

KOBİ'LERİN İHRACAT SORUNUNUN ÇÖZÜMÜNDE "SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ'NİN ROLÜ

Ahmet DİKEN*

Özet: KOBİ'ler bugün bütün ülkelerin ekonomilerinde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de önemli ve dinamik bir yere sahiptir. Aynı şekilde tüm ülkeler tarafından bu örgütlerin sorunları önemsenmekte ve çözümü için ciddi çareler aranmaktadır. Türkiye'de üretimin ve istihdamın önemli bir kısmını karşılayan KOBİ'lerin, ihracat sorunları, bu işletmelerin karşı karşıya olduğu problemlerin başında gelmektedir. Tek başına bu sorunun üstesinden gelemeyen KOBİ'lerin son yıllarda organize oldukları ve güçlerini birleştirerek dış ticarete önemli mesafeler katettikleri görülmektedir. İşte bu ihtiyaç ve anlayış Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini (SDŞ) doğurmuştur. SDŞ yapısı ile aynı üretim dalındaki KOBİ'lerin ihracat sektörü içerisinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve böylelikle daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmıştır. Ülkemizde bu oluşumla birlikte, işletmecilerimizin organize oldukları ve önemli mesafeler katettikleri görülmüştür.

I. Giriş

KOBİ'ler günümüz dünyasında hemen hemen tüm ülkelerin ekonomilerinde önemli ve dinamik bir yere sahiptirler. Aynı şekilde tüm ülkeler tarafından bu işletmelerin sorunları önemsenmekte ve çözümü için ciddi çareler aranmaktadır.

Türkiye'de üretimin ve istihdamın önemli bir kısmını teşkil eden KOBİ'lerin ihracat sorunları, bu işletmelerin karşı karşıya oldukları problemlerin başında gelmektedir.

İşte Türkiye'ye has bir model olarak ifade edilebilecek sektörel Dış ticaret şirketleri, KOBİ'lerin ihracat sorunlarının giderilmesinde yegane çözüm olarak görülmektedir.

Bu makalede KOBİ'lerin tanımı, ekonomimiz içerisindeki yeri, önemi ve sorunlarından sonra bu işletmelerin dış ticaret sorunları ve sektörel Dış Ticaret şirketlerine yer verilmiştir. Daha sonra sektörel Dış ticaret şirketlerin yararları ile devlet tarafından bu şirketlere sağlanan destek ve yardımlar irdelenmiştir.

* Dr. Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

II. Kobi'lerin Tanımı, Ekonomimiz İçindeki Yeri ve Önemi

A. KOBİ'lerin Tanımı

Büyük işletmelerde geçerli olan işletmecilik kuralları küçük ve orta boy işletmelerde (KOBİ) de geçerlidir. Ancak KOBİ'ler büyük işletmelerin küçük birer kopyası değildir. Büyüklüklerinin tersine bu tür işletmelerin sorunları daha çok ve daha karmaşık haldedir. Bu kadar farklı ve kompleks bir yapı arzeden bu işletmeleri öncelikle tanımlamak gerekmektedir.

Ancak gerek ülkemizde gerekse diğer ülkelerde evrensel bir tanım yapılabilmiş değildir. Kimisi nitel ölçütleri, kimisi nicel ölçütleri ele alırken; kimisi de her iki gruptaki özellikleri ele alarak tanımlamayı yeğlemiştir.

Büyüklük açısından işletmeleri sınıflandırırken kullanılan nicel (kantitatif) ölçütler şunlardır (Alpugan, 1994, S. 4) :

- Çalıştırılan Personel sayısı
- İşletme kapasitesi
- Personele ödenen ücret ve maaşlarının tutarı
- İşletme sermayesinin tutarı
- Üretim miktarı
- Satışların tutarı
- Aktif değerlerin toplamı
- Makina parkının büyüklüğü
- Kullanılan hammadde miktarı,
- Kullanılan enerji miktarı,
- Yaratılan katma değer

İşletmelerde sıralanan bu ölçütler içerisinde en kolay ölçülebilen unsur olması nedeniyle işgörenlerin sayısı genellikle esas alınmaktadır. Ancak büyüklük ölçütünü sağlıklı bir şekilde belirleyebilmek için bu faktörün yanında diğerlerinin de ele alınmasında fayda vardır.

İşletmenin büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılan nitel (kalitatif) ölçütler de şöyle sıralanabilir (Alpugan, 1994, s.5):

- İşletmenin yönetim şekli (küçük işletmeler genellikle sahip yönetici tarafından idare edilirler).

