

## SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ İHRACAT MODELİNİ SEKTÖR BAZINDA OLUŞTURMA ALTERNATİFLERİ

İrfan SÜER\*

### Özet

*Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ), küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin (KOSİ) ihracat sektörü içinde dünya pazarlarıyla ilişki kurmak amacıyla oluşturdukları şirketlerdir. Ülkemizdeki düzenlemeler, bu şirketlerin normal yörelerde aynı sektörde, kalkınmada öncelikli yörelerde ise aynı veya farklı sektörde kurulmasını gerektirmektedir. Rekabet ve işletmelerin yapısal özelliklerindeki farklılıklar, bu düzenlemeler çerçevesinde ortak bir ihracat organizasyonu oluşturmakta zorluklar yaratmaktadır. Tarama yönteminin kullanıldığı bu araştırmanın amacı, kalkınmada öncelikli olmayan yörelerde kurulacak SDTŞ için alternatif oluşum biçimleri önermektir. Genel-Çok Sektörlü, Genel-Tek Sektörlü, Tamamlayıcı-Çok Sektörlü ve Uzmanlaşmış-Tek Sektörlü SDTŞ oluşturma alternatifleri, küçük işletmeleri ihracata yönlendirmede esneklik sağlayabilir.*

## THE ALTERNATIVES TO FORM THE EXPORT MODEL OF SECTORAL FOREIGN TRADE COMPANIES ON A SECTORAL BASIS

### Abstract

Sectoral Foreign Trade Companies (SFTC) are those which have been established by small and medium-sized industrial organizations in export to have contact with the world markets. The regulations in our country call for the establishment of these companies in the same sector in regions other than the ones that have developmental priority whereas in the same or other sectors in regions that have developmental priority. Competition and the differences in structural characteristics of enterprises create difficulties in the establishment of a joint export organization within the framework of these regulations. The aim of this research in which the scanning method is employed is to suggest alternative models for SFTC to be established in regions which have no developmental priority. The alternatives as to form Generic-Multisectorial, Generic-Monosectorial, Complementary-Multisectorial and Specialised-Monosectorial foreign trade companies can provide the elasticity in the steering of small and medium-sized enterprises to export.

### GİRİŞ

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin (SDTŞ) kuruluş ve işleyişini düzenleyen, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın (DTM) 96/39 sayılı tebliği, bu şirketlerin, normal yörelerde sadece aynı sektörde, kalkınmada öncelikli yörelerde ise aynı veya farklı sektörlerdeki firmalar tarafından kurulabileceğini öngörmektedir. Ülkemiz gündemine ilk kez girdiği 1994 yılından beri beş yıl geçmesine rağmen söz konusu şirketlerin gerek sayı, gerekse sektörlere ve bölgelere dağılımı bakımından beklenen gelişmeyi sağladığı söylenemez.

Yapılan iki ayrı sektör araştırmasında (Süer, 1995; Şenol, 1998), SDTŞ'nin kuruluş ve işlerliği açısından endişe duyulan konular arasında; sektördeki yoğun rekabetin işbirliğine engel olması, firmaların ürünleri arasında kalite farklılıklarının bulunması, işbirliği için güven ortamının sağlanamayacağına olan inanç, firmaların kendine has bilgilerinin gizliliğini

\* Doç.Dr.Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi, İşletme Eğitimi Bölümü

yitirmesi endişesi ve siparişlerin paylaşımında sorunların çıkacağı düşüncesi yer almaktadır. Bu endişeler, SDTŞ'nin aynı sektördeki KOSİ'ler tarafından kurulmasını zorlaştırmaktadır.

## 1. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ ve SINIRLARI

Araştırmanın amacı, SDTŞ'nin aynı sektördeki firmalar tarafından kurulması zorunluluğundan dolayı ortaya çıkan ve yukarıda belirtilen endişeleri giderici alternatif oluşum biçimlerini ortaya koymaktır.

Bu çalışmada tarama yöntemi kullanılmıştır. SDTŞ ihracat modeli, İtalya'da başarı ile uygulanan "İhracat Konsorsiyumları" modelinin Türkiye'ye uyarlanmış biçimi olduğundan, konu kapsamında modelin her iki ülkedeki uygulamaları ele alınmıştır.

Araştırma, SDTŞ'nin aynı sektörde kuruluş biçimine eleştirel bir yaklaşımla sınırlandırılmış ve İtalya'daki uygulamalar göz önünde bulundurularak alternatif kuruluş biçimleri önerilmiştir.

## 2. SDTŞ'ni OLUŞTURMA BİÇİMLERİ

SDTŞ'ne ortak firmaların birbirine benzer, tamamlayıcı, ikame veya farklı ürünler üretmelerine göre tek veya çok sektörlü SDTŞ oluşturulabilir. Çok sektörlü SDTŞ heterojen, tek sektörlü SDTŞ ise homojen yapıya sahiptir. Şirketin ölçeği büyüdükçe, heterojen bir yapıya dönüşme eğilimi artmaktadır.

SDTŞ'nde ürün farklılaştırma derecesi ve SDTŞ'ne ortak KOSİ'ler arasında tamamlayıcılık dereceleri göz önünde bulundurulduğunda, bu tür bir ortak ihracat organizasyonunun oluşturulmasında dört alternatif yolun olduğu söylenebilir (Lanzara vd., 1991: 233) (Şekil 1).

