

KOBİ'LERİN İHRACATA YÖNELİK ÖRGÜTLENME BİÇİMLERİNDEN SDŞ'LER ve SDŞ'LERİN SORUNLARI ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

F. Bahar İŞİN^(*)

Özet: Bu çalışmanın amacı, KOBİ'ler ve ihracata yönelik örgütlenme biçimlerinden biri olan Sektörel Dış Ticaret şirketlerinin bir model olarak incelenmesi, modelden beklenen faydalar ve modelin başarılı olması için gerekli koşullara açıklık getirilmesidir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Küçük ve Orta Ölçekli işletmeler söz konusu edilmiş, ikinci bölümde Sektörel Dış Ticaret Şirketleri incelenmiş, üçüncü bölümde ise çalışma bir alan araştırması ile desteklenmiştir.

Anahtar kelimeler: Sektörel dış Ticaret şirketleri, etkinlik, ihracat, Küçük ve orta ölçekli işletmeler

Abstract: The objective of this study is to observe, as a model, the sectoral External Trade Associations which is a kind of organising styles towards Small and medium sized business's and export; and to give clarity to the required conditions in order to make the model successful and for the benefits of the model. The study is formed of 3 parts. In the first part, Small and medium sized business have been mentioned, in the second part, Sectoral External Trade Associations have been observed and in the third part ,the study has been supported by a field study.

Key words: Sectoral External Trade Associations, facilities, export, Small and medium sized business

I. Kobi Kavramı

KOBİ'lerin tanımı konusunda bir görüş birliği yoktur. Ancak KOBİ'ler konusunda genel geçerliliğe sahip bir tanımın mevcut olmaması bir zayıflık değil tersine sağlık işaretidir (Müftüoğlu, 1991; 99). Zaten doğaları gereği bu işletmeler için kesin bir tanımlama yapmak olanaksızdır. Sanayileşme düzeyinde işletmelerin buldukları işkoluna ve üretim tekniklerine bağlı olarak ülkeler arasında hatta aynı ülkenin farklı bölgeleri ve işkolları arasında KOBİ tanımlamaları değişebilmektedir (Karataş, 1991; 22). Öncelikle ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi bu tür bir sınıflamayı engellemektedir. İşletmeler, kapsam, kapasite ve çeşitleri itibarıyla çok çeşitlilik arz etmekte ve dünyanın değişik yerlerinde ve hatta bir ülkenin değişik sektör ve kesimlerinde de farklı büyüklük ve ölçekte olabilmektedirler (Yücel,2000; 4). KOBİ tanımlanmasının önemi, bu işletmelere yönelik hem bilimsel araştırmaların, hem de devlet yardımlarının etkin bir biçimde yapılabilmesinden kaynaklanmaktadır (Baykal, 1998). KOBİ'lerin tanımlanmasında ve sınıflandırılmasında nitel ve nicel ölçütlerin bir bileşiminin ele alınması uygundur (Çelik, 1997; Müftüoğlu, 1993;

(*) Arş. Gör. Başkent Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

Çetin, 1996). Türkiye’de çeşitli kuruluşlarca verilen KOBİ tanımı daha çok çalıştırılan işçi sayısına göre yapılmaktadır. Çeşitli uluslar arası kuruluşlar ve ülkelerdeki KOBİ tanımları da farklılık arz etmesine rağmen genel olarak tanımlarda işletmelerde istihdam edilen kişi sayısı temel olarak alınmaktadır (Ek 1).

KOBİ’ler tüm ülkelerin ekonomilerinde daima önemli yer işgal etmektedirler (Yücel, 2000). Son yıllardaki gelişmeler karşısında büyük işletmeler kimi zaman istenilen adaptasyon ve esnekliği sağlayamazken KOBİ’ler esnek ve dinamik yapılarıyla hızla tepki vermektedirler (Akgemci, 2001). Küçük bir işletmeye sahip olmak öncelikle büyük işletmelerle rekabet etmede girişimciye iki temel avantaj sağlamaktadır. Bunlar; müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içerisine girebilmek ve pazarlama, üretim ve hizmet konularında büyük işletmelere göre daha esnek olabilmektir (Çelik ve diğerleri, 1997).

KOBİ’lerin ülke ekonomileri açısından önemi aşağıda ifade edilmiştir (Savaş, 1997; Demir ve Karakayalı, 1996; Esin, 1995; Gücelioğlu, 1994).

- Büyük işletmelere girdi ve aramalı sağlama
- Emek yoğun teknoloji ile ülke çapında istihdam yaratma
- Esnek üretimin, esnek talep yapısının esnek çalışma sistemini beraberinde getirmesi
- Bölgeler arası dengesizliğin düzenlenmesi (gelişmiş bölgelerden az gelişmiş bölgelere kaynak aktarımı olmaksızın bölgesel farklılıkların azaltılması)
- İkinci el sermaye malları satın almak suretiyle kaynak kullanımında etkinlik sağlama
- Talep değişikliklerine daha kısa sürede ve daha kolay uyum sağlayabilme
- Ekonomide ortaya çıkan dalgalanmalara, büyük işletmelere nazaran daha az duyarlı olma, geçici talep artışlarını karşılama, ani fiyat artışlarını engelleme
- Yeni sayılacak türde mal ve hizmetlerin piyasaya girişinde ve tanıtımında rol oynama

Ülkemizde temel sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ’lerin istihdam ve üretim açısından ekonomideki önemli yerlerine karşın dış ticaret içindeki payları kısıtlı kalmıştır. Toplam işletmeler içindeki payları %99 olan KOBİ’ler’in dış ticaretimizdeki payları %10’dur. Banka kredilerinden aldıkları pay ise %4’tür. Buna karşılık Almanya’daki KOBİ’lerin ihracat içindeki payı %31, kredilerden aldıkları pay ise %35’tir (Yücel, 2000). Japonya, Güney Kore ve ABD için bu oran sırasıyla %50, %43, %47’dir (Demir ve Karakayalı, 1996).

