T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 2, Yıl: 1987

JAPONYA, GÜNEY KORE VE TÜRKİYE'DE GENEL TİCARET ŞİRKETLERİ MODELİ

Neşe TURGUT(*)

Ö Z E T

Son on yıl içinde, bir çok ülkede ihracatı geliştirmek amacıyla Genel ticaret şirketlerinin oluşturulmasına karşı artan bir ilgi vardır. Japonlar'ın GTŞ'leri (Sogo Shosha)ne bağlı olarak gerçekleştirdikleri ticaret performansları yüzünden G. Kore, ABD, Brezilya, Tayland, Filipinler, Malezya ve Türkiye'nin de bulunduğu birçok ülke benzer başarıya ulaşmak için kendi GTŞ'lerini kurma girişiminde bulunmuşlardır.

Bu yazının üç amacı: (1) Japon Modeli üzerinde durarak tarihsel açıdan GTŞ'lerini incelemek, (2) JGTŞ'lerinden sonra kurulan KGTŞ'leri hakkında kısa bir özet sunmak, (3) TGTŞ'lerinin doğuşu ve gelişimini açıklamak ve TGTŞ'lerinin Türkiye ihracatındaki rolleri ve performanslarını değerlendirmektir.

I. GENEL TİCARET ŞİRKETLERİNİN (GTŞ) DOĞUŞU VE GELİŞİMİ

Dış ticareti büyük şirketler aracılığıyla yürütme politikasına ilk olarak Japonya'da rastlanmaktadır. Japonya, ikibuçuk asırlık feodal dönemden çıkıp dünyaya açıldığı 1868 Meiji Restorasyonu ile yoğun çağdaşlaşma aşamasına girmiştir. GTŞ'leri bu dönemde belirlenen Japon ekonomi politikasının GTŞ'leri bu dönemde belirlenen Japon ekonomi politikasının bir aracıdırlar ve üstlendikleri işlevler Japon ekonomisinin geçirdiği yapısal değişim ile gelişerek çeşitlenmiştir.

(*) Arş. Gör., D.E.Ü.İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

Japonya, toprak büyüklüğü açısından küçük bir ülkedir. Bir ada ülkesi olması nedeniyle, 1640-1867 yılları arasında izole bir durumda olmasının yanında, doğal kaynakları çok az ve topraklarının ancak %16'sı tarıma uygun olduğundan, gereksinim duyduğu hammadde ve doğal kaynakların yaklaşık tümünü ithal etmek zorundadır. Bu nedenlerden ötürü, Japonya'nın endüstriyel üretimi için vazgeçilmez durumdaki hammaddeler ve yakıtı almak için gerekli döviz, ancak bu hammaddelerin yüksek katma değer ile işlenerek dışarıya satılması yoluyla sağlanabilirdi. Öte yandan Japonya'nın dünya ekonomisine açıldığı 1870'li yıllarda uzun kapalılık döneminde çıkan Japonlar dil ve ticaret kurallarını bilmediklerinden, Japonya dış ticaretinin neredeyse tamamı batılı firmaların eline geçmişti. Bu nedenlerden dolayı Meiji yöneticileri proğramlarında; hammadde, aramalı ithali, yeni pazarların geliştirilmesi ve dış ticarette yabancı şirketlerin etkinliğini azaltmak için ileride «Zaibatsu» (Güçlü ailelerin kontrolündeki; üretim, finansman ve ticaretle uğraşan büyük gruplara verilen isim) haline dönüşecek ticaret evlerinin desteklenmesini öngörüyorlardı.

19. yüzyıl sonlarında Mitsui ve Mitsubishi gibi büyük grupların kurduğu özel ticaret evleri, yerel tekstil endüstrisinin gereksinimleriyle beraber, Japonya'nın endüstrileşmesi için gereken çağdaş teknoloji, tesis ve araç-gereçi de ithal ettiler. Daha sonra ortaya çıkan çelik endüstrisinin hammadde gereksinimini de karşılayan Zaibatsu'lar sermayelerini hızla arttırarak yeni alanlara girmeye başladılar.

