

77626

T. C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN
DIŞ PAZARLARA AÇILMALARINDA UYGULANAN
DIŞ TİCARET ÖRGÜTLENME (BİRLEŞME) MODELLERİ
VE SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ROLÜ
(MALATYA'DA UYGULANABİLİRLİK ARAŞTIRMASI)

Nurullah EREM

DANIŞMAN:

Yrd. Doç. Dr. Nihat AKBIYIK

T.C. YÜKSEK ÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü
Eğitim - Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin İKTİSAT Anabilim Dalı
İçin Öngördüğü Yüksek Lisans Tezi Olarak Hazırlanmıştır.

MALATYA - 1998

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

İ şbu çalı şma jürimiz tarafı ndan İ ktisat Anabilim Dalı nda BİLİM UZMANLIĞI tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan:

Adı, Soyadı ve Ünvanı

Üye:

Adı, Soyadı ve Ünvanı

Üye:

Adı, Soyadı ve Ünvanı

Onay:

Yukarıdaki, imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

.../ .../ 1998

İMZA

Adı, Soyadı ve Ünvanı

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler (KOBİ), her ne kadar İşletme Bilimi'nin ve İşletme İktisadının alanı içerisinde kabul edilmiş olsa da, yapıları ve ülkelerin ekonomik ve sosyal yaşamlarına olan katkıları nedeniyle, İktisat İlmi'nin de araştırma konusunu oluşturmaktadırlar.

Ayrıca bu işletmelerin dış pazarlara açılma gerekliliği ve yöntemi kuramsal açıdan Uluslararası İktisadın konusu içerisinde yer alırken, pratik açıdan da dış ticaretin uygulayıcı birimi olan Gümrük'lerin ilgi alanına giren bir konu olmaktadır. Gerek mesleğim olan Gümrük açısından gerekse değerli hocam ve danışmanım Sayın Yrd. Doç. Dr. Nihat AKBIYIK'ın özendirmesi sonucunda bu konuyu yüksek lisans tez çalışması olarak çalışmaya karar verdim.

Çalışmama başlarken konunun KOBİ'ler genel başlığı ile literatürde çokça yer almasına karşın, dış pazarlara açılma yönüyle pek irdelenmediğini gördüm. Kaynak olarak, kitap ve süreli yayınların yanısıra KOBİ'lerle ilgili kurum ve kuruluşların yayın, belge, yazı ve raporlarından yararlanmaya çalıştım. Bu çalışmama katkıları nedeniyle Danışmanım Nihat AKBIYIK'a, sürekli yardım ve desteğini eksik etmeyen eşim İpek EREM'e, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ile ilgili bilgi ve doküman temini konusunda yardımlarını esirgemeyen Dış Ticaret Müsteşarlığı KOBİ Şube Müdürü Sayın Cevdet BAYKAL'a, Malatya Ekonomisi ve KOBİ'leri hakkında faydalı kaynaklar temin ettiğim Malatya Ticaret ve Sanayi Odası Genel Sekreteri Sayın Sait KABADAYI'ya ve ilgili kurum ve kuruluşların personeline yardımlarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER	II
TABLolar LİSTESİ	VI
KISALTMALAR	VII
GİRİŞ	IX

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KOBİ KAVRAMI VE KOBİ'LER HAKKINDA GENEL AÇIKLAMALAR 1

1.1 KOBİ Kavramı Ve Tanımı	1
1.1.1 KOBİ'lerin Nicel Ve Nitel Özellikleri	3
1.1.1.1 KOBİ'lerin Nicel Özellikleri	3
1.1.1.2 KOBİ'lerin Nitel Özellikleri	5
1.1.2 Çeşitli Ülkelerde, Kuruluşlarda Ve Türkiye'de KOBİ'lerin Tanımı	7
1.1.2.1 Çeşitli Ülkelerde KOBİ Tanımları	7
1.1.2.2 Uluslararası Kuruluşların KOBİ Tanımları	11
1.1.2.3 Türkiye'de KOBİ'lerin Tanımı	12
1.2 KOBİ'lerin Ekonomik Ve Sosyal Hayata Katkıları	15
1.2.1 KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri Ve İstihdama Katkıları	17
1.2.2 KOBİ'lerin Sosyal Hayata Ve İstihdama Katkıları	20
1.3 Gümrük Birliği Sürecinde KOBİ'lerin Sorunları	23
1.3.1 Gümrük Birliği'nin KOBİ'lere Etkileri	23
1.3.2 Gümrük Birliği Sürecinde KOBİ'lerin Sorunları	26
1.3.2.1 KOBİ'lerin Yönetim Sorunları	27
1.3.2.2 KOBİ'lerin Üretim Sorunları	29
1.3.2.3 KOBİ'lerin Finansman Sorunları	30
1.3.2.4 KOBİ'lerin Yasal Bürokratik Ve Diğer Sorunları	31
1.3.2.5 KOBİ'lerin Karşılaştıkları Pazarlama Sorunları	32

1.4 Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler Ve Avrupa Birliği'nin KOBİ'lere Yardımları	34
1.4.1 Avrupa Birliği'nde KOBİ'lerin Önemi	34
1.4.2 KOBİ'lere Avrupa Birliği Yardımları	37
1.5 KOBİ'lere Yönelik Dış Ticaret Teşvik Ve Destekleri	40
1.5.1 KOBİ'lere Yönelik Devlet Yardımları (Teşvikleri)	40
1.5.1.1 KOBİ'lere İhracatta Sağlanan Devlet Yardımları Ve Destekleri	42
1.5.2 KOBİ'lere Dış Ticaret Kredi Ve Desteği Veren Kuruluşlar	43
1.6 KOBİ'lerin Dış Ticaretimizdeki Yeri	44

İKİNCİ BÖLÜM

2. İŞLETME BİRLEŞMELERİ VE ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE UYGULANAN DİŞ TİCARET ÖRGÜTLENME (BİRLEŞME) MODELLERİ	46
2.1. İşletme Birleşmeleri	46
2.1.1. Genel Olarak İşletme Birleşmeleri	46
2.1.2. İşletmelerin Birleşme Nedenleri	48
2.1.3. İşletmelerin Birleşme Şekilleri	50
2.1.3.1. İşletmelerin Ekonomik Faaliyet Alanlarına Göre Birleşme Şekilleri	51
2.1.3.2. İşletmelerin Hukuksal Açıdan Birleşme Şekilleri	52
2.1.3.2.1. Resmi İşletme Birleşmeleri	52
2.1.3.2.2. Gayriresmi İşletme Birleşmeleri	53
2.1.4. İşletme Birleşmelerinin Sinerjik Etkileri İle Ölçek Ekonomilerinin Giderek Artan Önemi	55
2.1.5. İşletme Birleşmelerinin Değerlendirilmesi	56
2.2. KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmaları	59
2.2.1. Uluslararası Pazarlama Kavramı Ve KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmalarının (İhracatın) Önemi	60
2.3. Çeşitli Ülkelerde Uygulanan Dış Ticaret Örgütlenme (Birleşme) Modelleri	63
2.3.1. Ortak Dış Pazarlama Şirketleri	64

2.3.2. Genel Dış Ticaret Şirketleri	65
2.3.3. İhracat Yönetimi Şirketleri	67
2.3.4. İhracat Gruplaşması (Export Cooperation)	69
2.3.5. Web-Pomerene Birlikleri	70
2.3.6. İtalyan Federexport Modeli	71

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'DE UYGULANAN DIŞ TİCARET ÖRGÜTLENME MODELLERİ	74
3.1. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri	76
3.2. Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri	82
3.3. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri	84
3.3.1. SDTŞ İle İlgili Yasal Düzenlemeler (Mevzuat)	86
3.3.2. SDTŞ'ler İle DTSS'lerin Benzer Ve Farklı Yönleri	91
3.3.3. SDTŞ'lerin Kurulmasında Karşılaşılan Sorunlar	92
3.3.4. SDTŞ'lerin KOBİ'lere Ve Türkiye Ekonomisine Sağlayacağı Faydalar	94
3.3.5. SDTŞ'lere Verilen Destek Ve Yardımlar	96
3.3.5.1. Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi	96
3.3.5.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi	97
3.3.5.3. Pazar Araştırması Desteği	97
3.3.5.4. Eğitim Yardımı	98
3.3.5.5. Yurt Dışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme Ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi	99
3.3.5.6. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Gümrük Vergi Muafiyetli İthalat	100
3.3.5.7. Gümrük Müsteşarlığı'nın İhracat İşlemlerinde Getirdiği Kolaylıklar	100
3.3.6. Uygulamada SDTŞ'lerden Başarılı Örnekler	100
3.3.6.1. EGS Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.	101
3.3.6.2. EGOT Ege Otomotiv Dış Ticaret A.Ş.	102
3.3.6.3. KAR-BİR Karadeniz Birlş. Un San. Hububat ve Bakliyat Dış Tic. A.Ş.	102
3.3.6.4. ATAKS Tekstil Dış Ticaret A.Ş.	102
3.3.6.5. TURSOFT Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret A.Ş.	104

3.3.6.6. GBS Gaziantep Birleşik Sanayiciler Dış Ticaret A.Ş.	104
3.3.6.7. ANKARA MOBİLYA Ankara Mobilya Dış Ticaret A.Ş.	104
3.3.6.8. KDT Kahramanmaraş Dış Ticaret A.Ş.	105

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. MALATYA'DA SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ	
UYGULANABİLİRLİK ARAŞTIRMASI	106
4.1. Malatya'nın Ekonomik Yapısı Hakkında Genel Bilgiler	106
4.1.1. Tarımsal Yapı	106
4.1.2. İmalat Sanayi	108
4.1.2.1. İlin Sanayi Bölgesi Ve Sanayi Sitelerinin Durumu	114
4.2. Malatya'da KOBİ'lerin Profili	116
4.3. Malatya'da KOBİ'lerin İhracat Potansiyeli	123
4.4. Malatya'da SDTŞ'lerin Kurulma Gerekliliği	130
4.5. SDTŞ'lerin Malatya KOBİ'lerine Ve Ekonomisine Sağlayacağı Yararlar	133
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	136
EKLER	140
EK - 1	140
EK-2	142
BİBLİYOGRAFYA	144

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1: Almanya'da Sektör Bazında Ölçeğe Göre Kobi Tanımları	9
Tablo-2: İtalya'da Ölçeğe Göre İşletme Tanımları	10
Tablo-3: Japonya'da Sektör Bazında Kobi Tanımları.	10
Tablo-4: Türkiye'de Çeşitli Kamu Ve Özel Kuruluşların Kobi Tanımları.	15
Tablo -5: Çeşitli Ülkelerde Kobi'lerin Ekonomideki Yeri	17
Tablo-6: Türkiye İmalat Sanayi İşyeri Ve İstihdam Göstergeleri	19
Tablo-7: 1995 Yılında 19 Avrupa Ülkesindeki İşletmelerin Ölçekleri Ve Yapıları	36
Tablo-8: Malatya İli Tarımsal Ve İktisadi Hasılasının Yıllar İtibarıyla Gelişimi İle Bölge Ve Türkiye Hasılası İçindeki Yeri (Carı Fiyatlarla Milyon TL)	107
Tablo 9: Yıllar İtibarıyla Malatya İlindeki Kuru Kayısı Üretimi Ve İhracatı.	108
Tablo-10: Malatya İmalat Sanayinin İşyeri, İstihdam Ve Katma Değer Olarak Türkiye İçindeki Yeri Ve Payı.	109
Tablo-11: İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Malatya'daki İşyeri Sayıları	112
Tablo-12: Malatya İmalat Sanayininin 1987 Ve 1997 Yıllarında Sektörlere Göre Dağılımı Ve Gelişimi	113
Tablo-13: Malatya Organize Sanayi Bölgesindeki Firmaların Sektörel Dağılımı.	114
Tablo-14: Türkiye İmalat Sanayininin İller Başında Sektörel Göstergeleri Kosgeb Yayını Apk Başkanlığı	116
Tablo-15: Malatya İmalat Sanayininin Sektörel Dağılımı.	117
Tablo-16: Malatya İmalat Sanayinde Faaliyette Bulunan Firmaların Kapasite Ve Üretim Alanları.	119
Tablo 17: Türkiye Genelı Ve Malatya İli Kuru Kayısı İhracat Rakamları	124
Tablo-18: Malatya İl'inden Yapılan İhracatın Ana Sektörlere Göre Dağılımı.	125
Tablo-19: Malatya İli Toplam Ve Kuru Kayısı İhracat Rakamları	126
Tablo-20: 1997 Yılında Malatya'gümrüğü'nden İhraç Edilen Malların Miktarı.	127
Tablo-21: 1998 Yılıının İlk 6 Ayında Malatya Gümrüğü'nden İhraç Edilen Mallar.	128
Tablo-22: Malatya Gümrük Müdürlüğü'nden Yapılan İthalatın Ana Sektörlere Göre Dağılımı.	129
Tablo-23: 1997 Yılında Malatya Gümrüğü'nden Yapılan İthalat	130

KISALTMALAR

a.g.e.	: Adı geçen eser.
a.g.m.	: Adı geçen makale.
a.g.r.	: Adı geçen rapor.
AB	: Avrupa Birliği.
APEC	: Pasifik Ekonomik İşbirliği Teşkilatı.
AR-GE	: Araştırma Geliştirme.
ATAKS	: Ataks Tekstil Dış Ticaret A.Ş.
ÇOŞ	: Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri.
DFİF	: Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu.
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü.
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı.
DTŞŞ	: Dış Ticaret Sermaye Şirkeleri.
ECU	: Avrupa Para Birimi.
EGOT	: Ege Otomotiv Dış Ticaret A.Ş.
EGS	: Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.
EMC	: (Export Manegement Company), ABD İhracat Yönetimi Şirketleri.
ETC	: (Export Trading Company), ABD İhracat Ticaret Şirketleri.
FEDEREXPORT:	İtalyan Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu.
FOB	: (Free on board), Gemi Güvertesinde Teslim.
GATT	: Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması.
GB	: Gümrük Birliği.
GBS	: Gaziantep Birleşik Sanayiciler Dış Ticaret A.Ş.
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla.
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi.
KAR-BİR	: Karadeniz Birleşik Un San. Hububat ve Bakliyat Dış Tic. A.Ş.
KDT	: Kahramanmaraş Dış Ticaret A.Ş.
KKDF	: Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu.
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler.
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayii Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı.

MERCORUS	: Güney Amerika Serbest Ticaret Bölgesi.
NAFTA	: Kuzey Amerika Ekonomik İşbirliği Teşkilatı.
OECD	: Avrupa Ekonomik Kalkınma Teşkilatı.
OGT	: Ortak Gümrük Tarifesi.
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi.
SDTŞ	: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri.
SYKB	: Sanayi Yatırım ve Kalkınma Bankası.
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği.
TOSYÖV	: Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı.
TURSOFT	: Tursoft Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret A.Ş.
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü.



GİRİŞ

Son yıllarda Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler'in (KOBİ) ülke ekonomilerindeki yeri ve önemi dünyanın birçok ülkesinde olduğu gibi, ülkemizde de yoğun bir şekilde gündeme getirilmektedir. Türkiye'nin ekonomik ve sosyal yapısına uygun olan bu işletmeler özellikle tarım, madencilik ve imalat sanayinde faaliyette bulunarak, ülkemizin toplam istihdam, üretim, yatırım ve katma değerine çok büyük katkıda bulunmaktadır.

KOBİ'lerin hemen hemen her ülkede olduğu gibi, Türkiye'de de çok ciddi sorunları bulunmaktadır. Finansmandan eğitime, teknolojiden rekabete birçok sorunu bulunan KOBİ'lerin en önemli sorunlarından biri de, yeterince dış pazarlara açılarak globalleşen dünya ekonomisi içerisinde rekabet edebilir bir konumda olmamalarıdır. Dış Ticaret Müsteşarlığı, 01.01.1996 tarihinden itibaren girmiş olduğumuz gümrük birliği sürecinin uluslararası rekabet şartlarında, KOBİ'lerin dünya kalite ve standartlarında üretim faaliyetinde bulunabilmeleri için, dış pazarlara açılmanın gerekliliğine ve önemine değinerek, ihracat potansiyelini en iyi şekilde değerlendirmeleri amacıyla 1996 ve 1997 yılını KOBİ yılı olarak ilan etmiştir.

Türkiye ekonomisinde ithal ikamesi politikasından, 1980'li yıllarda dışa açık ekonomi politikasına geçişte dış ticaret örgütlenme modellerinin önemi artmış, 1984'te Dış Ticaret Sermaye Şirketleri'nin (DTSS) kurulmasıyla başlatılan model, KOBİ'lere yönelik Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin (SDTŞ) kurulmasıyla devam etmiştir. SDTŞ'ler, tamamen KOBİ organizasyonuna yönelik bir dış ticaret örgütlenme modeli olduğundan, KOBİ'lerin dış pazarlara açılmalarında karşılaştıkları bütün olumsuzlukların ve engellerin giderilmesinde çok büyük katkıları olan şirketlerdir.

İmalatçı-ihracatçı KOBİ'lerin daha önce DTSS'ler ve aracı şirketler vasıtasıyla yaptıkları ihracat, bundan böyle kendi imkan ve çabalarıyla kurulan SDTŞ'ler aracılığıyla yapılacak, böylece ihraç ürünlerimizin tanıtılması, çeşitlendirilmesi, pazar paylarının artırılması ve yeni pazarlara girilmesi amacıyla pazarlama ve tanıtıma ilişkin devlet yardımlarından öncelikli yararlanma imkanı elde edilmiş olacaktır.

Bugün ülkemizin başta İstanbul, Ankara, Gaziantep ve İzmir olmak üzere 11 ilinde toplam 28 SDTŞ bulunmakta ve sayılarının daha da artması beklenmektedir. Bu şirketler sadece büyük şehirlerde ve belli sanayi merkezlerinde değil, Anadolu'nun hemen her bölgesinde kurulmuş bulunmaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde, KOBİ'ler hakkında genel bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, işletme birleşmeleri ve dış ticaret örgütlenme (birleşme) modelleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, Türkiye'de uygulanan dış ticaret örgütlenme modelleri ile Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin kapsamlı bir değerlendirmesi yapılarak, ülke ekonomisine ve KOBİ'lere sağlayacağı yararlar irdelenmiştir. Dördüncü bölümde ise, Malatya'da KOBİ'lerin profili, ihracat potansiyelleri ve SDTŞ modeli ile örgütlenerek bir araya gelme gereklilikleri ile, bu modelin Malatya ve KOBİ'ler için faydaları araştırılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KOBİ KAVRAMI VE KOBİ'LER HAKKINDA GENEL AÇIKLAMALAR

1.1. KOBİ Kavramı Ve Tanımı

Günümüzde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler'in (KOBİ) genel kabul görmüş, evrensel bir tanımı yapılamamıştır. Her ülkenin kendi ekonomik, sosyal ve siyasal yapısına göre KOBİ tanımı farklı olmakta, hatta bir ülke içinde de kurumdan kuruma göre değiştiği görülmektedir. Çünkü tedarik, üretim, pazarlama, finansman, personel ve yönetim gibi temel işletmecilik fonksiyonlarına ek olarak, KOBİ'ler istihdam ettikleri personel sayısı, satış hacmi, sabit sermaye ve makine parkı değeri, kullandıkları enerji miktarı, kurulu kapasite düzeyi, katma değerleri, kâr büyüklüğü ve piyasa payı gibi ölçülebilen özellikleri açısından da büyük farklılıklar göstermektedirler. Tüm bu nitel ve nicel özellikleri kapsayan ve genel geçerliliği olabilecek bir tanımı, değil tüm ülkeler bir ülke içindeki tüm sektörler için bile geliştirmek mümkün olmamaktadır. ¹

Türkiye'de ve dünyada konu ile ilgili birçok araştırma ve yayın bulunmasına karşın, tek ölçüte dayanılarak tanımlama yapma imkanı yoktur. Kesin bir tanımlama yapmak kolay olmadığı gibi, geçerli de olmayabilir. ²

¹ Halil Sarnaslan, "Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler", TOBB Genel Yayın No: 309; BÖM: 35, Ankara, 1996, s. 4.

² F.Merih Olcay, "Gümrük Birliği Strecinde Mali Yardımların Küçük ve Orta Boy İşletmelere Etkisi", Vakıfbank Yayını, Ankara, 1996, s. 3.

KOBİ'leri sınıflandırma ve bu sınıflandırmada kullanılan ölçütler konusunda gerek bilim adamları ve araştırmacılar gerekse uygulayıcılar ve ilgili kuruluşlar arasında bir görüş birliğine ulaşılmış değildir.³

Bu nedenle, her ülkede farklı tanımlarla karşılaşmaktadır. Bu farklılıklar ulusal ekonominin veya belirli bir sanayinin büyüklüğü gibi faktörlere bağlanmayacak kadar değişiklik göstermektedir. Örneğin, ABD ve İngiltere gibi ülkelerde genelde işyerleri büyük; Japonya ve İtalya'da istihdam birimleri küçüktür.⁴

Tanım belirsizliği ve farklılığının en azından ülkeler açısından izahını, çeşitli politikaların geliştirilmesi ve uygulanması, çeşitli stratejilerin tespiti ve bu konudaki araştırmaların yürütülebilmesi için küçük ve orta ölçekli işletmelerin tanımına bilimsel değil pragmatik açıdan yaklaşılması ve herkes tarafından kabul edilecek, her zaman ve her yerde geçerli bir tanım değil, amaca göre tanım geliştirilerek, amacın değişmesiyle küçük ve orta ölçekli işletme tanımının da değişmesini savunan konunun uzmanlarından T. Müftüoğlu'nun bu ifadelerinde bulmak mümkündür.⁵ Dolayısıyla ülkeden ülkeye, kurumdan kuruma ve bir sektörden diğer bir sektöre göre değişen KOBİ tanımları dezavantaj olarak değil, bunların herbirinin farklı amaçlarını uygulamada bilakis yararlı olabileceği dile getirilmektedir.

Yinede tanım konusunda esnek sayılabilecek belirli kıstasların bulunması gerekmektedir. Herşeyden önce bütün dünyada kabul gören kıstasların başında işletme

³ Deniz Büyükkılıç, "Türkiye İmalat Sanayiinde KOBİ'ler, Yoğunlaştıkları Sektörlerin Belirlenmesi ve Verimlilik Göstergeleri", Verimlilik Dergisi, Milli Produktivite Merkezi Yayını, 1997/2, Ankara, s. 23

⁴ F. Merih Olcay, a.g.e., s. 3

⁵ M. Tamer Müftüoğlu, "Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Sorunlar-Öneriler", EGS Bankası A.Ş. Yayını, No:1, Şubat 1997, s. 100-101

büyüklüğüne bağlı olarak işletmede istihdam edilen işçi sayısı ve sermaye durumu gelmektedir.

Son yıllarda yaygınlaşan başka bir yaklaşım da, KOBİ'ler grubunun belirlenmesinde nitel ve nicel ölçütlerin bir bileşiminin esas alınması gerektiğidir. Bu bileşimin hangi nitel ve nicel ölçütlerden oluşacağı konusundaki görüşler ise farklılık göstermektedir.⁶

1.1.1. KOBİ'lerin Nicel Ve Nitel Özellikleri

Küçük ve orta ölçekli işletmeler çok boyutlu bir olgudur. Bu boyutlardan bazısının nicel olarak ifadesi mümkünse de, önemli bir kısmı ancak nitel olarak belirtilebilir. Diğer taraftan sadece nitel özelliklerin belirlenmesi de bu işletmeleri tanımlamaya yetmez. İlave olarak nicel ölçütlerinde kullanılması, özellikle devletin küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik teşvik ve destek politikalarının belirlenmesi ve yürütülmesi açısından bir zorunluluk olmaktadır.⁷

1.1.1.1. KOBİ'lerin Nicel Özellikleri

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin tanımında en çok başvurulan yol nicel özelliklerdir. Genellikle küçük ve orta ölçekli işletme tanımı denilince anlaşılarda, nicel bir tanımdır. Bilhassa, konuyu bir "işletme büyüklüğü" sorunu olarak gören işletme iktisadının genel yaklaşımı böyledir. KOBİ'lerin nicel tanımının gerekliliği devletin bu işletmelere yönelik teşvik ve desteklerinin belirlenmesinde ve uygulanmasında idari ve bürokratik önem arz etmektedir. Devlet bu tür politikaların

⁶ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, "KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri", KOSGEB Yayını, Ankara 1997, s. 19

⁷ Hakan Karalar, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Koordinasyon Sistemleri ve Araçları", ANGIAD Yayını, Ankara, s. 13

uygulanmasında tarafsızlığını ve objektifliğini koruyabilmek için nicel ölçütlere gereksinim duymaktadır. Böylece hangi işletmelerin, devletin çeşitli teşvik önlemlerinden yararlanabileceği ve hangi işletmelerin bu uygulamanın kapsamı dışında bırakılacağı objektif bir esasa dayandırılabilir. ⁸

İşletmelerin büyüklüklerinin tespiti için sayısal değerlere bakan ve daha elle tutulur verilere dayanan nicel özellikler ülkemizde ve tüm dünyada ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. KOBİ'lerin tanımlanmasında, işletmede istihdam edilen personel sayısı, işletmenin makine parkı değeri ve işletmenin satış tutarı en çok kullanılan nicel ölçütlerdir. ⁹ Bu temel ölçütlerin yanında kullanılan diğer ölçütler şunlardır: ¹⁰

- * İşgücünün toplam çalışma süresi,
- * Ücret toplamı veya işgücü maliyeti toplamı,
- * Sabit varlıkların miktarı ve değeri,
- * Makine sayısı ve makine parkı değeri,
- * Makinaların çalışma süresi toplamı ve yıllık amortisman tutarı,
- * Kullanılan alan ve hacim,
- * Kullanılan malzeme miktarı ve malzeme maliyeti,
- * Kullanılan enerji miktarı ve enerji maliyeti,
- * Toplam ve sabit sermaye ile öz sermaye ve işletme sermayesi,
- * İşletme kapasitesi ve kapasite kullanım derecesi,
- * İş istasyonu sayısı, sipariş sayısı ve sipariş tutarı (değeri),
- * Vardiya sayısı ve üretim derinliği (üretim aşamaları sayısı),
- * Net servet, satış tutarı ve kâr hacmi,
- * Katma değer, ödenen vergi tutarı, piyasa payı ile ihracat/satış tutarı oranı v.d.

⁸ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 75-76

⁹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 14

¹⁰ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 76-77

Nicel özellikler, işletme büyüklüğünü en iyi temsil eden özellikler olmalıdır. Ayrıca, KOBİ'lerin belirlenmesine esas alınacak nicel özellikler, mümkün olduğunca fiziki değerlere dayanmalı ve parasal değerlerin etkisinden uzak tutulmalıdır.¹¹

1.1.1.2. KOBİ'lerin Nitel Özellikleri

KOBİ'lerin tanımına yönelik nitel özelliklerin belirlenmesinde farklı ölçütlere yer verilmekle beraber, genellikle işletme sahibine ait nitel özellikler ve işletmeye ait nitel özellikler şeklinde ikili bir ayrıma gidilmektedir. İşletme sahibine ve işletmeye ait özellikler şunlardır:¹²

- * KOBİ'lerde genellikle işletme sahibi, girişimci ve yönetici aynı kişi olmaktadır.
- * Büyük işletmelerin profesyonel yöneticileri işletme ile ilgili hemen hemen hiçbir risk üstlenmezken, KOBİ'lerin sahip ve yöneticileri hemen hemen bütün riski kendileri üstlenirler.
- * KOBİ'lerde işletme ile işletme sahibi arasında kader birliğine varan tam bir bütünleşme vardır.
- * KOBİ'lerde işletme sahibi işletmede fiilen çalışarak, işletmenin belirli bir kademesinde, işletme faaliyetlerine doğrudan katkıda bulunur.
- * KOBİ'lerde genellikle aile bireyleri işletmede fiilen çalışırlar. Hatta işletme sahibi tarafından işletme yönetimini gelecekte devralacakları ümidiyle, bu amaca uygun olarak yetiştirilirler.

¹¹ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 26

¹² M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e. s. 43-74

- * KOBİ'lerde , işletme sahibi ile işletme arasındaki ilişki ekonomik yönden çok sıkı olduğundan, genellikle işletme sahibinin tek meşguliyetini işletmesi oluşturur.
- * KOBİ'lerde, işletme sahibi ile işletmede çalışan personel arasındaki ilişki esas itibariyle dolaylı ve resmi bir ilişki şeklinde olmayıp, dolaysız ve kişisel bir ilişki niteliğindedir.
- * KOBİ'lerde işletme sahibi yönetici olarak tüm yetkileri kendisinde topladığı için denetim altında bulunmaz. Bu nedenle alınan kararlar genellikle subjektif ve irrasyonel kararlar olmaktadır.
- * KOBİ'lerde genellikle ayrı bir finansman ve mali işler bölümü bulunmaz. Kredi temininde büyük işletmelere göre daha dezavantajlı konumdadırlar. Sermaye piyasasından fon temininde son derece kısıtlıdır.
- * KOBİ'lerde pazarlama konusunda uzman kişilerin istihdam edildiği ayrı bir pazarlama bölümü yoktur. Bu nedenle düzenli bir piyasa araştırması yapılamamakta ve ihracat pazarlarına girme olanakları kısıtlı olmaktadır.
- * KOBİ'lerin çeşitli malzemelere ilişkin sipariş hacmi büyük işletmelere göre daha düşük seviyelerde kalmaktadır. Bunun sonucu olarak daha az fiyat indirimi sağlanabilmekte, bu da birim mamul maliyetini olumsuz yönde etkilemektedir.
- * KOBİ'lerde emek yoğun üretim teknikleri ve atölye tipi üretim tarzı daha yaygındır. İşbölümü derecesi nispeten düşüktür. Genellikle sipariş üzerine üretim yapılır. Bu işletmelerde kaliteli ve tecrübeli ustaların bulunması, bu işletmelerde önemli bir çırak eğitimi potansiyeli yaratmaktadır. Araştırma ve

geliştirme (AR-GE) konularında ise büyük işletmelere göre çok daha geride kalmaktadırlar.

- * KOBİ'lerde insan faktörü büyük işletmelere göre daha büyük önem taşımakta ve çalışan işgücü daha nitelikli işgücünden oluşmaktadır. Yönetim ile personel arasında doğrudan bir ilişki olduğundan, sendikalaşma oranı büyük işletmelere göre daha az olmasına rağmen, personelin bu işletmelerde kişiliklerini sergileyebilmeleri manevi bir tatmin sağlamakta ve işletmesine daha çok bağlanmasına neden olmaktadır.

1.1.2. Çeşitli Ülkelerde, Kuruluşlarda Ve Türkiye'de KOBİ'lerin Tanımı

1.1.2.1. Çeşitli Ülkelerde KOBİ Tanımları

Genel olarak bütün ülkelerde istihdam edilen işçi sayısı temel alınmakla birlikte, bazı ülkelerde ayrıca yatırılan sermaye ve satış miktarı gibi ek ölçütler de kullanılmaktadır.¹³

Amerika Birleşik Devletleri'nde KOBİ'lerin belirlenmesine ilişkin resmi bir tanım yoktur. Fakat genel olarak istihdam edilen işçi sayısı ve işletmenin satış tutarı esas alınmaktadır. Genel olarak 100'e kadar işçi çalıştıran işletmeler küçük sanayi içinde yer almaktadır. Bazı durumlarda bu sınır 500 işçiye kadar genişletilmektedir. Orta ölçekli işletmeler için ise, genel kabul gören sınır 1000 işçidir. Burada da istisnai durumlarda bu sınır 1500 işçiye kadar artırılabilir.¹⁴ Ancak, kurumların gözettikleri amaçlar bakımından ele alındığında tanımlar farklılaşmaktadır. ABD'de

¹³ Halil Sariaslan, a.g.e., s. 4

¹⁴ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 14

küçük işletmelerden sorumlu federal bir devlet kuruluşu olan Küçük İşletme İdaresi (SBA, Small Business Administration), imalat sektöründe faaliyet alanına göre 500 ya da 1000'den daha az sayıda işçi istihdam eden işletmeleri küçük işletme olarak kabul ederken, toptan ticarete en fazla 100 işçi istihdam eden firmaları küçük işletme olarak kabul etmektedir. Diğer yandan, perakende ticarete faaliyet alanına göre yıllık satış miktarı 3.5 ya da 13.5 milyon doları ve diğer hizmet işletmelerinde ise 3.5 ya da 14.5 milyon doları aşmayan işletmeleri küçük işletmeler olarak kabul etmektedir. Buna karşılık Amerikan Vergi İdaresi de yıllık satış gelirleri 1 milyon dolar ya da daha az olan işletmeleri küçük işletmeler olarak sınıflandırmaktadır.¹⁵

Almanya'da da resmi bir tanım mevcut değildir.¹⁶ KOBİ'lerin belirlenmesinde kullanılan bazı nitel özellikler şunlardır.¹⁷

1. İşletmenin sahip ve yöneticisinin işletmesiyle özdeşleşmesi,
2. İşletmenin sermaye piyasasında yer almaması,
3. İşletme sahibinin işletmenin tüm sorumluluk ve risklerini üstlenmesi,
4. İşletme ve işletme sahibinin bağımsız olması.

Bu ölçülerin yanında nicel ölçü olarak ise, işçi sayısı ile birlikte yıllık satış tutarı da dikkate alınmaktadır. Almanya'da Küçük ve Orta Boy İşletmeler Araştırma Enstitüsü tarafından yapılan işletme tanımları, Tablo-1'de görülmektedir.¹⁸

¹⁵ Halil Sarıaslan, a.g.e., s. 4

¹⁶ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 107

¹⁷ Canan Çetin, "Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi", Der Yayınları: 202, İstanbul, 1996, s. 38

¹⁸ Canan Çetin, a.g.e., s: 38-39

Tablo-1: Almanya’da Sektör Bazında Ölçeğe Göre KOBİ Tanımları

Sektör	Çalışan kişi Sayısı	Yıllık Satış Tutarı
a) İmalat Sanayi	1 - 49	2 milyon DM’a kadar
- Küçük Ölçekli İşletme	50 - 499	2 milyon - 25 milyon DM arası
- Orta Ölçekli İşletme		
b) Toptan Ticaret	1 - 9	1 milyon DM’a kadar
- Küçük Ölçekli İşletme	10 - 99	1 milyon - 50 milyon DM arası
- Orta Ölçekli İşletme		
c) Perakende Ticaret	1 - 2	500 bin DM’a kadar
- Küçük Ölçekli İşletme	3 - 49	500 bin - 10 milyon DM arası
- Orta Ölçekli İşletme		
d) Ulaştırma ve Haberleşme	1 - 2	100 bin DM’a kadar
- Küçük Ölçekli İşletme	3 - 49	100 bin - 2 milyon DM arası
- Orta ölçekli İşletme		

İtalya’da resmi bir tanım olmamakla birlikte, devletin teşvik ve destek uygulamalarında KOBİ’lerin belirlenmesine ilişkin çeşitli ölçütler geliştirilmiştir. Bu ölçütler arasında en sık başvurulan iki ölçüt, personel sayısı ve sabit sermaye yatırım tutarıdır. Bu ölçütler esas alındığında, en çok 500 işçi çalıştıran ve sabit sermaye yatırımı 3 milyar İtalyan Lireti’ni geçmeyen işletmeler küçük ve orta sanayi işletme kapsamına dahil edilmektedir.¹⁹

Tablo-2’de İtalya’da sanayi sektöründeki işletmelerin, ölçek ve çalışan kişi sayısı dikkate alınarak hazırlanmış işletme tanımları görülmektedir.²⁰

¹⁹ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 113

²⁰ Canan Çetin, a.g.e., s. 41

Tablo-2: İtalya’da Ölçeğe Göre İşletme Tanımları

Ölçek	Çalışan Kişi Sayısı
Çok Küçük İşletmeler	1-11 kişi arası
Küçük İşletmeler	11- 101 kişi arası
Orta İşletmeler	101-500 kişi arası
Büyük İşletmeler	501-1500 kişi arası
Çok Büyük İşletmeler	1500 kişiden fazla

Japonya’da küçük ve orta ölçekli işletme tanımında, genellikle istihdam edilen personel sayısı ve yatırılan sermaye tutarı esas alınmaktadır. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Ana Kanunu’nda yapılan sınıflandırmada genellikle sektörlere göre Tablo-3’te belirtilen farklılaştırmaya gidilmektedir.²¹

Tablo-3: Japonya’da Sektör Bazında KOBİ Tanımları.

Sektör	Çalışan Kişi Sayısı	Sermaye Miktarı
Sanayi	300 kişiye kadar	100 milyon Yen’e kadar
Ticaret	100 kişiye kadar	30 milyon Yen’e kadar
Hizmet	50 kişiye kadar	10 milyon Yen’e kadar

Hindistan’da küçük ve orta boy işletmelerin, çok küçük işletmelerin ve yardımcı işletmelerin tanımları ayrı yapılmaktadır. KOBİ’ler, arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırımlar 300 bin doları aşmayan işletmelerdir. Çok küçük işletmeler, arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırım tutarı 16 bin doları aşmayan işletmelerdir. Yardımcı İşletmeler ise, yedek parça, ara ürün, montaj parçası imalatı yapan, hizmet veren ya da üretimlerinin yarısını veya sundukları hizmetin tamamını diğer ürünlerin

²¹ M.Tamer Müftüoğlu, “İşletme İktisadı”, 2. Baskı, Turhan Kitabevi Y., Ankara, 1994, s. 412

imalatı için ayıran ve başka işletmelerin denetiminde olan, arazi ve makinalara yaptıkları sabit yatırım tutarı 350 bin doları aşmayan işletmelerdir.²²

1.1.2.2. Uluslararası Kuruluşların KOBİ Tanımları

Dünya Bankası ölçülerine göre en fazla 50 kişi çalıştıran ve sabit kıymetleri 900 bin doları aşmayan işletmelere küçük, en fazla 100 kişi çalıştıran ve sabit kıymetleri 4 milyon 500 bin doları aşmayan işletmelere de orta boy işletme denilmektedir.²³

OECD'nin KOBİ tanımında sadece işletmede çalışan işçi sayısı esas alınmaktadır. 20'den az işçi çalıştıran işletmeler çok küçük işletme, 20-99 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletme ve 500'den çok işçi çalıştıran işletmeler ise büyük işletme olarak kabul edilmektedir.²⁴

Avrupa Birliği, KOBİ tanımı konusunda gerek ulusal gerekse birlik bazında karışıklığa neden olmamak üzere yeni bir ortak tanım geliştirmiştir. 7 Şubat 1996 tarihli Konsey Kararı ile ortaya konulan ve 1998 yılından itibaren geçerli olan çerçeve tanımında işçi sayısı, bilanço büyüklüğü ve bağımsızlık derecesinden oluşan ölçütler yer almaktadır.

Bu tanıma göre 10'dan az işçi çalıştıran işletmeler çok küçük işletme (mikro işletme) olarak ifade edilmektedir. Küçük işletme, 10-50 arasında işçi çalıştıran, 7 milyon ECU'yu aşmayan yıllık ciro veya 5 milyon ECU'nun altında bir yıllık bilanço değerine sahip işletme olarak tanımlanmıştır. Orta ölçekli bir işletme ise, 50-250 arasında işçi çalıştıran ve yıllık cirosu 40 milyon ECU'nun altında olan, yıllık bilanço

²² Canan Çetin, a.g.e., s. 43

²³ Dünya Ekonomi Politika Gazetesi, Özel Ek, 23.07.1996 tarih, Sayı: 19, s. 3

²⁴ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 119

tutarı 27 milyon ECU'yu aşmayan işletme olarak tanımlanmaktadır. KOBİ'lerin bir başka ölçütü de, sahip oldukları bağımsızlık düzeyi ile ilgilidir. Büyük ölçekli bir işletmenin veya ortaklaşa hareket eden birkaç büyük işletmenin bir KOBİ'de sahip olduğu hissenin % 25'in altında olması şartı aranmaktadır.²⁵

1.1.2.3. Türkiye'de KOBİ'lerin Tanımı

Türkiye'de KOBİ'lerin belirlenmesine ilişkin resmi bir tanım yoktur. Bir ölçüde resmi tanımı yansıtan Devlete bağlı kuruluşların tanımları ile KOBİ'ler hakkında çeşitli karar ve tebliğlerde yer alan tanımlardır. Tanımlamalarda, genellikle işletmelerde çalıştırılan işçi sayısı dikkate alınmaktadır. Ülkemizdeki resmi ve gayri resmi kurum ve kuruluşların KOBİ tanımları aşağıda belirtildiği gibi yapılmaktadır.