- İşletmenin pazar durumu (KOBİ'ler genellikle yerel pazara hitap ederler).

- İşletmenin işgal ettiği alan

- İşletme sermayesinin tümünün veya büyük bir bölümünün işletme sahibi tarafından karşılanması

Küçük ve orta ölçekli işletmeleri tanımlarken yukarıda sıralanan nicel ve nitel ölçütleri birlikte değerlendirmek gerekir. Bu kriterlere göre kimi ülkeler işletmeleri; a) küçük işletmeler, b) büyük işletmeler kimiside, a) Küçük işletmeler, b) Orta ölçekli işletmeler, c) Büyük işletmeler şeklinde sınıflandırmışlardır.

1980'lerin ortasından itibaren başta Avrupa Birliği ülkeleri olmak üzere kimi ülkeler küçük ve orta boy işletmeleri (KOBİLER) tek bir grup altında toplayarak işletmeleri, a) KOBİ'ler ve b) Büyük işletmeler şeklinde iki grup altında toplarken kimileri de, a) Çok küçük işletmeler b) KOBİ'ler ve c) Büyük işletmeler şeklinde gruplandırmıştır.

Türkiye için çalışan personel sayısı dikkate alındığında, bir işşiyi dahi tam gün istihdam etmeyen işletmeler cüce işletme, 1-6 arasında personel istihdam edenler küçük, 6-50 arasında işgören istihdam edenler orta, 50'den yukarı işçi istihdam eden işletmeler büyük ve çalıştırdıkları personel sayısı 200'den fazla olan işletmeler dev işletmeler olarak tanımlanabilir. Bu sayılar ülkeden ülkeye farklılık gösterebiliyor. Örneğin Fransa'da 50-500 arasında işçi çalıştıran firmalar orta ölçekli işletmeler olarak kabul edilir. (Diken, 1996, s. 33).

Bu bilgilerin ışığında KOBİ'leri şöyle tanımlamak mümkündür: KOBİLER, 1-200 arasında işçi çalıştıran, büyük oranda sermaye, üretim hacmi, makina ve tezgaha sahip olmayan ve satış hacmi ile işletmenin kapsadığı alan sınırlı olan işletmelerdir.

B. KOBİ'lerin Ekonomimiz İçindeki Yeri ve Önemi

Devlet istatistik Enstitüsü verilerine göre, 1964 yılında sanayi sektöründeki işletmelerin % 97.7'sini, 1970 yılında % 97.3'ünü, 1980 yılında % 95'ini küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. 1985 yılında sanayi sektöründeki işletmelerin % 94.5'ini, ticaret sektöründeki işletmelerin % 98.5'ini, hizmet sektöründeki işletmelerin % 98.1'ini çalışan sayısı 1-9 arasında olan küçük ve orta ölçekli işletmeler teşkil etmektedir. (Alpugan, 1994, s. 23)

Gerek istihdam gerekse sermaye oranı açısından KOBİ'ler ekonomimizin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu durum sadece Türkiye'de değil, gelişmiş ülkelerde de geçerlidir. 1986 yılı itibariyle KOBİ'lerin çeşitli ülkelerdeki ekonomik katkıları ve bu ülke ekonomilerindeki yeri Tablo : 1'de gösterilmiştir. Bu kuruluşların toplam işletmeler içindeki payı tabloda yer alan ülkelerde yüzde 97 ile yüzde 99 arasında değişmektedir. Bu oran Türkiye'de yaklaşık yüzde 98'dir. Ayrıca bu işletmelerin toplam istihdamdaki payı ise, gelişmiş ülkelerde yüzde 50 ile yüzde 64 arasında değişirken; bu oran G. Kore'de yüzde 62, Hindistan'da yüzde 63, Türkiye'de ise yüzde 45.6 dır.

Bu kuruluşların toplam yatırımlardaki payı da sanayileşmiş ülkelerde yüzde 37 ile yüzde 44 arasında değişirken; bu oran Hindistan'da yüzde 28, G. Kore'de 36, Türkiye'de yüzde 26.5' tir.

Toplam üretimde KOBİ'lerin payı batılı ülkelerde ve Japonya'da yüzde 25 ile 54 arasında değişmekte iken, bu oranda Hindistan'da yüzde 50, G. Kore'de yüzde 54 ve Türkiye'de yüzde 38'dir.

