

## TÜRKİYE'DE İHRACATIN GELİŞTİRİLMESİNDE SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİ

Aykut BEDÜK<sup>1</sup>, Mehmet İNCE<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>S.Ü., Karaman İ.İ.B.F., Kamu Yönetimi Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

### THE IMPORTANCE OF SECTORAL FOREIGN TRADE COMPANIES IN DEVELOPMENT OF EXPORTATION IN TURKEY

**Abstract:** *The Model of Sectoral Foreign Trade Companies is a model which gets the small and medium sized manufacturing enterprises together under an organization to develop their foreign trade. Our government encourages the construction of small and medium sized enterprises to increase the amount of exportation income, variety of exportation goods and encourage the productivity of these companies.*

*There are many important uses of exportation, both for national economy and for companies. Today, exportation is an important subject not only for big companies but also for small and medium sized enterprises because of their special properties different from big companies, especially their flexible characteristics. It's important to take the subject of exportation, to small and medium sized enterprises' programmes as a marketing function and to consider it.*

*In this study the importance of developing exportation, criterions of reaching sectoral foreign trade companies' conditions for small and medium sized manufacturing enterprises, the conditions of sectoral foreign trade companies were investigated and their position in our foreign trade were emphasized and various suggestions were given.*

**Keywords:** *Foreign Trade, Sectoral Foreign Trade Companies, Organization for Export*

### TÜRKİYE'DE İHRACATIN GELİŞTİRİLMESİNDE SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİ

**Özet:** *Sektörel Dış Ticaret Şirketleri(SDŞ) İhracat modeli,Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin bir organizasyon altında bütünleştirilerek dışa açılmalarını sağlamaya yönelik bir modeldir.Devletimiz ihracat gelirlerini arttırmak,ihracat yelpazesini genişletmek ve KOBİ'lerin daha verimli çalışmalarını sağlamak açısından bu şirketlerin kuruluşunu teşvik etmektedir.*

*İhracatın gerek ülke ekonomisine gerekse de firmaya sağladığı çok önemli bazı yararlar mevcuttur. Bununla beraber bugün, ihracat sadece büyük işletmelere özgü bir olgu olmaktan çıkmış ve KOBİ'lerin büyük işletmelere oranla sahip oldukları bazı özellikler, özellikle de daha esnek bir yapıya sahip olabilmeleri, bu işletmelerin ihracatta da başarılı olabileme şansını artıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli olan ihracatın bir pazarlama işlevi olarak KOBİ'lerin programlarına alınması ve bu konuya gereken önemin verilmesidir.*

*Bu çalışmada, Türkiye de ihracatın gelişmesi, önemli KOBİ'lerin SDŞ statüsüne sahip olabileme kriterleri, SDŞ'lerin durumu, dış ticaretimizdeki yeri üzerinde durulmuş ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** *Dış Ticaret, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, İhracatta Örgütlenme.*

### I. GİRİŞ

Türkiye Ekonomisi henüz ekonomik ve sosyal göstergeleri itibarıyla gelişmiş bir ekonomi özelliği kazanamamıştır. Şüphesiz zaman içinde ekonominin çeşitli sektörlerinde, sosyal alanda önemli gelişmeler gözlenmektedir. Bu gelişmeler hep ileriye doğrudur. Bu gelişmeler istikrarlı bir biçimde devam ettiği sürece gelişmiş ekonomi olmaya daha da yaklaşmış olacağız. Bu çerçevede, ekonomimiz içinde ihracat sektöründeki gelişmeler büyük önem taşımaktadır. İhracatla ekonomimiz dış ekonomilerle temasa geçmekte, dış ekonomiler karşısındaki durumunu belirlemekte ve aynı zamanda döviz gelirleri elde etmektedir. Esasen ekonomimizin temel sorunları, kaynak yetersizliği ve döviz azlığı konularında düğümlenmektedir. Ülkemiz yeterli iç ve dış finansman kaynaklarına sahip olamaması dolayısıyla yatırımlarını hızlandıramamaktadır. Bu durum, hükümetleri çeşitli araçlarla ihracatı teşvik etmeye yöneltmekte, hükümetlerde ekonomik ve mali araçlarla

teşvik politikaları uygulamaktadırlar. Mali politika aracı olarak vergiler de bu yönde kullanılmaktadır. İhracat özellikle 1980 sonrası hükümetlerin büyük önem verdiği bir konu olmuştur. Dışa açık ve piyasa ekonomisi temellerine dayalı bir ekonomi oluşturmada, ihracatın sürükleyici gücünden faydalanılmaya çalışılmıştır.

Günümüzün gelişmiş ve gelişen ülke ekonomilerinin tümünde en önemli ve dinamik kesimlerinden biri olarak kabul edilen Küçük ve Orta Boy İşletmelerin ( KOBİ ) ihracata yönlendirilmelerine ilişkin stratejilerinin başında öncelikle " Organize " olmalarını sağlamaya yönelik olanların hazırlanması gelmektedir.

Bu kapsamda "Ortaklaşa İhracat Şirketleri", firmaların, ihracata yönelik faaliyetlerinde gönüllü olarak sermayelerini, bilgilerini, üretimlerini ve tecrübelerini bir araya getirerek ölçek ekonomisinin sağladığı avantajlara sahip olunmasını destekleyici bir model ortaya çıkmıştır. Farklı ülkelerde değişik uygulamalarına rastlanan bu

modelin esas itibariyle amacı aynı olup özellikle KOBİ'lerin ihracata yöneltilerek, daha fazla ihracat imkanının yaratılmasıdır.

Ülkemizde de dönem dönem ihracata yönelik değişik örgütlenme modelleri, "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri", "Çok Ortaklı Şirketler", "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" uygulanmakta olan modellerdir. Bu çalışmada Türkiye'de ihracatın gelişmesi, önemi, KOBİ'lerin SDŞ statüsüne sahip olabilme kriterleri, SDŞ'lerin kurulma şartları, SDŞ'lerin faydaları, Türkiye'de SDŞ'lerin durumu, Dış Ticaretimizdeki yeri, Ekonomimiz içindeki yeri üzerinde durulmuş ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

## II. TÜRKİYE'DE İHRACATIN GELİŞİMİ

19. Yüzyılın başlarında siyasal, askeri ve mali bakımlardan güçsüz duruma düşen Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa devletlerinin, özellikle de İngiltere'nin serbest ticaret yönündeki baskılarına direnememiş ve bu devletlerle bir dizi ticaret anlaşması imzalamıştır. Bu anlaşmalar Osmanlı İmparatorluğu'nun ithalat ve ihracata uygulayabileceği gümrük vergilerini oldukça düşük düzeyde tutmasına ve bağımsız bir dış ticaret politikası uygulayabilme imkanından yoksun kalmasına neden olmuştur. Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise Türkiye'nin dış ticaret hacminde genel olarak bir artış eğilimi görülmektedir. Bu artış, Cumhuriyet'in ilk yıllarında nispeten yavaş bir şekilde olmuş, 1980'li yıllardan sonra süratli bir gelişim göstermiştir [1].