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE), Cumhuriyet'in kuruluş yıllarından günümüze kadar çok farklı KOBİ tanımları olmuştur. En son KOBİ tanımında dörtlü bir tanıma gidildiği görülmektedir. Buna göre 1-9 arasında işçi çalıştıran işletmeler çok küçük işletme, 10-49 arasında işçi çalıştıranlar küçük işletme, 50-99 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli ve 100'den fazla işçi çalıştıran işletmeler de büyük işletme olarak tanımlanmaktadır. Devlet Planlama Teşkilatı'nda (DPT), KOBİ'ler için aynı tanımlamayı yapmaktadır.²⁶

Türkiye KOBİ'lerine hizmet vermek amacıyla kurulmuş olan Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı'nın (TOSYÖV) KOBİ tanımında herhangi bir ayrıma yer verilmemiştir. 5 ila 200 arasında işçi çalıştıran işletmeler KOBİ olarak tanımlanmaktadır.

²⁵ Meral Sayın ve M.Akan Fazlıoğlu, "Avrupa Birliği'nde KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları", 2. Baskı, KOSGEB Yayını, Haziran 1997, Ankara, s. 3-4

²⁶ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 133

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) ise, 1 ila 200 arasında işçi çalıştıran, yıllık bilanço tutarı 2 milyon doları geçmeyen işletmeleri KOBİ olarak nitelendirmektedir.²⁷

Türk Eximbank (Türkiye İhracat Kredi Bankası) ihracat yapmak isteyen küçük ve orta boy işletmelerin finansmanını sağlamak için, kredilerden yararlanacak işletmelerin sınırını belirlemede, nicel ölçü olarak çalışan kişi sayısını esas almış olup buna göre, 150 kişiye kadar çalışan olan işletmeler küçük ve orta boy işletmeler olarak kabul edilmektedirler.²⁸

Sanayi Yatırım ve Kredi Bankası (SYKB) KOBİ tanımında, işletmede çalıştırılan işçi sayısını dikkate almayarak, maksimum 350 bin dolar değerinde makine parkına sahip işletmeleri küçük sanayi içinde değerlendirmektedir. Tevsi yatırımlarında bu sınırın 500 bin dolara kadar çıkarılabileceği belirtilmektedir. SYKB'nin göz önünde tuttuğu bir başka nicel ölçüt ise, işletmede işçi başına düşen sermaye miktarının 15 bin doları aşmaması gerektiğidir.²⁹

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin (TOBB) tanımında 10-49 arasında çalışan olan işletmeler küçük ölçekli, 50-150 arasında çalışan olanlar ise orta ölçekli işletme olarak kabul edilmektedir.³⁰ Benzer bir tanıma, 12 Nisan 1990 tarihinde kabul edilen 3624 sayılı yasa ile kurulan Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'nın (KOSGEB) kuruluş kanununda yer verilmektedir. Bu kanunda küçük işletmeler 1-50 arası, orta ölçekli işletmeler de 51-150 arası işçi

²⁷ ASOMEDYA, "KOBİ'lerin Dışa Açılması", Ank. San. Odası Aylık Yayın Organı, Dosya, Kasım 1997, s. 30

²⁸ Canan Çetin, a.g.e., s. 53

²⁹ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 137

³⁰ ASOMEDYA, a.g.d., Kasım 1997, s. 30

çalıştıran işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Ancak kanunda bu tanımın gerekli görülmesi halinde Bakanlar Kurulu tarafından değiştirilebileceği belirtilmektedir.³¹

Bakanlar Kurulu'nun 23.02.1998 tarihli Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında Karar'ın 2. Maddesinde KOBİ tanımı, imalat sanayi sektöründe faaliyette bulunan, işyerinde en fazla 150 işçi çalıştıran, kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis, taşıt araç ve gereçleri, döşeme ve demirbaşları toplamı 50 milyar Türk Lira'sını aşmayan işletmeler olarak yapılmaktadır.³²

En büyük amaçlarından biri küçük ve orta ölçekli işletmeleri kredilendirmek olan Türkiye Halk Bankası'nın (Halkbank) KOBİ tanımı ise şöyledir: İşyerinde en çok 100 işçi çalıştıran, kanuni defter kayıtlarındaki arsa ve bina hariç, makine, tesis, taşıt araç ve gereçleri, döşeme ve demirbaşları ile diğerleri toplamı 15 milyar TL'na kadar olan işletmeler küçük ölçekli, işyerinde en fazla 250 işçi çalıştıran ve kanuni defter kayıtlarındaki toplam sabit yatırım tutarı (arsa, bina, makine, tesis v.b.) toplamı 30 milyar TL'na kadar olan işletmeler ise orta ölçekli işletme kapsamında tanımlanmıştır.³³

KOBİ'lere hizmet veren kamu ve özel kuruluşların çeşitli kaynaklardan derlenmiş KOBİ tanımları Tablo-4'te verilmiştir.

³¹ M.Tamer Müftüoğlu, a.g.e., s. 139

³² Resmi Gazete, 07.03.1998 tarihli ve 23279 sayılı, s. 5

³³ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 18

Tablo-4: Türkiye’de Çeşitli Kamu ve Özel Kuruluşların KOBİ Tanımları.

KURULUŞ	Ö L Ç E K			
	KOBİ	Çok Küçük İşletme	Küçük İşletme	Orta İşletme
DİE	1 - 99 işçi	1 - 9	10 - 49	50 - 99
DPT	1 - 99 işçi	1 - 9	10 - 49	50 - 99
DTM	1 - 200 işçi + 1			
EXİMBANK	1 - 150 işçi			
KOSGEB	1 - 150 işçi		1 - 50	51 - 150
TOBB	1 - 150 işçi	1 - 9	10 - 49	50 - 150
TOSYÖV	5 - 200 işçi			
SAN. VE TİC. BAK.	1 - 199 işçi		1 - 9 veya 1 - 19	10 - 199 veya 20-199
HALKBANK	1- 250 işçi		1 - 99 + 2	100 - 250 + 3
+ 1 = 2 Milyon \$ Bilanço		+2= 15 Milyar TL Bilanço		+3= 30 Milyar TL Bilanço

1.2. KOBİ’lerin Ekonomik Ve Sosyal Hayata Katkıları

Küçük ve orta ölçekli işletmeler, bir ülkenin sosyo-ekonomik yapısı çerçevesinde endüstrileşmenin, teknolojik yenilenmenin, sermayenin tabana yayılmasının, sağlıklı kentleşmenin, optimum dağıtım ve ticaret uygulamalarının sürükleyici faktörü, önemli ve vazgeçilmez unsurudur.³⁴ KOBİ’lerin ekonomik ve sosyal hayattaki önemi özellikle 1970’li yıllarda Batı ülkelerinde anlaşılmaya başlanmıştır. Bu yıllarda önem arzetmelerinin sebepleri üzerinde durulmalıdır. 1960’lı yılların ikinci yarısında Batı Ülkelerinde hayat standardının yüksek seviyeye ulaşması ile ortaya çıkan yeni taleplere büyük işletmeler cevap veremez hale gelmiştir. Çünkü bu işletmeler hantallaşarak verimlilikten uzaklaşmışlardır. Diğer taraftan, 1970’li yılların başında hammadde fiyatlarının hızla artması ve nihayet 1974 yılında petrol

³⁴ Hakan Karalar, a.g.e., s. 12

fiyatlarındaki dört misli artış yeni ekonomik şartlara büyük işletmelerin uyum sağlamalarını büyük ölçüde güçleştirmiştir. Oysa KOBİ'ler esnek üretim yapılarından dolayı ortaya çıkan bu ekonomik krizden fazla etkilenmedikleri gibi iç ve dış ekonomik şartlara ve yeni taleplere kolayca uyum sağladıkları için birçok ülkede hükümetler tarafından desteklenmeye başlandılar.

Batı Bloku Ülkeleri ve birçok Uzak Doğu Ülkesi sanayileşme ve kalkınmada, 1970'li yılların başından itibaren KOBİ'lere ağırlık verirken, Doğu Bloku Ülkeleri 1990'lı yıllara kadar büyük işletmelerle yollarına devam etmişlerdir. Batı'nın ekonomik ve teknolojik üstünlüğüne karşı rekabet edemeyen Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra, Doğu Avrupa Ülkeleri, Rusya ve yeni bağımsızlığına kavuşmuş Türk Cumhuriyetleri önce KOBİ türü işletmeleri kurma çalışmaları ile işe başlamışlardır.³⁵

Sanayileşme ve kalkınmanın yakın zamana kadar devlet bünyesinde ve himayesinde geliştiği, özel sektör denilince yalnızca birkaç büyük firmanın akla geldiği, devletin teşvik ve desteklerinden (büyük ölçüde parasal) sınırlı sayıda büyük ölçekli işletmenin yararlandığı, bankacılığın klasik mevduat-kredi-yatırım bankacılığı yerine holding bankacılığına dönüştüğü, özellikle 1980'li yıllara kadar dışa açık ekonomi yerine ithal ikamesi politikasının benimsenerek iç piyasaya yönelik üretimin yapıldığı ülkemizde, KOBİ'lerin ülke ekonomisi için taşıdığı önem yeni yeni kavranmaya başlanmıştır. Bu da globalleşen dünya ekonomisinde yaşanan dalgalanmaların küçük işletmeleri daha önemli hale getirmesinin bir yansıması olarak ülkemizde özellikle KOBİ'lere hizmet vermek amacıyla kurulmuş meslek kuruluşları sayesinde olmuştur. Böylece KOBİ'lerin desteklenmesi konusu parti ve hükümet programlarına girmiş, 1996 ve 1997 yılları KOBİ yılı olarak ilan edilmiştir.

³⁵ Emin Çarıkçı, "Türkiye'de İç ve Dış Ekonomik Gelişmeler", Adım Yay: 41, Ankara, Şubat 1996, s. 94-95

1.2.1. KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri Ve İstihdama Katkıları

Bütün ekonomilerin belkemiğini oluşturan KOBİ'ler, istihdam ettikleri işgücünden, gerçekleştirdikleri üretim ve yatırımlara, yarattıkları katma değerden, ödedikleri vergilere kadar pek çok yönleri ile her ekonomide önemli bir yere sahiptirler. Çünkü KOBİ'ler yalnızca bağımsız ekonomik birimler olarak mal ve hizmet üreten işletmeler değil, aynı zamanda büyük işletmelerin kullandıkları mamul ya da yarı mamul girdileri üreterek büyük işletmelerin gelişimine de katkıda bulunurlar. Böylece büyük firmalar için ekonomide bir yan sanayi oluşturarak büyük işletmelerle ayrılmaz bir bütün oluştururlar. Dolayısıyla, KOBİ'ler bir yandan büyük işletmelerle rekabet içinde kendi başlarına nihai ürün ya da hizmet üreterek ekonomiye katkıda bulunurken diğer yandan da büyük işletmeleri yan sanayi biçiminde tamamlayarak onların daha fazla üretken olmalarına ve ekonomiye katkılarının daha da artırmasına yardımcı olurlar. KOBİ'lerin çeşitli ülke ekonomilerindeki yeri Tablo-5'te görülmektedir.

Tablo -5: Çeşitli Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri

ÜLKELER	Tüm İşletmeler İçindeki Oranı	Toplam İstihdam İçindeki Payı	Toplam Yatırım İçindeki Payı	Katma Değer İçindeki Payı	Top. İhracat İçindeki Payı	Top. Krediden Aldıkları Pay
ABD	99.7	56.6	38	43	32	42.7
Almanya	99	64	44	49	31	*
Japonya	99.4	81.4	40	52	38	50
Fransa	99	67	45	54	26	29
Hollanda	98	57	45	32	38	*
Hindistan	98.6	63	27.8	50	40	15.3
G.Kore	98.8	59	35	35	20	47
Tayland	98	64	*	47	50	*
Türkiye	99.8	76.7	26.5	38	(8*)	(4*)

* Bilgi yok ya da güvenilir değil.

Tablo-5'te de görüldüğü gibi, tüm ülkelerde KOBİ'ler gerek sayısal büyüklük olarak gerekse istihdam yaratma gücü açısından ekonomik ve toplumsal düzenin bel kemiğini oluşturmaktadırlar. Tüm ülkelerde tanımlama kapsamı daha önce belirtildiği gibi farklı olmasına karşın, ortalama olarak tüm işletmelerin % 98'inden fazlası KOBİ'lerden oluşmaktadır. İstihdam oranı ülkelere göre dalgalanma göstermekle birlikte, bazı ülkelerde % 80'lere varan oranlarda KOBİ'ler büyük bir istihdam kaynağı oluşturmaktadırlar.³⁶

Ülkemizde KOBİ'ler özellikle tarım, madencilik ve imalat sanayinde faaliyette bulunmaktadır. KOSGEB başkanlığı'nca, Devlet İstatistik Enstitüsü'nün sanayi verileri esas alınarak yapılan çalışmalarda KOBİ'lerin yoğunlaştıkları sektörler şunlardır.³⁷

- * Dokuma-Giyim Eşyası ve Deri (Alt sektörler itibariyle, Dokuma Sanayi, Ayakkabı Dışı Giyim Eşyası, Deri ve Deri Benzeri Maddeler, Kürk ve Ayakkabı)
 - * Gıda, İçki ve Tütün
 - * Orman Ürünleri ve Mobilya,
 - * Metal Eşya, Makine, Teçhizat, İlmi ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi (Alt sektörler itibariyle Metal Eşya, Makine Sanayi - Elektrikli Makinalar hariç- Elektrikli Makine ve Aygıtları, Taşıt Araçları Sanayi, Mesleki ve İlmi Aletler)
- Ülkemizin mevcut veri kaynaklarına bağlı olarak KOSGEB tarafından revize edilen Türkiye İmalat Sanayi Göstergeleri, küçük, orta ve büyük ölçekli işletmeler itibariyle Tablo-6'da verilmektedir.

³⁶ Halil Sarıaslan, a.g.e., s. 10

³⁷ Ayşe Ege, Ufuk Acar, Şule Eğitim, "Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği ve KOBİ'ler" Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye, İki Aylık Gümrük Birliği Dergisi, Mayıs-Eylül 1995, Özel Sayı, s. III

Tablo-6: Türkiye İmalat Sanayi İşyeri ve İstihdam Göstergeleri

ÖLÇEK*	İŞYERİ		ÇALIŞAN	
	Sayısı	Oranı	Sayısı	Oranı
1-9**	186.574	95.46	545.809	34.7
10-49	5.763	2.95	137.369	8.7
Küçük (1-49)	192.337	98.41	683.178	43.4
Orta (50-199)	2071	1.06	203.444	12.9
Küçük ve Orta Sanayi (1-199)	194.408	99.47	886.622	56.3
Büyük (200+)	1.037	0.53	687.383	43.7
Genel İmalat Sanayi	195.445	100.00	1.574.005	100.00

Kaynak: DİE verilerinden derlenmiştir.

* Çalışan kişi sayısı esas alınmıştır.

** 1-9 arası çalışanı bulunan işletme bilgileri 1992 yılına, diğer ölçek grupları bilgileri ise 1990 yılına aittir.

Bu göstergelere göre Türkiye İmalat Sanayinde; 195 binin üzerinde işletmenin faaliyet gösterdiği, bu işletmelerde 1 milyon 570 binden fazla kişinin istihdam edildiği görülmektedir. İmalat sanayimizin bu toplam değerleri içinde küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin payı incelendiğinde ise; Toplam İmalat Sanayi İşletmeleri içinde yaklaşık % 99.5'inin, Toplam İmalat Sanayi İstihdamının % 56.3'ünün KOBİ'ler tarafından gerçekleştirildiği ortaya çıkmaktadır.

DİE'nin 1985 yılı verileri ile 1980'li yıllara ait veriler incelendiğinde, 1985 yılında 193.359 olan KOBİ sayısının 1990'lı yıllarda % 0.5'lik bir artışla 194.408'e ulaştığı, bu kesimde çalışan sayısının ise 807.463'ten 886.622'ye yükselerek KOBİ'lerde yaratılan istihdamda % 9.8 civarında bir artışın gerçekleştiği görülmektedir.³⁸

³⁸ Ayşe Ege, Ufuk Acar, Şule Eğitim, "Avrupa Birliği İle Gümrük Birliği Muhtemel Etkiler ve KOBİ'ler", KOSGEB Yayını, Aralık 1995, s. 75-76

1.2.2. KOBİ'lerin Sosyal Hayata Ve İstihdama Katkıları

KOBİ'lerin toplum yapısında yarattığı dengeler, orta sınıflı kuvvetlendirme yoluyla siyasi istikrara yaptığı katkılar ile toplumsal barışın teminatı olmaları bugün bu işletmelere hayati bir önem kazandırmıştır. Uzun süre devam eden yapısal krizlerin bir sonucu olarak çok sayıda büyük firmanın çöküşü, gerek istihdam politikaları, gerekse iktisat politikaları açısından hızla KOBİ'lerin bir ilgi odağı haline gelmelerine neden olmuştur.

Günümüzde imalat sanayinden hizmet sektörlerine doğru gelişen yapısal değişme, bir bütün olarak ekonomide küçük işyerlerinin önemini artırmıştır. 100 işçiye kadar işçi çalıştıran firmalarda istihdamdaki artış kredi müesseselerinde, otel ve lokantalarda, yönetim danışmanlıklarında, tıbbi bakım müesseselerinde, gayrimenkul acentalıklarında, avukatlık firmalarında, perakende satış yapan işyerlerinde ve otomobil tamir atölyelerinde ortaya çıkmıştır. Ayrıca KOBİ'lerdeki koşullar birçok hallerde büyüklere nazaran daha insancıl bulunmaktadır. KOBİ Yöneticileri işçilerle olan ilişkilerini genellikle "resmi olmayan" biçiminde nitelendirmektedirler. Böylece işçiler, kendilerini işyerlerinin çıkarlarıyla özdeşleştirmekte, kendi çıkarlarıyla şirketin çıkarları arasında bir fark görmeyerek daha özverili çalışmaktadırlar.

Dikkati çeken diğer bir nokta ise, KOBİ'lerin iş yaratma potansiyelleri ile ilgili olarak İngiltere ve ABD'de yapılan araştırmaların da ortaya koyduğu gibi, ekonomik yapıdaki temel değişmelerin veya teknolojik yeniden yapılanmaların yarattığı etkiler sonucunda KOBİ'ler büyüklerden daha fazla ve net iş imkanları ve istihdam yaratmaktadırlar.³⁹

³⁹ Nusret Ekin, "Küreselleşme ve Gümrük Birliği", İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1996-32, İstanbul, 1996, s.68-70

KOBİ'lerde emek-yoğun teknolojiler yaygın olduğu için, istihdam sağlama imkanı daha fazladır. Çünkü, KOBİ'ler büyük işletmeler için kârlı olmayan küçük ölçeklerde üretim yapabilmekte, ani piyasa değişikliklerine göre nispeten daha iyi uyum sağlayabilmektedirler. Bu işletmelerin ekonomik ve sosyal hayata en önemli katkıları yarattıkları istihdam gücüdür. KOBİ'lerin bu özellikleri, gerek ülkemizde gerekse bize göre refah düzeyi daha yüksek ülkelerde başta gelen üstünlüklerinden biri olarak kabul edilir. Çünkü, günümüzde yaşanan hızlı sosyo- ekonomik değişiklikler ve teknolojik gelişmeler sonunda işten çıkartmalar artmakta, emek faktörü yüksek teknolojinin sunduğu makinalar ve robotlarla ikame edilmektedir. Bu ikame süreci fiziki emeğin yerini makinaların aldığı klasik şekilden hızla uzaklaşmakta, kimi fikri emek unsurlarının da makinalaşmaya başladığı bir döneme girilmiş bulunmaktadır.

Bu gelişme iki açıdan büyük önem taşımaktadır. İstihdam konusunun ekonomik yönü yanında, daha büyük önem taşıyan, bir de sosyal yönü bulunmaktadır. Çünkü, istihdam edilemeyen insanlar işsizdirler. Dolayısıyla işsizlik oranı yüksek toplumlar potansiyel bir huzursuzluk içerisindedirler. Bu durum sanayileşme sürecine girmiş olan, kişisel ilişkilere dayanan yardımlaşmanın hızla azaldığı ve eski değer yargılarının yeni değer yargılarına geçişi nedeniyle bir ahlaki değerler boşluğunun yaşandığı toplumlarda daha büyük önem arzeder. Bu nedenle sanayileşme sürecine girmiş olan ve bu yolda hızla ilerleyen Türk toplumunda, işsizliğin neden olabileceği sorunlara dikkat edilmeli ve KOBİ'ler yeterince desteklenerek bu konudaki azaltıcı etkilerden yararlanılmalıdır.⁴⁰

⁴⁰ Hakan Karalar, a.g.e., s. 8-10

KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal hayata katkılarını şu genel başlıklar altında toplamak mümkündür.⁴¹

1. Bu işletmelerin kurulması daha az sermaye gerektirdiği için ülkenin birçok bölgesine yayılabilirler. Böylece sanayisi nispeten geri kalmış bölgelere de yayılabilmekte ve bu bölgelerde de iş ve istihdam imkanları artmaktadır.
2. Ekonominin çeşitli sektörlerinde bu tür işletmelerin çoğalması, sözkonusu sektörlerde tekelleşme imkanlarını azaltmaktadır.
3. Sözkonusu işletmeler teknolojik yeniliklere ve konjonktürel değişikliklere daha çabuk ayak uydurabilirler. Bu da istihdamda devamlılığı sağlar.
4. Bu işletmeler sermaye faktörünü en hayati unsur haline getirmeden, bir çok kişiye kendi alanında teşebbüste bulunma imkanı verir.
5. Yeni buluş ve fikirlerin ortaya çıkarılıp geliştirilmesinde, geleneksel teknolojinin modernizasyonu ve transfer edilen teknolojinin ülke ekonomisine adaptasyonu konusunda önemli rol oynarlar.
6. Bu işletmelerde işçi-işveren ilişkileri daha yakın ve olumludur. İşçilerin kararlara katılımı kendilerine tatmin sağlarken, işletmeye de daha fazla işlerlik kazandırır.
7. Çoğu ürün bu tür işletmelerde üretilir. Bazı ürünler ise talebin sınırlı olması nedeniyle sadece KOBİ'ler tarafından üretilir.
8. Daha çok kişiye mesleki ve teknik eğitim vermekte, esnek yapıları gereği ekonomik dalgalanmalardan, iktisadi ve mali krizlerde daha az etkilenmektedirler.
9. Teknolojik yeniliklere kolayca uyum sağlayabilmekte, bölgelerarası dengeli kalkınmayı kolaylaştırmaktadırlar.

⁴¹ F. Merih Olcay, a.g.e., s. 13-14 ; Hakan Karalar, a.g.e., s. 9

10. Ara malları üreterek büyük işletmelerin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısı olmaktadır.

11. Rekabeti artırıcı etkileri ve daha az bürokratik yapıya sahip olmaları sosyal ve ekonomik hayata olan en önemli katkılarından.

1.3. Gümrük Birliği Sürecinde KOBİ'lerin Sorunları

1.3.1. Gümrük Birliği'nin KOBİ'lere Etkileri

Gümrük Birliği (GB) kavramı, birliğe dahil ülkeler arasında gümrük vergilerinin ve eş etkili vergilerin (Türkiye örneğinde, Toplu Konut Fonu, Belediye Hissesi, Damga Resmi, Ulaştırma Alt Yapıları Resmi v.b.) tamamen kaldırıldığı, birlik dışından gelen mallara karşı tek ve ortak bir gümrük tarifesinin (OGT) uygulandığı, bu tarifinin uygulanması sonucunda elde edilecek gelirlerin, birliğe dahil ülkeler arasında paylaştırılacağını öngören ülkelerarası kurumsal bir yapılanmadır. Böylece GB ile, üye ülkeler arasındaki tarife ve kota sınırlamaları kaldırılarak, mal ve hizmetler için ortak bir piyasa yaratılması öngörülmüş olmaktadır. Bu da karşılıklı entegrasyonu, karmaşık siyasi, ekonomik ve sosyal yönleri olan bir süreci oluşturmaktadır.⁴²

Gümrük Birliği çerçevesinde KOBİ'lerin durumuyla ilgili tartışmalar daha çok iktisadi ağırlıklı bir alan oluşturmaktadır. Bu nedenle, konunun 6 Mart 1995 tarihli Ortaklık Konseyi Kararları çerçevesinde, ortak dış ticaret politikası ve rekabet politikaları boyutuyla ele alınması gerekir.⁴³ Kuşkusuz GB'de en önemli unsur rekabet gücüdür. GB sonrası Türk Sanayi Sektörü, rekabet şartlarının büyük ölçüde belirleyici olduğu bir ortamda sanayileşme ve teknoloji açısından çok ileri olan Avrupa Ülkeleri

⁴² Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 32

⁴³ Nusret Ekin, a.g.e., s. 77

Sanayileri ile rekabet etme durumunda kalmıştır. Özellikle son yıllarda, Türkiye'nin ucuz emek ve hammadde gibi bazı karşılaştırmalı üstünlükleri önemini yitirmiş, yerine üstün teknoloji ve bu alandaki yatırımlar giderek daha önemli hale gelmiştir.

Ekonomideki bütün sektörlerin rekabet güçleri eşit değildir. GB'nin farklı sektörlerle etkisinde farklı olacaktır. Rekabet güçleri yüksek olan sektörler GB'den olumlu yönde etkilenirken, rekabet gücü düşük olan sektörler GB sürecinde çeşitli güçlüklerle karşılaşacaklardır. GB'den olumsuz olarak etkilenecek olumsuz sektörler, yüksek koruma oranına sahip, yüksek düzeyde üretim gerçekleştiren ve katma değerde işgücü payı yüksek olan sektörlerdir. Bu sektörlerde, motorlu taşıt araçları, elektrikli olmayan makinalar, selüloz ve kâğıt sanayi, lastik sanayi, tekel ürünleri, dayamlı tüketim malları ve bazı gıda ürünleri sanayidir.

Rekabet gücü özellikle KOBİ'ler açısından büyük önem arz etmektedir. Dünya rekabetiyle karşı karşıya kalan KOBİ'ler için, GB sürecinin zorlu bir dönemin başlangıcı olduğu görülmektedir. Ancak bu işletmelerin uygun teşvik ve desteklerle, esnek yapıları sayesinde rekabet ortamına uyum sağlayacakları beklenmektedir. Aktif, üretken, yeni koşullara kısa sürede adapte olabilen ve esnek arz-esnek talep modeline kolaylıkla cevap verebilen bu işletmeler orta vadede zorlukları aşmış olacaklardır. Kısa vadede ise, KOBİ'lerin dış pazarlara yönelik problemlerinin yanında, iç pazara yönelik problemlerinin olacağı da muhakkaktır.⁴⁴

KOBİ'ler hem dış hem de iç pazar koşullarına göre üretim yapılarını yeniden oluştururken, GB sürecinide gözönünde bulundurmalıdırlar. GB sürecinde iç pazarların daralabileceği ve iç pazarların daralması sonucu, KOBİ'lerin ihracata

⁴⁴ F. Merih Olcay, a.g.e., s. 112

yönelmeleri zorunluluğu büyük önem taşımaktadır. İhracatın artırılmasında etkili olacak en önemli konu da, KOBİ'lerin üretim yapılarının iyileştirilmesidir. Bu iyileştirmenin olabilmesi için teknoloji, finansman, insan kaynakları ve yönetim bilinci gibi unsurların rasyonel değerlendirilmesi gerekmektedir.⁴⁵

KOBİ'lerin teknolojik değişime uymada, ölçeklerinin tabiatı gereği üstünlüklerinin olduğu bilinmektedir. Ancak, bu üstünlüğe karşı ülkemizde KOBİ yöneticileri, üretim ve ticaretten elde ettikleri fonları, teknoloji yenilemede kullanmamaktadırlar. Oysa rekabet gücünün artırılmasında en önemli araçlardan biri de teknolojinin sıkça yenilenmesidir. Bu nedenle KOBİ'lerin teknoloji modernizasyonunda oto finansman yönetimini kullanmaları ve patent, know-how, marka ve franchising v.b. lisans anlaşmaları yaparak teknoloji dokusu bakımından global normlara entegre olmaları gereklidir. Ayrıca, ihracatın bu derece önem kazandığı bir yapıda, GB'nin Avrupa Birliği'ne yönelik ihracatımız üzerindeki etkilerinin şu şekilde olacağı beklenmektedir.⁴⁶

1. AB, tekstile uygulanan kotalar dışında Türkiye'den yaptığı ithalata bir kısıtlama uygulamamakta ve 1973 yılından beri sanayi mallarımız AB pazarına sıfır gümrükle girmektedir. Bu nedenle GB sonrası iki yıllık dönem içerisinde Avrupa Birliği Ülkelerine olan ihracatımızda çok belirgin bir artış olmadığı gibi ileriki yıllarda da bir patlama olacağı beklenmemelidir.

2. AB'den ithal edilen hammadde, ara malı ve sermaye malları gibi girdileri yoğun olarak kullanan ihracata yönelik sanayilerde, gümrük ve fonların kaldırılması ile

⁴⁵ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 33

⁴⁶ F. Merih Olcay, a.g.e., s. 113

ortaya çıkacak maliyet düşüşü, fiyatlarda da düşüşe neden olarak, bu ürünlerin ihracatında bir artışa sebep olabilecektir.

3. Anti-damping ve anti-sübvansiyon soruşturmaları da GB ile derhal sona ermemiş, belli bir süreç sonucunda sona ermesi düşünülmüştür.

4. GB sürecinde, dolaylı biçimde döviz kurunun (özellikle ABD doları ile İngiliz sterlini) yükselmesi, ihracat artışına ivme kazandırmıştır.

Tüm bunların yanında, pek çok KOBİ'nin, ürettikleri ürünlerin belirli kalite standartlarını içermiyor olması da, GB sürecinde bu işletmeleri rekabette zor durumda bırakabilecektir. Ürün kalitesi artırılırken, ürün maliyetlerinin artmamasına özen gösterilmelidir.⁴⁷

Pazar örgütasyonu eksikliği, düşük iş verimliliği, finansal yönden zayıf olmaları (düşük sermaye / borç oranı) ve finans pazarlarına ulaşmanın zorluğu ve pahalı oluşu, GB sürecinde, KOBİ'lerin uyumu konusunda güçlük yaratacaktır. Ancak, ekonomik çerçevede farklı eğilimlerin analizi, demografi, teknoloji, globalizasyon ve iç pazarın tamamlanması KOBİ'ler için yakın gelecekte önemli fırsatların ortaya çıkmasına neden olacaktır.⁴⁸

1.3.2. Gümrük Birliği Sürecinde KOBİ'lerin Sorunları

KOBİ'lerin mevcut sorunlarının büyük bir kısmı işletmeden kaynaklanmakla beraber, dış çevre faktörleri ile ekonomi ve finansal politikalar da büyük ölçüde etkili olmaktadır. KOBİ'ler kendi öz kaynakları ile faaliyetlerini sürdürürken, gerek kendi bünyelerinden ve gerekse çevre şartlarından kaynaklanan sorunlarla

⁴⁷ Özgen Hüseyin ve Doğan Selen, a.g.e. s.33

⁴⁸ Mete Oktav, Alican Kavas, Günal Önce, Mustafa Tanyeri, "Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri", TOBB Yayınları, No:Genel:176, Ar-Ge:79, Ankara, 1990, s. 17-18

karşılaşmaktadırlar. Aslında sınırlı olan imkanların yol açtığı zorluklar yanında, mali kaynak ve diğer girdilerin teminindeki güçlükler, üretimde kalite ve standardizasyon sorunları, pazarlama yetersizlikleri, kalifiye eleman teminindeki zorluklar, teknik bilgi üretecek araştırma-geliştirme çalışmalarının ve danışmanlık hizmetlerinin yokluğu, işyeri bakımından çalışma şartlarının elverişli olmaması, kuruluş safhasından vergilendirmeye kadar mevzuat ve bürokrasi gibi daha da sayılabilecek pek çok sorunları bulunmaktadır.

KOBİ'lerde girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyet genellikle aynı kişide, yani işletme sahibinde bütünleşmektedir. Bu da KOBİ'lerin en önemli sorununu beraberinde getirmektedir. Çünkü, bir işletme kurabilmek için gerekli paraya sahip olan herkes kendisini birer girişimci, hatta yönetici olarak görmektedir. KOBİ'ler genellikle aile işletmesi özelliği taşıdıklarından, ortak yatırımlara girme konusunda tereddüt etmektedirler. Bu da bu işletmelerin büyümesini ve gelişmesini engelleyen en önemli faktördür.⁴⁹

Bu genel nitelikli sorunlar yanında KOBİ'lerin sorunlarını şu ana başlıklar altında sıralamak mümkündür.

1.3.2.1. KOBİ'lerin Yönetim Sorunları

KOBİ'leri ilgilendiren sorunlardan pazarlama, finansman, üretim v.b. daha çok bu tür işletmelerin ekonomik ölçeklerinden kaynaklanan sorunlar olup; yönetimle ilgili sorunları da işletmenin yapısında önemli bir rol oynamaktadır. Bu iki grup sorun birbiriyle yakından ilişkili olup özellikle yönetimden kaynaklanan sorunlar işletmenin

⁴⁹ Hüseyin Özgen ve SelenDoğan, a.g.e., s. 39

diğer işlevlerini de olumsuz etkileyerek onların oluşumuna temel oluşturmaktadır. O halde bu işletmelerin sorunlarının temelini işletmenin yönetim yapısı oluşturmaktadır.⁵⁰

KOBİ'lerin karşılaştıkları yönetim sorunlarını, yönetim ve yönetici sorunları, nitelikli personel bulunamaması, işletme sahiplerinin genellikle teknik kökenli olmaları, yöneticilerin ve personelin eğitim sorunları, uzmanlaşma, enformasyon (bilgi) eksikliği, idari ve teknik danışmanlık ile rehberlik hizmetlerinden yoksunluk, örgüt ve örgütlenme sorunları şeklinde sıralamak mümkündür.

KOBİ'lerde girişimcilik yöneticilik ve mülkiyet aynı kişide toplandığından, sahip ve yöneticinin değerleri, motivasyonu, davranışları, amaç ve hedefleri işletme üzerinde en belirleyici faktör olmaktadır. KOBİ'lerde bütün yetki ve sorumlulukların tek kişide toplanmasının bazı yararları olduğu gibi, olumsuz yanları da vardır. Bunların başında, işletme fonksiyonları çeşitlendikçe ve karmaşıklaştıkça sahip ve yöneticinin yetersizleşeceği gelmektedir. Bu durumda yönetici; muhasebeci, satış elemanı, personel yöneticisi, finansman planlayıcısı, üretim teknisyeni v.b. görevlerle karşı karşıya kalacaktır. Tabiki, sahip ve yönetici bu rollerin gerektirdiği bilgi ve kabiliyete her zaman sahip olamayacağı için bu durum işletmeyi başarısızlığa götürecektir. Nitelikli eleman ihtiyacının karşılanamaması, genelde tüm işletmeler için geçerli bir sorun olmakla birlikte, KOBİ'ler için özellikle önem taşımaktadır. Bu işletmelerin gereken ücretleri ödeseler bile, istedikleri personeli bulabilecekleri kuşkuludur. Yine özellikle KOBİ'leri ilgilendiren bir başka sorun da, uzmanlığın çok fazla önem kazandığı günümüzde, çok yönlü eleman istihdamının zorunluluğudur.⁵¹

⁵⁰ Canan Çetin, a.g.e., s. 156-157

⁵¹ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 43-47

Ülkemizde KOBİ'lerin sahipleri, genellikle mühendis, teknisyen veya usta kökenli kişilerdir. Üretim konusunda oldukça yetenekli ve tecrübe sahibi olan bu kişiler, pazarlama, finansman ve yönetim konularında aynı derecede başarılı olamamaktadırlar.⁵²

1.3.2.2. KOBİ'lerin Üretim Sorunları

Üretim sorunlarının başında, yenilik ve değişiklikler konusunda üretim teknolojisindeki eksiklikler gelmektedir. Günümüzde KOBİ'lerin yatırım ve üretim yaparken alan ve teknoloji seçimi ile üretim tekniği konusunda KOSGEB'in sınırlı yardımları dışında bilgi alabilecekleri herhangi bir kurum bulunmamaktadır. Üretim kapasitesinin yetersizliği de diğer bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan, KOBİ'lerin genelde sınırlı bir pazara hitap etmeleri nedeniyle ellerindeki makineler atıl kalmakta ve gerektiği gibi değerlendirilmemektedir. Bu da işletmenin verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. KOBİ'ler sınırlı sermayeleri ile pazar şartlarının gerektirdiği stokları bulunduramamakta ve istenilen yere taşıma, depolama gibi büyük işletmelerin yararlandığı araçlardan yeterince istifade edememektedirler.⁵³

Diğer belli başlı üretim sorunları ise, tedarikleme sorunu (üretimde kullanılan hammadde, malzeme ve yarı mamuller), nitelikli ve uzman işgücü ile üretim yapamama, fason üretimin yaygınlığı, üretim kalite ve standardında yeterli bilincin oluşmamasıdır.

⁵² M.Tamer Müftüoğlu, "Türkiye'de KOBİ'ler Sorunlar-Öneriler", s. 192-193

⁵³ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 40

1.3.2.3. KOBİ'lerin Finansman Sorunları

KOBİ'lerin karşılaştıkları en önemli sorunlardan biri de finansman sorunudur. Finansman sorununun KOBİ'ler için en başta yer alan sorunlardan biri olmasının nedenleri, ülkemizdeki bankacılık sisteminin klasik mevduat-kredi bankacılığı yerine daha çok holdinglerin yönetiminde olması, ekonomik ve siyasal istikrarsızlık, devletin teşvik ve destek politikası ile KOBİ'lerin kendi yapılarından kaynaklanan yönetim, üretim, tedarik, personel ve pazarlama gibi alanlarda ortaya çıkan olumsuzluklar şeklinde sıralanabilir.

Ülkemizde dağıtılan toplam kredilerin yaklaşık % 4'ü KOBİ'lere tahsis edilirken, bu oran ABD'de % 42.7, Almanya'da % 35, G. Kore'de % 46.8, Hindistan'da % 15.3, İngiltere'de % 27.2 ve Japonya'da % 50'dir.

Diğer yandan ülkemizde sermaye piyasasının istenilen düzeyde ve kapsamda gelişmemiş olması, KOBİ'lerin hisse senedi veya tahvil yoluyla fon temin etme imkanlarını yokederken onları banka sektörüne ve yasal olmayan piyasalara mahkum etmektedir.

KOBİ'lerin muhasebe kayıtlarının düzenli tutulmaması, bankalardan kredi sağlamada gerekli olan fizibilite raporlarının gerekli standartlarda hazırlanmaması kredi temininde karşılaşılan güçlüklerdendir.

Ülkemizdeki KOBİ'lerin yarısına yakın bir bölümünün ferdi mülkiyet veya adi ortaklık şeklinde olması, işletme muhasebesinin sistematik hale getirilmesinde zorluklara sebep olmaktadır. Bir yandan devletin uyguladığı iktisadi politikalar zaten yetersiz özsermaye ile faaliyete başlamış KOBİ'lerin faaliyet kararlarını olumsuz

etkilemekte, diğ er yandan da bankaların özsermaye açısından yetersiz buldukları bu işletmelere kredi açılabilmesi açısından yüksek miktarda ipotek ve diğ er teminat türlerinden talep etmeleri, bu işletmelerin finansman sorunlarının iyice çözülm ez bir hale gelmesi sonucunu doğ urmaktadır.⁵⁴

Ayrıca ö lkemizde özellikle son yirmi yılda yaşanan kronik enflasyon KOBİ'ler için de ciddi bir handikap oluşturmaktadır. Yüksek enflasyon maliyetlerin yükselmesine dolayısıyla kârlılıklarının azalmasına neden olmaktadır. Yine KOBİ'lerin enflasyon muhasebesini yasal olarak yürütemeyişleri, cârî kârın gerçek kârları aşması sonucunu, bu da vergi yüklerinin artması sonucunu doğ urmaktadır.⁵⁵

1.3.2.4. KOBİ'lerin Yasal Bürokratik Ve Diğ er Sorunları

KOBİ'lerin Türkiye'deki ç alışma mevzuatı, mesleki yasalar ve mahalli idarelerden kaynaklanan çok çeş itli sorunları bulunmaktadır.⁵⁶ KOBİ'ler gerek kuruluş gerekse de faaliyetleri sırasında, kamu kuruluşları ile olan ilişkilerinde bürokratik engellerle karşılaşmaktadırlar. KOBİ'lerle ilgilenen kamu kuruluşları arasında, tam bir işbirliği ve koordinasyon sağlanamaması kavram kargaşasına, işlerin uzamasına ve sonuçta zaman ve para kaybına neden olmaktadır. KOBİ'ler devlet daireleri ile olan ilişkilerinde daha çok, gereksiz muamelelerin çokluğundan yakınmaktadırlar. Buna ek olarak, yönetmelik ve benzeri mevzuatın yarattığı sorunlar ile, sistemin çok yavaş ç alışması gibi durumlar en çok şikayetçi olunan konular arasındadır. Orta ölçekli işletmeler ise, daha çok belediyelerle olan ilişkilerinde, yerel yönetimin karar ve

⁵⁴ F. Merih Olcay, a.g.e., s. 77-79

⁵⁵ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 42

⁵⁶ Mete Oktav ve Diğ erleri, a.g.e., s. 22

uygulamalarından doğan sorunlar ile memurların tutum ve davranışlarından kaynaklanan sorunları dile getirmektedirler.