Tablo 1: KOBİ'lerin Çeşitli Ülke Ekonomilerindeki Yeri

KOBİ'LERİN ÇEŞİTLİ ÜLKE EKONOMİLERİNDEKİ YERİ (1986)									
%	ABD	ALM	HİND	JAP	İNG	KORE	FRAN	İTAL	TÜR
Toplam İşletmelere oranı	97.2	99.8	98.6	99.4	96	97.8	99.9	97	98.8
İstihdam Oranı	50.4	64	63.2	81.4	36	61.9	49.4	56	45.6
Yatırım Payı	38	44	27.8	40	29.5	35.7	45	36.9	26.5
Üretim Payı	36.2	49	50	52	25.1	34.5	54	53	37.7
İhracat Payı	32	31.1	40	38	2.2	20.2	23	-	8
Verilen kredi payı	42.7	35	15.3	50	27.2	46.8	48	-	3.4

Kaynak: KOSGEB 1993 yılı çalışma programı, Ankara, s. 17.

Ekonomik sürecin hangi döneminde olursa olsun, ülkemizde KOBİ'ler, ekonomik, sosyal ve politik önemlerini her zaman korumuşlar ve ülkenin politika ve stratejilerinin belirlenmesinde önemli bir yere sahip olmuşlardır. Buna karşılık ülkemizdeki küçük ve orta boy işletmelerinin önemli sorunlarının olduğu da bir gerçektir.

III. Kobi'lerin Sorunları

Ekonomik hayata her gün katılan yüzlerce firmanın yanısıra, bu sahadan çekilen işletmeler de mevcuttur. Pazarı terk etmek zorunda kalan işletmelerin önemli bir bölümünün KOBİ'ler olması, onların karşı karşıya oldukları problemlerin çokluğunu ve önemini gösterir. Bu nedenle KOBİ'lerin sorunlarını bilmek, gelecekte bu firmaların maruz kalabilecekleri riskleri minimize etmek açısından çok önemlidir. Bu sorunlar, yönetsel, örgütsel, Finansal, insan kaynaklarıyla ilgili, üretimle ilgili, pazarlama, Ar-ge, kapasite, yasal ve dışa açılma problemleri şeklinde sıralanabilir.

Ülkemizde KOBİ'ler daha çok iç piyasaya hitap ederler. Ülkemizin Gümrük Birliği'ne girmesiyle birlikte KOBİ'lerimiz ciddi problemlerle karşı karşıya kaldılar. Ancak gerek işletmelerin kendi imkânlarıyla gerekse devletin katkılarıyla hazırlıklar yapılırsa, aleyhimize görünen bazı problemler giderilebilir en azından minimize edilebilir.

İç piyasadaki talep yetersizliğinden ötürü düşük kapasite ile çalışan ve düşük marjları düşük olan KOBİ'lerin bu anlamdaki problemlerini gidermek, dış ticaret sorunlarına çare bulmak amacıyla sektörel Dış Ticaret Şirketleri ortaya çıkmıştır. Bu makalede, yine bu yazı sınırları içerisinde bu husus üzerinde durulacaktır.

IV-Kobi'lerin Dış Ticaret Sorunları ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri

A. KOBİ'lerin Karşılaştığı Dış Ticaret Sorunları ve Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Oluşumuna Neden Olan Etmenler

1980'li yılların başında, özellikle dış ticaret arayışlarının hız kazanmasıyla birlikte, ihracatın hangi model, hangi organizasyonlarla ve ne şekilde geliştirileceği tartışılmaya başladı. Bu tartışma ve arayışların sonucunda pek çok model denendi. Gelişmiş ülkelerde uygulanan modeller Türkiye'ye uyarlanmaya çalışıldı.

Uluslararası piyasaları yakından takip etmek, fırsatları yakalamak, pazar bulmak ve bu pazarların "alıcı" olabileceği ürünün nitelik ve nicelik yönünden belirlenmesi gibi artık günümüzde ayrı bir uzmanlık dalı olarak görülebilecek seviyede çalışmak sıradan bir işletme için kolay olmasa gerektir.

Bu konuda başarılı olunsa bile, herbir şirket kendi başının çaresine bakacağına göre herbirinin ayrı ihracat departmanı kurması, ayrı ayrı onlarca personel istihdam etmesi, pazar bulmak amacıyla ayrı ayrı seyahatler yapması,

ayrı ayrı fuar ve tanıtım masraflarına katlanmaları gerekecekti. Bu da zaten maliyetlerin yüksekliğinden şikayet eden firmalar için ekonomik olmayacaktı.