Devlet İstatistik Enstitüsünün verilerine göre, sektörel bazda KOBİ’ler en fazla ihracatı dokuma, giyim eşyası ve deri sektörlerinde yapmaktadırlar (DTM web sayfası).

KOBİ'lere destek sağlamak amaçlı kuruluşlar ve programlar incelendiğinde beşli bir gruplandırma yapmak mümkündür (Akgemci, 2001);

- Kamu Kurumu Niteliğindeki Kuruluşlar (KOSGEB, Türkiye Halk Bankası, Türkiye Vakıflar Bankası Kredileri, KOBİ A.Ş., Kredi Garanti Fonu, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük Sanayi ve El Sanatları Genel Müdürlüğü, Sanayi Bölge ve Siteleri Genel Müdürlüğü, GAP Bölgesi Girişim Destekleme ve Yönlendirme Merkezi, Milli Produktivite Merkezi)
- Mesleki Teşekküller (Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf ve Kefalet Kooperatifleri, Küçük Sanayi Kooperatifleri)
- Özel Kuruluş-Vakıflar (Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı)
- Teknik Yardım, Danışmanlık Hizmeti Veren -Yurtdışı Destekli Kurum- Kuruluşlar (Hollanda Yönetim ve İşbirliği Programı, Balkan Ülkeleri Ticareti Geliştirme Bölge Merkezi, Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü, Avrupa Yatırım Bankası)

KOBİ'leri dış ticarete yönlendirme politikaları uygulayan kuruluşlar Dış Ticaret Müsteşarlığı, İhracatçı Birlikleri, Türkiye İhracatçılar Meclisi, İktisadi Kalkınma Vakfı, Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı, Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Borsalar Birliği, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş'dir (KOSGEB-DTM web sayfası)

A.KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Sorunlar

Türkiye'de ihracat yapan ve ihracat yapmayan küçük ve orta boy işletmeler arasındaki farkların belirlenmesine yönelik uygulamalı çalışmada, ihracat yapan işletmelerin karşılaştıkları zorluklar önem sırasına göre gümrük vergileri, finansman, döviz kurları, dış pazarda rekabetin fazla olması, taşıma zorlukları, bürokratik işlemler, bilgi yetersizliği, ihracatın zor ve karmaşık olması, dil ve kültür farklılığı olarak belirlenmiştir (Koçak, 1998).

Orta Doğu Sanayi ve Ticaret Merkezindeki KOBİ'lerin Sorunları ve Çözüm Önerileri çalışması sonuçlarına göre ise, uluslararası pazarlara açılan KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlar; mevzuat (%37), finansal (%22.3), pazarlama (%19.6), dil ve kültür farklılığı (%8.8), kalite-standart (%7.2), hammadde malzeme temini (%5.1) olarak belirlenmiştir (Alkıbay ve diğerleri, 1999).

KOBİ'lerin dış pazarlara açılma sürecinde karşılaştıkları sorunlar üretim miktarı ve ihracat finansmanındaki yetersizlik, uluslararası pazarlar konusundaki bilgi eksikliği, ihracat işlemlerini yürütürken karşılaşılan sorunlar ile yöneticilerden kaynaklanan sorunlar olarak ifade edilebilir (Baykal, 1998; Gövdere, 1999; Tunceri, 1998; Özgen ve Doğan, 1998).

Ülkemizdeki KOBİ'lerin %67'si profesyonel yönetici istihdam etmemektedir. Türkiye'deki KOBİ'lerin sadece %30'u ihracat sektörü içinde

yer almakta, geriye kalan %70'i ise pasif durumdadır. Üretim hacmi sorunu yüzünden (üretim ölçeği) özellikle yurtdışından gelen büyük hacimli talepleri tek başlarına karşılayamazlar ve ihracat yapma şansını kaybederler.

B. KOBİ'leri Dış Ticarete Yönlendirme Politikaları Çerçevesinde Yapısal Düzenlemeler

Dünya pazarlarına açılmada örgütlenmenin önemi ve bu doğrultuda yapısal düzenlemeler göz ardı edilemez bir gerçek durumundadır. Teknolojik gelişmeler ve piyasa şartları, KOBİ'lerin büyük işletmelere göre, esneklik, yenilikçilik gibi bir takım avantajlarının oluşmasına sebep olmuştur. Ölçek ekonomileri kavramı yerini sinerji kavramına bırakmaya başlamıştır. Sinerji, bir sistemi oluşturan unsurların toplamından elde edilen sonucun o parçaların tek tek sonuçlarının toplamından daha büyük olmasıdır. Uluslar arası pazarlarda yaşanan ağır rekabet koşulları daha güçlü olmayı gerekli kılmaktadır. Bu noktada örgütlenmenin bu işletmeler için önemi ortaya çıkmaktadır. KOBİ'ler güçlerini ve deneyimlerini biraraya getirerek ve ihracatlarını tek elden yürüterek başarılı olma şansına sahiptirler (Yağcı, 1998; Gündüz ve Ergün, 1997).

