de sınai ve ticari faaliyette bulunan bir şirketin yurtdışındaki kendi unvan ve markasıyla toptan ve / veya perakende satış yapmak amacıyla depo ve mağazaların aşağıda belirtilen giderleri karşılanacaktır.

Sabit varlıkların, bir defalık alımından doğan masrafların 20.000 ABD dolarını aşmaması şartıyla; %50'si, Kira bedelinin, yıllık 50.000 ABD dolarını aşmaması şartıyla; 1. yıl %50'si, 2. yıl %30'u, Yazılı ve görsel tanıtım araçları kullanılarak yapılan reklam harcamalarının yıllık 30.000 ABD dolarını aşmaması şartıyla; 1. yıl %30'u, 2. yıl %20'si,

İkinci olarak sağlanan destek; Türkiye'de sınai ve ticari faaliyette bulunan bir şirketin, yurt dışında mal ticareti amacıyla şube açması halinde aşağıdaki belirtilen masrafları karşılanacaktır. Şubelerin kira bedelinin yıllık 30.000 ABD dolarını aşmaması şartıyla; 1. yıl %50'si, 2. yıl %30'u karşılanacaktır. Destek süresi iki yıl olup farklı şehirlerde olmak kaydıyla en fazla beş (5) şube/depo/mağaza için yararlanabilir.

Üçüncü olarak Temsilcilik veya Distribütörlük giderlerinin karşılanması desteğidir. Bu destek kapsamında ülke içindeki bir şirketin veya SDŞ'nin yurt dışındaki bir firmaya Temsilcilik veya Distribütörlük hakkı vermesi halinde aşağıda belirtilen masrafları karşılanacaktır.

Türk şirketi veya SDŞ'nin payına düşen vergi, resim, harç, noter masrafları vb. Temsilcilik veya Distribütörlük sözleşme masraflarına ilişkin resmi giderlerin 10.000 ABD dolarını aşmamak kaydıyla %50'si, Temsilcilik veya Distribütörün münhasıran sözleşme konusunu oluşturan Türk şirketi veya SDŞ adına, yazılı ve

⁷⁸ 97/9 ve 98/14 sayılı tebliğ

görsel tanıtım araçları kullanılarak yaptığı reklam harcamalarının yıllık 30.000 ABD dolarını aşmamak kaydıyla 1. yıl %30'u, 2. yıl %20'si karşılanmaktadır.

Son olarakta SDŞ'lerin yurt dışında doğrudan pazarlama amaçlı şirket kurmaları halinde; SDŞ tebliğinde belirtilen KOBİ tanımına uyan ortakların sayısı ile sınırlı kalmak ve aynı ülke için bir defa olmak kaydıyla, yaptıkları toplam harcamaların %50'sini aşmamak şartıyla ortak sayılarına göre 400.000-1.000.000 ABD doları arasında desteklenirler. Ancak, arsa, bina ve inşaat harcamaları bu destek kapsamı dışında bırakılmıştır.

Tablo 1.5 : SDŞ'lerin Ortak Sayılarına Göre Teşvik Sınırları

Ortak Sayısı	Destekleme Tutarı (\$)
10-20 arası	400.000
21-40 arası	500.000
41-100 arası	600.000
101-150 arası	700.000
151-200 arası	800.000
201-250 arası	900.000
251 ve üzeri	1.000.000

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı

SDŞ'lere, yardımın bu çerçevede kullanılmasına ilişkin talepler, pazar araştırması konusunda ulusal ve uluslararası güvenilirliği ve konuya ilişkin tecrübesi genel kabul görmüş firmalarca hazırlanmış, fizibilite etüdünün incelenerek uygun görülmesi ve faaliyet yapılmasına bağlı olarak DTM'ce sonuçlandırılır. Başvuru süresi 6 ay ve başvuru mercii İhracatçı birlikleridir.

vii. Türk Ürünlerinin Yurtdışında Tanıtımına İlişkin Destekler(SDŞ- Türkiye'de kendi unvan veya markasıyla ticari veya sınai faaliyette bulunan şirketler)

Türkiye'de kendi unvan veya markasıyla ticari veya sınai faaliyette bulunan şirketler ile Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ)'nin uluslararası pazarlarda

ürünlerine Türk malı imajı ve marka oluşturmak amacıyla yurtdışında yapacakları marka tescili destek kapsamındadır. Ayrıca tanıtım-tutundurma ve Türk malı imajının yerleştirilmesine yönelik olarak firmaların ürünlerinin etiketinde, ambalajında veya ürünlerin üzerinde fonu turkuvaz mavisi olan “Turquality-From Turkey” ibaresinin kullanılması koşuluyla yaptıkları harcamaların uluslararası kurallara göre devletçe karşılanması öngörülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki miktarlarda destekler verilmektedir:

-Türkiye’de sınai ve/veya ticari faaliyette bulunan ve sektöründe ünlü bir markaya sahip Türk şirketlerinin veya SDS’lerinin ilgili ülkelerde yapacakları marka tescili ve korunmasına ilişkin giderlerinin en fazla toplam 50 000 ABD Doları,

-Yurt dışında açacağı birime ilişkin kira giderlerinin yıllık en fazla toplam 200 000 ABD Doları,

-İlgili ülkelerde ürünlerine yönelik yoğunlaştırılmış pazarlama tanıtım faaliyetleri (görsel ve yazılı tanıtım, show, defile ve spor müsabakaları sponsorluğu dahil ülke imajı kampanyaları) giderlerinin en fazla toplam 300 000 ABD Doları,

-Ürünle ilgili uluslararası kalite kontrol kuruluşlarından alınacak sertifikasyon giderlerinin en fazla toplam 50 000 ABD Doları,

-Uluslararası üne sahip bir markanın üretiminde fason olarak çalışan Türk üretici firmanın söz konusu ürünün etiketine “Made in Turkey/Türkiye” veya ilgili dilde aynı mahiyette bir ibarenin konulmasının ve satışının gerçekleştirildiğinin tevsik edilmesi halinde, (ilgili ülke mevzuatına göre bu hususun zorunlu olması halinde işbu destek ödenmez) yıllık 100 000 ABD Dolarına kadarki ödenmiş vergi, resim, harç, SSK primi, enerji giderleri (gecikmelerden kaynaklanan gecikme cezası ve faiz borçları destekleme kapsamına alınmaz).

-Franchising yoluyla markalaşmış Türk ürününün dışa açılması halinde yıllık 100.000 ABD Doları aşmamak kaydıyla ödenmiş vergi, resim, harç, SSK

primi, enerji giderleri (gecikmelerden kaynaklanan gecikme cezası ve faiz borçları destekleme kapsamına alınmaz).

-Firmanın Türkiye'deki marka tasarım çalışmaları (tasarımcı, stilist istihdamı dahil) yıllık harcamalarının en fazla 100.000 ABD Doları,

-Üretici Derneklerinin ilgili oldukları üretim alanında yer alan ürünlerin Türk Malı imajıyla yurt dışında pazarlanabilmesi amacıyla yapacakları tanıtım ve reklam faaliyetlerine ilişkin harcamalarının en fazla toplam 100 000 ABD Doları,

-Marka oluşturulması kapsamına uluslararası alanda faaliyet gösteren bir tanıtım- promosyon ajansı ile çalışması halinde yapılacak tanıtım – promosyon ve danışmanlık hizmetleri giderlerinin en fazla toplam 50.000 ABD Doları, desteklenir.

Bu destek kapsamında yalnızca KOBİ'ler ve SDŞ'ler; bir marka için, en fazla üç yıl süreyle ve yaptıkları harcamaların azami % 50'si oranında, fatura tarihinden itibaren en geç altı ay içerisinde DTM'ye müracaat etmeleri halinde faydalanabilirler.

viii. İstihdama Yol Açma Yardımı (SDŞ)

SDŞ'lerin bir sorunu da, gerekli formasyona sahip kişilerin istihdam edilmesine yaşanan sorunlardır. Bu yardım ile şirketin, dış ticarete ilişkin işlemlerini yürütmek üzere bünyelerinde bulunmayan ekonomi, işletme veya mühendislik vb. konularında tecrübeli ve yüksek öğrenimli yönetici ve eleman istihdam etmeleri desteklenmektedir. Bu amaçla, yalnızca bir kez, bir yönetici ve iki elemanın bir (1) yıl süresince, toplam azami 18000 ABD doları karşılığı Türk lirasını aşmamak koşuluyla yıllık brüt ücretinin %75'inin karşılanmasına imkan verilmiştir. Bu tutar Elemanlar için toplam azami 9000 ABD doları karşılığı türk lirasını aşmamak şartıyla yıllık brüt maaşının %75'ini devlet karşılamaktadır. İstihdam edilecek elemanın nitelikleri, deneyimi, uzmanlık ve eğitim derecesine göre verilecek brüt ücretin üst limiti, DTM ve KOSGEB tarafından sağlanacak mutabakatla belirlenecektir.

**ix. Uluslararası Nitelikteki Yurtiçi İhtisas Fuarları Yardımı
(SDŞ- KOBİ)**

Uluslar arası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının dış tanıtımının sağlanması ve uluslar arası düzeyde katılımın artırılması amacıyla yönelik olarak sağlanan destektir. Bu kapsamda DTM’ce belirlenen normlara uygun yerli organizatörlerin fuar öncesinde ve fuar süresince gerçekleştirecekleri tanıtım ve promosyon faaliyetlerine ilişkin giderlerin belli bir oranı DFİF’ndan karşılanmaktadır.

x. İhracat İadeleri

Ülkemizin taraf olduğu GATT Tarım Anlaşması çerçevesinde tarımsal ürünlere verilen teşvikler ve KDV iadesinin mahsubu yoluyla İhracatçı Firmaların Kamu Borçlarının Karşılanmasını Karara bağlamıştır.

Belirli Tarım ve Gıda Sanayi Ürünleri için Uygulanan destekler şunlardır⁷⁹; Bazı ürünlerinin ihracatında, ihracatı takiben Destekleme ve Fiyat İstikrarı Fonu'ndan, ABD doları karşılığı Türk Lirası olarak; Patates, Domates, K.soğan, Turunçgil ve Elma ürünlerine ihracat iadesi ödenmektedir. Ayrıca, aşağıda yer alan tarımsal ürünlerin ihracatında T.C. Merkez Bankası tarafından ihracatçı adına açılacak hesap ile firmaların bazı giderleri mahsup edilebilecektir. Bu ürünler; buket yapmaya elverişli veya süs amacıyla uygun cinsten çiçekler ve tomurcuklar, sebzeler, kurutulmuş sebzeler, meyvalar ve sert çekirdekli meyvalar, dondurulmuş meyve ve sebze ile meyve ve sebze işleme sanayiine dayalı gıda maddeleri, reçel, jöle, marmelat, meyve veya sert kabuklu meyve püreleri veya pastaları, meyve suları, zeytinyağı, hazırlanmış veya konserve edilmiş balıklar, kümes hayvanlarının etleri, süt tozu ve yumurta (1000 adet 7 ABD doları), çikolata ve kakao içeren gıda maddeleri bisküviler, gofretler ve makarna gibi mallara ton başına 53 ABD doları ile 370 ABD doları arasında değişen ihracat iadeleri sağlamaktadır.

⁷⁹ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, a.g.e., s.43.

b) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Parasal Olmayan Teşvikler

Parasal olmayan teşvikleri üç ana başlık altında toplayabiliriz. Bunlar:

- Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Gümrük Muafiyetli İthalat,
- Vergilendirmeye İlişkin Teşvikler
- İhracat İşlemlerinde Kolaylık İmkânıdır.

i. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Gümrük Muafiyetli İthalat İzni⁸⁰

Türkiye Gümrük Bölgesi içerisinde yerleşik firmalardan, dahilde işleme izin belgeleri kapsamında, ihracını taahhüt etmek şartıyla üretim için gerekli olan (kendilerinin ve / veya yan sanayicilerinin ihtiyacı olan) hammadde, yardımcı madde (katalizör olarak kullanılanlar dahil) yarı mamul, mamul ve ambalaj malzemelerinin bedelli veya bedelsiz olarak ithali, sırasında gümrükte ödenmesi gereken vergilerden (KDV, varsa Toplu Konut Fonu'na yapılacak ödeme ve gümrük vergileri) muaf tutulmaktadır. Ancak bu vergiler tutarı kadar teminat alınarak ithalatın yapılmasına müsaade edilmektedir.

Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ile sektörel dış ticaret şirketlerinin müracaat tarihinden önceki takvim yılı içerisinde gerçekleştirdikleri ihracat kadar dahilde işleme izin belgesi kapsamında yapacakları ithalatlarına; bu ithalattan doğacak her türlü vergi (KDV dahil) ve fon tutarının %10'unun teminat olarak yatırılması kaydıyla, ilgili gümrüklerce müsaade edilir⁸¹.

"Dahilde İşleme Rejimi"ni üç sistem şeklinde maddeleştirebiliriz⁸²;

-Şartlı Muafiyet Sistemi : Bu uygulama kapsamında ihracatçılarımızın, ihraç edecekleri malların üretimi için gerekli olan hammadde ve ambalaj

⁸⁰ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, a.g.e., s.33.

⁸¹ 9 Şubat 1999 – Sayı:12367 nolu Resmi Gazete’de Yayınlanan, “Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Dahilde İşleme Rejimine İlişkin Tebliğ (İhracat 99/12367).

⁸² Ömer BERKİ, a.g.e., s.13.

malzemelerini Gümrük Vergisi ve KDV'den muaf olarak DİİB kapsamında ithal etmelerine imkan tanımaktadır. Ayrıca Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında üretimleri için gerekli olan girdileri KDV dışındaki vergileri ödemedi, belirli bir oran teminat karşılığında yurt içinden elde edebilir. Buna ilaveten DİİB kapsamında şirketlerin yapacakları ithalatları desteklemektedir. Bunların ithalatından doğacak verginin sadece %10'unu teminat olarak yatırmaları yeterlidir.

-Eşdeğer Eşya Sistemi : İhraç edecekleri ürünlerde kullanılacak hammadde ve ambalaj malzemelerini DİİB kapsamında Gümrük Vergisinden muaf ithal etmelerine imkan tanıyan sistemdir.

-Geri Ödeme Sistemi : İhracatçılarımız, Gümrük Vergisi ve KDV ödeyip ithal ettikleri maddeleri işleyerek, DİİB kapsamında ihraç etmelerini takiben ithalat esnasında ödedikleri vergileri geri alabilirler. Ancak, ülkemizde yüksek enflasyon oranı sebebiyle bu sistem ihracatçıları tarafından tercih edilmektedir.

Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ile sektörel dış ticaret şirketlerinin (SDTŞ) müracaat tarihinden önceki takvim yılı içerisinde gerçekleştirdikleri ihracat kadar dahilde işleme izin belgesi kapsamında yapacakları ithalatlarına; teminat yerine geçmek üzere, bu ithalattan doğan her türlü vergi ve fon tutarının %10'ı oranındaki meblağın Türk Eximbank'ın "Teminat Sigortası" hesabına nakit olarak yatırılmasını müteakip ilgili gümrüklerce müsaade edilmektedir.

ii. Vergilendirmeye İlişkin Teşvikler

Bu destek programında iki madde altında toplanan ihracatçıların, ihracat maliyetlerinin parasal olmayan teşvikler düşürmek amacıyla;

- İhracat,
- İhracat sayılan satış ve teslimler,
- Döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetler,

sonucunda doğan vergi, resim ve harçlardan istisna (V.R.H.İ.) edilmektedir.

Belgesiz İstisna : İhracatta V.R.H.İ. ilgili kurum ve kuruluşlarca re'sen uygulanmaktadır. Belgeli İstisna : İhracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet faaliyetlerde V.R.H.İ.'den yararlanabilmesi, ancak Dış Ticaret Müsteşarlığı'ndan V.R.H.İ. Belgesi almasıyla mümkün olabilmektedir.

iii. İhracat İşlemlerinde Kolaylık İmkânı

Türkiye'deki ihracatçıların sık sık A.TR Dolaşım Belgesi düzenlemesini gerektiren ihracat işlemlerinde bürokrasiyi azaltmak amacıyla kolaylaştırılmış işlemler çerçevesinde ihracatçılara "Onaylanmış İhracatçı İzin Belgeleri" verilmektedir. Bu kapsamda, onaylanmış ihracatçı yetkisinin verileceği tarihte yürürlükte bulunan Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca Resmi Gazete'de yayımlanmış Tebliğlerde unvan ve adresleri gösterilen DTSS ve SDŞ'lere Kamu Kuruluşlarına Basitleştirilmiş İşlemler yönünden "Onaylanmış İhracatçı" yetkisi verilmektedir.

c) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Sağlanan Eximbank Kredileri

Türkiye'nin resmi destekli tek ihracat finansman kuruluşu olan Eximbank ülkenin gerek sosyal gerekse ekonomik dokusunda önemli bir yere sahip olan KOBİ'lere ve bunların örgütlenmesiyle bir araya gelen DTSS ve SDŞ'lere kredi programlarında oluşturarak ihracatlarını artırmaya çalışmaktadır. Bu amaçla Ocak – Temmuz 2000 döneminde bu işletmelere bir önceki yılın aynı dönemine oranla %89'luk artışla 114 trilyon TL tutarında kredi kullandırmıştır⁸³. Bu bağlamda Eximbank'ın Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Türk Eximbank tarafından (kredibiliteleri olumlu olan şirketlere) beş çeşit kredi tahsis edilmektedir⁸⁴. Bu krediler, firmalara doğrudan Eximbank tarafından kullanılmaktadır.

⁸³ ANONİM, "İhracat hizmetindeki güçlü kuruluş:Eximbank", *Kobi Efor Dergisi*, Eylül 2000, s. 15 .

⁸⁴ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, a.g.e., ss.33-34.

i. Kısa Vadeli İhracat Kredisi

Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri 'nin (SDŞ) ihracata hazırlık dönemi finansman ihtiyacının uygun bir vade ve maliyet ile karşılanması, böylece ihracat performanslarının artışının teşvik edilmesi amacı ile hazırlanan kredilerdir. Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından DTSS ve SDŞ statüsü verilen ve Türk Eximbank tarafından kredibilitesi olumlu bulunan firmalar bu krediden yararlandırılır. Firmaların kredi limiti, bir önceki dönem ihracat performanslarına bağlı olarak belirlenir. Kredi tutarı, FOB ihracat tutarının % 100' ü oranında belirlenir (döviz kredilerinde taahhüt kapatma aşamasında kredi tutarına ilave olarak tahakkuk eden faiz tutarı kadar ihracatın gerçekleşmiş olması ayrıca aranmaktadır). Kredinin azami vadesi 120 gündür. Uygulanan faiz oranı, sigortasız %34, sigortalı %30'dur. Kredi talepleri Türk Eximbank tarafından değerlendirilmekte, kabul edilmesi halinde, kredi firma hesabına aktarılmak üzere en kısa sürede EFT (Elektronik Fon Transferi) sistemi aracılığıyla ticari bankaya aktarılmaktadır.

ii. Kısa Vadeli Döviz İhracat Kredisi

DTSS ve SDŞ'lere tahsis edilen bu krediler; firmalara doğrudan Türk Eximbank tarafından Amerikan Doları / Alman Markı / Japon Yeni / İngiliz Paundu cinsinden kredi kullandırılmaktadır. Firma limitleri bir önceki yıl performansları dikkate alınarak Eximbank tarafından belirlenir. FOB ihracat bedelinin %100'i kredilendirilmekte olup, azami süresi 180 gündür. Bu kredilerin genel özellikleri;

- Kredi tutarı, FOB ihracat taahhüdünün %100'ünün kredi kullanım gününde Türk Eximbank tarafından tespit edilen döviz alış kuru üzerinden hesaplanan TL karşılığıdır.

- Kredinin vadesi azami 180 gündür.

-Kredinin geri ödeme süresi 90 gün ise, yıllık faiz oranı sigortasız %LIBOR+1.0, sigortalı ise %LIBOR+0.5

- Kredinin geri ödeme süresi 180 gün ise, yıllık faiz oranı sigortasız %LIBOR+2.5, sigortalı ise %LIBOR+2.0

iii. Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredisi

İhracatçı işletmelere ticari bankalar aracılığıyla FOB ihracat taahhüdünün %100'ü oranında 120 gün süreli türk lirası kredisi kullandırılmaktadır. Bankalar tahsis edilen kredinin en az %40'ını KOBİ'lere kullandırır. Ayrıca Kalkınmada Öncelikli yörelerde faiz oranı SÖİK. TL'nin %10 altındadır. Vadesi 180 gündür.

Tablo 1.6 : Sevk Öncesi Türk Lirası İhracat Kredisi

Vade	500 bin dolar karşılığı TL'ye kadar %		500 bin dolar üzeri karşılığı TL'ye kadar %		500 dolar karşılığı TL'ye kadar %	
	Sigortalı	Sigortasız	Sigortalı	Sigortasız	Sigortalı	Sigortasız
90 gün	51	55	53	57	41	45
120 gün	55	59	59	63	45	49

iv. Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi

İhracatçı işletmelere ticari bankalar aracılığıyla FOB ihracat taahhüdünün %100'ü oranında 120 gün süreli döviz tahsisli kredi kullandırılmaktadır. Vadesi 180 gündür.

Tablo 1.7 : Sevk Öncesi Döviz İhracat Kredisi

Vade	500 bin dolara kadar %		500 bin-1 milyon dolara kadar %		1 milyon dolar üzeri %	
	Sigortalı	Sigortasız	Sigortalı	Sigortasız	Sigortalı	Sigortasız
90 gün	Libor+0.5	Libor+1.0	Libor+1.0	Libor+1.5	Libor+1.5	Libor+2.0
180 gün	Libor+2.0	Libor+2.5	Libor+2.5	Libor+3.0	Libor+3.0	Libor+3.5

v. Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi⁸⁵

Bu yatırım kredisi teşvikiyle; firmaların ihracatta kalıcı pazarlara sahip olması ve net döviz girişlerinin artırılması, her türlü tüketim malı niteliğindeki ürünlerin doğrudan pazarlamak için gerekli olan satış mağazalarının veya mağaza

⁸⁵ www.igeme.org.tr/sektorel3.html

zincirlerinin kurulması, bir veya birden fazla firmanın bir araya gelecek, büyük alışveriş merkezi oluşturulmasına yönelik yatırımlar finanse edilmektedir. Bu kredi, Türkiye'de yerleşik firmalara, Türk ürünlerinin ihraç ve satışının gerçekleştirilmesi ve alınan kredi ana parası ile faiz tutarında dövizlerin yurda getirilerek bir bankaya satılması taahhüdü karşılığında kullanılmaktadır.

Kredilendirme oranı, yerli katkı oranı % 50 ve daha yukarı olduğu durumlarda yatırım tutarının azami % 75 'i, yerli katkı oranı % 50'den az olduğu durumlarda yatırım tutarının azami % 60'ıdır. Kredi vadesi azami 7 yıldır. Faiz oranı kredinin kullandırıldığı andaki piyasa şartlarına göre proje bazında belirlenir. Kredi konusu yatırımın tamamlanmasını müteakip proje kredi vadesi ile sınırlı süre içerisinde yatırım konusu tesiste satılmak üzere ihraç edilecek Türk mallarına ilişkin finansman ihtiyacı, Türk Eximbank tarafından uygun görülmesi halinde, bankanın Kısa Vadeli İhracat Kredi programları kapsamında karşılanabilir.

-Türk Eximbank tarafından incelenerek tespit edilen yurt dışı yatırım tutarı 1 milyon ABD dolarının altında kalan işlemler mevcut Uygulama Esasları kapsamında kredilendirilmektedir.

-Kredi vadesi azami 7 yıldır.

-Krediye uygulanacak faiz oranları ve faiz tahsilat dönemleri kredi müracaatı bazında Türk Eximbank'ca belirlenmektedir.

-Kredi faizinin hesaplanmasında kullanılacak LIBOR, kredinin kullandırıldığı tarihten 2 işgünü önce saat 11.00 (GMT)'de Reuters ekranının LIBO sayfasında kotasyon veren bankaların ABD Doları için belirlenmiş faiz oranlarının ortalamasıdır. Kredinin diğer döviz cinsleri ile kullandırılması halinde de faiz oranı (FIBOR, TIBOR, STG, LIBOR) aynı yöntemle belirlenmektedir.

-Kredi tutarı, FOB ihracat taahhüdünün %50'sinin T.C. Merkez Bankası döviz alış kuru üzerinden hesaplanan TL karşılığıdır.

-Kredinin vadesi azami 90 gündür.

-Yıllık faiz oranı, kredinin geri ödeme süresi 1-30 gün arasında ise, %55, 31-60 gün arasında ise % 60, 61-90 gün arasında ise %67'dir.

-İhracatlarını Eximbank Kısa Vadeli İhracat Kredi Sigortası kapsamına aldılan firmalara 4 puan faiz indirimi uygulanmaktadır.



İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DEKİ DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN YAPILANMASI

Günümüzde işletmelerin ihracatta başarılı olabilmeleri için yeterli sayıda ve kaliteli mal üretmelerinin yanında, modern pazarlama yöntem ve tekniklerini de uygulamalarını zorunlu hale getirmektedir. Ancak bu yöntem ve tekniklerin kullanımı, KOBİ'ler açısından oldukça masraflı ve güç bir iş olduğu için, bu işletmelerin ihracata yönelmeleri zor olmaktadır. Bu bağlamdan KOBİ'lerin üretimlerini ihracata yönlendirmesini sağlamak ve onlara rekabet gücü kazandırmak için, bazı modeller geliştirilmiştir⁸⁶. Bu modeller vasıtasıyla daha önce örgütlenmemiş KOBİ'leri biraraya getirerek üretimden ihracata, pazarlamadan tanıtıma kadar, onların tüm ihtiyaçları karşılanmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla ülkemizde 1980 yılından sonra Dış Ticaret Sermaye Şirketi (DTSS), Çok Ortaklı Sermaye Şirketi (ÇOŞ) ve Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) gibi çeşitli ihracatta örgütlenme modelleri uygulanmıştır. Ancak bu modellerden DTSS ve ÇOŞ'lardan arzu edilen örgütlenme ve beklenen ihracat artışı sağlanamamıştır⁸⁷. Bunun yanında Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeline sağlanan teşvik ve destekler, KOBİ'lerin örgütlenmesini ve uluslararası pazarlara yönelmesini sağlayabilmiştir.

Ihracatta örgütlenme modellerinden biri olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat örgütlenme modelidir. Başka bir deyişle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, aynı veya farklı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ihracatta bir organizasyon altında bir araya getiren ve dünya pazarlarına yönlendiren şirketler olarak tanımlanabilir. Böylece bu şirketler,

⁸⁶ İbrahim YALÇIN, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri", *Dış Ticaret Dergisi*, Sayı: 8, Yıl: 3, Ocak 1998, s.74.

⁸⁷ BİS, *Yeni İhracat Organizasyonları Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri, Türkiye'de KOBİ' ler ve İhracat Politikamız*, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayını, İstanbul 1996, s.80.

ortakları olan KOBİ'lere ihracatla ilgili konularda hizmet sağlayan, ortaklarının dış ticarete uzmanlaşmasını sağlayan şirket görünümündedir⁸⁸.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin firmalara kazandıracağı avantajlar kısaca; KOBİ'lerin profesyonel yönetimlere sahip olmasını ve bu kadrolar yardımıyla pazar araştırmaları, ürün tedarikleri, finansman ve kredi, eğitim, sigorta, gümrükleme gibi daha birçok işlemleri düşük maliyetlerle gerçekleştirmesine zemin hazırlamaktır. Bu bölümde dış ticaret şirketlerinin Türkiye'de son yapılanma şekli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sağladığı faydalar, finansman kaynakları, sorumluluk ve yükümlülükleri, ülkemizdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin son durumu ve bunların dış ticaretteki yeri ele alınmıştır.

I. Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi Çatısı Altında Örgütlenmesinin Sağlayacağı Faydalar

İhracata yönelik bu örgütlenme modeliyle KOBİ'lerin bireysel olarak ihracat yaptıklarında karşılaşacakları zorlukların aşılabilmesi ve bireysel pazarlama etkinliklerine göre daha güçlü pazarlama imkanları edinebilmeleri mümkün olabilmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin yönetim ve maliyet avantajı elde edeceği bu örgütlenme modeli sayesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine üretimden pazarlamaya, yatırımdan ihracata önemli destekler sağlamaktadırlar. Bu destekler aşağıda sıralanmıştır⁸⁹:

-Bürokrasi ve ihracat işlemler.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ihracata ilişkin bürokratik işlemlerde büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelinde KOBİ'lerin ihracat işlemleri tek elden yürütülmekte ve böylece ihracatla ilgili her türlü mevzuatın takibi de kolaylaşmaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri sayesinde

⁸⁸ Mustafa H. ÇOLAKOĞLU, **KOBİ'ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, KOSGEB Yayınları, Ankara Eylül 1996, s.8.

⁸⁹ Cevdet BAYKAL, "Çok ortaklı şirketler KOBİ'lere ne sağlayacak?", **Gözlem Gazetesi**, 18-24 Eylül 2000, www.gazetegozlem.com.

KOBİ'ler; gümrükleme, nakliye, sigortacılık vb. işlemlerini hem kolaylaştırmakta, hem de maliyetlerini düşürmektedirler.

-Eğitimle İlgili Destekler.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarının ve sektörünün ihtiyaç duyduğu üretim, pazarlama, ihracat, Ar-Ge vb. alanlardaki eğitim faaliyetlerine ve nitelikli eleman yetiştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

-Finansman ve Kredi Desteği.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarına yurtiçi ve yurtdışı finansman ve kredi alanlarında kaynaklar bulmada yardımcı olmakta ve böylece ortakların daha güçlü bir sermaye yapısına sahip olmasını sağlamaktadır. Bu durum ise KOBİ'lerin her türlü tedarik, üretim, pazarlama faaliyetlerindeki finansman sıkıntılarını ortadan kaldırmaya yardımcı olmaktadır.

-Devlet Yardımları.

KOBİ'ler Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine sağlanan devlet destekleri ve yardımlarından faydalanma imkanlarına sahip olabilecektir.

-Üretim, Tedarik ve Pazarlama Konularında Destekler.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarına güçlü bir pazarlama ağı oluşturabilmektedir. Ayrıca ortaklarının dış rekabetin etkisiyle ürün kalitesinin geliştirilmesi ve standartlara uygun mal üretilmesi yönünde bilinçlendirme faaliyetlerine de destek vermektedir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeliyle KOBİ'ler gerek yurtiçinden gerekse yurtdışından hammadde ve ara malları alımını toptan yapabilmektedirler. Bu da KOBİ'lerin hem satıcılar karşısındaki pazarlık gücünü artırırken hem de ürün maliyetlerinin düşmesine imkan sağlamaktadır.

-Ölçek Avantajı.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri çatısı altında bir araya gelen KOBİ'ler yurtdışından gelecek büyük siparişlere cevap verebilme imkanını elde edebilmektedirler.

-Reklam ve Tanıtım Destekleri.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yetişkin yöneticiler istihdam ederek, ortağı olan KOBİ'lerin bireysel olarak gerçekleştirmede zorlandıkları tanıtım ve reklam gibi faaliyetlerini daha güçlü bir şekilde yapabilmelerine destek olmaktadır.

-Yurtdışında Dağıtım Kanallarına İlişkin Destekler.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yurtdışında açacakları ofis/mağazalar kanalıyla perakende satış ile ithalatçılarla doğrudan ilişki kurma imkanına sahip olabileceklerdir. Bu da ihracatın artmasına somut olarak katkıda bulunacaktır.

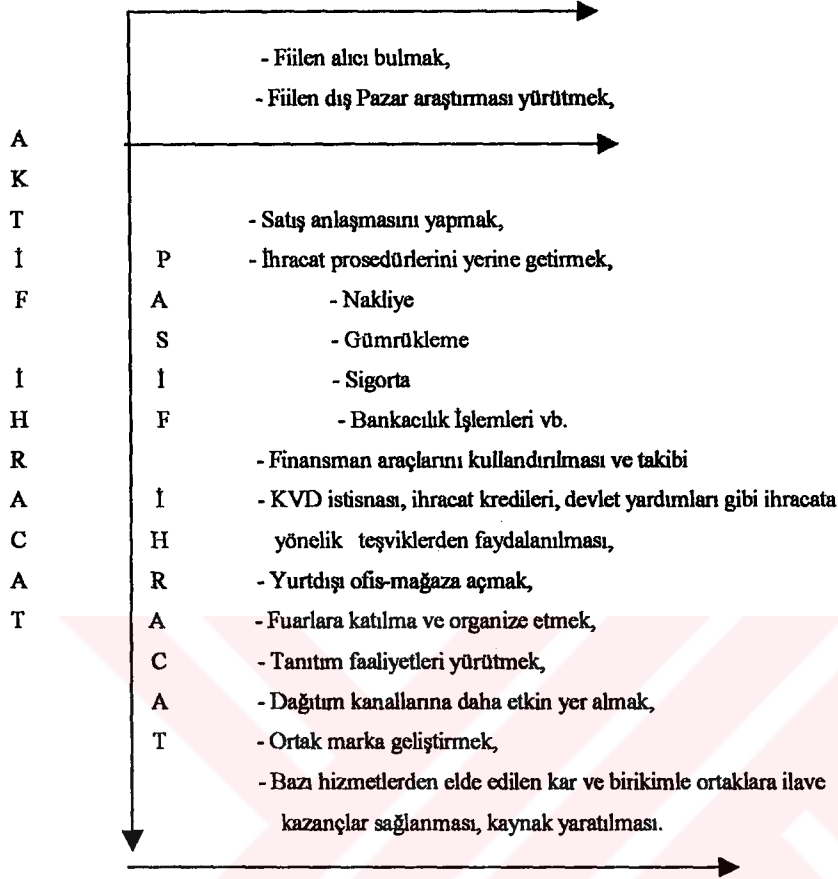
-Ortak Ar-Ge Çalışmaları.

Başta ar-ge olmak üzere çevre, ürün geliştirme, kalite gibi pek çok konuda ihtiyaç duyulan laboratuvar hizmetlerinden ortak faydalanabilmektedir. Ortak bir ürün markası oluşturarak, bu üründe maliyet ve pazarlama avantajlarına sahip olacaklardır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin KOBİ'lere sağladığı diğer avantajları ise şöyle sıralayabiliriz:

Bu avantajların başında dış pazarlardaki ithalatçılara sağladığı avantajlar yer almaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ile ticari ilişkiye girecek ithalatçılar, münferit küçük işletmeler yerine Sektörel Dış Ticaret Şirketleriyle çalışacaklarından, ithalat yapmaları daha kolaylaşabilecektir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ithalatçı firmalara ortaklarının ürünlerini pazarladıklarından dolayı, ithalatçı firmalara daha geniş bir ürün yelpazesi sunmuş olacaktır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarının ihracatlarını gerçekleştirmektedir. Ayrıca ortaklarına yeni pazarlar, yeni müşteriler ve varolan pazar paylarının artırılmasında yardımcı olmaktadır. Bu işlevlerinden dolayı Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracatta örgütlenmeye daha uygun bir yapılanma olarak görülmektedir. Çünkü, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelindeki önemli beklenti, ülkenin ihracatının artırılmasıdır.



Aktif İhracat : Bu amaçla şirketlerin biraraya geldikleri ortaklaşa ihracat şirketleri ortaklarına sadece üretim üzerinde yoğunlaşmaları imkanını sağlamakta ve ortakların ürünün pazarlanması ile ilgili olarak ayrıca zaman ayrımlarına ve çaba sarfetmelerine gerek kalmamaktadır. Ayrıca bu oluşumda özellikle ortakların birbirini tamamlayıcı nitelikte mi yoksa ikame mallar mı ürettiklerini bağlı olarak farklı düzeylerde kendini gösteren ve muhakkak işleyişinde belirli prensiplerin belirlenmesini gerekli kılan konular mevcuttur. Bunlar genel olarak; Talebin ortaklar arasında dağıtımı, İhracata yönelik öncelikli pazarların tesbiti, Kalite ve standart açısından dış piyasalara mal arzında istikrarın sağlanması ve İhracata yönelik üretimde gerekli ürün adaptasyonunun sağlanması, Pazar araştırmalarının yapılması

Pasif İhracat : Pasif ihracata yönelmiş olan SDŞ'lerin ortakları fiilen alıcı bulmak ve dış Pazar araştırması yürütmek gibi faaliyetleri kendi şirketleri bünyesinde gerçekleştirmektedir.

Kaynak : İGEME, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, İGEME Yayınları, Ankara, Eylül 1997, s.11.

Şekil 2.1 : Faaliyet Alanları İtibariyle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Modelleri

Yukarıdaki şekil incelendiğinde mevcut Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet alanlarına göre iki şekilde oluştuğu görülmektedir. Faaliyetteki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bir kısmı sadece üyelerinin ihracat işlemlerini gerçekleştirmekte ve üyelerinin Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine yönelik teşviklerden yararlanmalarını sağlamak amacıyla faaliyet göstermektedir. Bir diğer grup Sektörel Dış Ticaret Şirketi ise, birinci grup SDŞ'lerin fonksiyonlarına ilaveten üyeleri için yeni pazarlar, yeni müşteriler bulmak ve üyelerinin mevcut pazar paylarını artırmak yönünde faaliyetlerde bulunmaktadır.

II. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Finansman Kaynakları

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de üretim ve istihdam açısından önemli bir yere sahip olan KOBİ'lerin uluslararası pazarlara yönelmesi ve ihracatlarını artırması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla oluşturulan SDŞ modelinin finansman kaynaklarının dört başlık altında toplandığı görülmektedir⁹⁰.

-Ortaklardan Talep Edilen Katkı Payları.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tüm ortaklarından hisseleri oranında ve miktarı Sektörel Dış Ticaret Şirketi yönetim kurulunca belirlenen bir katkı payı alınır. Böylece Sektörel Dış Ticaret Şirketi belli bir büyüklüğe gelinceye kadar şirketin işletme masrafları bu kaynaktan karşılanmış olacaktır. Sektörel Dış Ticaret Şirketi faaliyeti arttıkça faaliyetlerden elde edilen gelirlerle bunların karşılanması söz konusu olacağı için katkı payı zamanla aşamalı olarak kaldırılacaktır.

-Verilen Hizmetler Karşılığında Alınan Komisyon ve Bedeller.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tüm ortaklarına sunduğu gümrükleme, tanıtım, hammadde ve diğer girdilerin ithali, nakliye, sigorta, vb. hizmetler karşılığında gerçekleştirilen ihracat üzerinden belli bir oranını komisyon olarak almaktadır.

⁹⁰ Meral GÜNDÜZ ve Özden ERGÜN, **Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Önlendirilmelerinde Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, İGEME Yayınları, Ankara Eylül 1997, s.9.

-Devlet Desteği.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Devletin üretimden pazarlamaya kadar her alanda verdiği teşviklerden faydalanmaktadır.

-Hisse Senedi İhracı

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin bu yolla kaynak tahsisi elde etmesi ancak belli bir ekonomik büyüklüğe (Ege Giyim Sanayi şirketi gibi) geldiğinde mümkündür.

Burada önemli olan konu, KOBİ'lerin karşı karşıya oldukları finansman sorununun, oluşturulan SDŞ'lerin kuruluş sermayesine otomatikman yansiyacak olmasıdır. Başka bir deyişle, yeni kurulan SDŞ'ler işletme masraflarını, ihracat faaliyeti gerçekleştirinceye kadar ortaklardan hisseleri ölçüsünde karşılamak zorundadır. Ancak finansman sıkıntısı çeken KOBİ'lerin, bu masrafların karşılanmasında zorluklarla karşılaştığı görülmektedir. Bu yüzden KOBİ'ler, oluşturdukları SDŞ'lerin işletme masraflarını ayrıca karşılamak yerine, kuruluş sermayesinden karşılanmasına daha sıcak bakmaktadır.

III. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini Oluşturan Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Sorumluluk ve Yükümlülükleri

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini oluşturan küçük ve orta boy işletmelerin, bu çatı altında belli bir takım sorumlulukları, hakları ve yerine getirmesi gereken yükümlülükleri vardır. SDŞ'ler bu sorumluluk ve yükümlülük dahilinde hareket etmek zorundadır.

A. Sektörel Dış Ticaret Şirketini Oluşturan Ortakların Sorumlulukları⁹¹

SDŞ'i oluşturan ortakların birbirlerine karşı birtakım sorumlulukları vardır. Bu sorumlulukları şöyle sıralayabiliriz :

⁹¹) İbrahim YALÇIN, a.g.e., s.86.

1. Doğru Bilgi Verme Sorumluluğu

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyetlerini etkin bir şekilde gerçekleştirebilmesi için ortakların, kapasiteleri, çalıştırdıkları işçi sayısı, planların uygulanması, bilançoları ile birlikte iç ve dış pazarlarda işbirliği içerisinde olduğu işletmeler hakkında doğru ve eksiksiz bilgi vermeleri gerekmektedir. Çünkü gerekli inancın ve desteğin kazanılması, ancak Şirkete ve ortaklara doğru bilgi vermekle sağlanabilir.

2. Gizlilik

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini oluşturan ortaklar şirketin çalışmaları konusunda hiç bir şekilde üçüncü kişi veya kuruluşlara bilgi veremez, açıklamada bulunamazlar. Bu bilgi ve açıklama sadece resmi makamların talebi üzerine yönetim kurulu tarafından verilmektedir.

3. Açıklık

İşletmeye ilişkin bilgiler şirkete ve diğer ortaklara çekinilmeden ve gerçekler gizlenmeden iletilmelidir. Ayrıca işletmenin amaçları, örgütsel yapısı, finansal ve ekonomik gücü, pazar alanları, ürünleri ve sosyal içerikli çalışmaları olduğu gibi açıkça ortaya konulmalıdır. Başka bir deyişle SDS'yi oluşturan ortaklar şirketten ve diğer ortaklardan gizli iş yapmamalıdır. Şirketi ilgilendiren her türlü faaliyetini şirkete ve ortaklarına bildirmeli ve onlara karşı daima samimi olmalıdır. Bu aynı zamanda modern işletmecilik anlayışının da bir gereğidir.

4. Ortakların Birbirleriyle Rekabet Etmemesi Sorumluluğu

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini oluşturan ortaklar yurt dışı pazarlarda şirket ile rekabet edemezler. Çünkü SDS'lerin bir amacı da ortakların ürünlerinin dış pazarlarda tanıtımın yapılması, pazarlanması ve ihracıdır. Yine böyle bir davranış tarzının şirket imajı açısından iyi sonuçlar doğurmayacağı da ortaklar tarafından göz ardı edilmemesi gereken bir husustur.

5. Her Türlü Katılımlarda Ortaklara Bilgi Verilmesi Sorumluluğu

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini oluşturan ortaklar, yönetim kurulunun kabul ettiği yurt içi ve yurt dışı etkinliklere katılmak ve her türlü desteği vermek zorundadır. Ayrıca şirkete gelecek olan ihracat tekliflerini doğruluk, açıklık ve rekabet etmeme ilkeleri doğrultusunda şirkete bildirmek ve teklifin şirket üzerinden değerlendirilmesini sağlamak zorundadır. Bu da diğer ortaklara örnek olacak bir davranış tarzıdır. Yani yapılan faaliyetlerdeki sorumluluk, şirketteki en üst yöneticiden ortakların işletmelerinde çalışan en alt kademedeki çalışan işçisine kadardır.

B. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini Oluşturan Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yükümlülükler

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ortaklarının faaliyet gösterdiği üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilir. Bunun yanında Sektörel Dış Ticaret Şirketleri aşağıdaki yükümlülükleri yerine getirmek zorundadır.

- Aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla SDŞ'ler, ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu işletmelerin ürettiği malların ihracatına aracılık edebilirler. Ayrıca, bu şirketler gerek SDŞ statüsünü aldıkları yılda ve gerekse takip eden yıl içinde aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ niteliğini taşıyan ve fakat ortak olmayan firmaların ihracatına da aracılık edebilirler.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinde ortaklıktan ayrılmak isteyen ortakların payları Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın (DTM) onayı alınmak ve %10'luk (kalkınmada öncelikli yörelerde %20'lik) azami oran aşılmamak kaydıyla yeni veya mevcut ortaklara devredilebilir.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinde ortaklık yapısında ve sermayesinde yaptıkları değişiklikleri, bir ay içerisinde DTM'ye bildirmek zorundadır. SDŞ'ler yaptıkları ihracatla ilgili olarak, altı aylık ve yıllık dönemler itibarıyla DTM'ye faaliyet raporu vermekle yükümlüdürler.

-Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, kendi nam ve hesabına yurt içinden satın alarak yaptıkları malların ihracında, kambiyo ve ilgili sair mevzuatta öngörülen idari ve cezai yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran sorumludur.

-Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracatta devlet yardımlarının hedef grubunu oluşturmakta olup, bu yardımların bazılarında öncelikle yararlanırlar.

Öte yandan Dış Ticaret Müsteşarlığı, Sektörel Dış Ticaret statüsünü (SDŞ), aşağıda belirtilen durumlarda geri alma hakkına sahiptir.

-Normal yörelerde kurulmuş olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin; kuruldukları yılı takip eden yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 5 (beş) milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri,

-KÖY'lerde kurulmuş olan SDŞ'lerin; kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 2.5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri durumunda Sektörel Dış Ticaret statüsünü (SDŞ), geri alma hakkına sahiptir.

C. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Mevzuatının Değerlendirmesi

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, aynı üretim dalındaki KOBİ'lerin; ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak Dünya pazarlarına açılmalarını, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla oluşturulmuştur. Türkiye'de Kasım 2000 itibariyle kurulmuş olan 34 adet Sektörel Dış Ticaret Şirketi bulunmaktadır. Ancak bu SDŞ'ler gerek kuruluş aşamasında gerekse kuruluşunu gerçekleştirdikten sonra mevzuattan kaynaklanan birtakım sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunlar şöyle sıralanabilir⁹²:

- Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin başarıya ulaşmalarında güçlü sermaye yapıları, etkin olan önemli faktörler arasındadır. Kurulan şirketin işe güçlü başlaması için şirket ortakları ikna edilmeli, hatta gerekirse ortakların seçiminde

⁹² Cevdet BAYKAL, Cumhuriyetin 75.Yılında Dtm'nin Kobi'lere Bakışı, İhracatta Sektörel Dış Ticaret Şirketi Modeli Ve Devlet Yardımları, <http://www.dtm.gov.tr/ead/dergi/ekim98/html>, s.1.

ihracat yapan işletmeler önce alınmalıdır. Öte yandan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kurulması ile ilgili sermaye tutarlarının mevzuatta belirtilen miktardan fazla olmasına özen gösterilmelidir. Başka bir deyişle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kurulduğu il, bölge, ortak sayısı, ihracat yapan yada yapmayan ortak çeşidine göre faaliyetleri için ihtiyaç duyacağı sermaye miktarları itibariyle yeniden gözden geçirilmesinde fayda görülmektedir.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin yüksek enflasyon nedeniyle eriyecek olan sermayesine katkı bağlamında yurt içindeki ofis giderleri, pazar araştırmaları, reklam ve tanıtım vb. giderlerinin belirli bir süre devlet tarafından karşılanması gerekmektedir.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluşlarını takip eden yıl içerisinde gerçekleştirmesi gereken ihracat taahhüdünü özellikle ilk defa ihracata yönelecek olan şirketlerin gerçekleştirilmesi mümkün bir rakam gibi görülmemektedir. Ayrıca daha önce hiç ihracatı bulunmayan küçük işletmelerin bir araya gelerek oluşturdukları SDŞ'ler için yapılacak durum değerlendirmelerine göre belirli bir süre (2-3 yıl gibi) ihracat taahhüdü düşük tutulabilir, hatta aranmayabilir.

IV. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Mevcut Yapısı

Ülke ihracatının artırılması yönünde devlet politikalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan SDŞ'ler, birçok ülkedeki uygulanan "İhracatta Örgütlenme" modelleri arasında en iyisi olarak gösterilmektedir. Bu model ile KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi ve üretim yapılarını güçlendirmelerine imkan verecek gelişmelerin sağlanması hedeflemekle beraber, aslında amaç; ihracatın artırılıp, istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasıdır. Dış Dünyadaki ülkeler, ülkemizde ihracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDŞ'lerinden, "**Türk Modeli**" diye bahsetmektedirler⁹³. Çünkü bu model, Batılı ülkelerdeki benzer uygulamalarından daha farklı, başarılı ve

⁹³ Mehmet MELEMEN "Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler", **Dünya Gazetesi**, 7 Ekim 1997, s.5.

sistemli bir şekilde uygulanmaktadır. Diğer ülkelerdeki ihracatta örgütlenme modelleri, ülkemizde 1980'li yıllarda oluşturulan DTSS modelindeki gibi pazarlama aşamasında kurulan bir ortaklık düzeyinde kalmıştır. Ancak Türk modeli denen SDŞ'lerde ise KOBİ'lerin, hemen hemen tüm ihtiyaçları karşılanmaktadır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yatırımdan ihracata kadar bünyesinde birçok yardım ve desteği topladığı için bu çatı altında pek çok işletmenin bir araya geldiği görülmektedir. 22 Kasım 2000 tarihi itibarıyla Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanı bulunan 34 şirket bulunmaktadır. Buna göre ülkemizdeki SDŞ'lerin 14 tanesi Tekstil-Konfeksiyon, 1 Gıda, 3 Otomotiv Yan Sanayi, 1 Yazılım, 1 Halı ve Halı İpliği ve 1 Plastik İşleme, 2 Mobilya ve 2 çiçeklik, 2 Tarımsal ürünler, 2 Deri mamulleri ve yan sanayi ürünleri, 3 İş Makinaları ve yedek parçaları, 1 Ayakkabı sanayi ve 1 İnşaat ve yan sanayi sektörlerinde faaliyet göstermektedir.

Aşağıdaki tabloda Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, bir liste halinde sunulmuştur.

**Tablo 2.1. : Kuruluş Yılı ve Sektörleri İtibariyle Mevcut Sektörel
Dış Ticaret Şirketleri (22 Kasım 2000 tarihi itibariyle)**

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
EGS Tekstil İzmir	EGOT Oto.Yan.San İzmir.	MGS Tekstil İstanbul	ANKARA MOBİLYA Ankara	İSP Yedek Oto. Parça Ankara	DSD Deri İstanbul	GURUP Tekstil İstanbul
	KAR-BİR Un Samsun	ATAKS Tekstil İstanbul	MTGS Tekstil Bursa	Genel Mak. Adana	KSP Otomotiv Konya	GENESİS İnş.- Yan san. Çorum
		TRİSAD Tekstil İstanbul	AGS Tekstil Ankara	GTS Tekstil Diyarbakır	Çorum Yumurta Çorum	TGS Tekstil İstanbul
		GBS Halı Gaziantep	GİSAD Tekstil İstanbul	KAYSAN Deri Konya	LGS Laleli Giyim İstanbul	HEDEF Konfeksiyon İstanbul
		DGS Gıda Gaziantep	AVRASYA BİR Plastik İşletme İstanbul	İMSAŞ Makine İstanbul	ASD Ayakkabı İstanbul	İZDER Tekstil- Deri İzmir
		TURSOFT Bilgisayar Yazı-Dona. İstanbul	ATGS Tekstil Bursa	UTGS Uludağ Tekstil Bursa	TRAKYA Tekstil İstanbul	
			GTS Tekstil Gaziantep			
			KDT Tekstil Kahramanmaraş			
			İTS Tekstil İzmir			
			MODAŞ Otomotiv Bursa			
			MOSAŞ Mobilya Ankara			
			UFE BİR. ÇİÇEKÇİLİK Antalya			
			BİRLEŞİK ÇİÇEKÇİLİK Antalya			
			ASM Akdeniz Sebze Meyve Adana			
			OSP Ostim İş Mak.- Ydk.Parça Ankara			

Kaynak : DTM, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Listesi, DTM Hizmetiçi Yayınları, Ankara, 22 Kasım 2000
Not: Tabloda koyulaştırılmış şirketlerin SDŞ unvanları son bulmuştur.

Bugün için ülkemizdeki SDŞ'lerin tekstil sektöründe yoğunlaştığı ve bu alanda kurulan SDŞ'lerin çoğunun ortak sayısı ve kuruluş sermayesi bakımından yüksek değerlere sahip oldukları gözlenmektedir. Ayrıca tekstil sektöründe yoğunlaşan SDŞ ortaklarının, örgütlenme öncesi de ihracat yaptıkları bilinmektedir. Mobilya, gıda ve plastik sanayiinde faaliyette bulunan SDŞ'lerin ise ortak sayısı ve başlangıç sermayesi açısından zayıf oldukları söylenebilir. Özellikle gıda ve mobilya sektöründe daha önce hiç ihracat deneyimi olmayan firmaların biraraya geldikleri ve bu örgütlenme ile birlikte ihracata yöneldikleri gözlenmektedir. İhracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDŞ'lerin bünyesinde büyük oranlarda KOBİ'leri bir araya getirmektedir. Bu da ihracata yönelik örgütlenmenin yaygınlaştığı ve bu yapı içinde yer alan işletme sayısının her geçen gün arttığını göstermektedir.

A. Türkiye'deki Bazı Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Hakkında Genel Bilgi

1994 yılından Kasım 2000 tarihine kadar toplam 41 SDŞ kurulmasına rağmen 22 Kasım 2000'de SDŞ ünvanı altında faaliyetine devam eden 34 şirket bulunmaktadır. Bu yedi firmanın bazıları SDŞ ünvanını kendileri bırakmalarına rağmen bazıları da Dış Ticaret Müsteşarlığınca istenen yükümlülükleri yerine getirmediği için geri alınmıştır. Yukarıdaki tabloda yer alan başlıca Sektörel Dış Ticaret Şirketleri hakkında aşağıda kısa ve genel bilgiler verilmesi uygun görülmüştür.

EGS Dış Ticaret: EGS Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş., ihracata dönük üretim yapan küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatta karşılaştıkları darboğazları gidermek, ortaklarının mal, hizmet ve finansman girdi maliyetlerini düşürmek, pazarlama etkinliklerini artırmak amacıyla oluşturulan bir model olarak 1993 yılında 99 tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı tarafından kuruldu. EGS, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 3 Ekim 1994'de yayınladığı 94/10 sayılı tebliğ ile

Türkiye'de ilk Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanını aldı. EGS Grubu dış ticaret, hammadde temini, gümrükleme, nakliye, makine, turizm, gayrimenkul geliştirme, mağazacılık, bankacılık, sigortacılık, leasing ve factoring konularında yurtiçi ve yurtdışında faaliyet gösteren toplam 18 şirket ile 2 vakıftan oluşan bir büyüklüğe ulaştı. Şirket, geniş katılımın sağlanması amacıyla ana sözleşmede bir tüzel kişinin sermayedeki katılımını yüzde 5 ile sınırlandırılmıştır. Mevcut yapıda ortakların sermayedeki payları yüzde 2'nin altındadır. 1995 yılında 820 milyon dolar ve 1996 yılında 695 milyon dolar ihracat gerçekleştiren EGS'nin 1997 ihracatı ise 729.3 milyon dolar 1998 yılında ise 810 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. 1999 yılında SDŞ ünvanını bırakarak DTSS olmuştur.

TURSOFT Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret A.Ş.: Sektörel dış ticaret kimliğindeki en farklı şirketlerden birisi TURSOFT'dur. Yazılım ve donanım alanında faaliyet gösteren TURSOFT'un bünyesinde 75 ortağı bulunmaktadır. Ortakların payları birbirine eşit olmamakla beraber, ancak çoğunluk yüzde 2 civarında bir paya sahiptir. Sermayesi 35 milyardır. Yeni ortaklarda aranan şartların başında bilgi teknolojisi sektöründe güvenilir bir şirket olmasına dikkat edilmektedir.

ATGS Anadolu Tekstil, Giyim ve Deri Sanayicileri Dış Ticaret: ATGS, Bursalı tekstil-konfeksiyon ve dericilerin birleşerek kurduğu 33 ortaklı bir sektörel dış ticaret şirketi görünmektedir. ATGS'nin sermayesi 39 milyar 600 milyon lira olarak açıklanmıştır. Nisan 1997'de sektörel dış ticaret ünvanını alan ATGS şirketinde tüm ortaklar eşit paya sahiptir. Şirket kurulduğu yıldan buyana çok iyi bir ihracat potansiyelini yakalamıştır. Yaklaşık olarak 1998 yılında 61 milyon dolar, 1999 yılında 133 milyon dolar ve 2000 yılının ilk yedi aylık diliminde de 120 milyon dolarlık ihracat performansını göstermiştir.

AGS Ankara Giyim Sanayicileri Dış Ticaret: AGS Ankara Giyim Sanayicileri Dış Ticaret, Ankara'da faaliyet gösteren 25 tekstil ve konfeksiyon

firmasının ortaklığıyla kurulan bir şirkettir. Temmuz 1996'da kurulan AGS, Şubat 97'de sektörel dış ticaret statüsünü almıştır. Şu andaki ortaklık payları yüzde 4 ile eşit durumda. Yapılan Genel kurulda 10 yeni ortakla firma sayısını 35'e çıkarmışlardır. 1999 yılında yaklaşık olarak 3.5 milyon dolarlık ihracat yapan ve 2000 yılının Ocak- Temmuz ayları arasındaki ihracat rakamı 3 milyon dolar olan AGS'nin, ihracat yaptığı ülkeler Hollanda, Fransa, Almanya, Danimarka ve ABD'den oluşmaktadır.

GTS Gaziantep Tekstil Sanayicileri Dış Ticaret: GTS Gaziantep'teki 48 tekstil ve konfeksiyon firmasının bir araya gelmesiyle oluşturulan ve daha sonra ortak sayısının 44'e düştüğü 80 milyarlık sermayeye sahip olan bir şirkettir. Ortaklık payları firmaların büyüklüklerine göre değişmektedir. Haziran 1997'de sektörel dış ticaret ünvanı alan şirket, 14 milyon dolarlık ihracat rakamını yakalamıştır.

ANKARA MOBİLYA Dış Ticaret: Başkent Ankara'nın ilk sektörel dış ticaret şirketi Ankara Mobilya Dış Ticarettir. 1997 yılının Ocak ayında sektörel dış ticaret ünvanını alan Ankara Mobilya'nın 14 ortağı bulunmaktadır. Kuruluş sermayesi 5 milyar 700 milyon lira olan Ankara Mobilya'da ortaklık payları sözleşme gereği yüzde 10'u geçmemektedir.

MTGS Marmara Tekstil Giyim ve Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. : TGS Marmara Tekstil Giyim ve Deri Sanayicileri Dış Ticaret Şirketi Bursa'daki tekstil ve konfeksiyon üreticilerinin bir araya gelmesiyle kurulmuştur. Sektördeki 56 firmanın ortaklığıyla kurulan MTG'nin sermayesi ise 11 milyar lira olarak belirlenmiştir. MTGS'nin sektörel dış ticaret ünvanı ise Ocak 1997'de verilmiştir. 1998 yılında 75 milyon dolar ve 1999 yılında ise 45 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

KDT Kahramanmaraş Dış Ticaret: KDT Kahramanmaraş Dış Ticaret, Mart 1997'de kurulan, Haziran 1997'de sektörel dış ticaret ünvanı alan, Kalkınmada Öncelikli Yöre'de ilk kez kurulan bir sektörel dış ticaret şirkettir. Tekstil ve pamuk ipliği üreticisi 14 firmanın bir araya gelerek oluşturduğu KDT'nin sermayesi 5.6

milyar lira olarak açıklanmaktadır. Yeni ortaklarda aranan en önemli kriter ise ihracata uygun üretim yapabilmektir.

GBS Gaziantep Birleşik Sanayicileri Dış Ticaret: GBS, Mayıs 1996'da sektörel dış ticaret ünvanı alan Gaziantep'te kurulan bir şirkettir. Makine halısı, halı ipliği ve dokuma konusunda faaliyet gösteren 10 ortakla yıla çıkan şirketin şu anda 30 ortağı bulunmaktadır. 5 milyar lira ödenmiş sermaye ile kurulan GBS'nin şu andaki sermayesi 15 milyar liradır. 1996 yılının beş aylık döneminde 1.5 milyon dolar ihracat gerçekleştiren şirketin 1997 yılındaki ihracat rakamı ise 4.700 milyon dolar, 1998 yılında 6 milyon dolar ve 1999 yılında 8 milyon dolarlık ihracat yapmıştır.

ATAKS Tekstil Dış Ticaret: 1996 yılının Mart ayında sektörel dış ticaret ünvanı alarak kuruluşunu gerçekleştiren ATAKS, 20 tekstil ve konfeksiyon üreticisi firmanın ortaklığıyla oluşturulmuştur. Kuruluş sermayesi 10 milyar lira olan ATAKS'ın şu andaki sermayesi ise 20 milyar liraya çıkarılmış durumdadır. ATAKS yurtdışında kendi dağıtım ağlarını ve mağazalarını oluşturmaya başlamış ve bunun ilk örneğini Moskova'da kurulan ATAKS International Ltd ile vermiştir. Bu firma yüzde 80 ATAKS, yüzde 20 Valery Sidorenko ortaklığı ile kurulmuştur. ATAKS'ın Rusya'daki hedefi Moskova'da mağazalara toptan satış, sonra Lenengrad, Kiev ve Minsk'de şubelerini açarak mağazacılık zinciri oluşturmuştur.

GİSAD Dış Ticaret A.Ş.: İstanbul'daki beşinci sektörel dış ticaret şirketi GİSAD'dır. Mart 1997'de sektörel dış ticaret ünvanını alan GİSAD'ın tekstil ve konfeksiyon dalında üretim yapan 49 ortağı bulunmaktadır. Kuruluş sermayesi 50 milyar lira olan GİSAD'ın maksimum yüzde 3 ve minimum yüzde 1 ile sınırlandırılmış hisse paylarından oluşan bir ortaklık yapısı bulunmaktadır. Çok sayıda firmadan ortaklık talebi alan şirket, sermaye artırımını sonrası yeni ortak almayı düşünmektedir. GİSAD'ın kuruluş prosedüründe şirketteki ortaklık yapısının devamını sağlama yönünde bazı maddeler mevcuttur. Hisse devri, Yönetim

kurulunun denetiminde, "Yönetim Kurulu şirket hisselerinin üretici olmayan grupların eline geçmesine kesinlikle izin vermeyecektir" şeklinde bazı özel şartlarla, ortakların ancak imalatçı vasfı taşıyan işletmelerden oluşabileceğini teminat altına almaktadır. Bugüne kadar SDŞ ünvanı almış (EGS hariç) şirketler arasında en fazla ihracat yapan şirkettir. Ancak GİSAD'ta EGS gibi SDŞ ünvanını bırakıp 11.11.2000 tarihinde DTSS oldu.

DSD Deri Sanayiciler Dış Ticaret A.Ş. : 1999 yılında deri ve deri mamulleri üreten 139 firmanın biraraya gelerek 750 milyar 600 milyon Türk lirası sermayesiyle kurduğu bir SDŞ'dir. 1999 yılında 42 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. DSD'nin ihracat yaptığı AB, Rusya, ABD, Kanada, Hongkong ve daha birçok ülke vardır. Ancak genel olarak ihracatın %60'ını Rusya'ya, %30'unu AB'ye ve %10'unu ABD'ye yapmaktadır.

AVRASYA Bir Plastik Ürünleri Dış Ticaret: Avrasya Bir, plastik işleme sektöründe kurulan tek sektörel dış ticaret şirkettir. Mart 1997'de sektörel dış ticaret ünvanını alan şirket, plastik üreticisi 11 firmanın ortaklığı ile kurulmuştur.

MODAŞ Marmara Otomotiv ve Taşıt Araçları Dış Ticaret: MODAŞ, otomotiv yan sanayiye yönelik üretim yapan 33 firmanın ortaklığıyla kurulan bir sektörel dış ticaret şirkettir. 19 Haziran 1997 tarihinde sektörel dış ticaret ünvanını alan MODAŞ'ın sermayesi 23 milyar 800 milyon lira olarak açıklanmaktadır. Ortakların paylarının tamamının eşit olduğu MODAŞ'a, sermayenin geri ödemesi bittikten sonra B tipi hisse senetleri ile 30 yeni ortak alınması planlanmaktadır. Bu gibi yoğun teknolojik mal üreten şirketlerin ihracat potansiyelleri hemen hemen yoktur.

MGS Marmara Dış Ticaret : Marmara Dış Ticaret Şubat 1996'da sektörel dış ticaret şirketi ünvanını almıştır. İstanbul merkezli bir şirket olan SDŞ'nin 10 kurucu ortağı bulunmaktadır.

TRİSAD Dış Ticaret Pazarlama : TRİSAD, Kasım 1995'de kurulan ve Mart 1996'da sektörel dış ticaret ünvanını alan bir şirkettir. Tekstil örme alanında faaliyet gösteren 67 firmanın bir araya gelerek kurduğu TRİSAD'ın 1996 yılı ihracatı 13.8 milyon dolar, ithalatı ise 754.8 bin dolar olarak gerçekleşmişti. 1997 yılında 52 milyon dolar, 1998 yılında 55 milyon dolar, 1999 yılında 75 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir. TRİSAD yeni 61 ortak alarak büyümeyi hedeflemektedir.

KAR-BİR Karadeniz Birleşik Un Sanayi Hububat-Bakliyat Dış Ticaret: Üçüncü sektörel dış ticaret şirketi ünvanını alan Kar-Bir, un, hububat, bakliyat ve gıda üretimi yapan 14 firmanın bir araya gelmesiyle oluşturulmuştur. Eylül 1995'te sektörel dış ticaret ünvanını alan şirketin, kuruluş sermayesi 11 milyar 200 milyon liradır. Ortaklık payları eşit şartlardadır. Geçtiğimiz 1996 yılında 16 milyon 700 bin dolar ithalat, 1 milyon 700 bin dolarlık ihracat rakamına ulaşan Kar-Bir'in, 1997 yılında ihracatı ise 8 milyon dolar, 1998 yılında 3 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

EGOT Ege Otomotiv Dış Ticaret :EGOT'ta, EGS gibi İzmir'de faaliyet gösteren bir sektörel dış ticaret şirkettir. Otomotiv yan sanayi konusunda faaliyet gösteren 20 ortağı olan EGOT'ta, her ortak eşit olarak yüzde 5 hisse ile temsil edilmektedir. Kuruluş sermayesi ise 20 milyar liradır. 1996'da 400 bin dolar ihracat gerçekleştiren EGOT, 1997 yılında 5 milyon dolarlık ihracat rakamını yakalamıştır.

B. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sektörel ve İllere Göre Dağılımı

Ülkemizde 22 Kasım 2000 tarihi itibarıyla faaliyet gösteren 34 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin sektörel ve illere göre dağılımı aşağıdaki tablo 2.2 ve tablo 2.3'de gösterilmektedir.

Tablo 2.2 : SDŞ ve Ortaklarının Sektörel Dağılımı

SEKTÖR	SDŞ SAYISI	ORTAK SAYISI
Tekstil-Konf.	14	477
Gıda	1	14
Otom. Yan San.	3	62
Mobilya	2	54
Yazılım	1	75
Halı, halı ipliği	1	30
Plastik İşleme	1	11
Çiçekçilik	2	31
Tarımsal Ürün	2	173
İş Mak. Yedek Parçaları	3	89
Deri mamulle.	2	157
Ayakkabı san.	1	43
İnşaat, Yan san	1	5
TOPLAM	34	1221

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr

Tabloya göre ülkemizdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; 14 Tekstil-Konfeksiyon, 1 Gıda, 3 Otomotiv Yan Sanayi, 1 Yazılım, 1 Halı ve Halı İpliği ve 1 Plastik İşleme, 2 Mobilya ve 2 çiçeklik, 2 Tarımsal ürünler, 2 Deri mamulleri ve yan sanayi ürünleri, 3 İş Makinaları ve yedek parçaları, 1 Ayakkabı sanayi ve 1 İnşaat ve yan sanayi sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte faaliyetlerini devam ettiren 34 Sektörel Dış Ticaret Şirketi bünyesinde 1221 tane küçük ve orta boy işletmeyi bir araya getirmiştir. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ortak sayılarına bakıldığında tekstil-konfeksiyon sektörünün 477 tane küçük ve orta boy işletmeyi bir araya getirdiğini, bu sektörü 173 ortak ile tarımsal ürün sektörünün takip ettiğini görmekteyiz. Deri ve deri mamulleri sektörü ise 157 tane küçük ve orta boy işletmeyi iki Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında toplamıştır.

Tablo 2.3 : SDŞ'lerin İllere Göre Dağılımı

İLİ	SDŞ SAYISI	ORTAK SAYISI
İSTANBUL	11	563
ANKARA	4	111
İZMİR	1	33
GAZİANTEP	2	74
SAMSUN	1	14
BURSA	3	121
KAHRAMANMARAŞ	1	14
ADANA	2	31
DIYARBAKIR	1	54
KONYA	2	32
ÇORUM	2	32
ANTALYA	2	168
TOPLAM	34	1221

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı, www.dtm.gov.tr

Yukarıdaki tabloda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin illere göre dağılımları verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi İstanbul ili çatısı altında topladığı 563 işletmenin oluşturduğu 11 SDŞ faaliyet göstermektedir. Ankara ilinde 111 işletmenin oluşturduğu 4 SDŞ ve Bursa ilinde ise 121 işletmenin bir araya gelmesiyle oluşan 3 SDŞ mevcuttur. Faaliyetine devam eden 34 SDŞ'nin büyük çoğunluğunun İstanbul, Ankara ve Bursa illerinde toplanması, bu illerin gerek ekonomik gerekse coğrafik avantajlarından kaynaklanmaktadır. Ayrıca bu avantajlar girişimcilerin ve kalifiyeli elemanlarında bu bölgelerde toplanmasına neden olmuştur.

Ülkemizdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş amaçlarının aşağı yukarı aynı olmasına karşın şirketler farklı gelişme stratejileri izlemektedirler. Yine bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin zaman içindeki önceliklerinde de farklılıklar olabilmektedir. Örneğin Tekstil-Konfeksiyon sektöründe (EGS, ATAKS, TRİSAD) oluşturulan Sektörel Dış Ticaret Şirketler; ortaklarının yaratıcılığı, üretim ve alış kapasitesi, teknoloji ve pazarlama kabiliyeti, dağıtım ve perakende potansiyellerini birleştirerek aktif olarak ihracatı hedeflemişlerdir. Böylece, bu Sektörel Dış Ticaret Şirketler yurt içi ve yurt dışında birçok mağaza ve yeni sektörlerde yatırım

yapmışlardır. Öte yandan EGOT ve MODAŞ gibi otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, teknoloji yoğun olan ve çok hızlı değişim ve gelişme gösteren bir alanda çalışmalarını sürdürmektedir. Ancak sektördeki bu gelişim, bu şirketlerin, uluslararası piyasalarda da teknik koşullara uyum konusunda zorluklarla karşılaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden EGOT istenilen başarı düzeyini yakalayamadığı için DTM tarafından Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanı geri alınmıştır.

Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus ta, Yazılım sektöründe yer alan Sektörel Dış Ticaret Şirketinin durumudur. Yazılım üretimi bir mal üretimi sayılmadığından, yazılıma ilişkin dış satım değerlerinin, mala ilişkin ihracat-ithalat bilgileri arasında yer almamaktadır. Dolayısıyla yazılıma yönelik dış ticaret verilerine dair bir bilgi bulunmamaktadır. Diğer taraftan, sadece yazılım üretimi yapan küçük ve orta boy firmalar da KOBİ sayılmamakta, ancak KOBİ konumundaki yazılım işletmelerinin bir araya gelmesi suretiyle Sektörel Dış Ticaret Şirketi kurulabilmesi mümkün bulunmaktadır. Son olarak ta Yazılım üretimi yapan bu Sektörel Dış Ticaret Şirketi, teşviklerden özellikle KDV iadesinden faydalanamamaktadır⁹⁴.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri görünüşte aynı olsalar da temsil ettikleri sektörlerin özelliklerine, ortak sayılarına, sermayelerinin büyüklüğüne ve ortaklarının geçmiş ihracat tecrübelerine göre; gelişme stratejileri ve aksiyon planları da farklı olmaktadır. Belirli düzeyde ihracatın gerçekleştirilebilmesini sağlayacak süre de doğal olarak farklılık arz edecektir. Bugün Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanı alabilmek için devletçe belirlenen yasal düzenlemeler ve uygulama esasları tüm şirketler için aynı olsa da, Sektörel Dış Ticaret Şirketler arasında uygulamada farklılıkların olması kaçınılmaz bir sonuçtur. Önemli olan, küçük ve

⁹⁴ Sami DÖNMEZ, "Ülkemizde Yazılım Üretimine Artırılmasına Yönelik Destekler", www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2000/ulkemiz.htm

orta boy işletmelerin ihracata yönelmelerinde daha güçlü bir yapıyla ihracat seferberliğini başlatmalarında bir örgütlenme modeli olarak öngörülen Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelinin iyi değerlendirilmesidir. Bu yüzden modelin sağladığı avantajların, hedeflerin ve amaçların en iyi şekilde analiz edilmesi ve uygulanması gerekmektedir.

V. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Dış Ticaretteki Durumu

Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticaretteki performanslarını incelemekten önce gerek Türkiye'de gerekse Dünya'daki ekonomik gelişmeye kısaca değinmek yerinde olur. Böylece Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ülke ekonomisindeki yerini daha iyi değerlendirmek mümkün olacaktır.

A. 1980 Sonrası Türkiye'de ve Dünya'da Dış Ticaretin Gelişimi

Dünya'daki gelişmelere bakıldığında 1980'li yıllardan farklı olarak 1990'lı yıllarda global düzeyde siyasî kutuplaşmaların yerini ticari ve ekonomik bloklaşmalara bırakması gibi çok önemli gelişmeler görülmektedir. Bu çerçevede, üretim faktörlerinin, üretim tekniklerinin ve mal piyasalarının uluslararası nitelik kazanması olarak tarif edilen küreselleşme, hızla kabul görmektedir. Bu sayede siyasî ve sosyal değerler ve değer yargıları, uluslararası normlara uygun hale getirilmeye çalışılmaktadır. 1994 yılında tamamlanan GATT Uruguay Round müzakereleri sonucunda oluşturulan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), uluslararası ticarete yeni disiplinler ve kurallar getirmiş bulunmaktadır. Getirilen bu yeni kurallar, ulus devletlerin birçok alandaki politika araçlarını ya elinden almakta veya onların uygulanmasına önemli bazı kısıtlamalar getirmektedir⁹⁵. Bu bağlamda Türkiye'de 1980'li yıllarda şekillenen ihracata dayalı kalkınma stratejisi ile birlikte, dış ticaretin ve mali piyasaların liberalizasyonu açısından çok büyük gelişmeler kaydedilmiştir. Böylece ihracatta ürün kompozisyonu tarımsal ürünlerden sanayi ürünlerine doğru geliştirilmiştir. Bu sayede zaman içerisinde ülkemiz 1990 yılındaki

⁹⁵ DTM, *İhracat Stratejisi*, www.dtm.gov.tr/ihr/ihrstr/sihr.htm, s.1

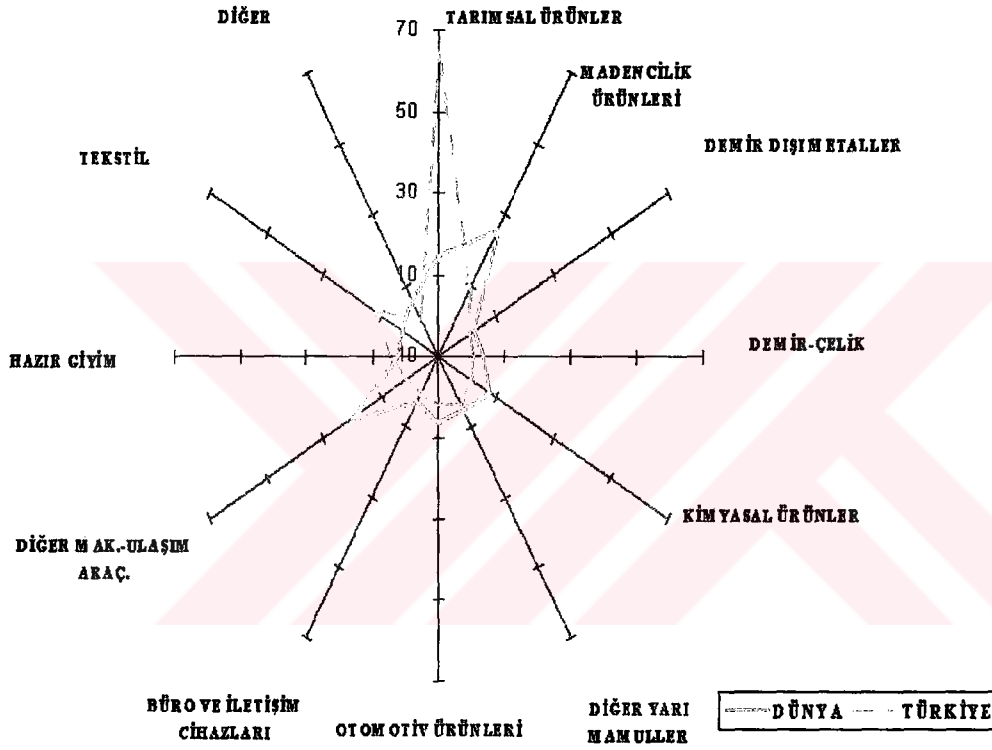
toplam ihracatını 2,9 milyar dolar seviyesinden 1997 yılında 26 milyar dolar seviyesine çıkarmıştır.

Bu nedenle 1980'li yılların Dünya ekonomik yapısıyla 1990'lı yıllardaki ekonomik yapıdaki dış ticaret hareketleri birbirinden farklı özellikler taşımaktadır. Bundan dolayı 1980'li yılların Türkiye ve Dünya koşulları ile 1990'lı yılların koşulları da birbirinden çok farklıdır. Türkiye ve Dünya ekonomilerindeki gelişmeler, dış ticarete de doğrudan doğruya yansımaktadır. Kısaca Türkiye'nin 1980'li yılların başındaki ihracat performansını 1990'lı yıllarda sürdüremediği görülmektedir. Ancak Türkiye'nin 1980'li yıllarda ihracat atılımına temel teşkil eden imalat sanayiindeki atıl kapasitelerinin de, 1990'lı yıllarda artık söz konusu olmadığı görülmektedir.

Günümüzde ihracatını artırmak isteyen Türkiye'nin, imalat sanayiindeki üretim kapasitesini ve verimlilik artışını, başka bir ifadeyle yeni sabit sermaye yatırımı ve teknolojik değişme ve ilerlemeyi gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bu bağlamda teknoloji ve bilgi yoğun sektörlerle yoğun yatırım hamlesi kaçınılmaz olmuştur. Ayrıca bunlara ilaveten, 1990'lı yıllardaki diğer önemli bir gelişme de, küreselleşen Dünya'da Türkiye'nin başarılı olabilmesinin Dünya ekonomisi ile entegre olmasıyla mümkün olacağını bir daha ortaya koymuştur. Bunun için 1996 yılında Gümrük Birliği'ne giren ve Helsinki Kararları çerçevesinde aday ülke statüsü kazanan ülkemizin, KOBİ'lere ilişkin ekonomi politikasını tekrar gözden geçirip, yeni strateji ve politikalar geliştirmesini zorunlu hale getirmiştir. Çünkü toplam işletmelerin %98-99 gibi önemli bir ağırlığını oluşturan KOBİ'ler, ekonomiye dinamizm ve rekabetçi bir boyut kazandırarak piyasa mekanizmasının etkinliğini artırma, sürdürülebilir kalkınmayı sağlama, istihdam yaratma, bölgesel sosyo-ekonomik dengesizlikleri giderme ve kalkınmayı tabana yayma gibi önemli

fonksiyonları ile Türk ekonomisinin de temel dinamiğini oluşturmaktadır⁹⁶. Dünya ve Türkiye'nin 1980-1996 yıllarındaki ihracatlarının sektörel dağılımı, aşağıdaki

1980 YILI DÜNYA VE TÜRKİYE İHRACATININ SEKTÖREL DAĞILIMI (%)



şekil aracılığı ile daha açık bir şekilde izlenebilmektedir.

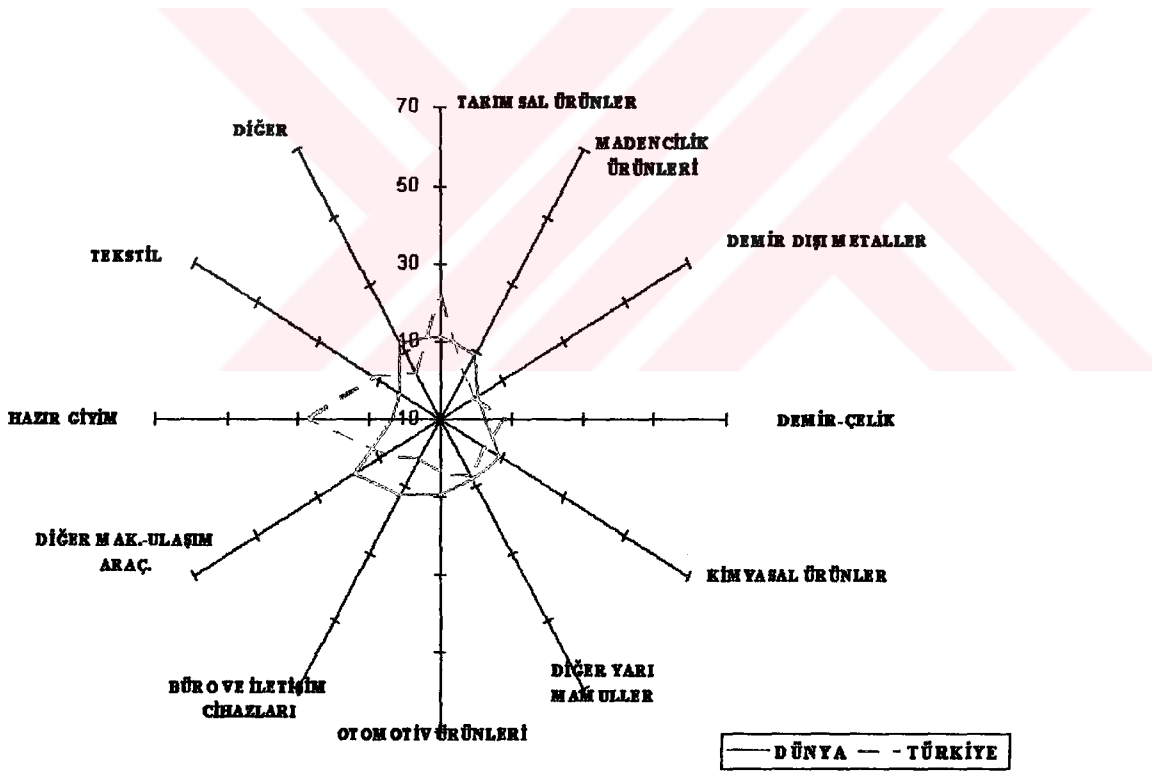
Kaynak: DTM, İhracat Stratejisi, www.dtm.gov.tr/ihr/ihrstr/sihr.htm

Şekil 2.2: 1980 yılı Dünya ve Türkiye İhracatının Sektörel Dağılımı %

⁹⁶ Murat ÇETİN, "Avrupa Birliği'nde KOBİ'lere Yönelik Teknoloji Politikaları," www.dtm.gov.tr/ihr/ihrstr/kobi.htm

Yukarıdaki şekilde 1980 yılında Dünya ülkelerinin ve Türkiye'nin İhracatının Sektörel Dağılımı yüzde olarak verilmiştir. Buna göre 1980 yılındaki Dünya ülkeleri ihracatında en fazla payı alan sektörler madencilik ürünleri ve diğer makine ve ulaşım araçları iken, Türkiye'nin aynı yıldaki toplam ihracatı içinde bu sektörlerin aldığı pay, çok düşüktür. Türkiye 1980 yılında daha çok tarımsal ürünler başta olmak üzere tekstil ve diğer yarı mamuller ihraç etmiştir. Bu durum, 1980 yılında Türkiye'nin katma değeri düşük malların ihracatını yapmasına ve böylece Dünya ticaretinden daha az pay almasına neden olmuştur.

1996 YILI DÜNYA VE TÜRKİYE İHRACATININ SEKTÖREL DAĞILIMI (%)



Kaynak: DTM, İhracat Stratejisi, www.dtm.gov.tr/ihr/ihrstr/sihr.htm

Şekil 2.3: 1996 yılı Dünya ve Türkiye İhracatının Sektörel Dağılımı %

1996 yılına gelindiğinde OECD üyesi ülkelerde ve diğer ülkelerde yaşanan farklı ekonomik ve siyasi oluşumlar, teknolojik yenilikler, uluslararası ticaretin ve mali sistemin serbestleştirilmesi ve yerel reformlar, Dünya ekonomisindeki değişikliklerin itici gücünü oluşturmaktadır. İşte gelişen ve değişen ihtiyaçlara cevap verecek şekilde kendini yenileyen Dünya ekonomisinin 1996 yılında ihraç ettiği mal bileşenleri içerisinde; diğer makine ve ulaşım araçları, Büro ve iletişim cihazları, Kimyasal ürünler ve diğer yarı mamulleri üreten sektörler Dünya ticaretinde ön plana çıkmıştır. Buna karşın 1980’den 1996’ya kadar 16 yıllık süreçte Türkiye’nin toplam ihracatında en çok pay alan sektörlerde hiçbir değişiklik meydana gelmemiştir. Başka bir ifadeyle 1996 yılında Türkiye’nin ihracatında en fazla pay alan sektörler hazır giyim, diğer yarı mamuller ve tarımsal ürün sektörleridir. Bu durum Türkiye’nin yeni sektörlerle yeni pazarlara girmeye zorlandığını göstermektedir. Ülkemiz ihracatı, katma değeri düşük ve başlıca büyük ihraç kalemlerinden olan tekstil-konfeksiyon ve tarım ürünlerinin Dünya ticaretindeki payı yıldan yıla küçülmesi ve bu ürünlerde artan uluslararası rekabet nedeniyle de, her yıl biraz daha artan bir baskı altına girmektedir. İhracatın böylece sınırlı çeşitlilikteki belli ürünlere dayalı olması ve bu ürünlerin ancak belli pazarlarda satılabiliyor olması, önemli sorunlardır. Ülke ihracatının büyük bir kısmını oluşturan ve katma değeri düşük olan tekstil ve konfeksiyon ürünleri, ancak Avrupa Birliği ülkelerine ihraç edilebilmektedir. “Tek pazara bağımlılık” veya “Tek ürüne bağımlılık” olarak adlandırılan hayati öneme sahip bu iki sorunun alışılmış teşvik araçlarının kullanılması vasıtasıyla aşılması, dış ticaret politikamızın iki temel unsuru olan Türkiye-AB Gümrük Birliği ve GATT taahhütlerimizden ötürü mümkün bulunmamaktadır⁹⁷.

⁹⁷ N.Kağan GÜRSOY, “Hedef Ülke Dış Ticaret Şirketleri(Hüdtş)”,
www.dtm.gov.tr/cad/DTDERGI/Ocak2000/hedef.htm

Sonuç olarak, Türkiye'nin uluslararası ticaretten daha fazla pay alınmasının sağlanması için, rekabet gücünü artıracak politikaların hızla uygulanması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Böylece sürdürülebilir ihracat artışını sağlanacak, katma değeri yüksek, bilgi yoğun ürünler ihraç edilebilecektir. Bu bağlamda Türkiye ihracatını artırmak ve dağınık durumda olan ihracata dönük üretim yapan işletmeleri bir araya getirecek uygulamalara ağırlık vermek zorundadır. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin etkinlik ve yaygınlık kazanmasıyla mümkündür. Çünkü bu şirketler bir yandan işletmelerin rekabet gücünü artırarak sürdürülebilir ihracat artışını yakalama şansını yakalanmasına yardımcı olacaktır. Diğer yandan da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sağladıkları mali, teknik ve yasal avantajlar nedeniyle KOBİ'lerin daha verimli çalışmasına zemin hazırlayacaktır.

B. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Türk Dış Ticaretinde Yeri (1994-2000)

Türkiye'de, ilk Sektörel Dış Ticaret Şirketi 1994 yılında Ege Giyim Sanayicileri adı altında kurulmuştur. Bunu da 1995 yılında ise EGOT ve KAR-BİR adı altında iki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri izlemiştir. 1994 ve 1995 yıllarında kurulan bu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracatta örgütlenme modelinin hem daha iyi anlaşılmasını hemde uygulama sürecini ortaya koymuşlardır. Daha sonra Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısı artmıştır. Nitekim 1996 yılında altı (6), 1997 yılında on dört (14), 1998 yılında yedi (7), 1999 yılında altı (6) ve 20 Kasım 2000 tarihi itibarıyla beş (5) SDŞ'nin kurulduğu görülmektedir.

İlk kurulan SDŞ'lerin, özellikle EGS'nin, ihracatta iyi bir performans göstermesi, ihracata yönelemeyen küçük ve orta boy işletmeleri harekete geçirerek bir araya gelmelerini hızlandırmıştır. Böylece daha önceleri bilgi, tecrübe, personel, sermaye, vb. eksikliklerden dolayı ihracata yönelemeyen KOBİ'lerin uluslararası pazarlara girmesine ve dış piyasalarla tanışıp, bilgi, tecrübe kazanmasına imkan tanınmıştır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Türk dış ticaretindeki yerini ortaya koymadan önce Türkiye'nin 1994-Temmuz 2000 yılları arasındaki dış ticaretinin gelişimine kısaca değinmek yerinde olur. Böylece bu şirketlerin Türkiye'nin dış ticaretindeki gerçek yerinin ne olduğu daha iyi görülebilecektir.

1. Türkiye Dış Ticaretinin Gelişimi: İhracatı ve İthalatı (1994-2000)

Türkiye 24 Ocak 1980 Kararları ile dış rekabete açık ekonomi modelini benimsemiş ve ihracatı artırmak için bir takım teşvikleri uygulamaya koymuştur. Bu dönemde ihracatı teşvik politikası kapsamında uygulanan araçları; ucuz maliyetli ihracat kredisi, vergi iade sistemi, destekleme fiyat istikrar fonundan yapılan ödemeler, ihracat karşılığı gümrük muafiyetli mal ithalatı imkanı, katma değer vergisi muafiyeti, döviz tahsisi, döviz kuru politikası, kurumlar vergisi muafiyeti, kaynak kullanımı destekleme fonu, ihracat karşılığı dövizlerden mahsup, vergi, resim ve harç istisnası ve geçici kabul rejimi ile ithalat ve Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modelinin uygulanması olarak sıralamak mümkündür. Bu araçların kullanılması ile bir yandan 1980'li yıllarda Türkiye'nin ihracatı ile beraber ihracatta sanayi mallarının payı yükselmeye başlamış, diğer yandan yabancı sermaye, işçi dövizleri ve turizm gelirleri artmış, artan ithalat talebine bağlı olarak dış ticaret açığı büyümüştür. Dış ticaret işlemlerindeki bu gelişmelere Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin katkısı büyüktür. Başka bir ifadeyle bu dönemde Dış Ticaret Sermaye Şirketleri sayesinde Türkiye'nin ihracatı 1980 yılında 2.9 milyar dolardan 1985 yılında 8 milyar dolara, 1990 yılında da 13 milyar dolara çıkmıştır⁹⁸. Buna karşın ithalatımız ise 1980 yılında 7.9 milyar dolardan 1985 yılında 11.3 milyar dolara, 1990 yılında ise 22.3 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'nin toplam ihracatı

⁹⁸ Mustafa SÖNMEZ, *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracatın Geliştirilmesi ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Modelinin Değerlendirilmesi*, A.Ü. SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara 2000, s.20.

içerisinde önemli paya sahip sektörlerle bakıldığında tekstil, tarım, inşaat ve hafif sanayi ürünlerinin ihracatın lokomotif ürünleri olduğunu görülür.

1990'lı yıllarda ise Körfez Krizinin çıkması ve 1991 yılında erken genel seçimlerin yapılması (özellikle Körfez Krizi) ihracatı olumsuz yönde etkilemiştir. 1991 yılında ihracatın daralması yüzünden bu dönemde hem ihracata verilen teşvikler tekrar gözden geçirilmiş, hem de KOBİ'lerin ihracatını arttırmak amacıyla oluşturulan Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin kuruluş amaçlarından uzaklaştığı yani bu şirketlerin KOBİ'leri ihracata yönlendirmede yetersiz kaldıkları görülmüştür. Bunun sonucunda 1992 yılında KOBİ'leri uluslararası pazarlara yönlendirecek "Çok Ortaklı Sermaye Şirketleri"(COŞ) modeli uygulanmaya konulmuştur. Bu modelden de istenilen sonucun alınamaması nedeniyle ihracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeli uygulama alanı bulmuştur. Böylece 1994 yılında yaşanan mali krize bağlı olarak %6.1 küçülen Türkiye ekonomisi, hem sıkı para ve maliye politikaları uygulayarak hemde küçük ve orta boy işletmeleri destekleyerek krizden çıkmaya çalışmıştır. Sıkı para ve maliye politikalarına ilaveten dış ticarete yeni destek ve teşvik uygulamaların yürürlüğe konması ekonominin tekrar canlanma dönemine girmesine ve 1995 yılında %8.0 büyümeye gerçekleştirmesine neden olmuştur. 1996 yılına gelindiğinde ise, 1995 yılının sonunda yapılan erken genel seçimler ve devamında yaz aylarının başına kadar süren hükümet kurma çalışmaları yüzünden ortaya çıkan politik istikrarsızlık ortamı ve yabancı rating şirketlerinin Türkiye'nin kredi notunu düşürmeleri, 1996 yılında Türk ekonomisinin performansını önemli ölçüde etkilemiştir⁹⁹.

⁹⁹ Burak ERDENİR, "Avrupa Birliği Ve Türkiye'de Ekonomik Durum" , www.dtm.gov.tr/ekonomi/AVRUPAb.htm

Ele alınan dönemde Türkiye'nin ithalat ve ihracatındaki gelişmeler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo:2.4. Türkiye'nin 1994-2000 Yılları Arasındaki

Toplam İhracatı ve İthalatı (milyon dolar \$)

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	DENGE	İhr/İth%
1994	18106	23270	-5164	77,8
1995	21637	35709	-14072	60,6
1996	23224	43627	-20402	53,2
1997	26261	48559	-22298	54,1
1998	26974	45921	-18947	58,7
1999	26587	40687	-14100	65,3
2000 (1)	15790	29800	-14010	53,0

Kaynak : DİE

(1) Ocak-Temmuz 2000

1994 yılındaki önlemler paketinin temelinde, ihracatın artırılması önemli bir yere sahip olduğu için devlet, özellikle KOBİ'leri, ihracatta örgütleyecek olan Sektörel Dış Ticaret Şirketi modeli diye adlandırılan yeni bir teşvik sistemini uygulamaya başlamıştır. Bu teşvik sistemi sayesinde aynı üretim dalında faaliyet gösteren, ancak ihracata yönelemeyen ve/veya iyi bir ihracat potansiyeli bulunmayan KOBİ'leri SDŞ çatısı altında bir araya getirerek ihracatın artırılması sağlanmaya çalışılmıştır.

Türkiye'nin 1994'ten bugüne kadar ki ihracat ve ithalatını gösteren aşağıdaki tablolar Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörler bazında düzenlenmiştir. Bu sayede Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörlerdeki ihracat ve ithalat rakamları ile Türkiye'nin aynı sektörlerdeki toplam performansı karşılaştırılabilecektir.

Ancak Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörlerin sınıflandırılması ile Türkiye'nin ihracatında ve ithalatında yer alan sektörlerin sınıflandırması tamamen aynı değildir. Başka bir ifadeyle Sektörel Dış Ticaret

Şirketlerinin faaliyette bulunduğu çiçekçilik, inşaat ve yan sanayi sektörlerinin ne kadar ihracat ne kadar ithalat yaptığı DİE, DTM, vb. kuruluşların Dış Ticaret kalemlerinin sınıflandırması içerisinde faaliyette bulunduğu sektör bazında değil, diğer kalemlerin içinde gösterilmiştir. Bundan dolayı bu sektörlerle ilgili ülke genelindeki verilere ulaşamamıştır.

Öte yandan aşağıdaki tabloda gösterilen veriler, DİE yayınlarında yer alan Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması ve fasıllara sınıflamadan alınmış verilerdir. Buradan alınan veriler Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet alanlarına göre derlenmiştir. Bu nedenle sektörlerin bazılarının ihracat ve ithalat verileri aşağıda belirtilen şekilde oluşturulmuştur.

İş makineleri, metal işleme makineleri, makine ve mekanik cihaz makineleri ve bunların yedek parçalarını üreten firmalar, tabloda İş makineleri ve yedek parçaları sektörü olarak adlandırılmıştır. Bu sektörün ihracat ve ithalat rakamları ise DİE verilerinde yer alan belirli sanayiler için özelliği olan makine ve cihazlar, metal işleme makineleri ve başka yerde belirtilmeyen genel endüstri makine ve cihazları kalemlerinden oluşmuştur. Tarımsal ürün sektörü ise bu sektörde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet konusunun sadece meyve-sebze ticareti olmasından dolayı meyve-sebze ihraç ve ithal kalemleri dikkate alınmıştır. Yine aynı şekilde gıda sektöründe de KAR-BİR isimli Sektörel Dış Ticaret Şirketinin faaliyet konusunun un, hububat ve bunlardan hazırlanan mallar olduğu için bu sektörün ihracat ve ithalat rakamları DİE'nin Uluslararası Standart Ticaret Sınıflamasında yer alan un, hububat ve bunlardan hazırlanan mallar kalemi esas alınarak hazırlanmıştır.

Plastik işleme sektörün rakamları ise ilk şeklindeki plastikler ve ilk şeklinde olmayan plastikler kalemleri toplanarak oluşturulmuştur. Benzer şekilde deri sektörü; ham postlar, deriler, köseler ve deri eşyalar kalemlerinin, tekstil sektörü de tekstil ve giyim eşyası kalemlerinin biraraya getirilmesiyle ortaya çıkmıştır.

Son olarak otomotiv ve yan sanayilerinin oluşturduğu sektör ise, kara taşıtları ve bunların yan sanayilerinin kullandığı kalemler göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır.

Aşağıdaki tablo, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin faaliyette bulunduğu sektörler bazında ülkenin 1994-Temmuz 2000 arasındaki toplam ihracat rakamlarını vermektedir.

Tablo 2.5: Türkiye'nin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle İhracatları (Bin \$)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000•
Tekstil-Konf.	6.619.198	8.474.000	8.800.000	10.049.000	10.631.000	9.994.000	5.002.000
Gıda	374.547	440.716	507.463	636.508	559.652	586.524	302.325
Otom. YanSan.	333.305	642.510	806.000	665.000	800.000	1.438.000	755.000
Mobilya	126.723	171.000	249.000	299.000	378.000	487.000	82.000
Yazılım	29.000	33.000	39.000	42.000	56.000	48.000	21.000
Halı, Halı İpliği	252.527	252.249	307.218	349.714	401.280	425.700	201.680
Plastik İşleme	170.522	206.523	196.000	235.000	245.000	248.000	138.000
Çiçekçilik	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)
Tarımsal Ürün	1.453.084	1.613.134	1.614.506	1.799.168	1.671.910	1.820.530	870.260
İşMak. Yed. Pr.	338.710	408.788	506.375	614.855	635.848	670.962	360.280
Deri mamulle.	468.303	376.024	382.756	365.990	393.550	376.580	185.280
Ayakkabı san.	159.454	114.581	221.000	299.000	272.000	181.000	65.000
İnş.ve yan san.	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)
13 Sektör/Topl.	10.325.373	12.732.525	13.659.318	14.782.335	16.044.240	16.276.296	7.982.833
Top. İhracat	18.106.000	21.637.000	23.224.000	26.261.000	26.974.000	26.587.000	15.790.000

Kaynak : DİE

* Veri yok ibaresi bulunan sektörler, DİE ve DTM sektör sınıflamasının içinde olmadıklarından dolayı bu sektörlerin toplam ihracat ve ithalat rakamlarını yazamıyoruz.

• Ocak-Temmuz döneminin tahmini rakamlarını kapsamaktadır.

Yukarıdaki tablo 2.5.'de Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği 13 sektör dikkate alınarak ülkenin bu sektörlerdeki toplam ihracat rakamları verilmektedir. Tabloda verilen rakamlar yardımıyla bahsedilen sektörlerin Türkiye'nin dış ticaretinde nasıl bir yere sahip olduğu incelenebilir. Bu yüzden ülkenin bu sektörlerdeki toplam ihracat rakamları, ülkenin toplam ihracatına oranlandığında aşağıdaki tablo2.6. ortaya çıkmaktadır.

Tablo 2.6: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesel Dağılımı (%)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Tekstil-Konf.	36,5	39,1	37,8	38,2	39,4	37,5	31,6
Gıda	2	2	1,8	2,4	2	2,2	1,9
Otom.YanSan	1,8	2,9	3,4	2,5	2,9	5,4	4,7
Mobilya	0,6	0,7	1	1,1	1,4	1,8	0,5
Yazılım	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Halı,halı ipliği	1,3	1,1	1,3	1,3	1,4	1,6	1,2
Plastik İşleme	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8
Çiçekçilik	-	-	-	-	-	-	-
Tarımsal Ürün	8	7,4	6,9	6,8	6,1	6,8	5,5
İşMak.Yed.Pr.	1,8	1,8	2,1	2,3	2,3	2,5	2,2
Deri mamulle.	2,5	1,7	1,6	1,3	1,4	1,4	1,1
Ayakkabı san.	0,8	0,5	0,9	1,1	1	0,6	0,4
İnşaat,Yan san	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	56,3	58,3	58,7	57,9	59	60,8	50

Kaynak: Bu tabloda oluşturulan veriler DTM ve DİE rakamları kullanılarak düzenlenmiştir.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler açısından, ülkenin toplam ihracat rakamlarının yüzdesel dağılımına bakıldığında, bu sektörlerin ihracat içerisinde önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Çünkü bu sektörler toplam ihracat rakamları içerisinde 1994 ile 1999 yılı arasında ihracatımızın ortalama % 58'ini gerçekleştirmişlerdir.

2000 yılında ise Dünyada yaşanan durgunluğun ülkemize yansımaları görüldüğünden dolayı, bu sektörlerin toplam ihracat içindeki payı %50 seviyesine düşmesine neden olmuştur. Buda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği bu sektörlerin Türkiye ekonomisinin yükünü çektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Ülkenin toplam ihracatı içerisinde önemli yere sahip olan bu sektörlerin, genel özelliği, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörler olmasıdır.

Tablo 2.6'ya bakıldığında tekstil-konfeksiyon , tarımsal ürünler, deri mamülleri, gıda gibi sektörlerin toplam ihracat içindeki yerleri daha fazladır. Özellikle dünya piyasalarında söz sahibi olduğumuz tekstil-konfeksiyon sektörünün toplam ihracat içinde çok büyük bir yere sahiptir. Buna karşılık karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığımız otomotiv ve iş makineleri sektörlerin toplam ihracat içindeki yerleri de küçümsenmemelidir.

Bunun yanında aşağıdaki tablo ise, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörler bazında ülkenin 1994-Temmuz 2000 arasındaki toplam ithalat rakamlarını vermektedir.

Tablo 2.7: Türkiye'nin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle İthalatları (Bin \$)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000•
Tekstil-Konf.	1.023.898	1.664.196	2.076.771	2.316.384	2.253.685	2.115.000	980.600
Gıda	158.834	462.161	787.669	718.622	422.860	460.530	185.625
Otom. YanSan.	947.576	1.576.250	2.692.913	4.322.000	4.030.000	3.303.000	2.361.000
Mobilya	150.584	290.942	436.300	524.400	541.400	464.000	89.000
Yazılım	(Veriyok)	(Veriyok)	650.000	732.000	753.000	675.000	408.000
Halı, Halı ipli .	4797	7317	43.638	54.441	51.625	49.650	20.480
Plastik İşleme	761.342	1.374.824	1.381.000	1.926.000	1.982.550	1.551.000	904.000
Çiçekçilik	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)
Tarımsal Ürün	40.874	74.774	82.036	151.945	149.257	130.685	42.550
İşMak. Yed.Pr.	3.053.768	4.553.517	6.776.558	6.895.778	5.883.623	6.211.545	2.895.650
Deri mamulle.	444.863	668.807	955.000	873.000	572.000	227.000	166.000
Ayakkabı san.	28.159	45.631	99.000	135.000	128.000	80.000	55.000
İnş.ve yan san.	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)	(Veriyok)
13Sektör Top.	6.614.695	10.718.419	15.980.885	18.649.570	16.768.000	15.267.410	8.107.905
Top. İthalat	23.270.000	35.709.000	43.627.000	48.559.000	49.921.000	40.687.000	29.800.000

Kaynak : DİE

* Veri yok ibaresi bulunan sektörler, DİE sektör sınıflamasının içinde olmadıklarından dolayı bu sektörlerin toplam ihracat ve ithalat rakamlarını yazamıyoruz.

• Ocak-Temmuz döneminin rakamlarını kapsamaktadır.

Ülkemizin genel ekonomik politikası çerçevesinde belirlenen ithalat politikası, bir taraftan kalkınmayı hızlandırma, ihracatı destekleme, iç pazara Dünya standartlarında ucuz ve kaliteli mal girişini sağlayarak piyasaları düzenleme ve tüketiciyi koruma gibi bazı önemli ilkeleri bünyesinde toplamaktadır. Ayrıca ithalat

politikaları, yerli sanayiın dengeli bir biçimde uluslararası rekabete açılması yoluyla Dünya piyasalarına entegre olma ve uluslararası anlaşmalardan doğan yükümlülüklerimizi yerine getirerek bölgesel ve küresel gelişmelere uyum sağlama ilkelerine dayanmaktadır¹⁰⁰.

Yukarıdaki tablo 2.7.'de Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği 13 sektör dikkate alınarak ülkenin bu sektörlerdeki toplam ithalat rakamları verilmektedir. Tabloda verilen rakamlar yardımıyla bahsedilen sektörlerin Türkiye'nin dış ticaretinde nasıl bir yere sahip olduğu incelenebilir. Bu yüzden ülkenin bu sektörlerdeki toplam ithalat rakamları, ülkenin toplam ithalatına oranlandığında aşağıdaki tablo 2.8. ortaya çıkmaktadır.

Tablo 2.8: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İthalat İçindeki Payının Yüzdesel Dağılımı (%)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Tekstil-Konf.	4,4	4,6	4,7	4,6	4,9	5,2	3,2
Gıda	0,6	1,2	1,7	1,4	0,9	1,1	0,6
Otom.YanSan	4	4,4	6,1	8,9	8,7	8,1	7,9
Mobilya	0,6	0,8	0,9	1	1,1	1,1	0,2
Yazılım	-	-	1,4	1,5	1,6	1,6	1,3
Halı,halı ipliği	0,02	0,02	0,09	0,1	0,1	0,1	0,06
Plastik İşleme	3,2	3,8	3,1	3,9	4,3	3,8	3
Çiçekçilik	-	-	-	-	-	-	-
Tarımsal Ürün	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,3	0,1
İşMak.Yed.Pr.	13,1	12,1	15,4	14,2	12,8	15,2	9,7
Deri mamulle.	1,9	1,9	2,1	1,7	1,2	0,5	0,5
Ayakkabı san.	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
İnşaat,Yan san	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	28	29,2	29,1	37,5	36,1	27,1	26,6

Kaynak: Bu tabloda oluşturulan veriler DTM ve DİE rakamları kullanılarak düzenlenmiştir.

Yukarıdaki tablo incelendiği zaman Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörlerin toplam ithalat içindeki paylarının oransal olarak ihracatlarına göre daha düşük gerçekleştiği görülmektedir. Ancak ithalat paylarının daha düşük oranlarda olmasına rağmen, reel anlamda ortalama aynı parasal değerleri

¹⁰⁰ www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk97/ith97.htm

temsil etmektedir. Başka bir deyişle tablo 2.9’da gösterildiği gibi ortalama aynı parasal değeri ifade etmektedir. Hatta 1996, 1997, 1998 ve 2000 yıllarında bu sektörlerin ithalat rakamları, aynı dönemdeki ihracat rakamlarından daha yüksek bir parasal değeri ifade etmektedir.

5 Nisan 1994’de uygulamaya konulan ekonomik istikrar tedbirleri sonucunda iç piyasa önemli ölçüde daraltılmıştır. Bu sonucu olarak 1995 yılında ithalat oransal olarak artış göstermesine rağmen reel olarak ihracattan daha düşük artmıştır. Böylece bu yıl dış ticaret açığı da önceki yıllara oranla gerilemiştir. 1996 yılında Gümrük Birliği’ne uyum çerçevesinde koruma oranlarında yapılan indirimler ve yurt içi talebin canlılığını koruması sonucunda ithalat önemli ölçüde artmış, ihracattaki artış oranı ise beklenen düzeyin altında kalmıştır¹⁰¹. Bu sebeple, ihracatın ithalatı karşılama oranı 1995 yılına kıyasla düşük bir oranda gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan, 1997 yılında ithalat artışı oranının önceki yıla nazaran aşırı artması, büyük çapta ara malı ve tüketim malı ithalindeki artıştan kaynaklanmıştır¹⁰². Bu nedenle dış ticaret açığı artmıştır.

1999 yılında Dünyada ve ülkemizde ortaya çıkan ekonomideki durgunluk yatırımları olumsuz yönde etkileyecek şekilde “enerji üreten makineler”, “diğer elektriksiz makineler” ve “demir-çelik” gibi ara ve yatırım malları ithalatının azalmasını sağlamıştır. Buda, bu sektörlerin toplam ithalat içerisindeki payının büyük oranlarda düşmesine neden olmuştur¹⁰³. Öte yandan 1999 yılında, bu sektörlerin, toplam ithalat içerisindeki payının düşmesinin bir diğer nedeni de, “deri ve kürkten giyim” ve “ayakkabı” ithalatında % 30-40’lara varan düşüşlerdir.

Yukarıdaki ortaya koyulan ihracatın ve ithalatın sektörel dağılımı dikkatli incelendiği zaman otomobil ve yan sanayi- İş Makineleri ve yedek parçaları-

¹⁰¹ www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk97/ith97.htm

¹⁰² www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk97/ith97.htm

¹⁰³ www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk99/ith99.htm

Yazılım ve Plastik işleme sektörlerinin toplam ihracat içerisinde sırasıyla ortalama %3,5-%2,3-%0,1- 0,9 gibi bir paya sahipken aynı sektörlerin toplam ithalattan aldığı sırasıyla ortalama paylar %7,5-%13,3-%1,5 ve %3,8 civarındadır. Bu durum söz konusu sektörlerde ülkemizin karşılaştırmalı üstünlüğüne sahip olmadığı, bu sektörlerin şu anki durumları itibariyle ithalatçı sektörler olduğu anlaşılmaktadır.

Bu sektörleri incelediğimizde *Makine sektörü ihracatında* en önemli kalemler; motorlar ve aksam parçaları, buzdolapları, pompalar, tarım alet ve makineleri, metal ve ağaç işleme makineleri, inşaat ve maden makineleri, muslukçu, borucu eşyası ve rulmanlardan, transmisyon milleri-kolonlardan, contalardan oluşmaktadır. Ancak makine sektörü içerisinde en fazla ithali gerçekleştirilen ürünler ise tekstil makineleri, büro makineleri, motorlar ve aksamları, inşaat ve maden makineleri, metal ve ağaç işleme makineleridir¹⁰⁴. Diğer taraftan *otomotiv ve oto yan sanayinin* ihracatı içinde; iç ve dış lastikler, motor parçaları, aksesuarlar, jantlar, frenler ve servo frenler, elektrikli ateşleme sistemleri, aküler ve parçalardan meydana gelen kalemlerden oluşmaktadır. Otomotiv ve oto yan sanayinin ithalatı ise artan yabancı sermaye otomobil yatırımları ile 1999 yılında 2 milyar dolara yükselmiştir. İthalatı gerçekleşen ürünler ise dış lastikler, içten yanmalı motorlar, dizel motorlar, motor aksam ve parçaları, montaj karoseri aksamı ve vites kutuları gibi parçalardan oluşmaktadır¹⁰⁵. Her iki sektörde de ülkemiz daha az teknoloji gerektiren ve katma değeri düşük ara mallar veya yarı mamuller ihraç ederken, katma değeri ve teknolojisi yüksek yarı mamulleri ithal etmektedir. Aslında Türkiye'nin parçalar halinde pek çok otomobil, otobüs, kamyon ve makine ihraç ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Tüm bunlar ışığında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş amaçlarından en önemlisinin KOBİ'lerin ihracatlarını arttırıp ülkeye döviz

¹⁰⁴ www.igeme.org.tr/tur/foyer/sanayi/makine2.htm

¹⁰⁵ www.igeme.org.tr/tur/foyer/sanayi/oto2.htm

kazandırmak olduğu halde yukarıda sözü edilen Otomobil ve yan sanayi, İş Makineleri, Yazılım ve Plastik işleme sektörlerindeki KOBİ'lerin, Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında biraraya gelmeleri de düşündürücüdür. Burada bu sektörlerin ithal bağımlılığının yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet alanlarındaki bazı sektörlerin ithalatçı özellik taşı da yıllar itibariyle ülkenin toplam ihracat ve ithalat rakamları ile yukarıda sözü edilen 13 sektörün toplam ihracat ve ithalat rakamları karşılaştırıldığında aşağıdaki tablo karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 2.9: Yıllar İtibariyle 13 Sektörün Türkiye'nin Toplam İhracat ve İthalatındaki Yeri (Bin \$)

İhracat	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
13Sektörün Top.İhracat	10.325.373	12.732.525	13.659.318	14.782.335	16.044.240	16.276.296	7.982.833
Türkiye'nin Top.İhracat	18.106.000	21.637.000	23.224.000	26.261.000	26.974.000	26.587.000	15.790.000
STİ/TTİ(%)	57	58,8	58,8	56,2	59,4	61,2	50,5
İthalat							
13Sektörün Top.İthalatı	6.614.695	10.718.419	15.980.885	18.649.570	16.768.000	15.267.410	8.107.905
Türkiye'nin Top.İthalatı	23.270.000	35.709.000	43.627.000	48.559.000	49.921.000	40.687.000	29.800.000
STİ/TTİ(%)	28,4	30	36,6	38,4	33,5	37,5	27,2

Kaynak: Bu tabloda oluşturulan veriler DTM ve DİE rakamları kullanılarak düzenlenmiştir.

STİ: 13 Sektörün toplam ihracatı

TTİ: Türkiye'nin toplam ihracatı

Tablo 2.9 incelendiğinde, bu sektörlerin Türkiye'nin dış ticaret hacmi içerisinde azımsanmayacak bir yere sahip olduğunu görmekteyiz. Diğer taraftan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet alanlarındaki bu sektörlerin ihracatta yoğunlaşması -özellikle tekstil-konfeksiyon- ülkenin ihracat hacminin artmasına neden olmuştur. Ancak Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet alanlarındaki otomobil ve yan sanayi, iş makineleri ve yedek parçaları, yazılım ve plastik işleme gibi sektörlerde toplam ihracat içerisindeki payı çok az iken , toplam ithalat içerisindeki payı hiç de o kadar az değildir. Ayrıca bu sektörlerin toplam

İhracatlarının 1994-1997 yılları arasında değişmemesine rağmen toplam ithalatı aynı yıllar arasında sürekli artış göstermektedir. Buda ülkenin dış ticaret açığının artmasına neden olmuştur.

2. Türkiye'deki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Gelişimi:

İhracatı ve İthalatı (1994-2000)

Günümüzün gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin; kendi kendine yeterli olamamaları nedeniyle, gerek kaynakları, gerekse insanları için ihtiyaç duydukları ürünlerin temininde, Döviz vazgeçilmez bir unsurdur.

Ancak bu döviz ülkeye getirecek olan işletmeler kuruluştan üretime, üretimden pazarlamaya kadar tüm safhalarında, finansman, yeni teknolojiye uyum, nitelikli işgücü sağlama gibi konularda değişik boyutlarda darboğazlarının yanı sıra KOBİ'lerin uluslar arası pazarlarda ; finansman, üretim, teknoloji ve ar-ge faaliyetlerinin yetersizliği ile dış piyasa şartlarını iyi bilmedikleri için karşılaştıkları birtakım sorunların olması, gerekli olan dövizin teminini zorlaştırmaktadır¹⁰⁶. Bu yüzden işletmelerin hem ulusal hem de uluslar arası piyasalarda rekabet edebilir duruma gelmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri için çok yönlü teşvik ve desteklere ihtiyaçları olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle hemen hemen her ülke, gerek sanayisini, gerekse üretken alanda faaliyette bulunan, ticaret veya pazarlama işletmelerini başka bir deyişle ölçek büyüklüklerine bakılmaksızın tüm işletmelerini "ihracat" için desteklemekte, dolayısıyla ülkelerine önemli oranlarda döviz girdisi sağlamaktadırlar¹⁰⁷. İşte böyle bir yapının oluşturulmasında "örgütlenme" çözümleyici bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütlenme yolu ile ölçek ekonomisine ulaşma, sadece rekabet gücü kazanma ve ihracat başarısını artırma ile

¹⁰⁶ Cem KOZLU, **SOGO-SOŞA: Dış Açılmada Bir Japon Dersi**, Bilkom Yayınları, İstanbul: 1992 **PUTZ** **Theodor Kuramsal Ekonomi Politikasının Temelleri**, (Çev. Naci KEPKEP), 4.Baskı, Der Yayınları No:130, İstanbul: 1994, s.16.

¹⁰⁷ Cevdet BAYKAL, "KOBİ'ler ihracat için birleşin!", **Gözlem Gazetesi**, 04-10 Eylül 2000, www.gazetegozlem.com

sonuçlanmayıp, ülke ölçeğinde makro ve işletme düzeyinde mikro hedeflere ulaşılmasını da sağlayabilmektedir¹⁰⁸.

Bu bağlamda Türkiye 1994 yılından itibaren KOBİ'leri ihracata yönlendirmek ve ihracatlarını artırmak ve ülkeye daha fazla döviz geliri getirilmesini sağlamak amacıyla ihracatta örgütlenmeyi esas alan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelini uygulamaya koymuştur. Bu tarihten sonra ülkenin gerek uluslar arası pazarlarda mukayeseli üstünlüğü sahip olduğu sektörlerde gerekse diğer sektörlerdeki KOBİ'ler arasında bu örgütlenme modeli hızla yayılmaya başlamıştır. Örneğin, Türkiye'nin ekonomisinde hissedilir bir ağırlığa sahip olan tekstil-konfeksiyonda, tarımsal ve deri sektöründe faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri gerek sermaye, gerekse de ortak sayısı olarak diğerlerine göre daha güçlüdürler. Özellikle 1995 ve 1996 yılında kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin başarı göstermesi ile 1997 yılı ve sonrasında KOBİ'ler Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında bir araya gelmeye başlamışlardır. Bugün itibariyle kurulu bulunan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısı 34 olup, bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin toplam sermaye tutarı yaklaşık 1.7 trilyon civarındadır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler; tekstil ve konfeksiyon, deri, ayakkabı, gıda, tarımsal ürünler, halı, halı ipliği, kesme çiçek, mobilya, inşaat yan sanayi, yazılım, plastik işleme, inşaat ve yan sanayi, otomotiv ve otomotiv yan sanayi, makine ve makine yan sanayiidir. Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kuruluş yerleri itibariyle İstanbul'da yoğunlaşmış olup, kurulu bulunduğu diğer iller ise Ankara, Bursa, Gaziantep, Adana, Antalya, Konya, Çorum, Diyarbakır, İzmir, Samsun ve Kahramanmaraş'tır.

Bu bağlamda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticaretle ilgili ihracat ve ithalat verileri aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

¹⁰⁸ GÜNDÜZ VE ERGÜN, 1997, s.3.

Tablo 2.10: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle İhracatları (Bin \$)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Tekstil-Konf.	420.252	820.415	737.196	942.910	1.251.302	793.361	814.565
Gıda	-	2.584	2.770	10.152	-	-	-
Otom. Yan San.	-	-	478	1.621	2.740	2.483	1.337
Mobilya	-	-	-	-	78	255	81
Yazılım	-	-	-	-	-	-	-
Halı, halı ipliği	-	-	1.500	5.780	4.041	7.403	9.511
Plastik İşleme	-	-	-	-	-	-	-
Çiçekçilik	-	-	-	-	2.053	3.084	2.373
Tarımsal Ürün	-	-	-	-	600	300	112
İş Mak. Yed. Pr.	-	-	-	-	216	382	2.002
Deri mamulle.	-	-	-	-	1.100	35.052	20.055
Ayakkabı san.	-	-	-	-	-	746	4.328
İnşaat, Yan san	-	-	-	-	-	-	164
Toplam	420.252	822.999	741.944	959.463	1.262.130	851.959	855.528

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı

*Ocak-Temmuz Dönemi

Yukarıda tablo incelendiğinde, 1994 yılında uygulamaya konulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ilk yılında ve ilk Sektörel Dış Ticaret Şirketi EGS'nin tekstil-konfeksiyon sektöründe toplam 420 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmesi hiç kimsenin beklemediği bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. 1994 yılından sonra Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısının artması, bu şirketlerin ihracat rakamlarının da artmasına neden olmuştur. Böylece Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 1995 yılı ihracat rakamları bir önceki yıla oranla %95,8 oranında artmıştır. Yine bu ihraç rakamı içerisinde EGS'nin payı çok büyüktür.

1996 yılında gerek ülke ekonomisindeki gerekse Dünyadaki konjonktürel dalgalanmalar ihracatın daha düşük bir seviyede gerçekleşmesine neden olmuştur. 1997 yılının ihracat rakamları kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketi sayısının artarak 21'e ulaşmasıyla bu şirketlerin toplam ihracat rakamlarının da artmasını sağlamıştır. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracatındaki bu artış 1998 yılında da devam etmiş ve ihracatın 1 milyar doların üzerinde gerçekleşmesini sağlanmıştır. 1999 yılında Sektörel Dış Ticaret Şirketi modelinin Türkiye'de tanıtılmasında ve yayılmasında

çok büyük rol oynayan EGS'nin, Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanından vazgeçerek Dış Ticaret Sermaye Şirketi olması, toplam ihracat rakamının düşmesine neden olmuştur.

2000 yılının Ocak-Temmuz dönemi itibariyle ülkede uygulanan istikrar programı ve kısılan talepten dolayı şirketler uluslararası pazarlara yönelmek zorunda kalmış ve ülke ihracatı tekrar artmıştır.

Tabi burada önemli bir hususu da dile getirmek gerecektir. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine ortak olan işletmelerin ihracatlarını Sektörel Dış Ticaret Şirketi üzerinden yapma zorunluluğu olmaması yüzünden Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracat rakamları düşük görünmektedir. Başka bir ifadeyle Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği bazı sektörlerde ihracat rakamların düşük olması, o sektörlerin ihracatta başarısız olmasından değil, Şirket ortaklarının ihracatlarını Şirket üzerinden yapmamalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 2.10'daki ihracat rakamlarına paralel olarak Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 1994-2000 yılları arasındaki ithalat rakamları çok düşük kalmaktadır. Buna göre aşağıdaki tabloda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sektörel Bazda Yıllar İtibarıyla İthalatları verilmiştir.

Tablo 2.11: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Sektörel Bazda Yıllar İtibariyle İthalatları (Bin \$)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Tekstil-Konf.	6.492	45.145	96.257	64.265	83.717	4.222	5.580
Gıda	-	-	13.524	14.541	63	330	177
Otom. YanSan.	-	-	1	0,1	458	133	1.025
Mobilya	-	-	-	-	-	6	-
Yazılım	-	-	-	-	-	-	-
Halı, halı ipliği	-	-	-	-	-	-	-
Plastik İşleme	-	-	-	-	-	-	-
Çiçekçilik	-	-	-	-	90	102	3
Tarımsal Ürün	-	-	-	-	-	1.527	5
İşMak. Yed.Pr.	-	-	-	-	53	92	15
Deri mamulle.	-	-	-	-	-	103	7
Ayakkabı san.	-	-	-	-	-	-	-
İnşaat, Yan san	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	6.492	45.154	109.782	78.806,1	84.381	6.515	6.812

Kaynak : Dış Ticaret Müsteşarlığı

*Ocak-Temmuz Dönemi

Tablo 2.11 incelendiğinde, 1994 yılında ilk kurulan ve tekstil-konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketi olan EGS'nin, 6,5 milyon dolarlık ithalat yaptığı görülmektedir. 1996 yılında kurulan altı şirket ile birlikte SDŞ sayısının dokuz'a çıkmasına rağmen toplam ithalat rakamı ilk iki yılda kurulan şirketlerden tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda ilk Sektörel Dış Ticaret Şirketleri olan EGS, KARBİR, EGOT şirketleri 1995'e oranla toplam ithalatı yaklaşık 110 milyon dolara çıkarmışlardır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken husus, gıda sektöründe faaliyet göstermek amacıyla kurulan KARBİR şirketinin 1996 yılında 2 milyon 770 bin dolarlık ihracat yaparken, aynı yıl 13 milyon 524 bin dolarlık ithalat gerçekleştirmesidir. Buda bahsedilen şirketin, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu gıda sektöründe yer almasına rağmen ülkedeki kaynakları kullanmak yerine bu malları dışarıdan temin ettiğini göstermektedir. Böyle bir sonuç ise Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş amaçlarına ters düşmektedir.

1997 yılında Sektörel Dış Ticaret Şirketi sayısının yeni on şirketle birlikte on dokuz'a çıkmıştır. Ancak özellikle tekstil-konfeksiyon sektörün ülke kaynaklarına

dönmesi ve kendi kendine yeterli hale gelmeye başlaması toplam ithalatın azalmasına neden olmuştur. 1997 yılında da gıda sektöründe yer alan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracat ettikleri malların parasal değerinin yedi kat daha fazlasıyla mal ithal ettikleri görülmektedir. 1997 yılında başlayarak tüm Dünyayı etkisi altına alan Asya ve Rusya krizi gibi küresel krizlerin, sektörler üzerindeki etkisinin 1998 yılında kendini göstermesi ülkenin ithalatını artırmıştır. Çünkü krizin yaşandığı Asya ülkelerinde ekonomik istikrarın tekrar sağlanması için yapılan yüksek oranlı devalüasyonlar, bu ülkelerin sattığı teknolojik malların fiyatını düşürmüştür. Böylece hem otomobil ve yan sanayi hemde makine sektöründe ithalat artışı yaşanmıştır. Buda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin toplam ithalatını önceki yıla oranla artırmıştır.

1999 yılına kadar kurulmuş Sektörel Dış Ticaret Şirketleri içerisinde en çok ortağı bulunan ve toplam ihracat ve ithalat rakamları içerisinde çok önemli bir paya sahip olan EGS şirketinin, Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanını bırakarak Dış Ticaret Sermaye Şirketi olması, toplam ithalatın büyük oranlarda düşmesine neden olmuştur. Bu durum diğer Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin EGS kadar hem KOBİ'leri birleştirmede hemde üretim ve pazarlamada etkin ve verimli çalışmadığını ortaya koymaktadır.

Ayrıca 1999 yılında tarımsal ürünler sektöründe (meyve, sebze, vb.) yer alan ASM şirketinin, 300 bin dolarlık ihracatına karşılık, 1 milyon 527 bin dolarlık ithalat yapması, üzerinde durulması gereken diğer önemli bir konudur. Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretimi miktar itibarıyla önemli olmasına karşın, ihracata konu olan meyve ve sebze çeşitlerinin uluslararası piyasalarda talep edilen çeşitlere uygun olmamaktadır. Ayrıca bu sektörde miktar ve kalite kayıplarının yüksekliği tarımsal ürün sektöründe faaliyet gösteren ASM'nin ihracattaki durumunu daha iyi ortaya koymaktadır¹⁰⁹. Tarımsal ürün sektöründe faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret

¹⁰⁹ www.igeme.org.tr/tur/foylar/tarim/yms2.htm.

Şirketinin ihracatının yaklaşık beş katı kadar ithalat yapmasının nedeni ise, ülkemizde yetiştirilme imkanı kısıtlı olan veya yetiştirilmesi mümkün olmayan meyvelerin sezon dışı talebini karşılamak amacıyla yapılan ithalattan kaynaklanmaktadır¹¹⁰.

3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri

1970’li yıllara kadar Dünyadaki geçerli olan görüş, büyük işletmeler aracılığıyla üretimin birim maliyeti düşürülerek ölçek ekonomisinin avantajlarından faydalanmak ve böylece ülke mallarının Dünya pazarlarında daha fazla rekabet gücünü kazandırmaktı. Bu tarihten sonra küçük ölçekli işletmelerin gerek sosyal, gerekse ekonomik yönden önemi Dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde artmaya başlamıştır. Böylece “Small is Beautiful” yani “Küçük güzeldir” tezi ekonomik hayata damgasını vurmuştur. Küçük ölçekli işletmeler özellikle işletme sayısının çokluğu, ülke çapında istihdama sağladıkları katkı, bölgesel sosyo-ekonomik dengenin kurulması ve üretimde azımsanamayacak bir paya sahip olmaları yönünden önem taşımaktadır¹¹¹.

Bu bağlamda Dünyadaki ülkeler KOBİ’lerin ekonomideki etkinliğinin artırılması için değişik zamanlarda değişik politikaları uygulamaya koymuşlardır. Bu politikalarındaki ortak amaç KOBİ’leri uluslararası pazarlara yönlendirmek ve ülkenin döviz girdisini artırmak olmuştur. 1970’li yıllarda ülkelerin KOBİ gerçeğinin farkına varmasının belki de en önemli nedeni Japon ekonomisindeki hızlı gelişimdir. Çünkü Dünya ekonomisi değişik zamanlardaki (1929 Ekonomik Buhran, 1970 Petrol Krizleri, vs) konjonktürel dalgalanmalardan çok fazla etkilenmiştir. Bunun en büyük sebebi olarak ta büyük şirketlerin böyle durumlara

¹¹⁰ www.igeme.org.tr/tur/foyer/tarim/yms2.htm.

¹¹¹ Halil SARIASLAN, *Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki Sanayi İşletmeleri (İmalat Sanayi İşletmelerinin Sorunları ve Yeni Stratejiler)*, TOBB Yay., Ankara: 1996, s.54.

uyum gösterecek hareket kabiliyetlerine sahip olmamasını gösterebiliriz. Ancak Japonya 1890 yılından itibaren ülkesindeki KOBİ'leri gerek kooperatif gerekse Genel Ticaret Şirketleri bünyesinde örgütlemesi, ülke dış ticaretinin konjonktürel dalgalanmalardan fazla etkilenmesini engellemekle kalmamış ve ülke ekonomisinin gelişimini de hızlandırmıştır.

İşte 1970'li yıllardan sonra G. Kore, ABD, İtalya, Brezilya ve benzeri Dünya ülkeleri literatüre Sogo Shosha olarak geçen Japon modelini uygulamaya başlamışlardır. Bu model sayesinde İtalya 1974, G. Kore 1975, Brezilya 1976 ve ABD'de 1982 yılında uygulamaya koyduğu Dış Ticaret Sermaye Şirketleri yardımıyla KOBİ'lerin dış ticarete örgütlenmesini gerçekleştirmişlerdir. Bahsettiğimiz bu ülkelerde oluşturulan Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin tamamı şuan başarılı bir şekilde kuruluş amaçlarına hizmet etmektedir.