KOBİ'lerin, özellikle Gümrük Birliği süreci ile, uluslararası pazarlarda karşılaşılabilecekleri yasal ve bürokratik engellerin nitelik ve niceliği değişmiştir. Bugün en önemli sorunlardan biri de, KOBİ'lerin gerek yurt içinde gerekse yurt dışında, çeşitli yasal ve bürokratik engellerle yalnız başlarına mücadele etmeye terk edilmiş olmalarıdır. KOBİ'lerin karşılaştığı mevzuat hükümlerinin bazıları yanlış veya gereksiz yere getirilmiş; bazıları ise, doğru yere getirildiği halde, zamanla değişen koşullar bu hükümlerin doğruluğunu kaybetmelerine neden olmuştur.

Bugün mevcut bürokratik engellerin, kamu kuruluşları dahil olmak üzere bütün işletmeleri etkilediği ve bu yükün kısmen veya tamamen tüketicilere aktarılmasına rağmen, olumsuz etkilerini en fazla KOBİ'ler üzerinde gösterdiği görülmektedir. Diğer sorunlar arasında bilgi eksikliği, sağlıklı muhasebe kayıtlarının tutulmaması, yasal hakların yeterince savunulamaması, üniversite ile KOBİ'ler arasında işbirliğinin geliştirilememesi sayılabilir.⁵⁷

1.3.2.5. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Pazarlama Sorunları

Pazarlama konusu KOBİ'ler için hem iç hem de dış pazara yönelik olarak daha çok işletme sahibinin deneyimleri, bilgi ve becerileriyle yürütülmeye çalışılan, ancak ihmal edilen bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 24 Ocak 1980 kararlarıyla dış satıma yönelik bir politika izlenmesi, KOBİ'leri cesaretlendirmişse de pazarlama konusunda yetersiz olmaları iç ve dış pazarlarda sorunlarla karşılaşmalarına

⁵⁷ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 43

neden olmuştur. İşletme sahiplerinin halen geleneksel pazarlama anlayışıyla pazarlamayı satış kavramıyla eş anlamlı olarak kullanmaları önemli bir sorun kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern pazarlama kavramı her şeyin pazar ile başladığını kabul etmektedir. Bu nedenle, KOBİ'lerin başarılarında pazarlama konusuna eğilmeleri önem arz etmektedir. KOBİ'ler için büyük ölçekli firmalar karşısında rekabette, modern pazarlama tekniklerini yeterince uygulayamadıkları somut bir gerçektir. KOBİ'ler pazarlama faaliyetlerini etkin olarak yapamamaktadırlar. Yeni pazarlar araştırmak ve pazara girmek, potansiyel müşteri ve kurumlarla ilişkiye girebilmek belli bir zaman ve ciddi bir organizasyon gerektirmektedir. KOBİ'ler ürünlerine pazar oluşturmak amacıyla yeterli bir fon ayıramamaktadırlar. Dolayısıyla, KOBİ'ler uluslararası pazarlarla ilişkiye geçmek bir yana, yurt içinde dahi ancak bölgesel ihtiyaçlara yönelik üretim ve pazarlama yapabilmektedirler. Pazarlama sorunlarının büyük çoğunluğunun kökeninde de finansal yetersizlikler saklıdır. Bu nedenle işletme yönetiminin bu iki temel fonksiyonu birbiri ile bütünleşik niteliğe sahiptir.⁵⁸

KOBİ'lerin uluslararası pazarlara açılmada karşılaştıkları en önemli sorunlardan biri de, yabancı dil sorunudur. Genellikle yabancı dil bilen personel istihdamındaki yetersizlikler, bu işletmelerin yeni pazarlara girmelerinde ve dış pazarlara yönelik hangi ürünlerin ne şekilde üretileceğine dair sorunlarla karşılaşılmasına neden olmaktadır. Ayrıca pazar araştırması ve araştırma-geliştirme faaliyetlerine yeterli oranda fon ayırmamaları ile gerekli ciddiyetle konuya eğilmemeleri nedeniyle bu işletmeler kalite ve standart bakımından yeterli rekabet gücüne sahip olmamaktadırlar.⁵⁹

⁵⁸ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 27

⁵⁹ Hüseyin Özgen ve Selen Doğan, a.g.e., s. 41

Genelde, ülkemizde KOBİ'lerin pazarlama sorunları aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.⁶⁰

1. Pazar oluşturmak amacıyla büyük harcamalarda bulunamamaları,
2. Nitelikli pazarlama elemanlarının istihdam edilememesi,
3. Ürünün üretici firma yerine, diğer pazarlama kuruluşları tarafından dağıtım zorunluluğunun olması,
4. Hedef pazarların araştırılması, bulunması ve değerlendirilmesindeki yetersizlikler,
5. Satış geliştirme, reklam ve tutundurma çabalarının yetersiz olması,
6. Fiyat politikalarının tespit edilememesi,
7. Satış planlamasındaki yetersizlikler.

1.4. Avrupa Birliği'nde KOBİ'ler Ve Avrupa Birliği'nin KOBİ'lere Yardımları

1.4.1. Avrupa Birliği'nde KOBİ'lerin Önemi

Dünya'daki birçok ülkede olduğu gibi, AB'de de KOBİ'lerin gerek istihdam yaratmada gerekse ekonomik büyümede oynadıkları önemli rol, söz konusu kesimin geliştirilmesi ve desteklenmesine yönelik olarak AB ve üye ülkeler düzeyinde politikalar geliştirilmesine ve uygulanmasına neden olmuştur. AB'de KOBİ'lere yönelik politikalar, özellikle 1987 yılından itibaren, bu işletmeleri Avrupa Tek Pazarı'na uyumlaştırmak amacıyla geliştirilmiş ve gittikçe birlik içerisinde de ortaya çıkan işsizlik sorununa bir çare olarak, KOBİ'lerin büyük fırsatlar yaratacağına inanılmıştır. Bu çerçevede, son yıllardaki tüm toplantı ve zirvelerde KOBİ'lere büyük yer verilmiştir.

⁶⁰ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 27

Aralık 1993'te Brüksel'de yapılan zirvede ele alınan "Beyaz Kitap" ta AB firmalarının rekabet gücünün artırılması, yeni istihdam olanakları yaratılması ve idame ettirilebilir büyüme oranlarına ulaşılması hedeflenmekteydi. Haziran 1994'te Korfu'da yapılan AB zirvesi sonuç bildirgesinde, KOBİ'lerin büyüme ve istihdama yaptıkları büyük katkı gözönünde bulundurularak, bunların tek pazar imkanlarından fazlasıyla yararlanmalarının sağlanması vurgulanmış; Konseyin, KOBİ'lere düşük faizli kredi verilmesi yönündeki uygulamaları olumlu karşılanmış ve Komisyon'un 1994-1999 dönemi içerisinde KOBİ'lere, iç pazara ve yeni rekabetçi ortama uyum sağlamaları için, 1 milyar ECU verilmesi kararlaştırılmıştır. KOBİ'lere ilişkin mevzuatın basitleştirilmesi ve bürokratik engelleri azaltıcı bir dizi tedbirin alınması yönünde Komisyon'un yaptığı girişimler de olumlu tepkiler almıştır.⁶¹

Ayrıca, AB 1996 yılı bütçesinden küçük firmalara Avrupa Yatırım Fonu'ndan bir pay ayırmıştır. Bu fondan yeni iş imkanı yaratmaları koşuluyla KOBİ'lere 25 milyon ECU'ya kadar kredi verileceği kararlaştırılmıştır. KOBİ'ler kredi risklerinin yüksek olduğu gerekçesiyle ancak yüksek maliyetlerle kredi kullanabilmekte ve bu nedenle de bankalarla mali konularda sık sık problemlerle karşılaşmaktadırlar. Bu nedenle bu tür yardımların KOBİ'ler için ne kadar hayati önem taşıdığı tartışılmaz. KOBİ'lerin toplam krediler içindeki payı AB'de % 32'dir.⁶²

Avrupa Komisyon'u XXIII. Genel Müdürlüğü'nün 1992 yılında başlattığı KOBİ'ler için Gözlemevi isimli proje kapsamında EIM Small Business Research and Cosultancy firması her yıl Avrupalı KOBİ'lere ilişkin bir rapor hazırlamaktadır.

⁶¹ Ayşe Ege ve Diğerleri, "Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Muhtemel Etkiler ve KOBİ'ler", s. 44-45

⁶² ASOMEDYA, "Gümrük Birliği Stürecinde Avrupa Birliği Yardımları ve KOBİ'ler", Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, Kasım 1996, s.32

1996 yılında hazırlanan 4. Yıllık Rapor, Avrupa'nın 19 ülkesini (Avrupa Birliği -15-, İzlanda, Liechtenstein, Norveç ve İsviçre) kapsamaktadır. Raporda, 1995 yılında toplam işletme sayısının yaklaşık 16.5 milyona ulaştığı belirtilmektedir. Buna karşın, istihdam edilen kişi sayısının 103 milyona düştüğü ve bunun özellikle büyük işletmelerde olduğu kaydedilmektedir. 1992 yılında 7 olan işletme başına istihdam edilen ortalama çalışan sayısının ise 1995 yılında 6'ya düştüğüne yer verilmektedir. Tablo-7'de 1995 yılında 19 Avrupa Ülkesindeki işletmelere ait ölçek ve yapılar verilmiştir.⁶³

Tablo-7: 1995 Yılında 19 Avrupa Ülkesindeki İşletmelerin Ölçekleri ve Yapıları

	KOBİ (Küçük ve Orta Boy İşletmeler)				Büyük İşletme	TOPLAM
	Mikro İşletme	Küçük İşletme	Orta İşletme	Toplam KOBİ		
Toplam İşletme (1.000)	15.205	1.050	160	16.415	35	16.450
İşletme Başına Ortalama İstihdam	2	20	100	4	985	6
İstihdam (1.000)	33.230	19.640	15.785	68.655	64.565	103.220
Ciro/ İşletme Sayısı (1.000 ECU)	0.2	2.7	19.0	0.6	154.0	0.9
Verimlilik (1.000 ECU)	38	44	62	45	54	48
Katma Değerde İşgücü Maliyetinin Oranı (%)	52	65	61	59	58	58

Kaynak: EIM Small Business Research and Consultancy'nin 4. Yıllık Rapor için Eurostat/DG XXIII kaynaklarını derleme çalışması, Brüksel/Lüksemburg, 1996.

⁶³ Meral Sayın ve M.Akan Fazlıoğlu , a.g.e., s. 1

1.4.2. KOBİ'lere Avrupa Birliği Yardımları

KOBİ'lerin mali açıdan yaşadığı güçlüklerin üstesinden gelmeleri ve büyük işletmelerle kolayca rekabet edebilmeleri için bu işletmelere yardım yapılması zorunlu bulunmaktadır. Birlik içerisinde KOBİ'lere yapılan mali yardımlar, yardım ve kredi şeklinde olmaktadır. Bunları da üç ana başlık altında toplamak mümkündür.⁶⁴

1. KOBİ'lere yardım yapan kuruluşlar:

a) Avrupa Sosyal Fonu : İstihdam ve mesleki eğitim çerçevesinde 1960 yılında kurulan Avrupa Sosyal Fonu'nun görevleri, istihdamı kolaylaştırmak, nüfus ve meslek hareketliliğini hızlandırmak, işçilerin mesleki açıdan eğitimlerine ya da yetiştirilmelerine destek sağlamaktır.

b) Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu : 1975 yılında kurulmuş olan Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu, Topluluk bölgesel politikasının en önemli araçlarından biri olup, Topluluğun diğer etkinliklerinin de tamamlayıcısıdır. Bahse konu fonun amacı, Topluluğun geri kalmış bölgelerine yapılan ulusal yardımlara katkıda bulunmak ve genel bir bölgesel stratejinin oluşturulmasına destek olmaktır.

c) Avrupa Tarımsal Fonlandırma ve Garanti Fonu : Söskonusu fon, garanti ve yönlendirme olmak üzere iki bölümden ibaret olup, garanti bölümü, tarımsal piyasaları destekleyen ve bu piyasaların kararlılığını sağlayan bölümü, tarımsal üretim ve ticaretin daha iyi koşullara kavuşturulmasına yardımcı olan bölümü ise yönlendirme bölümü olmaktadır. Bu fondan yapılacak yardımlara ilişkin kurallar her yıl Resmi Gazete'de

⁶⁴ Coşkun Şenol, "Gümrük Birliğinin KOBİ'lere ve Etkileri ve Türkiye ile Avrupa Birliğinde Bu İşletmelere Uygulanan Teşvikler", Araştırmalar-3, Gümrük Kontrolörleri Derneği Yayını, No:8, 1997, Ankara, s.247-248

yayımlanır ve bölgeler yoksul ve az yoksul olarak sınıflandırılarak yoksul bölgelere daha fazla ağırlık verilir.

2. KOBİ'lere Kredi Sağlayan Kuruluşlar:

a) Avrupa Yatırım Bankası : Bu banka 1958 yılında Roma Anlaşması ile kurulmuştur. Amacı, Topluluğun dengeli ve sürekli bir biçimde kalkınmasına katkıda bulunmaktır. Yatırım Bankası'nın kredilerinden KOBİ'ler büyük ölçüde yararlanmaktadırlar. Bankanın kredileri sermaye piyasasından sağlanan kredilere göre daha ucuzdur. Krediler proje maliyetinin en fazla % 50'sine kadar verilebilmekte olup, kredi tavanı 10 milyon ECU'dur.

b) Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu : 1951 yılında Paris Anlaşması ile kurulan Topluluğun amacı üye ülkeler arasında ortak bir pazar oluşturarak, üye ülkelerde ekonomik büyüme, istihdam ve yaşam koşullarının iyileştirilmesine katkıda bulunmaktır.

c) Yeni Topluluk Aracı : 1978 yılında kurulan Yeni Topluluk Aracı bir kredi ve finansman kuruluşudur. Aracın kredileri Yatırım Bankası'nca yönetilir. Bu kredilerde KOBİ'lerin ayrı bir yeri vardır. KOBİ'lerin üretime yönelik sektörlerin içinde önemli bir yer tutması nedeniyle bu kesime sağlanan ve giderek artan kredi olanakları KOBİ'lere yansımaktadır.

3. Avrupa Birliği Kapsamında KOBİ'lere Sağlanan Devlet Yardımları :

AB genelinde 1983 yılından sonra uygulamaya konulan proje ve programların yanısıra KOBİ'lerin teşviki için kullanılan araçlardan biri de devlet yardımlarıdır. Birliğin Ortak Rekabet Politikası içerisinde yer alan Devlet Yardımları, Roma

Anlaşması'na göre yasak olmakla birlikte, Komisyon KOBİ'lerin önemini gözönünde bulundurarak bu tür yardımlara izin vermektedir.⁶⁵

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından onaylanarak KOBİ'lere verilen yardım türlerinin başlıcaları şunlardır :⁶⁶

- Küçük işletmelerin kurulması için hibe, düşük faizli kredi ya da kredi garantisi,
- Sermaye piyasalarından ya da bankalardan kolayca kredi bulabilen büyük işletmelerin içerdikleri yüksek risk nedeniyle, hükümet desteği olmaksızın yürütülmeyecek, KOBİ'lerce girilen yenilik projelerine yardım ya da düşük faizli kredi sağlanması,
- Enerji veya hammadde tasarrufu sağlayacak ya da diğer enerji kaynaklarının, petrolün yerine ikame edilmesini sağlayacak yatırım projelerine düşük faizli kredi ve yardım verilmesi,
- Küçük işletmelerin yönetim veya satış politikasını, dış danışmanlık veya otomasyon yoluyla geliştirilmesinin maliyetini azaltmaya yönelik yardımlar.

Türkiye'ye AB yardım ve kredileri 1960'larda girmeye başlamıştır. 1963 Ankara Anlaşması'na ek olarak imzalanan Mali Protokol, Türkiye Ekonomisi'nde verimliliği artıracak ve ülke ekonomisinin kalkınmasına yardımcı olacak yatırım projeleri için Avrupa Yatırım Bankası'ndan kredi alınabileceğini ve bankaya proje temelinde başvuruların devlet ya da özel sektör tarafından yapılabileceğini belirtmiştir. Bu bağlamda, anlaşmanın yürürlüğe girmesinden sonraki beş yıllık süre için Türkiye'ye

⁶⁵ Ayşe Ege ve diğerleri, "Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Muhtemel Etkiler ve KOBİ'ler", s. 60

⁶⁶ Coşkun Şenol, a.g.e., s. 248-249

175 milyon hesap birimi bir kredi olanağı tanımış ve hesap birimi de daha sonra 0.89 gram olarak tanımlanmıştır. Yani bugünün parası ile yaklaşık 1.9 milyar dolardır.

1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı Gümrük Birliği'nin getireceği rekabet ortamına yerli sanayinin uyum sağlaması ve Türkiye ile AB'nin altyapı bağlantılarının geliştirilmesi için Türkiye'nin önemli bir yardıma gereksinim duyacağını kabul ederek, AB ile Türkiye arasında bir mali işbirliğine gidilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda hibeler, Avrupa Yatırım Bankası ve AB Bütçe kaynaklı fonlar ve krediler zikredilmektedir.⁶⁷

1.5. KOBİ'lere Yönelik Dış Ticaret Teşvik Ve Destekleri

1.5.1. KOBİ'lere Yönelik Devlet Yardımları (Teşvikleri)

Ülkemizde KOBİ'lerin teşviki ve desteklenmesi kapsamında ilk kez Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca 92/2 sayılı "Yatırımların, Döviz Kazandırıcı Hizmetlerin ve İşletmelerin Teşviki ve Yönlendirilmesi ile İlgili Tebliğ" üzerinde değişiklikler yapılması hakkındaki Tebliğ'de KOBİ'lerin teşviki yer almış ve "teşvik belgesine bağlanmayan KOBİ'lerin (kamu yatırımları hariç) makine ve teçhizat alımları tebliğde belirlenen esaslar dahilinde Halkbankası'nca fon kaynaklarından kredilendirilebilir" hükmü getirilmiş olup, sözkonusu tebliğdeki teşvik kredilerinden bazılarının KOSGEB tarafından incelenerek projelendirilen yatırımlar için yerine getirilmiş kriterler olarak kabul edileceği hususu hükme bağlanmıştır.⁶⁸

⁶⁷ Asomedy, "Gümrük Birliği Strecinde Avrupa Birliği Yardımları ve KOBİ'ler" Kasım 1996, s. 33

⁶⁸ Coşkun Şenol, a.g.e., s. 265

Daha sonra 1993 yılında, KOBİ'lerin teşvik belgesine bağlanmaksızın teşvik edilmelerine devam edilmiştir. Düşük faizli ve uzun vadeli krediler ile KOBİ yatırımları bu dönem içerisinde desteklenmiştir. 26.12.1994 tarih ve 94/ 6411 sayılı "Yatırımlarda Devlet Yardımları ile İlgili Karar"ın 10'uncu maddesindeki "KOBİ'lerin Desteklenmesi" hakkındaki tebliğ 17 Ekim 1995 tarih ve 22436 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Bu karar, getirilen teşvik araçları ve uygulamaya yönelik düzenlemeler ile Avrupa Birliği normlarına uygun devlet yardımları sistemine ilişkin düzenlenmiş ilk "Yatırımları Teşvik Mevzuatı" özelliğine sahiptir. Burada teşvik belgesiz sistem dahilinde KOBİ'lere yönelik hizmet yatırımlarının ve makine teçhizat alımlarının kredi mekanizması ile desteklenmesi hedeflenmiştir. Ayrıca, eskiden kullanılan teşvik deyiminin yerine terminoloji değişikliği yapılarak, 1995 yılında devlet yardımı deyimini kullanılmaya başlanmıştır.⁶⁹

Son olarak 07.03.1998 tarihli 23279 sayılı Resmi Gazete'de, Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkında 88/10669 sayılı Karar yayımlanmıştır. Söz konusu karar 96/8615 sayılı KOBİ'lerin Yatırımlarında Devlet Yardımları Hakkındaki Karar'ı yürürlükten kaldırmış olup, KOBİ'lerin kalkınma planları ve yıllık planlarında öngörülen hedeflere uygun olarak korunmalarını, teşvik edilmelerini, üretim ile kalite ve standartlarını artırmalarını, ürün geliştirmeye yönelik taleplerini karşılamalarını, istihdam yaratmalarını ve Gümrük Birliği içerisinde rekabet edebilmelerini amaçlamaktadır. Bu karar kapsamında; imalat sanayi sektöründe faaliyette bulunan, işyerinde en fazla 150 işçi çalıştıran, kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis, taşıt araç ve gereçleri, döşeme ve demirbaşları toplamı 50 milyar Türk Lira'sını aşmayan işletmeler KOBİ olarak kabul edilmiştir. Bu

⁶⁹ F.Merih Olcay, a.g.e., s. 84

kapsamdaki KOBİ'lerin makine ve teçhizat ile hammadde (enerji temini hariç) alımlarının desteklenmesi amacıyla Hazine Müsteşarlığı'nca Teşvik Belgesi verilmesi hükme bağlanmıştır. Teşvik unsurlarından yararlanabilmek için Yatırım Teşvik Belgesi'ne konu makine-teçhizat ve/veya hammadde yatırımının, 50 milyar Türk Lira'sını aşmaması gerekmektedir. Karar'ın 5'inci maddesinde uygulanacak destek unsurları beş ana başlık altında toplanmıştır.⁷⁰

1. Yatırımları Teşvik Fonundan kredi,
2. Gümrük vergisi ve fon istisnası,
3. Yatırım indirimi,
4. Makine ve teçhizat alımında katma değer vergisi (KDV) desteği,
5. Vergi, resim ve harç istisnası.

1.5.1.1. KOBİ'lere İhracatta Sağlanan Devlet Yardımları Ve Destekleri

AB ve GATT normlarına uygun olarak, 01.06.1995 tarih ve 22300 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan İhracatta Devlet Yardımları ve Destekleri 6 programdan oluşmaktadır. Bunlar, Araştırma-Geliştirme Yardımı, Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi, Yurt Dışında Düzenlenen Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde veya Münferiden Katılımın Desteklenmesi, Uluslararası Nitelikli Yurtiçi İhtisas Fuar ve Sergilerinin Desteklenmesi, Pazar Araştırması Desteği ve Yurt Dışı Ofis-Mağaza İşletme Faaliyetlerinin Desteklenmesi'dir.

Ayrıca Para - Kredi ve Koordinasyon Kurulu'nun 31 Temmuz 1997 tarihli ve 23066 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 97/7 ve 97/8 Sayılı Tebliğ'leriyle Eğitim

⁷⁰ Resmi Gazete, 07.03.1998 günlü 23279 sayılı

Yardımları ve İstihdama Yol Açma Yardımları da ihracatta verilen destekler kapsamına alınmıştır.

Bu yardım ve destek unsurlarından Pazar Araştırma Desteği, Eğitim Yardımları ve İstihdama Yol Açma Yardımı desteklerinden münhasıran KOBİ'ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yararlanmakta olup, bu yardım ve destek unsurları üçüncü bölümde ayrıntılı olarak açıklanacaktır.

1.5.2. KOBİ'lere Dış Ticaret Kredi Ve Desteği Veren Kuruluşlar

Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (TOSYÖV), 21.02.1990 tarihinde Ankara'da kurulmuş olup, KOBİ'lerin desteklenmeleri ile bu işletmelerin lobisi ve örgütü olmayı amaçlamaktadır. TOSYÖV bünyesinde kurulan Dış Ticaret Danışmanlığı A.Ş. KOBİ'lere dış ticaret, pazarlama ve ihracat konularında bilgi vermektedir.

1987 yılında ihracatın geliştirilmesinin desteklenmesi amacıyla kurulan Türk Eximbank ihracatçı firmalara uygun şartlarla kredi imkanları yaratmaktadır. Banka KOBİ'lere döviz ve TL olarak kredi vermektedir.

Döviz kredisi, KOBİ'ler ve imalatçı-ihracatçı firmaların ihracat faaliyetleri ile ilgili finansman ihtiyaçlarının karşılanmasını amaçlamaktadır. Kredi serbest döviz karşılığı, Türk menşeli malların ihracatının taahhüt edilmesi karşılığında kullanılmaktadır. Kredi limiti firma bazında azami 1 milyon ABD Doları olup taahhüt edilen FOB ihrac tutarının azami % 75'i oranındadır.

Türk Lirası Kredisi, KOBİ'ler ve imalatçı- ihracatçı firmaların ihracat faaliyetleri ile ilgili sevk öncesi ve sonrası finansman ihtiyaçlarının Halkbankası

aracılığıyla karşılanmasını amaçlamaktadır. Kredi, serbest döviz karşılığı, Türk meşeli malların ihracının taahhüt edilmesi karşılığında kullanılmaktadır. Kredi limiti, azami 20 milyar TL olup, 180 gün içinde fiili olarak ihracı taahhüt edilen FOB tutarın % 60'ının müracaat tarihindeki TCMB döviz alış kurundan TL karşılığıdır.⁷¹

1.6. KOBİ'lerin Dış Ticaretimizdeki Yeri

DİE'nin 1992 yılı "Küçük ve Orta Ölçekli İmalat Sanayi Anketi" verilerinden yararlanarak KOSGEB bünyesinde yürütülen istatistiki çalışmalar kapsamında Ülkemizdeki Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin dış ticaret göstergeleri sektörel ve ülkeler bazında incelenmiş ve şu sonuçlara varılmıştır.⁷²

- Küçük ölçekli imalat sanayinin bir kesiti olan 10-49 arası çalışanlı işletmelerden alınan bilgilere göre, bu işletmelerin % 25'inin ihracat, buna karşın % 22'sinin ithalat faaliyetlerinde bulunduğu anlaşılmıştır.

- Orta ölçekli imalat sanayinin bir kesitini veren 50-99 arası çalışanı bulunan işletmelerin örnekleme ise, ihracat payının % 51, ithalat payının % 53 olduğunu göstermektedir.

- Aynı çalışmaya göre sektörel bazda ihracat-ithalat göstergeleri incelendiğinde küçük ve orta ölçekli imalat sanayinde ihracatımızın ithalatı geçtiği iki sektör; Dokuma, giyim eşyası ve deri sanayi ile gıda içki ve tütün sanayidir. Gıda, içki ve tütün sektöründe faaliyette bulunan küçük ölçekli işletmelerin yüzde 14'ü ihracat yaparken, yüzde 8'inde ithalat yapmaktadır. Aynı sektörde faaliyette bulunan orta ölçekli işletmelerin yüzde 45'i ihracat yaparken, yüzde 42'side ithalat yapmaktadır.

⁷¹ Coşkun Şenol, a.g.e., s. 257-260

⁷² Ayşe Ege ve diğerleri, "Avrupa Birliği İle Gümrük Birliği Muhtemel Etkiler ve KOBİ'ler", s. 77-84.

Dokuma, giyim eşyası ve deri sektöründe faaliyette bulunan küçük ölçekli işletmelerin yüzde 38.5'i ihracat yaparken, yüzde 20'side ithalat yapmaktadır. Aynı sektörde faaliyette bulunan orta ölçekli işletmelerin yüzde 70'i ihracat yaparken, yüzde 56'sıda ithalat yapmaktadır.

- Gerek işyeri payı ve istihdamı ile gerekse mevcut ihracat potansiyeli ile ülke ekonomimiz açısından çok büyük bir önemi bulunan ve temel sektörler olarak nitlendirilebilecek olan KOBİ'lerin de çok büyük bir yoğunluk gösterdiği; Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi, Gıda, İçki ve Tütün Sanayi ve Metal Eşya Sanayi ile alt sektörleri ihracat politikalarında titizlikle ele alınması gereken önemli hedefleri teşkil etmektedir.

- KOBİ'lerin dış ticaret ilişkilerinin en önemli oranda başta Avrupa Birliği ülkeleri ile ve diğer Avrupa Ülkeleri ile gerçekleştiği görülmekte, bunu Asya ülkeleri ve Ortadoğu ülkeleri takip etmektedir.

Konumuz açısından önemli göstergelerden biri olarak KOBİ'lerin ihracatını olumsuz yönde etkileyen faktörler ise, sırasıyla aşağıdaki şekilde tespit edilmiştir.

- Küçük imalat sanayi ihracatını olumsuz yönde etkileyen faktörler: Dış talep yetersizliği % 22, üretilen maddelerin fiyatlarının yüksek oluşu % 18.5, pazarlama organizasyonununun eksikliği % 12.5, üretim yetersizliği % 10.5, kaliteli mal üretememe % 10, kredi teminindeki güçlükler % 8.5, kapasite yetersizliği % 8, diğer % 10.

- Orta imalat sanayi ihracatını olumsuz yönde etkileyen faktörler: Dış talep yetersizliği % 25, üretilen maddelerin fiyatlarının yüksek oluşu % 21, pazarlama organizasyonununun eksikliği % 15, kaliteli mal üretememe % 11, kredi teminindeki güçlükler % 7, kapasite yetersizliği % 5.5, üretim yetersizliği % 5, diğer % 10.5.

İKİNCİ BÖLÜM

2. İŞLETME BİRLEŞMELERİ VE ÇEŞİTLİ ÜLKELERDE UYGULANAN DIŞ TİCARET ÖRGÜTLENME (BİRLEŞME) MODELLERİ

2.1. İşletme Birleşmeleri

2.1.1. Genel Olarak İşletme Birleşmeleri

Birleşme kavramı, daha önce ayrı ayrı faaliyette bulunan iki ya da daha fazla işletmenin, ortak amaçlar doğrultusunda bir araya gelerek ekonomik ve hukuksal açıdan tek bir işletme haline dönüşmesini ifade etmektedir. Birleşmeler yeni tesis ve teçhizat yaratılmasını değil de, mevcut işletme varlıklarının el değiştirmesini, yani başka firmaların aktiflerine girmesini ifade eder.⁷³

İşletme birleşmeleri, işletmenin dışsal büyüme yöntemlerindedir. Bu nedenle işletme birleşmeleri kavramı ile büyüme kavramı, birbirleriyle ilişkili olan kavramlardır. Diğer bir ifade ile işletme birleşmeleri, büyümenin nasıl gerçekleştirildiğini gösteren bir kavramdır. Bir işletme ya içsel ya da dışsal yollarla büyüebilir. İşletmelerin faaliyetleri sonucunda yarattıkları ya da dışarıdan temin ettikleri kaynakları yeni yatırım alanlarına yatırmaları ile gerçekleştirdikleri büyüme içsel büyümedir.⁷⁴

Dışsal büyüme ise, daha önce birbirlerinden bağımsız olarak faaliyette bulunan iki veya daha çok işletme, bağımsızlıklarını kısmen veya tamamen kaybetmek suretiyle bir araya gelmektedirler. Böylece yeni bir işletme oluşmaktadır. Sonuçta mevcut

⁷³ Derya Erel, "İşletme Birleşmeleri", Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Programı, Yayınlanmamış Yönetim Dersi Semineri, Mayıs 1997, Ankara, s. 2

⁷⁴ Hüseyin Akay, "İşletme Birleşmeleri ve Muhasebesi", Yayılım Matbaası, 1997, İstanbul, s. 13

işletme sayısı azalmakta, buna karşılık birleşme olayını gerçekleştiren işletmelerin ölçek büyüklüğü artmaktadır. Bir işletmenin bağımsızlığını kaybetme pahasına başka bir işletme ile birleşmesi, esas itibariyle ilgili işletmeler tarafından istenmeyen bir büyüme şeklidir. Genel olarak işletmeler başlangıçta içsel büyüme şeklini tercih ederler. Fakat belirli bir ölçek büyüklüğünden itibaren içsel büyüme bir büyüme alternatifi olmaktan çıkar. İşletme için kendi olanaklarıyla büyüme alternatifi ya tamamen ortadan kalkar ya da çok pahalı olmaya başlar. Bu aşamadan itibaren işletmeler dışsal büyümeyi tercih ederek dışsal büyümenin avantajlarını değerlendirme yoluna giderler.⁷⁵

Dışsal büyümenin içsel büyümeye göre genel kabul görmüş bir takım üstünlükleri vardır. İşletmelerin birleşme yoluyla büyütülmesinde, büyüme hızı içsel büyümeye göre daha yüksektir. İçsel büyümede, yeni yatırımların tamamlanması ve üretime geçilebilmesi için daha uzun bir süre gerekir. Buna karşılık, gelişmiş veya gelişme potansiyeline sahip işletmelerin birleştirilmesi işlemi çok daha kısa bir sürede tamamlanabilir. İşletmeler gerçekleştirmek istedikleri birçok avantajları (profesyonel eleman temini, yeni pazarlara girme, teknik bilgi, finansal imkanlar gibi) dışsal büyüme yoluyla çok daha kolay, çok daha etkili ve çok daha düşük bir maliyetle elde edebilirler. Birleşen işletmelerin her biri kendi alanında, o zamana kadar kazanmış olduğu deneyimlerini yeni kurulan işletmeye getireceğinden, yeni kurulan işletme büyük bir tecrübe birikimine sahip olur. Bu avantajın yeni kurulan işletmeye çok büyük bir üstünlük sağlayacağı muhakkaktır.

⁷⁵ Hakan Karalar, a.g.e., s. 68

Dışsal büyümenin bir diğer önemli avantajı da sinerji etkisidir. Genelde sinerji kavramı, bir bütünü oluşturan parçaların toplamı, bütünden daha büyüktür şeklinde tanımlanır. İşletmelerin Faaliyetlerini birleştirmek suretiyle elde edecekleri gelir, tek tek işletmelerin sağlayabilecekleri gelirler toplamından daha fazla olmaktadır.⁷⁶

Literatürde genellikle işletme birleşmelerini ifade etmede (combination, merger acquisition, consolidation) sözcükleri eş anlamlı kullanılmaktadır. Bir kısım yazarlar, yaklaşık aynı büyüklükteki işletmelerin birleşmelerini ifade etmede acquisition (satılma-devralma) kavramını kullanmışlardır. Birleşen işletmelerin hükmü şahsiyetlerinin ortadan kaldırılıp yeni bir işletmenin ortaya çıkması şeklinde olan birleşmeleri ifade etmede consolidation (konsolidasyon) kavramı kullanılmıştır. Türkiye’de bu kavram kargaşası hali hazırda mevcuttur. Türk hukukunda en azından işletmelerin birinin hem de hukuksal bağımsızlığını yitirerek işbirliğine gitme olayı birleşme kavramı ile ifade edilmesine karşın, teori ve uygulamada bir terim birliği oluşturulamamıştır. Bazı yazarlar, birleşme için genel ve toplayıcı bir kavram olarak füzyon terimini kullanmıştır. Bazı yazarlar ise merger veya birleşme terimini kullanmışlardır.⁷⁷

2.1.2. İşletmelerin Birleşme Nedenleri

Büyüme zorunda olan işletmelerin, neden birleşme yolunu seçtikleri konusunda literatürde pek çok neden sayılmaktadır. Bu nedenlerin sayısı ve önem dereceleri de, ülkelerin sosyo-ekonomik koşullarına, işletmelerin özelliklerine, içinde yer alınan toplumun özelliklerine ve zamana göre çeşitlilik gösterir.⁷⁸

⁷⁶ M.Tamer Müftüoğlu, “İşletme İktisadı”, s. 477-478

⁷⁷ Hüseyin Akay, a.g.e., s. 14

⁷⁸ Hüseyin Akay, a.g.e., s. 14

Birleşmeleri teşvik eden en önemli etkenlerden biri sinerjidir. Birleşme sonucu, birleşen işletmelerin bağımsız oldukları duruma göre daha kârlı hale gelmeleri, sinerji etkisinin bir sonucudur. Bu etki tedarik, üretim, satış, dağıtım, reklam, finansman ve yönetim gibi farklı işletmecilik fonksiyonları kapsamında ortaya çıkabilir.⁷⁹

Ayrıca işletmeler her zaman kâr maksimizasyonu peşinde koşmazlar. Bazı durumlarda büyüüp pazar payını artırma bir strateji olarak görülebilir. Böyle bir durum varsa, işletmeler için büyüme isteği bir birleşme nedeni sayılabilir. Bazı yöneticilerle pay sahipleri arasındaki en önemli farkın bu noktada olduğu yolunda görüşler de ileri sürülmektedir. Bu nedenle yöneticiler, büyümeyi daha önemli bir birleşme nedeni olarak görürken, pay sahipleri birleşme nedeni olarak öncelikle kârı düşünmektedirler.⁸⁰

Birleşmede etkili olan diğer önemli bir faktör ölçek ekonomileridir. Henüz maksimum ölçek büyüklüğüne ulaşmamış işletmeler, birleşmek suretiyle birim maliyetlerini aşağıya doğru çekebilirler. Vergi yasaları, muhasebe kuralları, sermaye piyasası kurumları ve yatırımcı (menkul değerler yatırımcısı) psikolojisi gibi etkenler de işletmelerin birleşme kararlarında etkili olmaktadır.

Yapılan bir araştırma sonucuna göre, işletmeleri birleşmeye iten nedenler, önem derecelerine göre aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.⁸¹

⁷⁹ M.Tamer Müftüoğlu, "İşletme İktisadı", s. 484

⁸⁰ Derya Erel, a.g.e., s. 5

⁸¹ M.Tamer Müftüoğlu, "İşletme İktisadı", s. 484-485

A - En önemli neden :

1 - Daha hızlı büyüme.

B - Orta Derecede Önemli Nedenler :

2 - Çeşitlendirme (diversifikasyon) yoluyla risk dağıtma,

3 - Ürün programı geliştirme ve genişletme,

4 - Hisse senedinin piyasa değerini yükseltme,

5 - Pazar payını artırma,

6 - Ölçek ekonomilerinden yararlanma,

C - Az Önemli Nedenler :

7 - Coğrafi olarak genişleme,

8 - Teknik bilgi ve uzmanlığın (know how) satın alınması,

9 - Mevsimsel ve dönemsel satış dalgalanmalarının dengelenmesi (satışı yaz mevsiminde artıp kışın azalan bir işletme ile, satışı kış mevsiminde artan yazın azalan bir işletmenin birleşmesi gibi),

10 - İşletmenin güç ve prestijini artırma,

11- İşletmenin atıl fonlarını değerlendirme,

12 - Yetenekli ve uzman yöneticilere sahip olma,

13 - Vergi avantajlarından yararlanma,

14 - İşletmenin dağıtım kanalları ve arz üzerindeki denetimini artırma (tekelci amaçlar),

15 - İleride olabilecek bir satınalmaya karşı işletmeyi koruma,

2.1.3. İşletmelerin Birleşme Şekilleri

İşletmelerin birleşmeleri literatürde değişik biçimlerde olmaktadır. Genellikle ekonomik faaliyet alanlarına ve hukuki yapılarına göre sınıflandırılmaktadırlar.

2.1.3.1. İşletmelerin Ekonomik Faaliyet Alanlarına Göre Birleşme Şekilleri

Ekonomik faaliyet alanlarına göre işletmelerin birleşmeleri dört grupta toplanır.

- a) Yatay birleşmeler (Horizontal Mergers)
- b) Dikey birleşmeler (Vertical Mergers)
- c) Dairesel birleşmeler (Congeneric Mergers)
- d) Karma birleşmeler (Conglomerate Mergers)

Yatay birleşme, aynı iş kolunda faaliyet gösteren firmaların birleşmelerini ifade eder. Bu tarz birleşmelerde hareket noktası, mevcut uzmanlıklardan yararlanarak güç birliği yapmak, kaynakların etkin kullanımına zemin hazırlamak, üretimde ihtisaslaşma ve üretim maliyetlerinde tasarruf, mal ve hizmet pazarlaması ile dağıtım kanallarında avantajlı duruma yükselmek, üretim teknolojisinde ve diğer konularda işbirliği ve birleşme öncesi aleyhte gelişen rekabetin ortadan kalkması ile ortak amaçlara yönelme imkanının doğmasıdır.