### 2.1. Genel-Çok Sektörlü Oluşum

Bu tür bir oluşumda, ortak ihracat şirketi olan SDTŞ'nde yüksek derecede ürün farklılaşması ve bir araya gelen KOSİ'ler arasında düşük derecede tamamlayıcılık özellikleri bulunmaktadır. Genellikle, belirli pazarların hedef alınarak üretici/ihracatçıların bir araya gelmesi ve bu pazarlara yönelik ortak bir strateji oluşturulması temeline dayanır (Gündüz ve Ergün, 1997: 12). Genel-Çok Sektörlü oluşum, farklı türden (heterojen) faaliyetlerle ilgili

		Ortak KOSİ'ler Arasındaki Tamamlayıcılık	
		Düşük	Yüksek
SDTŞ'nde Ürün Farklılaşması	Yüksek	Genel-Çok Sektörlü (1)	Tamamlayıcı-Çok Sektörlü (3)
	Düşük	Genel-Tek Sektörlü (2)	Uzmanlaşmış-Tek Sektörlü (4)

Şekil 1. SDTŞ'ni Oluşturma Biçimleri

**Kaynak :** Lanzara, Riccardo; Riccardo Varaldo, Patrizia Zagnoli, "Public Support to Export Consortia: The Italian Case", *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations*, Ed. F.H. Rolf Seringhaus, Philip J. Rosson, Kluwer Academic Publishers, 1991, s.233' ten uyarlanmıştır.

firmaları kapsamakta olup, genellikle ortak ihracat organizasyonlarının hayat seyrinin ilk dönemlerinde görülmektedir. İhracat şirketi, bu yapıya uygun olarak, kendisine ortak her bir

KOSİ'nin ihracat ve pazarlama stratejisi ile doğrudan ilişkisi olmayan, her KOSİ için ortak nitelik taşıyan şu hizmetleri sunmaktadır: İhracat-ithalat danışmanlığı, sözleşmelerin düzenlenmesi, orta kademe yöneticilerinin eğitimi, haberleşme (teleks ve faks vb.) ve tercümanlık hizmetleri gibi (Federexport News, 1992: 3).

Bu oluşumun avantajı, birbirine benzer belirli sayıda pazarın hedef alınması ile ihracatta görelî olarak maliyet tasarrufu sağlanmasıdır.

Genel-Çok Sektörlü ihracat şirketine, İtalya'nın Lombardia bölgesinde, 1969 yılında 252 firmanın katılımı ile kurulan "Bergamo Export" adlı şirket örnek verilebilir. Bu şirket şu sektörlerde faaliyette bulunan firmaları kapsamaktadır (Lanzara vd., 1991:235):

- Gıda,
- Spor malzemeleri,
- Kağıt ürünleri,
- Kimyasal ve eczacılık ürünleri,
- İnşaat sanayi ürünleri,
- Elektronik, optik ve sağlık ürünleri,
- Makine ve teçhizat,
- Hediyeleş eşyalar,
- Altın ve gümüş işlemeli ürünler,
- Oyuncak, ev aletleri vb. ürünler,
- Tekstil ve hazır giyim,
- Mühendislik ve makine ekipmanları,
- Mobilya ve iç tasarım ürünleri,
- Ayakkabı ve ayakkabı aksesuarları.

### 2.2. Genel-Tek Sektörlü Oluşum

Benzer veya ikame ürünleri üreten aynı sektör firmaları arasında işbirliğinin bir sonucu olarak kurulan ve genellikle aynı bölgede yerleşen ortak ihracat şirketleridir. Şirket içerisinde ürün farklılaşması ve ortak olan KOSİ'ler arasında tamamlayıcılık dereceleri düşüktür. Hizmetler, en basitinden (örneğin; tercüme, teleks vb.) en karmaşığına kadar bütün genel tutundurma (destek) faaliyetleri alanında verilmektedir (Federexport News, 1992: 3). Örneğin; finansman, pazarlama ve sigorta danışmanlığı; teknik bilgi, yeni pazar araştırmaları, ürün imajının tutundurulması ve ortak reklam, ticari fuarlara katılım, şirkete ortak bulma, işçilerin eğitimi, uluslararası sözleşmeleri düzenleme, birçok dilde katalog hazırlama, ticari markaları belirleme, denizyolu ülkelerde büro hizmetleri vb. KOSİ'lere sağlanan genel tutundurma (destek) hizmetleri arasındadır.

Bu tür bir oluşumda, bir araya gelen KOSİ'ler normal olarak rakiptirler. Bu durum, ortak KOSİ'ler arasında işbirliği sağlama yönünden isteksizlik yaratan bir faktördür. Özellikle, şirketin yurtdışından aldığı siparişlerin ortak olan KOSİ'ler arasında dağıtımında ve ürünlerde standart bir kalite yaratılmasında sorunlar yaşanmaktadır (Süer,1995:167). Dolayısıyla, bu oluşumda; üretim teknolojisi, ürün kalitesi ve üretim kapasitesi yönünden homojen olan KOSİ'lerin bir araya gelmesi önem kazanmaktadır (Gündüz ve Ergün, 1997:12). Ayrıca, şirkete ortak KOSİ'lerden bazılarının kendi özel amaçlarına yönelik olarak ortak ihracat şirketinin faaliyetlerini üstlenmeye çalışması veya daha yaygın olarak, birkaç KOSİ'nin, işbirliği amaçlarına açıkça zarar vererek liderlik pozisyonu yaratması, ortak ihracat şirketini olumsuz yönde etkilemektedir (Lanzara, 1991: 234). KOSİ'ler arasında ihracat için ortak hareket etme bilinci geliştikçe bu tür bir oluşum, ülkemizdeki Dış Ticaret Sermaye