İhracatta örgütlenme ile; birbirleriyle rekabet etmeyen, aynı üretim dalında faaliyet gösteren KOBİ'lerin bir kuruluş çatısı altında işbirliğine giderek ihracat yapmaları mümkündür. Bunun sonucunda "ortaklaşa ihracat şirketleri" oluşumları ortaya çıkmaktadır. Ortaklaşa İhracat şirketleri firmaların; kendi istekleriyle sağlayacağı faydalara inanarak biraraya geldikleri, ihracata yönelik faaliyetlerinde sermayelerini, bilgilerini, üretimlerini, tecrübelerini biraraya getirdikleri, teknik ve ekonomik anlamda kendi başlarına ulaştıkları boyutların üzerine çıktıkları ve tek başına olduklarından daha etkin yöntemlerle dış piyasalarda rekabet imkanları aradıkları oluşumlardır (Baykal, 1996; Demir ve Karakayalı, 1996).

KOBİ'lerin biraraya gelmesinin firmalara sağlayacağı faydalar aşağıdaki biçimdedir (Yücel, 2000; Müftüoğlu, 1997):

Ortaklarına Finansman Alanında Sağlayacağı Faydalar

- Güçlü sermaye yapısı ile finansman araçlarından daha etkin ve kolay faydalanma
- İhracat giderlerinin paylaşımı nedeniyle daha az finans ile kaynak tahsisi
- Devlet destekleri ve yardımlardan faydalanma

İhracata Yönelik Girişim ve Faaliyetlerde Kolaylıklar

- Potansiyeli olan üreticilerin, bu potansiyellerinin ihracata yönlendirilmesi
- Sektörün talep ve beklentilerinin hükümete ulaştırılması için etkin lobi çalışmaları
- Ortakların ve sektörün ihtiyaç duyduğu alanda eğitim faaliyetlerini gerçekleştirme

Ortaklarına Güçlü Bir Pazarlama İmkanının Sağlanması

- Yeni pazarlar ve yeni alıcılara ulaşmak yoluyla, pazar çeşitlenmesi oluşturulması
- Uluslararası pazarlar ve pazarlama konusunda bilgi birikimi sağlanması
- Organize olmuş dış ticaret şirketlerin dış alıcılara daha çok güven vermesi
- Ortak bir ürün markasının oluşturulması
- Ürün kalitesinin geliştirilmesi, standartlara uygun mal üretilmesi yönünde bilinçlenme
- Bireysel olarak zorlanacakları tanıtım ve reklam faaliyetlerinin daha etkin yapılması
- Pazarlık gücü elde edilmesi ile daha karlı satışlar yapılması
- Büyüme ve gelişme stratejileri ile rekabetçi stratejiler oluşturulması
- Yurtdışında ofis, mağazalarla perakende satış yapma, ithalatçılarla direkt temas kurma

İhracata Yönelik İşlemlerde Sağlayacağı Kolaylıklar

- İhracat işlemlerinin tek bir elden yürütülmesinin mevzuat takibini kolaylaştırması
- Gümrükleme, nakliye, sigortacılıkta işbirliği (maliyetlerin düşmesi, işlemlerin kolaylaşması)

Üretimle İlgili Sağladığı Faydalar

- AR-GE, çevre, kalite konularında ihtiyaç duyulan ortak laboratuvar hizmetinin sağlanması (ürünlerinin uluslararası standartlara, normlara uygun üretimi)
- Kapasite oranlarının yükselmesi sonucunda üretim artışı nedeniyle yurtdışından büyük siparişlere cevap verebilme imkanı
- Yurt içinden ve yurt dışından hammadde ve ara mallar alımının toptan yapılması sonucunda maliyet düşüşleri
- Uzun dönemli yatırım ve üretim planlaması yapılması

Yabancı Şirketlerle İşbirliği İmkanının Sağlanması

- Yabancı firmalarla bil-yap, lisans ve patent gibi konularda anlaşma ve işbirliğine gidilerek ileri teknoloji ve tekniklerin alınması
- Yabancı şirketlerle ticaret ve yatırım konusunda daha güçlü işbirliği sağlanması
- Yabancı firmalarla franchising, joint venture gibi anlaşma ve işbirliğinde kolaylık