Türkiye'de 1980 yılından itibaren ithal-ikameci bir sanayi ve üretim yapısından ihracata dayalı bir yapıya geçilmesiyle birlikte, 1960-1980 ithal-ikameci dönemde oluşan iç pazara dönük üretim altyapısı ve kapasitesinin ihracata yönlendirilmesi amacıyla gerek iç talebi daraltmaya yönelik para ve maliye politikası uygulamaları, gerekse ihracat performansına dayalı doğrudan teşviklerle ihracat arttırılmaya çalışılmış ve bu politikaların sonucu olarak hızlı bir ihracat artışı sağlanmıştır [2].

1980 sonrası dış ticaretimizdeki gelişmelerde ise önemli değişiklikler olmuştur. "24 Ocak Kararları" olarak bilinen istikrar paketi ile; ülke ekonomisinin 1980 öncesi karşılaştığı temel sorunların çözümüne yönelik bir takım tedbirlerin uygulamaya konulması amaçlanmıştır. 1980 yılından sonra gümrük vergileri tedricen azaltılırken kotalar kaldırılmış, ithalat serbestleştirilmiş, esnek kur sistemine geçilmiş, faizler serbest bırakılarak faiz oranlarının enflasyon üzerine çıkmasına imkan verilmiştir. İthal ikamesine dayalı kalkınma politikasından vazgeçilerek ihracata dayalı kalkınma politikasına geçilmeye başlanmıştır. 1990'lı yıllarda ithalat ve ihracat büyüme hızları arasında paralellik sağlanmış, Türkiye Dünya Ticaret Örgütü hükümlerini kabul etmiş ve AB ile

Gümrük Birliği'ne girmiştir. Türkiye ve AB arasında Gümrük Birliği 1 Ocak 1996'da oluşturulmuştur. Gümrük Birliği sadece tarafların birbirine uyguladıkları gümrük vergileri ile eş etkili vergilerle, ikili ticaretin önündeki her türlü engelin kaldırılması ve üçüncü ülkeler kaynaklı ürünlerde ortak bir gümrük vergisi tahsil edilmesi hususlarını içermekle kalmayıp, topluluğu ortak ticaret ve rekabet politikasının temel unsurlarına uyumu da kapsamaktadır. Gümrük Birliği esas itibariyle sanayi ve işlenmiş tarım ürünlerinde de oluşturulmuştur [1].

## III. İHRACATIN ÖNEMİ VE KOBİ'LERİ İHRACATA YÖNELTEN TEMEL NEDENLER

Ihracatın ülke ekonomisi ve kuruluşlar yönünden büyük bir öneme sahip olduğu somut bir gerçektir. İhracat, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli rol oynar. Bununla beraber, ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi, ihracatın gerçekleşmesi ve beklenen yararların sağlanmasında kritik bir faktördür.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin kendilerine özgü özellik ve ihtiyaçları vardır. Günümüzde hükümetler ülke ekonomisinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin önemi konusunda bilinçlenmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için yeni pazarlar aranmakta ve bu işletmeler ülke ekonomisine katkı amacıyla ihracat yapmaya yöneltmektedirler. Bu sebeple ülkelerin ihracat performanslarıyla küçük ve orta işletmelerin gelişimini birlikte düşünmeleri dünya ticaretindeki küresel dengeler için zorunlu bir hal almıştır [3].

Günümüzde ihracat; gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerde hatta küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerde, dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik ihracat geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak görülmektedir.

Ihracatın gerek ülke ekonomisine gerekse de firmaya sağladığı çok önemli bazı yararları mevcuttur. Bununla beraber bugün, ihracat sadece büyük işletmelere özgü bir olgu olmaktan çıkmış ve KOBİ'lerin büyük işletmelere oranla sahip oldukları bazı özellikler, özellikle de daha esnek bir yapıya sahip olabilmeleri, bu işletmelerin ihracatta da başarılı olabilme şansını artıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli olan ihracatın bir pazarlama işlevi olarak KOBİ'lerin programlarına alınması ve bu konuya gereken önemin verilmesidir [4].

Bugün gümrük birliği ve ekonomik bütünleşmeler gibi nedenlerle dünya tek bir pazara yönelmekte ve bu da küresel işletmelere yönelmeye neden olmaktadır. Çeşitli ülke ekonomileri dış ticaret ve yabancı sermaye yatırımları ile birbirine bağımlı hale gelmiştir. Uluslar

arası pazarlama literatürüne göre, uluslararasılaşma sürecinin ilk aşaması genellikle ihracat, son aşamasının ise dolaysız yatırımlar olduğu kabul edilmektedir. İhracat ve yatırım alternatiflerinin yanı sıra, işletmelerin uluslararası işletme statüsüne kavuşabilmeleri için kullanabilecekleri diğer stratejiler ise, lisans ve yönetim anlaşmalarıdır [1].

Dış pazarlara girme açısından en iyi verilebilecek örnek küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) dir. KOBİ'ler için ihracat, dış pazarlara girme alternatifleri arasında en kolay ve en çok kullanılanıdır. KOBİ'ler küçük işletme olarak kurulmuş olmalarına rağmen işletmeciliğin temel amacı zaman içinde büyümektir. Büyümek için de işletmeler, iç piyasa ile yetinmemekte, dış piyasalara açılmaktadır. İhracat sayesinde uluslararası alanda tecrübe kazanan işletmeler, ihracat yaptıkları pazar ve ihraç ettikleri ürünlere yenilerini ekleyerek faaliyetlerini genişletebileceklerdir [1]. Firmaları uluslararası pazarlara yönelten çeşitli nedenler vardır. Bunların en önemlileri şunlardır [5] :

- İç pazarlardaki talebin azalması.
  - Çeşitli nedenlerden, işletmede atıl kapasite var ise, üretim artırılarak, ihracat yoluyla satış ve kar artırılmak istenmesi.
  - İç pazardaki rekabetten kurtularak, riski azaltmak.
  - İç pazarlarda ömrünü tamamlamak üzere teşvik olan mamullerin ömrünü uzatmak.
  - Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak.
  - Ülkemizde olduğu gibi, bazı ülkeler döviz girdisi sağlamak amacıyla, dış satımcılara vergi iadesi, ihracatı teşvik kredisi, vergi istisnası, gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı ve benzeri teşvik imkanlarından yararlanmak.
  - Dış pazarlarda, güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda da güçlü hale gelmek.
  - İşletmenin politik etkinliğini arttırmak.
- Firmaların iç piyasadan dış piyasaya açılmaları sonucu, ihracata yönelmelerinin de ülke ekonomisine büyük katkıları vardır. Bunlar [1] ;
- İhracat, ülkenin ihtiyacı olan ve kalkınması için ihtiyat duyduğu ithalatın karşılanmasında kullanacağı döviz sağlayan en önemli araçlardan biridir.
  - İhracat, bu sektörde yer alan kuruluşlar ile ekonominin istihdam yaratma gücüne katkı sağlar.