Şirketleri uygulamasında görülen aksine, dış pazarlarda işletmelerimiz arasındaki rekabeti azaltacağından, ihrac fiyatlarının daha istikrarlı ve yüksek belirlenebilmesine ve bu yolla ülkeye daha yüksek döviz geliri sağlanmasına imkan verebilir. Genel-Tek Sektörlü oluşumun diğer bir olumlu yönü ise, üretim ve pazarlama faaliyetleri için gerekli olan; hammadde, makine-ekipman, ambalaj malzemesi vb. girdilerin, homojen yapıdan dolayı toplu olarak temin edilebilmesi ve dolayısıyla, üretim ve pazarlama maliyetlerinin düşürülmesine imkan sağlamasıdır (Gündüz ve Ergün, 1997: 12).

İtalya'nın Toscana bölgesinde, 1982 yılında 10 adet deri tabaklama ve kösele üretim işletmesinin oluşturduğu konsorsiyum (Conciatori Toscani), bu alanda bir örnek teşkil etmektedir (Lanzara vd., 1991: 235).

### 2.3. Tamamlayıcı-Çok Sektörlü Oluşum

Farklı, fakat tamamlayıcı sektörlerdeki KOSİ'lerin ortak ihracat faaliyetlerinde bulunmak için gerçekleştirdiği bir oluşumdur. Örneğin; mobilya, lamba, avize, bardak ve metal aksesuar üreticilerinin kurduğu ortak ihracat şirketleri gibi. Bu tür bir oluşumun amacı, herhangi bir sektörde birbirini tamamlayan alt sektörlerin ortak girişim (joint-venture) gibi hareket ederek ihracatlarını artırmasıdır. Örneğin; tekstil sektörü ele alındığında, tekstil makineleri, iplik, kumaş, hazır giyim ve aksesuarları üreten firmalar; inşaat sektöründe seramik karo, armatür, duvar boyası üreten firmalar birbirini tamamlayan sektörler olarak düşünülmektedir. Tamamlayıcı-Çok Sektörlü ihracat şirketleri, bütünleşik bir tutundurma (destek) faaliyeti ve koordine edilmiş imaj ve tasarımlar sağlama çabasıdır. Örneğin; giysi, ayakkabı, mücevher gibi moda ile yakın ilişkisi olan ürünler için modayı takip etmek ve moda ürünlerin tasarımını yaparak ortak firmaların kullanımına sunmak, bu şirketlerin görevleri arasındadır. Örneğin; Ülkemizdeki SDTS uygulamalarının benzeri olan İtalyan İhracat Konsorsiyumları, İskandinavya'nın modası hakkında araştırma yaparak İtalyan ürünlerini tanıtıcı reklam faaliyeti gerçekleştirmiş ve söz konusu pazara girmişlerdir (Kıldırgıcı ve Çekinmez, 1993: 24). Şirket, ürün ve hizmet paketlerinin (çeşitlerinin) arzına ilişkin öneriler ve geliştirilmesine yönelik faaliyetler de sunabilmektedir.

Bu tür bir oluşum, ortak firmalar arasında düşük düzeyde iç çatışma gösterir. Çünkü katılımcı KOSİ'ler arasında rekabetten daha çok, ihracat için işbirliği önem taşımaktadır. 1983 yılında, İtalya'nın Toscana bölgesinde, ayakkabı ve aksesuar malzemeleri ile tekstil ve hazır giyim alanında faaliyette bulunan beş firmanın kurduğu konsorsiyum (Consorzio Moda Firenze) bu türden oluşuma örnek verilebilir (Lanzara vd, 1991:235).

### 2.4. Uzmanlaşmış-Tek Sektörlü Oluşum

Ortak ihracat şirketinde düşük düzeyde ürün farklılaşması ve KOSİ'ler arasında yüksek düzeyde tamamlayıcılık, bu oluşumun özelliğini yansıtır. Ortak ihracat şirketi, hem tutundurma ve hem de satış hizmetleri sağlayarak, faaliyetlerinde yüksek bir uzmanlaşma derecesine ulaşabilmektedir. Şirket, ihracat faaliyetlerini yerine getirmede "özerk bir şirket rolü oynama yetkisi"ne sahip, hizmetler için tam olarak uzmanlaşmış bir merkez durumundadır. Amacına etkili bir şekilde ulaşmak için, bu şirket, birbirleriyle çatışması olmayan, ürünleri veya hizmetleri yüksek derecede tamamlayıcılık özelliği gösteren, dolayısıyla, işbirliğinde büyük avantajlar sağlayan işletmelerin bir araya gelmesiyle kurulur. Başarıda, KOSİ'lerin tamamlayıcı belli ürünler üretmesinin yanısıra, ürün parçalarında uzmanlaşmasının veya tam olarak bir ürünü üretmesinin de büyük rolü vardır.

Uzmanlaşmış-Tek Sektörlü oluşum, ihracatı geliştirmede etkin bir rol üstlenmek ve satış artırma amacı doğrultusunda hizmet vermek için kurulmuştur. Bu durum, işbirliği yapan

KOSİ'lerin, işleri yönetmek için karar verme konusunda yetki devretmesi anlamına da gelmektedir.