Türkiye ise Küçük ve Orta Boy İşletme gerçeğinin farkına dışa açık büyüme modelini benimsediği 1980 yılından sonra varmıştır. Böylece 1980 yılından sonra büyük şirketler liderliğinde ihracatta örgütlenme modeli olan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modelini uygulamaya koymuştur. Ancak bu şirketlerin zaman içerisinde Küçük ve Orta Boy İşletmelerin ürettiği mallar yerine kendi mallarını pazarlaması, devletin verdiği teşviklerden Küçük ve Orta Boy İşletmeleri istenildiği ölçülerde faydalandırmaması ve KOBİ'lerin uluslararası pazarlara doğrudan girmeleri gibi olumsuzlukları nedeniyle başarı sağlayamamışlardır. Ancak her şeye rağmen istenilen düzeyde olmasa da ülke ekonomisinin dış ticaretinde gelişme sağlanmasına yardımcı olmuştur. Ayrıca sağlanan bu gelişmenin neticesinde gerek yatırım ve üretim gerekse istihdamın azda olsa artmasını sağlamışlardır.

Kısaca Dış Ticaret Sermaye Şirketleri 1980 sonrasında dışa açık büyüme modelini benimseyen Türkiye için dış ticarete tecrübe ve bilgi bakımından iyi bir deneyimden öteye gidememiştir. 1992-1994 yılları arasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine geçiş modeli olan Çok Ortaklı Sermaye Şirketlerinden sonra şuan

Dünyada “Türk Modeli” olarak adlandırılan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeli ortaya çıkmıştır. Nisan 1994’te yürürlüğe giren bu model sayesinde Küçük ve Orta Boy İşletmelere, üretimden pazarlamaya, yatırımdan ihracata muazzam parasal ve teknik destekler verilmeye başlanmıştır. Ancak 1994 sonunda imzalanan Dünya Ticaret Örgütü anlaşmasına taraf olmamız ve Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği sürecine gidilmesi “ ihracat performansına bağlı ve yasaklanmış sübvansiyonlar olarak kabul edilen teşvikler” yürürlükten kaldırılmasını gerektirmiştir. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine verilen bu teşvikler yerine 1996 yılında yayınlanan bir tebliğle Avrupa Birliği ve GATT normlarına uygun yeni teşvik sistemi oluşturulmuştur. Buna rağmen Küçük ve Orta Boy İşletmeleri ihracatta örgütlenmesini sağlayan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ilk yıllarda nasıl bir uygulama olacağının bilinmemesi, büyük iller dışındaki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin yeterince bilgilendirilmemesi ve bu Küçük ve Orta Boy İşletmelerin profesyonel yöneticileri olmadığı için bu modeli anlamakta güçlük çekmesi gibi nedenlerden dolayı ilk yıllarda fazla uygulama alanı bulmamıştır.

Ancak 1996 yılında Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında tekstil-konfeksiyon sektöründe örgütlenen Küçük ve Orta Boy İşletmelerin oluşturduğu EGS, ATAKS ve TRİSAD gibi şirketlerin geçmişlerine oranla yüksek dış ticaret performansı göstermesi ülkedeki diğer Küçük ve Orta Boy İşletmeleri de harekete geçirmiştir.

İhracatta örgütlenme modeli Sektörel Dış Ticaret Şirketi sayesinde Küçük ve Orta Boy İşletmeler hem ihracata yönelme hemde kendi aralarında bilgi, deneyim, teknoloji, personel gibi konularda transferler yardımıyla işletme içi sorunlarını çözme imkanı bulmuşlardır. Böylece bu kısa zamanda ülkenin ihracatı ve ithalatı üzerinde azda olsa bir yere sahip olmaya başlamışlardır. Bu bağlamda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ülke ihracatı ve ithalatı üzerindeki etkilerini daha iyi ifade edebilmek için aşağıdaki tablolara bakmak gerekecektir.

Tablo 2.5 ve tablo2.7’de ülkemizin Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler bazında toplam ihracat ve ithalat rakamlarını incelemiştik. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler bazında ihracat ve ithalat rakamlarının ülkenin toplam ihracatı ve ithalatı içinde ne kadarlık bir paya sahip olduğunu vurgulamıştık.

Aşağıdaki tabloda ise hem bu oran hemde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler bazında ihracat ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracatının o sektörün ülke toplam ihracatı içerisindeki payına oranlaması bulunmaktadır.

Tablo 2.12: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ve Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesel Dağılımı (%)

Sektör/Yıl	1994		1995		1996		1997		1998		1999		2000*	
	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ
Tekstil-Konf.	36,5	6,3	39,1	9,6	37,8	8,3	38,2	9,3	39,4	11,7	37,5	7,9	31,6	6,2
Gıda	2	-	2	0,5	1,8	0,5	2,4	1,5	2	-	2,2	-	1,9	-
Otom.YanSan	1,8	-	2,9	-	3,4	0,05	2,5	0,2	2,9	0,3	5,4	0,1	4,7	0,1
Mobilya	0,6	-	0,7	-	1	-	1,1	-	1,4	0,02	1,8	0,05	0,5	0,09
Yazılım	0,1	-	0,1	-	0,1	-	0,1	-	0,2	-	0,1	-	0,1	-
Halı,halı ipliği	1,3	-	1,1	-	1,3	0,4	1,3	1,6	1,4	1	1,6	1,7	1,2	4,7
Plastik İşleme	0,9	-	0,9	-	0,8	-	0,8	-	0,9	-	0,9	-	0,8	-
Çiçekçilik	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarımsal Ürün	8	-	7,4	-	6,9	-	6,8	-	6,1	0,04	6,8	0,02	5,5	0,01
İşMak.Yed.Pr.	1,8	-	1,8	-	2,1	-	2,3	-	2,3	0,03	2,5	0,05	2,2	0,6
Deri mamulle.	2,5	-	1,7	-	1,6	-	1,3	-	1,4	0,2	1,4	8,2	1,1	10,8
Ayakkabı san.	0,8	-	0,5	-	0,9	-	1,1	-	1	-	0,6	0,04	0,4	6,6
İnşaat, Yan san	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	56,3	6,3	58,3	10,1	58,7	9,25	57,9	12,6	59	13,29	60,8	18,06	50	29,1

Kaynak: Bu tabloda oluşturulan veriler DTM ve DİE rakamları kullanılarak düzenlenmiştir.

SI: Toplam sektör ihracatı

SSI: SDŞ'lerin o sektördeki ihracatı

Tİ: Türkiye'nin toplam ihracatı

Yukarıdaki tablo 2.12'e bakıldığı zaman Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörlerin ülke toplam ihracatına oranları (SI/Tİ) ile Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sektör ihracatlarının, o sektörün ülke toplam ihracatına (SSI/Sİ) oranları verilmektedir. Başka bir ifadeyle tablo 2.4, tablo 2.5 ve tablo 2.6'da yer

alan ihracatla ilgili verilerin tamamı bu tabloda gösterilmektedir.

Tablo 2.12 incelendiğinde tekstil-konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, toplam sektör ihracatı içerisindeki yüzdeler payının, diğer sektörlerle oranla yüksek olduğu görülmektedir. Yine aynı şekilde otomotiv yan sanayi, mobilya, halı ve halı ipliği, tarımsal ürünler, iş makinaları ve deri sektörlerinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, toplam sektör ihracatı içerisindeki paylarını artırmışlardır.

Kısaca, tablodan görüldüğü gibi, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği 13 sektörün ülke toplam ihracatı içerisindeki toplam sektör payları 1994-2000 yılları arasında hiçbir zaman %50'nin altına düşmemiştir. 1996 yılında toplam ihracat içinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin payının azalmasının nedeni, Dünyada tekstil-konfeksiyon sektöründe yaşanan yoğun pazar ve fiyat rekabetidir. 1997 yılında Dünyada ekonomik krizlerin baş göstermesi nedeniyle bu sektörlerin dış ticaretinin krizden etkilendiği ve bunun sonucunda bu sektörlerin toplam ihracat içerisindeki payı %57,9'a düşerken, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bu paya katkısı %12,6'dır. 1998 yılında Dünyanın ve Türkiye'nin krizden çabuk kurtulması sonucu bu sektörlerde toplam ihracat içerisindeki paylarını artırmaya başlayarak %59'a çıkarmıştır. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bu dilim içerisindeki payı da toplam ihracata paralel olarak artma eğilimi göstermiş ve sektörlerin toplam ihracatının, %13,29'unu gerçekleştirmişlerdir. Ocak-temmuz 2000 yılında da sürececek olan bu artış eğiliminin nedeni halı ve halı ipliği, deri ve deri mamulleri ve ayakkabı sektörlerindeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracata yönelmelerinin hız kazanmasıdır. Bunun sonucunda Ocak-temmuz 2000 döneminde sektörler toplamı ülke toplam ihracatı içerisinde %50 paya sahip iken, Bu sektörlerde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin payı %29,1 olmuştur.

Genel bazda bakıldığı zaman Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, faaliyet gösterdikleri sektörlerin toplam ihracatı içerisindeki paylarını sürekli artırmışlardır. Bu da KOBİ'leri ihracatta örgütleyen Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin yıllar geçtikçe ihracatta ağırlığını koymaya başladığını göstermektedir. Böylece ülkenin dış ticaretine olumlu katkıda bulunmaktadır.

Ülkemizde diğer ülkelere nazaran kısa bir zaman önce uygulama alanı bulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, ülke ihtiyaçları doğrultusunda KOBİ'lerin bir araya getirerek ihracata yönelmeleri amaçlanmıştır. Mevcut Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin hemen hemen tamamı bu amaç doğrultusunda faaliyetlerine devam ettirdikleri, tablo 2.12'den anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan tablo 2.13'e bakıldığı zaman Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörlerin ülke toplam ithalatına oranları(Sİ/Tİ) ile Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sektör ithalatlarının, o sektörün ülke toplam ithalatına (SSİ/Sİ) oranları verilmektedir.

Tablo 2.13: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ve Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İthalat İçindeki Payının Yüzdesel Dağılımı (%)

Sektör/Yıl	1994		1995		1996		1997		1998		1999		2000*	
	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ	SI/Tİ	SSI/Sİ
Tekstil-Konf.	4,4	0,06	4,6	2,7	4,7	4,6	4,6	2,7	4,9	3,7	5,2	0,	3,2	0,
Gıda	0,6		1,2		1,7	1,7	1,4	2	0,9	0,	1,1	0,	0,6	0,
Otom.YanSan	4		4,4		6,1	0,	8,9	0,	8,7	0,	8,1		7,9	0,
Mobilya	0,6		0,8		0,9		1		1,1		1,1		0,2	
Yazılım	-		-		1,4		1,5		1,6		1,6		1,3	
Halı,halı ipliği	0,02		0,02		0,09		0,1		0,1		0,1		0,06	
Plastik İşleme	3,2		3,8		3,1		3,9		4,3		3,8		3	
Çiçekçilik	-	-	-	-	--	-	-	-	-	-	--	-	-	-
Tarımsal Ürün	0,1		0,2		0,1		0,3		0,3		0,3	1,1	0,1	0,
İşMak.Yed.Pr.	13,1		12,1		15,4		14,2		12,8	0,	15,2	0,	9,7	0,
Deri mamulle.	1,9		1,9		2,1		1,7		1,2		0,5	0,	0,5	
Ayakkabı san.	0,1		0,1		0,2		0,2		0,2		0,1		0,1	
İnşaat,Yan san	-	-	-	-	-	-	-	-	-		--	-	-	-
Toplam	28	0,06	29,2	2,7	29,1	6,3	37,5	4,7	36,1	3,7	27,1	1,1	26,6	0,

Kaynak: Bu tabloda oluşturulan veriler DTM ve DİE rakamları kullanılarak düzenlenmiştir.

SI: Toplam sektör ithalatı

SSI: SDŞ'lerin o sektördeki ithalatı

Tİ: Türkiye'nin toplam ithalatı

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörlerin 1994- 2000 yılları arasındaki ülke ithalatındaki paylara bakıldığında 1997 ve 1998 yılları hariç yaklaşık %27'lik dilim almaktadır. 1997 yılında Asya krizinden dolayı krize maruz kalan ülkelerde yapılan yüksek oranlı devalüasyonlar, bu ülkelerin ihraç ettiği özellikle otomotiv ve parçaları ile makine ve parçalarının oluşturduğu mal gruplarının ucuzlamasına neden olmuştur. Böylece bu malların ithalatında artışlar meydana gelerek, sektörler toplamı ülke ithalatından %37,5'lik bir pay almışlardır. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ise yıllar itibarıyla toplam sektör ithalatından aldığı pay yok denecek kadar bir paya sahiptir. Bu durum SDS'lerin hemen hemen tamamının ihracata ağırlık verdiğini göstermektedir.

Bu bağlamda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticarete rekabet şanslarını güçlendirebilmeleri ve ihracatlarını artırabilmeleri için ürettikleri malların mukayeseli üstünlüğe sahip olması gerektiği gerçeği de kaçınılmazdır. Başka bir ifadeyle, ülkemizde kurulan her Sektörel Dış Ticaret Şirketinin yukarıda anlatılan başarıyı elde etmesi mümkün olmamaktadır. Örneğin İş Mak. Yedek Parçaları, Yazılım-Donanım, Plastik İşleme ve Otomotiv ve yan sanayinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; yüksek teknoloji , hızlı değişim ve gelişim gösteren bir alanda çalıştıkları için uluslararası piyasalardaki yeniliklere kısa zamanda uyum sağlamada zorlanmaktadırlar. Çünkü, sürekli değişim ve ilerleme içerisinde olan bu sektörde teknoloji transferinin çok yüksek maliyetlerde gerçekleşmesi, zaten mali açıdan sıkıntı çeken işletmeleri zor durumda bırakmaktadır. Bu yüzden, bu alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin ihracatlarını artırmak için değil, daha çok ucuz ithal girdi temin etmek amacıyla kurulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Zaten tablolar incelendiğinde bu sektörlerin daha fazla ithal ağırlıklı çalıştığı görülmektedir. Diğer taraftan bugüne kadar oluşturulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin büyük bir çoğunluğunun mukayeseli üstünlüğe sahip olduğumuz sektörlerde (Tekstil, Gıda, Mobilya, Kesme çiçek, Tarımsal ürün, vb.) yoğunlaşması

ve üretim- yatırım-pazarlama üçgeninde verilen mali ve teknik desteklerden dolayı modelin başarılı olacağını göstermektedir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİNE İLİŞKİN UYGULAMA SONUÇLARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Son yıllarda küçük ve orta ölçekli işletmelere verilen önem Dünya gündeminde olduğu kadar ülkemiz gündeminde de önemli yer tutmaktadır. Çünkü pek çok makro ekonomik sorunun çözümünde büyük ölçüde KOBİ'lerin, KOBİ girişimciliğinin desteklenmesi ve güçlendirilmesi gerekliliğine olan inanç artmaktadır. Bu bölümde KOBİ'lerin üretimlerini ihracata yönlendirmesini sağlamak ve onlara rekabet gücü kazandırmak için oluşturulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine yönelik yapılan bir araştırmanın sonuçları ele alınacak, bu sonuçlar değerlendirilecek ve çalışmada sunulan bilgiler ışığında öneriler getirilmeye çalışılacaktır.

I. Araştırmanın Önemi

Dünya ekonomisinde 1970'li yıllara kadar büyük işletmelerin iktisadi gelişmede ve özellikle toplam üretimin uzun dönemli artışında en önemli motor olduğu düşünülmektedir. Bu görüşü savunan Amerikalı İktisatçı Schumpeter, yenilikçi değişimleri ortaya çıkaracak olan teknik ilerlemelerin ancak araştırma geliştirmeye kaynak ayırabilen büyük tekel işletmelerin aşırı karlarıyla mümkün olacağını ve böylece iktisadi gelişmenin sağlanacağını savunmaktaydı¹¹². Bu dönemde merkez ülkelerin devlet politikaları da bu büyük işletme anlayışının giderek güçlenen hakimiyetini yansıtıyordu. Bu görüşe göre üretimin birim maliyeti düşürülerek, ölçek ekonomisinin avantajları toplanacak ve ülke mallarının Dünya pazarlarında daha fazla rekabet gücü elde etmesine imkan sağlanacak.

Ancak 1970'li yıllardan sonra Schumpeter ve arkadaşlarının savunduğu büyük işletmelerin ekonomik gelişmenin motoru olduğuna ilişkin tez geçerliliğini

¹¹² BİS, Yeni İhracat Organizasyonları Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri, Türkiye'de KOBİ'ler ve İhracat Politikamız, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayını, İstanbul 1996, s.3.

yitirmiştir. Özellikle 1968 Dolar krizi ve 1970'li yıllardaki petrol şokları büyük işletmelerin değişen ekonomik konjonktürlere uyumda zorlandığını ortaya koymuştur. Böylece ekonomik konjonktürlere karşı hızlı uyum sağlayan ve dinamizmin korunmasına yardımcı olan küçük işletmeler önem kazanmıştır. Böylece "Small is Beautiful" yani "Küçük güzeldir" tezi ekonomik hayata damgasını vurmuştur. Bu tarihten sonra küçük ölçekli işletmelerin gerek sosyal, gerekse ekonomik yönden önemi Dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde artmaya başlamıştır. Küçük ölçekli işletmeler özellikle işletme sayısının çokluğu, ülke çapında istihdama sağladıkları katkı, bölgesel sosyo-ekonomik dengenin kurulması ve üretimde azımsanamayacak bir paya sahip olmaları yönünden önem taşımaktadır¹¹³. Kısaca küçük işletmelerin önemini aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

-Talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kısa sürede, daha kolay uyum sağlama,

-Bölgeler arası dengeli gelişmeye ve büyümeye katkıda bulunma,

-Büyük sanayi işletmelerinin tamamlayıcısı durumunda olma ve yan sanayi olarak faaliyette bulunmanın yanında büyük işletmelerin istihdam ettiği nitelikli elemanların yetiştirmelerine katkıda bulunma,

-Emek yoğun teknoloji ile çalışma ve kaynak kullanımında etkili olma özelliğine bağlı olarak, ülke çapında istihdamı arttırmaya ve işsizliği azaltmaya katkıda bulunma,

-Tam rekabet şartlarına kolayca uyum sağlama ve gelir yelpazesi içerisinde orta sınıf rolü oynama ve denge unsuru olma gibi özelliklerinden dolayı bu işletmelere her geçen gün ilgi artmaktadır.

Ancak bu işletmelerin kuruluştan üretime, üretimden pazarlamaya kadar tüm safhalarında, finansman, yeni teknolojiye uyum, nitelikli işgücü sağlama gibi

¹¹³ Halil SARIASLAN, Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki Sanayi İşletmeleri (İmalat Sanayi İşletmelerinin Sorunları ve Yeni Stratejiler), TOBB Yay., Ankara: 1996, s.54.

konularda değişik boyutlarda darboğazları bulunmaktadır¹¹⁴. Bunun yanında KOBİ'lerin, dış piyasa şartlarını iyi bilmedikleri için ihracat yapamaması da bir diğer engel olarak karşımıza çıkmaktadır¹¹⁵. Bu yüzden hem ulusal hem de uluslararası piyasalarda rekabet edebilir duruma gelmeleri ve varlıklarını sürdürebilmeleri için, bu işletmelere çok yönlü teşvik ve destekler verilmesi gerekmektedir. İşte böyle bir yapının oluşturulmasında "örgütlenme" çözümleyici bir yol olarak karşımıza çıkmaktadır.

II. Araştırmanın Amacı

Bilindiği gibi yakın zamana kadar büyük ölçeklerde işletme kurulması tartışmasız kabul görürken, son yıllarda bir değişim gerçekleşmiş ve büyüklüğün sağladığı maliyet tasarruflarının önemi azalmıştır. Teknolojik değişimler ve piyasa şartları, küçük ve orta ölçekli işletmelerin de ayakta kalabilmelerine ve hatta büyük işletmelere göre, daha esnek ve yenilikçi gibi bazı avantajlarının olduğu görülmüştür. Böyle bir ortamda KOBİ'lerin ihtiyaçlarına cevap verecek ve onları ihracatta örgütleyecek modellerin kurulması kaçınılmaz olmaktadır.

Bu modellerden biri olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat organizasyonudur. Başka bir deyişle SDŞ, aynı veya farklı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat sektörü kapsamında bir organizasyon altında bir araya getirilerek Dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla; ihracat ve ilgili konularda hizmet sağlayarak, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan

¹¹⁴ ISO, **Küçük Sanayinin Sorunları Semineri**, ISO Yayınları Yayın No: 1993-5, İstanbul, 21 Ekim 1992, s.82

¹¹⁵ Cem KOZLU, **SOGO-SOŞA: Dışa Açılmada Bir Japon Dersi**, Bilkom Yayınları, İstanbul: 1992 **PUTZ** **Theodor Kuramsal Ekonomi Politikasının Temelleri**, (Çev. Naci KEPKEP), 4.Baskı, Der Yayınları No:130, İstanbul: 1994, s.16

şirketler olarak tanımlanabilir¹¹⁶. Bu modeller daha önce örgütlenmemiş KOBİ'leri bir araya getirerek üretimden-ihracata, pazarlamadan-tanıtıma kadar tüm ihtiyaçları karşılanmaya çalışılmaktadır. Bu amaçla ülkemizde “Dış Ticaret Sermaye Şirketleri”, “Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri” ve “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri” gibi örgütlenme modelleri uygulama alanı bulmuştur¹¹⁷. Ancak bu modellerden beklenen başarının elde edilip edilmediği tartışmaya açıktır.

III. Araştırmanın Kapsamı

Türkiye’de 1980’den sonra benimsenen “dışa açık büyüme modeli” çerçevesinde istikrar ve sürekliliğin sağlanması için ülke ekonomisinin rekabet gücünün uluslararası piyasalardaki rekabet ortamına uygun hale getirilmesi kaçınılmazdı. Çünkü işletmelerimizin dış piyasalarda eşit şartlarda rekabet edebilmesi, büyümenin lokomotif gücü olarak kabul edilen ihracatımız açısından çok önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle 1980’li ve 1990’lı yıllarda Türk ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar ve bu sorunların başlarında gelen “ihracatın ithalat karşısında devamlı açık vermesi” sorunu, siyasi otoriteyi ve işletmelerimizi yeni ihracat modelleri arayışları içine itmiştir. Bu çabalar kapsamında birçok ülkede başarıyla uygulanan modeller örnek alınmış ve bu yönde çalışmalar yürütülmüştür. Bu bağlamda ülkemizde son dönemde Sektörel Dış Ticaret Şirketleri adı altında bir ihracatta örgütlenme modeli uygulama alanı bulmuştur. İhracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin durumlarına ışık tutmak için bir anket çalışması hazırlanmıştır. Bu çalışma sayesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin durumları ve verilen devlet desteklerinden hangilerinden faydalandıkları, hangilerinden faydalanmadıklarını bulmak, teşviklerdeki ve teşvik sistemindeki aksaklıkları ortaya koymaya çalışılacaktır. Bu kapsam içerisinde hazırlanan bu çalışma, Türkiye’de Nisan 1994 yılından sonra kurulmaya başlayan

¹¹⁶Mustafa H. ÇOLAKOĞLU, **KOBİ’ ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, KOSGEB, Ankara Eylül 1996, s.8.

¹¹⁷ BİS, a.g.e., s.80.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine uygulanmıştır. Türkiye’de 1994 yılından bu yana çeşitli sektör ve illerde kurulan 41 adet SDŞ vardır. Ancak bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin değişik zaman dilimleri içerisinde 7 (yedi) tanesinin ünvanının geri alınmasıyla 22 Kasım 2000 tarihi itibarıyla Türkiye’de faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısını 34’e düşmesine neden olmuştur. Uygulama alanımız bugüne kadar kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tamamıdır. Bu bağlamda yapacağımız değerlendirmelerde ünvanı geri alınmış şirketlerin bilgileri de yer alacaktır. Yine burada uygulamanın dönüşüm oranı çerçevesinde ve SDŞ’yi oluşturan KOBİ’lerin, ihracatlarının tamamını bu şirket üzerinden geçirdiği varsayımından hareketle değerlendirme yapılacaktır.

IV. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmada betimleyici yaklaşımla mevcut birincil ve ikincil kaynaklar doğrultusunda ve zaman zaman da resmi çevrelerle yapılan görüşmelerle toplanan dataların analizi ile yukarıdaki araştırma sorularına cevap aranmıştır.

Tezin temeli 1980 yılından itibaren Türkiye’de uygulanmış ihracatta örgütlenme modelleri ile bu modellerden Sektörel Dış Ticaret Şirketlerindeki gelişmelere dayanmaktadır. Bunların KOBİ’ler ve ülke ekonomisi üzerindeki etkileri incelenecektir.

Bununla beraber tezle ilgili verilerin toplanmasında Devlet Planlama Teşkilatı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, İGEME, KOSGEB, Merkez Bankası, TEKMER, SEDER, Hazine Müsteşarlığı, TÜBİTAK, gibi resmi kurumların dokümanlarından faydalanılmıştır. Ayrıca anket tekniği yardımıyla konu ile ilgili araştırma sorularına cevap bulunmaya çalışılmıştır. Anket tekniğini kullanmamın sebebi; bu konunun yeni olması , bu şirketlerin rakamsal büyüklüklerinin hiçbir basılı yayında olmaması ve bu bilgilere ulaşma zorluğunun bulunmasıdır. Anket tekniği sayesinde hem araştırma sorularına cevap alınmış hem de bu şirketlerin rakamsal büyüklüklerine ulaşma olasılığını elde etmek mümkün olmuştur. Diğer taraftan bu konu ile ilgili

yapılan çalışmaların tamamının teorik bazda olması anket uygulamamın bir diğer nedenidir. Bir diğer neden ise ,araştırmada verileri objektif olarak toplayıp, istatistiksel analiz teknikleri ile çeşitli hesaplamalar yapabilmek amacı ile anket yöntemi uygulanmıştır. Bu nedenle veriler bir yada birkaç işletmenin incelenmesinden elde edilmemekte, dolayısıyla örnek olay yöntemine dayanmamaktadır. Böylece bu çalışmada yazılı anket yöntemi ile sorulan sorulara cevap almak suretiyle ve anketin geri dönüş oranı çerçevesinde genel sonuçlar çıkarmak amacı güdülmüştür. Hazırlanan anket formları posta yolu ile gönderilmiş ve buna ek olarak işletme sahip/yöneticileri ile yüz yüze görüşme metodu da kullanılmıştır.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde “SPSS for Windows” paket programı kullanılmıştır. Anket formundaki tüm soru başlıkları kodlanmış, anket formundaki cevaplar veri halinde düzenlenerek analiz edilmek üzere programa yüklenilmiştir. Daha sonra bu programdan elde edilen veriler Frekans dağılımı ve 5’li bir Likert ölçeği yardımıyla tablo ve şekiller oluşturulmuştur. Ayrıca araştırma ile ilgili geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için örnek kütle büyüklüğünün küçük olması sebebiyle tek taraflı t-testi kullanılmıştır. Örnek ortalaması, ölçekteki değer olan $\mu_0=0$ kabul edilerek, $\alpha=(.05)$, $(.01)$ ve $(.001)$ anlam düzeylerinde hipotez sınaması yapılmıştır. Dolayısıyla sıfır hipotezi her araştırmanın sorusu için $\mu_0=0$ olarak alınmıştır.

V. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezleri olarak aşağıdaki hipotezler sunulmuştur.

H1: KOBİ’lerin ihracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri çatısı altında toplanmasının nedeni, bu şirketlere yeterli düzeyde sermaye ve finansman imkanı sunması, birim üretim ve dağıtım giderlerini azaltması ve dış piyasalarda rekabet imkanlarını artırarak KOBİ’lerin ihtiyaç duyduğu her konuda

devlet desteği vermesidir. Ayrıca KOBİ'lerin yeni Pazar ve alıcılara ulaşmasına yardım etmektedir.

H2: Türkiye'deki KOBİ'ler Sektörel Dış Ticaret Şirketleri çatısı altında bir araya gelirken ; aynı ürünlerin aynı ihracat pazarında yaratabileceği rekabetin olumsuz etkileri, ortaklar arasında siparişlerin nasıl dağıtılacağı ve son olarak şirket yönetiminin zamanla büyük firmalar eline geçme ihtimali gibi konular kuruluş aşamasındaki en önemli sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

H3: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin uluslararası pazarlarda ofis/büroların bulunması, uluslararası tanıtımlar yapması ve en önemlisi devlet desteğinin olması o pazarlara girmesini kolaylaştırmaktadır.

H4:Pazar bulamama, yoğun rekabet ,yetersiz promosyon, ambalaj ve paketleme gibi pazarlama sorunlarından dolayı ürettiği malı pazarlayamayan KOBİ'lerin, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri çatısı altında biraraya gelerek bu sorunlarının ortadan kalkmasını veya azalmasını sağlamıştır.

H5: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracatlarını artıramamasının nedenleri olarak, iç pazarın yeterli ve karlı olması, uluslararası pazarlarda yaşanan yoğun rekabet, ihracatta karşılaşılan güçlükler ve riskler, gereken mali gücün olmaması şeklinde sıralanabilir.

H6: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri bünyelerindeki KOBİ'lerin daha çok uluslararası pazarlama teknikleri, Dış ticaret mevzuatı, iç finansman teknikleri gibi konularda personel eğitim programı uyguladıkları görölmektedir.

H7: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ortakları KOBİ'lere sağladığı en önemli avantajları, ihracatta KDV iadesinin daha hızlı elde edilmesi, düşük faizli kredi, markalaşma, istihdam yardımı gibi devlet desteği ve teşviki şeklinde sıralanabilir.

VI. Araştırma Bulguları Ve Değerlendirilmesi

Araştırmaya 22 Sektörel Dış Ticaret Şirketi cevap vermiş olup, bunlardan bazıları anket sorularına tam cevap verirken bazıları ise gerek yeni kurulmalarından

dolayı gerekse de şirket bilgilerinin “gizliliği” düşüncesi temelinde anket sorularına tam cevap vermemiştir. Araştırma sonuçları değerlendirilirken anket sorularına verilen bütün cevaplar tablolar halinde sunulacak ve gerektiğinde grafik gösterimlerinden de faydalanılacaktır. Değerlendirmenin sonunda hipotezlere ilişkin sorulara ait test sonuçları verilecektir.

A. Araştırmaya Katılan SDŞ’ler Hakkında Tanıtıcı Bilgiler

Araştırmaya cevap veren 22 Sektörel Dış Ticaret Şirketi hakkında, sayıları ve bu şirketlerin sektörel dağılımları, kuruluş yılları ve sektörel olarak ortak sayıları gibi tanıtıcı bilgiler verilecektir.

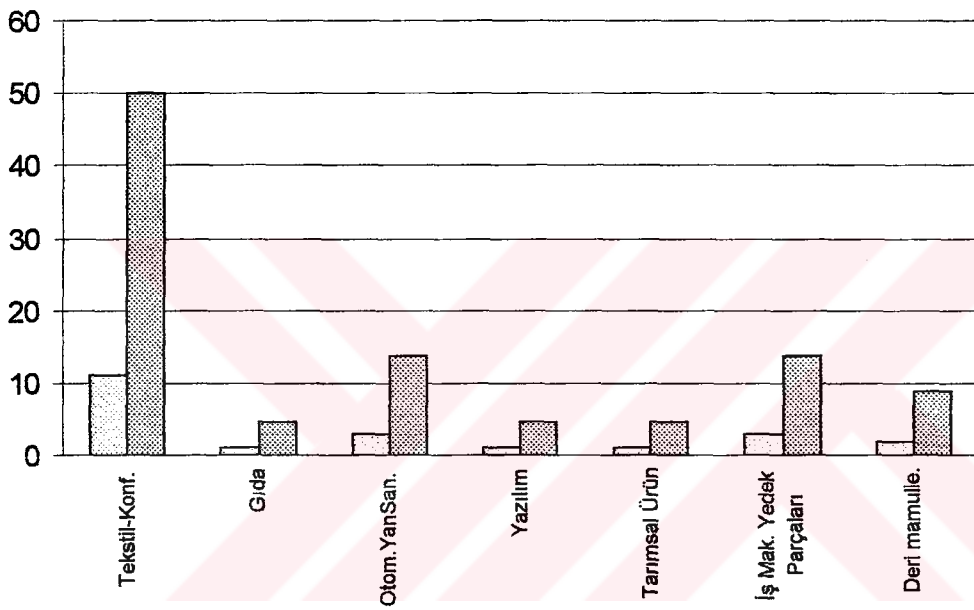
1. Araştırmaya Katılan SDŞ’lerin Sayısı ve Sektörel Dağılımı

Sektörel Dış Ticaret Şirketi modelinin uygulanmaya başlandığı 1994 yılından buyana 41 adet şirket kurulmuştur. Ancak bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bazıları unvanlarını iade etmiş veya Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından geri alınmıştır. 22 Kasım 2000 tarihi itibarıyla Türkiye’de faaliyetlerine devam eden 34 adet Sektörel Dış Ticaret Şirketi mevcuttur. Bu bağlamda 34 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin 22 tanesi gerek karşılıklı görüşmeler gerekse posta yolu ile gönderimler sonucunda anketimize cevap vermiştir. Bu sayede ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısı ve sektörel dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.1: Araştırmaya katılan SDŞ’lerin sayısı ve sektörel dağılımı

SEKTÖR	SDŞ SAYISI	Yüzde Dağılımı%
Tekstil-Konf.	11	50
Gıda	1	4,5
Otom.YanSan.	3	13,7
Yazılım	1	4,5
Tarımsal Ürün	1	4,5
İş Mak. Yedek Parçaları	3	13,7
Deri mamulle.	2	9
TOPLAM	22	100

Araştırmaya katılan SDŞ'lerin sayısı ve sektörel dağılımı tablosu incelendiğinde tekstil-konfeksiyon sektörünün 11 şirketle ve %50 yüzdelik dağılımı ile en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Bu sektörü, %13.7 pay ile otomotiv yan sanayi sektörü ve iş makineleri, makine ve yedek parçaları sektörleri takip etmektedir. Deri ve deri mamulleri sektörleri ise %9'luk pay ile üçüncü sırada gelmektedir.



Şekil 3.1: Araştırmaya katılan SDŞ'lerin sayısı ve sektörel dağılımı

2. Araştırmaya Katılan SDŞ'lerin Kuruluş Yılları

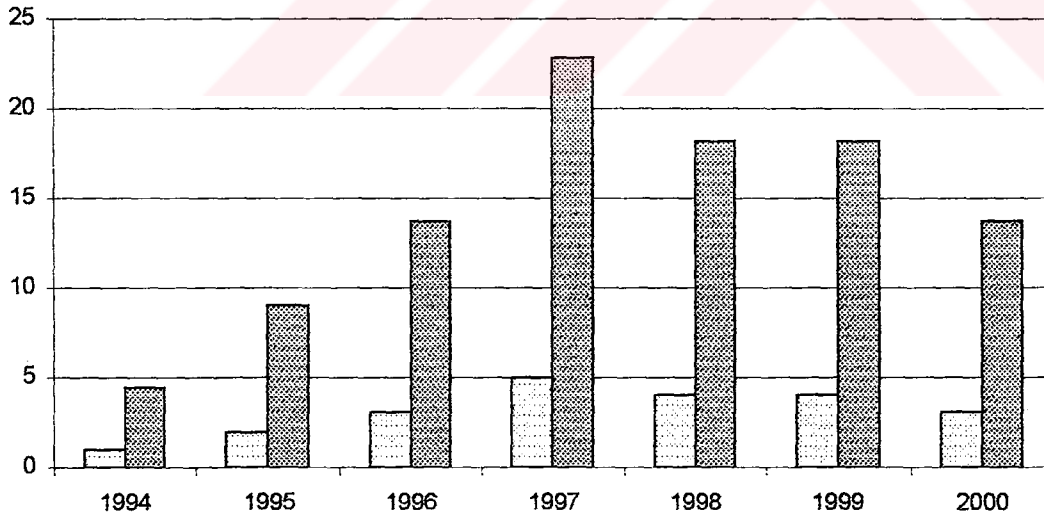
Anketi cevaplayan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş yılları itibariyle dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.2: Araştırmaya katılan SDŞ'lerin kuruluş yıllarının dağılımı

YILLAR	SDŞ SAYISI	Yüzde Dağılımı%
1994	1	4,5
1995	2	9
1996	3	13,7
1997	5	22,8
1998	4	18,1
1999	4	18,1
2000*	3	13,7
TOPLAM	22	100

*Ocak-Kasım Dönemi

Yukarıdaki tablodan anlaşıldığı gibi, ilgili soruya 22 Sektörel Dış Ticaret Şirketi cevap vermiştir. Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerden %22,8'ini kapsayan 5 Şirket 1997 yılında kurulmuştur. 1998 ve 1999 yıllarında ise %18,1'er olmak üzere %36,2'sini kapsayan 8 Şirket kurulmuştur. 2000 yılının Kasım ayına kadar ise 3 Şirket yani ankete cevap veren Şirketlerin %13,7'si kurulmuştur. Tablodan da anlaşıldığı gibi ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yoğun olarak 1997, 1998 ve 1999 yıllarında kurulmuştur.



Şekil 3.2: Araştırmaya katılan SDŞ'lerin kuruluş yılları itibariyle dağılımı

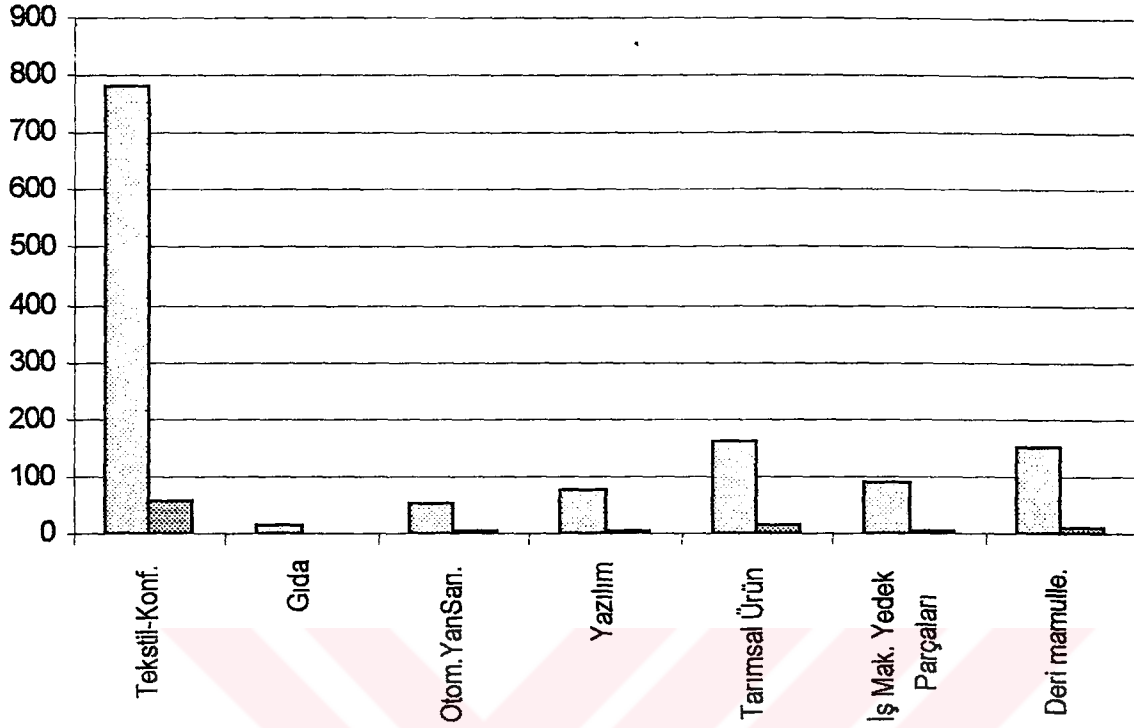
3. Araştırmaya Katılan SDŞ'lerin Ortak Sayısı

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri mevzuat gereği normal yörelerde en az 10, kalkınmada öncelikli yörelerde en az 5 KOBİ'nin biraraya gelmesi ile bir Şirket oluşturabilmektedirler. Ancak ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ortak sayılarına bakıldığında zaman mevzuatta istenilen ortak sayısının çok üzerinde bir ortak sayılarıyla oluşturulduğu görülmektedir. Bu da KOBİ'lerin gerekli düzenlemelerin yapıldığı takdirde bir araya gelerek güçlerini birleştirebileceklerini göstermektedir. Anketi cevaplayan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sektörel bazda ortak sayılarının dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3.3: SDŞ'lerin sektörel bazda toplam ortak sayıları

SEKTÖR	SDŞ SAYISI	ORTAK SAYISI	Yüzdesi %
Tekstil-Konf.	11	762	58,6
Gıda	1	14	1,8
Otom. YanSan.	3	50	3,8
Yazılım	1	75	5,7
Tarımsal Ürün	1	163	12,6
İş Mak. Yedek Parçaları	3	89	6,8
Deri mamulle.	2	151	11,7
TOPLAM	22	1304	100

Anketi cevaplayan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %50'sini oluşturan tekstil-konfeksiyon sektörü, ortak sayıları bakımından da 762 ortak sayısı ve %58,6'lık pay ile ilk sırada yer almaktadır. Ancak bu sayının içinde 1999 yılında SDŞ ünvanını iade eden EGS şirketinin 358 ortağı da yer almaktadır. Tekstil-konfeksiyon sektörünü 163 ortak sayısı ile tarımsal ürünler sektöründeki Sektörel Dış Ticaret Şirketi takip etmektedir. Üçüncü olarak 151 ortak sayısı ile en fazla ortak sayısına sahip olan sektör, deri ve deri mamulleri sektörüdür. Diğer sektörlerde bunları izlemektedir.



Şekil 3.3: Araştırmaya katılan SDŞ'lerin sektörel bazda toplam ortak sayıları

B. Araştırma Sorularından Elde Edilen Bulgular

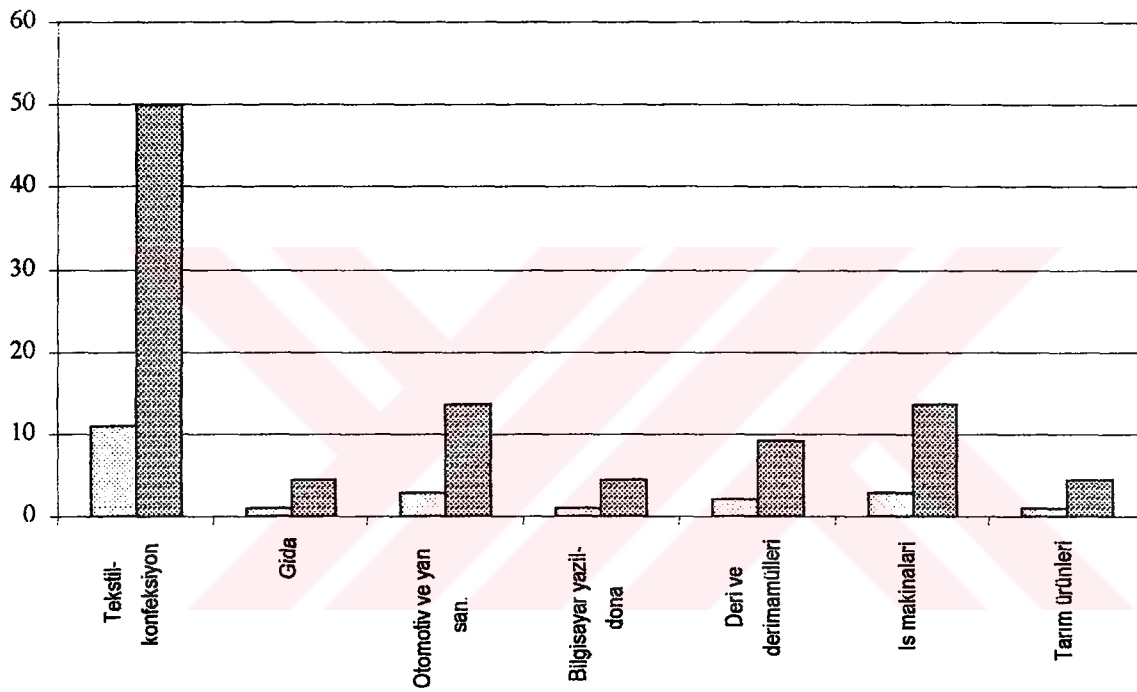
Sektörel dış ticaret şirketlerinin 1994-2000 yılları arasında Türkiye ekonomisi içindeki yerini belirleme amacını taşıyan soruları içeren bu uygulamanın değerlendirmesinde Frekans dağılımı ve 5'li bir Likert ölçeği kullanılmıştır. Ayrıca araştırma ile ilgili geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için tek taraflı t-testi kullanılmıştır. Örnek ortalaması, ölçekteki değer olan $\mu_0=0$ kabul edilerek, $\alpha=(.05)$, $(.01)$ ve $(.001)$ anlam düzeylerinde hipotez sınaması yapılmıştır. Bundan dolayı sıfır hipotezi her araştırmanın sorusu için $\mu_0=0$ olarak alınmıştır.