- İhracat, uzmanlaşmayı ve etkinliği teşvik eder, ülkenin mevcut kaynaklarının etkin bir şekilde değerlendirildiği, pazarlama potansiyeli olan ürünlerde/pazarlarda yoğunlaşarak, daha etkin üretim, pazarlama ve dağıtım yeteneklerinin geliştirilmesine imkan sağlar.

- İhracat teknolojik yeniliklerin ve pazarlama yeniliklerinin gelişimini ve pazara aktarılmasını teşvik eder.

İhracatın bileşeni de, ihracat miktarı ve yıllara göre artış hızı kadar önemli bir konudur. Gelişmekte olan ülkelerde ihracatın bileşeni kompozisyonunda yer alan hammaddeler, tarım ürünleri ve yarı işlenmiş ürünlerin büyük paya sahip olması, iklim koşulları, fiyatlardaki dalgalanmalar, artan rekabet ve teknolojik gelişmeler ihracatta istikrarsızlığa neden olmakta ve zaman zaman ekonomide dar boğazları oluşturmaktadır.

İhracat,ülke ekonomisi ve kuruluşlar açısından büyük öneme sahiptir. İhracata yönelmiş firmalar ihracatlarını geliştirme kapsamında,kalite kontrolü ve standardizasyon gibi temel sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bunların yanında, fiyat-maliyet ilişkisini doğru kuramamaları da bir sorun kaynağı olmaktadır [6].

Kobi'lerin Ulusal ve dış pazarda rekabet gücünü etkileyen sorunları şu şekilde sayabiliriz [7];

-KOBİ'leri ihracata yönlendirmek veya İhracatlarını geliştirmek için planlı bir strateji izlenmemesi,

-İhracatta mevcut uygulamaların KOBİ'lerin aleyhine işlemesi,

-Bürokratik engeller,

-Küçük sanayi sektörünü geliştirmeyi ve bu sektörün ihracata katkısını arttırmayı hedefleyen amaçların açıkça ortaya konmaması,

-Kalite düşüklüğü,

-Dış fiyatlamada yanlışlıklar,

-Rakiplerin yeterince tanınmaması,

-İhracat konusunda bilgi ve eleman eksikliği,

-İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği,

-Ürünlerin ihracata uygun olmaması.

#### IV. TÜRKİYE'DE İHRACATTA ÖRGÜTLENME' YE YÖNELİK UYGULAMALAR

Türkiye'de 1980'den sonra benimsenen "dışa açık büyüme modeli" çerçevesinde istikrar ve sürekliliğin sağlanması için ülke ekonomisinin rekabet gücünün uluslar arası piyasaların rekabet ortamına uygun olmasını temin etmek gerekiyordu. Çünkü ihracatçılarımızın dış piyasalarda eşit şartlarda rekabet edebilmesi, büyümenin lokomotif gücü olarak kabul edilen ihracatımız açısından çok önemli bir durum olmaktadır. Özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllarda Türk ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar ve bu sorunların başında gelen "ihracatın ithalat karşısında devamlı açık vermesi" sorunu siyasi otoriteyi ve işletmelerimizi yeni ihracat modelleri arayışları içine itmiştir.

Bu nedenle ilk olarak ihracatta örgütlenme modeli olarak tüm dünyada uygulanan "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" (DTSS) modeli kurulmuş, ihracatımız bu şirketler aracılığıyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu şekilde 1981-1989 yılları arasında dış ticaret sermaye şirketleri ihracat işlemlerinde ve pazarların bulunmasında başarılı olarak görülmüş, bu şirketlerin ülke toplam ihracatı içindeki payı ise ortalama %45 dolaylarına ulaşmıştır. Bunda DTSS'lerine devlet tarafından sağlanan yüksek düzeydeki avantaj ve ayrıcalıkların payı da oldukça büyük olmuştur. Fakat bu örgütlenme modelinin Türkiye'de daha çok büyük sermaye gruplarının öncülüğünde oluşturulması ve KOBİ'lerimize pek yararının olmaması, ülke ihracatının DTSS'lerinin etkinlikleri nedeniyle mi, yoksa gerçekçi döviz kur politikaları, iç talebin kısılması, reel faiz oranları politikası gibi makro ekonomik önlemler nedeniyle mi artığının anlaşılabilmesi sonucu DTSS'lerinin Türkiye'nin ihracatına ne sağladıkları net olarak anlaşılabilmiş, daha sonra 1990'lı yılların başlarında da ülke ihracatındaki paylarının önemli ölçüde azalmış olması ve de DTSS'lerine verilen devlet desteğinin kaldırılması bu modelin önemini yitirmesine neden olmuştur. Kısacası DTSS'lerinin Türk dış ticaretinin geliştirilmesinde alternatif bir model oluşturamayacağı anlaşılmıştır.

Ancak ihracatta örgütlenme çalışmaları bu şekilde son bulmamış ve 14.02.1992 Tarih ve 21142 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 92/2 sayılı tebliğ ile imalat ve ihracat sektörünün sürükleyici ve dinamik gücü olan ve sanayimizin de %98'ini oluşturan KOBİ'lerin bir araya gelmesi ile oluşturulan ve AET, Japonya ve ABD'de başarılı örnekleri bulunan "Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri" (ÇOŞ) modeli Türkiye için yeni bir ihracat modeli önerisi olarak sunulmuştur [8]. Ancak bu modelde de beklenen gelişmelerin sağlanamaması ve ülke ihracatının 1994 yılında bir krizle karşı karşıya kalması gibi nedenler de Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin kuruluş ve işleyişini belirleyen yeni düzenlemelere

gidilmesine yol açmıştır.

İhracatta örgütlenme modellerinden biri olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri,ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat örgütlenme modelidir.Başka bir deyişle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri,aynı veya farklı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ihracatta bir organizasyon altında bir araya getiren ve dünya pazarlarına yönlendiren şirketler olarak tanımlanabilir [9].

KOBİ'lerin ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" (SDŞ), Gümrük Birliği çerçevesinde aynı üretim dalındaki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerimizin (KOBİ) ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmalarını, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu surette özellikle Avrupa Birliği KOBİ'leri ile yurt içinde ve yurt dışında rekabet şartlarını artırarak daha etkin faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla kurulmuş olan şirketlerdir.

Bu şirketler ilk olarak 18 Mayıs 1995 Tarih ve 22287 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 95/4) ile düzenlenmişlerdir [10]. Bu şirketlere ilişkin ikinci düzenleme 06.01.1996 Tarih ve 22515 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 96/5)'dir [11]. Bu tebliğ ile KOBİ'lere Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca "Sektörel Dış Ticaret Şirketi" (SDŞ) statüsü verilmesi, geri alınması ve bu şirketin sorumlulukları düzenlenmiştir.