Ortaklaşa ihracat şirketleri modeli içinde farklı oluşumlar, ortaklaşa ihracat şirketini kuracak firmaların ihtiyaçları doğrultusunda şekillenir. Bunlar tamamlayıcı ürünleri üreten firmaların biraraya gelmeleri, belirli bir sektörde faaliyet gösteren ikame ürünler üreten imalatçıların biraraya gelmeleri, belirli

pazarlar hedef alınarak ortakların biraraya gelmeleri biçiminde olur. Tamamlayıcı ürünleri üreten firmaların biraraya gelmeleri daha fazla satış imkanı yaratmak (alıcıya mal arzında bütünsellik sağlama) ve pazarlama faaliyetlerinde kolaylık (pazarda dağıtım kanalının aynı olması) amaçlarına yöneliktir. Belirli bir sektörde faaliyet gösteren, ikame ürünleri üreten imalatçıların biraraya gelmesi durumunda kritik olan dış talebin ortaklar arasında ne şekilde dağıtımın yapılacağı hususudur. Bu, aynı tip ürünü üreten firmalar arasında rekabetin azalmasına, ihraç fiyatlarının daha istikrarlı ve yüksek belirlenmesine ve döviz gelirleri artmasına sebep olur. Üretimde kullanılan hammadde ve girdiler, makine-ekipman ve ürün ambalajı benzerlik gösterdikleri için bunların toplu olarak temini yoluna gidilerek üretim maliyetlerinin düşürülmesi sağlanmaktadır. İhracatın gerçekleştirilmesinde belirli pazarlar hedef alınarak ortakların biraraya gelmeleri oluşumunda ise kritik olan, birbirine benzer belirli sayıda pazarın hedef alınmasıdır (Ergün ve Gündüz, 1997).

Türkiye’de önce, Japonya ve Güney Kore’de uygulanan ihracat organizasyonlarına uygun olarak Dış Ticaret Sermaye şirketi kurulmuştur. 1994’den itibaren ise italyan modelinde esinlenerek Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kurulmuştur (Yücel, 2000).

İhracata yönelik pazarlamada bir örgütlenme biçimi olarak Türkiye’de ilk olarak Dış Ticaret Şirketlerinin ilk şekli olan “İhracatçı Sermaye Şirketleri” tanımı 18.7.1980 tarih ve 17051 nolu Resmi Gazetede yayınlanan “İhracatçı Şirketleri Teşvik Kararı” içinde yer almıştır. Söz konusu karar hükümleri, imalatçı olmayan ancak dış pazarlamada ihtisaslaşmış ihracatçı sermaye şirketleri eliyle ihracatın geliştirilmesi ve artırılması esaslarını düzenlemektedir. Bu karar hükümleri daha sonra değişikliklere uğramış ve son olarak “Dış Ticaret Sermaye Şirketleri” adını alarak 26 Aralık 1985 tarih ve 18970 nolu Resmi Gazetede yayınlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile bugün de geçerli olan tanımı yapılmıştır. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri’ue 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 şişirme yolunu seçerek kendilerinden beklenen gelişmeyi tamamlayamamışlardır (Yücel, 2000; Yalçın, 1998).

Dış ticaret şirketlerinin yeniden yapılanmasını yönelik arayışlar ortaya Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ) modelini çıkarmıştır. 1992 yılında Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın bir Tebliği ile farklı sektörlerde yer alan sanayi işletmelerinin belli miktar sermayeyi bulup getirmeleri halinde belirli bir ihracat limitini bulmaları kaydıyla şirketlere “Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketi” ünvanı verilmiştir. Tebliğde yapılan tanım en az 10 imalatçı/imalatçı-ihracatçı firmanın her birinin payının en fazla % 10 ile sınırlı olması koşulu ile, asgari 1 milyar TL ödenmiş sermaye ile bir araya gelmeleriyle sınırlı kalıp uygulama

esaslarını ve ÇOŞ'ların kurulmasındaki amaçları içermemiştir. ÇOŞ'ların kurulmasını amaçları, uygulama esasları, ihracatların ÇOŞ'lar aracılığı ile teşvik edilmesine ilişkin olarak gözlenen eksiklerin giderilmesi amacıyla yeni bir yapılanmaya gidilmesi ihtiyacı doğmuş ve ÇOŞ'ların Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDŞ) olarak yapılanmasına gidilmiştir. Sektörel Dış Ticaret şirketlerinin tanımının yapıldığı 29 nisan 1994 tarihindeki tebliğle COŞ tebliği yürürlükten kaldırılmıştır (Yücel, 2000; Yalçın, 1998; Baykal, 1998).

II. Kobilerin Dış Ticarete Yönlendirilmelerinde Bir Model; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri

Sektörel dış ticaret şirketlerine ilişkin son düzenleme 1996 yılında yürürlüğe konan 96/39 sayılı tebliğ ile gerçekleştirilmiştir (Resmi gazete, 1996).

Tablo 1: *KOBİ'lerin SDŞ Statüsüne Sahip Olması için Gerekli Olan Kriterler*

Kriterler	Normal Yörelerde	Kalkınmada Öncelikli Yörelerde
İşçi Sayısı	1-200	1-200
Faaliyet Alanı	Aynı sektör	Aynı veya farklı sektör
Firma Sayısı	Asgari 5 KOBİ	Asgari 5 KOBİ
Sermaye Miktarı	Asgari 10 milyar TL	Asgari 5 milyar TL
Ortakların Sermaye Payı	%10'dan fazla olamaz	%20'den fazla olamaz
SDŞ'nin Hizmet Alanları	Sadece hizmet sektörü	Üretim ve hizmet sektörü
Yöre Ayrımı Olmaksızın Bütün SDŞ'ler İçin Ortak Olan Kriterler		
Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, Kurucu ortak olarak, 200'den fazla istihdam eden, SDŞ'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal, ekipman ve hizmet sağlayan şirketler, Şirkette profesyonel yönetici olarak çalışmak kaydıyla gerçek kişiler, Kooperatif, birlik, vakıf, mesleki federasyon vb. kuruluşlar		