1. SDŞ'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörler

KOBİ'leri çatısı altında biraraya getiren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sektörel dağılımı aşağıdaki tablo da ve şekilde gösterilmiştir.

Tablo 3.4: SDŞ'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Dağılımı

Sektörler	N	Yüzdesi %
Tekstil-konfeksiyon	11	50,0
Gıda	1	4,5
Otomotiv ve yan sanayi	3	13,7
Bilgisayar yazılımı ve donanımı	1	4,5
Deri ve deri mamulleri	2	9,1
Is makinalari	3	13,7
Tarım ürünleri	1	4,5
Toplam	22	100,0



Şekil 3.4: SDŞ'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Dağılımı

Yukarıdaki tabloda ve şekilde gösterildiği gibi ankete cevap veren SDŞ'lerin %50'si yani 11 tanesi ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu tekstil-konfeksiyon sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu sektörü %13.7'şer pay ile (3'er adet) otomotiv ve yan sanayi ve iş makineleri yan sanayi sektörleri takip etmektedir. Bunları %9.1 pay ve 2 adet sayıyla deri ve deri mamulleri sektörü izlemektedir.

Gıda, Bilgisayar Yazılım-Donanım ve Tarım ürünleri sektöründe ise faaliyet gösteren 1'er Şirket görülmektedir.

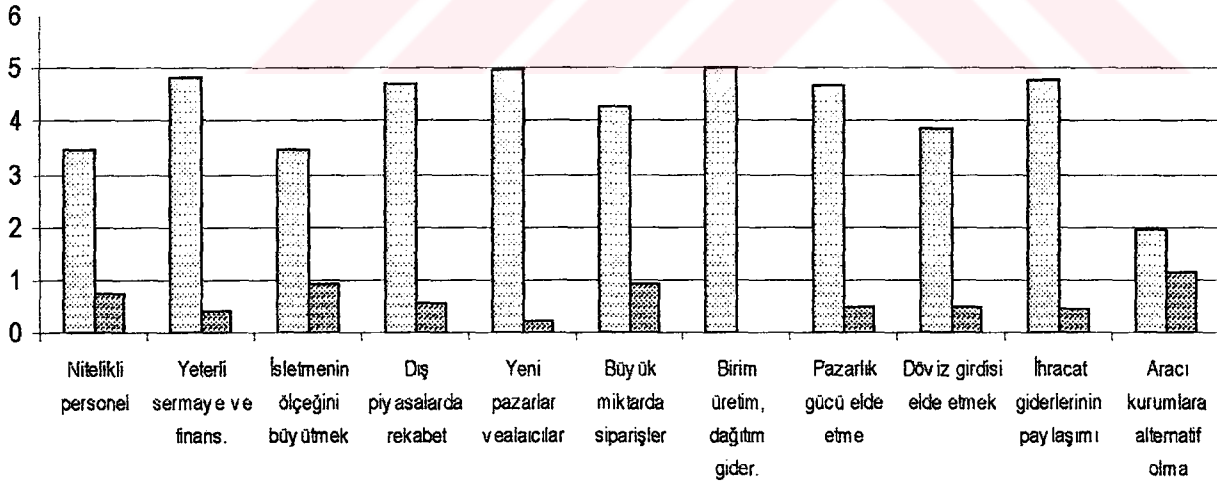
2. KOBİ'lerin SDŞ Çatısı Altında Örgütlenmesinin Nedeni

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında bir araya gelmelerine neden olan etmenler aşağıdaki tablo ve şekilde gösterilmiştir.

Tablo 3.5: KOBİ'lerin SDŞ Çatısı Altında Örgütlenmesinin En Önemli Nedeni

	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
Nitelikli personel istihdamı sağlamak	22	3,4545	,7385
Yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanakları elde etmek	22	4,8182	,3948
İşletmenin ölçeğini büyütmek	22	3,4545	,9117
Dış piyasalarda rekabet imkanlarını artırmak	22	4,7273	,5505
Yeni pazarlara girme ve yeni alıcılara ulaşma	22	4,9545	,2132
Büyük miktardaki siparişlerin birlikte hareket ile kolaylıkla karşılanması	22	4,2727	,9351
Birim üretim, dağıtım giderlerinde azalma	22	5,0000	,0000
Pazarlık gücü elde ederek daha karlı satış yapabilmek	22	4,6818	,4767
Döviz girdisi elde etmek	22	3,8636	,4676
İhracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle daha az finans ile kaynak tahsisi	22	4,7727	,4289
Diğer aracı kurumlara alternatif olabilme	22	1,9545	1,1329

Ölçek: 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz



Şekil 3.5: KOBİ'lerin SDŞ Çatısı Altında Örgütlenmesinin En Önemli Nedeni

Yukarıdaki tabloda ve şekilde görüldüğü gibi KOBİ'ler, Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmesinin en önemli nedeni örgütlenmenin ürün maliyetlerinde yaptığı azaltmadır. Çünkü örgütlenme sonrası birim üretim ve dağıtım giderlerinde azalma görülmektedir. Ankete cevap veren Şirketlerin tamamı bu etmeni, birleşmeye gidilmede en önemli neden olarak görmektedir. Bunu önem derecesine göre yeni pazar ve yeni alıcılara ulaşma, yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanaklarının elde edilmesi, döviz girdisinin sağlanması ve ihracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle daha az kaynak tahsisine ihtiyaç olması vd. olarak sıralayabiliriz. Dikkat edilecek olursa KOBİ'ler daha çok mali nedenlerden dolayı örgütlenmeyi kabul etmektedirler. Bu da ülkemizde KOBİ'lerin en önemli sorununun, finansman sorunu olduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır.

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında bir araya gelmelerine neden olan etmenler sorusuyla ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.6: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ olarak örgütlenmeye gitmesinin nedenleri arasında yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanakları elde etmek yer almamaktadır.	21	4,8182	,3948	21,602***
ii-SDŞ olarak örgütlenmeye gitmesinin nedenleri arasında dış piyasalarda rekabet imkanlarını artırmak yer almamaktadır.	21	4,7273	,5505	14,717***
iii-SDŞ olarak örgütlenmeye gitmesinin nedenleri arasında Birim üretim, dağıtım giderlerinde azalma yer almamaktadır.	21	5,0000	,0000	A***

*(p<.05) ***(p<.01) *** (p<.001)

N =22; SD =21

Ho: $\mu = \mu_0$ ve H₁: $\mu > \mu_0$

- Firmaların SDŞ olarak örgütlenmeye gitmesinin nedenleri arasında “yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanakları elde etme” düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $\chi^2_{test} > \chi^2_{tab}$ olduğundan H_0 (i) reddedilmekte ve *KOBİ’lerin ihracatta örgütlenme modeli olan SDŞ çatısı altında toplanmasının nedenleri arasında, bu şirketlere yeteri düzeyde sermaye ve finansman imkanı sağlanması önemli yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- Firmaların SDŞ olarak örgütlenmeye gitmesinin nedenleri arasında “dış piyasalarda rekabet imkanlarını artırmak” düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $\chi^2_{test} > \chi^2_{tab}$ olduğundan H_0 (ii) reddedilmekte ve *KOBİ’lerin ihracatta örgütlenme modeli olan SDŞ çatısı altında toplanmasının nedenleri arasında, bu şirketler yardımıyla KOBİ’lerin dış piyasalarda rekabet imkanlarını önemli derecede artıracak olmasıdır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- Firmaların SDŞ olarak örgütlenmeye gitmesinin nedenleri arasında “birim üretim ve dağıtım giderlerini azaltması” düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $\chi^2_{test} > \chi^2_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) reddedilmekte ve *KOBİ’lerin ihracatta örgütlenme modeli olan SDŞ çatısı altında toplanmasının nedenleri arasında, bu şirketler yardımıyla KOBİ’lerin birim üretim ve dağıtım giderlerini azaltmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

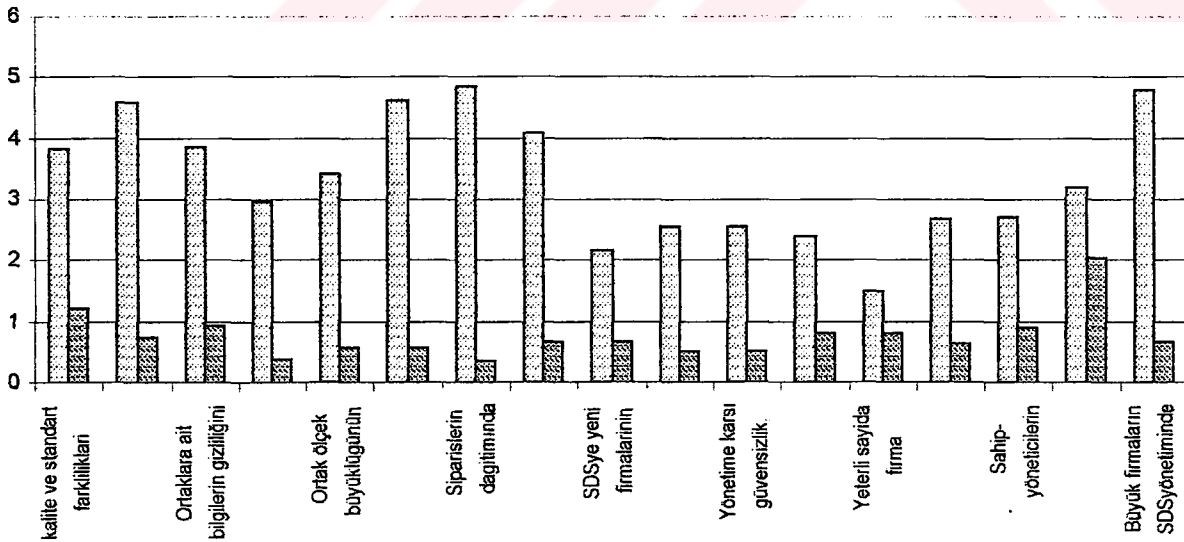
3. SDŞ’lerin Kuruluş Aşamasında Karşılaştıkları Sorunlar

Aşağıdaki tablo ve şekilde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş aşamasında karşı karşıya kaldıkları sorunların önem dereceleri gösterilmektedir.

Tablo 3.7: SDS'lerin kuruluş aşamasında karşı karşıya kaldıkları sorunlar

	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
Ortakların ürünleri arasındaki kalite ve standart farklılıkları	22	3,8182	1,2203
Aynı ürünleri aynı ihracat Pazarlarında yaratabileceği rekabetin olumsuz etkileri	22	4,5909	,7341
Ortaklara ait bilgilerin gizliliğini yitirmesi endişesi	22	3,8636	,9409
SDS'lerin yönetilmesinde yetenekli, güvenilir ve tarafsız yöneticiler bulmadaki güçlük	22	2,9545	,3751
Ortakların ölçek büyüklüğünün gösterdiği farklılık	22	3,4091	,5903
Ortakların finansman yükünün paylaşılmasında zorluklar	22	4,6364	,5811
Siparişlerin karşılanmasında ortaklarına dağıtımında karşılaşılan sorunlar	22	4,8636	,3513
SDS'nin yönetim ile ilgili kararlarda oy hakkı ile ilgili sorunlar	22	4,0909	,6838
SDS'ye yeni firmaların girmesi veya ayrılması ile ilgili sorunlar	22	2,1818	,6645
Bu tür şirketlerin organizasyonu, idaresi ve sürekliliği konusundaki endişeler	22	2,5455	,5096
Yönetime karşı güvensizlik, disiplin sağlayamama, çıkar çatışması olasılıkları	22	2,5455	,5096
Ortaklar arasında uyumsuzluk olabilme ihtimali	22	2,4091	,7964
Yeterli sayıda firma bulunamaması	22	1,5000	,8018
Firmaların bağımsızlıklarını kaybetmek istememeleri	22	2,6818	,6463
Sahip-yöneticilerin bağımsız davranma yönündeki kişilik yapıları	22	2,7273	,8827
Tekstil sanayi gibi moda vb. Özelliklerin etkili olduğu sektörlerde ortaklara karar vermenin zorluğu	22	3,1818	2,0386
Zamanla büyük firmaların SDS yönetiminde egemenliği ele geçirme olasılıkları	22	4,7727	,6853

Ölçek : 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz

**Şekil 3.6: SDS'lerin kuruluş aşamasında karşı karşıya kaldıkları sorunlar**

Günümüz şartlarında ülkemizdeki KOBİ'lerin profesyonel yönetim anlayışıyla yönetilememesinden dolayı işletmelerarası işbirliğinden mahrum bırakılmaktadırlar. Böyle bir ortamda işletmelerin bir araya gelmesi de çok zor olmakla beraber bazı endişelerle mümkün olabilmektedir. Bundan dolayı da örgütlenme modeli altında bir araya gelecek olan işletmelerinde kuruluş aşamasında bazı sorunlarla karşılaşmalarını doğal karşılamak gerekmektedir. Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Şirketin kuruluş aşamasında karşılaştıkları en önemli sorunları şöyle sıralamışlardır.

Siparişlerin ortaklar arasında nasıl dağıtılacağı sorunu, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş aşamasındaki en önemli sorunudur. Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin çok büyük bir çoğunluğu, bu sorunun Şirketin oluşumunu engelleyen veya erteleyen neden olarak görmektedirler. Kuruluş aşamasında karşılaşılan ikinci önemli sorun ise zaman içerisinde büyük işletmelerin Şirket yönetiminde egemenliği ele geçirme olasılıklarının bulunmasını görmeleridir. Böyle bir durumda küçük işletmeler zor durumda kalacaklarını hatta yok olacaklarını düşünmektedirler. Kuruluş aşamasındaki bu iki teknik sorundan sonra gelen ancak önemli bir sorun olan, Şirket finansmanının ortaklar arasında nasıl karşılanacağı ile ilgilidir. Burada izlenecek iki yol vardır. Birincisi her ortak aynı oranda Şirket finansmanına katkı yapacaktır. Bu da zaten finansman sorunu olan KOBİ'lerin, bu yükü uzun dönem karşılayamamasına ve Şirket geleceğinin belirsizleşmesine neden olacaktır. İkinci yol ise, mali açıdan güçlü olan işletmelere daha fazla ortaklık payı verilerek Şirketin finansmanı sağlanabilecektir. Ancak bu durumda ortaklık payları yüksek olan işletmelerin yönetimi ele geçirme tehlikesiyle karşı karşıya kalınacaktır. Kuruluş aşamasında karşılaşılan bu önemli sorunlara ilave olarak; işletmelere ait bilgilerin gizliliğini yitirme endişesi, yönetimle ilgili kararlarda oy hakkının nasıl olacağı, bazı sektörlerde ortak karar vermenin zorluğu gibi sorunlarla karşılaşmışlardır.

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketini kurarken karşılaştığı sorunlar nelerdir sorusuyla ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.8: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ'nin kuruluş aşamasındaki sorunları arasında aynı ürünlerin aynı ihracat pazarlarında karşılaştıklarında ortaya çıkabilecek rekabetin olumsuz etkileri yer almamaktadır.	21	4,5909	,7341	10,164***
ii-SDŞ'nin kuruluş aşamasındaki sorunları arasında siparişlerin karşılanmasında ortaklara nasıl paylaştırılacağı konusunda hiçbir sorun yoktur.	21	4,8636	,3513	24,886***
iii-SDŞ'nin kuruluş aşamasındaki sorunları arasında zamanla büyük firmaların SDS yönetiminde egemenliği ele geçirme olasılıkları yer almamaktadır.	21	4,7727	,6853	12,132***

*(p<.05) ***(p<.01) *** (p<.001)

N =22; SD =21

Ho: $\mu = \mu_0$ ve H₁: $\mu > \mu_0$

- KOBİ'lerin SDŞ'yi kurarken karşılaştığı en önemli sorunlar arasında “aynı ürünlerin aynı ihracat pazarında karşılaştıklarında ortaya çıkabilecek rekabetin olumsuz etkileri” düşüncesi p<.001 seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (i) reddedilmekte ve *KOBİ'lerin SDŞ'yi kurarken karşılaştığı en önemli sorunlar arasında “aynı ürünlerin aynı ihracat pazarında karşılaştıklarında ortaya çıkabilecek rekabetin olumsuz etkileri” yer almaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

- KOBİ'lerin SDŞ'yi kurarken karşılaştığı en önemli sorunlar arasında “ortaklar arasında siparişlerin nasıl dağıtılacağı” düşüncesi p<.001 seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (ii) reddedilmekte ve *KOBİ'lerin SDŞ'yi kurarken karşılaştığı en önemli sorunlar arasında “ortaklar arasında alınan siparişlerin nasıl dağıtılacağı” gelmektedir* şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

- KOBİ'lerin SDŞ'yi kurarken karşılaştığı en önemli sorunlar arasında “şirket yönetiminin zamanla büyük firmalar eline geçme ihtimali” düşüncesi p<.001

seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{test} > t_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) reddedilmekte ve *KOBİ'lerin SDŞ'yi kurarken karşılaştığı en önemli sorunlar arasında "şirket yönetiminin zamanla büyük firmalar eline geçme" ihtimali bulunmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

4. SDŞ'lerin Ürün Geliştirme Faaliyetleri

Burada Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin; ürün geliştirme faaliyetlerini ne şekilde yürüttükleri, ar-ge çalışması yapıp yapmadıkları, yaptılarsa veya yapıyorlarsa hangi alanda ar-ge çalışması yaptıkları ve bu ar-ge çalışması için teşvik kullanıp kullanmadıkları aşağıdaki tablo ve şekillerde gösterilmiştir.

a) Ürün geliştirme faaliyetleri ne şekilde sürdürülmektedir.

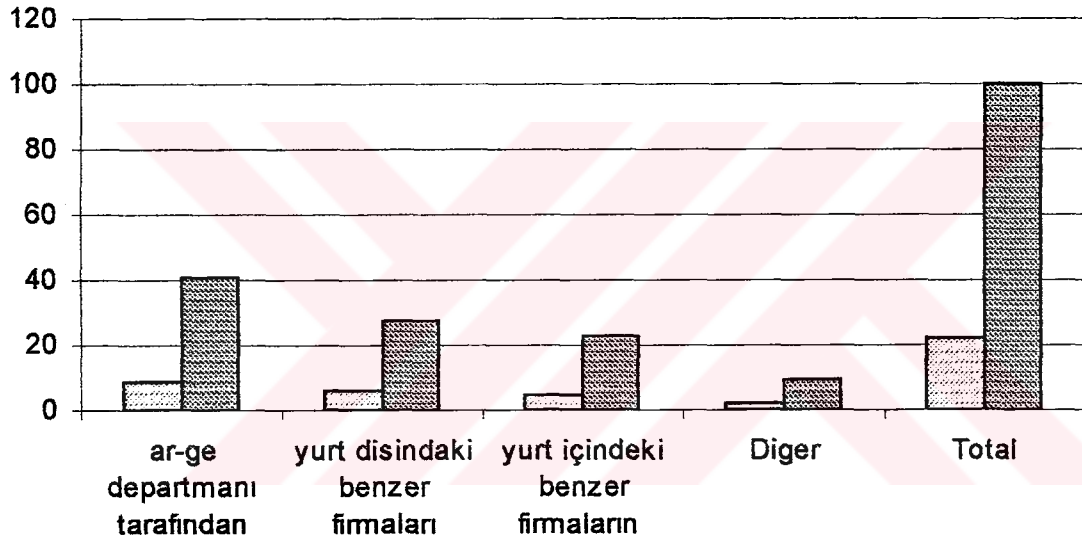
Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ürün geliştirme faaliyetleri ne şekilde yürüttükleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.9: SDŞ'lerin Ürün geliştirme faaliyetleri

Ürün Geliştirme Faaliyetleri	Frekans Dağılımı	Yüzdesi %
Ar-ge departmanı tarafından	9	40,9
Yurt dışındaki benzer firmaların gelişimlerinin izlenmesiyle	6	27,3
Yurt içindeki benzer firmaların gelişimlerinin izlenmesiyle	5	22,7
Diğer	2	9,1
Toplam	22	100,0

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ortakları gerek yeni ürün geliştirmek gerekse varolan ürünlerin iyileştirilmesi için çalışmalar yapmaktadır. Bu amaçla Şirket, ortaklarının ar-ge departmanları kurmasına ve devletin sunduğu imkanlardan faydalanmalarına yardımcı olmaktadır. Çünkü KOBİ'lerin mali açıdan zayıf olması nedeniyle ar-ge departmanı kurmaları veya varolan departmanlara kaynak aktarmaları mümkün görülmemektedir. Ayrıca devlet teşviklerinden de mevzuatı bilmemeleri veya bürokratik işlemlerin fazla olması nedeniyle örgütlenme öncesi faydalanmamışlardır. Ancak Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin KOBİ'ler adına

mevzuatı ve bürokratik işlemleri takip etmesi, işletmelerin ar-ge çalışmasını kolaylaştırmıştır. Ancak buna rağmen yukarıdaki tablo incelendiğinde, ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %59,1'inin ar-ge çalışması yapmadığı görülmektedir. Bu işletmeler ar-ge çalışması yerine gerek yurt dışı gerekse yurt içi işletmelerdeki gelişmeleri taklit etmektedirler. Buna karşın ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %40,9'unun ürün geliştirme faaliyetlerini ar-ge departmanları tarafından yürüttüğünü göstermektedir.



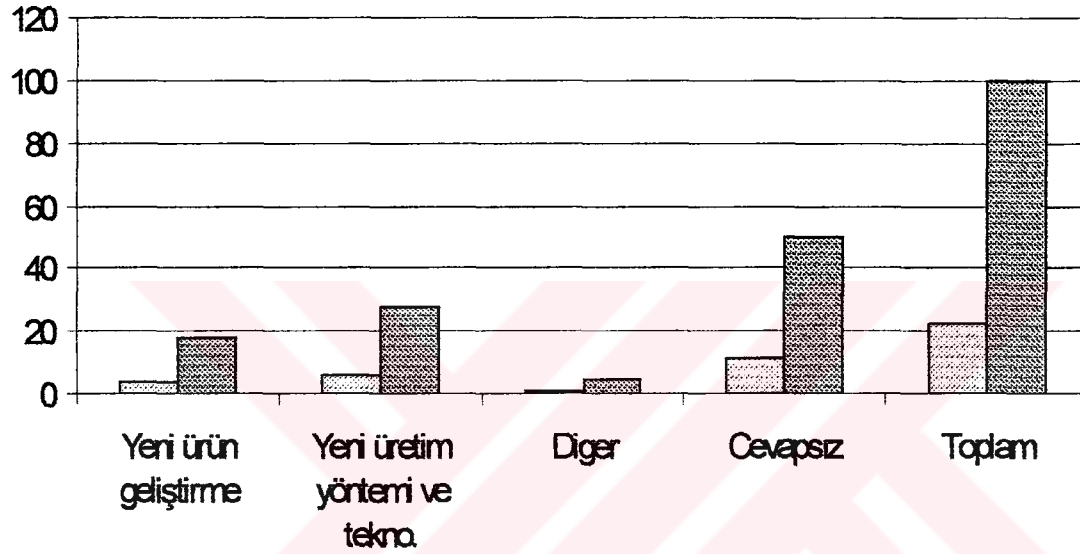
Şekil 3.7: SDŞ'lerin Ürün geliştirme faaliyetleri

b) Ar-Ge Çalışmasını Hangi Alanda Yapıyorsunuz?

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden Ar-Ge çalışması yapanların hangi alanlarda faaliyetlerini yürüttükleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.10: SDŞ'lerin Ürün geliştirme faaliyetleri

Ar-Ge Çalışma Alanı	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Yeni ürün geliştirme	4	18,2
Yeni üretim yöntemi ve teknolojisini geliştiren projeler	6	27,3
Diğer	1	4,5
Cevapsız	11	50,0
Toplam	22	100,0



Şekil 3.8: SDŞ'lerin ürün geliştirme faaliyetleri

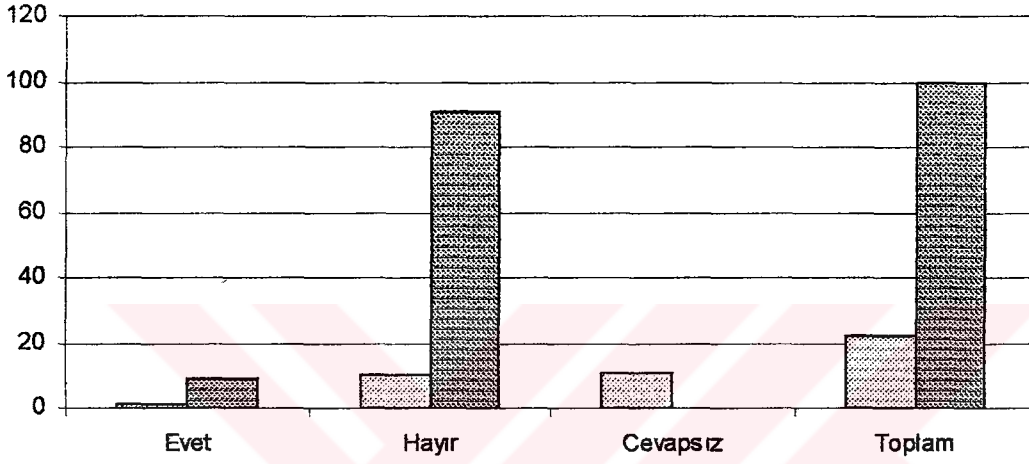
Ankete cevap veren ve ar-ge çalışması yaptığı beyan eden Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 6 tanesi, yeni üretim yöntemi ve teknolojisi geliştirmeye yönelik projeler üstünde çalışmaktadır. Öte yandan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 4 tanesi ise %18.2'lik payla yeni ürün geliştirmeye yönelik çalıştığını beyan etmiştir. Ankete katılan on bir firma ise bu soruyu cevaplamamıştır.

c) Bu Ar-Ge Çalışmasını Yaparken Teşvik Kullandınız mı?

Ar-Ge çalışması yapan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, bu çalışmalarını yaparken devlet teşviklerinden faydalanıp faydalanmadıkları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.11: Ar-ge faaliyetlerinde teşvik kullanımı

Teşvik Kullanımı	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Evet	1	9,1
Hayır	10	90,9
Cevapsız	11	-
Toplam	22	100,0



Şekil 3.9: Ar-ge faaliyetlerinde teşvik kullanımı

Ar-Ge çalışması yürüttüğünü beyan eden Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin büyük çoğunluğunun devletin sunduğu teşviklerden faydalanmaktan kaçındığı görülmektedir. Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ar-ge çalışması yaptığını beyan eden Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %90,9'unun teşvik kullanmadığı ortaya çıkmıştır. Sadece bir Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin teşvik kullandığı görülmektedir.

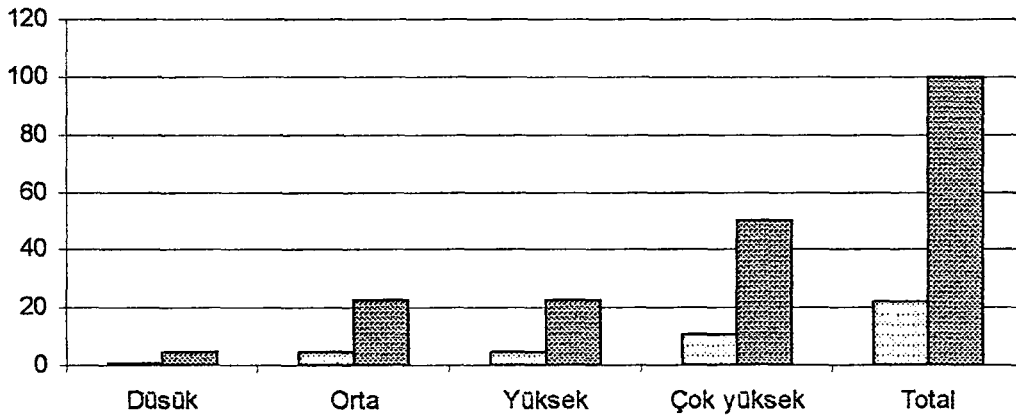
5. SDŞ'nin Faaliyette Bulunduğu Pazardaki Rekabet Koşulları

Aşağıdaki tablo ve şekilde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu pazarlardaki rekabet koşullarını göstermektedir.

Tablo 3.12: SDŞ'nin faaliyette bulunduğu pazardaki rekabet koşulu

Pazardaki Rekabet Koşulları	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Düşük	1	4,5
Orta	5	22,7
Yüksek	5	22,7
Çok yüksek	11	50,0
Toplam	22	100,0

Yukarıdaki tablo incelendiğinde ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %50'si yani 11 tanesi faaliyette bulundukları pazarlardaki rekabet koşullarının kendi sektörleri için çok yüksek olduğunu söylemektedir. Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tekstil-konfeksiyon, gıda ve tarımsal ürün sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Öte yandan 5 Sektörel Dış Ticaret Şirketi %22.7 payla pazarlardaki rekabetin şartlarının kendi sektörleri için yüksek olarak görmektedir. Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ise iş makineleri ve yedek parçaları ile deri mamülleri sektörlerinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Yine ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %22.7'si pazarlardaki rekabetin kendi sektörleri için orta düzeyde olduğunu beyan etmiştir. Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ise yazılım-donanım ve otomotiv ve yan sanayi sektöründe faaliyet göstermektedir.



Şekil 3.10: SDŞ'nin faaliyette bulunduğu pazardaki rekabet koşulu

6. SDŞ'lerin Uluslararası Pazarlara Girmesini Kolaylaştıran Etmenler

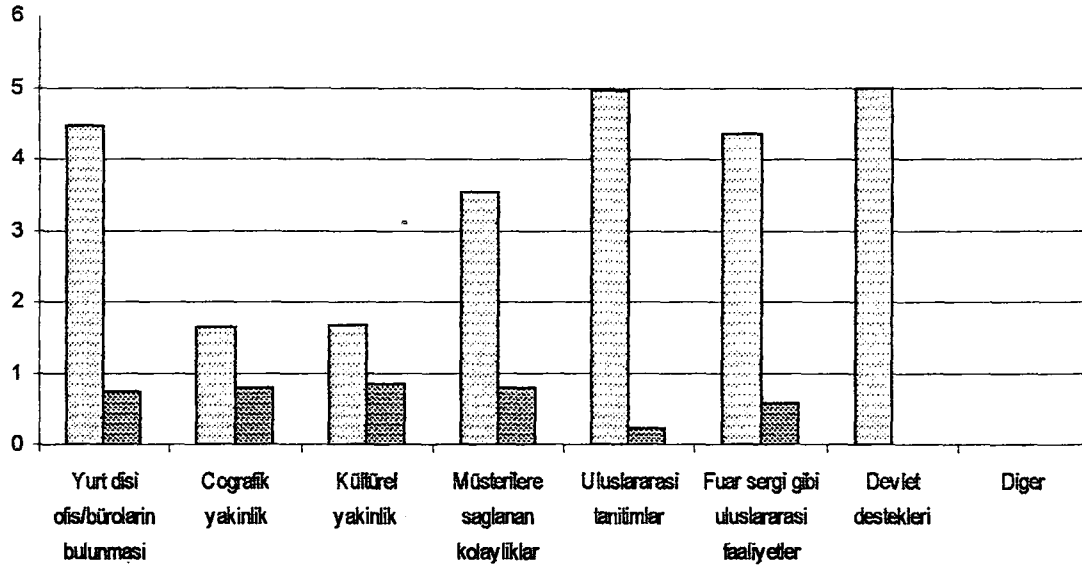
Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler ve bunların önem dereceleri aşağıdaki tablo ve şekilde gösterilmektedir.

Tablo 3.13: SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmeyi kolaylaştıran etmenler

	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
Yurt dışı ofis/büroların bulunması	22	4,4545	,7385
Coğrafik yakınlık	22	1,6364	,7895
Kültürel yakınlık	22	1,6818	,8387
Müşterilere sağlanan kolaylıklar	22	3,5455	,8004
Uluslararası tanıtımlar	22	4,9545	,2132
Fuar sergi gibi uluslararası faaliyetler	22	4,3636	,5811
Devlet destekleri	22	5,0000	,0000
Diğer	0		

Ölçek: 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri uluslararası piyasalara girmelerini kolaylaştıran en önemli etmenin, devletin teşvik ve desteklerinin bulunması olarak görmektedirler. Çünkü işletmelerin mali sorunlar yüzünden uluslararası pazarlara yönelmekten kaçınması ancak devletin vereceği teşvikler sayesinde cazip hale getirilecektir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri uluslararası piyasalara girmelerini ve bu pazarlardaki paylarının devam etmesini sağlayan en önemli ikinci etmenin tanıtım faaliyetlerinin yapılması olarak görmektedirler. Bu sayede hem ürünün hem de işletmenin reklamının yapılacağını ve ürüne karşı tüketimin özendirileceğini beyan etmişlerdir. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıran diğer etmenler ise işletmelerin yurt dışı ofis/bürolarının bulunması ve fuar sergi gibi uluslararası faaliyetlere katılmanın gerekli olduğuna inanmaktadırlar.



Şekil 3.11: Uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıran etmenler

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler sorusuyla ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.14: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girerken yurt dışı pazarlarda ofis/büroların bulunması önemli değildir.	21	4,4545	,7385	9,238***
ii-SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girerken uluslararası tanıtımlar faaliyetleri önemli değildir.	21	4,9545	,2132	43,000***
iii-SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girerken Devlet desteğinin olmasının önemi yoktur.	21	5,0000	,0000	A***

* (p<.05) ** (p<.01) *** (p<.001)

N =22; SD =21 Ho: $\mu = \mu_0$ ve H1: $\mu > \mu_0$

- SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler arasında "uluslararası pazarlarda ofis/büroların bulunması" düşüncesi p<.001 seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (i)

reddedilmekte ve *SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler arasında "uluslararası pazarlarda ofis/büroların bulunması"* çok önemli bir yer tutmaktadır şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler arasında "uluslar arası tanıtımlar yapması" düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes}>t_{tab}$ olduğundan H_0 (ii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler arasında "şirketin ürettiği mal ve hizmetler için uluslararası tanıtımlar yapması"* çok önemlidir şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler arasında "devlet desteğinin olması" düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes}>t_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak etmenler arasında, bu şirketlere sağlanan "devlet desteğinin" önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

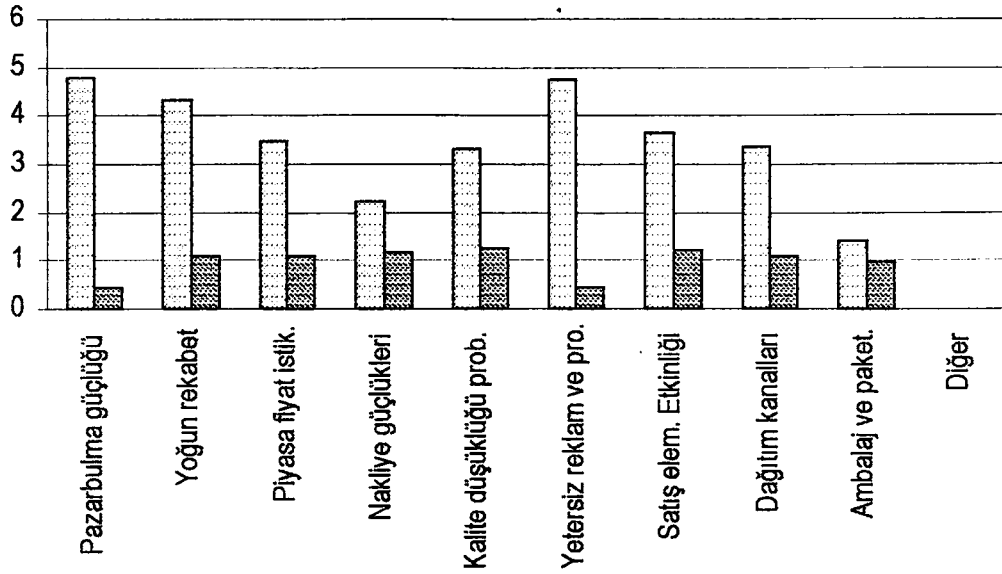
7. SDŞ'lerin Karşı Karşıya Oldukları Pazarlama Sorunları

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin en çok karşı karşıya oldukları pazarlama sorunları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.15: SDŞ'lerin pazarlama sorunları

	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
Pazar bulma güçlüğü	22	4,7727	,4289
Yoğun rekabet	22	4,3182	1,0861
Piyasadaki fiyat istikrarsızlığı	22	3,5000	1,1019
Nakliye güçlükleri	22	2,2273	1,1925
Kalite düşüklüğü nedeniyle oluşan prob.	22	3,3182	1,2492
Yetersiz reklam ve promosyon	22	4,7273	,4558
Satış elemanlarının etkin olamaması	22	3,6364	1,2168
Dağıtım kanallarıyla ilgili sorunlar	22	3,3636	1,0931
Ambalaj ve paketlenme sorunları	22	1,4091	,9591
Diğer	0	,	,

Ölçek: 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz



Şekil 3.12: SDŞ'lerin pazarlama sorunları

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini oluşturan işletmelerin çoğunun daha önce fazla ihracat deneyimlerinin olmaması, ürünlerini ihraç pazarlarına sunmada bazı sorunlarla karşı karşıya kalmalarına neden olmaktadır. Bu pazarlama sorunlarının en önemlileri arasında pazar bulma güçlüğü gelmektedir. Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin pazar bulamama sorunundan başka ürünlerinin yeterli düzeyde tanıtımın yapılmaması yüzünden de pazarlarda tutunamadıklarını vurgulamışlardır. Ayrıca piyasalarda varolan yoğun rekabet ve bunun getirdiği fiyat istikrarsızlığı Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin pazarlama sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin pazarlama sorunları ile ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.16: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ'lerin Pazarlama sorunları arasında pazar bulma güçlüğü yer almamaktadır.	21	4,7727	,4289	19,385***
ii-SDŞ'lerin Pazarlama sorunları arasında yoğun rekabet yer almamaktadır.	21	4,3182	1,0861	5,693***
iii-SDŞ'lerin Pazarlama sorunları arasında yetersiz reklam ve promosyon yer almamaktadır.	21	4,7273	,4558	17,773***
iv-SDŞ'lerin Pazarlama sorunları arasında ambalaj ve paketleme sorunları yer almamaktadır.	21	1,4091	,9591	-7,780***

*(p<.05) ** (p<.01) *** (p<.001)

N =22; SD =21

Ho: $\mu = \mu_0$ ve H1 : $\mu > \mu_0$

- SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında “Pazar bulamama” düşüncesi $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (i) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında “Pazar bulamama” sorunu çok önemli bir yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında “yoğun rekabet” düşüncesi $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (ii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında uluslar arası piyasalardaki “yoğun rekabet” çok önemli bir yere sahiptir* alternatif hipotez (H1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında “yetersiz promosyon” düşüncesi $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (iii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında bu şirketlerin ürettiği mal ve hizmetler için “yetersiz promosyon” yapmalarının önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin pazarlama sorunları arasında “ambalaj ve paketleme” sorunun yer almadığı hipotezi $p < .001$ seviyesinde bile önemli bulunmuştur. Burada t-değerinin negatif çıkması ortalamanın test değeri 3'ün altında yer almasındandır.

Buna göre H_0 (iii) kabul edilmekte ve alternatif hipotez (H_1) reddedilmektedir.

8. SDŞ'lerin Pazar Araştırmaları Çalışmaları

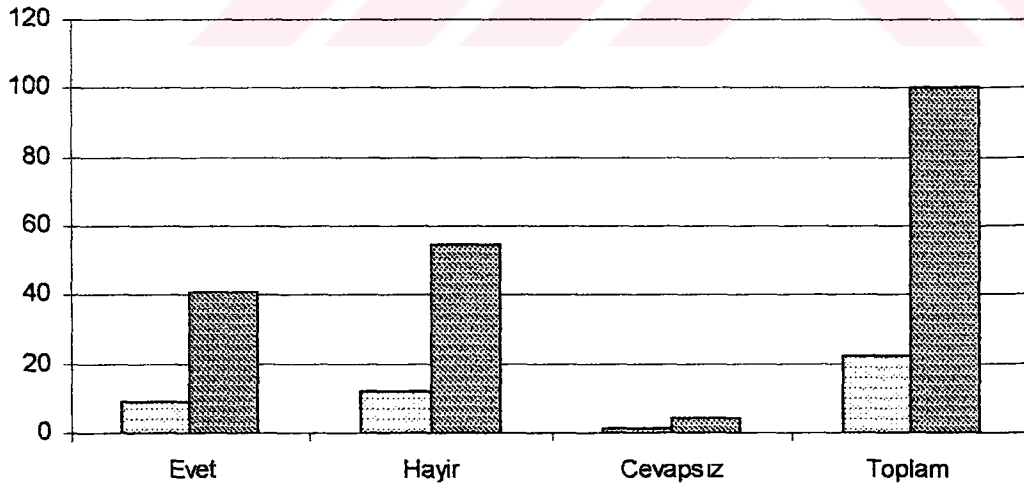
Aşağıdaki tablolar ve şekillerde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin pazar araştırması çalışmaları ve pazar araştırması sonucu ihracatlarındaki değişen durumu ve yapılan pazar araştırmalarında teşviklerden faydalanılıp faydalanılmadığını göstermektedir.

a) Şirketiniz Pazar Araştırması Yapıyor mu?

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracat yapmak amacıyla pazar araştırması yapıp yapmadıkları sorusuyla ilgili veriler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.17: Pazar araştırması

Pazar Araştırması	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Evet	9	40,9
Hayır	12	54,5
Cevapsız	1	4,5
Toplam	22	100,0



Şekil 3.13: Pazar araştırması

Yukarıdaki tablo incelendiğinde ankete cevap veren 22 firmanın 12 tanesi yani %54,5'inin pazarlama araştırması yapmadığı görülmektedir. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin iki şekilde hareket ettiğini ortaya koyacaktır. Birincisi, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ürünlerini yurt içi piyasaya sunduğu şeklinde açıklanabilir. İkincisi ise yeni Pazar bulmanın güçlüğü nedeniyle Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin varolan hazır pazarlara ürünlerini sunduğu şeklinde açıklanabilir. Ancak Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ikinci tarz ile hareket ediyorsa, bu da ülke ürünlerinin uluslararası pazarlarda birbirleriyle rekabet ettiğini gösterecektir. Öte yandan tablo incelendiğinde ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 9 tanesine tekabül eden %40,9'unun pazarlama araştırması yaptığını ortaya koymaktadır.

b) Pazar Araştırması Yaptığınız Ülkelere İhracatınız Arttı mı?