Yine SDŞ ile ilgili son düzenleme 26 Aralık 1996 Tarih ve 22859 Sayılı "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 96/39)'dir [12]. Bu tebliği ile 27 Eylül 1996 Tarih ve 22770 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin İhracat 96/32" Sayılı Tebliğ bu Tebliğin Yürürlüğe girmesi ile yürürlükten kaldırılmıştır [13].

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. 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 oluşturmalarına bu konuda hizmet vermelerinin amaçlanmasıdır [14].

İhracatta örgütlenme modellerinden biri olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat örgütlenme modelidir. Başka

bir deyişle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, aynı veya farklı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ihracatta bir organizasyon altında bir araya getiren ve dünya pazarlarına yönlendiren şirketler olarak tanımlanabilir. Böylece bu şirketler, ortakları olan KOBİ'lere ihracatla ilgili konularda hizmet sağlayan, ortaklarının dış ticarete uzmanlaşmasını sağlayan şirket görünümündedir [9].

#### IV.1. KOBİ'lerin SDŞ Statüsüne Sahip Olabilmeleri İçin Gerekli Olan Kriterler

KOBİ'lerin SDŞ statüsüne sahip olabilmeleri için gerekli olan kriterleri normal yöreler ve kalkınmada öncelikli yöreler şeklinde incelemek mümkündür [14].

	Normal Yörelerde	Kalkınmada Öncelikli Yörelerde
İşçi Sayısı	1-200 arası	1-200 arası
Faaliyet Alanı	Aynı üretim dalı	Aynı veya farklı üretim dalı
Firma Sayısı	Asgari 10 KOBİ	Asgari 5 KOBİ
Sermaye Miktarı	Asgari 10 milyar A.Ş.	Asgari 5 milyar A.Ş.
Ortakların Sermaye Payı	% 10'dan fazla olamaz	%20'den fazla olamaz

Yayımlanan Tebliğin (96/39) 3. maddesinde; yöre ayırımı olmaksızın bütün SDŞ'ler için ortak olan kriterler şöyle der;

- SDŞ'leri, şirketin kurulması ve geliştirilmesinde yardımcı olmak amacıyla aşağıda belirtilen unsurlarından en fazla ikisini bünyelerinde bulundurabilirler.

a- Ortaklık paylarının toplamı, SDŞ sermayesinin % 10'unu aşmamak kaydıyla, kurucu olarak, 200'den fazla işçi istihdam eden şirketler,

b- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak ve şirkette profesyonel yönetici olarak çalışmak kaydıyla gerçek işçiler,

c- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, SDŞ'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal, ekipman ve hizmet sağlayan şirketler,

d- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, kooperatif birlik, vakıf ve mesleki federasyon vb. kuruluşlar.

Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı (d maddesinde belirtilen kuruluşlar hariç) çıkartılması gerekmektedir.

Bu şartlara haiz bulunan şirketlerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi olabilmeleri için, müracaat formunu doldurarak, istenilen bilgiler ile birlikte, Dış Ticaret

Müsteşarlığı-İhracat Genel Müdürlüğü'ne müracaat etmeleri gerekmektedir.

#### IV.2. KOBİ'lerin SDŞ Statüsü Aldıktan Sonra Yerine Getirecekleri Mükellefiyetler

26 Aralık 1996'da 22829 nolu Resmi Gazete'de yayımlanan ihracat 96/39 tebliğine göre; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri [15]:

- Ortakların faaliyet gösterdiği üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilirler.

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

- SDŞ'lerde ortaklıktan ayrılmak isteyen ortakların payları DTM'nin onayı alınmak ve %10'luk (Kalkınmada öncelikli yörelerde % 20'lik) azami oran aşmamak kaydıyla bu tebliğde belirtilen tanıma uyan yeni veya mevcut ortaklara devredilebilir.

- SDŞ'ler ortaklık yapısında ve sermayesinde yapılan değişiklikleri bir ay içerisinde DTM'ye bildirirler. SDŞ'ler yaptıkları ihracatla ilgili olarak, altı aylık ve yıllık ödemeler itibarıyla DTM'ye (İhracat Genel Müdürlüğü) faaliyet raporu vermekle yükümlüdürler.

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

- Sektörel Dış Ticareti ile imalatçı arasında bir aracılık sözleşmesine binaen imalatçı şirketin bizzat imal ve tedarik ederek Sektörel Dış Ticaret Şirketi üzerinden gerçekleştirdiği ihracatta ise, aracılık sözleşmesinde aksine bir hüküm bulunmadığı sürece ihracat, kambiyo ile ilgili sair mevzuatta öngörülen idari ve cezai yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran imalatçı şirketler sorumludur.

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

#### IV.3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Üzerinde Durması Gereken Noktalar

Sektörel Dış Ticaret statüsü, aşağıda belirtilen durumlarda Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca geri alınabilir [14].

- Normal yörelerde kurulmuş olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin; Kuruldukları yılı takip eden yıl içinde ait oldukları üretim dalında en az 5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri.

- Kalkınmada öncelikli yörelerde kurulmuş olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin; kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 2,5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri.

- Yapılacak incelemeler ve denetlemeler neticesinde, ihracat 96/39 sayılı Tebliğ hükümleri ile ortakların hak ve menfaatlerine aykırı durumların tespit edilmesi.

- İhracat 96/39 sayılı Tebliğ'de belirlenen konular dışında kalan hususlar, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca İhracat rejimi çerçevesinde sonuçlandırılır.

#### IV.4. KOBİ'lerin SDS Çatısı Altında Örgütlenmesinin Sağlayacağı Faydalar

Sektörel Dış Ticaret Şirketinin ortağı konumundaki firmaların ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların pazarlama yöntemleri SDS'lerin faaliyet alanlarını belirlemektedir.

SDS'lerin ihtiyaçları iki ana grupta toplanmaktadır. Bunların ilki üretici olmakla birlikte tek başına ihracat bilgi, becerisine sahip olmayan ve ihracatın finansmanını sağlamayan firmaların fiile alıcı bulmak ve fiilen dış Pazar araştırması yürütmek faaliyetlerinden başlayarak aktif ihracatın ihtiyaç duyulan alanlarında faaliyet göstermesi şeklindedir. İkincisi ise, Üretici-İhracatçı konumunda olan ancak ihracatı küçük ölçekte gerçekleştiren firmaların, ölçeklerini büyütme üzere pasif ihracat faaliyetlerini daha etkin olarak yürütebilmesidir [14].