SDŞ'ler ortakların faaliyet gösterdiği üretim alanına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak nitelendirilirler. Aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla SDŞ ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu ortaklıkların ihracatına aracılık edebilirler. Bu şirketler gerek SDŞ statüsünü aldıkları yılda gerekse takip eden yıl içinde aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ niteliği taşıyan ve fakat ortak olmayan firmaların ihracatına da aracılık edebilirler. SDŞ'lerde ortaklıktan ayrılmak isteyen ortakların payları DTM'nin onayı alınmak ve %10'luk (kalkınmada öncelikli yörelerde %20'lik) azami oran aşılmamak kaydıyla bu rebliğ de belirtilen tanıma uyan yeni veya mevcut ortaklara devredilebilir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracatta devlet yardımlarının hedef grubunu oluşturmakta olup, bu yardımların bazılarından öncelikli yararlanırlar (Resmi gazete, 1996).

SDŞ'ler tesis edildikleri yörelere bağlı olarak, normal yörelere kuruldukları yıl hariç olmak üzere müteakip her yıl içinde en az 5 milyon, imtiyazlı yörelere ise en az 2,5 milyon ABD doları tutarında ihracatı

gerçekleştirememeleri halinde ve tebliğ hükümleri ile ortakların hak ve menfaatlerine aykırı durumların tespit edilmesi durumlarında statüleri geri alınabilir (Resmî gazete, 1996)

SDŞ'lerin ana hedefleri aşağıdaki başlıklar altında değerlendirilebilir (Gövdere, 1999):

- İhracat yapmayan ortakların aktifleştirilmesi
- Yurt dışı mağaza zinciri oluşturulması
- marka yaratılması
- Zorunlu ihracat hedefinin yakalanması
- Ortak sayısının artırılması

16.10.2001 tarihi itibariyle ülkemizde otuz sektörel dış ticaret şirketi bulunmaktadır . Bu şirketlerin toplam sermayesi 2 trilyon 398 milyar 870 milyon Türk Lirasıdır. Toplam ortak sayıları 962 işletmedir. Bu sektörel dış ticaret şirketlerinin sektörel dağılımı söz konusu edildiğinde tekstil-konfeksiyon sektörünün ilk sırada yer aldığı görülmektedir. SDŞ'lerin illere göre dağılımı söz konusu edildiğinde ise İstanbul ili %30 ile ilk sırada yer almaktadır. İkinci sırada %10 ile Ankara vardır. SDŞ'lerin yıllar itibariyle Türkiye ihracatındaki payları söz konusu edildiğinde 1999 yılı en yüksek payı almaktadır. 1997-2000 yılları arasında gerçekleştirilen ihracat miktarı içinde tekstil sektörü en önemli paya sahip konumdadır. 2000 yılında ihracat miktarında en önemli ikinci sektör gıda olurken bu sektörü sırasıyla inşaat, mekanik cihazlar ve ayakkabı izlemektedir (DTM verileri).

Türkiye'de Mevcut Sektörel Dış Ticaret Şirketi modelinden beklenen faydalar aşağıdaki gibidir (Yücel, 2000; İGEME, 2000).

- Profesyonellerce Yürütülecek Etkin Pazarlama Faaliyeti (Uluslararası pazarlara yönelik pazarlama stratejisinin geliştirilmesi, fiilen alıcı bulunması, pazar araştırması yürütülmesi, yeni pazarların bulunması, mevcut pazarların devamlılığının sağlanması, dış pazar eğilimlerinin takip edilmesi, yurt dışı ofis-mağaza açılması, ortak bir marka yaratma imkanı)
- İhracat maliyetlerinin düşürülmesi, İhtisaslaşma ve organize olmanın getirdiği hizmetlerin profesyonel yaklaşımla sunulması
- Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine'ne sağlanan devlet desteği ve yardım programlarından faydalanma
- Kamu ve özel sektörde sağlanan finansman araçlarından daha etkin ve kolay faydalanma
- İhracat prosedürlerinin yerine getirilmesi ve ihracatla ilgili her türlü mevzuatın takibi, devlet desteklerinden faydalanılması ve bilgi akışı
- Ekonomik ve işlevsel olma, lobi edinme ve vizyon kazanmanın getirdiği psikolojik rahatlık (Kamu ve özel sektör ilişkilerinin kuvvetlenmesi).