Daha da önemlisi, finansal yönden güçlü olan şirketler böyle ayrı departmanlar kurmanın maliyetine katlanabilseler bile ekonomimiz için çok önemli olan KOBİ'ler bunu ne ölçüde başarabileceklerdi?

"Dışa açılma" projesiyle birlikte Türkiye ilk önce ihracatta örgütlenme modeli olarak tüm dünyada uygulanan "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS)" modeli kurulmuş, ihracat bu şirketler aracılığıyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Ancak bu şirketler, daha çok sermaye problemi olmayan ya da bu konuda önemli ölçüde sıkıntı çekmeyen firmaların işine yaradı. İhracatta vergi iadesi ve ihracat taahhüdü içeren ithalatta gümrük vergisi ve fonlardan muaf olmak gibi avantajlardan yararlanmak isteyen büyük ihracatçıların girişimleri ile sayıları kısa sürede 50'ye ulaşan DTSS'lere olan rağbet, vergi iadesinin kaldırılmasıyla artış hızı kesildi hatta etkinliği azalmaya başladı.

Teşviklerle ilgili suistimallerin yanında bu şirketlerin KOBİ'lerin dış Ticaret problemlerine çözüm olamayışı Türkiye'nin sözkonusu arayışına çözüm getiremedi.

Aynı şekilde bu arayışın bir sonucu olarak "Çok ortaklı şirketlerde (ÇOŞ)" de, sermaye şartı, belirli bir miktarda ihracat gerçekleştirme zorunluluğu gibi faktörlerden dolayı başarılı olunamadı.

İşte bu deneme yanılmaların sonucunda özellikle Ege Giyim Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş'nin liderliğiyle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) ortaya çıktı.

B. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin Tanımı, Hukuki Yapısı ve KOBİ'ler için Gerekliliği

1. SDŞ'nin Tanımı

Sektörel Dış Ticaret Şirketi tanımı ilk kez 29 Nisan 1994 tarih ve 21919 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "ihracat 94/5" sayılı tebliğ ile yapılmıştır.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri - SDŞ yapısı ile aynı üretim dalındaki küçük ve orta ölçekli şirketlerin, ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmıştır. (İGEME, Eylül - 1997, s. 15).

Ayrıca bu tebliğin bir diğer özelliği de ilk kez küçük ve orta ölçekli işletmelerin hedef alınması ve söz konusu şirketlere yardımcı olmak üzere SDŞ'lerin bünyelerinde nakliye, sigorta, finansman, hammadde tedariki, tanıtım ve pazarlama için birimler oluşturmaları ve ortaklarına bu konularda hizmet vermelerinin amaçlanmış olmasıdır.

2. SDŞ'nin Hukuki Yapısı

Normal yörelerde kurulan SDŞ'ler için 1-200 arasında işçi istihdam etmesi aynı üretim dalında faaliyet göstermesi, en az 10 KOBİ'nin iştirak etmesi, asgari 10 milyar TL ödenmiş sermayeli A.Ş. olması gerekmektedir. Ortakların sermaye payı % 10'dan fazla olamaz. SDŞ sadece hizmet sektöründe faaliyet gösterebilirler.

Kalkınmada öncelikli yörelerde, bölge yapısından ötürü bazı esneklikler getirilmiştir. Buna göre, firmaların farklı sektörlerde faaliyet göstermesi, asgari sermayenin 5 milyar TL olması, ortakların sermaye paylarının maksimum % 20 olması ve SDŞ'nin hizmet sektörünün yanında üretim sektöründe de faaliyette bulunabileceği öngörülmüştür.

Bu şartları taşıyan şirketlerin sektörel Dış ticaret Şirketi olabilmeleri için, müracaat formunu doldurarak, istenilen belgeleri ile birlikte Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü'ne başvurmaları gerekmektedir.