Dikey işletme birleşmeleri, mal veya hizmetin hammaddesinden tüketiciye kadar uzanan zincirin içerisinde ya geri hammaddeye doğru bir uzantı şeklinde ya da pazarlamaya doğru bir uzantı şeklinde ortaya çıkar. Burada amaç hammaddeyi kontrol etme, ya da üretilen mal ya da hizmetin dağıtım ve pazarlamasını da üstlenmektir.⁸²

Dairesel birleşmeler ise, aynı kanallar veya benzer satış yöntemleriyle dağıtımı yapılabilen mal ve hizmet işletmelerinin birleşmelerini ifade eder. Bir jilet firmasının bir tükenmez kalem firmasıyla birleşmesi gibi. Rekabetin dağıtım konusunda bir takım sorunlar yaratması, dairesele birleşmeleri teşvik eder. Bu tür birleşmelerde pazarlama fonksiyonuna ilişkin sinerji de etkili olur.

⁸² Hüseyin Akay, a.g.e., s. 19-20

Karma birleşmeler ise, üretim ve pazarlama faaliyetleri açısından hiçbir benzerlik taşımayan alanlarda faaliyet gösteren işletmeler arasında gerçekleştirilen birleşmelerdir. Bir uçak şirketinin, bir ilaç firmasıyla veya bir konfeksiyon işletmesi ile birleşmesi gibi. Buradaki amaç, değişik alanlara yatırım yapmak suretiyle riskin dağıtılması ve kaynakların daha etkin bir şekilde değerlendirilmesidir. Bu birleşme türünde finansman ve yönetim fonksiyonlarına ilişkin sinerji etkisi de birleşmeyi teşvik edici bir rol oynamaktadır.⁸³

2.1.3.2. İşletmelerin Hukuksal Açıdan Birleşme Şekilleri

2.1.3.2.1. Resmi İşletme Birleşmeleri

Bu sınıflandırma daha çok işletme birleşmelerinin hukuki bir nitelik kazanıp kazanmaması ile ilgilidir. Resmi birleşmelerde birleşmeyi gerçekleştiren işletmeler hukuki kişiliklerini kaybederek, yeni kurulan işletmenin bir parçası durumuna geçerler. Böylece hukuken eski işletmelerin varlığı sona ermekte, yeni bir işletme ortaya çıkmaktadır. Bu durumda işletmelerin aktifleri ve borçları birleşme sonucu ortaya çıkan yeni işletmeye geçer.

Literatürde resmi işletme birleşmeleri konusunda çoğu kez birbiri yerine ya da ayrı durumları ifade etmek için kullanılan birçok terim karşımıza çıkmaktadır. Konuyla ilgili en çok kullanılan terimler “merger, akuzisyon ve konsolidasyon” terimleridir. Merger, yaklaşık aynı büyüklükteki işletmelerarası birleşmeleri ifade eder. İşletmelerden biri hukuki ve ekonomik kişiliğini devam ettirirken, diğeri veya diğerleri bu niteliklerini kaybeder. Aktifleri ve borçları birleştikleri işletmeye geçer ve genellikle

⁸³ M.Tamer Müftüoğlu, “İşletme İktisadı”, s. 483-484

o şirketin adının kullanılmasına devam edilir. Merger yerine füzyon terimi de kullanılmaktadır.

Akuzisyon (acquiton, satın alma) genellikle farklı büyüklükteki işletmeler arasında gerçekleştirilen birleşmelerdir. Bu birleşme şeklinde işletmelerden biri diğer işletmenin veya işletmelerin aktiflerinin tamamını veya bir kısmını satın alır. Burada satın alınan işletme, satın alan işletme içinde eritilmekte veya onun tarafından yutulmaktadır. Konsolidasyon şeklinde birleşmede ise, iki veya daha çok sayıda, genellikle eşit büyüklükteki işletmeler, zaman ve kapsam olarak tarif edilmiş ve sınırlandırılmış belirli bir işi yerine getirmek üzere yazılı bir anlaşmaya dayanarak bir araya gelirler. İşin tamamlanması ile birleşme olayı son bulur.⁸⁴

Resmi birleşmenin en önemli özelliği, birleşmeye giren işletmelerin hukuki kimliklerini kaybetmeleridir. Bu işletmeler yeni bir hukuki kişilik kazanmakta; yeni bir kuruluş olarak ortaya çıkmaktadırlar. Merger ve akuzisyonlarda (satın almalarda) bünyesinde birleşilen ortaklık varlığını sürdürür; diğerleri hukuki kişiliklerini kaybederler. Merger biçimindeki birleşmelere karşı genel olarak yasal bir engel yoktur. Bununla birlikte, birleşmede tekeli bir amacın sezinlendiği durumlarda bu birleşme şekline birçok ülkede kaşı çıkmaktadır.⁸⁵

2.1.3.2.2. Gayriresmi İşletme Birleşmeleri

Bu birleşme şeklinde, bir birleşmeden çok işletmeler arası bir işbirliği (kooperasyon) sözkonusudur. İşletmeler belirli amaçlara ulaşabilmek için belirli konularda aralarında işbirliğine gitmektedirler. Amaca ulaşıktan sonra bu işbirliğine

⁸⁴ Hakan Karalar, a.g.e., s. 69

⁸⁵ M.Tamer Müftüoğlu, "İşletme İktisadi", s. 479

son verileceği gibi, işbirliğinin sürdürülmesi yoluna da gidilebilmektedir. Buna karşılık işbirliğini bağlayıcı hukuki nitelikli bir birleşmeye gidilmemektedir. İşbirliğini gerçekleştiren işletmeler hukuki ve ekonomik bağımsızlıklarını korumaktadırlar. Fakat buradaki ekonomik bağımsızlık izafi olarak anlaşılmalıdır. Bazı işbirliği türlerinde tek tek işletmeler ekonomik bağımsızlıklarından büyük ölçüde fedakarlık yapmak zorunda kalmaktadırlar. Hukuki bağımsızlık ise, her durumda korunmaktadır. Bu işbirliğinin gayri resmiliği de, esas itibariyle bu özelliğinden kaynaklanmaktadır.

Gayri resmi işletme birleşmelerinin başlıca türleri aşağıdaki şekilde belirtilebilir.⁸⁶

- a) Kişisel sözlü anlaşmalar (Gentlemen's Agreements),
- b) Karteller, pools, anlaşma birlikleri (Associations Agreements),
- c) Ortak çıkar grupları (Communities of Interest),
- d) Yönetim kurullarının aynı üyelerden oluşması nedeniyle işbirliği içinde çalışan işletmeler (Interlocking Directorates),
- e) Satınalma ve satış anlaşmaları (Purchase and Seles Contracts).

Bunların arasında en yaygın olan gayri resmi birleşme şekli kartellerdir. Karteller, yasal ekonomik yönden bağımsız olan, aynı üretim veya ticaret aşamasında, yani aynı iş kolunda faaliyette bulunan işletmelerin aralarında yaptıkları sözleşmeye dayanarak kurdukları bir işbirliği türüdür. Kartelleşmede, piyasalardaki rekabeti ortadan kaldırarak tekelleşmeye gitme amacı güdülebileceği gibi, tamamen ekonomik düşüncelerle, tek tek işletmelerin etkinliğini artırmaya yönelik bir işbirliği de amaçlanabilir.

⁸⁶ Hakan Karalar, a.g.e., s. 70

Genel olarak kartel deyince fiyat kartelleri anlaşılır. Fiyat kartelinde, karteli oluşturan işletmeler satış fiyatı konusunda aralarında anlaşarak piyasalardaki fiyat rekabetini ortadan kaldırmayı amaçlarlar. Miktar kartelinde de, karteli oluşturan işletmeler arasında her işletmenin ne kadar üretim yapacağı konusunda anlaşılır. İşletmelerden hiçbirine, kendisine tahsis edilen üretim miktarının üstünde üretim yapmasına izin verilmez. Bölge kartelinde ise, her işletmeye belirli bir bölge tahsis edilir. İşletme bu bölgenin dışında satış yapamaz. Yukarıda belirtilen kartel çeşitleri genel olarak piyasalarda tekeli bir egemenlik kurmaya yönelik işbirliği türleridir. Bu değerlendirme en yaygın kartelleşme şekli olan fiyat kartelleri için özellikle geçerlidir.⁸⁷

2.1.4. İşletme Birleşmelerinin Sinerjik Etkileri İle Ölçek Ekonomilerinin Giderek Artan Önemi

Sinerji, işletme birleşmelerinde gündeme gelen en önemli konulardan biridir. Genellikle, parçardan oluşan bir bütünün sonuçlarının, bütünü oluşturan parçaların sonuçlarının toplamından daha büyük olmasını ifade eder. Bir başka deyişle sinerji “2 + 2 = 5” etkisi ile açıklanmaktadır. Ölçek ekonomileri genellikle üretim fonksiyonuna ilişkin, birleşmelerde sinerji etkisi üretim, yönetim, finansman ve araştırma-geliştirme fonksiyonlarına ilişkin olmaktadır. Birleşmenin olumlu sinerjik etkileri varsa ve kâr bunun bir göstergesi olarak kabul ediliyorsa, birleşme sonucu oluşan firmanın kârı, birleşen firmaların kârları toplamından daha yüksektir. Bu durumun bilinip hesaplanabilmesi, işletmeleri birleşmeye iten bir neden olarak ele alınmaktadır.⁸⁸

⁸⁷ M. Tamer Müftüoğlu, “İşletme İktisadı”, s. 480-481

⁸⁸ Derya Erel, a.g.e., s. 4

Ölçek ekonomileri ise, bütün girdilerin (üretim faktörlerinin) eşit orandaki değişimleri sonucunda, çıktı ürün düzeyinde meydana gelen değişikliklerin şeklini gösterir. Ölçek ekonomileri genellikle şu etmenlerden ortaya çıkar ve bunların gerçekleşeceğinin bilinmesi işletmeleri birleşmeye iter. Bunlar, uzmanlaşma sonucunda ortaya çıkan ürüne ait maliyet tasarrufları ve kalite artışı, araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin daha etkin şekilde yürütülmesi, riskin azaltılması, firmanın değerlendirilmesinde piyasa kapitalizasyon oranının düşmesi, birleşme yoluyla artan üretim olanakları ve rasyonel kullanım sayesinde maliyetlerin düşmesi ve işletmenin pazardaki etkinliğinin artması, firma büyümesinin bir sonucu olarak bazı girdilerin daha ucuza temin edilmesi ve birleşen firmaların ölçek ekonomisinden yararlanarak daha iyi şartlarda finansman kaynaklarına ulaşma kolaylığıdır.

2.1.5. İşletme Birleşmelerinin Değerlendirilmesi

İşletmelerin birleşmesi için bir büyüme şekli olarak (dışsal büyüme) ortaya konduğunda, sadece resmi birleşmenin işletme birleşmesi olarak kabul edilmesi daha doğru olur. Bu durumda gayri resmi birleşme bir büyüme şekli değil, bir işbirliği (kooperasyon) biçimi olarak değerlendirilmelidir. Çünkü gayri resmi birleşmede işletmeler arasında tam bir birleşme gerçekleşmemektedir. İki veya daha çok sayıda işletme belirli konularda aralarında işbirliğine gitmektedirler. Bu işbirliği işletmeleri herhangi bir sözleşme ile bağlamaksızın çok tali konularda sadece sınırlı bir süre için geçerli olabileceği gibi (gentlemen's agreements), işbirliğine giren işletmelerin ekonomik bağımsızlıklarını tamamen kaybettikleri ve sadece hukuki kişiliklerini koruyabildikleri bir duruma kadar varabilmektedir (kâr dağıtım kartelleri, pools ve

syndikate örneklerinde olduğu gibi). Sadece ikinci durumda işletmeler arası işbirliği fiili olarak bir birleşmeye dönüşmektedir.

Gerek resmi birleşme sonucunda piyasalarda faaliyet gösteren işletme sayısının azalması, gerekse gayri resmi birleşmelerde işletmeler arasında gerçekleştirilen işbirliği, rekabetin etkinliği açısından büyük önem taşır. Çünkü işletmeler bu yoldan rekabet düzeninin dışına çıkarak, tekelci bir konuma sahip olma amacını güdebilirler. Bu şekilde artan ekonomik güçlerini politik güce dönüştürebilirler. Tek tek işletmeler açısından arzu edilebilen bu tür gelişmeler, makro ekonomi seviyesinde ekonomik etkinliği olumsuz yönde etkiler. Ayrıca bu tür gelişmeler sosyal ve politik alanlarda da olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Bu nedenle bu tür gelişmelerin genel ekonomi politikaları çerçevesinde önlenmesine çalışılır. Günümüzde serbest piyasa ekonomisini benimsemiş birçok ülkede, işletme birleşmelerini sınırlandıran, bazı durumlarda tamamen yasaklayan yasal düzenlemelere gidilmektedir. Bu konuda denetimi sağlamak ve uygulamayı yürütmek üzere resmi örgütler kurulmaktadır. Yine bu amaçla bir rekabet hukuku yürürlüğe konarak, Rekabet Kurumu oluşturulmuştur. Böylece rekabetin sürekliliğinin ve etkinliğinin yasal yoldan korunmasına çalışılmaktadır.⁸⁹

Birleşme öncesi hangi firmalarla birleşileceği veya satın alınacağı titiz bir şekilde değerlendirilmelidir. En pratik yol, eğer yapılabilirse birleşmenin bir fayda / maliyet analizini yapmaktır. Ayrıca yöneticiler tarafından uygulamada genellikle birleşmenin insanlara, örgüte ve örgüt kültürüne ilişkin yanlarının ihmal edildiği görülmüştür. Bu noktalar önemsenmeli ve birleşme öncesi analizlere dahil edilmelidir.

⁸⁹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 71-72

Birleşme gerçekleştirildikten sonra, sürecin nasıl işletildiğide önemlidir. Hukuki olarak birleşen işletmelerin tek bir firma gibi bütünleşmeleri zaman alabilir ve büyük maliyetlere katlanılmasını gerektirebilir. Buna ilişkin bir plan yapılması önerilmektedir. Birleşme sonucu piyasada rekabet avantajı yaratılması, hangi rekabet unsurlarının ne şekilde belirlenip geliştirileceğinin tespitine ve örgütün kültürel yapısının uyumlaştırılmasına bağlıdır.⁹⁰

İşletme birleşmelerinin hukuki ve ekonomik çerçevesi çok iyi tespit edilerek teşvik edilmelidir. Bu durum özellikle minimum etkin (ekonomik) ölçek büyüklüğünün altında faaliyet gösteren işletmeler için geçerlidir. Bu durumda olan işletmelerin birleşmesi sonucunda gerçekleştirilebilecek ölçek ekonomileri ve olumlu sinerji etkisi, birim maliyetin aşağı çekilmesinde ve kalitenin artırılmasında yararlı olabilir. Sonuçta birleşen işletmelerin bir bütün olarak ekonomik etkinliği ve rekabet gücü artar. Birleşmenin bu tür olumlu sonuçları, işletme büyüklüğü minimum etkin ölçek büyüklüğüne ulaşıncaya kadar geçerlidir.

İşletmelerin bir araya gelerek işlem büyüklüğünden kaynaklanan bir avantaj sağlayacakları muhakkaktır. Öte yandan işletmeler gelecekte istenilmeyen durumlarla karşı karşıya gelmemek için birleşme yoluna gitmek zorunda kalabilirler. Ancak önemli olan bu birleşmeler esnasında tarafların ve piyasa sistemi içerisinde yer alan diğer işletmelerin zarar görmemesinin sağlanmasıdır.⁹¹

⁹⁰ Derya Erel, a.g.e., s. 6-7

⁹¹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 72

2.2. KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmaları

Günümüzde hangi ölçekli olursa olsun, işletmelerin modern pazarlama tekniklerini uygulamaları, bir bütün olarak üretim süreciyle ilgilenmeleri kadar önemli hale gelmiş, hatta üretim sürecinin bir parçası olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Ülkemizde modern pazarlama tekniklerini daha çok büyük ölçekli işletmeler uygulamakta, küçük ve orta ölçekli işletmeler ise bu tekniklerden yeterince yararlanamamaktadırlar.

KOBİ'ler ciddi pazarlama sorunları ile karşı karşıyadırlar. Çünkü, bu işletmeler genelde sadece üretimle ilgilenmekte; pazarlama faaliyetlerini ihmal ettiklerinden dolayı da ürettiklerini yeterli düzeyde satamamaktadırlar. Bunun sonucu olarak, bu işletmeler atıl kapasite ile çalışarak kıt olan üretim kaynaklarını istenen düzeyde değerlendirememektedirler.⁹²

Ayrıca, ekonominin belkemiğini oluşturan KOBİ'ler büyük işletmelerin sahip olduğu üretim, pazarlama ve iletişim ağına ve ilişkilerine yeterince sahip olmadıklarından, böyle bir durumda ya her biri kendi çabalarıyla ayrı ayrı dünyanın değişik yerlerine seyahat ederek ellerindeki belirli verilere ve sınırlı imkanlara göre yeni iş ilişkileri kurmakta (bu hem çok pahalı, hem riskli hem de çok zaman kaybına neden olan bir yöntemdir) ya da bu tür küçük ve orta ölçekli işletmelere dış pazarlar bulma konusunda uzman bir kuruluşun yardımcı olması gerekmektedir.⁹³

⁹² Murat Özcan, "KOBİ'lerde Pazarlama", Ekin Kitapevi Yayınları, 1996, s. 9

⁹³ Hasan Gürak, "KOBİ'lerin İhracatını Nasıl Artırabiliriz", Anahtar Gazetesi, MPM Aylık Yayın Organı, Aralık 1997, Yıl:9, Sayı:108, s. 8

Bu durumun düzeltilmesi için KOBİ'lerin iç ve dış pazar bilinci ve tüketicilere yönelik bir anlayışla modern pazarlama yöntemlerinden yararlanmaları ve faaliyetlerini böylelikle etkin bir şekilde yürütmeleri kaçınılmaz bir zorunluluk olmaktadır.⁹⁴

2.2.1. Uluslararası Pazarlama Kavramı Ve KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılmalarının (İhracatın) Önemi

Pazarlama kavramı birçok yazar tarafından farklı biçimlerde tanımlanmasına karşın, temel olarak talebin tespit edilmesi, yönetimi ve değişim süreciyle tatmin edilmesi ilkesine dayanmaktadır. Daha geniş bir tanım ise, aracı ve nihai tüketicinin gereksinim duyduğu mal ve hizmetlerin üretilerek tüketicilere ulaştırılmasında kullanılan tüm işlevleri kapsamaktadır; bunlar pazarlama karmaşıklık olarak bilinen, mamul, fiyat, dağıtım ve tanıtım ifade etmektedir. Ancak son yıllarda bu bileşenlere politika ve kamu bileşenleri de eklenmiştir.

Uluslararası pazarlama ise, pazarlama tanımına ilişkin işlevlerin sınırlar ötesine taşınması ya da sınırların kaldırılmasıdır. Diğer bir ifade ile, "kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak mübadeleleri gerçekleştirmek üzere, mamullerin, hizmetlerin ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tanıtılması ve dağıtılmasına ilişkin olarak birden çok ülkede yapılan planlama ve uygulama süreci" dir. Kısaca uluslararası pazarlama, işlevleri açısından farklılık göstermemesine karşın, çevresel olarak daha da genişleyen, mevzuat ve pazar olarak karmaşıklaşan bir durum ifade etmektedir.⁹⁵

⁹⁴ Murat Özcan, a.g.e., s. 9

⁹⁵ Şehvet Gürdal ve Ruhi Gürdal, "Uluslararası Pazarlama", Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayın No:441, 1995, Eskişehir, s. 2

İhracat, her ülkede ve her dönemde ülkelerin kalkınma ve büyümesinde çok önemli bir yere sahip olmuştur. Globalleşen dünya ekonomisi içinde dinamik bir ekonomik yapıya sahip olmak için ihracat vazgeçilmez bir olgu haline gelmiştir. Yapılan ihracat sadece kalkınma ve büyüme için gerekli ithalatı gerçekleştirmeye imkan sağlayan döviz kazandırmakla kalmaz, ayrıca ülkenin en dinamik sektörlerinden kaynaklandığı için yeni istihdam alanları açarak rekabetçi teknolojik üstünlüklerin ülkeye kazandırılmasına katkıda bulunur.

OECD Ülkeleri ve Uzak Doğu Ülkeleri'nin (Asya Kaplanları) ekonomik yapıları yakından incelendiği zaman, ihracatın altyapıdan ve girdilerden başlayıp nakliyat sigortasına varana kadar çeşitli yöntemlerle desteklendiği görülecektir. İhracatta parasal destekler çok önemlidir. Ancak parasal destekler ne kadar kapsamlı ve çok olursa olsun üretilen ürünler için dış pazarlar bulunmadığı takdirde sağlanan parasal desteklerin yararı sınırlı ve geçici olacaktır. Sonuçta belki ihracatçı firmaların kâr oranları artacaktır fakat dış pazarları büyütme yönelik olmayan destekleri ihracatın ancak belirli sınırlar içinde artmasına katkıda bulunabilecektir.⁹⁶

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

Makro açıdan ihracatın bir ülke ekonomisine katkıları şöyle sıralanabilir.⁹⁷

⁹⁶ Hasan Gürak, a.g.m., s. 8

⁹⁷ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 32-33

a) İhracat, bir ülkenin yatırım, kalkınma ve büyümesi ile gerek duyduğu ithalatın karşılanmasında kullandığı döviz sağlayan en önemli unsurlardan biridir.

b) İhracat sektöründe yer alan büyüklü küçüklü işletmeler aracılığıyla ekonominin istihdam oluşturma gücüne katkı sağlar.

c) İhracat uzmanlaşmayı ve etkinliği teşvik eder. Ülkenin mevcut kaynaklarını etkin bir şekilde değerlendiren pazarlama potansiyelinin olduğu ürünlerde / pazarlarda yoğunlaşarak daha etkin üretim, pazarlama ve dağıtım fonksiyonlarının geliştirilmesine imkan sağlar.

d) İhracat, teknolojik yeniliklerin tekniklerinin gelişmesini ve pazara aktarılmasını teşvik eder.

e) Ekonomiler için ihracatın miktarı ve yıllara göre artış hızı kadar önemli bir konu, ihracatın bileşimidir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde ihracatın kompozisyonunda hammaddeler, tarım ürünleri ve yarı mamul ürünlerin büyük paya sahip olması, iklim koşulları, fiyatlardaki dalgalanmalar, artan rekabet ve teknolojik gelişmeler ihracatta istikrarsızlığa neden olmakta ve zaman zaman ekonomik darboğazlara yol açmaktadır. Dolayısıyla, ihracat performansında, ihracat bileşeninin kritik bir faktör olduğu gerçeği, ihracattan belentileri ve ihracatın ülke ekonomisine katkılarını etkileyecektir.

KOBİ'lerin, dünya kalite ve standartlarında üretim faaliyetinde bulunabilmeleri, dünya ekonomisi içinde rekabet edebilir konumda olmaları, işsizliğin azalması ve istihdama olan katkının artması ile verimliliğin sağlanabilmesi için dış pazarlara açılmaları kaçınılmaz bir zorunluluktur.

2.3. Çeşitli Ülkelerde Uygulanan Dış Ticaret Örgütlenme (Birleşme) Modelleri

Teknolojik yenilenme ile birlikte bilişim araçlarının giderek yoğunlaştığı, işbölümü ve uzmanlaşmanın arttığı günümüz ekonomilerinde, işletme birleşmelerine bağlı olarak bütüncül sistem arayışlarının yoğun bir şekilde gündeme geldiği görülmektedir. Benzer arayışlar ihracatta da çeşitli organizasyonların oluşmasına zemin hazırlamıştır.

İhracata yönelmek isteyen firmanın, özellikle ürünlerin dağıtımında karşı karşıya olduğu dört alternatif bulunmaktadır.

- 1) Firmanın kendi ihracat departmanında, kendi personel ve kaynakları ile ihracat işlevini sürdürmesi,
- 2) Ülke içi aracı kuruluşlardan yararlanma,
- 3) Ülke dışı aracı kuruluşlardan yararlanma,
- 4) Birkaç firmanın bir araya gelerek bir organizasyon (grup) oluşturmaları.

Firmanın kendi satış gücü, dağıtım kanalının bir parçası olarak ele alınabilir. Firmalar kendi dağıtım örgütlerini iki nedenle kurmaktadır. Birincisi, satış miktarını artırmak, ikincisi ise, dağıtım sistemi üzerinde kontrolü gerçekleştirebilmek için.

Ülke içi aracılar, ihracatçının kendi ülkesinde bulunan ve imalatçı firmaya pazarlama hizmetleri sunan kuruluşlardır. Bunların firmaya yakın olmaları ve kullanım kolaylığı gibi nedenlerle tercih edildiği görülmektedir. Ülkemizdeki Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve ABD'deki İhracat Yönetimi Şirketleri bunlara örnek olarak verilebilir. Dış pazarlardaki araçları kullanmak isteyen firmalar daha kısa bir dağıtım

sisteminin avantajlarından yararlanmakta ve pazar ile yakından temasta olan bir aracı ile doğrudan ilişkide bulunmaktadır. Ancak buna rağmen, böyle bir ilişki ile yabancı dil, fiziksel dağıtım ve finansman sorunları daha yoğun bir şekilde hissedilmektedir.

Bu yöntemlerin dışında firmalar ihracat organizasyonlarına giderek ihracat işlevini yürütebilmektedirler. İhracat faaliyetlerinin uzmanlık gerektiren teknik bir konu olması nedeniyle ya devletin öncülüğünde ihracat örgütlenmeleri kurulmakta ya da özel sektördeki firmaların bir araya gelmeleri ile bu tür örgütlenmeler (şirketler) kurulmaktadır. Bu kısımda bazı ihracat örgütlenmeleri ve işlevlerine kısaca değinilecektir.⁹⁸

2.3.1. Ortak Dış Pazarlama Şirketleri

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatta örgütlenmelerine önem veren bazı ülkelerde KOBİ'lere ilişkin olarak düzenlenen teşvik ve destekler incelendiğinde özellikle en belirgin nokta olarak bu işletmelerin ihracatını teşvik etmek amacıyla devletin desteği ve özel sektörün iştirakiyle ortak dış pazarlama şirketleri kurulmasını öngören düzenlemelere yer verildiği görülmektedir.

Bu şirketlerin mikro açıdan kendi üyelerine, makro açıdan ise buldukları ülkelere önemli katkıları bulunmaktadır. Söz konusu şirketlerin üyelerine olan başlıca katkıları şunlardır.

- Yeni pazarlara girme ve pazarlama çeşitlendirmesinden doğan güvence,
- Mevsimlerin üretim üzerindeki etkisinin azaltılması,
- Uzun süreli planlama yapma

⁹⁸ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 67-68

- Birim üretim giderlerinin azaltılması yoluyla kâr oranlarının artması,
- İhracat pazarlama bilgisinin artması,
- Sanayide alım ve satımda etkili olma,
- İhracat için aracıya gerek kalmaması ve sabit ihracat giderlerinin azalması,
- Döviz gelirlerindeki artışların yeni yatırımlara ve üretime dönüşmesi.

Ortak Dış Pazarlama Şirketleri'nin ülke ekonomisine olan katkıları ise şunlardır:

- Döviz gelirlerinin artması,
- Teknik bilgi ve yerel becerilerin artması,
- Kalkınma planlarındaki hedeflerin gerçekleştirilmesine olan katkıları,
- İstihdam sorununun çözümüne yönelik katkıda bulunmaları,
- Hükümetler ile sanayiciler arasında diyalog kurulmasına olan katkıları (lobi faaliyetleri).

Ülkemizde geçmişte devlet, KOBİ'lerin kendi aralarında ortak dış pazarlama şirketlerini desteklememiş, bunun yerine ek vergi iade sistemi uygulamaya konularak KOBİ'lerin dış ticaret sermaye şirketleri kanalıyla ihracat yapmaları özendirilmiştir. Bu yolla ihracata getirilen teşvik ve kolaylıklardan gerçek ihracatçı yerine Dış Ticaret Sermaye Şirketleri yararlandırılmıştır.⁹⁹

2.3.2. Genel Dış Ticaret Şirketleri

Bu tür örgütlenmelerin en bilineni Japon Genel Ticaret Firmaları (Sogo Soşa)'dır. Başlangıçta devletin önderliğinde ve 1950'li yıllardan itibaren de özel sektörün girişimleriyle kurulmuş olan bu şirketler, bugün Japonya'nın ihracatında

önemli bir rol oynamaktadırlar. 1980'li yıllar sonunda 9 büyük Japon firması, Japonya'nın gayri safi üretiminin % 30'unu teşkil etmekteydi. Bu firmalar dünya ticaretinde imalat, ithalat, ihracat ve yatırım yoluyla etkinlik göstermektedirler. Ayrıca, ihracatta ve ithalatta % 50'ye varan paya sahip olan bu 9 büyük genel ticaret şirketi Japonya'da 365, dünyada ise 1000'in üzerinde şube ile binlerce ürün konusunda faaliyette bulunmaktadır.

Japon Genel Ticaret Şirketleri (Sogo Soşa)'nın başarısında 4 temel neden ileri sürülmektedir.

- 1) Dünya pazarlarındaki fırsatlar ile ilgili bilgilerin toplanması, değerlendirilmesi ve bilginin yayılması için oluşturulan bilgi sistemleri,
- 2) Ölçek ekonomisinin verdiği güçle tercihli ve imtiyazlı ticaret imkanları elde etme ve kullanma avantajları,
- 3) Büyük finansal kaynaklara rahatlıkla ulaşabilme imkanı,
- 4) Dünyanın büyük pazarlarına hizmet verebilme ve değişik ticaret yöntemlerinden (takas gibi) yararlanabilme gücü.

Güney Kore'de de devletin öncülüğünde bu tip şirketlerin oluşturulduğu görülmektedir. 1975 yılında ilk Kore Genel Dış Ticaret Şirketi kurulduktan sonra, 1981 yılında bu şirketler Kore ihracatının % 43'ünü gerçekleştirmiştir. Kore'de bu şirketlerin kurulmasında şu faktörler etkili olmuştur:

- Japon Genel Ticaret Şirketleri'nin 1960'lı yıllardaki başarısı,
- Dünya ticaretindeki yeni korumacılık akımları,
- Ülke içi ihracat şirketleri arasındaki aşırı rekabet,

⁹⁹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 59-60

- Kore Hükümeti'nin ihracat hedeflerini iyi tespit etmesi ve bu hedeflere ulaşma konusundaki kararlı tutumu.

Kore'deki küçük boyutlu işletmeler bu şirketlerden yararlanmakla birlikte küçük ölçekli işletmeler için özel bir Genel Ticaret Şirketi'de (Koryo Trading Company) kurulmuştur.

KOBİ'lerin ihracat performansını geliştirmek için ABD'de İhracat Ticaret Şirketleri kurulması için 1982'de Export Trading Company (ETC) Yasası çıkarılmıştır. Bu şirketler aracılığıyla ihraç pazarlarına girme ve yeni pazar geliştirme maliyetlerinin paylaşılması, konsorsiyumlar oluşturulması ve bütün uluslararası pazarlama işlevlerinin etkin bir şekilde yerine getirilmesi amaçlanmıştır. Ancak ABD'de ETC'lerin kullanımı yaygın olmayıp, 1980'li yıllara kadar 50 ETC Ticaret Bakanlığı tarafından onaylanmıştır.

Brezilya'da da genel ticaret şirketlerinin kurulması teşvik edilmiştir. 1981 yılı itibarıyla bu şirketlerin Brezilya toplam ihracatının % 20'sini gerçekleştirdiği belirtilmektedir.¹⁰⁰

2.3.3. İhracat Yönetimi Şirketleri

İhracat Yönetimi Şirketleri (Export Management Company, EMC), ABD'de yaygın olup, diğer firmalar için komisyoncu-temsilci veya distribütör olarak uluslararası pazarlama hizmetleri sunmaktadır. Bugün ABD'de 1000'den fazla EMC aktif olarak faaliyet göstermekte ve bütün imalatçı / ihracatçı firmaların % 20'si bu şirketlerden yararlanmaktadır. Bu kuruluşların çoğu küçük boyutlu olup, belli bir

¹⁰⁰ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 68-70

coğrafik pazarda veya üründe yoğunlaşmışlardır. İhracat için pazarların seçiminde uzmanlardır ve yabancı dil bilen elemanlar istihdam etmektedirler. Bu özelliklerinden dolayı ihracat pazarlaması konusunda firmalara yardımcı olabilmektedirler.

EMC'ler acente olarak, müşteri adına dış pazarlarla temas kurmak ve satış stratejileri geliştirmekle sorumludurlar. Komisyon üzerine çalıştıklarından, çok sayıda firma için acente olarak faaliyette bulunurlar.

İhracat Yönetimi Şirketleri ayrıca distribütör olarak dahili firmalardan ürün satın alarak ve riski yüklenerek kendi adlarına dış pazarlarda satmaktadırlar. Bu yaklaşım, EMC'nin kârlılığını artırmasına imkan verirken, üretici firmanın dış pazarlama riskini ve ihracat deneyimi kazanma imkanını tamamen ortadan kaldırmaktadır. EMC'ler dış pazarlama karşılığını, ücret maliyetlerin paylaşımı ve kendi adlarına ürünü satmak için indirimli fiyatlarla ürünü elde etme şeklinde alabilmektedir. Bu durumda EMC, firmanın ürününü satış listesine koymakta ve dış pazarlara yerleşmek için yeterli çabada bulunmamaktadır.

EMC'lerin başlıca sorunu, dış pazar bulunduktan sonra müşteriye kaybetme ihtimalidir. Çoğu firmalar, EMC'nin hizmetlerini uluslararası pazarlarda deneyim kazanmak için kullanmakta ve başarı kazandıktan sonra EMC'yi atlayarak direkt olarak ihracata yönelmektedirler. Bu nedenle, çoğu kez EMC ile firma arasındaki ilişki kısa ömürlü olmakta ve işbirliği zayıf kalmaktadır. Bu firmaların başarısı için her iki tarafın şu koşullarda anlaşması zorunludur.¹⁰¹

¹⁰¹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 65-66

- Sorumluluğun paylaşılması,
- Giderlerin paylaşılması (ürünlerin dış pazarlarda test edilmesi, dış pazar ziyaretleri, sergilere katılma, broşür ve katalog hazırlama gibi.)
- Kazanılan pazar bilgisinin kullanılması,
- Karşılıklı güven esasına dayalı yardımlaşma.

2.3.4. İhracat Gruplaşması (Export Cooperation)

İhracatı geliştirmeye yönelik geleneksel politikaların KOBİ'lerin sahip oldukları ihracat potansiyelini değerlendirmede başarılı ve etkili olduğu söylenemez. Bu sonuç, yeni ve aktif politikalar arayışını gündeme getirmiştir. Nitekim, Avrupa Birliği Ülkelerinde küçük işletmelerin ihracata yönlendirilmeleri ile ilgili politikalar oluşturularak uygulanmaya başlanmıştır.

KOBİ'lerin yalnızca bilgi aktarımı şeklindeki pasif politikalar ile desteklenmesi ve yönlendirilmesi yerine, daha aktif ve daha yakın işbirliği ve ortak davranış bilinciyle kaynakların birleştirilmesi esasına dayalı politikaların ve uygulamaların geliştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. KOBİ'lerin; teknolojik, yasal ve idari yönlerden çeşitli sorunlarla karşı karşıya bulunmaları yanında, bilgi işleme ve değerlendirme kapasitelerinin yetersizliği de ihracat potansiyelini değerlendirememelerinin en önemli nedenlerindedir.

İhracatın geliştirilmesine yönelik "ticaret açığı", "kısıtlamalar", "döviz ihtiyacı" ve "işsizlik" gibi geleneksel gerekçeler, günümüzde dünya pazarlarında ortaya çıkan bütüncül sistem arayışları ve yoğun rekabet politikaları çerçevesinde yeniden gözden geçirilmeli ve ülkemiz için ileriye dönük stratejilerin geliştirilebilmesi önem taşımaktadır. Bu nedenle KOBİ'lerin kaynaklarını birleştirerek dünya ticaretinde daha

aktif olmalarını sağlayıcı tedbirler alınmalı, var olan tedbir ve düzenlemeler daha da desteklenmeli ve geliştirilmelidir.

İhracatta iyi bir oganizasyon kurmak; bilgi, tecrübe, sermaye ve yetişmiş eleman gibi unsurları gerektirdiğinden, KOBİ'lerin ihracat yapma imkanları oldukça kısıtlıdır. KOBİ'ler genelde mevcut ihracat şirketlerinin (ülkemizde 1980'li yıllarda ve 1990'lı yılların ortalarına kadar Dış Ticaret Sermaye Şirketleri üzerinden ihracat yapmaları gibi) hizmetlerinden yararlanmaktadırlar. KOBİ'lerin ihracatlarını tek elden yürütmek amacıyla yaptıkları organizasyonlar "ihracat gruplaşması" olarak ifade edilmektedir.

İhracat gruplaşması oluşturmada, üç temel faktör önemli rol oynamaktadır.

- 1) İşbirliği için potansiyel işletmeler arasında "isteğin" sağlanması,
- 2) İşbirliği için işletmeler arasında "karşılıklı güvenin" sağlanması ve gruba devamlılık sağlayacak bu güvenin korunması çabaları,
- 3) Grubun "finansman" ve "işbirliği maliyetlerinin" paylaşılması.¹⁰²

2.3.5. Web-Pomerene Birlikleri

ABD'de firmalar arasındaki rekabeti azaltıcı faaliyetlere girişmeyi önlemek ve birlik üyelerine satış ve kota tahsisi, distribütör seçimi ve pazar paylaşımı gibi konularda yardımcı olmak üzere 1918'de çıkarılan bir kanunla kurulan birliklerdir.¹⁰³

Bunlar bir çeşit ihracat karteli oluşturma hedefi güden benzer veya aynı alanlarda ekonomik faaliyette bulunan iki ya da daha fazla şirketin, belirli bir piyasada

¹⁰² Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 72-73

¹⁰³ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 72

etkili olmak amacıyla kurdukları birliklerdir.¹⁰⁴ 20 yıl öncesinde 27 birlik aktif faaliyette bulunarak ABD'nin toplam ihracatının % 2'sinden azını gerçekleştirmişlerdir. Bu birlikler KOBİ'ler arasında kurulmaktan ziyade belli endüstri dallarında büyük firmalar arasında kurulmuştur ve dış ticarete çok etkin değildirler.

Bu birlikler şu faydaları sağlamaktadırlar.¹⁰⁵

- a) İhracat giderlerinin azaltılması,
- b) Talebin genişletilmesi,
- c) Ticaret engellerinin en aza indirilmesi,
- d) Ticaret koşullarının pazarlık yoluyla iyileştirilmesi.

2.3.6. İtalyan Federexport Modeli

KOBİ'lerin ihracatta örgütlenmelerinin en başarılı örneklerinden biri İtalyan Federexport modelidir. İtalya'da 1960'lı yılların ortasında başlayan işbirliği, bugün ülke ekonomisinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Küçük üreticilerin sektör bazında belirli bölgelerde yoğunlaşması, sektörel organize sanayi bölgeleri "Clustering" türü yapılanma, ortak hareket etme bilincini daha da geliştirmiştir.

KOBİ'lerin birleşmelerini kurumsallaştırmak ve desteklemek için "Export Consortia" kurulması öngörülmüştür. İtalya'daki yasal yapının uygun olmasında bu konsorsiyumların başarılı olmalarını sağlamıştır. Küçük ve orta ölçekli firmaların dış pazar paylarını artırmak amacıyla oluşturdukları bu birlik onlara pazarlama, finansman, teknik ve ticari alanlarda uzmanlık hizmeti vermektedir.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Nursun Beşeli, "KOBİ'lerin Dış Pazarlara Açılması İçin Alternatif Yöntemler", İGEME'den Bakış Dergisi, Nisan-Haziran 1997, Yıl.1, Sayı.2, Ankara, s. 37

¹⁰⁵ Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e., s. 72

¹⁰⁶ Nursun Beşeli, a.g.e., s. 37

Konsorsiyumların ulusal düzeyde temsilciliğini yapan, lobi faaliyetlerini yürüten ve firmalar arasında işbirliğini sağlayan Federexport (İtalyan Ulusal İhracat Birlikleri Federasyonu) 16 ihracat konsorsiyumunun (100 firma) bir araya gelmesiyle, 1974 yılında kurulmuş bir federasyondur. Federexport'un 1990'lı yılların başında üye sayısı 160, konsorsiyum 7003 firmaya ulaşmış, çalışanların sayısı ise 28 bini bulmuştur. Bu sayı birliğe üye tüm firmaların % 90'ını oluşturmaktadır.

İtalya'nın ihracatında önemli bir yere sahip olan Federexport'un görevi ve verdiği başlıca hizmetler şöyle sıralanabilir:

- Konsorsiyumlar arası eşgüdümü sağlamak,
- Politik ve bürokratik alanda konsorsiyumları tek elden temsil etmek,
- İlgili mevzuatların günün ihtiyaçlarına uygun hale getirilmesi ve iyileştirilmesi için girişimlerde bulunmak,
- Teknik, hukuki, mali, sigorta, vergi, pazarlama ve diğer konularda danışmanlık yapmak,
- Ticari istihbarat ve enformasyon hizmeti vermek.