Birinci Dünya Savaşındaki ekonomik hareketlenme, GTŞ'lerinin ataları olan Zaibatsuların büyümelerini hızlandıran bir etken oldu. 1874 ile 1918 yılları arasında Japon firmalarının dış ticaretteki payı %1'den %80'e çıkmıştı. (The Sogo Shosha Committee JFTC Inc., 1985) Bu şirketler ithalât ve ihracat rollerine ek olarak finansal aracılığa ve üretim yatırımlarına da başladılar. Japonya'dan sermaye transferi sonucu başka ülkelerde üretim yatırımlarının artmasıyla birlikte Japonya'nın tüketemediği üretim için yeni pazarlar bulma gereği doğunca, ticaret şirketleri üçlü ilişkilere başladılar. Kısaca yerli sanayi ile dış pazarlar arasında ticaret ve finansman aracısı oldular. Bu ticaret evlerinin şimdiki GTŞ'leri (Sogo Shosha) ile birçok ortak yanları vardır. Yeni teknoloji ve bilgi aktarımı, özel haberleşme sistemi, dış ülkelerde ofis açma, bağımsız satış kanalları geliştirme gibi çalışmalar daha o yıllarda başlamıştı.

II. Dünya Savaşından önce ticaret şirketleri Japon ekonomisindeki gelişime uyarak yapınlarını çeşitlendirmiş, ithalât, ihracat ve üçüncü ülkelerarası ticaret için gerekli satış ağlarını kurmuşlardı.

II. Dünya Savaşı sona erdiğinde Japon ekonomisi hemen hemen çökmüş durumdaydı. Ayrıca işgal yönetimi, Japonya'nın askerî yayılmacılı-

ğında, Zaibatsuların önemli bir rol oynadığı düşüncesindeydi. Bu yüzden Zaibatsular tasfiye edildi, yeniden kurulmaları yasaklandı. Bu ticaret evleri yeniden örgütlenerek yüzlerce küçük firmaya ayrıldı. Örneğin Mitsui Co.'den 200'den fazla ve Mitsubishi'den 140 kadar firma ortaya çıktı. (kunio, 1984).

Amerikalıların 1952 yılında ülkeyi terk etmesinden sonra, Zaibatsu grup üyeleri yeniden daha gevşek bağlarla biraraya geldikleri zaman ekonomik ortam çok değişmişti. Kore Savaşının ekonomi ve dış ticarete getirdiği canlılık sonucunda, eski Zaibatsu gruplarıyla ilişkili olmayan, bankalar etrafında gruplaşmış birçok güçlü firma ortaya çıkmıştı. 1952 yılında büyük ticaret şirketlerinin çoğu yurt dışında bürolar açmaya başladılar. 1955 yılında ise çoğu, GTŞ olma hazırlıklarını tamamlamışlardı. (Daido, 1976) Böylece savaşın sona ermesinden on yıl kadar sonra ticaret evleri değişik iş konuları, entegre işlemleri ile yeni gruplaşmalara, birleşmelere yönelip, bugünkü Sogo Shoshaların temellerini attılar.

1960'larda endüstrileşme ve ihracat artışı sonucunda ortaya çıkan refah artışı, tüketici isteminde değişmelere neden olmuştur. Ticaret şirketleri kendi dağıtım kanallarını oluşturarak, dayanıklı tüketim malları satışına, konut inşaatına, moda, mühendislik ve pazarlama danışmanlığı gibi alanlara da girdiler. Sogo Shoshalar'ın uluslararası işlemleri örgütleme yeteneklerinin ön plana çıkması, finans ve teknoloji kapasitelerinin tam ve uyumlu olarak uluslararası platformda kullanılmaya başlanması, yine altmışlı yıllarda kaydedilmiş gelişmelerdendir.

1973 Petrol krizi ve takip eden kur dalgalanmaları Japon ekonomisiyle birlikte GTŞ'lerini de etkiledi. Satış endekslerindeki durgunluğun uzun zaman sürmesi ve kârlardaki ani düşüş hükümetin deflasyonist önlemleri ile birleşince, Sogo Shoshaların büyümesi geçici olarak durdu.

İlk petrol krizi ile ikinci petrol krizi arasında GTŞ'leri işletmecilik anlayışları ile iş felsefelerini değişen koşullara göre gözden geçirerek etkenlik ve işlem verimliliğini arttıracak yöntemler geliştirmeye başladılar.