Müracaatta istenilen Belgeler (Resmi Gazete : 26 Aralık 1996, Sayı : 22859)

1. Şirketin ve her bir ortak firmanın ana sözleşmesi (ilgili Ticaret Sicili Gazetesi veya Noter Tasdikli Çrneği)
 2. İmza sirküleri,
 3. Her ortak için kapasite raporu (ilgili meslek kuruluşundan alınacak)
 4. Birlik, kooperatif, vakıf ve mesleki federasyonlar için Kuruluş belgeleri,
 5. Gerçek kişi ortağın özgeçmişi,
 6. Sermayenin ödenmiş kısmını gösterir banka dekontu
- SDŞ Statüsü,

- Normal yörelerde kurulmuş olan SDŞ'nin; kuruldukları yılı takip eden yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirmemeleri,

- Kalkınmada öncelikli yörelerde kurulmuş olan sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 2.5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri,

- Yapılacak inceleme ve denetlemelerde, ihracat 96/39 Sayılı Tebliğ hükümleri ile ortakların hak ve menfaatlerine aykırı durumların tesbit edilmesi durumunda geri alınır.

3. SDŞ'nin KOBİ'ler için Gerekliliği

Günümüzde uluslararası piyasalarda yaşanan acımasız rekabet koşulları kurumların çok güçlü, etkin ve hızlı hareket etmelerini gerekli kılmaktadır. Bu amaçla KOBİ'lerin üretimlerini ihracata yönlendirmelerinde en önemli unsurlardan biri rekabet üstünlüğü kazanmalarıdır. Bu da ölçek ekonomisiyle yakından alakalıdır.

SDŞ ile birlikte KOBİ'lerde;

- Yeterli düzeyde üretim miktarı / kapasitesi,

- Nitelikli personel istihdamı,

- Yeterli düzeyde teknik ve ticari bilgi,

- Yeterli düzeyde sermaye ve finansman olanakları

- İhracata yönelmek için üretimde, satış politikalarında ve dağıtım sistemlerinde gerekli değişikliklerin yapılması mümkün olabilir.

C. SDŞ'nin Sağlayacağı Yararlar

Dış ticaret için tek başına gerekli kültürel ve finansal alt yapıya sahip olmayan KOBİ'ler güçlerini birleştirerek bu sorunun üstesinden gelebilirler. SDŞ'nin sağlayacağı yararlar, ülke ekonomisine ve örgüte katılan firmalar açısından ayrı ayrı değerlendirilebilir. (Baykal, 1996, S.74).

1. SDŞ'nin Ülke Ekonomisine Sağlayacağı Yararlar

SDŞ ile birlikte örgütlenen işletmeler sadece kendilerine yarar sağlamış olmazlar. Bu örgütlenmeyle birlikte ülke ekonomisine sağlanan yararlar şu şekilde sıralanabilir.

- Ülkeye döviz girdisinin artırılması. Bununla birlikte Türkiye için önemli bir sorun olan dış ticaret açığı minimize edilmiş olur.

- İhracat know-how'unun maksimize edilmesi,
- Üretim, dağıtım ve pazarlama kabiliyet ve aktivitelerinin geliştirilmesi,
- Ulusal ihracat hedeflerine ulaşmada katkı,
- Birlikte hareket ile ölçek ekonomisi avantajları,
- İşsizlik sorununun çözümlenmesine katkı,
- Devlet-Sanayi arasında etkili bir iletişimin sağlanması,
- Profesyonel yönetim için ortamın oluşturulmuş olması,
- Rekabetçi stratejiler oluşturmaya zemin hazırlama

2. SDŞ'nin Katılımcı Firmalara Sağlayacağı Yararlar

Türkiye'de Eylül 1997 itibariyle 19 adet SDŞ bulunmaktadır. Bu şirketlerin 11 tanesi tekstil-konfeksiyon, 2 tanesi gıda sektöründe, halı-halı ipliği, otomotiv yan sanayii, otomotiv sanayii, bilgisayar yazılım ve donanımı, mobilya ve plastik işleme sektörlerinde de birer adet SDŞ faaliyete geçmiş bulunmaktadır.

SDŞ'nin ortağı konumundaki firmaların ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların karşılanmasında izlenecek pazarlama yöntemleri bu şirketlerin faaliyet alanlarını belirlemektedir. Bu tür faaliyetler için söz konusu yararlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir.

Pazarlama Faaliyetlerinin Profesyonel Bir Şekilde Yürütülmesi: Uluslararası pazarlara yönelik pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi, fiilen alıcı bulunması, pazar araştırması yürütülmesi, yeni pazarların bulunması, mevcut pazarların devamlılığının sağlanması, kaybedilen pazarların yerine yenilerinin bulunması, dış pazar eğilimlerinin takip edilmesi, yurt dışı ofis- mağaza açılması ve işletme faaliyetlerinin daha etkin olarak yürütülmesi.