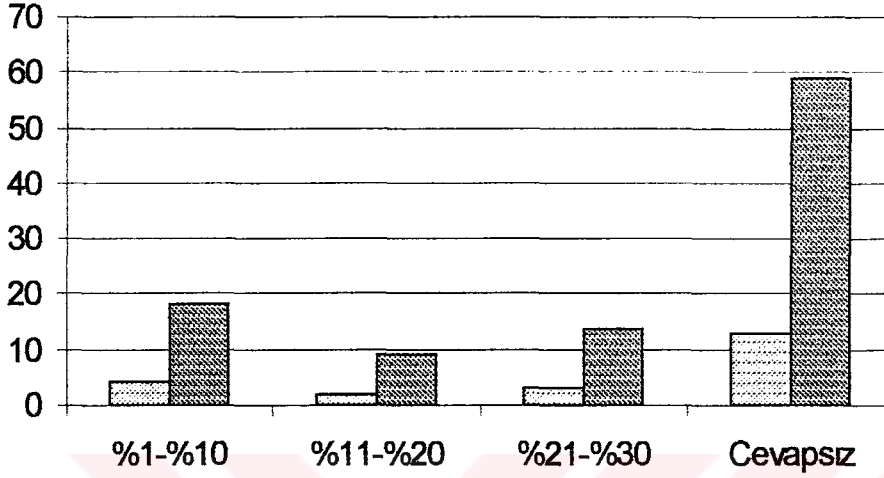
Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden pazar araştırması yapanların, bu faaliyetleri sonucunda ihracatlarındaki değişim oranı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.18: Pazar araştırmasından sonra ihracatın durumu

İhracat Artışı	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
%1-%10	4	18,2
%11-%20	2	9,1
%21-%30	3	13,6
Cevapsız	13	59,1
Toplam	22	100,0

Pazar araştırması yaptığını beyan eden 9 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin araştırma sonucu ihracatlarının arttığı görülmektedir. Buna göre, 9 Sektörel Dış Ticaret Şirketinden , dört tanesi Pazar araştırması yaptıktan sonra ihracatının %1 ile %10 arasında arttığını beyan etmişlerdir. Öte yandan üç Sektörel Dış Ticaret Şirketinin ise pazar araştırması sonucu ihracatları %21 ile %30 arasında artmıştır.

Son olarak iki Sektörel Dış Ticaret Şirketinin de ihracatı %11 ile %20 arasında artmıştır.



Şekil 3.14: Pazar araştırmasından sonra ihracatın durumu

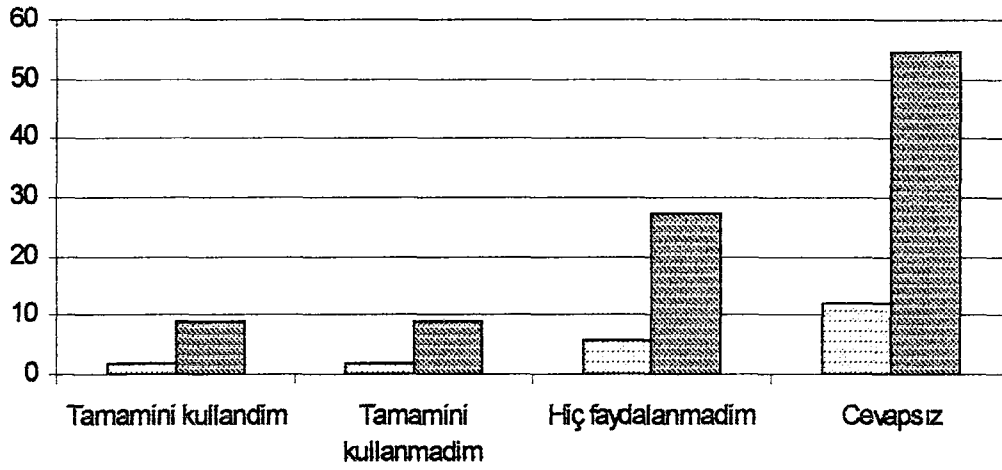
c) Pazar Araştırmaları Teşvikinin Ne Kadarını Kullandınız.

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden pazar araştırması yapanların, bu faaliyetleri sonucunda varolan devlet teşvikinin ne kadarını kullandıkları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.19: Pazar araştırması Teşviki

Pazar Araştırması Teşviği	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Tamamını kullandım	2	9,1
Tamamını kullanmadım	2	9,1
Hiç faydalanmadım	6	27,3
Cevapsız	12	54,5
Toplam	22	100,0

Pazar araştırması yapan 9 Sektörel Dış Ticaret Şirketinden sadece dördünün teşvikten faydalandığı, bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden de, ikisinin teşviki tamamen kullanmadıkları görülmektedir. Ayrıca %27.3'lük paya sahip 6 firmanın da yaptıkları pazar araştırmalarında teşvik hiç kullanmadıkları ortaya çıkmaktadır.



Şekil 3.15: Pazar araştırması Teşviki

9. SDŞ'lerin İhracat Yapmada Zorlanmasının Nedeni

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracat yapmada zorlanmasının nedenleri ve bunların önem dereceleri aşağıdaki tablo ve şekilde gösterilmektedir.

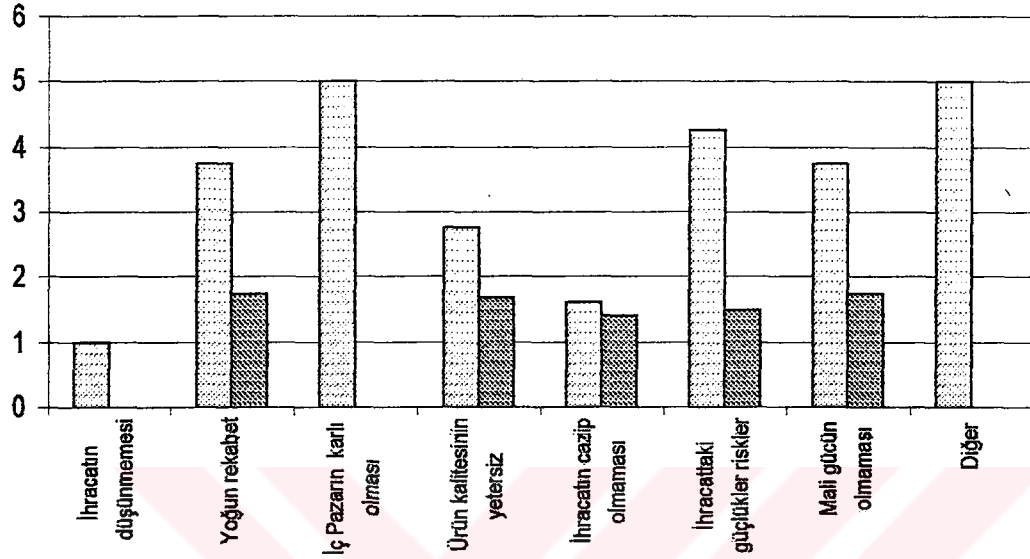
Tablo 3.20: SDŞ'lerin istenilen ihracatı yapamamasının nedeni

Hipotez Ho	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
İhracatın düşünülmemesi	8	1,0000	,0000
Yoğun rekabet	8	3,7500	1,7525
İç Pazarın yeterli ve karlı olması	8	5,0000	,0000
Ürün kalitesinin ihracat için yetersiz olması	8	2,7500	1,6690
İhracatın cazip olmaması	8	1,6250	1,4079
İhracatta karşılaşılan güçlükler ve riskler	8	4,2500	1,4880
Gereken mali gücün olmaması	8	3,7500	1,7525
Diğer	2	5,0000	,0000

Ölçek: 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin devlet teşvik ve desteklerine rağmen istenilen düzeyde ihracat yapamamalarının temel nedeni iç pazarın yeterli ve karlı olmasından kaynaklanmaktadır. Yukarıdaki tablo incelendiğinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tamamının bu konuda birleştiği görülmektedir. Beklenen ihracatın yapılamamasının diğer bir önemli nedeni ise Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracatta karşılaştıkları güçlükler ve riskler gelmektedir. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret

Şirketlerinin uluslararası piyasalarda varolan yoğun rekabettin de ihracatı istenilen düzeye çıkarılamamasının nedeni olarak görülmektedir.



Şekil 3.16: SDŞ'lerin istenen ihracatı yapamamasının nedeni

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istenilen ihracatı yapamamasının nedeni ile ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.21: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ'lerin istenilen ihracatı gerçekleştirememesinin nedenleri arasında sektördeki yoğun rekabet yer almamaktadır.	7	3,7500	1,7525	1,210*
ii-SDŞ'lerin istenilen ihracatı gerçekleştirememesinin nedenleri arasında İç Pazarın yeterli ve karlı olması yer almamaktadır.	7	5,0000	,0000	A***
iii-SDŞ'lerin istenilen ihracatı gerçekleştirememesinin nedenleri arasında İhracatta karşılaşılan güçlükler ve riskler yer almamaktadır.	7	4,2500	1,4880	2,376*
iv-SDŞ'lerin istenilen ihracatı gerçekleştirememesinin nedenleri arasında ihracat için gereken mali gücün olmaması yer almamaktadır.	7	3,7500	1,7525	1,210*

*(p<05) ***(p<001)

N =22; SD =21 Ho: $\mu = \mu_0$ ve H1: $\mu > \mu_0$

- SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamalarının nedenleri arasında sektördeki “yoğun rekabet” düşüncesi $p < .05$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} < t_{tab}$ olduğundan H_0 (i) kabul edilmekte ve *SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamalarının nedenleri arasında sektördeki “yoğun rekabet” sorunu çok önemli bir yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) reddedilmektedir.

- SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamalarının nedenleri arasında “iç pazarın yeterli ve karlı olması” $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Ankete cevap veren şirketlerin tamamı bu soruya çok önemli olarak işaretlediklerinden dolayı standart sapması sıfır hesaplanmış ve t-değeri SPSS programı tarafından hesaplanamamıştır. Bu nedenle H_0 (ii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamalarının nedenleri arasında “iç pazarın yeterli ve karlı olması” çok önemli bir yere sahiptir* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamasının nedeni olarak, “ihracatta karşılaşılan güçlükler ve riskler” düşüncesi $p < .05$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamasının nedeni olarak, “ihracatta karşılaşılan güçlükler ve riskler” şirketler için önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamasının nedeni olarak, “ihracat için gereken mali gücün olmaması” düşüncesi $p < .05$ seviyesinde bile önemli bulunmamıştır. Buna göre $t_{hes} < t_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) kabul edilmekte ve *SDŞ'lerin ihracatlarını artıramamasının nedeni olarak, “ihracat için gereken mali gücün olmaması”nın önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) reddedilmektedir.

10. SDŞ'lerin Toplam Kalite Çalışmaları

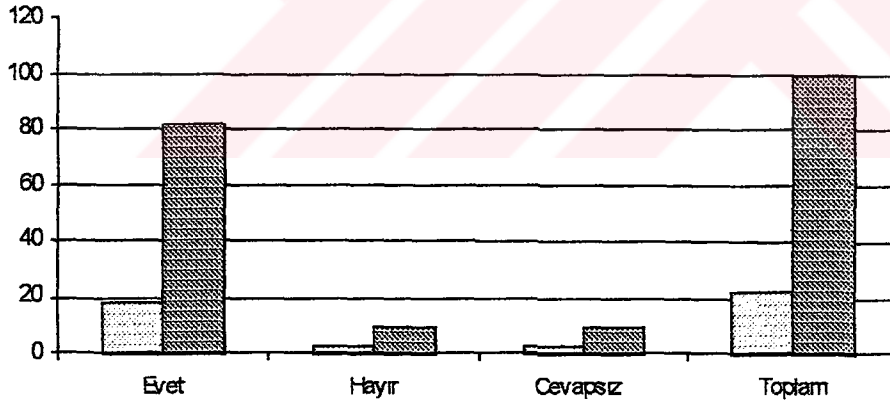
Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin toplam kalite çalışmaları altında kalite ve çevre standartlarının iyileştirilmesi ile ilgili çalışmaları ve hangi standartlarla ilgili çalışma yaptıkları aşağıdaki tablo ve şekillerde verilmiştir.

a) Şirketiniz/Şirket Ortaklarınız Kalite ve Çevre Standartlarını İyileştirilmesi İle İlgili Çalışma Yapıyor mu?

Tablo 3.22: Şirketinizin kalite ve çevre standartları çalışmaları

Kalite ve Çevre Standartları	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Evet	18	81,8
Hayır	2	9,1
Cevapsız	2	9,1
Toplam	22	100

Anketi cevaplayan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %81.8'i kalite ve çevre standartlarını yakalamak için çalışma yaptıkları, %9.1'i böyle bir çalışma içerisinde olmadıkları ve %9.1'ide bu soruya cevap vermediği görülmektedir.



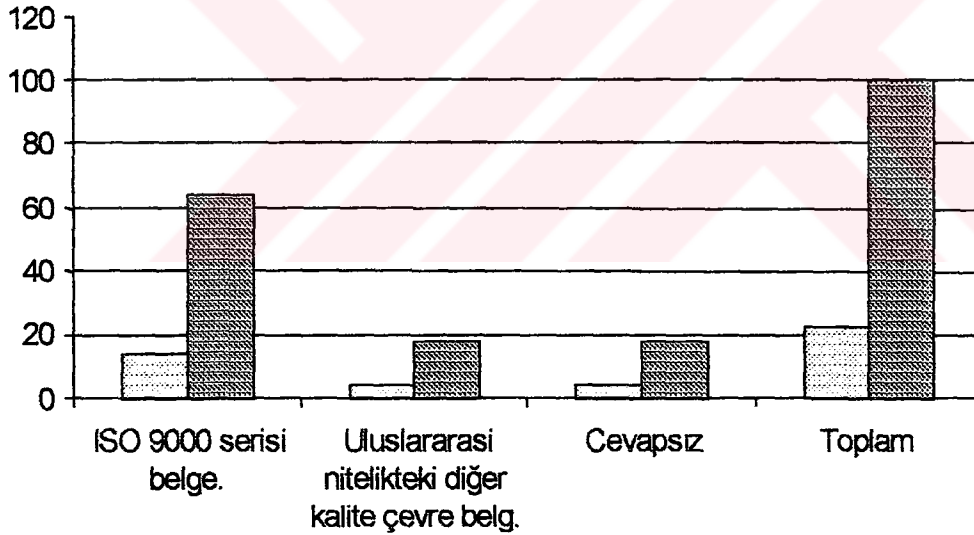
Şekil 3.17: Şirketinizin kalite ve çevre standartları çalışmaları

b) Cevabınız Evet ise Hangi Standartlarla İlgili Çalışma Yaptınız veya Yapıyorsunuz

Tablo 3.23: Şirketin kalite ve çevre standartları çalışmaları

Hangi Standartları Çalışması	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
ISO 9000 serisi belge.	14	63,6
Uluslararası nitelikteki diğer kalite çevre belg.	4	18,2
Cevapsız	4	18,2
Toplam	22	100,0

Anketi cevaplayan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerden kalite ve çevre standartlarını yakalamak için çalışma yapanların %63.6'sı ISO 9000 serisi kalite güvence belgelerine sahip iken %18.2'si ise uluslar arası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerine sahip olduğunu görülmektedir.



Şekil 3.18: Şirketin kalite ve çevre standartları çalışmaları

11. İstihdam Ettiğiniz Personel İçin Eğitim Faaliyetleri

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istihdam ettikleri personeller için eğitim faaliyeti yürütüp yürütemedikleri, eğitim faaliyetlerini hangi alanda yaptıkları ve bu

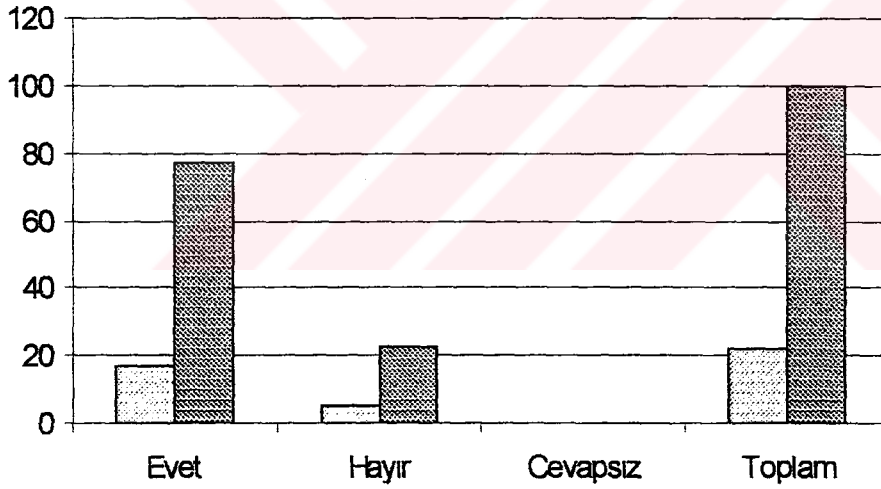
faaliyetlerde teşvik kullanıp kullanmadıkları aşağıdaki tablo ve şekillerde gösterilmektedir.

a) Personel için eğitim faaliyeti yürüttünüz mü?

Tablo 3.24: Personel için eğitim faaliyeti

Eğitim Çalışması Yaptınız mı	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Evet	17	77,3
Hayır	5	22,7
Cevapsız	-	-
Toplam	22	100

Yukarıdaki tablo ve şekil incelendiğinde ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %77.3'ü yani 17 tanesi istihdam ettiği personele eğitim faaliyeti yürüttüğünü beyan etmektedir. 5 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin ise %22.7'lik payla böyle bir çalışma içerisinde olmadığı görülmektedir.



Şekil 3.19: Personel için eğitim faaliyeti

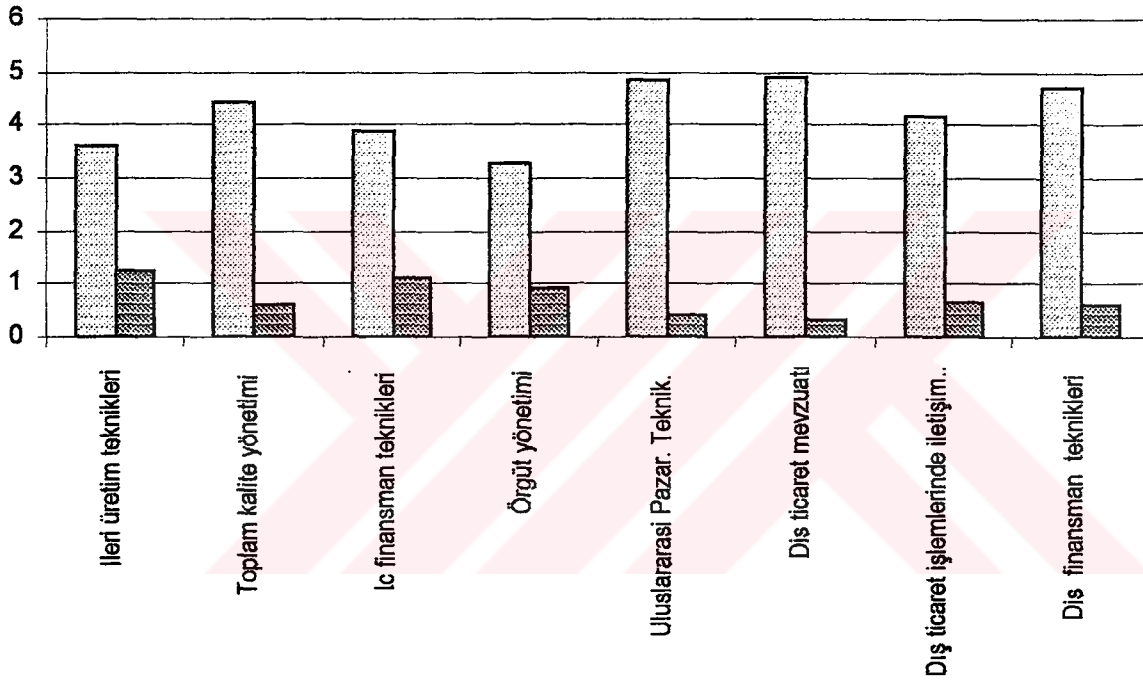
b) Eğitim faaliyetini hangi alanda yaptınız

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istihdam ettikleri personeller için eğitim faaliyetlerini hangi alanda yaptıkları aşağıdaki tablo ve şekillerde gösterilmektedir.

Tablo 3.25: Personele verilen eğitimin faaliyet alanı

	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
İleri üretim teknikleri ve yeni teknolojiler	17	3,5882	1,2277
Toplam kalite yönetimi ve ürün ve çevre standartları	17	4,4118	,6183
İç finansman teknikleri ve olanakları	17	3,8824	1,1114
Örgüt yönetimi büyüme, yapılanma, işgücü sorumluluğu, işgücü yönetimi	17	3,2941	,9196
Uluslararası pazarlama teknikleri. Pazar araştırması, rekabet	17	4,8235	,3930
Dış ticaret mevzuatı	17	4,8824	,3321
Dış ticaret işlemlerinde iletişim, iş görüşmeleri, vb. tekn.	17	4,1765	,6359
Dış finansman teknikleri ve olanakları	17	4,7059	,5879

Ölçek: 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz

**Şekil 3.20: Personele verilen eğitimin faaliyet alanı**

İstihdam ettikleri personele yönelik eğitim faaliyeti yürüten Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, öncelikli olarak personeline uluslararası pazarlama teknikleri, Pazar araştırması, dış ticaret mevzuatı ve dış ticaret finansman teknikleri konularında eğitim faaliyeti vermektedirler. Öncelikli olarak verilen bu eğitim faaliyetleri ardından toplam kalite yönetimi, dış ticaret işlemlerinde iletişim, iş görüşme teknikleri konularında eğitim çalışmaları yapmaktadır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istihdam ettikleri personeller için yürüttükleri eğitim faaliyetleri ile ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.26: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ'ler istihdam ettikleri personele Toplam kalite yönetimi ve ürün ve çevre standartları ile ilgili eğitim faaliyetleri yürütmemektedir.	16	4,4118	,6183	9,414***
ii-SDŞ'ler istihdam ettikleri personele Uluslararası Pazarlama teknikleri Pazar araştırması, rekabet ile ilgili eğitim faaliyetleri yürütmemektedir.	16	4,8235	,3930	19,134***
iii-SDŞ'ler istihdam ettikleri Personale Dış ticaret mevzuatı ile ilgili eğitim faaliyetleri yürütmemektedir.	16	4,8824	,3321	23,369***
iv-SDŞ'ler istihdam ettikleri Personale Dış finansman teknikleri ve olanakları ile ilgili eğitim faaliyetleri yürütmemektedir.	16	4,7059	,5879	11,964***

*(p<.05) ***(p<.001)

N =22; SD =21

Ho: $\mu = \mu_0$ ve H₁ : $\mu > \mu_0$

- SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında “Toplam kalite yönetimi ve ürün ve çevre standartları ile ilgili eğitim faaliyetleri ” düşüncesi p<.001 seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (i) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında “Toplam kalite yönetimi ve ürün ve çevre standartları ile ilgili eğitim faaliyetleri ” çok önemli bir yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında “Uluslararası pazarlama teknikleri ” düşüncesi p<.001 seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan Ho (i) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında “Uluslararası pazarlama teknikleri ” konusu çok önemli bir yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H₁) kabul edilmektedir.

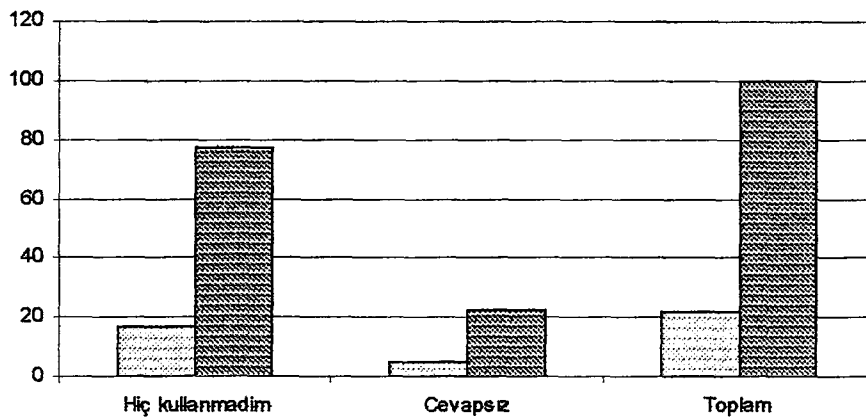
- SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında "Dış ticaret mevzuatı " düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $\chi^2_{test} > \chi^2_{tab}$ olduğundan H_0 (i) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında "Dış ticaret mevzuatı " konusunun önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında "iç finansman teknikleri " düşüncesi $p<.001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $\chi^2_{test} > \chi^2_{tab}$ olduğundan H_0 (i) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin istihdam ettikleri personel için yürüttükleri eğitim faaliyetleri arasında "iç finansman teknikleri "nin önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

c) Yaptığımız eğitim programları için tesvik kullandınız mı?

Tablo 3.27: Eğitim programlarına teşvik kullanımı

Eğitim Teşviği Kullanımı	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Hiç kullanmadım	17	77,3
Cevapsız	5	22,7
Toplam	22	100,0



Şekil 3.21: Eğitim programlarına teşvik kullanımının dağılımı

İstihdam ettikleri personele yönelik eğitim faaliyeti yürüten Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin hiç birinin eğitim programı teşvikini kullanmadıkları görülmektedir.

12. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine Personel Desteği

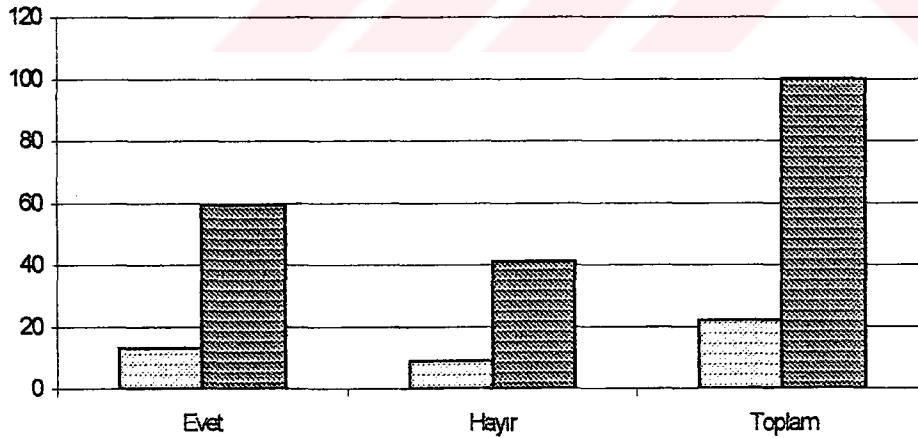
Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istihdama yol açma teşvikinden faydalanıp faydalanmadığı ve bu teşviki kullandıysa hangi formasyona sahip personelleri istihdam ettikleri aşağıdaki tablo ve şekillerde gösterilmektedir.

a) Şirketiniz veya ortaklarınız istihdama yol açma teşvikinden faydalandı mı?

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istihdama yol açma teşvikinden faydalanıp faydalanmadığı aşağıdaki tablo ve şekillerde gösterilmektedir.

Tablo 3.28: İstihdama yol açma teşvikinin kullanımı

İstihdama Yolaçma teşviki Kul.	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Evet	13	59,1
Hayır	9	40,9
Toplam	22	100,0



Şekil 3.22: İstihdama yol açma teşvikinin kullanım dağılımı

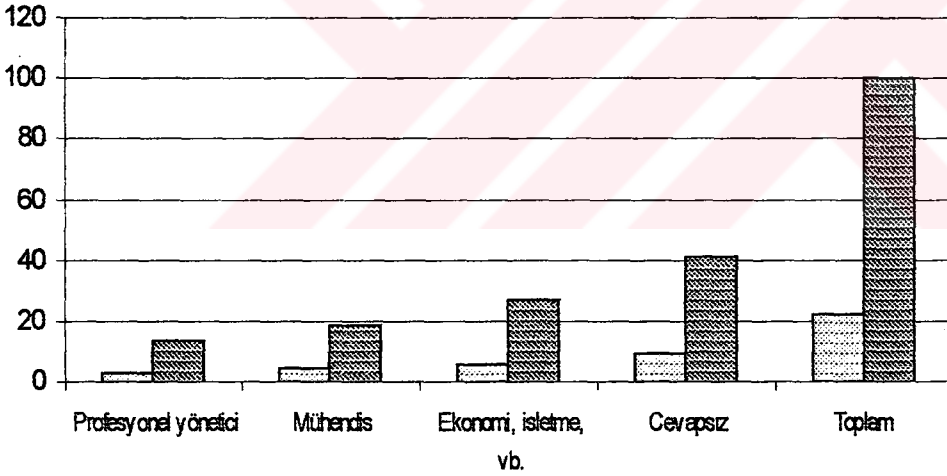
Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 13 tanesi yani %59.1'i istihdama yol açma teşvikinden faydalanırken, %40.9'unu oluşturan 9 SDŞ ise bu teşvikten faydalanmadığı görülmektedir.

b) Cevabınız evet ise hangi formasyona sahip personeli istihdam ettiniz

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin istihdama yol açma teşvikinin hangi formasyona sahip personelleri istihdam ettikleri aşağıdaki tablo ve şekillerde gösterilmektedir.

Tablo 3.29: Teşvik hangi personel için kullanıldı

Hangi Formasyona Sahip Pers.	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Profesyonel yönetici	3	13,6
Mühendis	4	18,2
Ekonomi, işletme, vb.	6	27,3
Cevapsız	9	40,9
Toplam	22	100,0



Şekil 3.23: Teşvik kullanımının dağılımı

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden %27.3'ü yani 6 tanesi ekonomi, işletme mezunu, vb. personel istihdam ettiği görülmektedir. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin % 18.2'sinin ise istihdam ettiği personel

mühendis ve %13.6'sında profesyonel yönetici istihdam ederek bu teşvikten faydalandığı görülmektedir.

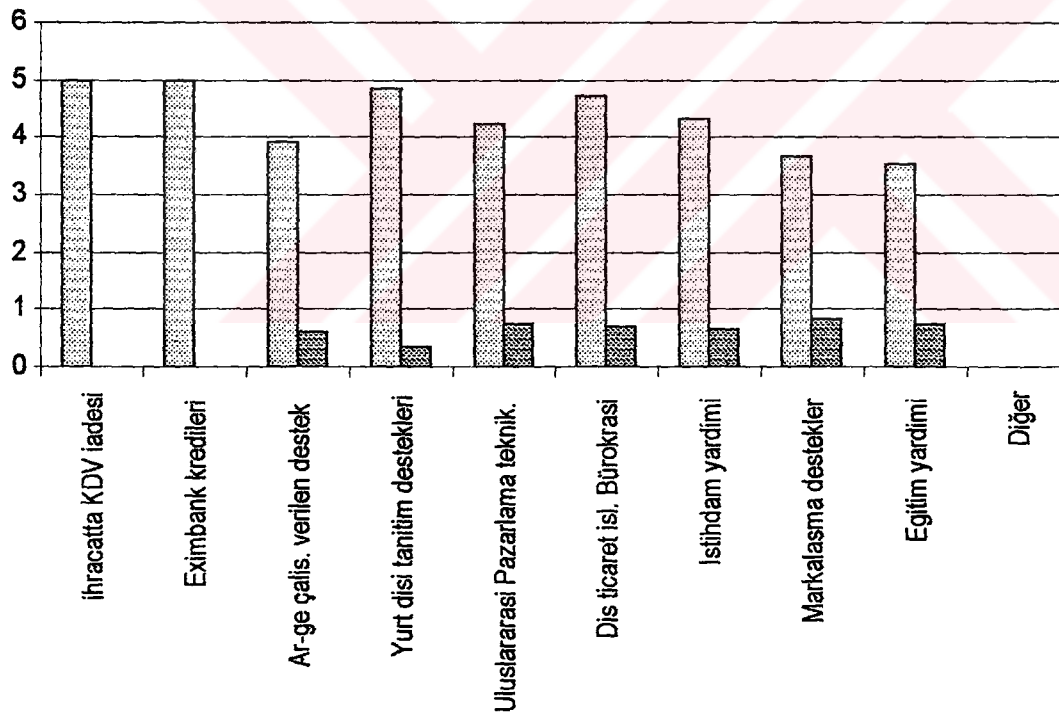
13. SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı en önemli avantajlar

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında bir araya gelerek sağladıkları avantajlar ve bunların şirketler açısından önem dereceleri aşağıdaki tablo ve şekilde gösterilmektedir.

Tablo 3.30: SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı en önemli avantajlar

	N	Ort. Sapma	Stand. Sapma
İhracatta KDV iadesinin kısa sürede olması	22	5,0000	,0000
Eximbankin sağladığı krediler	22	5,0000	,0000
Ar-ge çalışmalarına verilen destek	22	3,9091	,6102
Yurt dışı tanıtım destekleri	22	4,8636	,3513
Uluslararası Pazarlama teknikleri, araştırma desteği	22	4,2273	,7516
Dis ticaret işlemlerinde bürokrasinin azalması	22	4,7273	,7025
İstihdam yardımı	22	4,3182	,6463
Markalamaya verilen destekler	22	3,6818	,8387
Eğitim yardımı	22	3,5455	,7385

Ölçek: 5= çok önemli, 4=önemli, 3= etkisiz, 2=önemsiz, 1= hiç önemsiz



Şekil 3.24: SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların dağılımı

Yukarıdaki tablo ve şekilde görüldüğü gibi ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, örgütlenme sayesinde elde ettikleri avantajların başında devletin mali yardımları gelmektedir. KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmeye giderken elde ettiği avantajları, ihracatta KDV iadesini kısa sürede elde etmesi ve Eximbank'ın verdiği düşük faizli kredilerdir. Bu sayede KOBİ'ler en önemli sorunu olan finansman ihtiyacını da karşılamış olmaktadır. Öte yandan yine mali yardım şeklinde yapılan ve işletmelerin harcama kalemleri arasında önemli bir yere sahip olan tanıtım harcamaları da devlet tarafından desteklenmektedir. Bu mali avantajlardan sonra işletmelerin ihracatta daha hızlı hareket edebilmelerine yardımcı olan bürokratik işlemlerin azaltılması, KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında elde ettiği bir diğer avantajtır.

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında bir araya gelerek sağladıkları avantajları ile ilgili geliştirilen hipotez sonuçları aşağıda görülmektedir.

Tablo 3.31: Hipotezin test edilmesi

Ho Hipotezleri	SD	Ort. Sapma	Stand. Sapma	t-değeri
i-SDŞ'lerin sağladığı avantajlar arasında İhracatta KDV iadesinin kısa sürede verilmesi yer almamaktadır.	21	5,0000	,0000	A***
ii-SDŞ'lerin sağladığı avantajlar arasında Eximbankın sağladığı krediler yer almamaktadır.	21	5,0000	,0000	A***
iii-SDŞ'lerin sağladığı avantajlar arasında Yurt dışı tanıtım destekleri yer almamaktadır.	21	4,8636	,3513	24,886***
iv-SDŞ'lerin sağladığı avantajlar arasında Dış ticaret işlemlerinde bürokrasinin azalması yer almamaktadır.	21	4,7273	,7025	11,533***

*(p<.05) ***(p<.001)

N =22; SD =21

Ho: $\mu = \mu_0$ ve H₁: $\mu > \mu_0$

- SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "ihracatta KDV iadesinin kısa sürede verilmesi" düşüncesi p<.001 seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Ankete cevap veren şirketlerin tamamı bu soruyu çok önemli olarak

işaretlediklerinden dolayı standart sapması sıfır hesaplanmış ve t-değeri SPSS programı tarafından hesaplanamamıştır. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan H_0 (i) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "ihracatta KDV iadesinin kısa sürede verilmesi" çok önemli bir yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "Eximbank'ın sağladığı ucuz krediler" düşüncesi $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Ankete cevap veren şirketlerin tamamı bu soruyu çok önemli olarak işaretlediklerinden dolayı standart sapması sıfır hesaplanmış ve t-değeri SPSS programı tarafından hesaplanamamıştır. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan H_0 (ii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "Eximbank'ın sağladığı ucuz krediler" çok önemli bir yer tutmaktadır* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

- SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "Yurt dışı tanıtım destekleri" düşüncesi $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "Yurt dışı tanıtım destekleri"nin önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

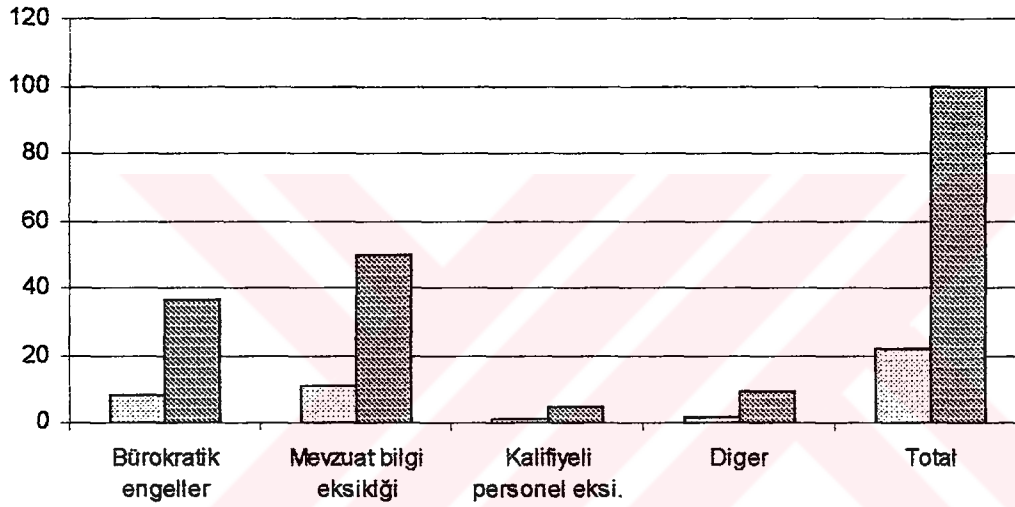
- SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "Dış ticaret işlemlerinde bürokrasinin azaltılması" düşüncesi $p < .001$ seviyesinde çok önemli bulunmuştur. Buna göre $t_{hes} > t_{tab}$ olduğundan H_0 (iii) reddedilmekte ve *SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı avantajların başında "Dış ticaret işlemlerinde bürokrasinin azaltılması" önemi çok büyüktür* şeklindeki alternatif hipotez (H_1) kabul edilmektedir.

14. SDŞ'lerin devlet teşviklerinden faydalanmama nedenleri

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin devlet teşviklerinden faydalanmama nedenleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.32: Teşvikten faydalanamama nedeni

Devlet Teşviği Faydalanmama nedeni	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
Bürokratik engeller	8	36,4
Mevzuat bilgi eksikliği	11	50,0
Kalifiyeli Personel eksik.	1	4,5
Diğer	2	9,1
Toplam	22	100,0



Şekil 3.25: Teşvikten faydalanamama nedenlerinin dağılımı

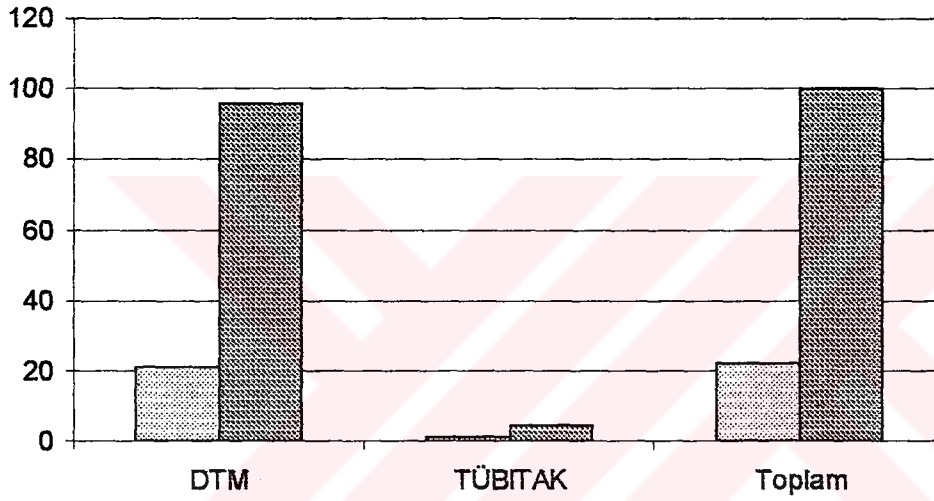
Yukarıdaki tabloda gösterildiği gibi Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin teşviklerden genel olarak faydalanamama nedenleri, ülkemizdeki KOBİ'lerin genel sorunlarından dolayı ortaya çıkmaktadır. Dikkat edilecek olursa ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin yarısının devlet teşviklerinden faydalanmama nedeni olarak teşvik mevzuatını bilmediklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %36,4'ü ise karşılaşılan bürokratik engeller yüzünden devlet teşvikinden faydalanmaktan kaçındıklarını beyan etmişlerdir.

15. SDŞ'lerin Sorunlarını Çözmede Etkili Kuruluşlar

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dış ticaretle karşılaştığı sorunları çözmede etkili kuruluşlar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 3.33: Sorunların çözümü için başvurulmuş kurumlar

Öncelikle Başvurulan Kuruluşlar	Frekans Dağılımı	Yüzdesi%
DTM	21	95,5
TÜBİTAK	1	4,5
Toplam	22	100,0



Şekil 3.26: Sorunların çözümü için başvurulmuş kurumların dağılımı

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %95.5'lik bir paya tekabül eden 21 tanesi, karşılaştıkları sorunların çözümünde Dış Ticaret Müsteşarlığına başvurduklarını beyan etmektedir. Sadece bir Sektörel Dış Ticaret Şirketi sorunlarının çözümü için TÜBİTAK'a başvurduğunu söylemiştir.

C. Araştırma Sorularından Elde Edilen Bulguların

Değerlendirilmesi

Ekonomimiz içinde üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip KOBİ'lerin, uluslararası pazarlara yöneltilerek ülke ihracatına katkılarının artırılması yönünde izlenen devlet politikalarının bir sonucu olarak, ihracatta

örgütlenmeye yönelik çeşitli modeller ve bu modelleri mali-teknik açıdan destekleyecek teşvikler geliştirilmektedir. Bu modeller sayesinde ihracata yönelik KOBİ'lerin karşılaştığı; örgütsel, pazarlama, mali, üretim, insan kaynakları ve AR-GE faaliyetleri ile ilgili problemlerine çözüm bulunmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda KOBİ'lerin üretimlerini ihracata yönlendirmesini sağlamak ve onlara rekabet gücü kazandırmak için bazı modeller denenmektedir. Bu modeller daha önce örgütlenmemiş KOBİ'leri bir araya getirerek üretimden ihracata, pazarlamadan tanıtıma kadar işletmelerin tüm ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik hazırlanmaktadır. Ülkemizde son dönemde uygulanan örgütlenme modellerinden “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri” modeline sağlanan teşvik ve destekler, KOBİ'lerin örgütlenmesini ve uluslararası pazarlara yönelmesini hızlandıran en büyük etkidir.

Sektörel Dış Ticaret Şirketi modelinin uygulanmaya başlandığı 1994 yılından bu yana 41 adet şirket kurulmuştur. Ancak bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bazıları unvanlarını iade etmiş veya geri alınmıştır. 22 Kasım 2000 tarihi itibarıyla Türkiye’de 1221 tane KOBİ’nin oluşturduğu 34 adet Sektörel Dış Ticaret Şirketi mevcuttur. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 22 tanesi anketimize gerek karşılıklı görüşmeler gerekse posta yolu ile gönderimler sonucunda anketimize cevap vermiştir. Bu sayede Sektörel Dış Ticaret Şirketleri hakkında elde edilen veriler ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

1. Araştırmaya Katılan SDŞ’lerin Faaliyet Gösterdiği

Sektörler, Sayısı, Sektörel Dağılımı, Ortak Sayıları ile İlgili

Soruların Değerlendirilmesi

Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kuruluş yılları açısından değerlendirdiğimizde, uygulama alanı bulduğu 1994 yılından bu yana kurulan 41 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin 28 tanesi ve ankete katılan 22 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin 13 tanesi 1997-1999 yılları arasında kurulmuş olduğunu görmekteyiz. Bu yıllar arasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluşlarının artmasının en

önemli nedenleri arasında; daha önce kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 1997 yılına kadar göstermiş oldukları yüksek ihracat performansıdır. Ayrıca bu dönemde Dünyada meydana gelen konjonktürel dalgalanmalar nedeniyle işletmelerin uluslararası pazar bulmada güçlüklerle karşılaşmasından dolayı güçleri birleştirmek istemeleri yer almaktadır.