İtalya'nın Lombardia bölgesinde, fabrika donanımı ve teknolojisi alanında faaliyet gösteren yedi firmanın oluşturduğu konsorsiyum (Consite) bu türden bir oluşuma örnek teşkil edebilir (Lanzara vd., 1991: 235).

### 3. SDTS'nin OLUŞTURULMASI ile İLGİLİ İTALYA ve TÜRKİYE UYGULAMALARI

SDTS uygulaması ülkemiz gündemine 1994 yılında girmekle birlikte, İtalya bu konuda yaklaşık yirmi beş yıllık bir tecrübeye sahiptir. SDTS modeli, İtalya'da başarı ile uygulanan İhracat Konsorsiyumları modelinin benzeridir.

Bu bölümde, İtalya'da İhracat Konsorsiyumları (Export Consortia) olarak ifade edilen sektörel ihracat şirketlerinin oluşum biçimleri ve gelişme seyri incelendikten sonra ülkemizdeki durum tartışılmaya çalışılacaktır.

#### 3.1. İtalya'da İhracat Konsorsiyumlarının Yapısı ve Gelişimi

Federexport (İtalya İhracat Konsorsiyumları Ulusal Federasyonu) verilerine göre (1992), İtalya'da KOSİ'lerin oluşturduğu, Federexport üyesi İhracat Konsorsiyumları'nın sayısı 1974 yılında 16 iken, 1980 yılında %481 artışla 93'e, 1992 yılında ise başlangıç yılına göre %963 artışla 170'e çıkmıştır. 1974 yılında 1.000 olan konsorsiyum ortağı şirket sayısı da sürekli artış göstermiş ve 1988 yılında %600 artış ile 7.003'e yükselmiştir. Fakat bu yıldan sonra bağlı şirket sayısında bir azalmanın olduğu gözlenmektedir (Tablo 1). Konsorsiyuma katılan şirket sayısı ortalama değerler olarak ele alındığında, ilk yılda 63 olan şirket sayısı, daha sonraki yıllarda genelde azalma göstermiş, 1980 yılında 46'ya, 1991 yılında ise 31'e düşmüştür. 1990 yılı itibariyle konsorsiyumlarda 224.000 kişi çalışmaktadır.

İtalya'da, İhracat Konsorsiyumları modelinin uygulandığı ilk yıllarda, konsorsiyumlar genelde çok sektörlü olma özelliği taşımaktadır. 1974 yılında, farklı sektörlerde üretim yapan küçük işletmelerin oluşturduğu konsorsiyumların (çok sektörlü) oranı %75 iken, 1980 yılında bu oran %47'ye, 1991 yılında ise %45'e düşmüştür.

İlk yıllarda amaç, ihracatla uğraşan küçük ve orta ölçekli işletme sayısını artırmaktır. Bu doğrultuda, birçok yerel ticaret odası, genellikle çok sektörlü ve karma (kamu ve özel) yapıda olan ihracat konsorsiyumlarının kurulmasına destek vermiştir.

İhracat Konsorsiyumları'nın kurulduğu ilk yıllarda, girişimciler kendi firmalarının kimliği ile ortaya çıkmışlar ve yönetim, pazarlama veya ticari alanlarda diğer firmalarla daha az işbirliğine gitmişlerdir. Fakat "dış" kamu desteği, firmalar arası işbirliğinin geliştirilmesinde ve temel tutundurma (destek) hizmetlerinin sağlanmasında önemli rol oynamıştır.

**Tablo 1. Federexport'a Üye İtalyan İhracat Konsorsiyumları ile İlgili Bazı Sayısal Göstergeler**

Yıllar	Tek Sek. Konsorsiy.	Çok Sek. Konsorsiy.	Toplam	Ortak Şirketler	Ortalama Şirk.Sayı	Çalışanlar Toplamı
1974	4	12	16	1.000	63	-
1975	8	21	29	2.000	69	-
1976	12	25	37	2.700	73	-
1977	16	34	50	2.856	57	160.000
1978	23	35	58	3.223	56	170.000
1979	37	41	78	3.883	50	184.000
1980	49	44	93	4.283	46	201.000
1981	56	48	104	4.604	44	211.000
1982	67	48	115	5.091	44	219.000
1983	75	50	125	5.494	44	214.000
1984	87	55	142	5.949	42	252.000
1985	84	57	141	6.089	43	255.000
1986	83	59	142	6.319	45	254.000
1987	89	62	151	6.801	45	261.000
1988	91	66	157	7.003	45	276.000
1989	88	66	154	6.554	43	257.000
1990	91	69	160	5.510	34	224.000
1991	93	75	168	5.250	31	-
1992	-	-	170	5.650	-	-

Kaynak: Federexport, "Federazione Italiana fra i consorzi Per l'esportazione Viale dell'Astronomia", Roma, 1992, s. 6.

Diğer taraftan, ortak tutundurma hizmetleri her bir firmanın ürün performansını veya ihracat stratejisini doğrudan etkilemediği için, farklı bireysel girişimciler arasında çok kolay bir biçimde işbirliği yapma imkanları sağlanmıştır (Lanzara vd., 1991: 236). Ayrıca, tek bir KOSİ için ortak ihracat şirketleri tarafından temel tutundurma faaliyetlerinin sağlanması, onların yeterli ölçek ekonomilerine ulaşamamaları sebebiyle uygun görülmemiştir. Bir ortak ihracat şirketi (konsorsiyum), belirli hizmetleri sağlayabilen, uzmanlaşmış şirketlerin varlığını gerektirir.