Kurumsallaşma: Uzmanlaşma ve örgütlenmenin getirdiği hizmet alma rahatlığı, ihracat maliyetlerinin düşürülmesi, hizmetlerin profesyonel yaklaşımla sunulması, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri"ne sağlanan devlet desteği ve yardım programlarından faydalanma, ihracata dönük güçlü bir pazarlama yapısı kazanma (gümrükleme, nakliye, sigortacılık, bankacılık, tanıtım, pazar araştırması, yurt dışı ofis- mağaza açma, depo kiralama vb).

Finansman: Kamu ve özel sektörde sağlanan finansman araçlarından daha etkin ve kolay faydalanma.

Bürokratik Problemlerden Kurtulma : İhracat prosedürlerinin yerine getirilmesi ve ihracatla ilgili her türlü mevzuatın takibi, devlet desteklerinden faydalanılması ve bilgi akışı.

Psikolojik Rahatlık: Ekonomik ve işlevsel olma, rahat hareket etme ve vizyon kazanmanın getirdiği psikolojik rahatlık (kamu ve özel sektör ilişkilerinin kuvvetlenmesi).

Standardizasyon: Dış rekabetin etkisi ve sunulan hizmetlerin sonucu olarak her aşamada standardizasyona gidilmesi eğilimi artacaktır. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, sektörün çevre, kalite gibi konularda ihtiyaç duyduğu laboratuvarların kurulmasında yer alabilmekte ya da katkı sağlayabilmektedirler. Bu da uluslararası standartlara ve normlara uygun mal teriminde kolaylık getirmektedir.

Hizmetlerin Etkin Sunulması : Nakliye, sigorta ve gümrükleme gibi hizmetlerin kaliteli, süratli, güvenilir ve ucuz sunulması.

Ürünlerde Rekabet Üstünlüğü Elde Etme: İstenilen kalite, miktar ve zamanda sevkiyatların gerçekleştirilmesi rekabet gücünü artıracaktır.

Potansiyelin Harekete Geçirilmesi: Artan ihracat, kapasite kullanım oranlarını artıracaktır.

Dağıtım: Yurt içi ve yurtdışında dağıtım kanallarında güçlü bir yapıyla yer alma imkanı doğacaktır.

Enformasyon: Yurt içi ve yurtdışı enformasyonun hızlı ve sağlıklı temini sağlanabilecektir.

Nitelikli İnsan Kaynağına Ulaşma: Gerek kalifiye eleman gerekse şirket ortakları ve profesyonellerin yetiştirilmesi için ilgili kurum ve kuruluşlarla daha kolay işbirliğine gitme imkanı sağlanabilecektir.

İstihdam: İhracat artışının istihdamı artırıcı etkisi olacaktır.

Üretim Maliyetini Düşürmek: Ülke içinde temin edilenlerin yanında Yurt içinden temin edilemeyen ara madde, hammadde vb. girdilerin büyük miktarlarda ithali yoluyla daha ucuz temin edilmesi ve sabit maliyetlerin düşürülmesi imkanı yaratılmaktadır.

Ürünlerin yurt Dışı Tanıtımı: Fuarlara katılmak, organize etmek, katalog ve broşür hazırlamak, heyet organize etmek faaliyetleri daha etkin olarak verilecektir.

Çeşitlilik: Yeni pazarlara girmek ve yeni alıcılara ulaşmak yoluyla pazar çeşitlenmesi ve bunun sonucu olarak ürün çeşitlenmesine gidilecektir.

Güçlü Markalar Meydana Getirme : Ortak bir marka oluşturma imkanı doğacaktır.

Katma Değer Oluşturma: Satış becerisi ve marka geliştirmenin yarattığı katma değer üretimde oluşturulan katma değer önüne geçmektedir.

Yabancı Sermaye Akışı: Yabancı sermaye ile işbirliğine gidilmesi kolaylaşacaktır.

İhracat Maliyetinde Toplam Düşüş: Gerek ihracata yönelik olarak ortaklaşa sürdürülen her faaliyetin maliyet düşüşleri gerekse insan kaynakları ve organizasyon maliyetlerindeki düşüşler toplam ihracat maliyetini düşürecek ki bu da rekabet gücü kazandıracaktır.

KOBİ'lerin, öncelikle "ihracat" hedefinden hareketle yola çıkmaları, ortakların ihtiyaçlarının tesbiti ve ortak bir stratejinin oluşturulabilmesini temin etmek suretiyle yapılması gerekenler üzerinde önceden mutabık kalınarak belirli bir inanç, güven ve azimle SDŞ modelinin hayata geçirilmesi önem taşımaktadır.