İhracata yönelik bu örgütlenme modeliyle KOBİ'lerin bireysel olarak ihracat yaptıklarında karşılaşılabilecek zorlukların aşılabilmesi ve bireysel pazarlama etkinliklerine göre daha güçlü pazarlama imkanları edinebilmeleri mümkün olabilmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin yönetim ve maliyet avantajı elde edeceği bu örgütlenme modeli sayesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine üretimden pazarlamaya, yatırımdan ihracata önemli destekler sağlamaktadırlar. Bu destekler aşağıda sıralanmıştır [16]:

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

- **Eğitimle İlgili Destekler:** Sektörel Dış Ticaret

Şirketleri, ortaklarının ve sektörünün ihtiyaç duyduğu üretim, pazarlama, ihracat, AR-GE ve benzeri alanlardaki eğitim faaliyetlerine ve nitelikli eleman yetiştirilmesine katkıda bulunmaktadırlar.

- **Finansman ve Kredi Desteği:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarına yurt içi ve yurt dışı, finansman ve kredi alanlarında kaynaklar bulmada yardımcı olmakta ve böylece ortakların daha güçlü bir sermaye yapısına sahip olmasını sağlamaktadır.

- **Devlet Yardımları:** KOBİ'ler Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine sağlanan devlet destekleri ve yardımlarından faydalanma imkanlarına sahip olabilmektedir.

- **Üretim, Tedarik ve Pazarlama Konularında Destekler:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarına güçlü bir pazarlama ağı oluşturabilmektedir. Ayrıca ortaklarının dış rekabetin etkisiyle ürün kalitesinin geliştirilmesi ve standartlara uygun mal üretilmesi yönünde bilinçlendirme faaliyetlerine de destek vermektedir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeliyle KOBİ'ler gerek yurt içinden gerekse yurtdışından hammadde ve ara malları alımını toptan yapabilmektedirler.

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

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

- **Yurtdışında Dağıtım Kanallarına İlişkin Destekler:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yurtdışında açacakları ofis/mağazalar kanalıyla perakende satış ile ithalatçılarla doğrudan ilişki kurma imkanına sahip olabileceklerdir.

- **Ortak AR-GE Çalışmaları:** başta AR-GE olmak üzere çevre, ürün geliştirme, kalite gibi pek çok konuda ihtiyaç duyulan laboratuvar hizmetlerinden ortak faydalanabilmektedir. Ortak bir ürün markası oluşturarak, bu üründe maliyet ve pazarlama avantajlarına sahip olacaklardır.

#### V. TÜRKİYE'DE SDS'LERİN DURUMU

Ülke ihracatının arttırılması yönünde devlet politikalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan SDS'ler, birçok ülkede uygulanan "ihracatta örgütlenme" modelleri arasında en iyi olarak gösterilmektedir. Bu model ile KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi ve üretim yapılarını

güçlendirmelerine imkan verecek gelişmelerin sağlanması hedeflenmekle beraber, aslında amaç; ihracatın artırılıp, istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasıdır. Dış dünyadaki ülkeler, ülkemizde ihracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDS'lerden "Türk modeli" diye bahsetmektedirler[17]

Bu model, Batılı ülkelerdeki benzer uygulamalarından daha farklı, başarılı ve sistemli bir şekilde uygulanmaktadır. Diğer ülkelerdeki ihracatta örgütlenme modelleri, ülkemizde 1980'li yıllarda oluşturulan DTSS modelindeki gibi pazarlama aşamasında kurulan bir ortaklık düzeyinde kalmıştır. Ancak Türk modeli denen SDS'lerde ise KOBİ'lerin hemen hemen tüm ihtiyaçları karşılanmaktadır.

Bugün için ülkemizdeki SDS'lerin tekstil sektöründe yoğunlaştığı ve bu alanda kurulan SDS'lerin çoğunun ortak sayısı ve kuruluş sermayesi bakımından yüksek değerlere sahip oldukları gözlenmektedir. Ayrıca tekstil sektöründe yoğunlaşan SDS ortaklarının, örgütlenme öncesi de ihracat yaptıkları bilinmektedir. Mobilya, gıda ve plastik sanayinde faaliyette bulunan SDS'lerin ise ortak sayısı ve başlangıç sermayesi açısından zayıf oldukları söylenebilir. Özellikle gıda ve mobilya sektöründe daha önce hiç ihracat deneyimi olmayan firmaların bir araya geldikleri ve bu örgütlenme ile birlikte ihracata yöneldikleri gözlenmektedir. İhracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDS'lerin bünyesinde büyük oranlarda KOBİ'leri bir araya getirmektedir.

Tablo.1. SDS'lerin Sektörel Dağılımı

SEKTÖR	SDS SAYISI
Tekstil-Konf.	16
Gıda ve Tarımsal ürün	4
Otom.Yan.San.	3
Mobilya	2
Yazılım	1
Plastik İşleme	1
Çiçekçilik	2
İş Mak. Yedek Parçaları	3
Deri Mamulle.	2
Ayakkabı San.	2
İnşaat, Yan. San.	1
<b>TOPLAM</b>	<b>37</b>

Kaynak: [www.igeme.org.tr](http://www.igeme.org.tr)

Ülkemizde 07 Mayıs 2003 tarihi itibarıyla faaliyet gösteren 37 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin sektörel dağılım tablosu üstte gösterilmiştir.

Tablo.1'e göre ülkemizdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; 16 Tekstil-Konfeksiyon, 4 Gıda ve tarımsal ürün, 3 Otomotiv Yan Sanayi, 2, Mobilya, 1 Yazılım, ve 1 Plastik İşleme, ve 2 Çiçeklik, 3 İş makinaları-yedek parça, 2 Deri Mamulleri, 2 Ayakkabı, 1 İnşaat ve yan sanayinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, teknoloji

yoğun olan ve çok hızlı değişim ve gelişme gösteren bir alanda çalışmalarını sürdürmektedir. Ancak sektördeki bu gelişme, bu şirketlerin uluslararası piyasalarda da teknik koşullara uyum konusunda zorluklarla karşılaşmalarına neden olmaktadır.

İllere göre SDS'lere baktığımızda ,yoğunluğun 14 şirketle İstanbul'da olduğunu görüyoruz. Ankara, Bursa 4'er şirketle İstanbul'u izlemekte, G.antepe' te 3, Adana, Konya Antalya Çorum'da 2, Samsun, D.bakır, İzmir'de 1 er SDS'nin kurulmuş olduğunu görüyoruz.