- Dış rekabetin etkisi ve sunulan hizmetlerin sonucu olarak her aşamada standardizasyona gidilmesi eğiliminin artması
- Nakliye, sigorta ve gümrükleme gibi hizmetlerin kaliteli, süratli, güvenilir ve ucuz sunulması
- İstenilen kalite, miktar ve zamanda sevkiyatların gerçekleştirilmesinin rekabet gücünü arttırması
- Artan ihracatın, kapasite kullanım oranlarını arttırması
- Yurt içi ve yurt dışında dağıtım kanallarında güçlü bir yapıyla yer alma imkanı
- Yurt içi ve yurt dışı enformasyonun hızlı ve sağlıklı temini sağlanması
- Gerek kalifiye elemanların yetiştirilmesi için ilgili kurum ve kuruluşlarla daha kolay işbirliğine gitme imkanı
- İhracat artışının istihdama arttırıcı etkisi
- Yurt içinden temin edilemeyen ara madde, hammadde girdilerin büyük miktarlarda ithali yoluyla daha ucuza temin edilmesi
- Ürünlerin yurt dışı tanıtımı için fuarlara katılma, organize katalog ve broşür hazırlamak, heyet organize etmek faaliyetleri daha etkin yürütülmesi
- Yeni pazarlara girmek ve yeni alıcılara ulaşmak yoluyla pazar çeşitlemesi ve bunun sonucu olarak ürün çeşitlemesi
- Yabancı sermaye ile işbirliğine gidilmesi
- İhracata yönelik olarak ortaklaşa sürdürülen faaliyetlerin yaratacağı maliyet düşüşleri, insan kaynakları ve organizasyon maliyetlerindeki düşüşlerin toplam ihracat maliyetini düşürmesi (SONUÇ: rekabet gücü artışı)

Bu örgütlenmeyi seçen işletmelerin, sektörel dış ticaret kavramını, amaçlarını, faydalarını, SDŞ'lere yönelik teşvik araçlarını, devlet yardımlarını, daha önce kurulmuş ve başarılı gelişmeler göstermiş SDŞ'lerin deneyimlerini bilmeleri ve bunları değerlendirerek stratejiler belirlemeleri önemlidir. Ayrıca SDŞ ortağı firmaların bağımsız yapılarını korurken, SDŞ'lerin de bağımsız bir şirket olarak karar almada ve uygulamada gerekli hızlılığı ve etkinliği kazanmaları sağlanmalıdır.

Sektörel dış ticaret şirketlerinin karşılaştıkları sorunlar iki ana başlık altında toplanabilir. Bunlar yurt içinden kaynaklanan sorunlar ve yurt dışından kaynaklanan sorunlardır. Gövdere (1999) SDŞ'lerin yurt içinden kaynaklanan sorunlarını SDŞ statüsünün kanunla değil, tebliğlerle düzenlenmesi, nitelikli personel bulamama, gümrüklerdeki bürokrasi, bazı kurumlardaki mevzuat eksigi, resmi gazetede yayımlandığı halde yürürlüğe geçmeyen düzenlemeler başlıkları altında değerlendirmiştir.

Yapılan bir diğer araştırma ise bu sorunlar KDV idelerinde gecikmeler, yüksek maliyetler, enflasyon, gerçekçi kur politikalarının izlenmemesi ve yüksek taşımacılık maliyetleri olarak belirtilmiştir (Baykal, 1998).

Uluslararası pazarlarda ortaya çıkan sorunlar yurtdışında bağlantı kurulan müşterilerin SDŞ yerine doğrudan imalatçı firma ile çalışma istekleri, bazı ülkelerde uygulanan kotalar ve ihraç edilen üründen kaynaklanan sorunlardır. SDŞ'ler ortaklarının ürünlerini ihraç etmektedirler. Kalite, fiyat ve marka konusunda duyarlı olmayan ortaklar SDŞ'ler için önemli bir sorun yaratmaktadırlar (Gövdere, 1999).

III. SDŞ'lerin Sorunlarının Değerlendirilmesi Doğrultusunda Alan Araştırması

Çalışmanın bu kısmında Dış Ticaret Müsteşarlığındaki ilgili uzmanlara ve SDŞ yöneticilerine SDŞ'lerin durumunun değerlendirilmesinin yapılması istenerek iki farklı bakış açısından sorunların ele alınması ve bu sorunlar için olası çözüm önerilerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. İlgili kişilerden randevu talep edilmiş ve randevu isteğini olumlu karşılayan iki SDŞ yöneticisi ve DTM'de SDŞ alanında çalışan iki uzmanla mülakat yöntemi kullanılarak bir çalışma yapılmıştır. Mülakatta öncelikle söz konusu sorunlar sorulmuş, daha sonra ise bu sorunların çözümü konusunda değerlendirmeleri istenmiştir. Bu mülakatların sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

SDŞ yöneticileri SDŞ statüsünde tebliğler ile yapılan düzenlemelerin sorun yarattığını belirtmişlerdir. Çözüm olarak resmi kurumların kararlılığını göstermede önemli olduğunu belirterek kanunla düzenlemeleri göstermişlerdir. DTM uzmanları ise bu soruna çözüm olarak gerek bölgesel, gerek sektörel ve gerekse ölçeksel bazda modeli çeşitlendirmenin yollarını arama ve standart bir kanunla modeli belirleme yerine modele esneklik kazandırmayı göstermişlerdir.

SDŞ yöneticileri SDŞ'lerin ve ortakları ile ilgili sorumluluklarının belirgin olmamasını bir sorun olarak belirtmişlerdir. (SDŞ'nin ortağı malı imal ediyor, ihracatı yapan kağıt üstünde SDŞ, Bu SDŞ'lerin üzerine ağır mali yük binmesine, kendi kontrolünde olmayan kambiyo riski, şirketlerin performansı imalatçı ortakların performansı ile eşdeğer tutulmasına sebep oluyor). Bu duruma çözüm olarak, SDŞ'lerin ve ortakları ile ilgili sorumluluklarının ayrı ayrı tefrik edildiği yasal düzenlemelerin yapılması ve mutemetlik uygulamasını göstermişlerdir (sorumluluk icraattan sorumlu olma ile değil verilen talimatı yerine getimesi ile sınırlanmış). DTM uzmanları ise bu çözüm önerisine karşı çıkmış ve 'İhracat imajdır, ülkenin imajını zedeleyecek konularda SDŞ 'ler sorumlu olmalıdır.' Açıklamasını getirmişlerdir.