Bütün bu hizmetler KOBİ'lerin ihracatı için stratejik önemde bir destektir. Söz konusu hizmetler verilirken iki temel amaç gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Birincisi, geleceğe ilişkin değişikliklerin içinde yer alabilmek; ikincisi ise, firma gruplarının taleplerine cevap verebilmektir.¹⁰⁷

Birliklerin kuruluş ve işleyişleri şu şekilde olmaktadır: Federexport, İtalyan Medeni Kanunu'nun 2602 ve 2612'nci maddelerine göre, "Birlikler İçin Örnek Tüzük Taslağı" hazırlanmış olup, bu tüzük uyarınca birliğin kâr amacı güdemeyeceği, esas

¹⁰⁷ Hakan Karalar, a.g.e., s. 101-102

amacın birliğe üye şirketlerin ürünlerini ihraç etmek ve bunu gerçekleştirmek üzere gereken promosyonu yapmaktır. Bu tür amaçlara, şirketlerin kendileri tarafından kullanılması için hammadde ve yarı mamul maddelerin ithali de eklenebilir. Birlik hedefine ulaşmak için gerekli ya da faydalı olan her tür girişimde bulunur ve tüm ticari, mali, menkul ve gayri menkul işlemleri yerine getirir.¹⁰⁸

Ayrıca Federexport'a dahil firmalar, gerek ulusal gerekse yerel ölçekli pek çok banka ile yapılan anlaşmalardan faydalandırılmaktadırlar. Bankalardan sağlanan krediler genellikle tek tek her bir ihracat için 12 ayı geçmeyen sürelerde verilmekte ve banka bazında 150 milyon Lireti aşmamaktadır.

İhracat sigortası alanında da federasyona dahil şirketler birçok anlaşmadan yararlanmaktadırlar. Bilgi Bankası (ICE), Federexport üyeleri için "flash" adlı bir servis hizmeti vermektedir. Mal ve hizmet talep ve arzları, teknolojik yenilikler gibi konular bu servis vasıtası ile sunulmaktadır.¹⁰⁹

Yine bu birlikler, birliklerine dahil oldukları küçük sanayi kolları için pazar araştırmaları yapmakta, bir yandan müşteri ile bağlantı kurarken diğer yandan da sipariş (model, tip, adet, kg. v.s.) için gerekli hammadde ve yardımcı maddeleri sağlamaktadır. İtalya özellikle ayakkabı ve konfeksiyon sektöründe, bu tip organizasyonlara giderek Avrupa pazarında güçlü bir yer edinmiştir.¹¹⁰

¹⁰⁸ Cevdet Baykal, "KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayını, Yayın No:84, 1996, Ankara, s. 5

¹⁰⁹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 102

¹¹⁰ Cevdet Baykal, a.g.e., s. 5

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'DE UYGULANAN DIŞ TİCARET ÖRGÜTLENME MODELLERİ

Türkiye, 1980'li yıllara kadar ekonomide izlediği ithal ikameci politika nedeniyle, hem dış ticaret hacmi çok düşük seviyede kalmış hem de dış ticaretinde önemli ölçüde açık vermiştir. 24 Ocak 1980 Kararları ile ithal ikameci politikaya son verilerek dışa açık ekonomi modeli izlenmeye başlanmıştır. Bu kararlar sayesinde 80'li yıllara kadar ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 50'ler düzeyinde iken (bu kararların alındığı yıl bu oran % 36.80'dir), 1980'li yıllarda bu oranın yüzde 70'ler seviyesine çıktığı görülmektedir.

Türkiye'nin dışa açık ekonomi modeline yönelmesini sağlayan 24 Ocak Kararları ve etkilerinin üzerinde kısaca durmakta yarar vardır. Bu kararlar ile, mal, para ve döviz piyasalarında kontrollü fiyatları ortadan kaldırmaya yönelik bir dizi önlem alınmış, devlet işletmeleri ticari ilkelere göre faaliyet gösterecek biçimde yeniden yapılanmış, ihracatı teşvik programı getirilmiştir.

1980 yılında 2.9 milyar düzeyinde olan ihracat 1991 yılında 13.5 milyar düzeyine ulaşmıştır. Sınai ürün ihracatı da toplam ihracat içindeki payını önemli ölçüde arttırmıştır. Yine bu dönemde artan ithalata rağmen, ihracatın ithalatı karşılama oranı % 73'ler seviyesine yükselmiştir. Ekonominin dışa açılma sürecinde dış ticaret hacminin GSMH'ya oranı % 18.6'dan, % 37'ler seviyesine yükselmiştir.

Bu dönemde ihracatta ürün ve pazar çeşitliliği sağlanmış ve Türkiye geleneksel tarım ürünlerinin ötesinde gerçek sanayi malları ihraç eden bir ülke konumuna

gelmiştir. 1980 yılından sonra ihracat alanında sağlanan bu gelişmede esnek kur uygulamasının da büyük katkısı olmuştur.¹¹¹

1980’li yıllardan itibaren ihracatta gerçekleşen artışın en önemli nedenlerinden biri de, ihracatta vergi iadesi, vergi istisnası ve destek primi gibi parasal teşviklerin yanısıra, ihracatta uzmanlaşmaya yönelik olarak, ihracat yapacak şirketlerin yasayla belirlenen hükümler çerçevesinde belli bir örgütlenme modelinin ortaya konmuş olmasıdır. 18.07.1980 tarihinde yürürlüğe konan bir tebliğ ile “İhracatçı Sermaye Şirketleri” kurulmuş, sözkonusu şirketlere kuruluş aşamalarından itibaren yararlı olacak özel teşvikler getirilmiştir. 1984 yılında yapılan mevzuat düzenlemesi ile adı geçen şirketlerin ismi “Dış Ticaret Sermaye Şirketleri” olarak değişmiştir.¹¹²

Türkiye’nin ihracattaki ilk örgütlenme modeli olan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri’nin Ülkemizin ihracatı içindeki payı 80’li yıllarda ortalama yüzde 40’lar seviyesinde olmuşsa da, bu şirketlerin büyük holding ya da şirketlerin ihracat departmanı gibi çalışmaları, küçük ve orta ölçekli işletmeleri alternatif örgütlenme modelleri üzerinde yoğunlaşmaları sonucunu doğurmuştur. Bu arayışların neticesinde ilk defa ülkemizde KOBİ’leri ihracata yönlendirmek ve ihracata ivme kazandırmak amacıyla 1992 yılında Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ) modeli oluşturulmuştur. 1994 yılında ise KOBİ’ler için daha spesifik bir örgütlenme modeli olarak Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) modeli ortaya çıkmıştır. Bu modeller üzerinde etraflıca durulacaktır.

¹¹¹ Sezer Özlenen, Senem Çeşmecioğlu, Derya Bertran Koca, “Türkiye’nin Dış Ekonomik İlişkileri ve Gümrük Birliği”, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:1996/53, AB/11, İstanbul, Aralık 1996, s. 60-61

¹¹² ASOMEDYA, “KOBİ’lerin Dışa Açılması”, Dosya, Ankara Sanayi Odası Aylık Yayın Organı, Kasım 1997, Ankara, s. 31

3.1. Dış Ticaret Sermaye Şirketleri

Türkiye’de ihracatın artırılmasına yönelik kurumsal düzenlemeler 1980 sonrasında şekillenmeye başlamıştır. Bu düzenlemelerin en önemli örgütlenmesi olan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (DTSS), Japonya’daki “Soga Soşa” ve Güney Kore’deki “Trading House” benzeri, başarılı ihracat örgütlenmelerinden esinlenilerek kurulmuştur. 1984 yılında yürürlüğe konan bir tebliğ ile DTSS’lerin sürdürmekte oldukları yapılanmalarının genel çerçevesi çizilmiştir. Böylece, Türkiye’nin 1984-1990 yılları arasında yaptığı ihracatın önemli bir bölümü devletten büyük teşvikler alan DTSS’ler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde DTSS’lerin Türkiye’nin toplam ihracatı içindeki payları artmış, 1989 yılı sonunda % 42.6’ya ulaşmıştır.¹¹³

Bu dönemde getirilen ihracatta vergi iadesi, gümrük vergisi ve fonlardan muafiyetler, pazarlama pirimleri, Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF), Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) iadeleri gibi ilave destekler sayesinde de sayıları 50’ye yaklaşmış ve ülke ihracatı içinde hatırı sayılır duruma gelmişlerdir. Yine bu dönemde, anılan şirketler aracılığıyla küçük ve orta ölçekli işletmelerin ürünlerinin ihracata yönlendirilmeleri de amaçlanmıştır. Ancak bu şirketler daha ziyade büyük holding ya da şirketlerin ihracat departmanı gibi çalıştıklarından bu amaca beklenen oranda katkıları sözkonusu olmamıştır.¹¹⁴

Oysa Dış Ticaret Sermaye Şirketleri’nin yaptıkları ihracatın önemli bir bölümü küçük ve orta ölçekli işletmelere aittir. Dünyanın hiçbir yerinde uygulaması olmayan bir by-pass sistemi yoluyla ve teşvik politikası çerçevesinde sağlanan düşük faizli

¹¹³ Ali Ceylan, “KOBİ’lerin İhracat Olanakları”, BUSİAD’dan BakışDergisi, Bursa Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayın Organı, Eylül 1994, Sayı:48, Bursa, s. 16

¹¹⁴ ASOMEDYA, “KOBİ’lerin Dışa Açılması”, s. 31

ihracat kredileri ve vergi iadeleri, sadece DTSS'lere ödenen yüksek primler ve Doğu Bloku Ülkeleri'nden ithalat yapma hakkı sayesinde KOBİ'ler, DTSS'ler üzerinden ihracat yapar hale gelmişlerdir.

Sonuçta ortaya çıkan ihracat performansının karşılığı olarak bu şirketlere verilen bu teşviklerden munzam vergi iadesinin sadece bir bölümü imalatçı firmalara gitmekteydi. Diğer teşviklerin tümü (gümrük vergisi muafiyeti, Doğu Bloku Ülkeleri ile ticaret pazarlama primleri, özel Eximbank kredileri) DTSS'ler tarafından imalatçı firmalara aktarılmadan kendi bünyelerinde değerlendirilmekteydi. Bu teşviklerin asıl ihracatı gerçekleştiren küçük ve orta ölçekli işletmelere ulaşmaması sonucu, imalatçı firmalar zor duruma düştüler ve buldukları sektör gelişmedi. Fonların sermaye şirketleri tarafından ihracat sektörü yerine ihracatla doğrudan ilişkisi olmayan diğer sektörlerle kaydırılması sonucu KOBİ'ler dış pazarlarda etkili olamadılar. Karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olabilecekleri aktif döviz kazandırıcı sektörlerde yapısal dönüşümleri yeterince gerçekleştirememişlerdir.¹¹⁵

GATT sübvansiyon anlaşması gereğince, 1990'lı yıllarda vergi iadelerinin ve yüksek primlerin kaldırılması sonucu DTSS'ler cazibelerini büyük ölçüde kaybetmişlerdir. Yine bu örgütlenme modeli ile, imalatçı firmaların finansman problemlerine tatmin edici çözümler bulunamadığı gibi, vergi iadesi ve teşvik paylaşımı gibi konularda da istenmeyen durumlar ortaya çıkmıştır.¹¹⁶

Ülkemizde DTSS'ler, pazar temini, enformasyon, finansman, fuar ve sergilere katılım gibi konularda esinlendikleri Japonya ve Güney Kore modelinde olduğu gibi

¹¹⁵ Hakan Karalar, a.g.e., s. 55-56

¹¹⁶ Mehmet Melemen, "Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler", Gümrük Dergisi, Mart 1998, Yıl:7, Sayı:24, İstanbul, s. 51

KOBİ'lere yardımcı olamamışlardır. Hatta KOBİ'lere ait müşterilere bizzat teklif yapmak suretiyle sözkonusu firmaların adeta rakipleri olmuşlardır. KOBİ'lere ait yurda gelen ihracat bedelleri sözkonusu firmalara zamanında aktarılamamış, imalatçı firmalar üzerinde suni bir finansman sıkıntısı yaratılmıştır. İhracatçı firmalara bu ihracat bedellerinin anında temlikini sağlayacak güvenilir bir mekanizma hiç bir zaman kurulamamıştır.¹¹⁷

Ayrıca DTSS'lere yönelik olarak uygulanan teşviklerin, başlangıçtan günümüze kadar bu şirketlerin ihracatlarına bakılarak belli bir yüzdesi oranında direkt maddi katkı şeklinde sağlanmış olmasından dolayı, sözkonusu şirketler uzun vadeli ticari politikalar ile kurumsal yapılarını geliştirme yerine, imalatçı KOBİ'leri devre dışı bırakıp ihracat cirolarını şişirme yolunu seçerek kendilerinden beklenen gelişmeyi tamamlayamamışlardır.¹¹⁸

Türkiye'de DTSS modeline geçildikten sonra sık sık Japonya ve Güney Kore modellerinden esinlendiği gündeme getirilmiştir. Oysa Türkiye DTSS'lerinin yapısı ve işleyiş şekilleri ne Japonya ne de Güney Kore Dış Ticaret Şirketleri modeline uygundur.

Örneğin, Japon Dış Ticaret Sermaye Şirketleri (Soga Soşa) aynı zamanda birer finansman kurumu gibi çalışarak imalatçı-ihracatçı küçük ve orta ölçekli işletmelere finansman desteğinde bulunurlar. Bu şirketlerin gerek yurt içinde gerekse yurt dışında yüzlerce temsilcilikleri bulunmaktadır. Güney Kore Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ise, aynı zamanda üretim yapan dev holdinglerin (Chaebol) dış ticaret uzantısı olup çeşitli

¹¹⁷ Hakan Karalar, a.g.e., s. 56

¹¹⁸ Mehmet Yıldırım, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", Gümrük Dergisi, Mart 1998, Yıl:7, Sayı:24, s. 42

diğer şartlar yanında yurt dışında en az 10 büro, 2.5 milyon dolar ödenmiş sermaye ve 50 milyon dolar ihracat gerçekleştirmek gibi şartlar aranmaktadır. Her iki örnekten de anlaşılacağı gibi Türkiye'deki DTSS'ler, imalatçı-ihracatçı küçük ve orta ölçekli işletmelere yeterli finans desteğinde bulunamaktadırlar.¹¹⁹

Ancak DTSS modeli belli bir dönem dış ticaretimizi sınırlamış ve birçok küçük ve orta ölçekli işletme bu firmalar sayesinde ihracatı öğrenmişlerdir.¹²⁰

Türkiye'de DTSS'ler karma bir yapıya sahiptirler; önemli bir bölümü yalnızca başkalarının ürettiklerini pazarlamaya çalışan aracı kurumlar niteliğinde olup ciddi bir ekonomik krizde önemli bir kısmı faaliyetine son verdiğinden modelde etkinlik ve devamlılık unsuru ikinci planda kalmaktadır. Özellikle ihracat rakamını yükselterek daha fazla vergi iadesi ve munzam pirim almak çabaları şirketler arasında dış pazarlarda kıyasıya bir rekabetin başlamasına ve ihraç fiyatlarının aşağıya çekilerek dış ticaret hadlerinin Türkiye'nin aleyhine dönmesine neden olmuştur.

Şirketlerin kendi aralarında kıran kırana rekabeti sonucu arkasında üretim gücü bulunan birkaç DTSS hariç, diğerleri ayakta kalabilmek ve varlıklarını sürdürebilmek için dünyanın hiçbir yerinde uygulaması olmayan (by-pass) uygulamalara yönelmişler, sonuçta birer pasif ihracatçı konumuna düşerek gerçek amaçlarından hızla uzaklaşmışlardır. Sonuçta 1988 sonu itibariyle maddi teşviklerin son bulmasıyla bu pasif ihracatçı şirketlerin sayısı giderek azalmıştır. 1987 yılında Türkiye ihracatı içinde % 47.9 payı olan 46 DTSS'nin sayısı 1991 yılında 20 şirkete, ihracat payları ise %29'luk bir orana inmiştir. 1992 yılında sayıları 17 firmaya inmişse de, 24 Temmuz 1998 tarihi itibariyle sayıları 40'a yükselmiştir. (Ek-1).¹²¹

¹¹⁹ Hakan Karalar, a.g.e., s. 56

¹²⁰ Mehmet Melemen, a.g.m., s. 51

¹²¹ Hakan Karalar, a.g.e. s. 56-57

DTSS'lerin en önemli eksikliklerinden biri de mevcut organizasyon yapıları içinde fonksiyonel bir "araştırma-geliştirme departmanı"ndan yoksun olmalarıdır. Bu eksiklik, yeni ürünlerle dünya pazarlarına girerek pay kapma imkanını ortadan kaldırmaktadır. Ayrıca, dünyadaki sosyo-ekonomik ve politik gelişmeleri izleyen ve değerlendiren bir bilgi işlem fonksiyonunu yerine getirememeleri sonucu, dış pazar fırsatlarının sistemli bir şekilde değerlendirilmesi ve bu fırsatlardan yararlanılması imkanlarını da azaltmıştır.¹²²

DTSS'ler, olumlu ve olumsuz yanları ile ülke ihracat tarihinin belli bir döneminde yer almışlardır. Bu şirketlerin ülke ekonomisine ve ihracatlarına yaptıkları katkı inkar edilemez. 1980'li yıllara kadar bir türlü düzelmeyen ülkemiz ödemeler dengesine büyük destekleri olmuş, ülke tarihinde görülmemiş ölçüde dövizin Türkiye'ye girmesine aracı olmuşlardır.

Ülkemizde DTSS'lerin teşvik edilmelerinin bir başka nedeni Türkiye'nin ihracat atılımını belli bir kurumsal temele oturtmaktır. Dış ticaret ise rekabetin yoğun olduğu bir alandı. Mukayeseli üstünlükler teorisinin dış ticarete önemini yitirdiği daha serbest ve dinamik ticari dolaşımın hakim olmaya başladığı günümüz dünya ticaret hareketinde Türkiye gibi sanayileşmede gecikmiş ülkelerin bu açığı kapatmak için özel bir sistem geliştirmeleri gerekiyordu. Sogo-Soşa'lar Japonya'nın başarıyla uyguladığı, Güney Kore'ninde başarıyla kendi ülkelerine tatbik ettikleri dış ticaret modeliydi. Türkiye'de aynı modeli kendi dış ticaret sistemine uygulayabilirdi.

Gerçekte taklit etmeye çalıştığımız Japon dış ticaret şirketleri ve Güney Kore benzeri ihracat örgütlerinin çalışma tarzları da ülkede eksik mevzuat ve geleneksel

¹²² Mete Oktav ve Diğerleri, a.g.e. s. 107

ticari yapı farklılığından dolayı, uzun vadeli ve devamlılığı olan başarılı bir uygulama modeli olarak ortaya konamamıştır. Diğer yandan küçük ve orta ölçekli imalatçı / ihracatçı firmalar gerçeğini görmedikleri için ülke üretim ve ihracatını organize ederek sağlıklı bir ihracat artışı sağlanamamıştır.

Kısacası, DTSS'ler ulusal bir ihracat stratejisinin olmaması dolayısıyla ülke ihracatının, DTSS'lerin etkinlikleri nedeniyle arttığını, yoksa gerçekçi döviz kurları, reel faiz oranları politikası gibi çeşitli makro ekonomik önlemler nedeniyle DTSS'ler Türkiye'nin ihracatından yarar mı sağladıkları konusu net olarak anlaşılamasa da ülke ihracatındaki misyonlarını olumlu ve olumsuz yönleriyle sürdürmektedirler.¹²³

Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı konuyla ilgili son düzenlemeleri 6 Ocak 1996 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan ihracat 96/4 sayılı tebliğ ile yayımlamıştır.

Dış Ticaret Sermaye Şirketleri statüsünün verilmesine ilişkin esaslar aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.¹²⁴

- Ödenmiş sermayeleri ve ihtiyatları toplamı en az 20 milyar TL olan ve bir önceki takvim yılında gümrük beyannamesi bazında;

a) FOB 100 milyon ABD doları veya eş değerdeki fiili ihracatı gerçekleştiren (transit ve bedelsiz ihracat hariç) anonim şirketlere,

b) FOB 75 milyon ABD doları veya eş değerdeki fiili ihracatı gerçekleştiren (transit ve bedelsiz ihracat hariç) ve bu tutarın en az % 50'si aynı mal grubunu kapsayan anonim şirketlere,

¹²³ Hakan Karalar, a.g.e., s. 57-58

¹²⁴ Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Resmi Gazete, 06.01.1996 tarihli ve 22515 sayılı, s. 23-24

c) Aynı mal grubunu kapsamak şartıyla FOB 50 milyon ABD doları veya eş değerdeki fiili ihracatı gerçekleştiren (transit ve bedelsiz ihracat hariç) anonim şirketlere, her yılın Mart ayının son gününe kadar başvurmak kaydıyla “Dış Ticaret Sermaye Şirketi” statüsü verilebilir.

- İhracat ürünlerimizin dış pazarlarda tanıtılması, çeşitlendirilmesi, pazar paylarının artırılması ve yeni pazarlara girilmesi amacıyla Dış Ticaret Sermaye Şirketlerinin, devlet yardımlarından yararlanmalarında öncelik sağlar.

3.2. Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri

Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri (ÇOŞ), Türkiye’de 1980’li yıllarda kurulan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri aracılığıyla ihracat yapmayı öngören sistem ile karşılaştırıldığında, geniş ihracat hacmi sayesinde dış pazarlama faaliyetlerinde ölçek ekonomilerinden yararlanma ve ihtisisslaşmanın sağlanması gibi avantajları açısından benzerlik arz etmektedir. Ancak ÇOŞ sistemi üretim, mamül geliştirme, rekabet gücünü artırma, üretim temini ve uzun vadeli plan ve yatırımlar boyutunu da kapsayan ve daha sağlam temellere dayanan ortaklık ruhunu içeren bir modeldir.¹²⁵

Ekonominin lokomotifi görevini üstlenen küçük ve orta ölçekli işletmelerin 80’li yıllarda dış ticaret sistemi içerisinde edilgen bir konumda olmaları ile dış ticaret etkinliklerinin büyük ölçüde DTSS’ler aracılığıyla gerçekleştirilmiş olması, bu işletmelerin daha kaliteli ve rantabl şartlarda üretim yapmalarına mani olmuştur. İmalatçı / ihracatçı KOBİ’lerin alternatif dış ticaret modeli üzerinde yoğunlaşmaları neticesinde, 1992 yılında ÇOŞ modeli ortaya çıkmıştır. Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı’nca 14.02.1992 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan tebliğ ile,

¹²⁵ Nursun Beşeli, a.g.m., s. 38

doğrudan KOBİ ibaresi geçmese de dolaylı olarak en az 10 imalatçı ve / veya ihracatçı KOBİ'nin bir araya gelerek ve her birinin payı % 10'dan fazla olmamak üzere asgari 1 milyar TL ödenmiş sermaye ile kurulduğunu Ticaret Sicil Gazetesi ile birlikte bağlı buldukları meslek kuruluşlarına tevsik etmeleri halinde, ilgili meslek kuruluşu tarafından "Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketi" ünvanı verilebileceği belirtilmektedir.¹²⁶

Bunun sonucu olarak 12 Mart 1992 tarihinde İstanbul'da BİS Tekstil ve Hazır Giyim Dış Ticaret A.Ş. kurulmuştur. Daha sonra İzmir'de ikinci şirket olarak 1993 yılında ÇOŞ ünvanı alan Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş. (EGS) faaliyete geçmiştir.¹²⁷

Gerçekleştirilmesi düşünülen yeni ihracat modelinin temel unsuru küçük ve orta ölçekli imalatçı-ihracatçıları bir çatı altında toplayan çok ortaklı şirketlerdir. Bu model ile şirketlerin hizmet şirketi olarak örgütlenmeleri öngörülmüştür. Bu şirketler özellikle ülkemizde küçük ve orta ölçekli imalatçı-ihracatçı firmaların diğer sorunları yanında (üretim, yatırım v.d.) en önemli iki sorunu olan finansman ve pazarlamadaki sorunlarının çözümüne yönelik hizmetleri vermeleri amaçlanmıştır.¹²⁸

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin oluşturacakları ÇOŞ'lar, ihracatın geliştirilmesi ve desteklenmesine ilişkin ihracat finansmanı kararında değişiklik yapılmasına dair 14 Şubat 1992 tarihli karar ile "Taahhüt Karşılığı Rotatif Kredi Kullanımı ve Pazarlama Kredisi" sağlanması, ayrıca, 10 Nisan 1992 tarihli ve 92 / 2 Sayılı "Yurtdışı Tanıtım ve Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin Ek Tebliğ" ile, ÇOŞ'ların

¹²⁶ Resmi Gazete, 14.02.1992 tarihli ve 21142 sayılı, s. 27

¹²⁷ Ali Ceylan, a.g.m., s. 17

¹²⁸ Hakan Karalar, a.g.e., s. 61

yurtdışı pazarlama büroları ve fuarlara katılımları için maddi desteklerin yapılması kararlaştırılmıştır.

Sözkonusu desteklere rağmen ÇOŞ sayısının artırılamamasının nedenlerinin başında güven unsurunun geldiği çeşitli araştırmalardan anlaşılmıştır. Ayrıca ülkemizde ilgili özel ve kamu kuruluşlarının ihracatta örgütlenmeye ilişkin tanıtım ve özendirme çabalarının da yeterince etkili olmadığı bilinmektedir.¹²⁹

Ancak ÇOŞ modelinin ömrü uzun olmamıştır. Sözkonusu Tebliğ ancak 2 yıldan biraz fazla bir süre yürürlükte kalabilmiş ve bu süre içerisinde ÇOŞ'ların kurulmalarının amaçları, uygulama esasları, ihracatın ÇOŞ'lar aracılığıyla teşvik edilmesine ilişkin olarak gözlenen eksikliklerin giderilmesi amacıyla yeni bir yapılanmaya gidilmesi ihtiyacı doğmuş ve bunların Sektörel Dış Ticaret Şirketleri olarak düzenlenmesi yoluna gidilmiştir.¹³⁰

3.3. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri

Günümüzde dünya ticareti giderek daha global bir nitelik kazanarak, uluslararası ticaretin önündeki engeller, kısıtlamalar ve kotalar yumuşatılmaya ve hatta en aza indirilmeye çalışılırken, ticari ve ekonomik bloklaşmanın da aynı hız ve devinimle ivme kazandığı görülmektedir.

Avrupa Birliği 15 ülke olarak güç birliği yapmış durumda. Dünya ticaret hacmindeki payları da yüzde 43. Yani 185 ülkeden 170'i geri kalan yüzde 57'i paylaşmak durumunda kalmıştır. Bu yüzde 57'nin içinde ABD ve Japonya da var.

¹²⁹ Cevdet Baykal, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", s. 7

¹³⁰ Mehmet Yıldırım, a.g.m., s. 42

Avrupa Birliği'nin nihai amacı, 30 ÷lkeye yükselmek ve dünya ticaretinden alacağı payı yüzde 60'a çıkarmaktır.

Öte yandan ABD, AB'nin bu gidişine dur demek için, 1995 yılında Kanada ve Meksika ile birlikte Kuzey Amerika Ekonomik İşbirliği Teşkilatı'nı (NAFTA), 6 ÷lke ile de Güney Amerika Serbest Ticaret Bölgesi'ni (MERCORUS) kurmuştur. Ayrıca Pasifik'te 18 ÷lkenin katılımıyla Pasifik Ekonomik İşbirliği Teşkilatı (APEC) kurulmuştur. APEC'in dünya ticaretindeki payı yüzde 46'dır. Yani dünya ticaret hacminin geri kalan yüzde 11'ini 152 ÷lke paylaşmak durumundadır. Bu 152 ÷lke içinde Rusya, Çin, Hindistan ve Türkiye gibi ÷lkeler de bulunmaktadır. Dünya nüfusunun dörtte birinden fazlasını teşkil eden bu ÷lkelerin payını yüzde 11'den yüzde 20'ler seviyesine çıkarmak hem bu ÷lkelere hem de AB, NAFTA, APEC v.d. ticari blok oluşturan ÷lkelerin ekonomilerine katkı sağlayacaktır.¹³¹

Gelecekte Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) oluşturacağı kurallar dünyada tam rekabet ortamını büyük ölçüde oluşturacaktır. Bu ortamda Türk firmaları, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler bu bloklara dahil ÷lke firmaları ile aynı ya da benzer şartlarda rekabet etmeleri kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelecektir. Bu gelişmelere ayak uyduramayan işletmeleri zor günler beklemektedir.¹³²

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) modeli, Türkiye'ye özgün bir model olarak ortaya çıkmıştır. 1980'li yıllarda ve 1990'lı yılların ortalarına kadar, imalatçı küçük ve orta ölçekli işletmelerin, dış ticaret faaliyetlerini doğrudan değil, dolaylı

¹³¹ Memiş Yılmam, "Birleşen KOBİ'ler İhracatın Yeni Gözdesi Oldu", BUSİAD'dan Bakış, Bursa Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayın Organı, Mart-Nisan 1997, Sayı:59, s. 21

¹³² Memiş Yılmam, "Neden Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", TOSYÖV Girişim Dergisi, Ocak-Şubat 1997, Sayı:9, s. 5

olarak yürütmeleri sonucunda, bir dış ticaret aktivitesi olarak ihracatın hemen hemen bütün nimetlerinden bu işletmeler değil, bu işletmelerin ihracat potansiyellerini değerlendiren Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve bir kısım aracı firmalar yararlanmışlardır.

İhracatta başarılı olmak için KOBİ'ler, modern pazarlama yöntemlerini ve tekniklerini kullanarak globalleşen dünya rekabetine açılmak zorundadırlar. Bunu yapmak için de profesyonel bir anlayışla yeterli bir organizasyona ve bilgiye sahip olmaları, deneyimli ve uzman bir kadroyu istihdam etmeleri ve ihracattaki başarılarının kalıcı olması için yeterli sermayeye sahip olmaları gerekmektedir. KOBİ'lerin tüm bunların üstesinden gelmeleri oldukça zor görünmektedir. Oysa bu işletmeler güçlerini ve deneyimlerini birleştirerek gruplar şeklinde organize olmaları ile başarı şanslarını daha da artırabilirler. SDTŞ'ler bu ihtiyaçtan kaynaklanarak ortaya çıkmışlardır. Dünyada örnekleri giderek artan SDTŞ'ler bilhassa ABD, Japonya, İtalya, İsrail, Arjantin, Hindistan, G.Kore, Kolombiya, Brezilya ve İsveç gibi ülkelerde etkili ve başarılı uygulamalar ortaya koymuşlardır. Türkiye'de de 1994 yılından itibaren SDTŞ'ler faaliyet göstermeye başlamışlardır.¹³³

3.3.1. SDTŞ İle İlgili Yasal Düzenlemeler (Mevzuat)

SDTŞ'ler ile ilgili ilk yasal düzenleme, 29.04.1994 tarihli ve 21919 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan, Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın İhracat 94 / 5 Sayılı Tebliğ'i ile olmuştur. Daha sonra 03.10.1994 tarihli ve 22070 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan İhracat 94 / 10 ve 18.05.1995 tarih ve 22287 sayılı Resmi

¹³³ Onur Güntekin, "KOBİ'leri İhracatçı Yapmanın Yolu SDTŞ mi?", TOSYÖV Girişim Dergisi, Ocak-Şubat 1997, Sayı:9, s. 8

Gazete’de yayımlanan İhracat 95 / 4 sayılı Tebliğler ile ; en az 5 en fazla 200 işçi istihdam eden ve aynı üretim dalında faaliyet gösteren en az 20 küçük ve orta ölçekli firmanın bir araya gelerek ödenmiş sermayeleri ile ihtiyatları toplamı asgari 20 milyar TL ve her bir ortağın payı % 10’u aşmamak üzere anonim şirket şeklinde kurulmuş olan şirketlere SDTŞ ünvanı verilmesi modeli getirilmiş, bu şekilde imalatçı-ihracatçı küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat sektörü içerisinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmıştır.¹³⁴

İlk Tebliğin (29.04.1994 tarihli İhracat 94/5 sayılı) yayımlanmasından itibaren yaklaşık iki yıl geçmesine rağmen sayıları 3’ü geçmeyen (EGS, Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş., EGOT, Ege Otomotiv Dış Ticaret A.Ş., KAR-BİR, Karadeniz Birleşik Un Sanayi Hububat ve Bakliyat Dış Ticaret A.Ş.) bu şirketlerin sayılarını çoğaltmak amacıyla 06.01.1996 tarihli ve 22515 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 96/5 sayılı Tebliğ ile SDTŞ statüsüne yeni bir düzenleme getirilerek, SDTŞ’lerin kurulması ve gelişmesinde yardımcı olmak amacıyla, bünyelerinde (toplam ortak sayısının % 10’unu aşmamak ve SDTŞ yönetim ve denetim organlarında SDTŞ statüsünün alınmasından itibaren bir yıl süreyle yer almamak kaydıyla) 200’den fazla işçi istihdam eden büyük ölçekli işletme bulundurabilecekler, kalkınmada öncelikli yöreler ile yörelerinde yeterli sayıda aynı üretim dalında faaliyet gösteren firmanın bulunmadığı durumlarda, en az 10 firma şartı 5 firmaya, 5 milyon dolarlık ihracat şartı da 2.5 milyon dolara indirilmiştir. Yine bu tebliğe göre, SDTŞ’lerin ihraç ürünlerimizin tanıtılması, çeşitlendirilmesi, pazar paylarının artırılması ve yeni pazarlara girilmesi

¹³⁴ Cevdet Baykal, “KOBİ’lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model: SDTŞ’ler”, DTM Yayınları No:84, s. 7-8

amacıyla devlet yardımlarından öncelikle yararlanmalarının sağlanması hükmü getirilmiştir.¹³⁵

Yine 27 Eylül 1996 tarih ve 22770 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 96/32 Sayılı Tebliğ ile SDTŞ’lerin statüsü daha ayrıntılı bir şekilde düzenlenmiştir. Bu tebliğde Normal Yörelere ile Birinci ve İkinci Derecede Öncelikli Yörelere ayrımı getirilmiştir.¹³⁶

SDTŞ’lerin statüsüne ilişkin en son ve kapsamlı düzenleme 26 Aralık 1996 tarihli ve 22859 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan İhracat 96/39 Sayılı Tebliğ ile getirilmiştir. Tebliğin birinci maddesinde, SDTŞ’lerin amacı şu şekilde açıklanmıştır:

* 22.12.1995 tarih ve 95/7623 Sayılı İhracat Rejimi Kararı’nın 3’üncü maddesinin (k) bendine istinaden, KOBİ’lerin ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına yönlendirilmesi amacıyla, ihracat ve ilgili konularda (finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme v.b.) hizmet sağlayarak, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermelerini teminen kurulan şirketlere SDTŞ statüsü verileceği ifade edilmiştir.

Tebliğ’e göre bu statünün verilme esasları şu şekilde belirlenmiştir:

* Normal yörelerde, yalnız aynı sektörden oluşan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri’nin;

- 1- 200 arasında işçi istihdam eden,
- Aynı üretim dalında faaliyette bulunan,

¹³⁵ Dış Ticaret Müsteşarlığı, “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ”, Resmi Gazete, 06.01.1996 tarihli ve 22515 sayılı, s. 27-28

¹³⁶ Dış Ticaret Müsteşarlığı, “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ”, Resmi Gazete, 27.09.1996 tarihli ve 22770 sayılı, s. 25

- Asgari 10 küçük ve orta büyüklükteki şirketin bir araya gelmesiyle,
- En az 10 (on) milyar TL ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak, kurulması

gerekmektedir.

* Kalkınmada Öncelikli Yörelerde, aynı veya farklı sektörlerden oluşan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin;

- 1-200 arasında işçi istihdam eden,
- Asgari 5 küçük ve orta büyüklükteki şirketin bir araya gelmesiyle,
- En az 5 (beş) milyar TL ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak, kurulması

gerekmektedir.

* Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin hiçbir ortağının sermaye payı, toplam şirket sermayesinin, Normal Yörelerde % 10 ve Kalkınmada Öncelikli Yörelerde ise % 20'sinden fazla olamaz. Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı çıkartılması gerekmektedir.

* Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; Kalkınmada Öncelikli Yörelerde üretim ve hizmet sektöründe faaliyette bulunmak üzere kurulan şirketlere iştirak edebilirler. Ayrıca, ortakların faaliyet gösterdiği üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilirler.

* Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla, SDTŞ ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu ortaklıkların ihracatına aracılık edebilirler. Ayrıca, bu şirketler gerek SDTŞ statüsünü aldıkları yılda ve gerekse takip eden yıl içinde, aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ niteliğini taşıyan ve fakat ortak olmayan firmaların ihracatına da aracılık edebilirler.

Yine Tebliğe göre SDTŞ'lerin sorumlulukları şu şekilde belirlenmiştir:

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

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

SDTŞ statüsünün geri alınmasına ilişkin esaslar ise şu şekilde açıklanmıştır:

* Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; Normal Yörelerde, kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 5 (beş) milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri,

* Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; Kalkınmada Öncelikli Yörelerde, kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde, en az 2.5 (ikibuçuk) milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri,

* Yapılacak inceleme ve denetlemeler neticesinde, bu Tebliğ hükümleri ile ortakların hak ve menfaatlerine aykırı durumların tespit edilmesi, hallerinde Sektörel Dış Ticaret Şirketi statüsü, Dış Ticaret Müsteşarlığı'na geri alınabilir.

* Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; ihracatta devlet yardımlarının hedef grubunu oluşturmakta olup, bu yardımlardan öncelikle yararlanırlar.¹³⁷

Başlangıçta bir anda çok sayıda firmanın kurulmasını önlemek amacıyla ilk üç tebliğde kıstasların yüksek belirlenmesi nedeniyle, kurulan SDTŞ sayısı sınırlı kalırken,

¹³⁷ Dış Ticaret Müsteşarlığı, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ", Resmi Gazete, 26.12.1996 tarihli ve 22859 sayılı, s. 67-69

1996 yılında çıkarılan üç tebliğ ile kıstasların yumuşatılması neticesinde 03.06.1998 tarihi itibarıyla 28 şirkete Sektörel Dış Ticaret Şirketi statüsü verilmiştir (Ek-2).¹³⁸

3.3.2. SDTŞ'ler İle DTSS'lerin Benzer Ve Farklı Yönleri

SDTŞ'ler DTSS'ler ile karşılaştırıldığında, geniş ihracat hacmi sayesinde dış pazarlama faaliyetlerinde ölçek ekonomilerinden yararlanma ve ihtisaslaşmanın sağlanması gibi avantajları açısından benzerlik taşımaktadır. Ancak, SDTŞ modeli üretim, mamül geliştirme, rekabet gücünü artırma, hammadde temini ve uzun vadeli plan ve yatırımlar boyutunu da kapsayan ve daha sağlam temellere dayanan ortaklık ruhunu içeren bir sistemdir.¹³⁹

Her iki modelde de kuruluş ve işleyiş profesyonelce olmasına rağmen, DTSS modelinin yönetimine genellikle büyük holding ya da şirketler hakimdir. SDTŞ modelinde ise, hiçbir ortağın payı % 10'u geçmediğinden, herhangi bir holding ya da şirketin hakimiyeti sözkonusu değildir.

DTSS modelinde tek firma, tek şirket ve tek işletme sözkonusu iken, SDTŞ modelinde ise Tebliğ ile belirlenmiş, Normal Yörelerde aynı sektörde faaliyet gösteren en az 10 KOBİ'nin, Kalkınmada Öncelikli Yörelerde ise en az 5 KOBİ'nin bir araya gelmesi ile daha kapsamlı ve katılımcı bir model sözkonusudur.

SDTŞ modelinde ortakların hemen hemen bütün ihtiyaçları (finans, nakliye, gümrükleme, leasing, factoring, pazarlama, tedarik v.s.) karşılanırken, DTSS

¹³⁸ Dış Ticaret Müsteşarlığı, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsünün Hukuksal Gelişimi", DTM'nin 16.07.1998 tarihli, 38086 Sayılı Yazıları Eki, s. 5

¹³⁹ Nursun Beşeli, a.g.m., s. 38

modelinde ise, verilen hizmetler tek yönlü ve daha ziyade pazarlama orijinli olup kısıtlı kalmaktadır.

İki model arasında mevzuatlarından (Tebliğlerinden) kaynaklanan farklılıklar vardır. Kuruluş amaçları, statülerinin verilmesi ve geri alınması, sermayeleri, ihracat taahhütleri, ortakların payı ve sorumlulukları gibi konularda önemli ayrılıklar vardır.