Diğer taraftan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kurulduğu sektörlerdeki yoğunlaşmalara bakıldığında ülke ekonomisinin genel yapısıyla benzerlik içerisinde olduğu gözlenmektedir. Örneğin; araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sayısı ve sektörel dağılımı tablosu incelendiğinde tekstil-konfeksiyon sektörünün 11 şirketle ve %50 yüzdelik dağılımı ile en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca 22 Kasım 2000 tarihi itibarıyla faaliyette bulunan toplam 34 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin 14'ü (yani %45'i) gerek sermaye, gerekse de ortak sayısı olarak diğer Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine göre daha güçlü bir yapıya sahip olan tekstil-konfeksiyon sektöründe kurulmuştur. Bu sektörü, otomotiv yan sanayi sektörü ve iş makineleri, makine ve yedek parçaları, deri ve deri mamulleri üreten sektörler takip etmektedir.

Sektörel Dış Ticaret Şirketi SDŞ mevzuatı nedeniyle normal yörelerde en az 10, kalkınmada öncelikli yörelerde en az 5 KOBİ'nin bir araya gelerek oluşturulması gereken Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ortak sayılarına bakıldığı zaman, mevzuatta istenilen ortak sayısının çok üzerinde bir sayıyla örgütlenme sağladıkları görülmektedir. Özellikle gelişmiş bölgelerde kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin –örneğin İstanbul'daki 11 şirketin 563 ortağı, Antalya'daki 2 şirketin 168 ortağı, Bursa'daki 3 şirketin 121 ortağı- ortak sayıları mevzuatta bahsedilen rakamdan çok çok üzerindedir.

2. KOBİ'lerin SDŞ Çatısı Altında Örgütlenme Nedenleri ve Kuruluş Aşamasında Karşılaştıkları Sorunlar ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi

Ülkemizde KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmesinin ülke ve işletme açısından iki önemli nedeni vardır. Birincisi KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmesi, işletmelerin dış ticarete yönelerek hem ihracatlarını artırmak hem de bu sayede varolan dış ticaret açığının kapanmasına sağlamaktır. İkincisi işletmeler açısından KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmesi ise ihracatta birim üretim ve dağıtım giderlerinin minimuma indirilmesi ve devlet teşviklerinden faydalanarak mevcut olan veya yeni pazarlara girmede devletin sunduğu finansman imkanlarından faydalanmaktır. KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmesinin diğer nedenlerini; döviz girdisinin sağlanması, ihracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle ihracata daha az kaynak tahsisine ihtiyaç olması, işletmenin ölçeğini büyütmek ve büyük miktarlardaki siparişlerin örgütlenme yolu ile daha kolay karşılanması şeklinde sıralanabilir.

Ülkemizde yukarıda yazılan nedenlerden dolayı Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmeye çalışan KOBİ'ler, bu şirketin kuruluş aşamasında bazı sorunlarla karşılaşmasına neden olmaktadır. Bu sorunların başında; aynı ülke ürünlerinin aynı ihracat pazarında karşılaşması halinde yaratabileceği olumsuz rekabet, siparişlerin ortaklar arasında nasıl dağıtılacağı, zamanla büyük firmaların Sektörel Dış Ticaret Şirketi yönetiminde egemenliği ele geçirme olasılıklarının bulunması, ortakların finansman yükünü nasıl paylaşacağı ve Sektörel Dış Ticaret Şirketi yönetimi ile ilgili kararlarda oy hakkının nasıl olacağı gibi konular gelmektedir. Ankete cevap veren 22 adet Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin büyük bir çoğunluğu aynı ülke ürünlerinin aynı ihracat pazarlarında karşılaştıkları zaman ortaya çıkacak rekabetin olumsuz etkilerinin kuruluş aşamasında karşı karşıya

kaldıkları en önemli sorun olarak belirtmişlerdir. Bu sorunun çözümü için Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortakları, ihracatlarını şirket üzerinden yapmak zorundadır. Böylece aynı pazarda rekabet etmek yerine ortak hareket edebilme kabiliyetine sahip olacaktır. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortakları arasında bir homojenliğin oluşturulması, ortakların aynı kalite ve standartlarda ürün arz edilmesini sağlayacağından dış pazarlarda daha güçlü bir pazar payına sahip olunmasına imkan verecektir. Bu sayede aynı malı üreten işletmeler arasında rekabetin azaltılması söz konusu olacağından ihraç mallarının fiyatının da daha istikrarlı ve yüksek belirlenmesine imkan verilecektir. Bu bağlamda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş aşamasında sorun olarak gördükleri, aynı ürünlerin aynı ihracat pazarında karşılaşması halinde ortaya çıkabilecek olumsuz rekabetin, çıkabileceğini düşünmesi Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortağı işletme ürünlerinin homojen bir yapıya sahip olmadıkları veya ihracatlarını Sektörel Dış Ticaret Şirketi üzerinden yapmak yerine bireysel hareket ederek gerçekleştirmeye niyetli olduklarını göstermektedir.

Kuruluş aşamasındaki diğer önemli bir sorun ise ortaklar arasında siparişlerin ne şekilde karşılanacağıdır. Burada Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bu sorunu iki şekilde bertaraf etme yolunu seçmek zorundadırlar. *Birincisi* siparişlerin önceden kararlaştırılan oranlarda ortaklar arasında bölüşümünün sağlanmasıdır. Başka bir ifadeyle ortakların üretim teknolojisi, üretim kapasitesi, ürün kalite ve standartları gözönüne alınarak siparişlerin ortaklar arasında dağıtımı yapılmaktadır. *İkincisi ise* siparişlerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortaklarının tamamına duyurularak en iyi teklif veren ortaklardan karşılanması yolu seçilmektedir. Buradaki asıl sorun Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortağı işletmeler arasında homojen bir yapı olmaması durumunda ortaya çıkmaktadır. Çünkü üretim teknolojisi, üretim kapasitesi, ürün kalite ve standartları farklı olan işletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında örgütlenmesi, ortaklar arasında rekabetin devamını sürekli

hale getirmektedir. Böyle bir durumda Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinden beklenen etkin dış ticaret faaliyetleri baştan engellenmiş olmaktadır.

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketini oluştururken karşı karşıya kaldığı sorunlardan bir tanesi de Sektörel Dış Ticaret Şirketi yönetimi ile ilgili kararlarda oy hakkının ortaklar arasında nasıl olacağı konusundadır. Burada Sektörel Dış Ticaret Şirketini oluşturan işletmelerden bazılarının diğerlerine göre güçlü bir yapıya (sermaye, teknoloji, kapasite, kalite, vb. nedenlerden) sahip olması, bu işletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi yönetiminde etkili olmasına neden olacaktır. Başka bir ifadeyle Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruluş aşamasında sermaye yönünden güçlü firmalar diğer işletmelere nazaran (mevzuatın izin verdiği maksimum noktadan) daha fazla sermaye koyarak Sektörel Dış Ticaret Şirketi yönetiminde etkili bir paya sahip olacaktır. Her ne kadar mevzuat gereği Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortakları normal yörelerde en fazla %10, Kalkınmada Öncelikli Yörelerde (KÖY) en fazla %20 bir paya sahip olmaları sınırlandırılmış olsa da, bu payların şirket yönetimlerinde göz ardı edilemeyecek kadar küçük bir olmadığı da bir gerçektir. Çünkü Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ortak sayısı arttıkça bu paylarını muhafaza eden işletmeler, şirket yönetiminde daha güçlü hale gelmektedirler. Bunun nedeni ise büyük paya sahip *iki veya daha fazla ortağın* şirket stratejilerini belirlerken kendi işletmelerinin stratejilerine paralel kararların alınmasına neden olacaktır. Örneğin bu firmalara, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin pazar stratejilerini kendi ihtiyaçları doğrultusunda belirleme, kendi ürünleri için öncelikli olarak pazar araştırması yaptırma gibi bazı avantajlar elde edebilmektedirler.

**3. SDŞ'lerin Faaliyette Bulunduğu Pazardaki Rekabet Koşulları,
Uluslararası pazarlara Girmesini Kolaylaştıran Etmenler ve
Karşı Karşıya Oldukları Pazarlama Sorunları ile İlgili
Soruların Değerlendirilmesi**

Sektörel Dış Ticaret Şirketi ortağı KOBİ'lerin özellikle emek-yoğun üretim teknikleri nedeniyle yüksek maliyetlerle çalışmak zorunda olmaları pazarlamada rekabet güçlerini oldukça zayıflatmaktadır. Buna ilaveten kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin çoğunun katma değeri düşük ve uluslararası pazarlarda yoğun rekabet yaşanan sektörlerde üretim yapması durumu daha da kötüleştirmektedir. Örneğin ankete cevap veren şirketlerin 11 tanesinin faaliyette bulundukları pazarlarda rekabet koşullarının kendi sektörleri için *çok yüksek olduğunu ve, 5 tane Sektörel Dış Ticaret Şirketi de pazarlardaki rekabetin kendi sektörleri için yüksek* olarak ifade etmektedirler. Bu şirketlerin faaliyet alanları tekstil, tarım, gıda gibi sektörlerden oluşmaktadır.

Diğer taraftan ülkemizde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin dışa açılmasının hız kazanması için dış pazarlarda belirli bir temel alt yapının oluşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda Sektörel Dış Ticaret Şirketleri uluslararası pazarlarda etkinliklerini sürdürebilmeleri veya kazanabilmeleri için değişen çevre koşullarına uygun giriş yöntemleri ve pazar payını geliştirebilmede de farklı stratejiler izlemek zorunda kalmaktadırlar. Bu yüzden Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıracak olan Devlet teşvik ve desteğinin olmasını gerektirmektedir. Bu sayede Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin elde ettikleri finansman ve teknik destek, hem üretilen mal ve hizmetin maliyetinin düşürülmesine hem de uluslararası pazarlara girerken pazarla ilgili bilgileri daha kolay ve ucuz temin edilmesini sağlayacaktır. Zaten araştırmaya katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tamamında bu yönde görüş bildirmiştir. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin uluslararası pazarlara girmesini kolaylaştıran diğer bir etmende yurt

dışı pazarlarda ofis ve büroların bulunmasıdır. Böylece Sektörel Dış Ticaret Şirketleri bu pazarlarla ilgili değişen bilgilere anında ulaştırabilmekte, müşterilerle doğrudan bağlantı kurabilmekte ve müşterilerin ihtiyaçlarını en hızlı ve doğru bir şekilde karşılayabilmektedir.

Ülkemizde ihracatçımızın önündeki en büyük engellerden bazıları da pazar bulma güçlüğü, yoğun rekabet ve yetersiz reklam-promosyon çalışmalarıdır. Bir ihracatçının sattığı ürünü belli bir pazarda tutundurabilmesi bazen uzun dönemli çaba ve büyük masrafları gerekli kılmakta, bu da işletmelerin finansman sorununun gündeme gelmesini sağlamaktadır. Ankete katılan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin çok büyük bir oranı ürettikleri mal ve hizmeti pazarlayacak pazar bulmada güçlüklerle karşılaştıklarını ifade etmişlerdir. Ancak bu şirketlerin pazar bulmada güçlüklerle karşılaşmasının en önemli nedenleri ise; dış pazarlar ile bilgi birikiminin olmaması, bu bilgilere nasıl ulaşılacağını bilmemeleri ve yeterli sermayeye sahip olmadıklarından kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan dış pazarlarda o sektörlerde varolan yüksek rekabet ise SDŞ'lerin karşı karşıya kaldıkları pazarlama sorunlarından bir diğeridir.

4. SDŞ'lerin Pazar Araştırmaları Çalışmaları ile İlgili

Soruların Değerlendirilmesi

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörlerde yaşanan gerek yoğun rekabet gerekse de karşı karşıya kaldıkları pazarlama sorunlarına rağmen ankete cevap veren şirketlerin 12 tanesi yani %54.5'inin pazarlama araştırması yapmadığını ortaya koymaktadır. Böyle bir sonuç, şirketlerin uluslararası pazarlara açılmak için hiçbir çalışma yapmadığını veya mallarını ihraç etmek yerine yurtiçi piyasaya sunduğunu göstermektedirler. Finansal yetersizlikten dolayı pazar araştırması yapmada zorlanan şirketlerin, bu desteğe rağmen bu teşvikten faydalanıp pazar araştırması yaptırmaması iki şekilde açıklanabilir. Birincisi bu devlet desteğinden haberi olmamaları veya nasıl kullanacaklarını

bilmemeleridir. Böyle bir durum ise kurulan şirketlerin profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmediğini göstermektedir. İkincisi ise ürettikleri mal ve hizmetleri daha zor bir şekilde ulaşacakları dış pazarlara satmak yerine iç piyasaya satma eğiliminin olmasıdır. Diğer taraftan ise ankete cevap veren 9 Sektörel Dış Ticaret Şirketi ise %40.9'luk payla pazarlama araştırması yaptığını söylemektedir. Pazar araştırması yapan bu şirketlerin, pazar araştırması sonucunda ihracatlarını da artırdığı gözlenmiştir. Örneğin pazar araştırması yapan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 4 tanesinin ihracatlarını bu sayede %1-%10 arasında artırdıkları, 3 tanesinin ise ihracat artışının %21-%30 arasında gerçekleştiği ve son olarak 2 tanesinin pazar araştırması sonucu ihracat artışı %11-%20 arasında gerçekleştiğini beyan etmişlerdir. İşin düşündürücü tarafı ise pazar araştırması yapan bu Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sadece 4 firmanın pazar araştırması teşvikinden faydalandığı, bu firmalardan ikisinin de teşviki tamamen kullanmadıkları görülmektedir.

5. SDŞ'lerin İhracat Yapmada Zorlanmasının Nedeni ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi

Özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllarda Türkiye ekonomisi, dış ticarete ihracatın ithalat karşısında devamlı açık vermesi sorunu ile karşılaşması örgütlenme modellerinin önemini ortaya çıkarmıştır. Ancak örgütlenme sonrası Sektörel Dış Ticaret Şirketini oluşturan şirketlerin ürettikleri ürünleri uluslararası pazarlara sunmak yerine yurt içi pazarlarda satmak eğilimlerinin olması, ihracatta karşılaşılan bürokratik güçlükler ve riskler ile ihraç pazarlarında yaşanan yoğun rekabet ihracatımızın beklenen ölçüde artmasını engellemiştir. Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin tamamına yakını şirketlerinin ihracat yapmada zorlanmasının en önemli nedeni olarak yurt içi piyasanın daha karlı olmasını göstermektedirler. Bu sayede ihracat yaparken karşı karşıya kaldıkları bürokratik

güçlüklerinde bertaraf edildiğini ve yurt içi piyasada Şirket olarak kendilerini daha güvende hissettiklerini beyan etmişlerdir.

6. SDŞ'lere Personel Desteği ile İlgili Soruların

Değerlendirilmesi

Yukarıda bahsettiğimiz gibi Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin gerek uluslararası pazarlara girmede zorlanması gerekse ihracatta yaparken bazı sorunlar ile karşılaşmasına rağmen, Devletin sunduğu personel desteğinden faydalandıkları görülmektedir. Bu bağlamda ankete katılan 22 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin 13 tanesi yani %59.1'i istihdama yol açma teşvikinden faydalanırken, %40.9'unu oluşturan 9 Sektörel Dış Ticaret Şirketi ise bu teşvikten faydalanmadığı görülmektedir. Ancak ortaya çıkan bu tablonun detayına bakıldığında personel desteği alan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %27.3'ü yani 6 tanesi ekonomi, işletme mezunu, vb. personel istihdam ederken, % 18.2'sinin ise istihdama yol açma teşvikinin mühendis istihdam ederek kullandığı görülmektedir. %13.6'sıda bu teşvikten profesyonel yönetici istihdam ederek faydalandığı beyan etmektedir.

7. SDŞ'lerin KOBİ'lere sağladığı en önemli avantajlar

ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi

KOBİ'lerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında biraraya gelerek sağladıkları avantajların başında ihracatta KDV iadesinin kısa sürede verilmesi, Eximbank'ın sağladığı ucuz krediler, yurt dışı tanıtım destekleri, dış ticaret işlemlerinde bürokratik işlemlerin azalması gibi konularda gelmektedir. Belki de KOBİ'leri Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında toplanmaya iten en önemli faktör, ihracattaki KDV iadesinin Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında işletmelerin daha kısa sürede almasıdır. Çünkü KOBİ'ler Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında toplanmadan önce bu KDV iadeleri 7-8 ay gibi bir zaman zarfında alınırken, Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısındaki KOBİ'ler en geç 2 ay gibi bir zaman zarfında bunu alabilmektedirler. Aynı şekilde Eximbank, Sektörel

Dış Ticaret Şirketi çatısı altındaki KOBİ'lere daha ucuz krediler sağlamaktadır. İşte bu iki teşvik KOBİ'leri Sektörel Dış Ticaret Şirketi çatısı altında toplanmasını hızlandırmaktadır.

Ancak buna rağmen mevcut Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin gerek kuruluş aşamasında gerekse faaliyete geçtikleri dönemlerde devletin sunduğu teşvik ve desteklerden tam faydalanamadığı görülmektedir. Bunun en önemli sebebi ise Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kendi teşvik mevzuatlarını yakından ve hızlı takip edememesi ve mevzuat bilgi eksikliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %36.4'ü devlet teşviklerinden bürokratik işlemlerin fazla olması yüzünden faydalanmak istemedikleri ortaya çıkmaktadır. Son olarak ta ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin %4.5'i kalifiyeli personel eksikliği yüzünden devlet desteğinden faydalanamadığını vurgularken kendilerine sunulan istihdam desteğinden haberi olmadığını gerçeği de anlaşılmaktadır. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine sunulan devlet desteği ve teşvikinden yeterli derecede faydalanamayan şirketlerin büyük çoğunluğunun fazla gelişmiş olmayan bölgelerde faaliyet göstermesi de dikkate alınması gereken önemli bir noktadır.

8. SDŞ'lerin Sorunlarını Çözmede Etkili Kuruluşlar ile İlgili Soruların Değerlendirilmesi

Ankete cevap veren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin hemen hemen tamamı gerek kuruluş aşamasında gerekse faaliyette bulundukları dönemlerde karşı karşıya kaldıkları sorunların çözümünde yardımcı olacak tek kuruluş olarak Dış Ticaret Müsteşarlığını (DTM) görmektedir. Gerçektende DTM, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri için bünyesinde oluşturduğu birim aracılığıyla bu şirketlerle ilgili eğitim , kuruluş aşamasının tamamlanması, kuruluştan sonra karşı karşıya kaldıkları sorunların hızlı bir biçimde çözüme kavuşturulması ve bu şirketlerin uluslar arası

pazarlara girmesini kolaylaştıracak teşvik ve desteklerin hazırlanması gibi konularda hizmet vermektedir.



VI. SONUÇ

Bölgeselleşen ve küreselleşen Dünya ekonomisi 2000'li yıllara hazırlanırken ekonomi içerisinde KOBİ'lerin ülkeler için vazgeçilemez bir yere sahip olduğunu gerçeği herkes tarafından kabul edilmiştir. KOBİ'lerin ekonomi üzerindeki değişik bakımlardan sahip olduğu rol, bu işletmelerin ciddi şekilde desteklenmesini zorunlu hale getirmiştir. Ayrıca küreselleşme sürecinde yaratıcılığını ve esnekliğini kaybetmiş büyük ölçekli işletmeler yerine esnek üretime dayalı faaliyetlerini sürdüren KOBİ'lerin göz ardı edilemeyeceğini göstermiştir. Çünkü bu küçük işletmeler daha az yatırımla daha çok insana istihdam imkanı sağlamakta, piyasada varolan değişimlere daha çabuk uyum göstermektedir. Ayrıca ülkedeki bölgelerarası dengesizliği azaltıcı ve gelir dağılımındaki bozukluğu durdurucu etkisi de bulunmaktadır.

Ülkeler KOBİ'leri desteklerken ekonomik açıdan bazı amaçları da gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar. Bunların başında, bu işletmelerin yaşamlarını ve faaliyetlerini devam ettirmesini sağlamak gelmektedir. Öte yandan KOBİ'lerin üretim, maliyet, pazarlama, rekabet, verimlilik, teknoloji ve ar-ge çalışmaları bakımından optimum ölçeğe ulaşmalarını sağlayarak, geleceğin büyük ölçekli işletmeler grubuna geçmelerine fırsat vermektir. Böylece yeni girişimcilerin ortaya çıkmasına ve yeni yatırım alanlarının açılmasına imkan tanımaktadır. Bu sayede artan üretim için yeni pazarların bulunması da zorunluluk haline gelmiştir. Ancak KOBİ'lerin varolan sorunlarının ortadan kaldırılması veya azaltılmasıyla, bu pazarlara girmek mümkün olacaktır. Bu sorunların kaldırılması veya azaltılması da KOBİ'lerin ihracata yönelmesini teşvik edecek ve ülke toplam ihracatı artırılmış olacaktır. Bunun için KOBİ'lere bilgi aktarımı şeklindeki pasif politikalardan vazgeçilmesi gerekmektedir. Bu politikalar yerine KOBİ'lerin ihracatta başarılı olmasını sağlayacak aktif işbirliği ve ortak davranış yoluyla kaynakların iyileştirilmesi esasına dayalı politika ve uygulamaların geliştirilmesine ihtiyaç

duyulmaktadır. Dünya'da KOBİ'lere bu tür politika uygulayan ülkeler başarılı sonuçlar almışlardır. Örneğin İtalya (Federeexport Modeli), Japonya (JETRO), G. Kore (KOTRA).

Türkiye olarak, bütünleşen Dünyanın dışında kalmamak ve sürekli büyüyen bir pazarda işletmelerimizin pazar payını artırmak, rekabet gücümüzü korumak ve sonuçta teknolojik yarışmada geri kalmamak, herhalde artık hepimizin amacı olmalıdır. Bugün uluslararası ekonomik etkinliklerdeki gelişmeler ya ekonomik bloklar, serbest ticaret bölgeleri ya da gümrük birlikleri şeklindeki oluşumlar içerisinde hareketli olmaktadır. Örneğin Avrupa Birliğindeki gibi, Birliğe üye ülkeler aralarındaki gümrük duvarlarını kaldırıp, üye olmayan üçüncü ülkelere karşı ortak gümrük tarifeleri uygulamaktadırlar. Bu tür bölgesel oluşumlar veya ekonomik bloklaşmalar yüzünden özellikle KOBİ'lerin kaynaklarını birleştirerek uluslararası ticarette daha aktif rol almalarını sağlayıcı tedbirler alınmasını ve düzenlemelerin yapılmasını gerektirmektedir.

KOBİ'lerin ekonominin temel direği olduğu gerçeği Dünyadaki gelişmiş ülkelerce çok önceleri kabul görmüşken, ülkemizde 1990'lı yıllarda fark edilebilmiştir. Türkiye ekonomisi içerisindeki KOBİ'ler, 200.000'i aşan işletme sayıları ile toplam sanayi işletmelerinin yüzde 98'ini bulan pay ile büyük bir yere sahiptir. Bu işletmelerin toplam istihdam içindeki payları %50, üretim payları %40, kredi kullanım oranları %4 dür. Ayrıca KOBİ'lerin ihracat içindeki payı ise bu oranların oldukça altında olup %8 seviyesinde seyretmektedir. Bunun en önemli nedeni ülkemizdeki KOBİ'lerin tek başlarına ihracatta kalıcı bir başarı sağlamaları için gerekli olan bilgi, deneyim ve sermayeye sahip bulunmamasıdır. Bunların, KOBİ'ler tarafından tek başlarına sağlanması ise çok zordur. Oysa KOBİ'ler güçlerini ve deneyimlerini bir araya getirerek ihracatta daha çok başarılı olma şansına sahiptirler. Ayrıca sermaye ve bilgi eksikliklerini de ortadan kaldırmak için ortak hareket etmeyi zorunlu kılmaktadır. Ülkemiz ihracat stratejisinin tespitinde bu

gerçeğin gözönüne alınması ve işbirliğine gidilecek alanlar için uygun ortamlar ve örgütler oluşturulması ve bu yöndeki girişimlerin desteklenmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda ekonomimiz içinde üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip KOBİ'lerin, uluslar arası pazarlamaya yöneltilerek ülke ihracatına katkılarının artırılması yönünde izlenen devlet politikalarının uygulanması zorunluluk haline gelmiştir. Ancak bu yönde izlenecek politikalar ile KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki paylarının yükselmesi mümkün olacaktır. Bu amaçla ülkemiz, izlediği devlet politikalarının bir sonucu olarak, işletmeleri ihracatta örgütlemeyi amaçlayan çeşitli modelleri uygulamaya koymuştur.

Türkiye, ihracatta örgütlenme modellerinden ilkinin 1980 yılında, Japonya uygulamasını örnek alarak uygulamıştır. Genellikle Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) olarak anılan bu modelde, büyük işletmelerin önderliğinde KOBİ'lerin ürettiği mal ve hizmetlerin pazarlanması düşünülmüştür. Başka bir deyişle Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modeli, doğrudan imalat faaliyeti yasaklanan büyük ölçekli işletmeler aracılığıyla dış ticaretin yürütülmesini sağlayan ve KOBİ'lere dış ticaretle ilgili her türlü hizmeti veren şirketler olarak tanımlanabilir.

Ülkemizdeki Dış Ticaret Sermaye Şirketleri modeli, bazı temel işlevleri yerine getirmek için uygulanmaya konmuştur. Bunlardan en önemlisi, dış ticaret işlevidir. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, KOBİ'lerin ihracatla ilgili işlemleri yürütmektedir. Bunu yaparken bazen imalatçı işletmelere fason üretim yaptırarak bu ürünleri dış piyasalarda satarlar. Bazen de imalatçı işletmelerin, Dış Ticaret Sermaye Şirketi üzerinden ihracat yapmasına imkan verirler. Aktif ihracat dediğimiz ilk durumda Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, müşteriyi yani pazarı kendisi bulur ve dış ticaretle ilgili tüm işlemleri kendisi yürütür. Böylece istenilen ürün fason üretim yöntemiyle imalatçı işletmelere yaptırılarak, bu işletmelerin bir yandan üretimlerine pazar bulurken diğer yandan şirketin sağlayacağı avantajlardan faydalanmasına imkan tanımaktadır. Pasif ihracat olarak adlandırdığımız ikinci durumda ise imalatçı

işletmeler müşteriyi yani pazarı kendisi bulur ve dış ticaret işlemlerini kendisini takip ederek ihracatı Dış Ticaret Sermaye Şirketi üzerinden yapar. Bu durumda imalatçı işletmelerin, Dış Ticaret Sermaye Şirketi üzerinden ihracat yapmasının tek nedeni ihracatta ek vergi iadesinden faydalanmak yatmaktadır. Çünkü Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, teşvik ve destek kapsamında yer aldıkları için hem daha fazla vergi iadesi almakta hem de bu vergi iadelerini diğer şirketlere nazaran daha kısa sürede almaktadır.

Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin bu özelliği, imalatçı işletmelerin mali sorunlarını da azaltmaya yöneliktir. Ayrıca Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, devletten daha uzun vadeli ve daha ucuz maliyetli kredi alma özelliğine sahiptir. Alınan bu kredilerin imalatçı işletmelere kullanırılmaktadır. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin dış ticarete hem deneyimli, uzman kadrolara ve dağıtım kanallarına sahip olması hem de pazar ve mal çeşitlemesine gittikleri için ekonomik dalgalanmalardan etkilenmemelerine neden olmaktadır. Diğer taraftan imalatçı işletmelerin mal ve hizmetleri, bu şirketlerin bünyesinde toplanması ülkenin pazarlık gücünü de artırmaktadır.

Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin temel işlevlerini yerine getirmesi için devlet tarafından teşvik ve desteklenmektedir. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine sunulan teşvik ve destekleri; vergi muafiyeti, ucuz kredi, ihracatta kolaylıklar ve mali vb. şeklinde sıralanabilir. Devletin, Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine sağladığı en önemli teşvikler; İhracatta ek vergi iadesi, ucuz kredi ve ihraç etmek şartıyla gümrük muafiyetlerinden oluşmaktadır. Bu teşviklerden özellikle ihracatta ek vergi iadesi uygulaması, Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin sayısını artmasına neden olmuştur. Bu teşvik sayesinde Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, ülke toplam ihracatının yarısını gerçekleştirir hale gelmiştir. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri 1980-1988 yılları arasında ülke ihracatında önemli bir yere sahip olmuşlardır. Ancak 1988 yılından sonra kamu kaynaklı ihracat kredilerinin kaldırılması, kredi faiz

oranlarının yükseltilmesi ve ihracatta ek vergi iadesinin kademeli olarak indirilmesi gibi politikaların uygulanması Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin sayısını ve ülke ihracatı içinde payının düşmesine neden olmuştur. Ayrıca Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin 1988 yılından sonra aktif ihracat yerine daha fazla vergi iadesi almak için pasif ihracata yönelmesi ve dış piyasalarda yoğun fiyat rekabetine girmeleri modelin başarısının tartışılmaya açılmasına neden olmuştur. Nitekim modelin, yüksek teşvik ve desteklerin olduğu dönemlerde ülke ihracatını artırdıkları, kademeli olarak teşviklerin azaltılmasını izleyen dönemlerde ihraç güçlerini kaybettikleri görülmektedir. Bu da Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin elde ettikleri kazançları, uzun vadeli ticari stratejiler ve kurumsal yapılarını geliştirmek için harcamak yerine başka türlü kullandıklarını ortaya koymaktadır. Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin pasif ihracatçı konumuna dönüşmesi, ülkenin beklentilerinden uzaklaştığını da göstermektedir. Böylece ülkemiz büyük işletmeler aracılığıyla ihracatta kalıcı bir başarı elde edilemeyeceğinin farkına varmıştır. Bu yüzden 1992 yılında hem KOBİ'leri ihracatta örgütleyecek hemde ihracatın artırılmasını sağlayacak Çok Ortaklı Sermaye Şirket(ÇOŞ) modeli uygulanmaya konmuştur. Ancak Çok Ortaklı Sermaye Şirketi çatısı altında bir araya gelen KOBİ'lerin gerek mevzuattaki eksiklikler gerekse varolan teşviklerin ortaklar arasında nasıl dağıtılacağına çözilememesi yüzünden uzun süre uygulamasını sürdürememiştir. Buna birde işletmeler arası güven bunalımının eklenmesi, modelin işlerliğini kaybettirmiştir.

Ancak hem Dış Ticaret Sermaye Şirketi hem de Çok Ortaklı Sermaye Şirketi modelleri gerekli düzenlemelerin yapılması halinde işletmelerin ihracatta bir çatı altında örgütlenebileceğini göstermiştir. Böylece geçmişteki örgütlenmelerden elde edilen deneyimler ve mevzuattaki eksikliklerin giderilmesi, ülkenin beklediği amaçlara hizmet edecek yeni bir modelin uygulanabileceğini ortaya çıkarmıştır. Bu yeni model, KOBİ'leri ihracat sektörü içinde bir örgüt çatısı altında toplayarak,

dünya pazarlarına yönlendirmeyi amaçlanmaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) olarak adlandırılan bu modelde, ortaklarına ihracatla ilgili hizmet vermesi, dış ticarete uzmanlaşmalarına ve böylece daha etkin faaliyet göstermelerine yardımcı olmaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketi adı altında oluşturulan bu yeni modeli, diğer modellerden ayıran en önemli özelliği tamamen KOBİ'leri hedef almasıdır.

Bu Sektörel Dış Ticaret Şirketi modeli sayesinde KOBİ'ler, bireysel olarak ihracatta karşılaştıkları zorluklardan kurtulma ve daha güçlü bir pazarlama imkanını elde etmektedir. Ayrıca Sektörel Dış Ticaret Şirketi modelinde, KOBİ'ler yatırımda üretime, pazarlamadan ihracata kadar her alanda devlet teşviki ve desteği vermektedir. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerin bu kadar geniş bir yelpazeyle teşvik ve destek verilmesinin nedeni KOBİ'lerin dış ticaretteki paylarının artırılmak istenmesinden kaynaklanmaktadır. İhracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinde, DTSS'ler gibi faaliyet alanlarına göre aktif ve pasif ihracatçı olabilmektedirler. Aktif ihracatçı Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarının Pazar ve müşteri bulma ve varolan pazarlardaki payı artırma yönünde çalışmalar yapmaktadır. Bununla beraber üretim, finansman, eğitim, istihdam vb. konularda hizmetler sunmaktadır. Pasif ihracatçı Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ise ortaklarının ihracat işlemlerini gerçekleştirmekte ve varolan teşviklerden ortaklarını yararlandırmaktadır.

Dünyada Türk Modeli olarak adlandırılan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kurulduğu 1994 ve onu takip eden iki yıl sürecinde KOBİ'ler tarafından performansları gözlenmiştir. Özellikle 1996 yılında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin başarılarının ön plana çıkması, ülkede daha hızlı yayılmasını sağlamıştır. İhracatta KDV iadesinin erken alınması, ucuz kredi, ar-ge ve yurt dışı tanıtım çalışmaları, istihdam ve eğitim yardımı, markalaşma desteği ve ihracatta bürokrasinin azaltılması gibi teşvikleri bünyesinde toplayan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin 1996 yılından sonra daha iyi anlaşıldığını görmekteyiz.

Ülkemizde 1980 yılından sonra uygulanmaya konulan ihracatta örgütlenme modellerinden en başarılısı tabi ki Sektörel Dış Ticaret Şirketleridir. Çünkü gerek DTSS gerekse ÇOŞ'lar Türkiye için dış ticarete tecrübe ve bilgi bakımından iyi bir deneyimden öteye gidememiştir. Öte yandan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, KOBİ'leri bir araya getirmesi, ülkenin dış ticaretindeki rekabet şansını da güçlendirmekle kalmayıp toplam ihracat içindeki paylarını da artırmıştır. KOBİ'lerin toplam ihracat içindeki paylarının artmasındaki temel etken devlet teşvik ve destekleridir. Ancak Sektörel Dış Ticaret Şirketleri çok geniş bir yelpaze içerisinde sunulan teşvik ve desteklerden tamamen faydalanmadıkları görülmektedir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri özellikle ihracatta KDV iadesini, Eximbank kredisi, dahilde işleme rejimi çerçevesindeki muafiyetler gibi desteklerden faydalanmaktadır. Buna karşın Pazar araştırması, ar-ge çalışması, kalite ve çevre standartları vb. teşviklerden faydalanmadıkları görülmektedir. Bu yüzden işletmelerin gerek üretim gerekse personel yapısında değişiklikleri ortaya çıkaracak olan bu teşviklerin kullandırılması cazip hale getirilmelidir.

İhracatta örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, mevzuatı ülke ekonomik yapısının dağılımına göre düzenlendiği görülmektedir. Bu sayede ülkenin kalkınmış bölgelerden ve kalkınmakta olan bölgelerden beklentileri farklı olmaktadır. Çünkü Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kalkınmış bölgelerde en az 10 KOBİ ve kuruldukları yılı takip eden yılda 5 milyon dolarlık ihracat yapma zorunluluğu vardır. Ancak kalkınmakta olan bölgelerde en az 5 KOBİ ve 2,5 milyon dolarlık ihracat istenilmektedir. Aslında mevzuat gereği Sektörel Dış Ticaret Şirketleri gerçekleştirmek zorunda oldukları ihracatı ilk yıllarda yapamamaktadır. Ancak Dış Ticaret Müsteşarlığı bu konuda biraz esnek davranmaktadır. Özellikle kalkınmakta olan bölgelerde kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri hem ihracat hemde kuruluş sermayesi bakımından yeterli düzeyde değildir. Çünkü bu bölgelerdeki KOBİ'lerin çoğunun ihracat deneyiminin olmaması, Sektörel Dış

Ticaret Şirketlerinin mevzuat gereği istenen rakamı yakalayamamasına neden olmaktadır. Ayrıca bu bölgelerdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin sermayesinin mevzuatta belirtilen miktardan fazla olmasına rağmen çok yüksek değildir. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyetleri için yapması gereken harcamaların karşılanamaması sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Zaten mali açıdan sıkıntı da olan KOBİ'lerin üretimlerini zor şartlar altında gerçekleştirmesi, şirket harcamalarının düşük kuruluş sermayesinden karşılanmasına imkan verecektir. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin uzun dönemde ortakları için faaliyet yapmasını engelleyecektir. Bu yüzden kalkınmakta olan bölgelerdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin özellikle yurtiçindeki ofis giderleri, Pazar araştırmasının tamamı ve tanıtım giderlerinin belirli bir süre desteklenmesi gerekmektedir.

Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin başarıya ulaşmalarındaki en büyük etken güçlü bir sermaye yapısının bulunmasıdır. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin finansman kaynakları ise ortaklardan alınan katkılar, devlet desteği, verilen hizmetler karşılığındaki komisyon ve bedeller ile hisse senedi ihracından oluşmaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bu kaynakları incelendiğinde kısa dönemde devlet desteği dışında diğer kaynakların fonksiyonu olmadığını görürüz. Bu yüzden kalkınmakta olan bölgelerdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri istenilen ihracatı kısa sürede gerçekleştirememektedir. Bu da belirli bir süre göz ardı edilse bile Sektörel Dış Ticaret Şirketinin ünvanının geri alınmasına kadar götürebilmektedir. Bu yüzden bazı Sektörel Dış Ticaret Şirketleri finansman ihtiyaçlarını karşılayamaması, bazıları da maliyenin yoğun baskısı sonucu kendi isteğiyle Sektörel Dış Ticaret Şirketi ünvanını terk etmek zorunda bırakmaktadır. Örneğin son yıllarda maliye bakanlığı tarafından çok ortaklı şirketlere karşı girişilen yoğun baskı nedeniyle, bazı Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (GİSAD gibi) SDŞ ünvanını iade etmiştir. Bundan dolayı bir yandan KOBİ'leri bir araya getiren politikalar uygulamaya koyarken diğer yandan hiç bir ayırım yapılmadan Sektörel

Dış Ticaret Şirketleri maliyenin yoğun baskısına maruz bırakılması birbiriyle çelişmektedir.

Bu bilgiler ışığında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, diğer ihracatta örgütlenme modellerine nazaran başarılı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak bu ülkemizde kurulan her Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kendisinden beklenen başarıyı elde ettiği anlamına gelmemektedir. Başka bir deyişle uluslar arası pazarlarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğumuz veya en azından rekabet gücümüzün olduğu sektörde kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinde, çoğunlukla başarı elde edilmiştir. Ancak tarımsal ürün sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmamıza rağmen, bu Sektörel Dış Ticaret Şirketinin ithalat ağırlıklı çalıştığını görmekteyiz. Bunun da nedeni, ülkemizde yetiştirilme imkanı sınırlı olan veya yetiştirilemeyen meyve-sebzelerin sezon dışı taleplerinde meydana gelen artışlardan kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan rekabet üstünlüğümüzün olmadığı otomotiv, iş makineleri, yazılım-donanım ve plastik işleme gibi sektörlerde kurulan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin beklenen ihracat artışını yapması mümkün görülmemektedir. Çünkü yüksek teknolojilerin kullanıldığı bu sektörlerde gelişimi ve değişimi takip etmek çok maliyetli olmaktadır. Bu yüzden bu alanlarda faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ihracatlarını artırmak için değil, daha ucuz ithal girdi temin etmek için kurulduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Kısaca, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine sunulan teşvik ve destekler yardımıyla karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğumuz sektörlerde başarılı sonuçlar almamız kaçınılmazdır. Ancak başarıyı artırarak süreklilik kazandırmak, kalkınmakta olan bölgelerdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ayrıcalıklı olarak desteklenmesine bağlıdır. Bu sayede tekstil sektörünün, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri içerisindeki tek sektör üstünlüğü ortadan kaldırılabilir ve geniş bir mal yelpazesi ile uluslararası piyasalarda söz sahibi olabiliriz.

KAYNAKÇA

- AKIN, Bahadır. **KOBİ'lerde Büyüme sürecinde yönetim organizasyon ve Karaman sanayinde bir uygulama.** (İstanbul Üniversitesi SB Enstitüsü, yayınlanmamış yüksek lisans tezi,) İstanbul, 1995.
- ALAGÖZ, Mehmet ve Selda ALAGÖZ. "İhracatta bir örgütlenme modeli: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticaretteki Performansı". **Ç.Ü. İİBF Dergisi**, Ç.Ü.İİBF Yayınları, Cilt:8 Sayı:1 1998 Adana.
- ALTINTAŞ, Mustafa. **Ekonomik Bütünleşmeler Gümrük Birliği ve Türkiye "KOBİ'ler Açısından Yaklaşım"**. KOSGEB Ankara Eğitim Merkezi, Ankara-Haziran 1995.
- ALTINOK, Serdar. "Avrupa Birliği Karşısında Türk KOBİ'lerinin Rekabet Gücü". **Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Şubat 1998.
- ALTINOK, Serdar ve Arkadaşları, **Karaman Ekonomisinin Yapısal Durumu, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ve Dış Ticarete Rekabet Şansı.** KTSO Yayınları, Karaman 1998.
- ALTINÖZ, Yakup. **Japon Stili Pazarlama Tekniği ve Türkiye'de Uygulanabilirliği.** BUSİAD Yayınları No:6, Bursa, 1990.
- ANONİM. "Ekonomisini KOBİ'lere emanet eden bir ülke İtalya". **Kobi Efor Dergisi**, Ekim 2000.
- ANONİM. "İhracat hizmetindeki güçlü kuruluş:Eximbank". **Kobi Efor Dergisi**, Eylül 2000.
- AREN, Sadun. "24 Ocak Programı ve Alternatifleri", Der. Bilim ve Sanat, **İşbitiren Ekonomi Liberalizm, Devlet Müdahalesi ve 24 Ocak**, 1. Baskı, Bilim ve Sanat Yayınları, İstanbul, Ocak 1986.
- AŞKAN, Hasan. "Dışsatım Teşviklerinde GTŞ'lerin Payı", **DÜNYA Ekonomi**, Yıl:2 Sayı:13, 1985 .

- BALCI, Önder. **Türkiye’de ve Dünyada Dış Ticaret Sermaye Şirketleri**, G.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 1987.
- BAYKAL, Cevdet. “KOBİ’lere yönelik devlet yardımlarının Avrupa Birliği ve Türkiye karşılaştırması”, **Yeni Türkiye Dergisi**, AB Özel Sayısı Cilt 2, Yıl:6 Sayı:36, Kasım-Aralık 2000.
- BAYKAL, Cevdet. **Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**. DTM Yayınları No:84, Ankara Ocak 1996.
- BAYKAL, Cevdet. “Çok ortaklı şirketler KOBİ’lere ne sağlayacak?”, **Gözlem Gazetesi**, 18-24 Eylül 2000, www.gazetegozlem.com.
- BAYKAL, Cevdet. **KOBİ’lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, DTM Yayınları, Ankara Ocak 1996.
- BAYKAL, Cevdet. **Cumhuriyetin 75.Yılında Dtm’nin Kobi’lere Bakışı, İhracatta Sektörel Dış Ticaret Şirketi Modeli Ve Devlet Yardımları**, www.dtm.gov.tr/Ead/Dtdergi/Ekim98/Kobi.Htm ,1998.
- BAYKAL, Cevdet. “KOBİ’ler ihracat için birleşin!”, **Gözlem Gazetesi**, 04-10 Eylül 2000, www.gazetegozlem.com
- BERKİ, Ömer. “Bir İhracat Klasığı Teşvik”, **İGEME Dergisi**, Sayı: 4, Ekim-Aralık 1997.
- BİLİR, Seyhan. **Avrupa Birliğine Uyum Aşamasında Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Örgütlenme Sorunları ve Çözüm Önerileri-Edirne İncelemesi**-,Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Edirne 1997.
- BİS. **Yeni İhracat Organizasyonları Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri, Türkiye’de KOBİ’ ler ve İhracat Politikamız**, BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. Yayını, İstanbul 1996.