Ortak ihracat şirketleri 70'li yılların sonunda, üye işletmelerin ortalama sayılarında olduğu gibi, sektörel çeşitlilik yönü ile de bir dönüşüm yaşamıştır. Takip eden yıllardaki gelişim süreci içerisinde, tek sektörlü ve uzmanlaşmış sektör konsorsiyumlarının rolü artmıştır. Ancak, doğal olarak, konsorsiyumda yer alan firma sayısı azalma göstermiştir.

Ortak ihracat şirketlerinin ilk defa kurulduğu 1974 yılında tek sektörlü şirketlerin oranı %25'tir. Bu oran 1980 yılında %53'e, 1991'de %55'e yükselmiştir. 1980 yılı, söz konusu şirketlerin gelişim döneminin başlangıcını oluşturmaktadır. Bu dönemde amaç, KOSİ'lerin ihracat faaliyetlerinin birleştirilmesidir. Çünkü bu işletmeler, rekabet kurallarının her geçen gün karmaşık bir yapıya dönüştüğü global pazar şartlarıyla yüz yüze gelmişlerdir. İhracat faaliyetlerinin geçici (ad hoc) durumdan sistematik bir duruma dönüştürülmesi gerekmiştir. Kompleks, uzmanlaşmış ihracat fonksiyonları nedeni ile İhracat Konsorsiyumları, özellikle tutundurma, satış ve dağıtım faaliyetleri konusunda daha fazla organize olma ve uzmanlaşmaya yönelme eğilimi göstermişlerdir. Yüksek derecedeki rekabetçi çevre, KOSİ'leri, kompleks pazarlama karması değişkenlerini yönetmede ortak bir çaba harcamak için yoğun bir işbirliğine ve bireysel girişimcilik düzeyini azaltıp, ortak girişime teşvik için işletmeleri birleştirmeye itmiştir (Lanzara vd., 1991: 239).

İtalya'da her geçen gün uzmanlaşmış konsorsiyum sayısı artmaktadır. Ürünleri birbirlerine göre tamamlayıcılık özelliği taşıyan çok sektörlü ihracat konsorsiyumlarında da uzmanlaşma düzeyini artırmaya yönelik büyük bir eğilim bulunmaktadır. Bu türden bir konsorsiyumun ihraç ettiği ürünler farklı pazarlarda rekabet etmektedir. Fakat uygun bir ürün paketi olarak dış pazara sunulduğu takdirde her birinin katma değeri artırılabilir (Lanzara vd., 1991: 239).

İhracat Konsorsiyumu'nun yapısal ve biçimsel özellikleri, işbirliği yapan işletmelerin sektörel çeşitliliklerinde azalma yaratmaktadır. KOSİ'lerin artan ölçülerde tamamlayıcılık özelliği sergilediği, tutundurma ve satış hizmetlerinin geliştiği ve uzmanlaşmanın sağlandığı gözlenmektedir (Lanzara vd., 1991: 239).

### 3.2. Türkiye'deki SDTŞ'nin Yapısı ve Gelişimi

#### 3.2.1. Türkiye'de SDTŞ Düzenlemesi

Kalkınma çabasında olan ülkemiz için ihracatın artırılması büyük önem taşımaktadır. Ülkemiz ihracatının büyüklük ölçeğine göre dağılımı incelendiğinde (Tablo 2), toplam 26.258 milyon \$'lık ihracatın;

-%10.4'ünün, ihracatçı firmaların %86.7'si,

-%54.3'ünün, ihracatçı firmaların %13'ü,

-%35.3'ünün, ihracatçı firmaların %03'ü,

tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir (DTM, 1998). Düşük ölçekte ihracat yapan önemli sayıdaki firmanın etkinliklerinin artırılması gerekmektedir. Fakat, günümüzde bu firmaların tek başına uluslararası pazarlarda rekabet edebilmesi, finansman, pazarlama vb. sorunları aşarak ihracatta sıçrama yapması mümkün görünmemektedir (Alpar ve Piralı, 1993: 4-5).

**Tablo 2. İhracatın Büyüklük Ölçeğine Göre Dağılımı (1997)**

İhracat Aralığı (\$)	Firma Sayısı		İhracat Değeri (1000\$)	
	1997	Dağılım (%)	1997	Dağılım (%)
0 - 100.000	13.635	58,6	352	1,3
100.001 - 250.000	2.903	12,5	473	1,8
250.001 - 500.000	2.027	8,7	725	2,8
500.001 - 1.000.000	1.625	7,0	1.166	4,4
<b>0 - 1.000.000</b>	<b>20.190</b>	<b>86,7</b>	<b>2.716</b>	<b>10,4</b>
1.000.001 - 5.000.000	2.277	9,8	4.989	19,0
5.000.001 - 10.000.000	409	1,8	2.840	10,8
10.000.001 - 50.000.000	334	1,4	6.434	24,5
<b>1.000.001 - 50.000.000</b>	<b>3.020</b>	<b>13,0</b>	<b>14.263</b>	<b>54,3</b>
50.000.001 - 100.000.000	43	0,2	2.882	11,0
100.000.001 - 250.000.000	21	0,1	3.123	11,9
250.000.001 - 500.000.000	4	0,0	1.476	5,6
500.000.001 - 10.000.000.000	3	0,0	1.798	6,8
<b>50.000.001 - 10.000.000.000</b>	<b>71</b>	<b>0,3</b>	<b>9.279</b>	<b>35,3</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>23.281</b>	<b>100,0</b>	<b>26.258</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: DTM, İhracat Kayıtları, 1998.