Sogo Shoshaların girmek istedikleri alanlar eşya ve paket nakliyesinden, bioteknoloji ve uzay teknolojisine kadar uzanıyor. GTŞ'lerinin şu anda ele aldıkları projeler arasında; Çin Halk Cumhuriyetinde örnek bir devlet çiftliğinin kurulması, Japonya'ya temiz enerji ithali, yabancı moda evlerinin Japonya'da tanıtılması, emlâk alım satımında dış yatırımların örgütlenmesi, yeni nakliye sistemleri ve çelik endüstrisi için hammadde ithali yer almaktadır. (The Sogo Shosha Committee JFTC Inc., 1985)

SOGO SHOSHA'LARIN ÖZELLİKLERİ

GTŞ kavramı Japonlar'ın «SOGO SHOSHA» deyimlerinden türetilmiştir. «Sogo» genel veya entegre olmuş, «Shosha» ise şirket anlamına gelmektedir. «Sogo Shosha»nın kelime anlamı GTŞ olmakla birlikte, bunların çalışmaları ve işlevleri bu terimin kapsadığı anlamdan çok daha geniştir. Bu nedenle, Japon kökenli bu kurumlar dünyada, orijinal Japonca terimle «Sogo Shosha» olarak anılmaktadır.

Japonya'da 9000 dolayında ticaret şirketi bulunmasına karşılık, iç ticaretin %20'si, dış satımın %50'si, dış alımın %60'ı 16 büyük GTŞ'nin elindedir. Japonya dış ticaretinde Sogo Shoshaların payı Çizelge 1'dedir. Bu şirketlerin yıllık ciroları 360 milyar dolar ile Japon GSMH'nın üçte birini aşmaktadır. Sogo Shoshaların dünyanın hemen hemen bütün ülkelerinde 1200'den fazla bağlı şirket ve temsilciliği bulunmaktadır. Tüm dünyada 81.000'in üzerinde personel istihdam eden bu şirketlerin herbirinin pazarladığı mal türü 20.000'i aşmaktadır.

Sogo Shosho'lar, Japonya'nın gıda, yakıt ve hammadde ithalâtının hemen hemen tümünü gerçekleştirmektedirler. Bu ticarî işlemlerin bir uzantısı olarak enerji geliştirme ve süreç endüstrilerini de dış ülkelerde kurarlar. Ticarî gelişmeleri için gerekli fnansmanı uluslararası pazarlardan bulup, kredi statülerine ve finansman organizasyonlarına dayanarak müşterilerinin kredi, borç para, garanti ve sermaye isteklerine cevap vermeye çalışırlar. Ticaretin dengeli biçimde gelişmesini sağlamak için deği-

Çizelge 1 : Japonya'nın Dış Ticareti ve Sogo Shosha'ların Payı
(Milyon ABD Doları)

	1978	1979	1980	1981	1982
Japonya'nın İhracatı	97.543	103.032	129.807	152.030	138.831
Sogo Shosha'ların payı (%)	50.8	51.9	53.8	50.9	52.7
Japonya'nın İthalâtı	79.343	110.672	140.528	143.290	131.931
Sogo Shosha'ların payı (%)	58.1	61.9	59.9	60.9	62.2

Kaynak: **The Sogo Shosha: A Statistical Guide**, Sogo Shosha Committee JFTC Inc., s. 5.

şik ülkelerdeki üretimci ve alıcıları karşılıklı olarak tanıştırırlar. Pazarlamadaki deneyimleri, bilgi birikimleri, dünyaya yayılmış uzmanları ile GTŞ'leri ihracat üniteleri olmayan, tanınmayan pazarlara girmekte güçlük çeken küçük firmalara %0,5 ilâ %5 arasında bir komisyon karşılığı hizmet vermektedirler. Aynı zamanda en gelşmiş ülkelerin haberalma servisleri ile rekabet edecek bir düzeyde olan bilgi toplama ve iletişim üniteleri ile, ilgili firmalara ticarî gelişmeleri, pazarlama ve yeni iş olanaklarını iletmektedirler. Ulaştırmada da bu firmalar, malların en ekonomik hareketini gerçekleştirirler; paketlemeyi, yüklemeyi kontrol edip dökümantasyon ve gümrük işlemlerini izlerler.