SDTŞ modeli yapısı itibariyle daha katılımcı ve profesyonel yöneticilere açık bir görüntü verirken, DTSS modelinde kısmen patron yönetimi göze çarpmaktadır. Batılı şirketlerin de kalkınma yöntemi olan profesyonel yönetici-patron modeli SDTŞ modelinde başarıyla uygulanmaktadır. Şirket içinde profesyonel-patron yönetici inisiyatif sahibi olup gerekli kararları ivedilikle alabilirken, başarısız kararlar almalarının hesabını da vermek zorunda kalabilmektedirler.¹⁴⁰

3.3.3. SDTŞ'lerin Kurulmasında Karşılaşılan Sorunlar

SDTŞ'ler kuruluş aşamasında çeşitli sorunlarla karşılaşabilmektedir. Tabii ki, en büyük sıkıntı başlangıçta sermaye payının toplanmasıdır. Ayrıca aylık ve yıllık aidatların ödenmesi konusu da sıkıntılara neden olmaktadır. Firmaların bağımsız hareket etme istekleri, SDTŞ'lerin kurulması aşamasında çeşitli sorunları ortaya çıkarmaktadır. Bireysel davranma eğilimlerinin giderilmesi ve zaten ihracat yapıyor olan firmaların ihracatlarını ne şekilde yürütecekleri ile ilgili hususların şirket sözleşmesinde net bir şekilde yer alması sorunların en aza inmesini sağlayacaktır.¹⁴¹

¹⁴⁰ Mehmet Melemen, "Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler", Gümrük Dergisi, Yıl: 7, Sayı: 24, Mart 1998, s. 52

¹⁴¹ Nursun Beşeli, a.g.m., s. 38

Ortak ihracat pazarlama gruplaşması şeklindeki modelde katılımcı firma olarak yer almak isteyen firmaların modelin işlerliği yönünden en çok endişe ettikleri diğer sorunlar ise şöyle sıralanmaktadır.¹⁴²

* Ortakların ürünleri arasındaki kalite ve standart farklılıkları, aynı ürünlerin aynı ihracat pazarlarında yaratabileceği rekabetin olumsuz etkileri ile ortaklara ait bilgilerin gizliliğini yitirmesi endişesi,

* SDTŞ'lerin yönetilmesinde yetenekli, güvenilir ve tarafsız yöneticiler bulmaktaki güçlükler ile yönetime karşı güvensizlik, disiplin sağlayamama ve çıkar çatışması olasılıkları,

* Ortakların ölçek büyüklüğünün gösterdiği farklılık ve ortakların finansman yükünün paylaşılmasında yaşanan zorluklar,

* SDTŞ'lerin yönetim ile ilgili konularda oy hakkı ile ilgili sorunlar,

* Siparişlerin karşılanmasında ve ortaklara dağıtımında karşılaşılan sorunlar,

* SDTŞ'lere yeni firmaların girmesi veya ayrılması ile ilgili sorunlar,

* Yeterli sayıda firmanın bulunamaması ya da her firmanın veya sektörün koşullarının farklı olması (özellikle kalite ve standart farklılığından doğan sorunlar),

* Firmaların bağımsızlıklarını kaybetmek istememeleri ve sahip-yöneticilerin bağımsız davranma yönündeki kişilik yapıları,

* Tekstil sanayi gibi moda v.b. özelliklerin etkili ve önemli olduğu sektörlerde ortaklaşa karar vermenin zorluğu,

* Zamanla büyük firmaların SDTŞ yönetiminde egemenliği ele geçirip söz sahibi olma olasılıkları.

¹⁴² ASOMEDYA, "KOBİ'lerin Dışa Açılması", Kasım 1997, s. 37

Aynı ürün grubundan oluşan ihracat şirketinin üyeleri dış pazarlarda aynı ithalatçılarla rekabet edeceğinden bazı endişelere kapılabilirler. Ancak, siparişlerin üyeler arasında adil dağılımının sağlanacağını sözleşmede belirtilmesi ile bu tür kaygıların önüne geçilebilecektir.

Üye firmaların seçiminde dikkat edilmesi gereken konulardan birisi de firmaların yaklaşık aynı büyüklükte olmasıdır. İhracat şirketinde aynı haklara sahip olunacağından bu durum büyük şirketlerin daha çok söz sahibi olmayı istemelerini önleyecektir.

En önemli konulardan biri de nitelikli personel istihdamıdır. Şirketin başarılı olabilmesi için konusunda uzmanlaşmış ve uluslararası pazarlama konusunda deneyimi olan kişilerin istihdam edilmeleri gerekmektedir. Ayrıca ürünlerin istenilen kalite ve standartta olduğu denetlenmeli ve ihracatta belli bir kalite düzeyi tutturularak, ortaklaşa ihracat şirketinin uluslararası itibarının korunmasına ve artırılmasına çalışılmalıdır.¹⁴³

3.3.4. SDTŞ'lerin KOBİ'lere Ve Türkiye Ekonomisine Sağlayacağı Faydalar

SDTŞ modeli ile bir araya gelen KOBİ'lerin hem ihracatın artırılmasında, hem ülke ekonomisi, hem de firma düzeyinde sağlayacağı sayısız faydalar vardır. Bu faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür:¹⁴⁴

* KOBİ'ler yeni pazarlara ve alıcılara ulaşacaklarından uzun dönemli yatırım ve üretim planları yapabilecekler,

¹⁴³ Nursun Beşeli, a.g.m., s. 38

¹⁴⁴ Ekonomik Forum, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", TOBB Aylık Dergisi, 15 Şubat 1997, Yıl: 4, Sayı: 2, s.32; ASOMEDYA, "KOBİ'lerin Dışa Açılması", Kasım 1997, s. 36-37; Nursun Beşeli, a.g.m., s. 37-38

* Hammadde alımları toptan ve ucuza yapılabilecek, büyük miktarda siparişleri birlikte hareket ederek kolaylıkla karşılayabilecekler,

* İhracat işlemlerinin tek elden yürütülmesi ve her türlü mevzuatın yakın takip edilmesi ile ihracat bürokrasisi ve işlemlerinde kolaylık sağlanacaktır,

* SDTŞ'ler sayesinde gümrükleme, nakliye, sigortacılık v.b. konularda bir şirket kurma ya da bu tür şirketlerle işbirliğine girme imkanı doğacak, ortakların bu konudaki hem işlemleri kolaylaşacak hem de maliyetleri düşecektir.

* Ortaklarının ve sektörünün ihtiyaç duyduğu alanda eğitim faaliyetlerine katkıda bulunarak nitelikli eleman temin edebilecekler,

* Ortaklarına finansman alanında yararlar sağlayarak, daha güçlü bir sermaye yapısıyla her türlü finansman araçlarından daha etkin ve kolay faydalanabileceklerdir,

* SDTŞ'ler yurt içinden ve yurt dışından hammadde ve ara malları alımını toptan yapabilecek, bu da maliyetlerin düşmesini sağlayacaktır.

* İhracat departmanının genel giderleri ile dış büroların araştırma ve danışmanlık masraflarının paylaşılmasından doğan kâr marjı artışları olacaktır.

* Pazar çeşitlenmesine gidilerek, o pazarlardaki durgunluktan etkilenmeyi en aza indirme imkanı doğacaktır.

* Ortak ticaret heyetleri, turlara katılım, reklam ve tanıtım giderlerinin paylaşılması neticesinde maliyetler en aza indirilecektir.

* Kapasite kullanım oranının yükselmesi ile üretim maliyetlerinin düşmesi sonucunda artan kalite ve standardın rekabet gücünü artırması,

* Satış sonrası hizmetlerde ortak servis teşkilatı kurma imkanı,

* Ortak bir ürün markasının oluşturulması mümkün olacaktır,

* Özellikle sektörün başta AR-GE olmak üzere, çevre, kalite gibi konularda ihtiyaç duyduğu ortak laboratuvar hizmetlerini vererek katkı sağlayabilecekler, bu da ortakların ürünlerinin uluslararası standartlara ve normlara uygun mal temini, üretimi ve pazarlamasına çok önemli katkılar sağlayacaktır.

* Yabancı şirketlerle ticaret ve yatırımda işbirliği daha rahat sağlanabilecektir,

* Makro açıdan ise ihracatın artması, istihdam ve kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunabilecektir.

* Ortaklarına üretimde rasyonelleşmeyi ve bunun sonucunda yeni ürün çeşitlerinde ihtisaslaşmayı sağlayabilecektir,

* İhraç potansiyeli olan üreticilerin, bu potansiyellerinin ihracata yönlendirilmesi ile ihracata katkı sağlanacaktır.

3.3.5. SDTŞ'lere Verilen Destek Ve Yardımlar

3.3.5.1. Ar-Ge Faaliyetlerinin Desteklenmesi

Ölçek büyüklüğüne bakılmaksızın AR-GE faaliyetlerinde bulunan bütün firmaların; kavram geliştirme, teknoloji / teknik ve ekonomik yapılabilirlik etüdü, geliştirilen kavramdan tasarıma geçiş sürecinde yer alan laboratuvar çalışmaları v.b. çalışmalar, tasarım ve çizim çalışmaları, prototip üretimi, pilot tesisin kurulması, deneme üretimi, patent ve lisans çalışmaları ve satış sonrası sorun giderme hizmetleri bu karar kapsamında desteklenmektedir.¹⁴⁵

AR-GE faaliyetinde bulunan kuruluşlar proje bazında en fazla % 50 oranında ve azami üç yıl süre ile desteklenmektedir. Bu yardım hibe olarak verilmektedir.¹⁴⁶

¹⁴⁵ Mehmet Yıldırım, a.g.m., s. 48

¹⁴⁶ ASOMEDYA, "KOBİ'lerin Dışa Açılması", s. 39

AR-GE faaliyetlerinin desteklenmesi proje bazında olabildiği gibi ürün geliştirme ve stratejik odak konulu projelere sermaye desteği sağlanması şeklinde de olabilmektedir. Ürün geliştirme projelerine azami 2 yıl süreyle ve 1 milyon USD'ye kadar % 50 oranında sermaye desteği sağlanmaktadır.¹⁴⁷

3.3.5.2. Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi

Firmaların (KOBİ'lerin), Türk Standartları Enstitüsü ile akredite edilmiş kuruluşlardan, ISO 9000 sistemi kalite güvence sistemi belgelerini, ISO 14000 çevre yönetim sistemi belgelerini, CE işaretini ve uluslararası nitelikteki diğer kalite ve çevre belgelerini alma masrafları (sadece belgelendirme masrafları) karşılanacaktır. Firmaların belirtilen bu belgeleri almaları halinde yapacakları harcamaların en fazla % 50'si destekleme kapsamında karşılanabilmektedir.¹⁴⁸

3.3.5.3. Pazar Araştırması Desteği

KOBİ'ler, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ile sanayi sektöründeki Üretici Derneklerin;

- a) Kendi bünyelerinde yapacakları projelere,
- b) Pazar araştırması hizmeti veren şirketlerin / kurumların şirket nam ve hesabına yapacakları projelere,
- c) Üretici derneklerinin üyeleri için yapacakları veya yaptıracakları projelere, destek verilir.

¹⁴⁷ Mehmet Yıldırım, a.g.m., s. 48

¹⁴⁸ Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu, "İhracata Yönelik Devlet Yardımları "Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi" Hakkında Tebliğ", Tebliğ No: 97/5, Resmi Gazete, 31.07.1997 tarihli ve 23066 sayılı, s. 52-53

Bir üretici şirketin, pazar araştırması için kullanabileceği azami tutar 75.000 ABD doları, bir yıl içerisinde kullanabileceği azami tutar 15.000 ABD doları, tek bir proje için kullanabileceği azami tutar ise 7.500 ABD dolarıdır.

SDTŞ ve Üretici Derneği'nce yürütülecek pazar araştırması için bir yıl içerisinde kullanılacak azami destek tutarı 50.000 ABD doları olup, proje bazında azami destek tutarı ise 10.000 ABD dolarıdır.¹⁴⁹

3.3.5.4. Eğitim Yardımı

KOBİ'ler ve SDTŞ'lere KOSGEB tarafından üretim, kalite, yönetim, finansman v.b. alanlarda, İGEME tarafından ise, dış ticaret mevzuatı ve işlemleri konularında verilen destekleri içermektedir.

Bu konularda uygulanacak programlar yurt içi ve yurt dışı eğitim kurumları, profesyonel danışmanlık, üniversite ile işbirliği ve işletmeler arası işbirliği çerçevesinde yürütülmektedir.

Bu kapsamda, eğitim faaliyetleri için yeralacak harcamaların azami % 50'si Değerlendirme ve Uygulama Usul ve Esasları'nda belirtilen kriterler çerçevesinde desteklenir.¹⁵⁰

¹⁴⁹ Para-Kredi Koordinasyon Kurulu, "İhracata Yönelik Devlet Yardımları Kapsamında "Pazar Araştırması Desteği" Hakkında Tebliğ", Tebliğ No: 97/6, Resmi Gazete, 31.07.1998 tarihli ve 23066 sayılı, s. 54-57

¹⁵⁰ Para-Kredi Koordinasyon Kurulu, "İhracatta Devlet Yardımları Kapsamında "Eğitim Yardımı" Hakkında Tebliğ", Tebliğ No: 97/7, Resmi Gazete, 31.07.1997 tarihli ve 23066 sayılı, s. 58-62

3.3.5.5. Yurt Dışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme Ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi

SDTŞ'ler, yurt dışında doğrudan pazarlama amaçlı şirket kurmaları halinde; "SDTŞ Tebliğinde belirtilen KOBİ tanımı"na uyan ortaklarının sayıları ile sınırlı kalmak, aynı ülke için bir defa olmak ve SDTŞ'lerin bu amaçla yapacakları toplam harcamaların % 50'sini aşmamak koşuluyla aşağıda belirtilen limitler dahilinde yararlanabilirler.

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

Yardımanın bu çerçevede kullanılmasına ilişkin talepler, pazar araştırması konusunda ulusal ve uluslararası güvenilirliği ve konuya ilişkin tecrübesi genel kabul görmüş firmalarca hazırlanmış fizibilite etüdünün incelenerek uygun görülmesi ve faaliyetin yapılmasına bağlı olarak Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca sonuçlandırılır.¹⁵¹

¹⁵¹ Para-Kredi Koordinasyon Kurulu, "İhracatta Devlet Yardımları Kapsamında "Yurt Dışında Ofis-Mağaza Açma, İşletme ve Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi" Hakkında Tebliğ", Tebliğ No:97/9, Resmi Gazete, 31.07.1997 tarihli ve 23066 sayılı, s. 66-68

3.3.5.6. Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında Gümrük Vergi Muafiyetli İthalat

Dahilde İşleme İzin Belgesi kapsamında firmalar (veya yan sanayicilerinin), ihraç edecekleri mallara girdi olarak kullanacakları hammadde, yardımcı madde, yarı mamul ve ambalaj malzemelerinin ithalinde ödenmesi gereken gümrük vergileri nakdi olarak tahsil edilmemekte, teminata bağlanmaktadır.

Eğer bu ithalatı yapacak firmalar DTSS ve SDTŞ ise önceki yıl ihracatı kadar izin belgesi kapsamındaki ithalatta gümrük vergilerinin % 1'i oranındaki meblağ Türk Eximbank'ın teminat sigortası hesabına nakit olarak yatırarak mallarını ithal edebilmektedirler.¹⁵²

3.3.5.7. Gümrük Müsteşarlığı'nın İhracat İşlemlerinde Getirdiği Kolaylıklar

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'ne gümrük işlemleriyle ilgili olarak bazı kolaylıklar tanınmıştır. Sık sık A.TR Dolaşım Belgesi düzenlenmesini gerektiren ihracat işlemlerinde bürokrasiyi azaltmak amacıyla basitleştirilmiş işlemler çerçevesinde Türkiye'deki ihracatçılara Gümrük İdareleri'nce onaylanmış ihracatçı izin belgeleri verilmektedir.¹⁵³

3.3.6. Uygulamada SDTŞ'lerden Başarılı Örnekler

1994 yılında yürürlüğe konan bir Tebliğ'le başlatılan SDTŞ'lerin sayısı 03.06.1998 tarihi itibariyle 28'i, ortak firmaların sayısı ise 1069'u bulmuştur. Çoğu tekstil ve konfeksiyon sektöründe kurulan bu şirketlerin dörtte üçü Anadolu'da bulunmakta olup, hemen hemen her bölgede bir SDTŞ örneğine rastlamak

¹⁵² Mehmet Yıldırım, a.g.m., s. 46

¹⁵³ ASOMEDYA, "KOBİ'lerin Dışa Açılması", s. 40

mümkündür. Uygulamada başarılı olan bu şirketlerden bir kısmını tanıtmakta yarar bulunmaktadır.¹⁵⁴

3.3.6.1. EGS Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş.

EGS, ihracata dönük üretim yapan küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatta karşılaştıkları darboğazları gidermek, ortaklarının mal, hizmet ve finansman girdi maliyetlerini düşürmek, pazarlama etkinliklerini artırmak amacıyla oluşturulan bir model olarak 1993 yılında 99 tekstil ve konfeksiyon ihracatçısı tarafından kuruldu. EGS, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın 19.10.1994'te yayımladığı 94/11 sayılı tebliğ ile Türkiye'de ilk sektörel dış ticaret şirketi ünvanını aldı. EGS grubu dış ticaret, hammadde temini, gümrükleme, nakliye, makine, turizm, gayrimenkul geliştirme, mağazacılık, bankacılık, sigortacılık, leasing ve factoring konularında yurtiçi ve yurtdışında faaliyet gösteren toplam 18 şirket ile 2 vakıf ve bir bankadan oluşan bir büyüklüğe ulaştı.

99 ortakla ortaya çıkan EGS'nin şu andaki ortak sayısı 358'dir. Şirket geniş katılımın sağlanması amacıyla ana sözleşmede bir tüzel kişinin sermayedeki katılımını yüzde 5 ile sınırlamıştır. Mevcut yapıda ise ortakların sermayedeki payları yüzde 2'nin altındadır. Şirket ortaklarının sayısı 100'ün üzerinde olduğu için halka açık statüdedir. 1996 yılında 695 milyon dolar ihracat gerçekleştiren EGS'nin 1997 yılı ihracatı ise 1 milyar dolar civarındadır. 1993 yılında 28.7 milyar lira sermaye ile kurulan EGS, 1994 yılında 86.1 milyar liraya, 1995'te 150 milyar liraya, 1996 yılında 250 milyara çıkan sermayesi, 1997 yılında 625 milyar liraya çıkarıldı.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ

¹⁵⁴ Ekonomik Forum, "Çok Ortaklı İhracat Şirketleri", 15 Eylül 1997, Yıl: 4, Sayı: 9, TOBB Aylık Dergisi, s.14-15

3.3.6.2. EGOT Ege Otomotiv Dış Ticaret A.Ş.

EGOT'ta EGS gibi İzmir'den doğan bir sektörel dış ticaret şirkettir. Otomotiv yan sanayi konusunda faaliyet gösteren 20 ortağı olan EGOT'ta her ortak eşit olarak yüzde 5 hisse ile temsil ediliyor. Kuruluş sermayesi ise 20 milyar liradır. EGOT'a göre SDTŞ olmanın getirdiği avantajlar; Eximbank kredisi tahsis edilmesi, KDV geri ödemelerinde kolaylıklar tanınması, DTM tarafından sektör adına görüşlerine başvurulması ve değerlendirilmesi gibi konularda olmaktadır. EGOT hissesinin nominal değerini 10 milyon lira olarak belirlemiştir. 1996'da 400 bin dolar ihracat gerçekleştiren EGOT, 1997 yılında 5 milyon dolarlık ihracat rakamını hedeflemiştir.

3.3.6.3. KAR-BİR Karadeniz Birleşik Un Sanayi Hububat ve Bakliyat Dış Ticaret A.Ş.

Üçüncü sektörel dış ticaret şirketi ünvanını alan KAR-BİR, un, bakliyat ve gıda üretimi yapan 14 firmanın bir araya gelmesiyle kurulmuştur. Eylül 1995'te ünvanı alan şirketin kuruluş sermayesi 11 milyar 200 milyon liradır. Ortaklık eşit şartlarda olup, yakın gelecekte yeni ortak alınması düşünülmemektedir. 1996 yılında 16 milyon 700 bin dolar ithalat, 1 milyon 700 bin dolarlık ihracat rakamına ulaşan KAR-BİR'in, 1997'nin ilk altı aylık ihracatı ise 4 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

3.3.6.4. ATAKS Tekstil Dış Ticaret A.Ş.

17 Şubat 1996 tarihinde sektörel dış ticaret şirketi ünvanını alarak kuruluşunu gerçekleştiren ATAKS, 20 tekstil ve konfeksiyon üreticisi firmanın ortaklığıyla oluştu. ATAKS'in hedefi 20 yeni firmayı daha ortakları arasına katmaktır. Kuruluş sermayesi

10 milyar lira olan ATAKS'ın şu andaki sermayesi ise 20 milyar liraya çıkarılmış durumdadır. ATAKS Tekstil Dış Ticaret'in bir hisse değeri 85 bin dolardır. ATAKS'ın bünyesinde yer alan ATAKS Mağazacılık'ın bir hisse bedeli ise 50 bin dolar olarak açıklanmıştır.

Bugüne kadar kurulan SDTŞ'lere bakıldığında EGS'nin ardından en büyük çıkışı yapan dış ticaret şirketi olarak ATAKS'ı görmekteyiz. Her iki şirketin kulvarları ise farklıdır. EGS finans ve diğer sektörlerle yönelirken ATAKS, tekstil ve konfeksiyon sektörünü kapsayan bir mağazacılık çalışması içine girmiştir. ATAKS Mağazacılık olarak doğrudan satış kanalları oluşturan firma, ilk mağazasını İzmit Factory Outlet Center'da açtı. Eylül 1997'de Merter'de ikinci mağazasını ve yeni şirket merkezini açan ATAKS, Aralık ayında Beylikdüzü-migros kompleksinde yeni bir mağazayı daha hizmete açtı. 1998 yılına 7.200 metrekare perakende satış alanı ile girmeyi hedefleyen şirketin 98 yılının sonunda ki hedefi ise, 10 bin metrekarelik bir satış alanını daha hizmete açmaktır.

ATAKS Mağazacılık'ın bir diğer önemli hedefi ise, yurtdışında kendi dağıtım ağlarını ve mağazalarını oluşturmaktır. İlk yurtdışı organizasyonu ise Moskova'da kurulan ATAKS International Ltd.'dir. Bu firma yüzde 80 ATAKS, yüzde 20 Valery Sidorenko ortaklığı ile kurulmuştur. ATAKS'ın Rusya'daki hedefi Moskova'da mağazalara toptan satış, sonra Leningrad, Kiev ve Minsk'te şubelerini açarak mağazacılık zinciri oluşturmaktır.

3.3.6.5. TURSOFİ Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret A.Ş.

Sektörel dış ticaret kimliğindeki en farklı şirketlerden birisi TURSOFİ'tur. Yazılım ve donanım alanında faaliyet gösteren TURSOFİ'un bünyesinde 76 firma bulunmaktadır. Kuruluş sermayesi 5 milyar lira olan TURSOFİ Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret'in sermayesi 35 milyar liraya çıkartıldı. Ortakların payları birbirine eşit değil, ancak çoğunluk yüzde 2 civarında bir paya sahiptir. TURSOFİ yeni ortaklara açık bir yapıya sahiptir. Yeni ortaklarda aranan şartların başında bilgi teknolojisi sektöründe güvenilir bir şirket olmasına dikkat edilmektedir.

3.3.6.6. GBS Gaziantep Birleşik Sanayiciler Dış Ticaret A.Ş.

GBS, 21 Mayıs 1996'da sektörel dış ticaret şirketi ünvanı alan Gaziantep'te kurulmuş bulunan bir şirkettir. Makine halısı, halı ipliği ve dokuma konusunda faaliyet gösteren 10 ortakla yola çıkan şirketin şu anda 30 ortağı bulunmaktadır. 5 milyar lira ödenmiş sermaye ile kurulan GBS'nin şu andaki sermayesi 15 milyar liradır. GBS'de her ortağın 500 milyon liralık 10 hissesi bulunmaktadır. Bir hisse değeri ise 50 milyon lira olarak belirlenmiştir. GBS, büyümek için yeni ortaklara açık bir yapıya sahiptir. 1996 yılının beş aylık döneminde 1.5 milyon dolar ihracat gerçekleştiren şirketin 1997'nin ilk altı ayındaki ihracat rakamı ise 3 milyon dolar olarak açıklanmıştır.

3.3.6.7. ANKARA MOBİLYA Ankara Mobilya Dış Ticaret A.Ş.

Başkent Ankara'nın ilk sektörel dış ticaret şirketi Ankara Mobilya Dış Ticaret A.Ş. olmuştur. 7 Ocak 1997 tarihinde sektörel dış ticaret şirketi ünvanını alan Ankara Mobilya'nın 13 ortağı bulunmaktadır. Kuruluş sermayesi 5 milyar 700 milyon lira olan Ankara Mobilya'da ortaklık payları sözleşme gereği yüzde 10'u geçmemektedir.

Ankara Mobilya'ya göre, SĐTŞ olmanın avantajları; finansmanın asli gayesi uluslararası standartlarda ürün üretimi ve pazarlama olması nedeni ile bilmediklerini öğrenmek zorunda kalmak olarak açıklanmaktadır. Şirketin bir hisse bedeli 5 milyon liradır. 1997 yılında hedeflenen ihracat rakamı ise, 4.3 milyon dolar olarak açıklanmıştır.

3.3.6.8. KDT Kahramanmaraş Dış Ticaret A.Ş.

KDT Kahramanmaraş Dış Ticaret A.Ş., Mart 1997'de kuruldu. 7 Haziran 1997 tarihinde ise, Kalkınmada Öncelikli Yöre'de sektörel dış ticaret ünvanını alan ilk şirket olmuştur. Tekstil ve pamuk ipliği üreticisi 14 firmanın biraraya gelerek oluşturduğu KDT'nin ödenmiş sermayesi 5 milyar 600 milyon liradır. KDT, 1998 yılı içinde 16 yeni ortağı daha bünyesine katmak istemesine rağmen 03.06.1998 tarihi itibarıyla ortak sayısında herhangi bir artış olmamıştır. KDT'nin yeni ortaklarda aradığı en önemli özellik ise, ihracata uygun üretim yapabilmektir. KDT'nin bir hissesinin bedeli ise 100 milyon lira olarak belirlenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. MALATYA'DA SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ

UYGULANABİLİRLİK ARAŞTIRMASI

4.1. Malatya'nın Ekonomik Yapısı Hakkında Genel Bilgiler

Malatya'daki ekonomik faaliyetler bölgeden elde edilen tarım ve endüstri ürünlerinin alımı, satımı ve çevre illere gönderilmesi ile, bölgenin isteklerini karşılayacak ham ve mamül madde türlerinin getirilerek pazarlanmasından oluşmaktadır. Bölgede üretim ve ticari çalışmaya kaynak olan maddelerin başlıcaları: Kuru kayısı ve çekirdeği, bakliyat, tahıl, meyve, sebze, canlı hayvan, pamuklu giyim, pamuklu dokuma, iplik, kiremit, metal, tuğla, kireç, hazır beton, deri kösele, un, şeker ve tütündür. Dışarıdan getirilen malların başlıcaları ise: Tarım girdileri, motor ve yedek parçaları, akaryakıt, bitkisel yağ, demir, çimento, yapı malzemeleri, koruma ilaçları, suni gübre, cam ve porselen işleri, manifatura ve her çeşit elektronik eşyadır.¹⁵⁵

4.1.1. Tarımsal Yapı

Malatya ilinde toplam tarım arazisi 1996 yılı itibariyle 425.045 hektar olup, bunun 336.752 hektarını tarla, 77.585 hektarını meyvelikler, 2.603 hektarını sebzelikler, 8.105 hektarını da bağ arazileri teşkil etmektedir.¹⁵⁶ Son yıllarda tarla alanlarında daralma, meyve alanlarında ise genişleme gözlenmektedir. Tarla bitkileri

¹⁵⁵ Malatya Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, "Malatya İli 1995 Yılı Ekonomik ve Ticaret Durumu Hakkında Rapor", Malatya, Eylül 1996, s. 14.

¹⁵⁶ Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., "Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Malatya", YUYAA / 98-5-7, Araştırma Müdürlüğü, Ankara, Haziran 98, s. 18.

içerisinde en önemli yeri sırasıyla buğday, arpa ve şeker pancarı almakta, sebze üretiminde domates, karpuz, kavun, salatalık, meyve üretiminde ise kayısı, üzüm ve elma ürünleri ilk sıralarda yer almaktadır. Kayısı üretiminin il ekonomisinde oldukça önemli bir yeri bulunmakta, kuru kayısı üretimi ve ihracatı önem taşımaktadır.¹⁵⁷

Yıllar itibariyle ilin cari fiyatlarla gayri safi yurt içi hasılası (GSYİH)'nın dağılımına bakıldığında, tarım sektörünün payının oldukça önemli olduğu görülmektedir. İl tarım sektörünün il GSYİH'dan aldığı pay 1950 yılında % 18.6, 1994'te % 19.6, 1995'te % 20.7 ve 1996'da ise % 26 olarak gerçekleşmiştir. Malatya ili tarımsal hasılasının yıllar itibariyle gelişimi ve Doğu Anadolu Bölgesi ile Türkiye tarım hasılası içindeki payı Tablo-8' de verilmiştir.¹⁵⁸

Tablo-8: Malatya İli Tarımsal Ve İktisadi Hasılasının Yıllar İtibariyle Gelişimi İle Bölge ve Türkiye Hasılası İçindeki Yeri (Cari Fiyatlarla Milyon TL)

Faaliyet Kolu	1987	1990	1992	1994	1995	1996
-Çiftçilik ve Hayvancılık	144.998	592.655	1.577.110	6.378.624	12.962.149	30.392.441
- Ormancılık	1.234	5.116	17.372	39.447	42.630	100.307
- Balıkçılık	460	2.215	6.405	12.985	44.009	104.435
Malatya Tarım Hasılası(1)	146.692	599.986	1.600.887	6.431.056	13.048.788	23.818.895
D. Anadolu Böl. Tarım Hasılası(2)	878.173	4.339.402	10.181.573	37.055.242	85.599.200	143.219.366
Türkiye Tarım Hasılası(3)	13.314.271	68.692.041	163.826.637	598.169.762	1.218.178.131	2.489.773.564
(1)/(2) (%)	16,7	13,8	15,7	17,3	15,2	16,6
(1)/(3) (%)	1,10	0,87	0,98	1,08	1,07	0,96

Kaynak: DİE

Türkiye toplam taç çekirdekli meyve üretimi içerisinde Malatya'nın payı % 3 düzeyindedir. Ancak taç çekirdekli meyveler arasında kayısı il ekonomisi açısından

¹⁵⁷ Türkiye Kalkınma Bankası, A.Ş. "Doğu Ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Potansiyel Değerlendirme Ve Uygun Yatırım Alanları Çalışması (İl Bazında Değerlendirme), Cilt: II Ankara, 1996, s. 115

¹⁵⁸ Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., "Uygun Yatırım Alanları Araştırması Malatya, s. 17

özel bir önem taşımaktadır. Türkiye toplam kayısı üretim içerisinde Malatya'nın % 41 düzeyinde büyük bir payı bulunmaktadır.

İldeki kayısı ağacı sayısı, kapladığı alan, kuru kayısı üretimi ve ihracatı, yıllar itibariyle Tablo 9' da verilmektedir.

Tablo 9: Yıllar İtibariyle Malatya İlindeki Kuru Kayısı Üretimi Ve İhracatı.

Yıllar	Meyve Veren Kayısı Ağacı (Adet)	Kapladığı Alan (Hektar)	Kuru Kayısı Üretimi (Ton)	İhraç Edilen Kayısı Miktarı (Ton)
1990	3.226.015	34.955	41.050	33.297
1991	3.790.815	39.039	37.660	29.996
1992	3.906.030	40.182	39.418	31.372
1993	4.131.300	41.054	23.023	33.061
1994	4.405.600	46.490	66.935	46.175
1995	4.711.400	48.906	30.652	29.635
1996	4.821.400	49.436	18.343	23.740

KAYNAK: T. C. Malatya Valiliği, İl Brifingi, 1997.

Tablo-9'da görüldüğü gibi, meyve veren ağaç sayısı ve kapladığı alanda her yıl artış olmasına karşın, kuru kayısı üretiminde aynı artış görülmemektedir. Bunun nedeni kayısı üretim miktarının büyük ölçüde iklim koşullarına bağlı olarak yıllar itibariyle azalıp artmasından kaynaklanmaktadır.¹⁵⁹

4.1.2. İmalat Sanayi

Malatya'da imalat sanayi özellikle dokuma giyim eşyası ve deri sanayi (tekstil sektörü), orman ürünleri ve mobilya sanayi, Metal Eşya-Makine ve Teçhizat Sanayi gıda, içki ve tütün sanayi sektörlerinde yoğunlaşmaktadır.

¹⁵⁹ Malatya Valiliği, İl Brifingi, 1997, s. 15-16.

Tablo 10'da Malatya imalat sanayisinin işyeri, istihdam ve katma değer olarak Türkiye içindeki yeri ve payı verilmiştir.¹⁶⁰

Tablo-10: Malatya İmalat Sanayinin İşyeri, İstihdam Ve Katma Değer Olarak Türkiye İçindeki Yeri Ve Payı.

İŞYERİ	Türkiye 'deki Yeri	Türkiye 'deki Payı	İSTİHDAM	Türkiye 'deki Yeri	Türkiye 'deki Payı	KATMA DEĞER	Türkiye 'deki Yeri	Türkiye 'deki Payı
1- Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi (%30)	22	% 1	1- Gıda, İçki ve Tütün Sanayi (% 37)	12	% 2	1- Gıda, İçki ve Tütün Sanayi (% 60)	4	% 7
2- Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi (% 27)	22	% 1	2- Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi (% 35)	16	% 1	2- Metal Eşya- Makina ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlimi ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi (% 28)	6	% 3
3- Metal Eşya- Makina ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlimi ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi (% 21)	29	% 1	3- Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi (% 12)	19	% 1	3- Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi (% 6)	18	% 1
4- Gıda, İçki ve Tütün Sanayi (% 18)	18	% 2	4- Metal Eşya- Makina ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlimi ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi (% 10)	27	% 0.5	4- Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayi (% 5)	6	% 4

Tablo-10'da görüldüğü gibi Gıda İçki ve Tütün sanayi işyeri bakımından il içinde % 18 pay ile 4. sırada yer almaktadır. İl, bu sektör bakımından Türkiye imalat sanayi genelinde % 2 pay ile 18. sırada bulunmaktadır. Sektör, % 37 pay ile il içinde istihdam potansiyeli en yoğun 1. sektör konumundadır. Katma değer bakımından ise, sektör % 60 pay ile il içinde 1. sıraya yerleşmektedir. İl, %67 sektör payı ile Türkiye imalat sanayi genelinde 4. İl konumundadır.

¹⁶⁰ B. Mutlu Gökçesu ve Servet Koçak, "Türkiye İmalat Sanayinin İller Bazında Sektörel Göstergeleri", KOSGEB Yayını, APK Başkanlığı, Ankara, 1992, s. 18

Sonuç olarak, ilin imalat sanayi genelinde, sektörün işyeri, istihdam ve katma değer bakımından değerlendirilmesi yapıldığında; İl'de sektörün birinci derecede öneme haiz olduğu görülmektedir.

Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayi işyeri bakımından, İl içinde % 30 pay ile 1. sırada yer almaktadır. İl, bu sektör bakımından Türkiye imalat sanayi genelinde % 1 pay ile 22. sırada bulunmaktadır. Sektör, % 35 pay ile il içinde istihdam potansiyeli en yoğun 2. Sektör konumundadır. İl, Türkiye imalat sanayi genelinde 15. sırayı % 1 sektör payı ile almaktadır. Sektör, yüzde 6 katma değer payı ile il içinde 2. sıraya yerleşmektedir. İl yüzde 1 sektör payı ile Türkiye imalat sanayi genelinde 18. İl konumundadır.

Sonuç olarak Malatya imalat sanayi genelinde, sektörün işyeri, istihdam ve katma değer bakımından değerlendirilmesi yapıldığında; Malatya ili Dokuma, Giyim Eşyası ile Deri Sanayi itibariyle en başta gelen iller arasında bulunmamasına rağmen, Türkiye genelinde, ikinci derecede öneme sahip illerden biridir.

Metal Eşya-Makine ve Teçhizat, Ulaşım Aracı, İlimi ve Mesleki Ölçme Aletleri Sanayi'nde işyeri bakımından sektör, İl içinde % 21 pay ile 3. sırada yer almaktadır. İl, bu sektör bakımından Türkiye imalat sanayi genelinde % 1 pay ile 29. sırada bulunmaktadır. Sektör, % 10 pay ile il içinde istihdam potansiyeli en yoğun 4. Sektör konumundadır. Türkiye imalat sanayi genelinde ise, 27. sırayı % 0.5 sektör payı ile almaktadır. Sektör, % 28 pay ile il içinde katma değer bakımından 2. sıraya yerleşmektedir. % 3 sektör payı ile de Türkiye imalat sanayi genelinde 6. İl konumundadır.

Sonuç olarak Malatya imalat sanayi genelinde, sektörün işyeri, istihdam ve katma değer bakımından değerlendirilmesi yapıldığında; sektörün il için öneme haiz

olduğu görülmektedir. İl'de KOSGEB'in danışmanlık ve kalite geliştirme merkezi mevcuttur.

Orman ürünleri ve Mobilya sanayinde işyeri olarak, sektör, il içinde % 27 pay ile 2. sırada yer almaktadır. İl, bu sektör bakımından Türkiye imalat sanayi genelinde % 1 pay ile 19. sırada bulunmaktadır. Sektör, % 12 pay ile il içinde istihdam potansiyeli en yoğun 3. Sektör konumundadır. Türkiye imalat sanayi genelinde ise 19. sırayı % 1 sektör payı ile almaktadır. Katma değer bakımından ise, sektör % 5 pay ile il içinde 4. sırada yer almaktadır. İl, % 4 sektör payı ile Türkiye imalat sanayi genelinde 6. İl konumundadır.

Sonuç olarak Malatya imalat sanayi genelinde, sektörün işyeri, istihdam ve katma değer bakımından değerlendirilmesi yapıldığında; sektörün il'de belli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir.

1992 Genel Sanayi ve İşyeri Sayımı sonuçlarına göre Malatya ilinde 6.548'i ticaret, otelcilik, lokantacılık, 1.510'u toplam hizmetleri, sosyal ve kişisel hizmetler, 1362'si imalat sanayi, 289'u mali kurumlar, sigorta ve emlak işleri, yardımcı hizmetleri, 135'i ulaştırma, haberleşme ve depolama, 113'ü inşaat ve bayındırlık işleri, 33'ü elektrik gaz ve su işleri ve 23'ü de madencilik ve taşocakçılığı işlerinde olmak üzere toplam 10.013 işyeri faaliyet göstermektedir. 1985'den 1992'ye, iki sayım yılı arasında işyeri sayısı 614 adet artmıştır. İktisadi faaliyet kolları itibarıyla artış ve azalışa bakıldığında imalat sanayinde faaliyet gösteren işyeri sayısının 1776'dan 1362'ye düştüğü, yeni 414 işyerinin imalat sanayinden başka faaliyet kollarına kaydığı görülmektedir. Nitekim ticaret, otelcilik, lokantacılık faaliyet kolu bu dönemde 642 işyeri artış göstermiştir. Buradan, imalat sanayiinden hizmet sektörüne bir kaçış olduğu sonucuna varılmaktadır.

Malatya ilindeki işyeri sayısının 1985-1992 yıllarındaki sektörler itibariyle gelişimi Tablo-11'de verilmektedir.¹⁶¹

Tablo-11: İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Malatya'daki İşyeri Sayıları

İKTİSADİ FAALİYET KOLU	1985	1992
MADENCİLİK VE TAŞOCAKÇILIĞI	0	23
-Metalik Cevher Üretimi	0	2
-Metalik Olmayan Madenlerin Üretimi	0	21
İMALAT SANAYİ	1.776	1.362
-Gıda, İçki ve Tütün Sanayii	269	277
-Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri Sanayii	577	389
-Orman Ürünleri ve Mobilya Sanayii	371	345
-Kağıt, Kapıt Ürünleri ve Basım Sanayii	28	33
-Kimya, Petrol, Kömür, Kauçuk ve Plastik Ürünler Sanayii	59	14
-Taş ve Toprağa Dayalı Sanayii	12	15
-Metal Ana Sanayii	10	5
Metal Eşya, Mak. Ve Tech., Ulaşım Aracı, İlimi ve Mesl. Ölç. Alet. San.	431	280
-Diğer İmalat Sanayii	19	4
ELEKTRİK, GAZ VE SU	0	33
İNŞAAT VE BAYINDIRLIK İŞLERİ	105	113
TİCARET, OTELCİLİK, LOKANTACILIK	5.906	6.548
-Toptan Ticaret	696	633
-Perakende Ticaret	4.466	4.943
-Lokanta ve Oteller	744	942
ULAŞTIRMA, HABERLEŞME VE DEPOLAMA	147	135
-Ulaştırma	147	135
MALİ KURUMLAR, SİGORTA VE EMLAK İŞL., YARDIMCI İŞ HİZM.	271	289
-Mali Kuruluşlar	5	1
-Sigorta Kuruluşları	0	19
-Gayri Menkul ve İş Hizmetleri	266	269
TOPLUM HİZMETLERİ, SOSYAL VE KİŞİSEL HİZMETLER	1.194	1.510
-Çevre Sağlığı ve Hizmetler	0	2
-Eğitim, Sağlık ve Diğer Sosyal Hizmetler	100	191
-Kültür-Eğlence Hizmetleri	23	40
-Kişilere ve Ailelere Yapılan Hizmetler	1.071	1.277
GENEL TOPLAM	9.399	10.013

¹⁶¹ Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., "Uygun Yatırım Alanları Araştırması Malatya", s. 36-37.