Ayrıca, toplam firmaların %98.8'i, toplam istihdamın %45.6'sı, toplam üretimin %37.7'si gibi önemli bir kısmını temsil eden KOSİ'lerin toplam ihracat içerisindeki payı %8 düzeyinde kalmaktadır (KOSGEB, 1999). Oysa, küçük işletmelerin ihracat payı İngiltere'de %22.2, Fransa'da %23, Amerika Birleşik Devletleri'nde %32, Japonya'da %38, Hindistan'da

%40 (KOSGEB, 1999) ve İtalya'da %63.1 düzeyindedir (Varaldo, 1987:206). Türkiye'deki KOSİ'lerin ihracat payının %8 gibi çok düşük bir düzeyde kalması, KOSİ'lerin rekabet gücünün bulunmamasından çok, bu işletmelerin ihracatlarını büyük ölçüde Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS) üzerinden yapmalarına (Müftüoğlu, 1989: 166) ve ihracat için organize olamamalarına bağlanabilir. Diğer ülkelerde oranın yüksekliği, KOSİ'lerin dış açılma derecesini ve uluslararası pazarlarda rekabet gücünün yüksekliğini ifade etmektedir.

Türkiye ekonomisinde de KOSİ'lerin ihracat gücünün gerçek konumuna getirilmesi gerekmektedir. Gerek düşük ölçekte ihracat yapan firmaların etkinliğinin artırılması, gerekse KOSİ'lerin ihracata yönlendirilmesi için güçlü ihracat organizasyonlarına ihtiyaç vardır. SDTŞ, söz konusu firmaları bir araya getirerek güçlü bir ihracat organizasyonu oluşturmada önemli bir adım olacaktır.

DTM'nin 96/39 sayılı son tebliği SDTŞ'nin kuruluşunu ve işleyişini düzenlemektedir. Tebliğe göre; SDTŞ, normal yörelerde, 1-200 arasında işçi çalıştıran, aynı üretim dalında faaliyet gösteren, en az 10 adet KOSİ'nin bir araya gelmesiyle Anonim Şirket şeklinde kurulan ve ödenmiş sermaye ile ihtiyaçları toplamı asgari 10 milyar TL olan şirketlerdir. Kalkınmada öncelikli yörelerde ise, aynı veya farklı sektörlerde faaliyette bulunan, 1-200 işçi istihdam eden, en az 5 küçük ve orta büyüklükteki KOSİ'nin bir araya gelmesiyle, en az 5 milyar TL. ödenmiş sermayeli ve Anonim Şirket şeklinde kurulan şirketlerdir.

Tebliğe göre bu şirketlerin normal yörelerde aynı sektörlerde, kalkınmada öncelikli yörelerde ise aynı veya farklı sektörlerde faaliyette bulunan KOSİ'ler tarafından kurulması öngörülmüştür. Dolayısıyla SDTŞ, normal yörelerde tek sektörlü, kalkınmada öncelikli yörelerde ise tek veya çok sektörlü olma özelliğine sahiptir. Bu bağlamda, kalkınmada öncelikli yörelerde kurulacak SDTŞ'ne esneklik sağlanmıştır.

Tebliğe uygun olarak Türkiye'de ilk kurulan SDTŞ, Ege Giyim Sanayii ve Dış Ticaret A.Ş.'dir. Hazır giyim ve konfeksiyon alanında faaliyet gösteren KOSİ'ler tarafından kurulan bu şirkete SDTŞ unvanı 19 Ekim 1994 tarihinde verilmiştir.<sup>1</sup> Şirket, ortak işletmelere; mevzuat, finansman, nakliye, sigorta, gümrük ve teknik alanlarda destek ve kolaylıklar sağlamaktadır. Şirket kurulduktan sonra ortakların sigorta maliyetlerinin önemli ölçüde azaldığı; gümrük, nakliye ve malzeme temininde %10 ile %20 arasında avantaj sağlandığı, önceki dönemlerde aylık 700 bin \$ olan ihracatın 20 milyon \$'a çıktığı gözlenmiştir (Exim Pazar, 1994: 5).

### 3.2.2. Türkiye'de SDTŞ'nin Yıllar İtibariyle Gelişimi ve İhracat Payı

Yıllar itibariyle ülkemizde kurulan SDTŞ'nin dağılımı incelendiğinde (Tablo 3), mevcut 33 şirketten 15'inin 1997 yılında kurulduğu, bu yıldan sonra kurulan şirket sayısında bir azalmanın olduğu görülmektedir. Tüm SDTŞ'nin sermayelerinin toplamı 2.1 trilyon lirayı aşmış ve yıllar itibariyle kuruluş sermayelerinde artış kaydedilmiştir.

SDTŞ'nin 1997 yılı ihracatı 230 milyon \$, 1998 yılı ihracatı ise 500 milyon \$'dır (DTM, 1999). Ülkemizin 1998 yılı toplam ihracatının 26.258 milyon \$ olduğu dikkate alındığında, SDTŞ'lerin ihracat payının %1.9 gibi düşük bir seviyede kaldığı söylenebilir.