SDŞ yöneticileri devlet birimleri arasında koordinasyonsuzluk, dialog kopukluğundan yakınmışlardır. Çözüm olarak ise her iki grup ortak biçimde KOBİ'lerle ilgili kuruluşlarda dağılımı giderecek merkezi bir birim kurulması, SDŞ temelinde kapsamlı şirketlere proje bazında ve sonuçlarına göre özel destek verilmesini göstermişlerdir. Aynı şekilde, bir diğer sorun olarak KOBİ'lerce ve SDŞ'ler için dış ticaret istatistiklerine ulaşmada yaşanan zorluklar ifade edilmiştir. Çözüm olarak ise İhracat işlemleri sırasında düzenlenen gümrük beyannamelerinde ayrılacak bir bölümde ihracatçı

firmaların üretici olup olmadıklarının ve çalışan işçi sayılarının sorulması ,bir merkezde KOBİ'lerle ilgili bilgilerin toplanması, derlenmesi ve kullanıma hazır hale getirilmesi, bilginin maksimum akışını ve belli bir potada toplanmasını sağlanması ve proje geliştirilmesinde daha teknik adımlar atılması için üniversitelerden destek alınması gösterilmiştir.

Her iki tarafta şirketlerin bir araya gelmeyi istememelerinden (acaba, bir araya geldiğimde, benim ticari sırlarım, doğal olarak aynı sektörde olmakla birlikte rakibi olduğum firmanın bilgi sisteminin içerisinde dolaşmaya mı başlayacak ve Türkiye'de bütünleşme, birleşme kültürü eksikliği) bir diğer önemli sorun olarak bahsetmişlerdir. Çözüm önerisi olarak, SDŞ temsilcileri SDŞ ve ortakları arasında gerekli güven ortamının yaratılması ve bu güveni devam ettirebilmesi için devlet tarafından geliştirilecek etkili bir denetim mekanizmasının yaratılmasını gösterirken; DTM yetkilileri üniversitelerden destek alınması gerektiğine dikkat çekmişlerdir.

DTM yetkililerinin dikkat çektiği diğer bir nokta ise SDŞ'lerin devletin SDŞ'leri desteklenmesine yönelik genel tutumlarıdır. DTM yetkililerine göre bu tutum şu şekildedir: ' SDŞ'lerin kurulmasıyla ilgili olarak, devlet bize ne gibi imkanlar sağlayacak, neler verecek cebimize ne koyacak, nelerden faydalanırız şeklinde klasik sorular' DTM yetkilileri benimsenen söz konusu modelin nakit indirme şeklinde değil, endirekt teşvik destek şeklinde olduğunu ifade etmektedirler. Bu tutumun değişmesi için, SDŞ'lere göre yapılması gereken ithalatçı firmalar kurulması, her ithalatçı yapacağı her ithalatta, bu birliğe aidat ödemesi ve, bu fonların SDŞ'lerin teşvikinde kullanılmasıdır. DTM yetkilileri ise şirketlerin bu konuda bilgilendirilmesinin de önem taşıdığını belirtmişlerdir

SDŞ yöneticileri DTM ve diğer destekleyici kuruluşların kendilerini tanıtamadıklarından, yeterince pazarlayamadıklarından ve hedef kitleye ulaşamadıklarından yakınmışlar ve buna çözüm olarak da hizmetlerin masa başında değil, yerinde verilmesi ve tanıtımın etkin bir şekilde yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

IV. Sonuç

KOBİ'lerin sorunlarının çözümünde, her bir KOBİ'nin ayrı ayrı değerlendirilmesi hem maliyetli, hem güç hem de uzun zaman alacak bir uğraştır. Bu yüzden, işletmelerin bir organizasyon altında toplanmalarına yani örgütlenmelerine teşvik edilmesi önem taşımaktadır. SDŞ'ler kuruluş amaçları ile KOBİ'ler açısından sağladıkları faydaları, bu işletmelerin ihracata yönelme sebepleri ve ihracat konusunda karşılaştıkları sıkıntıların giderilmesi çalışmalarını örtüşmektedir. Bundan dolayı KOBİ'lerin SDŞ çatısı altında toplanmasının teşvik edilmesi, KOBİ'lerin ihracat konusunda karşılaştıkları sorunları giderilerek, bu işletmelerin ve dolayısıyla ülkemiz ihracatının artırılması için önemli bir adım olabilir. Ancak, bunun için KOBİ'lerin SDŞ'ler hakkında geniş çaplı bilgilendirilmesi ve şimdiye kadar oluşturulan SDŞ'ler kapsamındaki

KOBİ'lerde gerçekleşen olumlu gelişmelerin diğer KOBİ'lere gösterilmesi ve SDŞ'lere yönelik desteklerin artırılarak devam etmesi gerekmektedir.