İmalat Sanayiinin 1987 ve 1997 yılları itibariyle sektörlere göre gelişimi Tablo-12'de görülmektedir.¹⁶²

Tablo-12: Malatya İmalat Sanayinin 1987 ve 1997 Yıllarında Sektörlere Göre Dağılımı ve Gelişimi

SEKTÖRLER	1987			1997		
	KAMU	ÖZEL	TOPLAM	KAMU	ÖZEL	TOPLAM
Gıda Sanayi	2	4	6	1	553	54
Tütün Sanayi	1	-	1	1	-	1
Tekstil Sanayi	1	3	4	1	29	30
Makine Sanayi	-	1	1	-	15	15
Orman Ürünleri	-	2	2	-	4	4
Taş ve Toprağa Day. San.	-	3	3	-	10	10
Plastik Sanayi	-	1	1	-	5	4
TOPLAM	4	14	18	3	115	118

KAYNAK: T.C. Malatya Valiliği, İl Brifingi, 1997.

Tablo'da da görüldüğü gibi ilde 1997 yılı itibariyle 3'ü kamuya, 115'i özel sektöre ait olmak üzere, toplam 118 adet orta ve büyük ölçekli sanayi tesisi mevcuttur. Bu tesislerin 73'ü organize sanayi bölgesinde faaliyet göstermektedir. Ayrıca 47 adet orta ve büyük ölçekli sanayi tesisi de inşaat halinde olup, bunlardan 42'si organize sanayi bölgesinde bulunmaktadır. Organize sanayi bölgesinde yapımına başlanmamış olan 4 sanayi tesisi ise proje aşamasındadır.

Yine tabloda da görüldüğü gibi, 1987 yılında 18 adet olan sanayi tesisi sayısı, 1997 yılında 118'e yükselmiştir. İl'de sanayi alanındaki bu hızlı gelişmenin en önemli nedeni olarak; organize sanayi bölgesinin kurulması ve alınan teşvik primlerinin

¹⁶² Malatya Valiliği İl Brifingi, 1997, s. 17.

amacına uygun olarak kullanılması gösterilmektedir. Yer tahsis işlemleri tamamlanan ve altyapı çalışmalarına başlanılan, 2. Organize Sanayi Bölgesinin de faaliyete geçmesiyle birlikte sanayileşme süreci daha da hızlanacak ve İl bölgenin sayılı sanayi merkezlerinden biri haline gelecektir.

4.1.2.1. İlin Sanayi Bölgesi Ve Sanayi Sitelerinin Durumu

1987 yılında temeli atılan Organize Sanayi Bölgesinin Malatya Valiliği İl Özel İdaresi, Malatya Belediyesi, Malatya Ticaret ve Sanayi Odası, Sanayici ve İşadamları Derneği ve Organize Sanayi Bölgesi Kooperatifi temsilcilerinden oluşturulan bir müteşebbis heyet marifetiyle 1988 yılında hizmete açılmıştır. 300 hektar arazi üzerinde kurulmuş bulunmaktadır.¹⁶³

Parsel sayısı 275 olup, tamamı tahsis edilmiştir. Üretime geçen tesis sayısı 73'tür, inşa halinde tesis sayısı 42'dir. Proje safhasındaki tesis sayısı ise 4'tür.

Organize sanayi bölgesindeki firmaların sektörel dağılımı Tablo-13'te verilmiştir.

Tablo-13: Malatya Organize Sanayi Bölgesindeki Firmaların Sektörel Dağılımı.

Sektör	Firma Sayısı	Faaliyette Bulunan Firma Sayısı
Gıda Sanayi	29	25
Tekstil Sanayi	47	24
Diğer Sanayi	43	24
Toplam	119	73

¹⁶³ Malatya Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, a.g.e., s. 19

Bölgede arıtma tesisi hariç, her türlü altyapı tamamlanmıştır. Arıtma tesisi proje çalışmaları devam etmektedir. Bölge imar planı dahilinde üretime geçen 73 tesiste halen 3000 kişi çalışmakta olup, 1998 yılı sonunda faaliyete geçecek yeni tesisler ile birlikte çalışan sayısının 4500'e ulaşması beklenmektedir.¹⁶⁴

I. Organize Sanayi Bölgesi, tekstil ve gıda ağırlıklı yatırımlarla tamamen dolduğundan, II. Organize Sanayi Bölgesinin kurulması ihtiyacı doğmuştur. 1997 yılı içerisinde bu amaçla başlatılan çalışmalar sonucunda, 400 hektarlık bir alanın yer tahsis işlemleri tamamlanarak il özel idaresi adına tapusu alınmıştır. Bölgenin planlaması tamamlanmış, imar planı çalışmaları ise bitme aşamasına gelmiş olup, 1998 yılında altyapı çalışmalarına başlanması planlanmaktadır. II. O.S.B.'nde yatırım yapmak için başvuruda bulunan 350 firmanın (çoğunluğu tekstil firmalarıdır) 924 hektarlık arazi talebi bulunmaktadır. II. O.S.B.'nin faaliyete geçmesi halinde yaklaşık 5000 kişiye daha istihdam olanağı sağlanacağı tahmin edilmektedir.

İl'de ayrıca 4'ü Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nca, kredi desteği sağlanan kooperatiflerce kurulan, 4'ü de özel kuruluş ve şahıslarca kurulan 8 adet küçük sanayi sitesi bulunmaktadır. Bu sitelerde yaklaşık 2.200 dolayında işyeri faaliyet göstermektedir.

İlde halen 5 adet sanayi tesisi atıl vaziyettedir. Bunlar; Vagon onarım fabrikası, Kağıtsan, Köy-Kur, Boyataş ve Mormaş tesisleridir. Bu tesislerin toplam işçi istihdam kapasitesi yaklaşık 5000 kişidir.¹⁶⁵

¹⁶⁴ Malatya Valiliği İl Brifingi, 1997, s. 17.

¹⁶⁵ Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., "Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Malatya, s. 39-40.

4.2. Malatya'da KOBİ'lerin Profili

Türkiye genelinde olduğu gibi Malatya Ekonomisinde de KOBİ'lerin ağırlığı son derece fazladır. DİE'nin 1992 işyeri sayımında KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki payı % 99.7 olarak tesbit edilmiştir. Toplam istihdamın % 55.7'sini oluşturan KOBİ'ler katma değer % 19.3'ünü oluşturmaktadır.

Tablo-14'te Malatya'daki KOBİ'lerin İİ ekonomisi içindeki payları verilmiştir.

Tablo-14: Türkiye İmalat Sanayiinin İller Başında Sektörel Göstergeleri

KOSGEB Yayını APK Başkanlığı

Bir İmalat Sanayi İşletmesi Başına Düşen Kişi Sayısı	İmalat San. İstihdamının Toplam Nüfus İçindeki Payı (%)	Fert Başına Düşen İmalat Sanayi Katma Değeri (TL)	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Payları (%)			Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Türkiye İmalat Sanayiindeki Payı (%)			Ölçeksel ve Genel Bazda Bir İşletmede Çalışan Ortalama Kişi Sayısı		
			İşyeri	İstihdam	KatmaD.	İşyeri	İstihdam	KatmaD.	1-199 (K. ve Orta)	200 ve + (Büyük)	Genel
332	2.1	163.900	99.7	55.7	19.3	1	1	1	4	1258	2.7

Tabloda'da görüldüğü gibi, bir imalat sanayi işletmesi başına düşen kişi sayısı 332'dir. İmalat sanayi istihdamının toplam nüfus içindeki payı % 2.1'dir. Fert başına düşen imalat sanayi katma değeri ise 163.900 TL'dir. Yine KOBİ'lerin Türkiye imalat sanayindeki işyeri, istihdam ve katma değer payı % 1'dir.¹⁶⁶

Malatya imalat sanayiinde faaliyet gösteren tesisler KOBİ ağırlıklı olup üretim kapasiteleri ve sağladıkları istihdam Tablo-15'te görülmektedir.¹⁶⁷

¹⁶⁶ B. Mutlu Gökçesu ve Servet Koçak, a.g.e., s. 17.

¹⁶⁷ Kalkınma Bankası A.Ş., "Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Malatya", s. 38-39.

Tablo-15: Malatya İmalat Sanayinin Sektörel Dağılımı.

SEKTÖRLER	FİRMA SAYISI	ÜRETİM KAPASİTESİ	İSTİHDAM
GIDA, İÇKİ VE TÜTÜN SANAYİ			3465
Kuru Kayısı	24	90.034 ton/yıl	695
Un, Kepek	8	238.591 ton/yıl un	149
		18.197 ton/yıl kepek	
Bulgur	8	39.000 ton/yıl	100
Sigara			
Şeker		50.000 ton/yıl kristal	839
		25.208 ton/yıl küp	103
Et ve Et Ürünleri	2	120.000 b.b./yıl	50
		600.000 k.b./yıl	
Ekmek	1	120.000 adet/gün	93
Karma Yem	3	73.000 ton/yıl	49
Bakliyat Paketleme	3	40.500 ton/yıl	50
Gofret, Bisküvi	2	2.057 ton/yıl gofret	50
		1.657 ton/yıl bisküvi	
Kuruyemiş	1	600 ton/yıl	10
Süt Ürünleri	4	11.401 ton/yıl	25
Kadayıf, şekerleme	2	3.900 ton/yıl	45
Meşrubat	1	532.000 kasa/yıl	19
Tuz	1	2.000 ton/yıl	8
DOKUMA, GİYİM EŞYASI VE DERİ SANAYİ			6.136
Pamuk İpliği	13	83.574 ton/yıl	4.457
		6.700 m/yıl	
Kumaş	12	6.164 ton/yıl	517
		38.604.255 m/yıl	
Deri	2	140 ton/yıl	829
İplik ve Kumaş Boyama	3	1.856 ton/yıl	114
		3.000.000 m/yıl	
Çırçır	1	600 ton/yıl	52
Penye örme	1	412 ton/yıl	23
Konfeksiyon	2	16.282.000 Adet/yıl	52
Ayakkabı	2	383.000 Çift/yıl	140
ORMAN ÜRÜNLERİ VE MOBİLYA SANAYİ			
Mobilya	2	669.000 m ² /yıl	30
Parke	1	32.400 m ² /yıl	7
Kanape	1	9.000 adet/yıl	9
Kapı ve Mutfak Dolabı	1	7.500 adet/yıl	13
KAĞIT, KAĞIT ÜRÜNLERİ VE BASIM SANAYİ			19
Kağıt	1	25.000 ton/yıl	0
Defter	1	810 ton/yıl	10
Kağıt Masura	1	9.360.000 adet/yıl	9

SEKTÖRLER	FİRMA SAYISI	ÜRETİM KAPASİTESİ	İSTİHDAM
KİMYA, PETR., KAÜÇUK VE PLAST. ÜR. SAN.			142
PVC Kapı, Pencere ve Boru	3	500 m/gün	45
		2.505 ton/yıl	
Ambalaj	1	160 ton/yıl	7
Poliyeten Torba	1	188 ton/yıl	7
Polipropilen Çuval	1	2.000.000 adet/yıl	24
LPG Dolum	2	57.500 ton/yıl	0
Plastik Boya	1	4.000 ton/yıl	56
TAŞ VE TOPRAĞA DAYALI SANAYİ			283
Tuğla, Briket, Kiremit	3	23.036.000 adet/yıl	96
Kireç	4	93.000 ton/yıl	108
Karo, Merdiven	2	9.544.000 adet/yıl	50
Mermer	2	142.000 m ² /yıl levha	29
		150.000 m ² /yıl karo	
METAL EŞYA, MAKİNE TEÇİZAT SAN.			480
Transformatör	1	2640 adet/yıl	253
Ekmek Fırını ve Müştemilatı	2	363 ton/yıl	43
		262 adet/yıl	
Yolcu ve Yük Vagonu	1	4760 adet11/yıl	0
LPG Tüp	1	108.000 adet/yıl	25
Emaye Soba	2	615.000 adet/yıl	40
Büro eşyaları	1	200 ton/yıl	10
Tarım Makinaları	2	27.350 adet/yıl	26
Kalorifer Kazanı ve Müştemilatı	1	261 adet/yıl	20
Kollektör	1	2100 adet/yıl	55
Çivi ve tel	1	2500 ton/yıl	8
Emaye Kaplama	1	150.000 adet/yıl	0

KAYNAK: Malatya İl Planlama Müdürlüğü.

Tablo'da da görüleceği gibi il sanayi içerisinde en çok istihdam sağlayan sektör; 6.133 kişi ile tekstil sektörüdür. Tekstil sektörü içerisinde de 4.457 kişi ile en çok istihdamı pamuk ipliği alt sektörü sağlamaktadır. Gıda, İçki, Tütün Sektörü istihdam açısından 3.465 kişi ile ikinci sırada, Metal Eşya-Makine Teçizat Sanayi ise 480 kişi ile üçüncü sırada yer almaktadır.

KOBİ'ler Orman ürünleri ile mobilya sanayine, kağıt, kağıt ürünleri ve basım sanayine, kimya, petrol, kauçuk ve plastik ürünleri sanayine, taş ve toprağa dayalı

sanayiye, metal eşya, makine ve teçhizat sanayine hakimdirler. Tekstil ve gıda sektöründe de ağırlıklı bir yapıya sahiptirler.

Ayrıca, ağırlığını KOBİ'lerin oluşturduğu firmaların üretim alanları ve yıllık kapasiteleri Tablo-16'da verilmiştir.¹⁶⁸

Tablo-16: Malatya İmalat Sanayinde Faaliyette Bulunan Firmaların Kapasite ve Üretim Alanları.

FİRMA ÜNVANI	KAPASİTE VE İSTİHSAL ALANI
Anateks Anadolu Tekstil Fab. A.Ş.	9.406 Ton/ Pamuk İpliği
Boğaziçi Tekstil Pazarlama A.Ş.	2.050 Ton/ Yıl Pamuk İpliği
Güntaş Gündüzbey İplik ve Dok. Fab. San.	3.191 Ton/ Yıl Pamuk İpliği
İpaş Malatya İplik ve Dokuma Fab. A.Ş.	3.080 T/Y Pamuk İpliği
GAP İplik San. Ve Tic. A.Ş.	9.258. T/Yıl Pamuk İpliği
GAP Tekstil Ürünleri İml. Tic. ve San. A.Ş.	12.000.000 M/Yıl Pamuklu Dokuma
Kaletaş İplik San. Ve Tic. A.Ş.	1.500.000 M/Yıl Pamuklu Dokuma
Önder Tekstil Ürünleri İml. Tic. ve San. A.Ş.	173 Ton/ Yıl Örggü Kumaş, Boyama
Özyurt Tekstil San. Ve Tic. A.Ş.	1.300. Ton/Yıl Örgü Kumaş, Boyama
Yifaş Yeşilyurt Tekstil San ve Tic. A.Ş.	1.532.000. Ad/Yıl Konfeksiyon
Yerteks Tekstil San Tic. A.Ş.	3.629 T/Yıl Pamuk İpliği
Aldin Tekstil San. Ve tic. Ltd.Şti.	20.000 M/Yıl Branca Dokuma
Muharrem Yavuz AKSUNGUR Deri Fab.	610 ton/Yıl Ham deri işleme.
Turmer Maden End. San ve Tic. A.Ş.	3.000 M2 /Yıl mermer plaka
Maksan Malatya Makine Sanayi A.Ş.	700 M WA / Yıl Muhtelif Transformatör
Üstün Motor Yenileme	5000 Ad/Yıl Motor Yenileme
Güven Motor Yenileme	600. Ad/Yıl Motor Yenileme
Mimsan Isı Makinaları San.	267 Ton/Yıl Kalorifer Kazan
Demez Isı San.	61 Ad/ Y Kalorifer Kazan
Başoğlu Makine San.	27.600 T/Y Yedek Parça
Doğu Akü Mutlular Akü San ve Tic. A.Ş.	68. A/y Akümülatör
Alptekin Makine San. Ve Tic A.Ş.	324 Ton/Yıl Döner Tahtalı Ekmek Fırını
Akyol Tarım Aletleri San.	76 A/Y Tarım Aletleri

¹⁶⁸ Malatya Sanayi ve Ticaret İl Mtd., a.g.r., s. 27-29.

FİRMA ÜNVANI	KAPASİTE VE İSTİHSAL ALANI
Şark Ziraat Makinaları Sanayi	200 A/Y Muhtelif Tarım Aletleri
Öz Ekersan Mak. İm. San ve Tic. A.Ş.	180 A/Y Muhtelif Zirai Aletler
Çetaş Emaye Tesisleri A.Ş.	80.000 Ad/Yıl Emaye Stoa Borusu
Gürmaş Gürcüler Masura İm. Ve S. A.Ş.	20.000.000 Ad/Yıl Masura İmalatı
Boyataş Boya Dağıtım ve San. A.Ş.	4.000 Ton/Yıl Muhtelif Boya
Beytaş Beydağı Kireç San ve Tic. A.Ş.	18.989 Ton/Yıl Torbalanmış Toz Kireç
İyidemirli Kireç Fab. Ltd. Şti.	20.000 ton/Yıl Torbalanmış Toz Kireç
Kartal Kireç San. Ve Tic. A.Ş.	7.228 Ton/Yıl Sönmemiş kireç imalatı
Solmaz Tuğla Kiremit Fab. Ltd. Şti.	1.077.681 Ad/Yıl Tuğla İmalatı
Asilsan Gıda Mad. Ve İnş. Malz. Tic. ve A.Ş.	4.256.000 Ad/ Yıl Tuğla İmalatı
Mormaş Malatya Orman Ürünleri ve Mobilya Tesisleri A.Ş.	2.000 Ad/Yıl muhtelif Mobilya Takımı 110.000 Ad/Yıl Kapı, Pencere, Sandalye vb...
Adalılar Kerestecilik T. Ve S. Ltd. Şti.	8000 M2 /Yıl Marke M/Yıl kereste
Özyer Çelik Eşya San. Ve Tic. Ltd. Şti.	60 ton/ Yıl Muh. Çelik eşya (Büro)
Vatan kireç ve Toprak San. Ve Tic. Ltd. Şti.	5.000 Ton/Yıl söndürülmüş kireç imalatı.
Ekin Un Fabrikası	10000 Ton/Yıl Un
Fırat Un Fab. Tic. San. Ltd. Şti.	4000 T/Y. Un
Güzel Un ve Gıda San. Ve Tic. A.Ş.	3000 T/Y Un
Anadolu Un Fab. A.Ş.	50 T/g Un
Yeni Un Fab. Ltd. Şti.	40T/g Un
Sinan Un Fabrikası	360 T/yUn
Mağsaş Malatya Gıda ve Un San. A.Ş.	120 T/g Un
Şengözler Bulgur Fab. San. Ltd. Şti.	8000 T/Y Bulgur
Malatya Yem ve Gıda San. A.Ş.	16000 T/Y Karma Yem İmalatı
İzollu Yem ve Gıda San. Tic. A.Ş.	15.000 T/Y Karma Yem
Umtaş Un ve Makarnacılık Tic. ve San. A.Ş.	415001 T/y Un
Umtaş Un ve Makarnacılık Tic. ve San. A.Ş.	24.000 T/Y Karma Yem
Bulfam Bulgur Fab. San. Tic. A.Ş.	500 T/Y Bulgur
Dervişoğulları Plastik Boru İmalat San.	36 T/Yıl PVC Pis Su Borusu İmalatı
Delta Gıda ve Tem. Mad. Tic. ve San. A.Ş.	12.000 Ton/Yıl bakliyat ve Çay Paketleme
Türkoğlu Gıda San A.Ş.	1.156 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Türkoğlu Gıda San. A.Ş.	50 ton/Yıl Örm Kumaş
Uçkan Tarım Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.	1.500 Ton/Yıl Kuru kayısı
Mesaş Mert Şeker Sanayi A.Ş.	25.228 Ton/Yıl Küp Şeker
Sun Gıda ve Tarım Ür. Dış Tic. A.Ş.	3.500 Ton/Yıl Kuru Kayısı

FİRMA ÜNVANI	KAPASİTE VE İSTİHSAL ALANI
Elmas Kuruyemiş Gıda San. Tic. A.Ş.	10.000 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Yalçın GEYİK Kayısı İşleme Tesisi	1.200 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Şeyho AKBAŞ Kayısı ve Çekirdek İşleme Tesisi	3.500 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Nam İnş. San. Tic. Ltd. Şti.	500 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Mustafa SÜTÇÜOĞLU Kayısı İşleme Tesisi	600 Ton/Yıl Kuru Kayısı
KIRICI Dış Tic. A.Ş.	3500 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Kanat Zirai Ürünler San. Tic. A.Ş	500 Ton/Yıl Kuru Kayısı Çekirdeği
Haka İnş. Ve Dış Tic. A.Ş.	1050 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Gündoğdu Gıda ve Kayısı İşletmeleri A.Ş.	500 Ton/Yıl Kuru kayısı
Sıddık Tokmak Kayısı İşletme Tesisi	2.000 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Elmaslar Kuruyemiş Gıda San. A.Ş.	10.000 Ton/Yıl Kuru Kayısı
Fırat Entegre Tekstil San. Tic. A.Ş.	2.000 T/Y Pamuk İpliği
Özbaraj Konfeksiyon İm. San. Tic. Ltd. Şti.	Deneme Üretiminde
Hicret Konfeksiyon San. Ve Tic.	48.000 Adet/Yıl Gömlek
Özkan Un Fabrikası	2.000 T/Y Un
Usta Gıda Mad. Dış Tic. Ltd. Şti.	4.000 T/Y Kuru Kayısı
Raif Usta Dış Tic. Ltd. Şti.	500 T/Y Kuru Kayısı
Örnek İş Ziraat Aletleri	15 T/Y Muhtelif Tarım Aletleri
Karçelik Yeroğlu Kardeşler	50 T/Y Muhtelif Çelik Eşya
Öz Şark Tarım Aletleri San. Tic. A.Ş	50 Adet/Yıl Komple İnsan Y. Asansörü
Çivi San. Tel Çekme ve Çivi Fabrikası	201 T/Y Tel ve Çivi
Hedef Plastik San.	18 T/Y Naylon Torba
Ay Plastik San. Tic. Ltd. Şti.	36 T/Y Plastik Torba
Özendi Mobilya San. Tic. Ltd. Şti.	1500 Adet/Yıl Yataklı Kanepe
Sa-Fa İnş. Tic. San. Ltd. Şti.	60.000 M/Y Karo Mozaik Mermer Levha
Boğaziçi Tekstil Pazarlama A.Ş.	2050 T/Y Pamuk İpliği
Mizan Tekstil San. A.Ş.	1348 T/Y O. İplik
Sümerbank Holding A.Ş. Malatya Pamuklu San.	6.500.000 M/Y Muhtelif Kumaş
Emgür Tekstil Ltd. Şti.	507.226 kg/Y Branda
Cesan Tekstil A.Ş.	144 T/Y Penye Örme
Aktur Mermer San. Tic. A.Ş.	60 P/Y Mutfak Banyo Mermeri
Odesan Ortadoğu Defter San. Tic. A.Ş	220 T/Y Defter İmali
Özşahinler Ayakkabı San. Tic. Ltd. Şti.	1000 Çift/Y
Oralgaz San. Tic. A.Ş.	100 T/Y LPG Dolum
Şarkgaz A.Ş.	30 T/Y LPG Dolum

FİRMA ÜNVANI	KAPASİTE VE İSTİHSAL ALANI
Çekirdek Bulgur San.	12.000 T/Y A.
Alptekin Makine ve Isı San. Tic. A.Ş.	262 Adet/Y Ekmek Fırını
Boyataş Boya Dağıtım Sanayi A.Ş.	4.000 T/Y Sentetik Boya A.
Kağıtsan Karton ve Kağıt San. A.Ş.	25.000 T/Y Karton Kağıt
Özkent Halı San. Ve Tic. Ltd. Şti.	375 T/Y İp Boyama
Deniz Emaye San. A.Ş.	A.
Fırat Entegre Tekstil San. Tic. A.Ş.	2386 T/Y Pamuk İpliği
Özkristal Tekstil ve San. Tic. A.Ş.	3600 T/Y Pamuk İpliği
Pırlanta Tekstil Ürünleri San. Tic. A.Ş.	80.000 M/Y Branda
Dilsizoğulları Konf. San. Ltd. Şti	10.000 Adet/ Y Kot Konfeksiyon
Yaka Tekstil ve San. Tic. A.Ş.	150 T/Y Örmek Kumaş
Karagözlüler İnş. San. A.Ş.	300 T/Y Örmek Kumaş
Kahveler Tekstil San. Ltd. Şti.	150 T/Y Örmek Kumaş
Tekel Sigara İşletme Fab.	16.700 T/Y F/Sigara
Şeker Fab.	21.390 K.Şeker
Öz Ünal Deri Sanayi	51 T/Y Deri İşleme
Malet Malatya Et ve Mamül A.Ş.	50 B.B./G Et mamülleri
Megsaş Malatya Ekmek San. A.Ş.	60.000 Adet/G Ekmek
Sinan Un Fab.	3600 T/Y Un
Yeni Un Fab. Ltd. Şti.	40 T/Y Un
Özkale Gıda San. A.Ş.	1500 T/Y Bulgur
Sıddık Tokmak Kayısı İşletmesi	1500 T/Y Kuru Kayısı
Nimeks	3.000 T/Y K. Kayısı
Hüseyin Çetin Tarım Ürünleri	1.000 T/Y K. Kayısı
Ekersan Gıda San. Dış Tic. A.Ş.	1. T/Y Gofret
Nam İnş. Tic. A.Ş.	1.500 T/Y K. Kayısı
Ünsallar Un Gıda San. A.Ş.	1.500 T/Y K. Kayısı
Soytaş Gıda Maddeleri A.Ş.	1 T/G Kuru Yemiş
Altıntel Kadayıf	2 T/G Kadayıf
Malsa Gıda San Tic. Ltd. Şti.	15 T/G Bisküvi
Boyrazoğlu Tarım Ür. Ltd. Şti.	1500 T/Y K. Kayısı
Anadolu Kayısı Ltd. Şti.	3000 T/Y K. Kayısı
Aysultan Şekerleme	300 T/Y Şekerleme
Kaystar Tarım Ür. Ltd. Şti.	1000 T/Y K. Kayısı
Türsan Ltd. Şti.	1500 T/Y. K. Kayısı

FİRMA ÜNVANI	KAPASİTE VE İSTİHSAL ALANI
Kayısıçılar Gıda Ltd. Şti.	2000 T/Y K. Kayısı
Ayka Bulgur Fab.	3000 T/ YK. Kayısı
Akbaş Gıda A.Ş.	3000 T/Y K. Kayısı
Üç Yıldız Tuz San.	2100 T/Y Tuz
Onur Tüp San. A.Ş.	35.000 T/Y LPG Tüp İmalatı
Seyiş Emaye	150.000 Ad/Y Boru
Fidan Orman Ürünleri	2600 Ad/ Y Kapı, Mutfak Dolabı
Özendi Mobilya Ltd. Şti.	3.000 A/Y. Kanepe
Ayplastik ve Triko A.Ş.	160 T/Y Plastik Ambalaj
Penka Plastik Ltd. Şti.	200 M/G PVC Doğrama
Dev Plastik Ltd. Şti.	255 T/Y Palistik Boru
Mastaş Malatya Seramik San. A.Ş.	1.000.000 Ad/ Y Karo
Baran İnşaat San. A.Ş.	60.000 Ad/Y Karo
İhlas Gıda Ambalaj San. A.Ş.	400 Lt/ G Süt ve mamülleri

4.3. Malatya'da KOBİ'lerin İhracat Potansiyeli

Malatya'nın iç ve dış ticaretine tarımsal ürünler ve imalat sanayi hakimdir. Her iki alanda da faaliyet gösteren firmaların çoğunluğunu KOBİ'ler teşkil etmektedir. Kayısı üretimi ve kurutularak ihraç edilmesi nedeniyle il ekonomisi açısından hayati bir öneme haizdir. Kuru kayısı, dış ticarete konu olması nedeniyle yıllık yaklaşık 40 milyon dolarlık bir döviz girdisine neden olmaktadır. Bu da il ekonomisine canlılık kazandırmakta ve kayısı üretiminin ve işlenerek pazarlanmasının bilimsel ve modern yöntemler kullanılarak yapılması zorunluluğunu doğurmaktadır.

Tablo-17'de Türkiye geneli kuru kayısı ihracat rakamları ile Malatya kuru kayısı ihracat değerleri verilmiştir.¹⁶⁹

¹⁶⁹ Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Malatya İrtibat Bürosu, Resmi dökümanlarından derlenmiştir.

Tablo 17: Türkiye Geneli ve Malatya İli Kuru Kayısı İhracat Rakamları

YIL	MALATYA		TÜRKİYE GENELİ	
	MİKTAR (kg)	KIYMET (\$)	MİKTAR (kg)	KIYMET (\$)
1989	-	2.028.140	28.261.773	56.702.533
1990	-	4.254.000	32.408.237	71.929.072
1991	-	7.636.382	30.056.071	69.231.326
1992	-	20.056.382	34.476.532	84.601.199
1993	-	24.664.215	33.063.325	83.405.505
1994	-	28.099.580	46.175.708	89.381.293
1995	-	32.335.286	52.778.881	100.074.244
1996	-	39.500.000	43.370.287	106.784.866
1997	15.687.102	41.807.666	45.544.838	122.235.690

Tablo-9’da verilen Malatya ili kuru kayısı ihraç miktarları ile, Tablo-17’deki kuru kayısı ihracat miktarları arasında çelişki olduğu görülmektedir. Her ne kadar Ege İhracatçı Birlikleri Malatya İrtibat Bürosu verilerinde 1997 yılı haricinde kuru kayısı ihraç miktarı belirtilmemişse de, 1989 yılından 1997 yılına kadar kuru kayısı ihraç değerinde bir artış olduğu gözlenmektedir. Bu miktarlarda 1997 yılı öncesinde yapılan kuru kayısı ihracat miktarlarında yıllar itibariyle bir artış olduğunu göstermektedir. Malatya Valiliği, İl Brifingi’nden alınan Tablo-9’daki kuru kayısı üretimi ve ihraç miktarında 1994 yılı istisna edilirse büyük ölçüde azalış olduğu görülmektedir.

Malatya Gümrük Müdürlüğü’nden yapılan ihracatın ana sektörlerle göre dağılımı Tablo 18’de verilmiştir. ¹⁷⁰

¹⁷⁰ T. Kalkınma Bankası A.Ş., “Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Malatya”, s. 46.

Tablo-18: Malatya İl'inden Yapılan İhracatın Ana Sektörlere Göre Dağılımı.

ANA SEKTÖRLER	1994		1995		1996	
	DEĞER (\$)	PAY (%)	DEĞER (\$)	PAY (%)	DEĞER (\$)	PAY (%)
1. TARIM ÜRÜNLERİ	433.929	10.25	523.909	4.87	270.267	5.63
1.1. Bitkisel Ürünler	433.929	10.25	523.909	4.87	270.267	5.63
1.2. Hayvansal Ürünler	0	0.00	0	0.00	0	0.00
1.3. Orman Ürünleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2. MADENCİLİK	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2.1. Taşocakçılığı	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2.2. Maden Cevherleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2.3. Yakıt Maddeleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2.4. Diğerleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
3. SANAYİ ÜRÜNLERİ	3.801.498	89.75	10.234.350	95.13	4.531.661	94.37
3.1. Tarıma Dayalı İş. Ür.	47.879	1.13	422.348	3.93	156.019	3.25
3.2. İşlenmiş Petrol Ür.	0	0	0	0	0	0
3.3. Sanayi Mamülleri	3.753.619	88.62	9.812.002	91.20	4.375.642	91.12
GENEL TOPLAM	4.235.427	100.00	10.758.259	100.00	4.801.928	100.00
Artış/Azalış (%)	-		154		-55	

KAYNAK: DİE

Tablo'da da görüldüğü gibi Malatya İli ihracatı 1994'te 4.2 milyon dolar iken % 154'lik bir artışla 1995'te 10.8 milyon dolara çıkmış, ancak 1996'da % 55'lik bir azalışla 4.8 milyon dolara inmiştir. İhracatın ana sektörler göre dağılımına baktığımızda sanayi ürünlerinin 1994'te % 89.75, 1995'te % 95.13, 1996'da ise % 94.37 gibi yüksek bir paya sahip olduğu görülmektedir. 1996 yılı itibarıyla sanayi

ürünleri içerisinde tarıma dayalı sanayi ürünleri % 3.44'lük paya sahip iken, sanayi mamülleri % 96.56 gibi yüksek bir paya sahiptir.

Tablo-19'da ise Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Malatya İrtibat Bürosu'nun ihracat rakamları görülmektedir.¹⁷¹

Tablo-19: Malatya İli Toplam ve Kuru Kayısı İhracat Rakamları

YIL	TOPLAM İHRACAT	KURU KAYISI	DİĞER MAD.
1989	4.344.000	2.028.140	2.315.869
1990	9.254.201	4.254.000	5.000.201
1991	15.947.748	7.636.382	8.311.366
1992	28.621.775	20.056.382	8.565.390
1993	36.732.407	24.677.215	12.055.192
1994	42.174.547	28.099.580	14.075.027
1995	43.379.459	32.335.286	11.044.173
1996	45.647.350	39.500.000	6.147.350
1997	44.088.503	41.807.666	2.280.837

Tablo'da da görüldüğü gibi 1992 yılına kadar kuru kayısı ihracat değeri, diğer bütün ihraç edilen ürünlerin toplam değerinden azken, 1992 yılından itibaren kuru kayısı miktar ve değerinde sürekli artış görülürken diğer ihraç ürünlerinin ihraç miktar ve değerinde azalma olmuştur.

Malatya'nın ihracat potansiyelini yansıması bakımından 1997 yılı ve 1998 yılının ilk 6 ayında Malatya Gümrük Müdürlüğü'nden ihracı gerçekleştirilen eşyanın cins ve nevi ile miktarı Tablo-20 ve 21'de verilmiştir.¹⁷²

¹⁷¹ Gün. An. İh. Bir. Genel. Sek. Malatya İrtibat Bürosu'nun Resmi Dökümanlarından alınmıştır.

¹⁷² Malatya Gümrük Müdürlüğü'nün, 13.08.1998 günlü ve 2243 sayılı yazıları eki.

Tablo-20: 1997 yılında Malatya'Gümrüğü'nden ihraç edilen malların miktarı.

EŞYANIN ADI	FİRMANIN ADI	MİKTARI	İHRAÇ EDİLEN ÜLKE
Pamuk ipliği	Anateks Paz. İç ve Dış Tic. A.Ş.	2.207.073 kg	İspanya-İtalya-İsrail-Amerika-İngiltere-İsviçre
Transformatör	Maksan Makina San. A.Ş.	24 Adet	Suriye
Kuru Kayısı	Kırcı Dış Ticaret A.Ş.	78.753 kg.	Rusya
Muhtelif Bisküvi	Mal-sa Gıda San. A.Ş.	43.600 kg	Kazakistan-Ukrayna
Dönerli Ekmek Fırını	Altıntop Isı ve Makina Ltd. Şti.	33.947 kg.	Rusya-Kazakistan
Muhtelif Gıda Madde.	Akçin Akar. Tar. Ürün. San. A.Ş.	61.997 kg.	Almanya
Enjektör	Mates Bilgisayar Sis. Ltd. Şti.	10.350 kg	Kırgızistan
İç Yağı ve Bisküvi	Manas Dış Tic. A.Ş.	32.541 kg.	Kazakistan Kırgızistan
İşlenmiş Mermer	Ballı Dış Tic. A.Ş.	297.726 kg.	Azerbaycan
Muhtelif şeker	Aysultan Şeker Gıda San. A.Ş.	34.609 kg.	Kırgızistan
Karpuz	Doğanlar Gıda Malz. Tic. Ltd. Şti.	60.000 kg.	Almanya
Muhtelif temizlik malzemesi-Sabun	Delta Gıda ve Temiz. Mad. San A.Ş.	39.090 kg.	Azerbaycan Türkmenistan
Plastik Makinası	Uçkaç Plas. Ve Ambalaj Tic. Koll.	36.010 kg.	Kırgızistan
Transformatör	Tekfen Dış Tic. A.Ş.	545 Adet	Irak
Mermer	Bayforest Orman Ürünleri San. Tic. A.Ş.	31.635 kg.	Azerbaycan
Muhtelif Mobilya	Gençlik Mobilya	37.033 kg.	Türkmenistan

Tablo-21: 1998 yılının ilk 6 ayında Malatya Gümrüğü'nden ihraç edilen mallar.

Anateks Paz. İç ve Dış Tic. A.Ş.	Pamuk İpliği	933.910 kg.	İspanya-İngiltere-İsrail-Amerika-İtalya
Bayforest Orman Ürün. San. Tic. A.Ş.	Mermer	26.664 kg.	Azerbaycan
Yalçın GEYİK	Kuru Kayısı	19.440 kg	Rusya
Kırıncı Dış Tic. A.Ş.	Kuru Kayısı	59.342 kg.	Rusya
Maksan Makina San. A.Ş.	Transformatör	12 Adet	Suriye
Aysultan Şekerleme Gıda San. Tic. A.Ş.	Muhtelif Şeker	19.986 kg.	Kırgızistan
Öz Şark Mak. San. Ve Tic. A.Ş.	Emaye Soba Borusu	922 Adet	Bulgaristan
Kebir İnş. San. Tic. A.Ş.	Elektrikli Fırın	5.250 kg.	Özbekistan
Sıddık Elmas A.Ş.	Un Fabrika Aksamı	17.390 kg.	Azerbaycan
Mabi Bisküvi Ltd. Şti.	Muhtelif Bisküvi	23.957 k.g.	Gürcistan
Güzel Un Gıda San.	Un	27.000 kg.	Gürcistan

Tablo'da da görüldüğü gibi Malatya ilinin ihracat potansiyelini Pamuk ipliği, transformatör, muhtelif gıda maddeleri, mermer, muhtelif mobilya, kuru kayısı ve sanayi malları oluşturmaktadır.

Yine genel olarak Malatya'nın ihracat potansiyelini değerlendirmek bakımından Türkiye'nin muhtelif gümrüklerinden ihracat işlemleri yapılan Malatya menşeli malların miktar ve değeri daha önce Tablo-22'de verilmişti.¹⁷³

Malatya Gümrük Müdürlüğü'nden yapılan ithalatın ana sektörlerle göre dağılımı Tablo-22'de verilmiştir.¹⁷⁴

¹⁷³ Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Malatya İrtibat Bürosu' nun resmi dökümanlarından alınmıştır.

¹⁷⁴ T. Kalkınma Bankası A.Ş., "Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Malatya", s. 47.

Tablo-22: Malatya Gümrük Müdürlüğü'nden Yapılan İthalatın Ana Sektörlere Göre Dağılımı.