Tablo.2. İllere göre SDS'lerin Dağılımı

İLİ	SDS SAYISI
İSTANBUL	14
ANKARA	4
G.ANTEP	3
SAMSUN	1
BURSA	4
K.MARAŞ	1
ANTALYA	2
ADANA	2
D.BAKIR	1
KONYA	2
ÇORUM	2
İZMİR	1
<b>TOPLAM</b>	<b>37</b>

Kaynak: [www.igeme.org.tr](http://www.igeme.org.tr)

## VI. TÜRK DİŞ TİCARETİNDE SDS'LERİN YERİ

1994 yılındaki önlemler paketinin temelinde, ihracatın artırılması önemli bir yere sahip olduğu için devlet, özellikle KOBİ'leri, ihracatta örgütleyecek olan Sektörel Dış Ticaret Şirketi modeli diye adlandırılan yeni bir teşvik sistemini uygulamaya başlamıştır. Bu teşvik sistemi sayesinde aynı üretim dalında faaliyet gösteren, ancak ihracata yönelemeyen ve/veya iyi bir ihracat potansiyeli bulunmayan KOBİ'leri, SDS çatısı altında bir araya getirerek ihracatın artırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Türkiye'nin 1994'ten bugüne kadarki ihracat ve ithalatını gösteren aşağıdaki tablolar Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörler bazında düzenlenmiştir. Bu sayede Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörlerdeki ihracat ve ithalat rakamları ile Türkiye'nin aynı sektörlerdeki toplam performansı karşılaştırılabilecektir. Aşağıdaki tablo, SDS'lerin faaliyette bulunduğu sektörler bazında ülkenin 1994-Temmuz 2000 arasındaki toplam ihracat rakamlarını vermektedir [18].

Tablo.3 incelendiğinde, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler açısından, ülkenin toplam ihracat rakamlarının yüzdesel dağılımına bakıldığında, bu sektörlerin ihracat içerisinde önemli bir

yere sahip olduğu görülmektedir. Çünkü bu sektörler toplam ihracat rakamları içerisinde 1994 ile 1999 yılı arasında ihracatımızın ortalama %58'ini gerçekleştirmişlerdir. 2000 yılında ise dünyada yaşanan durgunluğun ülkemize yansımaları görüldüğünden dolayı, bu sektörlerin toplam ihracat içindeki payı %50 seviyesine düşmesine neden olmuştur. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği bu sektörlerin Türkiye ekonomisinin yükünü çektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Ülkenin toplam ihracatı içerisinde önemli yere sahip olan bu sektörlerin, genel özelliği, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörler olmasıdır [17]. Tabloya bakıldığında tekstil-konfeksiyon, tarımsal ürünler, deri mamulleri, gıda gibi sektörlerin toplam ihracat içindeki yerleri daha fazladır. Özellikle dünya piyasalarında söz sahibi olduğumuz tekstil-konfeksiyon sektörünün toplam ihracat içinde çok büyük bir yere sahiptir. Buna karşılık karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığımız otomotiv ve iş makineleri sektörlerinin toplam ihracat içindeki yerleri de küçümsenmemelidir.

**Tablo.3. SDS'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesele Dağılımı (%)**

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Tekstil-Konf.	36,5	39,1	37,8	38,2	39,4	37,5	31,6
Gıda	2	2	1,8	2,4	2	2,2	1,9
Otom. Yan San.	1,8	2,9	3,4	2,5	2,9	5,4	4,7
Mobilya	0,6	0,7	1	1,1	1,4	1,8	0,5
Yazılım	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Halı, Halı İpliği	1,3	1,1	1,3	1,3	1,4	1,6	1,2
Plastik İşleme	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8
Çiçekçilik	-	-	-	-	-	-	-
Tarımsal Ürün	8	7,4	6,9	6,8	6,1	6,8	5,5
İş Mak. Yedek Parçaları	1,8	1,8	2,1	2,3	2,3	2,5	2,2
Deri Mamull.	2,5	1,7	1,6	1,3	1,4	1,4	1,1
Ayakkabı San.	0,8	0,5	0,9	1,1	1	0,6	0,4
İnşaat, Yan. San.	-	-	-	-	-	-	-
<b>TOPLAM</b>	<b>56,3</b>	<b>58,3</b>	<b>58,7</b>	<b>57,9</b>	<b>59</b>	<b>60,8</b>	<b>50</b>

*Kaynak: Alagöz, M. (2002). Türkiye'deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması. S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7, s.69. [17].*

## VII. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE SEKTÖREL DİŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN YERİ

Sanayi Devriminin başladığı 18. Yüzyılın ikinci yarısından 1970'li yılların başlarına kadar devam eden süreçte sosyal, ekonomik, politik ve özellikle üretim teknolojisindeki hızlı değişimler işletmeleri başta finansman ve insan kaynağı olmak üzere çeşitli rekabet sorunlarıyla karşı karşıya bırakmıştır. Dünya genelinde yaşanan bu gelişmeler, işletme ölçeklerinin esneklik

gücünün yeniden gözden geçirilmesini gündeme getirmiş, özellikle iletişim, bilgisayar gibi alanlardaki değişme ve gelişmelere büyük ölçekli işletmelerin uyumda zorlanması, ekonomik ve siyasi konjonktürdeki değişimler karşısında hareket kabiliyetlerinin sınırlı olması ile büyük işletmelerin "ekonomik gelişmenin motoru olduğu" düşüncesi yavaş yavaş önemini kaybetmiş, başarılı yenilikler yapmada üstün sayılan ve mülkiyetin tabana yayılmasına, sosyal yapıdaki istikrarın ve demokratik sürekliliğin sağlanmasına büyük katkısı olduğu vurgulanan küçük ve orta ölçekli işletmelerin önem kazanmasına neden olmuştur. Çünkü serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde, gerek ulusal pazarlarda gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin sürdürülmesine büyük katkısı olan KOBİ'ler endüstriyel yapının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır.

Türkiye'nin 90'lı yıllarda farkına vardığı KOBİ'lerin ekonominin temel direği olduğu gerçeğinin artık her kesim tarafından kabul edilmeye başlandığı günümüzde Türkiye'nin toplam sanayi işletmelerinin %98'ini sayıları 200.000'i aşan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu işletmelerin toplam istihdam içindeki payları %50, üretim payları %40, kredi kullanım oranları %4'dür. KOBİ'lerin ihracat içindeki payı ise bu oranların oldukça altında olup %8 seviyesinde seyretmektedir [17].

1992-1994 yılları arasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine geçiş modeli olan Çok Ortaklı Sermaye Şirketlerinden sonra şu an dünyada "Türk modeli" olarak adlandırılan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeli ortaya çıkmıştır. Nisan 1994'te yürürlüğe giren bu model sayesinde KOBİ'lere, üretimden pazarlamaya, yatırımdan ihracata muazzam parasal ve teknik destekler verilmeye başlanmıştır. Ancak 1994 sonunda imzalanan DTÖ anlaşmasına taraf olmamız ve AB ile Gümrük Birliği sürecine gidilmesi "ihracat performansına bağlı ve yasaklanmış sübvansiyonlar olarak kabul edilen teşvikler" yürürlükten kaldırılmıştır. Bu teşvikler yerine AB ve GATT normlarına uygun yeni teşvik sistemi oluşturulmuştur. Böylece KOBİ'leri ihracatta örgütlenmesini sağlayan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ilk yıllarda nasıl bir uygulama olacağına bilinmemesi, büyük iller dışındaki KOBİ'lerin yeterince bilgilendirilmemesi ve bu KOBİ'lerin profesyonel yöneticileri olmadığı için bu modeli anlamakta güçlük çekmesi gibi nedenlerden dolayı fazla uygulama alanı bulmamıştır [19].