<sup>1</sup> 3.10.1998 tarihinde SDTŞ statüsü sona ermiş ve Dış Ticaret Sermaye Şirketi statüsü kazanmıştır.

**Tablo 3. Yıllar İtibariyle SDTŞ'nin Dağılımı**  
(15.09.1999 Tarihi İtibariyle)

Yıllar	Kurulan SDTŞ Sayısı	Sermaye Miktarı (TL)
1994	1*	250.000.000.000
1995	1	11.200.000.000
1996	5	173.000.000.000
1997	15	519.040.320.000
1998	6	172.150.000.000
1999	5	978.200.000.000
<b>Toplam</b>	<b>33</b>	<b>2.103.590.320.000</b>

Kaynak: DTM, SDTŞ Kayıtları, 1999.

Not: \* 3.10.1998 tarihinde SDTŞ statüsü sona ermiş ve DTSS unvanı almıştır.

### 3.2.3. SDTŞ'nin İllere Göre Dağılımı

SDTŞ'nin illere göre dağılımı incelendiğinde (Tablo 4), 32 şirketten 9'unun İstanbul'da, 5'inin Ankara'da, 4'ünün Bursa'da ve 3'ünün Gaziantep'te kurulduğu görülmektedir. Bu illeri Adana, Antalya ve Konya 2'ser, Samsun, Kahramanmaraş, Diyarbakır, Çorum ve İzmir 1'er SDTŞ ile izlemektedir. Dolayısıyla, gerek sayı, gerekse illere dağılımı açısından SDTŞ'nin istenilen düzeye ulaştığı söylenemez.

**Tablo 4. SDTŞ'nin İllere Göre Dağılımı**  
(15.09.1999 Tarihi İtibariyle)

İli	SDTŞ Sayısı	Ortak Sayısı
İstanbul	9	455
Ankara	5	154
Bursa	4	134
Gaziantep	3	84
Adana	2	54
Antalya	2	31
Konya	2	32
Samsun	1	14
Kahramanmaraş	1	14
Diyarbakır	1	6
Çorum	1	163
İzmir	1	12
<b>Toplam</b>	<b>32</b>	<b>1153</b>

Kaynak: DTM, SDTŞ Kayıtları, 1999.

### 3.2.4. SDTŞ'nin Sektörler İtibariyle Dağılımı

SDTŞ'nin sektörler itibariyle dağılımı incelendiğinde (Tablo 5), 12'sinin tekstil-konfeksiyon alanında faaliyette bulunduğu görülmektedir. Bu sektörü; iş makineleri-yedek parça, otomobil yan sanayi, deri mamulleri 3'er; gıda, mobilya, kesme çiçekçilik, tarım ürünleri 2'ser; yazılım, halı-halı ipliği, plastik işleme sektörleri 1'er SDTŞ ile izlemektedir. Toplam 32 SDTŞ'ne 1153 KOSİ ortak olmuştur. Ülkemiz imalat sanayiinde KOSİ niteliğinde 194.837 işletmenin olduğu kabul edilirse (DİE, 1992), "Sektörel Şirketleşme" oranının %05 gibi çok düşük bir düzeyde kaldığı söylenebilir.

**Tablo 5. SDTŞ ve Ortaklarının Sektörel Dağılımı**  
(15.09.1999 Tarihi İtibariyle)

Faaliyet Alanları	SDTŞ Sayısı	Ortak Sayısı	Ortalama Ortak Say.	Sermaye Miktarı (TL)
Tekstil, Dokuma, Konfeksiyon	12	410	34	839.840.320.000
Deri Mamulleri ve Yan Sanayii	3	194	65	760.600.000.000
Otomotiv Yan Sanayii	3	62	21	73.800.000.000
İş Makineleri ve Yedek Parça	3	89	30	43.150.000.000
Tarım Ürünleri	2	173	87	22.600.000.000
Kesme Çiçekçilik	2	31	16	21.000.000.000
Gıda	2	24	12	21.200.000.000
Orman Ürünleri ve Mobilya	2	54	27	15.900.000.000
Yazılım ve Donanım	1	75	75	35.000.000.000
Halı ve İplik Dokuma	1	30	30	15.000.000.000
Plastik Üretim	1	11	11	5.500.000.000
<b>Toplam</b>	<b>32</b>	<b>1153</b>	<b>36</b>	<b>1.853.590.320.000</b>

Kaynak: DTM, SDTŞ Kayıtları, 1999.

Kurulan SDTŞ sayısı, ortak sayısı ve konulan sermaye yönünden bir değerlendirme yapıldığında, yoğunlaşmanın tekstil-konfeksiyon sektöründe olduğu görülmektedir. Ancak, toplam SDTŞ sayısının azlığı ve çeşitli sektörlerde dağılımı açısından mukayeseli bir analiz yapılması mümkün görülmemektedir.

Mevcut 32 SDTŞ, aynı sektörde faaliyette bulunan KOSİ'ler tarafından kurulmuştur. Dolayısıyla çok sektörlü bir yapılanma söz konusu değildir. Ancak; tekstil, dokuma ve konfeksiyon; iş makineleri ve yedek parçaları, deri mamulleri ve yan sanayii, halı ve halı ipliği gibi tamamlayıcı ürünleri üreten firmaların aynı sektör bazında kurduğu SDTŞ bulunmaktadır.