V- SDŞ'ne Sağlanan Yardım ve Destekler

KOBİ ve SDŞ'ne yönelik olarak GATT ve AB normlarına da uygun bir dizi destek ve yardımlar yapılmaktadır.

A. Dış Ticaret Müsteşarlığının 1.6.1995 Tarihli Devlet Yardımları Kararları

1 Haziran 1995 tarih ve 22300 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanıp yürürlüğe giren teşvikler şunlardır:

1. **Araştırma-Geliştirme Yardımı:** AR-GE faaliyetinde bulunan kuruluşlar proje bazında desteklenmektedir. Kuruluşlar AR-GE harcamalarına ilişkin belgeleri altışar aylık dönemler itibarıyla doğrudan TÜBİTAK'a tevsik edeceklerdir. Harcamaların en çok 3 yıl süreyle % 50'si karşılanacaktır. Araştırma faaliyeti patentle sonuçlanırsa ilave destek sağlanacaktır.

2. **Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi:** Firmaların uluslararası mevzuat gereğince çevre ile ilgili yaptıkları harcamaların önemli bir kısmı ödenecektir. Bu uygulama ihracatçı Birlikleri kanalıyla yürütülecektir.

3.Yurt Dışına Düzenlenen Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya münferi'den katılımın desteklenmesi sağlanmaktadır. Bu uygulama İhracatçı Birlikleri tarafından yürütülecektir.

4. Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuar ve Sergileri.

5. Pazar Araştırması Desteği

6. Yurtiçi ofis ve mağaza tanıtım faaliyetleri

7. Ürün geliştirme ve stratejik odak konuları projelerine sermaye desteği gibi hususlarda devlet tarafından KOBİ ve SDŞ'ne destek sağlanmaktadır. Bu destekler ihracatçı Birlikleri kanalıyla yürütülmektedir.

B. Dahilde İşleme Rejimi (Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 31.12.1995 tarih ve 22510 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan kararı)

DTSS ve SDŞ'ler dahilde işleme rejimi kapsamında yapacakları ithalatlara; teminat yerine geçmek üzere; bu ithalattan doğacak her türlü vergi tutarının % 1'i nakit olarak Eximbank nezdinde "teminat sigortası" hesabına yatırılmasını müteakip ilgili gümrüklerce müsaade edilir.

1. Yatırım Teşvik Kararı (Hazine Müsteşarlığının 17.10.1995 ve 22436 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 95/5 sayılı KOBİ'lerin desteklenmesi hakkında Tebliğ)

Bu tebliğ, KOBİ'lerin hizmet yatırımları ve makine teçhizat alımlarının desteklenmesi hakkındadır:

2. İhracat Finansman Destekleri Eximbank Kredileri

Azami 120 gün olmak üzere tüm sektörler için FOB ihracat taahhüdünün % 50'si ihracat döviz kredisi olarak kredilendirilir. Ayrıca KOBİ'lere yönelik sevk öncesi ihracat kredisi desteği getirilmiştir.

VI. Sonuç ve Öneriler

Son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de, KOBİ'lere verilen önem artış göstermiştir. Önemli ölçüde sorunlarla boğuşan, finansal problemlerinin yanında satış ve pazarlama sorunlarından ötürü düşük kapasite ile çalışan ve bu nedenle kârları düşük olan KOBİ'lerin organize olmaları ve güçlerini birleştirmeleri ihtiyacı doğmuştur. İşte bu ihtiyaç ve anlayış sektörel Dış Ticaret Şirketlerini doğurmuştur.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri - SDŞ yapısı ile aynı üretim dalındaki KOBİ'lerin ihracat sektörü içerisinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve böylelikle daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmıştır.

Ülkemizde ihracata yönelik bu örgütlenme (Sektörel Dış Ticaret Şirketleri) ile pek çok KOBİ'nin aynı çatı altında toplandıkları görülmüştür. Eylül 1997 tarihi itibarıyla 19 SDŞ'nin kurulması ve bunun kısa sürede gerçekleşmiş olması bu konudaki ihtiyacı ve talebi göstermek açısından önemlidir.

Yukarıdaki değerlendirmelerden sonra şu öneriler ileri sürülebilir:

- Her şeyden önce Ortaklığa katılan firmaların ihracat işlemlerinde şirketlerine güvenmeleri ve inanmaları gerekmektedir.