Tablo.4 incelendiğinde tekstil-konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, toplam sektör ihracatı içerisindeki yüzdeler payının, diğer sektörlerle oranla yüksek olduğu görülmektedir. Yine aynı şekilde otomotiv yan sanayi, mobilya, halı ve halı ipliği, tarımsal ürünler, iş makineleri ve deri sektörlerinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, toplam sektör ihracatı içerisindeki paylarını arttırmışlardır.

Tablo.4. SDŞ'lerin ve Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesele Dağılımı (%)

Yıl/Sektör	1994		1995		1996		1997		1998		1999		2000	
	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ
Teks.	36,5	6,3	39,1	9,6	37,8	8,3	38,2	9,3	39,4	11,7	37,5	7,9	31,6	6,2
Gıda	2	-	2	0,5	1,8	0,5	2,4	1,5	2	-	2,2	-	1,9	-
Otom.	1,8	-	2,9	-	3,4	0,05	2,5	0,2	2,9	0,3	5,4	0,1	4,7	0,1
Mobil.	0,6	-	0,7	-	1	-	1,1	-	1,4	0,02	1,8	0,05	0,5	0,09
Yazıl.	0,1	-	0,1	-	0,1	-	0,1	-	0,2	-	0,1	-	0,1	-
Halı	1,3	-	1,1	-	1,3	0,4	1,3	1,6	1,4	1	1,6	1,7	1,2	4,7
Plas.	0,9	-	0,9	-	0,8	-	0,8	-	0,9	-	0,9	-	0,8	-
Çiçek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarım	8	-	7,4	-	6,9	-	6,8	-	6,1	0,04	6,8	0,02	5,5	0,01
İşMk.	1,8	-	1,8	-	2,1	-	2,3	-	2,3	0,03	2,5	0,05	2,2	0,6
Deri	2,5	-	1,7	-	1,6	-	1,3	-	1,4	0,2	1,4	8,2	1,1	10,8
Ayak.	0,8	-	0,5	-	0,9	-	1,1	-	1	-	0,6	0,04	0,4	6,6
İnşaat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Toplam</b>	<b>56,3</b>	<b>6,3</b>	<b>58,3</b>	<b>10,1</b>	<b>58,7</b>	<b>9,25</b>	<b>57,9</b>	<b>12,6</b>	<b>59</b>	<b>13,29</b>	<b>60,8</b>	<b>18,06</b>	<b>50</b>	<b>29,1</b>

Sİ: Toplam sektör ihracatı; SSİ: SDŞ'lerin o sektördeki ihracatı; Tİ: Türkiye'nin toplam ihracatı

Kaynak: Alagöz, M. (2002). Türkiye'deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması. S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7, s.75.[17].

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

göstermektedir.

## VIII. SONUÇ ve ÖNERİLER

Tüm ülke ekonomileri içinde, önemli bir fonksiyon ve güce sahip oldukları uluslar arası boyutta kabul edilmiş olan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin ülke ekonomisi içindeki toplam istihdam, yatırım ve üretim payları açısından ağırlıkları gözle görülür bir olgudur. Bununla beraber, Türkiye'deki bu işletmelerin ihracat içindeki payları çok düşük seviyelerde kalmaktadır.

Genel anlamda pek çok sorunla karşı karşıya bulunan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, ihracat açısından bazı zorluklar yaşamaktadırlar. Bunların belki de en başında ihracatın gerektirdiği ekonomik ve teknik eksiklikler gelmektedir. İhracatın zor ve pahalı olarak görülmesi, ihracat için gerekli ekonomik olanaksızlıklar yanında bilgi ve tecrübe eksikliğinin yaşanması gibi, bu ölçekteki işletmeleri ihracat yapmaktan alıkoymayan pek çok etken bulunmaktadır. Bu işletmeler açısından ihracatta önemli problemler olarak, ekonominin finansman ve nitelikli eleman sıkıntısı çözüm gerektiren konular arasında gelmektedir. Çünkü ihracatta karşılaşılan tüm sorunlara rağmen bu işletmelerin belirgin bir ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Sadece içi piyasada üretimde bulunmaları durumunda bile, pek çok sorunla karşı karşıya kalan ve genelde devlet desteğinin kendilerine ulaşma imkanını ve işletmelere yönelik krediler konusunda teminat gösterme ve faizler açısından yararlanma imkanlarını sınırlı bulan bu işletmeler için ihracatın gerektirdiği tüm bu ekonomik ve teknik sorunlar onları ihracattan alıkoymaya yeterli gelmektedir.

Toplam imalat sanayi işletmeleri içinde %99,5'ini, istihdamın %56,3'ünü, katma değer %31,7'sini üreten ve ülkemiz ekonomisi içinde üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip küçük ve orta boy işletmelerin, uluslar arası pazarlamaya yönlendirilerek, ülke ihracatına katkılarının artırılması yönünde izlenen devlet politikalarının bir sonucu olarak, ihracatta örgütlenmeye yönelik çeşitli modeller geliştirilmektedir.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, bugün için üretimde ve istihdamdaki payları itibarıyla küçük ve orta boy işletmelerin, üretimlerini ihracata yönlendirmelerini, var olan ihracatlarını daha da arttırabilmelerini teminen benimsenmiş ve devletçe de desteklenen bir "İhracatta Örgütlenme" modelidir. Bu model ile firmaların ihracata yönelmeleri veya ihracatlarını arttırabilmeleri ve üretim yapılarını güçlendirmelerini sağlayacak gelişmelere yardımcı olunması hedeflenmiş olup, nihai amaç ölçek ekonomisine ulaşılması ve rekabet gücünün arttırılması yoluyla ülke ihracatının arttırılmasına ve daha istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Burada modeli şekillendiren SDŞ ortaklarının ihtiyaçlarıdır. Ortakları üretici olan veya küçük ölçekli ihracatçı olan SDŞ'ler doğal olarak fiilen alıcı bulunması ve dış pazar araştırması yürütülmesi gibi aktif ihracat dinamiklerini harekete geçirecektir.

Bugüne kadar Türkiye'nin ihracatındaki artışın büyük ölçüde geçici konjonktürel satışlarla gerçekleştirilmiş olması hala ülkemizin mallarını dış pazarlarda yaygın, sürekli ve kalıcı bir şekilde pazarlanmaması sorununu beraberinde getirmektedir. Kanımızca bu sorunlara KOBİ'lerin ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan SDŞ'ler aracılığıyla çözümler aranarak ülke ihracatındaki gelişmelerin kalıcı ve sürekli olması sağlanabilir. Buradan hareketle SDŞ kurmak isteyen KOBİ'lere önerilerimizi şu şekilde sıralayabiliriz;

- Her şeyden önce kurucuların ihracat işletmelerinde şirketlerine güvenmeleri ve inanmaları gerekmektedir.