	1994		1995		1996	
	DEĞER (\$)	PAY (%)	DEĞER (\$)	PAY (%)	DEĞER (\$)	PAY (%)
ANA SEKTÖRLER						
1. TARIM ÜRÜNLERİ	7.528.772	49.60	32.730.664	60.41	15.824.132	82.00
1.1. Bitkisel Ürünler	6.213758	40.94	29.796.341	54.99	8.763.217	45.41
1.2. Hayvansal Ürünler	1.315.014	8.66	2.943.323	5.42	7.060.915	36.59
1.3. Orman Ürünleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2. MADENCİLİK	0	0.00	0	0.00	1.836	0.00
2.1. Taşocakçılığı	0	0.00	0	0.00	1.836	0.00
2.2. Maden Cevherleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
2.3. Yakıt Maddeleri	0	0.00	0	0.00	0	0.00
3.SANAYİ ÜRÜNLERİ	7.647.993	50.40	21.454.390	39.59	3.473.410	18.00
3.1. Tarıma Dayalı İş. Ür.	0	0.00	0	0.00	0	0.00
3.2. İşlenmiş Petrol Ür.	0	0.00	0	0.00	0	0.00
3.3. Sanayi Mamülleri	7.647.993	50.40	21.454.390	39.59	3.473.410	18.00
GENEL TOPLAM	15.176.765	100.00	54.185.054	100.00	19.299.378	100.00
Artış/Azalış (%)	-		257		-64	

Kaynak: DİE

Tablo'da da görüldüğü gibi, 1994 yılında 15.2 milyon dolar olan Malatya Gümrük Müdürlüğü'nden yapılan ithalat % 257 artarak 1995'te 54.2 milyon dolara yükselmiş, ancak 1996'da % 64 dolayında azalarak 15.3 milyon dolara düşmüştür. 1994 yılı ithalatında tarım ve sanayi ürünleri %50'lik eşit paylara sahipken, 1996 yılı ithalatının % 82'sini tarım ürünleri, % 18'ini ise sanayi ürünleri oluşturmaktadır.

Sanayi ürünleri ithalatının tamamı sanayi mamülleri ithalatından oluşurken, tarım ürünleri ithalatının % 55'i bitkisel, % 45'i de hayvansal ürünlerden oluşmaktadır.

Tablo-23'de Malatya Gümrük Müdürlüğü'nden 1997'de ithali yapılan malların nitelik ve miktarı verilmiştir.¹⁷⁵

Tablo-23:1997 Yılında Malatya Gümrüğü'nden Yapılan İthalat

MAL CİNSİ	MİKTARI	GELDİĞİ ÜLKE
Deri (Koyun-Sığır-Keçi)	1.729.463 Adet	Türkmenistan-Kazakistan-Kırgızistan-Tacikistan
Muhtelif Sanayi Ve Tekstil Makinaları	1.356 Adet	İsviçre-Fransa-Almanya-İspanya- İtalya-Yunanistan-Amerika
Pamuk	3.126.608 kg	Türkmenistan
Demir	112.751 kg.	İran
Kereste	37.800 kg.	Rusya
Kraft Kâğıdı	21.902 kg.	Almanya

Tablo'dan görüldüğü üzere ithal edilen malların hemen hemen bütünü yatırım malları, hammadde ve yarı mamul nitelikte olup tekrar ihracata konu olabileme özelliğine sahiptirler.

4.4. Malatya' da SDTS'lerin Kurulma Gerekliliği

Malatya ili ve KOBİ'lerinin, ihracat potansiyeli ve kabiliyeti gözönüne alındığında, bütün dünyada ve Türkiye'de uygulanan ihracat pazarlama organizasyonları teşekkülünü biran önce oluşturmaları zarureti vardır. Malatya imalat

¹⁷⁵ Malatya Gümrük Müdürlüğü'nün 13. 08. 1998 günlü ve 2243 sayılı yazıları eki.

sanayinin yapısı değerlendirildiğinde, başta kuru kayısı sanayinde olmak üzere, tekstil sektöründe, orman ürünleri ve mobilya sanayinde, taş ve toprağa dayalı tuğla kiremit, briket ve mermer sanayinde, metal eşya ve makina sanayinde ihracat pazarlama şirketi olarak Sektörel Dış Ticaret Şirketleri kurulabilir. 26. 12. 1996 tarihli ihracat 1996/39 sayılı sektörel dış ticaret şirketlerinin statüsüne ilişkin tebliğde kalkınmada öncelikli yörelerde 5 KOBİ' nin bir araya gelme şartı ile yıllık 2,5 milyon ABD doları ihracat zorunluluğu, Malatya ilinin kalkınmada öncelikli il olması nedeniyle Malatya KOBİ' leri için büyük bir avantaj olmaktadır.

Malatya ile aynı bölgede yer alan ya da aynı gelişmişlik seviyesinde bulunan komşu illerden Kahramanmaraş'ta, Diyarbakır'da ve Gaziantep'te SDTŞ'lerin kurulmuş olması, Malatya' nın bu ihracat organizasyonunun teşekkülünde ne kadar gecikmiş olduğunun somut bir göstergesidir.

Malatya KOBİ'lerinin SDTŞ Modelini öncelikle kuru kayısı sektöründe oluşturmaları gerekmektedir. Çünkü dünya taze ve kuru kayısı üretiminde birinci sırada yer alan Türkiye'nin yıllık taze kayısı üretimi 200-400 bin ton, kuru kayısı üretimi ise 30-60 bin ton arasında değişmekte ve Malatya ili gerek üretim miktarı ve gerekse kalite bakımından rakipsiz konumda bulunmaktadır. Nitekim Türkiye taze kayısı üretiminin yaklaşık % 40'ını, dünya üretiminin ise yaklaşık % 7-10'unu tek başına Malatya ili sağlamaktadır.

Yine ülkemiz dünya kuru kayısı ticaretinde rakipsiz ülke durumundadır. Dünya kuru kayısı ihracatının yaklaşık % 80-85'i Türkiye tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu oranın 1/3'lük kısmı ise Malatya ilinden yapılmaktadır. Kuru kayısı ihracatının % 41.89'u AB ülkelerine, % 31.02'si NAFTA ülkelerine, % 8.49'u Avustralya ve Yeni

Zelanda'ya, % 4.99'u Ortadoğu ülkelerine ve % 4.10'u ise EFTA ülkelerine yapılmaktadır. Ege İhracatçılar Birliği verilerine göre, 1.8.1997-30.4.1998 tarihleri arasında 42.648 ton kuru kayısı ihraç edilerek 111.189.593 dolar döviz girdisi sağlanmıştır. ABD, Almanya ve bazı AB ülkeleri kuru kayısı üreticisi ülkeler olmamalarına karşın, Türkiye'den dökme olarak 1 kg'ını 2-3 dolara ithal ettikleri kuru kayısıyı paketleyerek 10-12 dolara satabilmektedirler.¹⁷⁶

İşte bu nedenle çok ucuza ihraç edilen kuru kayısının ihraç fiyatını hakettiği konuma yükseltmek, kalite ve standardını artırmak, entegre tesisler kurabilmek ve daha kolay pazar bulabilmek için Malatya KOBİ'lerinin en kısa zamanda SDTŞ modelini hayata geçirmeleri gerekmektedir.

Ayrıca, mevcut kuru kayısı ihracatının daha olumlu seviyeye ulaşabilmesi için;

- Ürünün hazırlanması, kurutulması, paketlenmesi, fiyat belirlenmesi, alıcı seçimi, ürün çeşitlendirilmesi konularında hassas olunması gerekmektedir.
- İhracatın artırılması için kayısı alımı sırasında tüccar ve kayısı birlik (veya kurulacak olan SDTŞ) kaliteli kuru kayıslara yüksek fiyat vererek kaliteli kuru kayısı üretimi teşvik edilmelidir.
- Taze kayısı ihracatının geliştirilmesi için uygun çeşitlerin tesbit edilmesi ve yetiştirilmesi gereklidir.
- İhracatın artırılabilmesi ve ihraç sırasında kuru kayısı kalitesiyle ilgili ortaya çıkacak sorunların çözümü için bir kalite-kontrol laboratuvarı kurulmalıdır.¹⁷⁷

¹⁷⁶ Bayram Murat Asma, "Malatya'nın Altın Meyvesi; Kayısı" Makiad Aktivite, Malatya Aktif İşadamları Derneği Yayın Organı, Yıl: 2, Sayı: 3, Haziran 1998, s. 13-14.

¹⁷⁷ Malatya Valiliği, "Kayısı Araştırma ve Değerlendirme Rapor Özeti", Mart 1998, s. 16-17.

Aynı şekilde tekstil sektöründe, yaşanan darboğazı aşabilmesi ve iç pazar sıkışıklığı ile stok fazlalığını eritebilmesi için SDTŞ modelinden istifade etmesi kaçınılmaz olmaktadır.

4.5. SDTŞ'lerin Malatya KOBİ'lerine Ve Ekonomisine Sağlayacağı Yararlar.

Bir ihracat pazarlama organizasyonu olarak SDTŞ modeli ile bir araya gelerek dış ticarete örgütlenecek olan Malatya KOBİ'lerinin hem ihracatın miktar ve değerinin artmasında, hem de Malatya ekonomisine sağlayacağı çok sayıda faydası vardır. Bu faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür.

- Malatya'nın dış ticaret dengesinde (ihracat miktar ve değerinde istikrarlı bir artış olacağından), lehte bir fazlalık sözkonusu olacak, bu da yeni yatırımlar ve özellikle bazı kayısı sanayisi ile tekstil sektöründe daha bilinçli ve entegre tesislerin kurulmasına neden olacaktır.
- Tekstil ve diğer sektörlerde faaliyette bulunan KOBİ'ler yeni pazarlara ve alıcılara ulaşacaklarından uzun vadeli yatırım ve üretim planları yapabileceklerdir. Kuru kayısı sanayinde ise halihazırda yeni pazar ve alıcı sorunu bulunmamakta, ancak 1 kg'ı 2-3 dolar civarında ihraç edilebilen kuru kayısının, SDTŞ sayesinde kalite ve standardı ile ihracata her yönü ile hazır hale getirilmesi neticesinde, 8-10 dolara dünya pazarlarına ihraç edilebilecektir.
- Özellikle aynı sektörde faaliyette bulunan KOBİ'ler arasında yaşanan anlamsız ve yıpratıcı rekabet, yerini işbirliğine ve beraber kalkınma ve yatırım alanları oluşturma hedeflerine bırakacaktır.

- Hammadde, yatırım malları ve ara malları alımları toptan ve ucuza yapılabilecek, büyük miktarlardaki siparişler, birlikte hareket edilerek kolaylıkla karşılanabilecektir.

- KOBİ'ler için en büyük sorunlardan birini teşkil eden ihracat bürokrasisi, SDTŞ sayesinde tek elden yürütülerek her türlü mevzuatın yakın takip edilmesi ile daha kolay bir şekilde yürütülebilecektir.

- Malatya kuru kayısı ihracatının yaklaşık yüzde 1'lik kısmı Malatya Gümrüğü'nden yapılırken geri kalan yüzde 99'luk kısım Mersin Gümrüğü, İzmir Gümrüğü ve diğer Gümrüklerden yapılmaktadır. Bu durum kuru kayısı ihracatçısı firmaların hem zaman ve para kaybına neden olmakta, hem de ikinci bir yükleme boşaltma işlemi ile diğer illerde depo masraflarının doğmasına sebebiyet vermektedir. SDTŞ modelinin etkin faaliyeti neticesinde, Malatya'da gemi acenteliğinin kurulmasına ve konteynerlerin ilde rahatlıkla bulunabilmesi sonucunda, diğer illerden yapılan ihracatın önemli bir kısmı Malatya Gümrüğü'nden yapılarak hem imalatçı - ihracatçı KOBİ'ler hem de Malatya ekonomisine katkı sağlanmış olacaktır.

- SDTŞ'ler sayesinde gümrükleme, nakliye, sigortacılık v.b. alanlarda şirket kurma ya da bu tür şirketlerle işbirliği yapma imkanı doğacak, ortakların bu alanlardaki hem işlemleri kolaylaşacak hem de maliyetleri azalacaktır.

- Sektörün ve SDTŞ kurucusu KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu alanda eğitim faaliyetlerine katkıda bulunarak nitelikli eleman temin edilebilecektir.

- SDTŞ ortağı KOBİ'lere finansman konusunda yararlar sağlanacak, daha güçlü bir sermaye yapısıyla her türlü finansman araçlarından ve kredilerden etkin ve avantajlı yararlanma imkanı doğacaktır.

- İhracat departmanının genel giderlerinden, dış temsilcilik ve büroların araştırma ve danışmanlık masraflarının paylaşılmasından doğan kâr marjı artışları olacaktır.
- Pazar çeşitlemesine gidilebileceğinden, mevcut pazarlardaki durgunluktan etkilenmeyi en aza indirme imkanı olacaktır.
- Ortak ticaret hedefleri, fuarlara katılım, reklam ve tanıtım giderlerinin paylaşılması nedeniyle maliyetler en aza indirilecektir.
- Ortak bir ürün markasının oluşturulması mümkün olacak ve satış sonrası hizmetlerde ortak servis teşkilatı kurma imkanı olacaktır.
- SDTŞ' ler, özellikle KOBİ' lerin ihtiyaç duyduğu AR-GE, çevre ve kalite gibi konularda ortak laboratuvar hizmetleri vererek katkıda bulunabilecekler, bu da KOBİ' lerin ürünlerinin uluslararası standartlara ve normlara uygun mal üretimi ve pazarlamasına çok önemli katkı sağlayacaktır.
- Yabancı sermayenin, özellikle kuru kayısı sektöründen dolayı Malatya ilini tercih etme nedenleri bu alanda yatırım ve işbirliği imkanlarının doğmasına yol açabilecektir.
- Makro açıdan ise ihracatın artması, Malatya ilinin istihdam ve kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunacaktır.
- KOBİ'lerin üretimde rasyonelleşmelerini ve bunun sonucunda yeni ürün çeşitlerinde ihtisaslaşmalarını sağlayabilecektir.
- SDTŞ'ler, Malatya ekonomisine etkinlik kazandıracak olan Serbest Bölge kurulması proje ve çalışmalarına katkı sağlayacaklardır.
- İhraç potansiyeli olan üreticilerin, bu potansiyellerinin ihracata yönlendirilmesiyle ihracata katkı sağlanacaktır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

KOBİ'lerin ülke ekonomilerindeki yeri ve önemi gelişmiş ülkelerde 1970'li yıllarda gündeme getirilirken, ülkemizde ancak 1980'li yılların ortalarından itibaren gündeme gelmiştir. Bugün ekonomi politikalarımızı sağlam temellere oturtmaya çalıştığımız sürecin en önemli yapı taşlarından olan KOBİ'lerin, ülkemiz ekonomisine sağladıkları katkılar istihdamdan, katma değere birçok alanda hissedilmekte ve bu işletmeler ülke geneline yayıldıklarından, bölgesel kalkınmanın da itici gücü haline gelmektedirler.

Bugün dünya ekonomisi giderek globalleşmekte ve uluslararası ticaretin önündeki kısıtlamalar, kotalar ve engellemeler en aza indirilmeye çalışılmaktadır. Bu ekonomik küreselleşme sürecinin en önemli halkalarından olan KOBİ'lerin, sahip oldukları özellikler nedeniyle ihrac ekonomilerinin vazgeçilmez unsuru oldukları, bugün artık hemen hemen her ülke tarafından kabul edilmektedir. Bu durum beraberinde rekabet olgusunu gündeme getirmektedir. Rekabet olgusu ise, ihracata konu ürünün kalite ve standardının yüksek olması, fiyatının düşük olması ve tüketiciye en iyi şekilde ulaşması ile açıklanmaktadır.

Rekabet gücünü elde edemeyen KOBİ'leri, gümrük birliği sürecinde zor günler beklemektedir. Bu zorluğun aşılması, KOBİ'lerin dünya pazarlarına satabilecekleri kalite ve standartta üretim yapmalarına ve en önemlisi bu ürünlerin dış pazarlarda rekabet üstünlüklerinin bulunmasına bağlıdır.

Türkiye'de KOBİ'lerin tüm işletmeler içindeki oranı % 99.8, toplam istihdam içindeki payı %76.7, toplam yatırımlar içindeki payı % 26.5 ve toplam katma değer içindeki payı % 38 iken, toplam ihracatımız içindeki paylarının % 8, toplam

kredilerden aldıkları payın ise % 4 civarında olması bu işletmelerin yeterince desteklenmedikleri konusunu gündeme getirmektedir.

İşte gerek ihracat, gerekse finansman konularında yeterli destek ve yardımın devlet tarafından verilmemesi, imalatçı-ihracatçı KOBİ'lerin dış ticarete bir organizasyon altında toplanmak suretiyle örgütlenmelerine neden olmuştur. Deyim yerindeyse kendi yağları ile kavrulmayı öğrenmişlerdir. 1960'lı yıllardan itibaren ABD, İtalya, Japonya ve G.Kore gibi ülkelerde başarıyla uygulanan dış ticaret örgütlenme modelleri, ülkemizde 1980'li yıllarda uygulanmaya başlanmıştır. Bu yıllara kadar ülkemizde uygulanan ithal ikameci politika terk edilerek, dışa açık ekonomi politikası benimsenmiştir.

1984 yılında kurulan Dış Ticaret Sermaye Şirketleri, 80'li yıllar boyunca ihracatımızın hemen hemen yarıya yakın kısmını gerçekleştirmiştir. Yine bu dönemde DTSS'ler aracılığıyla küçük ve orta ölçekli işletmelerin ürünlerinin ihracata yönlendirilmeleri de amaçlanmıştır. Ancak bu şirketler daha ziyade büyük holding ya da şirketlerin ihracat departmanı gibi çalıştıklarından bu amaca beklenen katkıları olmamıştır.

Oysa DTSS'lerin yaptıkları ihracatın önemli bir bölümü KOBİ'lere aittir. Dünyanın hiç bir yerinde uygulaması olmayan bir by-pass sistemi yoluyla ve teşvik politikası çerçevesinde sağlanan düşük faizli ihracat kredileri, vergi iadeleri, sadece DTSS'lere ödenen yüksek primler ve Doğu Bloku Ülkelerinden ithalat yapma hakkı sayesinde KOBİ'ler DTSS'ler üzerinden ihracat yapar hale gelmişlerdir.

DTSS'lerin KOBİ'lere beklenen katkıları verememeleri nedeniyle, 1990'lı yıllarda imalatçı-ihracatçı KOBİ'lerin bir araya gelmeleriyle Sektörel Dış Ticaret

Şirketleri modeli doğmuştur. Bu model ile, KOBİ'lerin ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına yönlendirilmeleri amacıyla; İhracat ve ilgili konularda (finansman, tedarik, nakliye, sigorta, gümrükleme v.b.) hizmet sağlayarak, dış ticarete uzmanlaşmaları ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermeleri hedeflenmiştir.

SDTŞ'lerin statüsüne ilişkin ilk Tebliğ'in yayımlandığı 1994 yılından 1998 Ağustos ayına kadar Türkiye'nin 11 ilinde toplam 28 SDTŞ kurulmuştur. Bu şirketler sayesinde KOBİ'ler yeni pazarlara ve alıcılara ulaşmış, hammadde ve ara malları alımı toptan ve daha ucuza yapılmış, ihracat işlemleri tek elden ve düşük maliyetle yürütülmüş, sermaye durumları güçlenerek, finansman araçlarından daha etkin ve kolay faydalanabilmişleridir.

Ayrıca AR-GE çalışmaları ve eğitim çalışmalarına etkinlik kazandırılmış, kapasite kullanım oranı artmış, üretim daha kaliteli hale gelmiştir. Makro açıdan ise ihracatın artması, istihdam ve kalkınma hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunmuş, ihraç potansiyeli olan üreticilerin, bu potansiyellerinin yönlendirilmesi ve rasyonelleştirilerek ihtisaslaşmalarının temini ile ihracata katkı sağlanmıştır.

KOBİ'lerin bir araya gelerek SDTŞ modeliyle dış ticarete örgütlenmelerinin en büyük faydalarından biri de kuşkusuz sinerji etkisidir. Sinerji, parçalardan oluşan bir bütünün sonuçlarının, bütünü oluşturan parçaların sonuçlarının toplamından daha büyük olmasını ifade eder. Bir başka deyişle sinerji "2+2 = 5" etkisi ile de açıklanmaktadır. Ölçek ekonomileri genellikle üretim fonksiyonuna ilişkinken, birleşmelerde sinerji etkisi üretim, yönetim, finansman ve AR-GE fonksiyonuna ilişkin olmaktadır.

Malatya'da Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin uygulanabilirliği ile ilgili araştırmamda ise, bir değil birkaç SDTŞ'nin kurulabilme potansiyelinin olduğunu

müşahade ettim. Ekonomik kalkınmışlık düzeyleri Malatya'dan farklı olmayan civar illerden Kahramanmaraş ve Diyarbakır illerinde SDTŞ'lerin kurulmuş olması, Malatya'da bu modelin oluşturulmasında ne kadar geç kalındığının en somut göstergesidir.

Yıllık ihracat potansiyelleri 50-60 milyon dolar civarında olan Malatya KOBİ'lerinin, özellikle kuru kayısı sanayinde böylesi bir modeli hayata geçirmelerinin çok büyük faydalarının olacağı muhakkaktır. Dünya kuru kayısı üretiminin % 7-10'luk kısmını, ülkemiz üretiminin ise üçte birinden fazlasını üreten Malatya ilinin kuru kayısı işletmelerinin bütünü KOBİ niteliğinde olup, rekabet halinde dış pazarlara açıldıklarından kuru kayısının 1 kg'ını 2-3 dolara ancak satabilmektedirler.

Oysa SDTŞ modeli ile bir araya gelecek olabılırlerse hem üretim kalite ve standardı yükselecek, hem de kuru kayısının 1 kg'ı en az 8-10 dolar civarında dış pazarlara rahatlıkla satılabilecektir. Bu durum ise, Malatya ilinin yıllık döviz girdisini 3-4 katına çıkaracak, entegre tesislerin kurulmasına ve istihdamın artmasına neden olacaktır. Yine Malatya'da kuru kayısı sanayi haricinde tekstil, makine, mobilya, metal eşya v.b. sektörlerde de SDTŞ modeli kurulabilir.

SDTŞ'lerde yer alacak firmaların sorunlarının çözümünde ortak hareket kabiliyeti açısından aynı sektörde faaliyette bulunmaları, üye firmaların hali hazırda ihracat yapıyor ya da en azından ihracat yapabilecek potansiyele ve kaliteye sahip olması, ürün homojenliği ve teknoloji açığının bulunmaması, talep artışına bağlı olarak üretim artışı sağlayacak kapasiteye sahip olmaları ve tercihen de herhangi bir meslek grubu ya da derneğin üyelerinden seçilerek oluşturulması gibi faktörler SDTŞ modelinin şansını artıracak önemli hususlardır.

EKLER**EK - 1****14.05.1998 TARİHLİ VE 23342 SAYILI RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANAN
İHRACAT 98/9 SAYILI TEBLİĞ İLE DTSS STATÜSÜ KAZANAN FİRMALAR**

- 1 - AK-PA TEKSTİL İHRACAT PAZARLAMA A.Ş.
- 2 - BAŞKAN GIDA SANAYİ VE PAZARLAMA A.Ş.
- 3 - BORUSAN İHRACAT İTHALAT VE DAĞITIM A.Ş.
- 4 - BOSCH SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
- 5 - CAM PAZARLAMA A.Ş.
- 6 - ÇEBİ METAL SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
- 7 - ÇOLAKOĞLU DIŞ TİCARET A.Ş.
- 8 - DİLER DIŞ TİCARET A.Ş.
- 9 - EKOM ECZACIBAŞI DIŞ TİCARET A.Ş.
- 10 - EXSA EXPORT SANAYİ MAMULLERİ SATIŞ VE ARAŞTIRMA A.Ş.
- 11 - GSD DIŞ TİCARET A.Ş.
- 12 - GSD HOLDİNG A.Ş.
- 13 - HABAŞ SİNİ VE TIBBİ GAZLAR İSTİHSAL ENDÜSTRİSİ A.Ş.
- 14 - İÇDAŞ İSTANBUL ÇELİK VE DEMİR İZABE SANAYİ A.Ş.
- 15 - İNTERMET İTHALAT İHRACAT VE TİCARET A.Ş.
- 16 - İZMİR DEMİR ÇELİK SANAYİ A.Ş.
- 17 - İZMİR DERİ DIŞ TİCARET A.Ş.
- 18 - KİBAR DIŞ TİCARET A.Ş.
- 19 - MERCEDES-BENZ TÜRK A.Ş.
- 20 - NERGİS HOLDİNG A.Ş.

- 21 - PETKİM PETROKİMYA HOLDİNG A.Ş.
- 22 - PRO-EKS DIŞ TİCARET A.Ş.
- 23 - PROMEKS DIŞ TİCARET A.Ş.
- 24 - RAKS DIŞ TİCARET A.Ş.
- 25 - RAM DIŞ TİCARET A.Ş.
- 26 - TEMA DIŞ TİCARET A.Ş.
- 27 - TEKSTİL SANAYİCİLERİ DIŞ TİCARET A.Ş.
- 28 - TÜRK PIRELLİ LASTİKLERİ A.Ş.
- 29 - ÜÇEL HADDECİLİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
- 30 - VESTEL DIŞ TİCARET A.Ş.
- 31 - VOLKSWAGEN ELEKTRİK SİSTEMLERİ A.Ş.
- 32 - YAŞAR DIŞ TİCARET A.Ş.

**06.06.1998 TARİHLİ VE 23364 SAYILI RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANAN
İHRACAT 98/12 SAYILI TEBLİĞ İLE DTSS STATÜSÜ KAZANAN FİRMALAR**

- 33 - BEYPA DIŞ TİCARET VE TEKSTİL SANAYİ A.Ş.
- 34 - BİLKONT DIŞ TİCARET VE TEKSTİL SANAYİ A.Ş.
- 35 - EKİNCİLER DIŞ TİCARET A.Ş.
- 36 - ETSUN ENTEGRE TARIM ÜRÜNLERİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
- 37 - ÖZTEK GİYİM SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

**24. 07. 1998 TARİHLİ VE 23412 SAYILI RESMİ GAZETE'DE YAYIMLANAN
İHRACAT 98/18 SAYILI TEBLİĞ İLE DTSS STATÜSÜ KAZANAN FİRMALAR**

- 38 - İSTANBUL GIDA DIŞ TİCARET A.Ş.
- 39 - TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKALARI A.Ş.
- 40 - TOPRAK DIŞ TİCARET A.Ş.

EK-2

SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŐRKETLERİ LİSTESİ

(3. 06. 1998 TARİHİ İTİBARIYLA)

Sıra No	Tebliğ No R.G.Tarih ve Sayısı	FİRMA	SERMAYE	SEKTÖR	ORTAK SAYISI
1	94/11 19.10.1994 22086	EGS Ege Giyim Sanayi ve Dış Ticaret A.Ő. İZMİR	625 Milyar	Her türlü tekstil ürünleri ve fason üretim	358 firma
2	95/8 05.08.1998 22365	EGOT Ege Otomotiv Dış Ticaret A.Ő. İZMİR	20 Milyar	Her türlü otomotiv yan sanayi ürünleri	20 firma
3	95/9 26.09.1995 22416	KAR-BİR Karadeniz Birleşik Un Sanayi Hububat ve Bakliyat Dış. Tic. A.Ő. SAMSUN	11 Milyar 200 Milyon	Un, hububat, bakliyat, gıda üretimi	14 firma
4	96/16 17.2.1996 22557	MGS Marmara Dış Ticaret A.Ő. İSTANBUL	5 Milyar	Tekstil, konfeksiyon	10 firma
5	96/17 17.2.1996 22557	ATAKS Tekstil Dış Ticaret A.Ő. İSTANBUL	20 Milyar	Tekstil, Konfeksiyon	20 firma
6	96/22 30.3.1996 22596	TRİSAD Dış Ticaret Pazarlama A.Ő. İSTANBUL	93 Milyar	Tekstil Örne	67 Firma
7	96/25 21.5.1996 22642	GBS Gaziantep Birleşik Sanayiciler Dış Tic. A.Ő. GAZİANTEP	15 Milyar	Makine Halısı, Halı İpliği ve Dokuma	30 Firma
8	96/26 19.07.1996 22701	DGS Doğal Gıda Sanayicileri Dış Tic. A.Ő. GAZİANTEP	10 Milyar	Gıda Sektörü (Yem, bulgur, küp Şeker, kütü pamuk, rafine yağ ve mercimek üretimi)	10 Firma
9	96/28 11.09.1996 22754	TURSOFT Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret A.Ő. İSTANBUL	35 Milyar	Yazılım ve Donanım	76 Firma
10	97/1 07.01.1997 22870	ANKARA MOBİLYA Ankara Mobilya Dış Ticaret A.Ő. ANKARA	5 Milyar 700 Milyon	Mobilya	13 firma
11	97/2 11.01.1997 22874	MTGS Marmara Tekstil Giyim ve Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ő. BURSA	11 Milyar	Tekstil-Konfeksiyon	56 firma
12	97/3 19.2.1997 22910	AGS Ankara Giyim Sanayicileri Dış Tic. A.Ő. ANKARA	12 Milyar 500 Milyon	Tekstil-Konfeksiyon	25 firma
13	97/6 8.03.1997 22927	GİSAD Dış Ticaret A.Ő. İSTANBUL	200 Milyar	Tekstil-Konfeksiyon	48 Firma
14	97/7 15.03.1997 22934	AVRASYA BİR Plastik Ürünleri Dış Ticaret A.Ő. İSTANBUL	5 Milyar 500 Milyon	Plastik İşleme	11 Firma

Sıra No	Tebliğ No R.G.Tarih ve Sayısı	FİRMA	SERMAYE	SEKTÖR	ORTAK SAYISI
15	97/11 9.04.1997 22959	ATGS Anadolu Tekstil, Giyim ve Deri Sanayicileri Dış Tic. A.Ş. BURSA	10 Milyar 240 Milyon 320 Bin	Tekstil-Konfeksiyon ve Deri	33 Firma
16	97/14 7.06.1997 23012	GTS Gaziantep Tekstil Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. GAZİANTEP	80 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	44 Firma
17	97/15 7.06.1997 23012	KDT Kahramanmaraş Dış Ticaret A.Ş. (Kalkınmada Öncelikli Yöre) KAHRAMANMARAŞ	5 Milyar 600 Milyon	Tekstil ve Pamuk İpliği	14 Firma
18	97/16 7.06.1997 23012	İTS İç Ege Tekstil Sanayicileri Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş. İZMİR	20 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	12 Firma
19	97/17 19.06.1997 23024	MODAŞ Marmara Otomotiv ve Taşıt Araçları Dış Ticaret A.Ş. BURSA	5 Milyar 588 Milyon	Otomotiv Sanayi Ürünleri	32 Firma
20	97/26 10.10.1997 23136	MOSAŞ Mosas Mobilya Sanayicileri A.Ş. ANKARA	10 Milyar 200 Milyon	Orman Ürünleri	41 Firma
21	97/25 10.10.1997 23136	UFE Birleşik Çiçek İhracatçıları Sanayi ve Dış Ticaret A.Ş. ANTALYA	11 Milyar	Kesme Yaş Çiçek	20 Firma
22	97/29 03.12.1997 23186	ÇİÇEKÇİLER BİRLİĞİ DİŞ TİCARET A.Ş. ANTALYA	10 Milyar	Kesme Çiçek	20 Firma
23	97/30 13.12.1997 23199	ASM Akdeniz Sebze Meyve İhracatçıları Dış Ticaret A.Ş. ADANA	15 Milyar	Tarımsal Ürünler	10 Firma
24	97/33 25.12.1997 23211	OSP Ostim İş Makinaları ve Yedek Parça Dış Tic. A.Ş. ANKARA	11 Milyar	İş Makinaları ve yedek parçaları	22 Firma
25	98/4 7.02.1998 23251	İSP Uluslararası Yedek Parça Sanayi Dış Ticaret A.Ş. İSTANBUL	10 Milyar	Otomotiv Yan Sanayi	10 Firma
26	98/5 20.03.1998 23292	GENEL MAKİNA DİŞ TİCARET A.Ş. ADANA	21 Milyar 800 Milyon	Metal İşleme Sanayi Makine ve Yedek Parça Sanayi	44 Firma
27	98/8 15.04.1998 23314	GTS Güneydoğu Tekstil ve Giyim Sanayicileri Dış Tic. A.Ş. DİYARBAKIR	100 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	6 Firma
28	98/11 03.06.1998 23361	KAYSAN Konya Ayakkabı Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş. KONYA	10 Milyar	Deri Mamülleri ve Yan Sanayi Ürünleri	12 Firma
TOPLAM			1 Trilyon 489 Milyar 328 Milyon 320 Bin		1069 Firma

BİBLİYOGRAFYA

KİTAPLAR

- Akay, Hüseyin, "İşletme Birleşmeleri ve Muhasebesi", Yayılım Matb., İst.1997.
- Baykal, Cevdet, "KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmelerine Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayını, Yayın No:84, Ankara, 1996.
- Çarıkçı, Emin, "Türkiye'de İç ve Dış Ekonomik Gelişmeler", Adım Yay: 41, Ankara, Şubat 1996.
- Çetin, Canan, "Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi", Der Yayınları: 202, İstanbul, 1996.
- Ege, Ayşe; Acar, Ufuk; Eğitim, Şule, "Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Muhtemel Etkiler ve KOBİ'ler", KOSGEB Yayını, Ankara, Aralık 1995.
- Ekin, Nusret, "Küreselleşme ve Gümrük Birliği", İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 1996-32, İstanbul, 1996.
- Gökçesu, B. Mutlu; Koçak, Servet, "Türkiye İmalat Sanayinin İller Bazında Sektörel Göstergeleri", KOSGEB Yayını, Ankara, 1992.
- Gürdal, Sehavet; Gürdal, Ruhi, "Uluslararası Pazarlama", Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayın No:441, Eskişehir, 1995.
- Karalar, Hakan, "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Koordinasyon Sistemleri ve Araçları", ANGIAD Yayını, Ankara.

- Müftüoğlu, M.Tamer, "İşletme İktisadı", 2. Baskı, Turhan Kitabevi Y., Ankara, 1994.
- Müftüoğlu, M.Tamer, "Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Sorunları-Öneriler", EGS Bankası A.Ş. Yayını, No: 1, İstanbul, Şubat 1997.
- Oktav, Mete; Kavas, Alican; Önce, Günel; Tanyeri, Mustafa, "Orta ve Küçük İşletmelerde İhracata Yönelik Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri", TOBB Yay., No: 176, Ar-Ge: 79, Ankara, 1990.
- Olçay, F.Merih, "Gümrük Birliği Sürecinde Mali Yardımların Küçük ve Orta Boy İşletmelere Etkisi", Vakıfbank Yayını, Ankara, 1996.
- Özcan, Murat, "KOBİ'lerde Pazarlama", Ekin Kitapevi Yayınları, 1996.
- Özgen, Hüseyin; Doğan, Selen, "KOBİ'lerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Yönetim Sorunları ve Çözüm Önerileri", KOSGEB Yayını, Ankara, 1997.
- Özlenen, Sezer; Çeşmecioğlu, Senem; Koca, Derya Bertran, "Türkiye'nin Dış Ekonomik İlişkileri ve Gümrük Birliği", İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:1996/53, AB/11, İstanbul, Aralık 1996.
- Sarıaslan, Halil, "Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler", TOBB Genel Yayın No: 309; BÖM: 35, Ankara, 1996.
- Sayın, Meral; Fazlıoğlu, M. Akan, "Avrupa Birliği'nde KOBİ Destekleme Programları ve Diğer Teşvik Araçları", 2. Baskı, KOSGEB Yayını, Ankara, Haziran 1997
- Şenol, Coşkun, "Gümrük Birliği'nin KOBİ'lere Etkileri ve Türkiye ile Avrupa Birliği'nde Bu İşletmelere Uygulanan Teşvikler", Araştırmalar-3, Gümrük Kontrolörleri Derneği Yayını, No:8, Ankara, 1997.

SÜRELİ YAYINLAR, MAKALELER

Asma, Bayram Murat, “Malatya’nın Altın Meyvesi; Kayısı” Makiad Aktivite,
Malatya Aktif İşadamları Derneği Yayın Organı, Yıl: 2, Sayı: 3,
Haziran 1998.

ASOMEDYA, “Gümrük Birliği Sürecinde Avrupa Birliği Yardımları ve
KOBİ’ler”, Dosya, Ankara Sanayi Odası Aylık Yayın Organı,
Kasım 1996.

ASOMEDYA, “KOBİ’lerin Dış Açılması”, Dosya, Ankara Sanayi Odası Aylık
Yayın Organı, Kasım 1997, Ankara.

Beşeli, Nursun, “KOBİ’lerin Dış Pazarlara Açılması İçin Alternatif Yöntemler”,
İGEME’den Bakış Dergisi, Nisan-Haziran 1997, Yıl.1, Sayı.2,
Ankara.

Büyükkılıç, Deniz, “Türkiye İmalat Sanayiinde KOBİ’ler, Yoğunlaştıkları
Sektörlerin Belirlenmesi ve Verimlilik Göstergeleri”, Verimlilik
Dergisi, Milli Prodüktivite Merkezi Yayını, 1997/2, Ankara.

Ceylan, Ali, “KOBİ’lerin İhracat Olanakları”, BUSİAD’dan Bakış Dergisi, Bursa
Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayın Organı, Eylül 1994,
Sayı:48, Bursa.

Dünya Ekonomi Politika Gazetesi, Özel Ek, 23.07.1996 tarih, Sayı: 19.

Ege, Ayşe; Acar Ufuk, Şule Eğitim, “Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği ve
KOBİ’ler” Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye, İki Aylık Gümrük
Birliği Dergisi, Mayıs-Eylül 1995, Özel Sayı.

Ekonomik Forum, “Çok Ortaklı İhracat Şirketleri”, TOBB Aylık Dergisi, 15 Eylül
1997, Yıl: 4, Sayı: 9.

Ekonomik Forum, “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri”, TOBB Aylık Dergisi, 15
Şubat 1997, Yıl: 4, Sayı: 2.

Erel, Derya, "İşletme Birleşmeleri", Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı Doktora Programı, Yayınlanmamış
Yönetim Dersi Semineri, Mayıs 1997, Ankara.

Güntekin, Onur, "KOBİ'leri İhracatçı Yapmanın Yolu SDTŞ mi?", TOSYÖV
Girişim Dergisi, Ocak-Şubat 1997, Sayı: 9.

Gürak Hasan, "KOBİ'lerin İhracatını Nasıl Artırabiliriz", Anahtar Gazetesi, MPM
Aylık Yayın Organı, Aralık 1997, Yıl:9, Sayı:108.

Melemen Mehmet, "Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler",
Gümrük Dergisi, Mart 1998, Yıl:7, Sayı:24, İstanbul.

Yıldırım Mehmet, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", Gümrük Dergisi, Mart 1998,
Yıl:7, Sayı:24.

Yılmam, Memiş, "Neden Sektörel Dış Ticaret Şirketleri", TOSYÖV Girişim
Dergisi, Ocak-Şubat 1997, Sayı:9.

Yılmam, Memiş, "Birleşen KOBİ'ler İhracatın Yeni Gözdesi Oldu",
BUSİAD'dan Bakış, Bursa Sanayicileri ve İşadamları Derneği
Yayın Organı, Mart-Nisan 1997, Sayı: 59.

RESMİ YAYIN, BELGE, YAZI VE RAPORLAR

Dış Ticaret Müsteşarlığı, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ",
Resmi Gazete, 06.01.1996 tarihli ve 22515 sayılı nüsha.

Dış Ticaret Müsteşarlığı, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin tebliğ",
Resmi Gazete, 27.09.1996 tarihli ve 22770 sayılı nüsha.

Dış Ticaret Müsteşarlığı, "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ",
Resmi Gazete, 26.12.1996 tarihli ve 22859 sayılı nüsha.

Dış Ticaret Müsteşarlığı, “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsünün Hukuksal Gelişimi”, DTM’nin 16.07.1998 tarihli, 38086 Sayılı Yazıları Eki.

Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Malatya İrtibat Bürosu, Resmi ihracat dokümanları.

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Malatya İrtibat Bürosu resmi ihracat dokümanları.

Malatya Gümrük Müdürlüğü’nün 13. 08. 1998 günlü ve 2243 sayılı yazıları eki.

Malatya Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, “Malatya İli 1995 Yılı Ekonomik ve Ticaret Durumu Hakkında Rapor”, Malatya, Eylül 1996.

Malatya Valiliği , “Kayısı Araştırma ve Değerlendirme Rapor Özeti”, Mart 1998.

Malatya Valiliği, İl Brifingi, 1997

Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu, “İhracata Yönelik Devlet Yardımları “Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi” Hakkında Tebliğ”, Tebliğ No: 97/5, Resmi Gazete, 31.07.1997 tarihli ve 23066 sayılı nüsha.

Resmi Gazete, 07.03.1998 tarihli ve 23279 sayılı nüsha.

Resmi Gazete, 14.02.1992 tarihli ve 21142 sayılı nüsha.

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., “Uygun Yatırım Alanları Araştırması, Malatya”, YUYAA / 98-5-7, Araştırma Müdürlüğü, Ankara, Haziran 98.

Türkiye Kalkınma Bankası, A.Ş. “Doğu Ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Potansiyel Değerlendirme Ve Uygun Yatırım Alanları Çalışması (İl Bazında Değerlendirme), Cilt: II, Ankara, 1996.

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**