Sogo Shoshaları diğer ticarî ve endüstri kuruluşlarından ayıran en önemli özelliği, bu şirketlerin ağırlık noktasının üretim ve tüketim olmamasıdır. Ana işlevleri sunu-istem dengesini kurmaya yöneliktir. Mal ve hizmetlere olan, istemi saptayıp hemen tedarik kanallarını oluştururlar. Ya alıcı-satıcı kuruluşlar arasında aracı rolü oynarlar, ya da bağımsız olarak ticarî mal ve hizmet akışının bir öğesi olarak çalışırlar.

Sogo Shoshaları çok uluslu şirketlerden ayıran en önemli yanları ise, köklerinin Japon ekonomi ve toplumunun içinde oluşudur. Uzun süreli istihdam, şirkete bağlılık, yüksek ticaret hacmi Sogo Shoshaların işletme stilini biçimlendiren öğelerdir.

GTŞ'leri Japon ticaret sistemini çok yakından tanıdıkları için, bu pazarlara girmek isteyen yabancı firmaların zamandan ve harcamadan büyük tasarruf yapmalarını sağlamaktadırlar. Japonya'nın diğer ülkelere olan ilişkileri geliştikçe, bu firmaların dışa açılmaları da hızlanmaktadır. Diğer ülkelerin stratejileri, gelişme planları, gereksinimleri, bu firmaların uzun vadeli planlarında gittikçe önemli bir yer tutmaktadır. Son yıllarda birçok ülke yöneticisi ve işadamları Japon ekonomisini tanıyabilmek ve kendi ülkelerinde de benzer ticaret şirketleri kurabilmek için Sogo Shosha'larla yakından ilgilenmeye başlamışlardır.

GÜNEY KORE'DE GENEL TİCARET ŞİRKETLERİ

Japonya'da sosyo-kültürel nedenlerden dolayı oluşan ticaret şirketleri günümüzde birçok ülke tarafından örnek alınmaktadır. Japonya'dan sonra GTŞ'leri modelini başarıyla uygulayan ilk ülke Güney Kore olmuştur. İthalâtın yabancı şirketlerle yürütülmesini önlemek amacıyla kurulan Japon şirketlerinin aksine, Kore GTŞ'lerinin kuruluşu ülke ihracatını arttırmak amacıyla özendirilmiştir.

Aslında bu özendirme 1962 yılında uygulamaya konulan ve günümüzde «G. Kore Modeli» diye nitelenen ihracata dayalı sanayileşme modelinin

özelliklerinden birisidir. G. Kore'de bu modelin uygulamaya konmasından itibaren belli başlı üç aşama kaydedilmiştir. İlk hamlenin başladığı 1960'lı yıllarda tüm ihracata sağlanan destek, ikinci aşama olan 1970'li yıllarda merkezileştirmeye yönelik önlemlere dönüşmüştür. Bu aşamada hükümet tarafından konulan ölçütlerle «GTŞ»leri oluşturulmuştur. 1975 yılında 5 şirket Kore hükümetince GTŞ olarak nitelendirilmiştir. Ondan sonraki yıllarda GTŞ'lerinin sayısı 13'e çıkmış, günümüzde ise 9'a düşmüştür. Üçüncü aşama olan yetmişli yılların sonunda GTŞ'leri dahil tüm teşvikler kaldırılmıştır. Üçüncü aşamanın tamamlanmasından sonra (bugünkü durum olarak kabul ediliyor) G. Kore ihracatı her geçen gün artmaya başlamıştır. (International Trade Centre Unctad/Gatt, 1984)

Çizelge 2'den de görüleceği üzere 1975 yılında 5 milyar dolar olan G. Kore ihracat hacmi 1983 yılında 4,8 kat artarak 24 milyar dolara ulaşmıştır. Bu süreç içerisinde GTŞ'lerinin payı %13,6'dan %50,5'e çıkmıştır. Böylece Kore GTŞ'leri ülke ihracatında önemli bir yere ulaşmış oldular.