- Ortakların yükümlülüklerini zamanında ve tam olarak yerine getirmeleri gerekmektedir.

- SDŞ'in daha rahat ve başarılı çalışması için ortakların üretim ve sevkiyatta kalite ve standartlar gibi hususlarda hassas davranması gerekmektedir.

- Gerek ortaklar gerekse SDŞ'in doğru ve tam bilgi vermesi gerekir.

- Ortakların öncelikle ihracatın artırılması misyonunu benimsemiş olmaları gerekmektedir.

- Modelin avantajları ve bu avantajların hangi şartlarda ve ne şekilde gerçekleşeceği iyi anlatılmalıdır.

- Ortakların birleşerek, güçbirliği ederek pek çok zorluğun üstesinden gelebileceği fikri benimsenmelidir.

Hedefler ve stratejiler önceden tesbit edilerek fikir birliğinin oluşturulması gerekir.

Summary: The small and middle sized firms has an important position at Turkish economy as all economy of other countries. Those firms have a lot of problems. All countries try to solve those problems as best as they can. The small and middle sized firms provide an important part of employment and production of Turkey. The problems of export is the biggest one of those firms. They couldn't solve this problem individually. So they got together their powers and have solved it. Because of this need sectorial foreign trade firms (SDŞ) have appeared. The goal is to coordinate the power of firms which want to export but can't do individually at the same industry legally. They can be

specialized and may do foreign trade effectively. By this legal organization a lot of firms made activities and maximized their profits.

Kaynaklar

- AKAN, Murat; AET'de Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler ve Türkiye, İKV. Yay. 1988.
- ALPUGAN, Oktay; Küçük İşletmeler: Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi, 2. Basım, Trabzon: Der. Yay., 1994.
- BAUMBACK, Clifford M. ve diğerleri; How to Organize and operate a Small Business, 5th Edition, N.J.' Prentice - Hall Inc, 1973.
- BAYKAL; Cevdet; KOBİ'lerin ihracatta örgütlenmelerinde Bir model: "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye, zemin Dış Tic. Eğitim merkez. yay., sayı: 21-22, 1996.
- BROOM, H.N. & LONGENECKER, Justin L.; Small Business Management, Ohio: Southwestern Publishing Com., 1966.
- DEEKS, John; The Small Firm Owner manager-Entrepreneurial Behavior and Management Practice, N. Y.: Preager Publishers, 1976.
- DİKEN, Ahmet; Büyüme sürecindeki KOBİ'lerin Problemleri ve Yeniden yapılandırılması, Yeni İpek Yolu Kony Ticaret Odası Dergisi, Yıl: 9, Sayı: 98 Nisan, 1996.
- EKİN, Nusret; Büyüme - İhracat - İstihdam Boyutlarıyla küçük işyerleri ve Sosyal Koruma, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası. Yay. No: 28, 1994.
- , KOBİ'ler ve Kredi Olanakları, Ankara TOSYÇV yay., 1995.
- GREICO, V.A.; Management of small Business, ohio: Charles E Merill Publishing Comp., 1978
- GÜNDÜZ, Meral ve ERGÜN, Çzden; Küçük ve orta Boy işletmelerin ihracata Yönlendirilmelerinde Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Ankara İGEME yay., 1997.
- LEANDER, Anna; Küçük ve orta Boy işletmelerin Problemleri Açısından Devlet Yardımları, Küçük ve Orta ölçekli Sanayi işletmelerinin sorunları; uluslararası sempozyum, İstanbul: İstanbul Sanayi Odası, Araştırma Dairesi Yay. No: 5, 1991.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer; Türkiye'de Küçük ve orta ölçekli işletmeler ve Girişimcilik olgusu, Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin sorunları, uluslararası sempozyum İstanbul: İstanbul Sanayi Odası Araştırma Dairesi Yay. No: 5. 1991.

- ÖCAL, Tezer ve diğerleri; Küçük Sanayi işletmelerimizin Konumu, Çnemi ve AT'a Girerken Karşılaşılabilecek sorunlar ile çözüm Yolları, Ankara: MPM yay. No: 426,1990
- STEINMETZ, Lawrence L. ve diğerleri; managing the Small Business, Illinois: Richard D. Irwin inc., 1968.
- ULUDAĞ, İlhan ve SERİN, Vildan; Türkiye'de küçük ve orta ölçekli işletmeler- Yapısal ve Finansal Sorunlar, Çözümler, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yay. No: 25,1991.