Daha önce de belirtildiği gibi, yapılan iki sektör araştırmasının sonuçlarına göre, SDTŞ'nin kurulması ve işlerliği açısından, ortak olacak firmaların bazı endişeler taşıdıkları görülmektedir. Yoğun rekabetin işbirliğine engel olması, aynı sektördeki KOSİ'lerin ürünleri arasında kalite farklılıklarının bulunması, güvensizlik, firmaların kendine has bilgilerinin gizliliğini yitirmesi, SDTŞ'nin dış pazarlardan aldığı siparişlerin firmalar arasında adil dağıtamayacağına olan inanç en başta gelen endişeler arasındadır. Diğer taraftan ihracatın, firmaların uluslararasılaşma sürecinin ilk aşaması olduğu kabul edilirse (Tuncer ve Üner, 1993: 4), Türkiye'nin ihracatından %8 pay alan KOSİ'lerin uluslararasılaşma düzeyinin de çok düşük olduğu söylenebilir. Gerek birbirine rakip durumdaki firmaların belirttikleri endişeler, gerekse uluslararasılaşma düzeyinin düşük olması, ülkemiz KOSİ'lerinin aynı sektörde ortak bir ihracat organizasyonu oluşturmasına engel teşkil etmektedir. SDTŞ ihracat modelinin uygulandığı ilk yıllarda ihracata yönelen firma sayısını artırmak için söz konusu şirketlerin aynı sektördeki KOSİ'ler tarafından kurulması zorunluluğunun kaldırılması uygun bir yol olarak düşünülebilir. Zamanla ihracat tecrübesinin artması, uluslararasılaşma düzeyinin yükselmesi ve kurumsallaşma, ülkemiz KOSİ'lerine kendi aralarındaki iç rekabetten çok dış pazarlarda ortak hareket etme bilinci kazandırabilecektir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

SDTŞ, küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin ihracata yönlendirilmesinde, böylece yatırım-üretim-ihracat zincirini aynı işletme düzeyinde oluşturarak sinerjinin (etkinliğin) yaratılmasında önemli rol oynayan bir ihracat modelidir.

Ülkemizdeki düzenlemeler, normal yörelerde kurulacak SDTŞ'nin aynı sektörde faaliyette bulunan KOSİ'ler tarafından kurulmasını zorunlu kılmıştır. Bu durum, birbirine rakip, farklı gelişmişlik düzeyinde ve yapısal özelliklere sahip, ihracat tecrübesi olmayan KOSİ'lerin ihracat için bir araya gelmesini engellemektedir. Dolayısıyla; modelin başarıyla uygulandığı ülkelerdeki gelişmeler de dikkate alınarak, Genel-Çok Sektörlü, Genel-Tek Sektörlü, Tamamlayıcı-Çok Sektörlü ve Uzmanlaşmış-Tek Sektörlü SDTŞ'nin kuruluşuna imkan sağlayan yeni düzenlemelere gidilmesi, söz konusu şirketlerin gerek sayısal olarak artışına, gerekse çeşitli sektörlerde ve ülke düzeyine yayılmasına fırsat yaratacaktır.

## KAYNAKLAR

- Alpar, C., Pıralı, F., "İhracatımızın Genel Bir Değerlendirmesi ve Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri", *Birlik Dergisi*, 1, 4 -10, Nisan 1993.
- DİE., *Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı, Birinci Aşama Sonuçları Türkiye Toplamı*, 1992.
- DTM., *İhracat Kayıtları*, 1998.
- DTM., *SDTŞ Kayıtları*, 1999.
- Exim Pazar.*, "EGS Örnek Alınacak Bir Modeldir", 3, 5, 01 Mart 199.
- Federexport.*, "Federazione Italiana fra i consorzi Per l'esportazione Viale dell'Astronomia", 1-8, Roma, 1992.
- Federexport News.*, 12-20, Novembre 1992.
- Gündüz, M., Ergün, Ö., *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Yönlendirilmelerinde Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*, İGEME, Ankara, 1997.
- Kıldırıncı, E., Çekinmez, V., *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracata Yönlendirilmesi*, Yayınlanmamış Araştırma Çalışması, İGEME, Kasım 1993.
- KOSGEB., *Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler*, 1999.
- Lanzara, R., Varaldo, R., Zagnoli, P., "Public Support to Export Consortia; The Italian Case", *Export Development and Promotion: The Role of Public Organizations*, Ed: F.H., Rolf Seringhaus, Philip J.Rosson, Kluwer Academic Publishers, 217-241, 1991.
- Müftüoğlu, T., *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Sorunlar, Öneriler*, Üçüncü Baskı, Desen Ofset A.Ş., Ankara, 1989.

- Süer, İ., *Küçük ve Orta Ölçekli Mobilya Sanayiinde Sektörel Dış Ticaret Şirketleri İhracat Modelinin Uygulanabilme İmkanları*, Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi, Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, Ankara, 1995.
- Şenol, N., *Sektörel Dış Ticaret Şirketleri İhracat Modelinin Mermer Sanayii İşletmelerine Uygulanabilme İmkanları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1998.
- Tuncer, D., Üner, M., "Ankara Sanayi Odası'na Kayıtlı İhracatçı İşletmelerin Dış Satımda Karşılaştıkları Sorunlar", *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11, 1 - 22, 1993.
- Varaldo, R., "The Internationalization of Small and Medium-Sized Italian Manufacturing Firms", *Managing Export Entry and Expansion, Concepts and Practice*, Ed. Philip J. Rosson and Stanley D. Reid, Prager Publishers, 203 - 222, 1987.