Çizelge 2 : Kore Genel Ticaret Şirketlerinin Toplam İhracattaki Payları (1975-1983)

Yıllar	GTŞ'lerinin toplam ihracatı	Toplam ülke ihracatı	GTŞ'lerinin payı (%)
1975	739	5.427	13,6
1976	1.476	8.115	18,2
1977	2.884	10.475	27,5
1978	3.584	12.713	28,2
1979	5.328	15.055	34,8
1980	7.183	17.055	41,0
1981	9.127	20.993	43,5
1982	10.535	21.616	48,7
1983	12.243	24.223	50,5

Kaynak: Chang-Kyun Shin, «Korean General Trading Companies A Study of Their Development and Strategies», Doctoral Thesis, The George Washington University. 1984.

G. Kore hükümeti GTŞ'leri modelini uygulayarak ihracatta önemli bir aşama kaydetmiş, 1978 yılında 10 milyar dolar olarak hedeflediği ihracat değerine ulaşmıştır. Bu şirketler Kore'nin milli gelirinin ve üretimde verimliliğin artmasını sağlamıştır. Ayrıca bu şirketlerin kurulmasıyla dış ticarette bilgi birikimi oluşmuş, özellikle ağır sanayi ve kimyasal ürün-

lerin ihracatı artmıştır. İhracat yapılan ülkelerin sayısında da artma görülmüştür. Kısaca KGTŞ'lerinin ulusal ekonomi üzerindeki etkileri şöyle özetlenebilir;

i. Verimlilik : Pozitif

ii. Ulusal ekonominin boyutlarının büyümesi
— Gelecekte büyüme temelinin oluşturulması
— Üretkenlik artışı

iii. Ulusal iktisadi yapılanmanın gelişimi
— Ticarî tecrübe ve bilgi birikimi
Ağır sanayi ve kimyasal ürün ihracatının artması
— İthalât yoluyla hammadde arzının dengelenmesi
— İhracat alanının genişlemesi (Cho, 1985).

TÜRKİYE'DE GENEL TİCARET ŞİRKETLERİ

18 Temmuz 1980 tarihinde «İhracat Şirketlerini Teşvik Kararı»nın yürürlüğe konmasıyla Türkiye'de de Japonyadakilere benzer GTŞ'lerinin kurulması özendirilmeye başlanılmıştır. (Başlangıçta «İhracatçı Sermaye Şirketi», bugün ise «Dış Ticaret Sermaye Şirketi (DTSŞ)» olarak adlandırılmaktadırlar. Yazı içinde bu kavramlarla aynı anlama gelen ve uluslararası işletmecilik literatüründe yaygın olarak kullanılan GTŞ kavramı tercih edilecektir.) GTŞ uygulaması, 1980 yılı başında yürürlüğe konulan ekonomik istikrar programı ve dışa açılma politikasının stratejilerindendi. Proğramın temel hedeflerinden birisi, süratle ihracata yönelerek döviz gelirlerinin arttırılmasıydı. Buradaki mantık, Türk mallarının dünya pazarlarından pay alması için eniyi hizmetin verilmesi, böylece kazanılan dövizlerle ithal gücünün arttırılması ve dış ödemelerin zamanında yerine getirilmesiydi. İhracatın hızla geliştirilmesi ve ihracat gelirlerinin artışında sürekliliğin sağlanabilmesi için, ihracatın örgütlü planlı ve belli bir uzmanlık düzeyine erişmiş profesyonel ihtisas kuruluşları aracılığıyla yapılması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır.

18.7.1980 tarih ve 8/1173 sayılı «İhracatçı Şirketleri Teşvik Kararı» üretimci olmayan ihracatçı sermaye şirketleri eliyle yapılacak ihracatın geliştirilmesi ve teşviki esaslarını düzenlemektedir. İhracatçı Sermaye Şirketleri'nin kendileri için özel olarak düzenlenen teşvik tedbirlerinden faydalanabilmeleri için kararda belirtilen ihracatçı sermaye şirketi tanımına uymaları gereklidir. Bu tanımın limitleri 12.1.1984 tarihinde yürürlüğe giren 84/7557 sayılı «İhracatı Teşvik Kararı» ile değiştirilmiştir. Ayrıca bu karar ile «Dış Ticaret Sermaye Şirketi» (DTSŞ) olarak adlandırıl-