- SDŞ'yi kuracak olan KOBİ sayısının mümkün olduğunca fazla olması çok daha iyi sonuçlar verebilir.

- Sermaye ödemelerinin kısa sürede yapılması gibi bir anlayış her şeyden önce çok sağlam bir finansal yapıyla başlamak için SDŞ'lere büyük avantajlar sağlayacaktır.

- SDŞ'lerce gerek kendi personeline gerekse ortaklarının personeline yönelik çok yönlü eğitim programları uygulanmalıdır. Çünkü ekonomik büyüme sorunlarının sermaye formasyonu yetersizliğinden kaynaklanan sıkıntıları küçük sermayelerin birleştirilip akılcı bir yöntemle, verimli alanlarda işletilmesiyle yok edilmesi mümkün olabilmekte ve bunları sağlayabilmek için de iyi bir

eğitim görmüş yönetici ve personele ihtiyaç duyulmaktadır.

- SDŞ'lerin ortaklarına dünya fiyatlarına uygun finansal destek sağlamak için çok boyutlu çalışmalar yapılmalı ve bunlara süreklilik kazandırılmalıdır.

- SDŞ ve çalışma alanı ile ilgili her türlü bilimsel çalışmalara destek verilmelidir. Böyle bir davranış her şirkette hem ilgili sektöre hem de Türk bilimine önemli katkılar sağlayacaktır. Üniversite çevrelerinde SDŞ'lere yönelmesi iyi bir kamuoyu oluşturma bakımında anlamlı sonuçlar doğurabilir.

- SDŞ'lere uygulanan yardım ve desteklerin arttırılması yönünde girişimler her seviyede devamlı yapılmalıdır.

- SDŞ'lere kuruluş aşamasında ortakların mamullerini kolaylıkla pazarlayabilmesi için devletin ilgili kuruluşları tarafından pazarlama konu ve tekniği ile Pazar bulma mevzularında yeter düzeyde destek verilmelidir.

- Gümrük Birliği'ne uyum mevzuatları Gümrük Kanunu ve Rekabet Kanunu'nun eksikleri hızlı bir şekilde giderilmeli ve bir an önce ilgili kuruluşlar tarafından bütün SDŞ'leri içine alacak şekilde kapsamlı bir SDŞ'ler kanunu hazırlanarak uygulamaya geçirilmelidir.

- KOBİ'lerimizin AB standartlarından ve GB mevzuatlarından habersiz olma sorunları SDŞ bünyesinde yapılacak çalışmalarla giderilmelidir.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortakların AB'nin kredilerinden yararlanmaları için projeler üreterek onlara bu yönde çok önemli bir yardım sağlayabilir. Bu projeler örneğin KOBİ'lerimizin AB ile boy ölçüşmesinde önemli bir yer tutan teknoloji yenileme konusunda olabilir.

Ülkemizde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin ihracata yönlendirilmesi için ilk olarak bu işletmelerin geleneksel ve yapısal sorunlarının çözümüne ihtiyaç vardır. Bu işletmelere ihracat yapabilme becerisinin kazandırılması ise daha sonraki adım olacaktır. Böylece, bu tür geleneksel sorunlarından kurtulan bu işletmelerin ihracat potansiyellerinin değerlendirilebilmesi için geliştirilen stratejiler bu işletmeleri ihracata yönlendirme konusunda başarılı olabilecektir. Sonuçta, işletmeleri özellikle dış ticarete yönlendirme politikaları çerçevesinde; KOBİ'lerin kendi aralarında ihracata yönelik olarak örgütlenmelerini teşvik edici, politikaların oluşturulması gerekmektedir.

**YARARLANILAN KAYNAKLAR**

- [1] Yücel, H. (1999). Uluslar arası Pazarlara Açılmada Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rolü. *Uzmanlık Tezi*. Ankara: İGEME.
- [2] Akkuzugil, Y., & Demir, M. (2003). İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının Analizi ve Değerlendirilmesi. *Dış Ticaret Dergisi*, 27, Ocak, s.20.
- [3] Danış, A. (1999). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Karşılıklı İhracat Sorunları. *4.Ulusal Pazarlama Kongresi Bildirileri*, Hatay, s.160.
- [4] Aynagöz, Ö. (1998). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Potansiyeli. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İktisat Bilim Dalı.
- [5] İGEME. *İhracatçını Kılavuzu*. (www.igeme.org.tr/tur/sss/Bolum\_1.pdf). [07.04.2003].
- [6] Kendirli, S., Kılıç, S., & Çağırın, H. (2003). Türkiye’deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Durumlarına Yeni Bir Çözüm: Elektronik Ticaret ve Çorum’da Faaliyet Gösteren KOBİ’lere Yönelik Araştırma. *Ekonomik ve Teknik Dergi Standart*, 504, s.47.
- [7] Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler*. Ankara: Nobel Yayınları
- [8] Resmi Gazete. 14.02.1992 tarihli 92\2 Sayılı ÇOŞ Tebliği
- [9] Çolakoğlu, M.H. (1996). *Kobi’ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*. Ankara: KOSGEB Yayınları, Eylül.
- [10] Resmi Gazete. 18.05. 1995 tarihli 95\4 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [11] Resmi Gazete. 06.01.1996 tarihli 96\5 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [12] Resmi Gazete. 27.09.1996 tarihli 96\39 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [13] Resmi Gazete. 03.10.1994 tarihli 96\32 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [14] Akgemci, T., & Bedük, A. (1998). İhracatta Örgütlenmeye Yeni Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri. *Yeni İpek Yolu Dergisi*, 123, ss.25-26.
- [15] Resmi Gazete. 26.12.1996 tarihli 96\39 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [16] Gündüz, M., & Ergun, Ö. (1997). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Yönlendirilmelerinde Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*. Ankara: İGEME Yayınları.
- [17] Alagöz, M. (2002). Türkiye’deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması. *S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, ss.64-70.
- [18] Melemen, M. (1997). Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler. *Dünya Gazetesi*, 7 Ekim, s.5.
- [19] Yalçın, İ. (1998). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri, Ocak, s.1. (www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGİ/Ocak).

**Aykut BEDÜK** ([abeduk@hotmail.com](mailto:abeduk@hotmail.com)) is graduated from Dumlupınar University in 1993. He finished his master studies in Social Sciences Institute at Selçuk University in 1996, and PhD. In 2002. His academic interests are benchmarking, knowledge management, small and medium sized enterprises, innovation, creativity.

**Mehmet İNCE** ([mehmetince1972@yahoo.com](mailto:mehmetince1972@yahoo.com)) is graduated from Niğde University in 1994. He finished his master studies in Social Sciences Institute at Niğde University in 1997, and PhD. Studies in Social Sciences Institute at Selçuk University in 2002. His academic interests are human resources management, knowledge management leadership, and total quality management.