- CHO, Dong Sung. **“Genel Ticaret Şirketi kavramı, Kore Tecrübesi ve Stratejisi”**, Dış ticarete Gelişmeler ve İhracat Politikaları Sempozyumu, İstanbul 1985.
- CHO, Dong Sung. **“The Anatomy of the Korean general Trading Company”**, **Journal of Business Research**, C:XII No:2, 1984.
- ÇALIŞKAN, Aziz Erhan. **Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye ve KOBİ’lerin Rekabet Durumu(İmalat Sanayi Sektörü Üzerine Uygulamalı Bir Analiz)**, (G.Ü. SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara 1999.
- ÇETİN, Murat. **Avrupa Birliğinde KOBİlere Yönelik Teknoloji Politikaları**,
www.dtm.gov.tr/ihr/ihrstr/kobi.htm
- ÇOLAKOĞLU, Mustafa H. **KOBİ’ ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, KOSGEB Yayınları, Ankara Eylül 1996.
- DÖNMEZ, Sami. **“Ülkemizde Yazılım Üretiminin Artırılmasına Yönelik Destekler”**,
www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2000/ulkemiz.htm
- DOĞAN, Selen. **“KOBİ’lerde Japon Yönetim Tekniklerini Uygulamanın Yöneticiler açısından önemi”**, **Standart Dergisi**, Zaman, Kalite Çevre Yönetimi özel sayısı, Ankara 1996.
- DTM. **İhracatta Devlet Yardımları Uygulaması**, DTM Ekonomik Araştırma ve Değerlendirme Müdürlüğü Kurumiçi Eğitim Raporu, Ankara, Şubat 1999.
- DTM. **İhracatta Devlet Yardımları Uygulaması**, DTM Ekonomik Araştırma ve Değerlendirme Müdürlüğü Kurum içi Eğitim Raporu, Ankara, Kasım 1998
- DTM. **İhracat Stratejisi**, www.dtm.gov.tr/ihr/ihrstr/sihr.htm
- DTM. **“KOBİ’ler”**, **DTM Dünya Ekonomik Bülteni**, Sayı: 6, Ocak 1996.
- ERDENİR, Burak. **“Avrupa Birliği Ve Türkiye’de Ekonomik Durum”**,
www.dtm.gov.tr/ekonomi/AVRUPAb.htm

GEVECİ, Ruhat ve Nursel BEŞELİ. “Dış Ticaret Sermaye Şirketleri”, **İGEME Ticaret Bülteni**, İGEME Yayınları, İGEME Ticaret Bülten Eki No:15, Nisan 1986.

GİRAY, Filiz ve arkadaşları. **AB ve Türkiye’de yatırımlara ve ihracata yönelik vergi teşvikleri ve karşılaştırmalı değerlendirilmesi**, BOSYÖD Yayınları, Bursa, Temmuz 1998.

GÜNDÜZ, Meral ve Özden ERGÜN. **Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Yönlendirilmelerinde Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri**, İGEME Yayınları, Ankara Eylül 1997.

GÜRSOY, Kağan. **“Hedef Ülke Dış Ticaret Şirketleri(Hüdtş)”**, www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/Ocak2000/hedef.htm

GÖVDERE, Bekir. **Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma**, www.dtm.gov.tr/ead/dtdergi/ocak99/sectorel.htm, 1999.

IMAI, Kiyoshi. Assistant Director, Import-Export Promotion: imai@jetroge.ch

ICPS. **The SME and The Export Development Company: a practical guide to forging long-term business relationships in the export sector**, ITC UNCTAD/WTO, ISBN 92-9137-080-0, Geneva 1997,

İGEME. **Japon Küçük ve Orta Boy İşletmeler Sistemi**, İGEME Yayınları, Ankara 1997.

İGEME. **JAPON KOBİ SİSTEMİ**, İGEME Yayınları, Ankara 1996.

İNAN, Mehmet. **Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin Yönetim ve Organizasyonu**, İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Temmuz 1992.

İSO. **Küçük Sanayinin Sorunları Semineri**, İSO Yayınları Yayın No: 1993-5, İstanbul, 21 Ekim 1992, s.82

- İTO. **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Yönetim Sorunları ve Çözümleri**, İTO Yayın No: 1997-47, İstanbul: 1997.
- JETRO. “The role of trading companies in international commerce”, **JETRO Marketing Series N. 2**, Tokyo 1983.
- KAVAS, Alican ve arkadaşları. **İhracatın Geliştirilmesi ve Ortak Pazarlama Grupları**, TOBB Yayınları, No: 229, Ankara 1992.
- KENGER, Erdal. “KOBİ’ler için yeni finansal ürünler”, **Girişim Dergisi**, Mayıs-Haziran 1995.
- KOS-DER. **KOS’lara Yönelik Dış Ticaret Kurumu; Federexport Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu**, 1. Basım, KOS-DER Yayınları No:2, İstanbul 1996.
- KOZLU, Cem. **SOGO-SOŞA: Dış Açılmada Bir Japon Dersi**, Bilkom Yayınları, İstanbul: 1992 **PUTZ Theodor Kuramsal Ekonomi Politikasının Temelleri**, (Çev. Naci KEPKEP), 4.Baskı, Der Yayınları No:130, İstanbul: 1994.
- MELEMEN, Mehmet. “Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler”, **Dünya Gazetesi**, 7 Ekim 1997.
- MİRAS, Fuat. “Kredi Sistemimiz ve KOBİ’ler”, **Ekonomik Forum Dergisi**, Yıl: 4, Sayı: 3, 15 Mart 1997.
- MOLLASALİHOĞLU, Yavuz. **İhracatçıları**.
www.dtm.gov.tr/ticaret/ihrstr/tarih.htm.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer. **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Sorunlar Öneriler**, SBF Yayını, Ankara 1989.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer. **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**, II. Baskı Ankara 1991.
- OKTAV, Mete ve arkadaşları. **Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**, TOBB Yayınları, Ankara 1990.

- ÖZCAN, Mustafa. **Küçük ve Orta boy işletmelerin ihracatının geliştirilmesi ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelinin değerlendirilmesi, A.Ü. SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara 2000.**
- ÖZDOĞAN, İbrahim. **"Birlikten kuvvet doğar: SDŞ'ler ve Rekabet", İGEME'den Bakış Dergisi, İGEME Yayınları, Yıl:4 Sayı :14, Nisan-Haziran 2000.**
- ÖZEL, Mustafa. **"Japon Genel Ticaret Şirketleri", Dünya Ekonomi, Yıl:2 sayı:13 , 1985.**
- ÖZEL, Mustafa. **Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, Dış Ticaret Araştırma Dizisi No: 2 Ankara 1988.**
- ÖZGEN, Hüseyin ve Selen DOĞAN. **Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları, <http://www.dtm.gov.tr/ead/dergi/Nisan98/>**
- SANDALLI, Nilüfer. **KOBİ' lerin Örgütlenmesinde Yeni Bir Model: SDŞ' ler İhracata Yönelik Devlet Yardımları, İGEME-DTKİB, Dış Ticaret Eğitim Programı, Denizli 3-5 Nisan 1997.**
- SARIASLAN, Halil. **Orta ve Küçük Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları, TOBB Yayınları, No: 281; Böm: 25, Ankara 1994.**
- SARIASLAN, Halil. **Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki Sanayi İşletmeleri (İmalat Sanayi İşletmelerinin Sorunları ve Yeni Stratejiler), TOBB Yay., Ankara: 1996.**
- ŞENYURT, Deniz. **Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Avrupa Topluluğunda ve Türkiye'de Teşviki, TGSD ve İnterbank Yayınları, Ankara 1995.**
- ŞİMŞEK, Şerif. **Yönetim ve Organizasyon, 2. Baskı, Konya Eylül 1996.**
- SÖNMEZ, Mustafa. **Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracatın Geliştirilmesi ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Modelinin Değerlendirilmesi, A.Ü. SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ankara 2000.**

ULUDAĞ, İlhan ve V. SERİN. **Türkiye' de KOBİ' ler: Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler**, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1991-25, İstanbul 1991.

ULUDAĞ, İlhan. **Gümrük Birliği Sürecinde KOBİ' ler ve Risk Sermayesi Şirketleri Modeli**, İTO Yayınları, Yayın No.1996-42, Ekim 1996.

YALÇIN, İbrahim. “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri”, **Dış Ticaret Dergisi**, Sayı: 8, Yıl: 3, Ocak 1998.

YERLİ, Cahit. **KOBİ'lerin AT ve Türkiye'deki Teşviki**, İnterbank Yayınları, Ankara 1997.

RESMİ GAZETELER

7 Nisan 1986 tarih ve 19071 sayılı resmi gazetede yer alan İhracatı Teşvik Tebliğinin 48. maddesi

26 Aralık 1996 – Sayı:22859 nolu Resmi Gazete’de Yayınlanan, “**Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ (İhracat 96/39)**”.

Para-kredi ve koordinasyon kurulunun 95/6 sayılı tebliği ve 97/3 sayılı değişiklik tebliği 97/9 ve 98/14 sayılı tebliğ

6 Ocak 1996 – Sayı:22515 nolu Resmi Gazete’de Yayınlanan, “**Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ (İhracat 96/5)**”.

29.01.2000 tarih ve 23948 sayılı resmi gazetede yayınlanan Para-kredi ve koordinasyon kurulunun 2000/2 sayılı tebliği

9 Şubat 1999 – Sayı:12367 nolu Resmi Gazete’de Yayınlanan, “**Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Dahilde İşleme Rejimine İlişkin Tebliğ (İhracat 99/12367)**”.

26 Aralık 1996 – Sayı:22859 nolu Resmi Gazete’de Yayınlanan, “**Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ (İhracat 96/39)**”.

İNTERNET ADRESLERİ

<http://www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk97/ith97.htm>
<http://www.igeme.org.tr/sektorel3.html>
<http://www.igeme.org.tr/tur/sektorel/sds3.htm>
<http://www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk97/ith97.htm>
<http://www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk97/ith97.htm>
<http://www.dtm.gov.tr/ead/ticaret/trk99/ith99.htm>
<http://www.igeme.org.tr/tur/foyer/sanayi/makine2.htm>
<http://www.igeme.org.tr/tur/foyer/sanayi/oto2.htm>
<http://www.igeme.org.tr/tur/foyer/tarim/ym2.htm>
<http://www.igeme.org.tr/tur/foyer/tarim/ym2.htm>
<http://www.igeme.org.tr/kosgeb/pazar-arge.html>
<http://www.kobinet.org.tr/kosgeb/kosgeb-arge.html>
<http://www.dtm.gov.tr/ihr/genel/htm>
<http://www.kosgeb.gov.tr/kosgeb.html>
<http://www.kosgeb.gov.tr/kosgeb.html>
<http://www.jetro.go.jp/it/e/index.html>
<http://www.jetro.go.jp/it/e/index.html>
<http://www.kosgeb.gov.tr/kosgeb.html>
<http://www.kosgeb.gov.tr/kosgeb.html>
<http://www.dtm.gov.tr/ead/dergi/ekim98/html>

SDŞ ADI :
ORTAK SAYISI:
KURULUŞ TARİHİ:

1. İşletmenizin faaliyette bulunduğu sektör aşağıdakilerden hangisidir.

- () Tekstil-Konfeksiyon
() Gıda
() Otomotiv ve Yan sanayi
() **Bilgisayar Yazılımı ve Donanı**
() Plastik
() **Deri ve deri mamülleri**
() İş Makinaları
() Tarım Ürünleri
() Çiçekçilik
() Halı ve halı ipliği
() Mobilya
() İnşaat ve yan sanayi

2.Neden SDŞ Gibi Bir Örgütlenmeye Gittiniz? Önem derecesine göre sıralayınız

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
Nitelikli personel istihdamı sağlamak,					
Yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanakları elde etmek,					
İşletmenin ölçeğini büyütmek,					
Dış piyasalarda rekabet imkanlarını artırmak,					
Yeni pazarlara girme ve yeni alıcılara ulaşma,					
Büyük miktardaki siparişlerin birlikte hareket ile kolaylıkla karşılanması,					
Birim üretim, dağıtım giderlerinde azalma,					
Pazarlık gücü elde ederek daha karlı satış yapılabilme,					
Döviz girdisi elde etme,					
İhracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle daha az finans ile kaynak tahsisi,					
Diğer aracı kurumlara alternatif olabilme,					

3. SDŞ Kurulurken karşılaştığınız sorunlar nelerdir? Önem sırasına göre sıralayınız.

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
Ortakların ürünleri arasındaki kalite ve standart farklılıkları,					
Aynı ürünlerin aynı ihracat pazarlarında yaratabileceği rekabetin olumsuz etkileri,					
Ortakların ait bilgilerin gizliliğini yitirmesi endişesi,					
SDŞ'lerin yönetilmesinde yetenekli, güvenilir ve tarafsız yöneticiler bulmadaki güçlük,					
Ortakların ölçek büyüklüğünün gösterdiği farklılık,					
Ortakların finansman yükünün paylaşılmasında zorluklar,					
Siparişlerin karşılanmasında ortaklarına dağıtımında karşılaşılan sorunlar,					
SDŞ'nin yönetim ile ilgili kararlarda oy hakkı ile ilgili sorunlar,					

SDS'ye yeni firmaların girmesi veya ayrılması ile ilgili sorunlar,					
Bu tür bir şirketin organizasyonu, idaresi ve sürekliliği konusundaki endişeler,					
Yönetime karşı güvensizlik, disiplin sağlayamama, çıkar çatışması olasılıkları,					
Ortaklar arasında uyumsuzluk olabilme ihtimali,					
Yeterli sayıda firmanın bulunamaması,					
Firmaların bağımsızlıklarını kaybetmek istememeleri,					
Sahip-yöneticilerin bağımsız davranma yönündeki kişilik yapıları,					
Tekstil sanayi gibi moda vb. özelliklerin etkili ve önemli olduğu sektörlerde ortaklaşa karar vermenin zorluğu,					
Zamanla büyük firmaların SDS yönetiminde egemenliği ele geçirme olasılıkları.					

4. İşletmenizde ürün geliştirme faaliyetleri ne şekilde sürdürülmektedir?

- () AR-GE departmanı tarafından.
() Yurt dışındaki benzer firmalardaki gelişmelerin izlenmesiyle.
() Yurt içindeki benzer firmalardaki gelişmelerin izlenmesiyle.
() Yurt dışı firmalarla patent anlaşması yapılmaktadır.
() Yurt içi firmalarla patent anlaşması yapılmaktadır.
() Diğer.....

5. Şirketiniz/Şirket ortaklarınız Ar-Ge çalışması yapıyor mu?

Evet() Hayır()

6. Cevabınız Evet ise hangi alanda ar-ge çalışması yapıyor?

- () Yeni ürün geliştirme,
() Yeni üretim yönetimi ve teknolojisi geliştirmeye yönelik projeler,
() Kavram geliştirme,
() Geliştirilen kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan laboratuvar çalışmaları,
() Prototip üretimi,
() Pilot tesisin kurulması,
() Deneme üretimi,
() Patent ve lisans çalışmaları,
() Satış sonrası sorun giderme hizmet projeleri,
() Diğer

7. Bu ar-ge çalışmasını yaparken teşvik kullandınız mı?

Evet() Hayır()

8. İçinde bulunduğunuz pazardaki rekabet koşullarını en iyi tanımlayan kutuyu işaretleyiniz.

- () Çok düşük () Düşük () Orta () Yüksek () Çok Yüksek

9. Uluslar arası pazarlara girerken gerekli olan unsurları önem derecesine göre sıralayınız.

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
Yurtdışı ofis/büroların bulunması					
Coğrafik yakınlık					
Kültürel Yakınlık					
Müşterilere sağlanan kolaylıklar					
Uluslar arası tanıtımlar					
Fuar, Sergi gibi uluslar arası faaliyetler					
Devlet destekleri					
Diğer(.....)					

10. İşletmenizde pazarlamayla ilgili aşağıdaki sorunlardan hangileriyle karşılaşılmaktadır? Önem Derecesine göre sıralayınız.

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
Pazar bulma güçlüğü					
Yoğun rekabet					
Piyasadaki fiyat istikrarsızlığı					
Nakliye güçlükleri					
Kalite düşüklüğü nedeniyle oluşan problemler					
Yetersiz reklam ve promosyon					
Satış elemanlarının etkin olmaması					
Dağıtım kanallarıyla ilgili sorunlar					
Ambalaj ve paketleme sorunları					
Diğer.....					

11. Şirketiniz/Şirket ortaklarınız Pazar araştırması yapıyor mu?

Evet() Hayır()

12. Cevabınız Evet ise hangi ülkelerle ilgili Pazar araştırması çalışması yaptınız?

.....

13. Pazar araştırması yaptığınız ülke/bölgelere ihracatınız arttımı? Artıysa yüzde kaç artmıştır.

- () %1-%10
 () %11-%20
 () %21-%30
 () %31-%40
 () %41-%50
 () %51'den fazla

14. Yaptığınız Pazar araştırmalarında teşviklerden ne kadar faydalandınız mı?

- () Tamamını kullandım
 () Tamamını kullanamadım
 () Hiç faydalanmadım

15. İhracat yaptığınız ülkeleri ve ihracat miktarını belirtiniz.

ÜLKE	ÜRÜN GRUBU	İHRACAT (\$)
.....		
.....		
.....		

16. İhracat yapılmıyorsa nedenlerini önem derecesine göre sıralayınız.

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
İhracatın düşünülmemesi					
Yoğun rekabet					
İç pazarın yeterli ve kârlı olması					
Ürün kalitesinin ihracat için yetersiz olması					
İhracatın cazip olmaması					
İhracatta karşılaşılan güçlükler ve riskler					
Gereken mali gücün olmaması					
Diğer.....					

17. İhracat yapıyorsanız, bunu arttırmaya yönelik çabalarınız varsa sıralayınız.

- () Malların dış pazarlarda tanıtımı
() Uluslararası kalite standartlarına uygun üretim çabası
() İşletme yöneticilerinin ihracat konusunda bilgilendirilmesi
() Diğer.....

18. İthalat yapıyorsanız, hangi ülkeden ne kadar ithalat yaptığınızı belirtiniz.

ÜLKE ÜRÜN GRUBU İTHALAT(\$)

.....
.....
.....

19. Karşılaştığınız genel dış ticaret problemlerini belirtiniz.

.....
.....
.....

20. Şirketiniz/Şirket ortaklarınız Kalite ve Çevre standartlarının iyileştirilmesi ile ilgili çalışma yapıyor mu?

Evet() Hayır()

21. Cevabınız Evet ise hangi standartlarla ilgili çalışma yaptınız veya yapıyorsunuz?

- () ISO 9000 Serisi kalite güvence belgeleri,
() ISO 14000 Çevre yönetim sistemi belgeleri,
() CE işareti,
() Uluslar arası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgeleri,

22. Yaptığınız çalışmalardan hangisine teşvik kullandınız?

- () ISO 9000 Serisi kalite güvence belgeleri,
() ISO 14000 Çevre yönetim sistemi belgeleri,
() CE işareti,
() Uluslar arası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgeleri,
() Teşvik kullanmadım

23. Şirketinizin/Şirket ortaklarınızın istihdam ettiği personelin eğitim düzeyi hangi seviyededir?

	Üniversite	Lise	Teknik Okul	İlköğretim
Yöneticiler				
Teknik Eleman				
İşçi				
Toplam				

24. Şirketinizde veya şirket ortaklarınızda istihdam ettiğiniz personeli eğitim düzeyini iyileştirmek için eğitim faaliyetleri yapıyor veya yaptırtıyor musunuz?

Evet() Hayır()

25. Eğer cevabınız evet ise personeliniz için hangi konudaki eğitim programlarının daha çok önemli olduğuna inanıyorsunuz?

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
İleri üretim teknikleri ve yeni teknolojiler,					
Toplam Kalite Yönetimi, ürün ve çevre standartları					
İç finansman teknikleri ve olanakları					
Örgüt yönetimi, büyüme, yapılanma, işgücü sorumluluğu, işgücü yönetimi,					
Uluslararası Pazarlama teknikleri, Pazar araştırması, Rekabet					
Dış ticaret mevzuatı					
Dış ticaret işlemlerinde iletişim, iş görüşmeleri, müzakere teknikleri					
Dış finansman teknikleri ve olanakları					

26. Yaptığınız eğitim programı çalışmalarında teşvik kullandınız?

- () Tamamında kullandım
 () Tamamında kullanamadım
 () Hiç kullanmadım

27. Şirketiniz/Şirket ortaklarınız, "istihdama yol açma" teşviğinden faydalandı mı?

Evet() Hayır()

28. Cevabınız evet ise hangi formasyona sahip personeli istihdam ettiniz?

- () Profesyonel Yönetici
 () Mühendis
 () Ekonomi, İşletme mezunu
 () Tekniker
 () Kalifiyesiz eleman

29. SDŞ'nin sağladığı en önemli faydalar nelerdir? önem derecesine göre sıralayınız.

	Çok Önemli	Önemli	Az Önemli	Önemsiz	Hiç Önemsiz
İhracatta KDV iadesinin kısa sürede verilmesi,					
Eximbank'ın sağladığı krediler,					
Ar-ge çalışmalarına verilen destek,					
Yurt dışı tanıtım destekleri					
Uluslararası Pazarlama teknikleri, Pazar araştırması desteği					
Dış ticaret işlemlerinde bürokrasinin azalması,					
İstihdam yardımı,					
Markalaşmaya verilen destekler,					
Eğitim yardımı,					
Diğer					

30. Devlet teşviklerinden faydalanmadıysanız bunun nedenleri aşağıdakilerden hangisidir.

- () Bürokratik engeller
 () Mevzuat bilgi eksikliği
 () Kalifiyeli personel yetersizliği
 () Dini kaygılar
 () Kayırmacılık ve sübjektif faktörler
 () Diğer

31. Karşılaştığınız veya karşılaşacağınız sorunların çözümünde aşağıdaki kuruluşlardan öncelikli olarak hangisini/hangilerini tercih ediyorsunuz. (Birden çok seçenek işaretleyecekseniz lütfen numaralandırınız.)
()DTM ()İGEME ()KOSGEB ()SEDER ()TÜBİTAK ()HAZİNE
()Diğer.....

32. SDS'lerin KOBİ'lere Sağlayacağı Faydalar Nelerdir?

- ()İhracat Bürokrasisi ve İşlemlerinde Kolaylık Sağlaması
()Ortaklarına Finansman Alanında Yararlar Sağlaması
()Ortaklarına Güçlü Bir Pazarlama İmkânı Oluşturması
()Ortaklarının istihdam ve kalkınma hedeflerinin gerçekleştirmesi
()Diğer.....

33. Sizin Anketimize eklemek istediğiniz herhangi bir öneri varsa belirtiniz.

.....
.....



Ek-1 :

Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığından :

**Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ
(İhracat 96/39)**

Madde 1 : 22.12.1995 tarih ve 95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı'nın 3 üncü maddesinin (k) bendine istinaden, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla; ihracat ve ilgili konularda (finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme vb.) hizmet sağlayarak, dış ticarette uzmanlaşmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan şirketlere, Dış Ticaret Müsteşarlığı'na "Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDŞ) Statüsü" verilmesi, geri alınması ve sorumlulukları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

Madde 2 : a) Normal yörelerde, yalnız aynı sektörden oluşan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin :

- i- 1-200 arasında işçi istihdam eden,
- ii- aynı üretim dalında (Ek:1) faaliyette bulunan,
- iii- asgari 10 küçük ve orta büyüklükteki şirketin bir araya gelmesi
- iv- en az 10 (on) milyar TL. ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak kurulması gerekmektedir.

b) Kalkınmada Öncelikli Yörelerde aynı veya farklı sektörlerden oluşan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ;

- i- 1-200 arasında işçi istihdam eden,
- ii- asgari 5 küçük ve orta büyüklükteki şirketin bir araya gelmesiyle
- iii- en az 5 (beş) milyar TL. ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak, kurulması gerekmektedir.

c) Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin hiçbir ortağının sermaye payı , toplam şirket sermayesinin, Normal Yörelerde %10 ve Kalkınmada Öncelikli Yörelerde %20'sinden fazla olamaz.

d) Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı (3/d. maddede belirtilen kuruluşlar hariç) çıkartılması gerekmektedir.

Madde 3: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, şirketin kurulması ve gelişmesinde yardımcı olmak amacıyla, aşağıda belirtilen unsurlardan en fazla ikisini bünyelerinde bulundurabilirler.

a) Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla kurucu ortak olarak 200'den fazla işçi istihdam eden şirketler.

b) Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak ve şirkete profesyonel yönetici olarak çalışmak kaydıyla gerçek kişiler

c) Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla SDŞ'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal ekipman ve hizmet sağlayan şirketler

Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, kooperatif , birlik, vakıf ve mesleki federasyon v.b. kuruluşlar

Madde 4: Bu şartlar haiz bulunan şirketlerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi olabilmeleri için , örneği ekli (Ek:2) müracaat formunu doldurarak istenilen belgeler ile birlikte Dış Ticaret Müsteşarlığı'na (İhracat Genel Müdürlüğü) müracaat etmeleri gerekmektedir.

Madde 5 : Yapılan inceleme sonunda, gerekli şartları haiz olduğu anlaşılan şirketlere Sektörel Dış Ticaret Statüsü verilir ve Resmi Gazete'de yayımlanırlar.

Madde 6 : a) Sektörel Dış Ticaret Şirketleri :

i- Normal yörelerde ve yurtdışında, sadece hizmet sektöründe faaliyette bulunmak üzere kurulan şirketlere,

ii- Kalkınmada Öncelikli Yörelerde ise, üretim ve hizmet sektöründe faaliyette bulunmak üzere kurulan şirketlere, iştirak edebilirler.

b) Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarının faaliyet gösterdiği üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilirler.

c) Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla, SDŞ ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu ortaklarının ihracatına aracılık edebilirler. Ayrıca, bu şirketler gerek SDŞ statüsünü aldıkları yılda ve gerekse takip eden yıl içinde, aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ niteliğini taşıyan ve fakat ortak olmayan firmaların ihracatına da aracılık edebilirler.

Madde 7 : Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinde; ortaklıktan ayrılmak isteyen ortakların payları, Dış Ticaret Müsteşarlığının onayı alınmak ve % 10'luk (Kalkınmada Öncelikli Yörelerde %20'lik) azami oran aşmamak kaydıyla, bu Tebliğ'de belirtilen tanıma uyan yeni veya mevcut ortaklara devredilebilir.

Madde 8 : Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklık yapısında ve sermayesinde yapılan değişiklikleri, bir ay içerisinde Dış Ticaret Müsteşarlığına bildirirler.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, yaptıkları ihracatla ilgili olarak, altı aylık ve yıllık dönemler itibariyle, Dış Ticaret Müsteşarlığına (İhracat Genel Müdürlüğü) faaliyet raporu vermekle yükümlüdürler.

Madde 9 : Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, kendi nam ve hesabına yurt içinden satın alarak yaptıkları malların ihracında; ihracat, kambiyo ve ilgili sair mevzuatta öngörülen idari ve cezai yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran sorumludur.

Sektörel Dış Ticaret Şirketi ile imalatçı arasında bir aracılık sözleşmesine binaen imalatçı şirketin bizzat imal ve tedarik ederek Sektörel Dış Ticaret Şirketi üzerinden gerçekleştirdiği ihracatta ise, aracılık sözleşmesinde aksine bir hüküm bulunmadığı sürece ihracat, kambiyo ve ilgili sair mevzuatta öngörülen idari ve cezai yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran sorumludur.

Madde 10 : Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracatta devlet tarafından yardımlarının hedef grubunu oluşturmakta olup, bu yardımlardan öncelikle yararlanırlar.

Madde 11 : a) Madde 2/a'da tanımlanan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin : kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde ait oldukları üretim dalında en az 5 (beş) milyon ABD Doları ihracat gerçekleştirememeleri.

b) Madde 2/b'da tanımlanan Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin : kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde en az 2.5 (ikibuçuk) milyon ABD Doları ihracat gerçekleştirememeleri.

c) Yapılacak inceleme ve denetlemeler neticesinde, bu Tebliğ hükümleri ile ortakların hak ve menfaatlerine aykırı durumların tespit edilmesi, hallerinde Sektörel Dış Ticaret Şirketi Statüsü, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca geri alınabilir.

Madde 12 : İşbu Tebliğ'de belirlenen konular dışında kalan hususlar. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca İhracat Rejimi çerçevesinde sonuçlandırılır.

Madde 13 : 27 Eylül 1996 tarihli 22770 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin "İhracat 96/32 sayılı Tebliğ, bu Tebliğ'in yürürlüğe girdiği tarihten itibaren yürürlükten kaldırılmıştır.

Madde 14 : İşbu Tebliğ'in yürürlüğe girdiği tarihten önce. Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca SDŞ statüsü verilen şirketlerin kazanılmış hakları saklıdır.

Madde 15 : Bu Tebliğ, yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

Geçici Madde : Bu Tebliğin Resmi Gazete'de yayımı tarihinden önce Ticaret Siciline tescil edilen şirketlerin SDŞ Statüsüne ilişkin taleplerinde, 96/5 ve 96/32 sayılı Tebliğlerin lehe olan hükümleri uygulanabilir.

Ek-2:

**SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETİ STATÜSÜ
MÜRACAAT FORMU**

1- Ünvanı :

2- Adresi :

3- Telefon No :

4- Telefaks No :

5- Ödenmiş Sermayesi :

6- Ait Olduğu Üretim Dalı :

7- Vergi No :

Sektörel Dış Ticaret Şirketine Ortak Olan Gerçek ve Tüzel Kişilerin Herbirinin :

1- Adı – Ünvanı :

2- Sahip Olduğu Pay :

3- Ait olduğu Üretim Dalı :

4- Vergi No:

5- Adresi:

6- Telefon No:

7- Telefaks No:

EKLER:

1- Şirketin ve her bir ortak firmanın ana sözleşmesi.

(İlgili Ticaret Sicili Gazetesi veya Noter Tasdikli Örneği-TESK'c bağlı meslek federasyonları üyeleri için Esnaf ve Sanatkarlar Sicili aranır)

2- İmza Sirküleri

3- Her Ortak İçin Kapasite Raporu (İlgili meslek kuruluşundan alınacak)

(El dokuması halı-kilim, yazılım ve hediyelik eşya ile profesyonel yönetici ve kuruluşlar hariç)

4- Birlik, kooperatif, vakıf ve mesleki federasyonlar için kuruluş belgeleri.

5- Gerçek kişi ortağın özgeçmişi.

6- Sermayenin ödenmiş kısmının gösterir banka dekontu.

EK-3:

SDŞ ANA SÖZLEŞME ÖRNEĞİ
(Sözleşmede yer alabilecek genel hususlar itibariyle)

KURULUŞ

Aşağıda adları, soyadları, ikametgahları ve uyrukları yazılı kurucular arasında Türk Ticaret Kanunu'nun Anonim Şirketlerin anı surette kuruluşları hakkındaki hükümlerine göre bir Anonim Şirket kurulmuştur.

UNVAN

Şirketin Ünvanı "....."dir.

AMAÇ VE KONU

Çok sayıda küçük ve orta ölçekli sanayicisi, imalatçısı bir organizasyon altında toplanarak özellikle dış pazar faaliyetlerinde güç birliği oluşturmak amacıyla ve dünya pazarlarına açılmalarını dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu surette daha etkin faaliyet göstermelerini teminen bir pazarlama ve dış ticaret şirketi kurmuşlardır.

ŞİRKET FAALİYET KONULARI

Şirketin başlıca faaliyet konuları şunlardır; (en genel şekliyle)

- 1) Her türlü sanayi hammaddesinin, yarı mamulün, mamulün, yan sanayi ürünlerinin, aksesuarların, imalatla kullanılan makinaların alım ve satımı, ithalat ve ihracatını, reeksport ve pazarlamasını, fizibilite çalışmalarını ve müşavirlikler yapmak yaptırmak.
- 2) Sektörün ali yapısını oluşturan kadroları, tasarımcıları, teknisyenleri, makina ustalarını ve makinacıları yetiştirmek üzere eğitim tesisleri kurmak, burslar vermek, gerektiğinde eğitimeileri yurt dışından getirmek.
- 3) Yurt içinde ve dışında her türlü kara, hava, deniz ve demiryolu taşımacılığını organize etmek, yapmak, bu amaçla her türlü nakil vasıtasını almak, satmak, kiralamak, kiraya vermek, işletmek, ithal ve ihraç etmek, bu araçlar için akaryakıt, yedek parça ve diğer gerekli aksam ve teçhizatı almak, satmak, kiralamak, kiraya vermek, ithal ve ihraç etmek, araçlara akaryakıt temini ve satışı için tesisler açmak, işletmek, kiralamak ve kiraya vermek.
- 4) Şirket faaliyetleri ile ilgili olarak yurt içinde ve dışında ve serbest bölgelerde her türlü komisyonculuk, danışmanlık, taahhüt işleri, iç ve dış temsilcilik, depoculuk, aktif depo, özel antrepoculuk işlerini ve gümrük işlemlerini organize etmek veya yapmak.
- 5) İhracatı geliştirmek amacı ile gerek yurt içinde, gerek yurt dışında, gerekse serbest bölgelerde ambalajlanma, tasnifleme, depolama ve muhafaza tesisleri ile teşhir yerleri satın almak, kiralamak veya ortak olarak işletmek.
- 6) Faaliyetleri gerçekleştirilen her türlü taşınır ve taşınmaz malı, fikri değeri, patenti, lisansı, markayı, know-how'ı, diğer sınai mülkiyet haklarını almak, satmak, kiralamak, kiraya vermek, ithal ve ihraç etmek, bunlar üzerinde rehin almak ve rehin vermek, ipotek almak ve ipotek vermek, irtifak, intifa, sükna, gayrimenkul mükellefiyeti, katı mülkiyeti ve kat irtifakı, üs hakkı ve inşaat hakkı tesis etmek, iktisap, devir ve ferağ etmek,

ipotepleri fek etmek gibi hukuken cevaz verilen tüm ipotepleri fek etmek gibi işlemleri ifa ve icra etmek, tüm bu işlemleri üçüncü şahısların borçları için dahi gerçekleştirmek.

7) Şirket işleri için iç ve dış piyasalardan uzun, orta ve kısa vadeli borçlanmalara girmek, leasing, factoring ve forfaiting dahil her türlü krediyi temin etmek ve bu nedenle yukarıda belirtilen teminatları vermek ve bunlardan ortaklarını faydalandırmak.

8) Ulusal ve uluslararası fuarcılık faaliyetlerince iştirak etmek, dış temsilcilikler kurmak, dış ülkelerdeki şube ve temsilcilik faaliyetleri çerçevesinde konusuna giren her türlü malın alım-satımını, ithalat ve ihracatını gerçekleştirmek.

9) Yurt içinde ve dışında şirket konusu ile ilgili başka yerli ve yabancı şirketlere imalatçı olmamak kaydıyla ortak olmak, aracılık yapmamak koşuluyla bu şirketlere ait her türlü hisse senedi, kar ve zarar ortaklığı, tahvil vb. menkul kıymet ve kıymetli evrakı almak ve satmak, ithal ve ihraç etmek, rehnetmek ve rehin almak, bunları üçüncü şahısların borçları için dahi rehnetmek.

10) Şirket, sektörel dış ticaret şirketi statüsü kazandığında, hükümetçe veya yetkili Bakanlık ve kuruluşlarca çıkarılacak kararname, karar ve tebliğlere dayandırılarak şirketin elde edeceği teşvik ve destekleri ortaklara dağıtmak, aracı olmak ve bununla ilgili olarak ipotek dahil her türlü teminatı almak ve vermek.

11) Faaliyet konularıyla ilgili olarak ve mevzuatın gereklerini yerine getirmek suretiyle kalite kontrol laboratuvarları kurmak, yönetmek ve işletmek, Türk Ticaret Kanunu'nun 458.maddesine göre vakıf kurmak veya vakıflara katılmak.

12) Kavram geliştirme teknolojik, teknik ve ekonomik yapılabilirlik etüdü geliştiren kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan laboratuvar çalışmaları vb. çalışmalar, tasarım ve çizim çalışmaları, prototip üretimi, pilot tesisin kurulması, deneme üretimi, patent ve lisans çalışmaları ile satış sonrası giderme hizmetlerini kapsayan araştırma ve geliştirme faaliyetlerini gerçekleştirmek.

13) İstihlal konusu ile ilgili her türlü araştırmaları yapmak veya yaptırmak.

- ŞİRKETİN MERKEZİ VE ŞUBELER
- ŞİRKETİN SÜRESİ
- ŞİRKETİN SERMAYESİ
- HİSSE SENETLERİNİN TÜRÜ VE DEVRİ
- TAHVİL İHRACI
- YÖNETİM KURULU
- ŞİRKETİ TEMSİL VE İLZAM
- ORTAKLARIN YÜKÜMLÜLÜKLERİ
 - Doğru bilgi verme yükümlülüğü
 - Gizlilik
 - Rekabet etmeme vb.
- YENİ ORTAK ALINMASI
- ORTAKLIKTAN ÇIKARILMA
- GENEL KURUL
 - Davet şekli

- Toplantı vakti
- Rey verme ve vekil tayini
- Müzakerelerin yapılması ve karar nisabı
- Toplantı yeri
- TOPLANTILARDA KOMİSER BULUNMASI
- PLAN
- HESAP DÖNEMİ
- KARIN TESBİTİ VE DAĞILIMI
- İHTİYAT AKÇESİ
- YILLIK RAPORLAR
- KANUNİ HÜKÜMLER



EK-4

Dış Ticaret Sermaye Şirketlerine İlişkin Tebliğ
(İhracat 97/13)

Madde 1-95/7623 sayılı İhracat Rejimi Kararı'nın 3 üncü maddesinin (k) bendi uyarınca "İhracat 96/4" sayılı Tebliğde belirtilen kriterler dikkate alınarak "Dış Ticaret Sermaye Şirketi" statüsü verilen şirketler alfabetik sıraya göre aşağıda gösterilmiştir.

<u>SİRKETİN ÜNVANI</u>	<u>ADRESİ</u>	<u>TELEFON NO</u>
1-AEG ETİ ELEKTRİK ENDÜSTRİ A.Ş.	Ankara Asfalt Üzeri 41401 Gebze/KOCAELİ	(262)6417780
2- AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZARLAMA A.Ş.	Miralay Şefik Bey Sok. Akhan No :15-17 Kat:1-2 Gümüşsuyu Taksim/İSTANBUL	(212)2519200
3- BEYPA DIŞ TİCARET TEKSTİL VE SANAYİ A.Ş.	Keresteciler Sitesi Savaş Cad. No:3/5 Merter/İstanbul	(212)6376071
4- BİLKONT DIŞ TİCARET VE TEKSTİL SAN. A.Ş.	Keresteciler Sitesi Mehmet Akif Bey Cad. Camcıoğlu Sk. No:3/2 34010 Merter/İstanbul	(212)6372250
5- BORUSAN İHRACAT İTHALAT VE DAĞITIM A.Ş.	Mecidiyeköy Cad. No:103 80040 Sahipazarı/İstanbul	(212)2513410
6- BOSCH SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	Organize Sanayi Bölgesi Yeşil Cad No:27 Bursa	(224)2431430
7-CAM PAZARLAMA A.Ş.	İstiklal Cad. No:31480050 Beyoğlu/İstanbul	(212)2499551
8- ÇEBİ METAL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	Yolcuzaade İskender Cad. Karagül İş Merkezi No:12/6 Şişhane 80020 İstanbul	(212)2548800
9- ÇELİKORD A.Ş.	Büyükdere Cad. No:117 80300 Gayrettepe/İstanbul	(212)2752280
10-ÇOLAKOĞLU DIŞ TİCARET A.Ş.	Kemeralı Cad.No:24/5 Karaköy Ticaret Merkezi Karaköy/İstanbul	(212)2520100
11-DEMPA ORMAN ÜRÜNLERİ YATIRIM VE ULUSLAR ARASI TİCARET A.Ş.	Büyükdere Cad. Üçyol Mevkii Noramin Merkezi Kat:5 Maslak/İstanbul	(212)2862900
12-DİLER DIŞ TİCARET A.Ş.	Tersane Cad.Diler Han	(212)2536630

	No:46/48 Kat:6-7 80000	
	Karaköy/İstanbul	
13-EKİNCİLER DIŞ TİCARET A.Ş.	Büyükdere Caddesi No:197 80794 Levent/İstanbul	(212)2706715
14-EKOMEÇZACIBAŞI DIŞ TİCARET A.Ş.	Büyükdere Cad No:193 80640 Levent/İstanbul	(212)2792626
15-ETSUN ENTEGRE TARIM ÜRÜNLERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	Selânik Cad. No:82 1.Kat Kızılay/Ankara	(312)4181020
16-EXSA EXPORT SANAYİ MAMULLERİ SATIŞ VE ARAŞTIRMA A.Ş.	Atatürk Cad.Sabancı İş Merkezi No:3 Kat:6-7-8 01060 Adana	(322)3511865
17-GSD HOLDİNG A.Ş.	Müşelles Sok. Santa İş Merkezi Kat:1-3-4 80280 Esentepe/İstanbul	(212)2759600
18-GSD GİYİM SANAYİCİLERİ DIŞ TİCARET A.Ş.	Müşelles Sok. Santa İş Merkezi Kat:1-3-4 80280 Esentepe/İstanbul	(212)2759600
19-HABAŞ SİNAİ VE TİBBİ GAZLAR İSTİHSAL ENDÜSTRİSİ A.Ş.	Bahriye Cad. No: 199 80370 Kasımpaşa/İstanbul	(212)2546800
20-İÇDAŞ İSTANBUL ÇELİK VE DEMİR İZABE SANAYİ A.Ş.	Mahmutbey Cad. Halkalı Yolu Üzeri 34540 Bağcılar/İstanbul	(212)5504772
21-İZMİR DEMİR ÇELİK SANAYİ A.Ş.	Şair Eşref Bul. No:23/3 35210 Çankaya/İzmir	(232)4415050
22-İZMİR DERİ DIŞ TİCARET A.Ş.	1370 Sok. No:42 Yalay İş Merkezi Kat:8 Montrö/İzmir	(232)4892368
23-KİBAR DIŞ TİCARET A.Ş.	Tersane Cad. Bakır Sok Assan han No:19 Karaköy/İstanbul	(212)2564970
24-MERCEDES-BENZ TÜRK A.Ş.	Davutpaşa Cad. Askeri Fırın Yolu No:2 34022 Topkapı/İstanbul	(212)5670409

25-NERGİS HOLDİNG	Organize Sanayi Bölgesi A.Ş. Sarı Cad. No:23 Bursa	(224)2432350
26-PETKİM PETROKİMYA HOLDİNG A.Ş.	Aliğa/İzmir	(232)6161240
27-PRO-EKS DIŞ TİCARET A.Ş.	Cemal Sahir Sok.No:26/28 Mecidiyeköy/İstanbul	(212)2743300
28-RAKS DIŞ TİCARET A.Ş.	Cumhuriyet Bul. 69/4 35210 Pasaport/İzmir	(232)4415161
29-RAM DIŞ TİCARET A.Ş.	Büyükdere Cad. Lalezar Han No:101 80310 Mecidiyeköy/İstanbul	(212)2751800
30-SÖNMEZ TEKSTİL TİCARET VE SANAYİ A.Ş.	Yalova Yolu 9.km. Sönmez Holding Tesisleri Bursa	(224)2610440
31-TEKSTİL SANAYİCİLERİ DIŞ TİCARET A.Ş.	Valikonağı Cad. Valikonağı Plaza A Blok Kat:2/3 Nişantaşı/İstanbul	(212)2248383
32-TUSAŞ HAVACILIK VE UZAY SANAYİ A.Ş.	PK.18 06992 Kavaklıdere/Ankara	(312)8111800
33-ÜÇEL HADDECİLİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.	Bağdat Cad. No:276 81060 Göztepe/İstanbul	(216)4111301
34-VESTEL DIŞ TİCARET A.Ş.	Eski Büyükdere Cad İETT Otobüs Garajı Yanı 80600 4.Levent/İstanbul	(212)2823600
35-VOLKSWAGEN ELEKTRİK SİSTEMLERİ A.Ş.	Organize Sanayi Bölgesi P.K.:48 59501 Çerkezköy/İstanbul	(282)7267040
36-YAŞAR DIŞ TİCARET A.Ş.	Gaziosmanpaşa Bulvarı Batı İş Hanı No:10/1 Kat:3-4 İzmir	(232)4890121

Madde 2- Bu Tebliğ yayımı tarihinde yürürlüğe girer.