Kaynaklar

- Akgemci, Tahir, 2001, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, KOSGEB, Ankara
- Alkabay, Sanem; Neşe Songür; İbrahim Ertürk, 1999, Orta Doğu Sanayi ve Ticaret Merkezindeki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Profili sorunları ve Çözüm Önerileri çalışması, KOSGEB, Ankara
- Alpugan, Oktay, 1994, Küçük İşletmeler, Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi, Ankara: Der Yayınları
- Bağrıaçık, Atilla, 1989, Dışa Açılma Sürecinde Küçük ve Orta Boy Firmalar, İstanbul: Beta
- Baykal, Cevdet, 1996, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Ankara: Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları
- Baykal, Cevdet, 1998, Cumhuriyetimizin 75. Yılında DTM'nin KOBİ'lere Bakışı, İhracatta Sektörel Dış Ticaret Şirketi Modeli ve Devlet Yardımları, Ekim: Dış Ticaret Dergisi
- Çelik, Adnan; Nusret Göksu; Messut Bilginer; Ömer Fettahlıoğlu, 1997, Yeni Stratejiler Karşısında KOBİ'ler, Kahraman Maraş Ticaret ve Sanayi Odası, Kahraman Maraş: Yaşar Ofset
- Çetin, Canan, 1996, Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, KOBİ'ler ve Bunların Özendirilmesi, İstanbul: DER yayınları
- Danış, Abdülbahri, 1999, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Karşılaştıkları İhracat Sorunları, 4. Ulusal Pazarlama Kongresi: 159-169
- Demir, Hüseyin; A. Karakayalı, 1996, Dış Ticaretimizde KOBİ'lerin Yeri ve Önemi, Dış Ticaret Dergisi Özel Sayısı, Aralık:55-67
- Dinçer, Ömer; Hüner Şencan, 1995, Orta Büyüklükteki İşletmeler ve Bürokrasi, İstanbul: Müsiad Yayını
- DTM, 2001, Bilim ve Teknoloji Politikaları, Rekabet Gücü ve KOBİ'ler, Doğu Akdeniz Bölgesinde Faaliyet Gösteren KOBİ'ler Kapsamında Bir Araştırma, Dış Ticaret Dergisi, 6, 20, 8-45
- DTM, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine İlişkin Tebliğ Resmi Gazete, 26, Aralık 1996, sayı, 22859, 67-70
- Eren, Tunç; Asuman Yalçın; Füsün Sezer, 1999, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerini Oluşturan KOBİ'lerdeki Girişimcilerin Özellikleri, 4. Ulusal Pazarlama Kongresi: 169-171
- Esin, Arif, 1995, 21. Yüzyıl Ekonomilerine Doğru Bir Kalkınma Aracı Olarak KOBİ'ler, AT Örneği, İstanbul: İKV Yayın No: 97
- Gövdere, Bekir, 1998, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Dışa Açılmasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Değerlendirilmesi,

- Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Gövdere Bekir, 1999, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yapısı Üzerine Bir Araştırma, Dış Ticaret Dergisi, 4, 12, Ocak, 30-59
- Gücelioğlu, Ömer, 1994, Küçük ölçekli İşletmelerin KOSGEB'ten beklentileri, Ankara: Tes-ar yayınları
- İGEME, 2001, İhracat Mevzuatı 2001, Ankara: İGEME
- İGEME, 2000, KOBİ'lerin İhracat El Kitabı, Ankara: İGEME
- Karataş, Süleyman, 1993, Orta ve Küçük İşletmeler Raporu, Ankara: TOBB Yayını
- Koçak, Akın, 1998, Türkiye'de İhracat Yapan ve İhracat Yapmayan Küçük ve Orta Boy İşletmeler Arasındaki Farkların Belirlenmesine Yönelik Uygulamalı çalışma, 6. Uusal İşletmecilik Kongresi, Akdeniz Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, 12-14 Kısım 1998, 319-335
- Müftüoğlu, Tamer, 1997, Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Sorunlar, Öneriler, Ankara: EGS Bank Yayınları, Baskı
- Özalp, Şan, 1971, Küçük İşletmeler, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, Ankara: Sevinç Matbaası
- Özgen, Hüseyin; Selen Doğan, 1998, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlama Açılımda Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları, Dış Ticaret Dergisi, 9, 3: 87-127
- Özcan, Avni, 1998, Dünden Bugüne Dış Ticaretimizdeki Gelişmeler, Dış Ticaret dergisi, DTM Özel Yayını, Ankara
- Sarıca, İsmail, 1989, Sanayileşme Sürecinde Küçük Sanayinin Yeri ve Küçük Sanayi Geliştirme Merkezi Uygulanmasının Değerlendirilmesi, DPT, Ankara
- Sarıarslan, Halil, 1996, Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Sanayi İşletmelerinde sorunlar ve Yeni Stratejiler, Ankara:TOBB,
- Savaş, Elif, 1997, Türkiye'nin Ekonomik Kalkınmasına KOBİ'lerin ve İhracat Paylarının Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi,
- Vakıfbank, 1996, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, Ankara, Vakıfbank
- Yalçın, İbrahim, 1998, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret şirketleri Olarak Örgütlenmeleri, Dış Ticaret Dergisi, 8,3: 74-107
- Yücel Hayrettin, 2000, Uluslararası Pazarlara Açılımda Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rolü, İGEME, Ankara