maya başlanmışlardır. En son yayınlanan İhracatı Teşvik Kararında ise bugün geçerli olan tanımı yapılmıştır. Buna göre; «ödenmiş sermayeleri enaz 500 milyon TL olan veya ihracatı teşvik belgesi tarihinden itibaren 12 ay içinde ödenmiş sermayelerini bu miktara çıkaracaklarını taahhüt eden anonim, limited veya sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketlere «DTSŞ» denilmektedir. Bu şirketlerin ihracatı teşvik tedbirlerinden yararlanabilmeleri için Devlet Planlama Teşkilâtı'na yapılan müracaat esas alınarak geçen bir yıllık ihracatının (%75'i sınai mamul ve maden olmak üzere) en az toplam 30 milyon ABD doları olması gerekmektedir.

Çizelge 3'de görüldüğü gibi, ihracatçı sermaye şirketlerini teşvik kararının yayınlandığı 1980 yılında gerçekleştirilmesi gereken 15 milyon dolarlık ihracat sınırını aşarak GTŞ olmaya hak kazanan 5 şirket bulunmaktadır. Bir yıl sonra 1981'de sayıları 7'ye, 1982'de 17'ye, 1983'de 22, 1984'de 24 ve 1985'de 26'ya ulaşmıştır.

GTŞ'leri sistemi Türkiye'de yedi yıldır uygulanmaktadır. Uzun sayılamayacak bu süre içerisinde TGTŞ'leri GTŞ fonksiyonlarından bazılarını geliştirmeye başlamışlardır. Japonyadakiler kadar önemli ölçüde olmasa da; hammadde ithal edip, mamul madde ihraç ederek, ticarî aracılık rolünü yerine getirmişlerdir. Daha yoğun ve doğru bilgi sağlamak amacıyla yurtdışı büro ve temsilciliklerin sayısında hızlı bir artış gözlenmektedir.

Türk Genel Ticaret Şirket'lerinin (TGTŞ) en önemli faaliyet alanı ve kuruluş amacı ihracattır. Bu yüzden kuruluşlarından bu yana ülkemiz toplam ihracatı içinde GTŞ'lerinin payı giderek artmaktadır. 1980-1986 yılları arasında ülke ihracatı Çizelge 4'den görüldüğü üzere %155,7 oranında artarken aynı dönemde GTŞ'lerinin ihracat artışı %2218 oranında gerçekleşmiştir. Ancak, Çizelge 3'den toplam ülke ihracatı ve GTŞ'lerinin ihracat gelişimleri incelendiğinde heriki gelişme arasında sürekli bir paralellik olduğu da söylenemez. İhracata yönelik yeni politika doğrultusunda ilk önlemlerin alındığı ve ihracatımızın %61,6 gibi büyük bir atılım gösterdiği 1981 yılında GTŞ'lerinin payı Çizelge 3'den görüleceği üzere ancak %7,2 oranındadır. 1982 yılında ise ülke ihracatı %22 artarken, GTŞ'lerinin payı %9,6 artarak ülke ihracatı içindeki payları %16,8'e ulaşmıştır. 1983 yılında toplam ihracatımız %0,33 oranında azalırken GTŞ'lerinin payı yıllar itibariyle en hızlı artışı yaparak %30,2'ye ulaşmştır. Dolayısıyla 1984 yılına kadar söz konusu şirketlerin, ihracatın teşvikine önemli ölçüde katkıda bulundukları söylenemez. Ancak 1984 yılında olumlu bir gelişme görülmüştür. İhracatımız %24,5 artarken bu toplam değer içinde GTŞ'lerinin payı %38,9'a ulaşmıştır. Bu belli bir gelişmenin sonucu olarak görülerek GTŞ'lerinin etkinlikleri konusunda da ümit verici olacağı ileri sürülmüştü. Fakat 1985 yılı sonunda ihracatımız %11,6 oranında artarken, GTŞ'lerinin toplam ülke ihracatı içindeki payının %4,1 azalması

Çizelge 3 : GTŞ'lerinin Gerçekleştirdikleri İhracat Miktarları
(Milyon ABD $)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
AK-PA	22,3	50,9	94,0	122,7	112,3	135,5	112,3
Anadolu	—	—	18,5	55,0	176,6	104,9	142,4
Batı	—	15,8	36,2	41,5	46,5	31,1	30,2
Borusan	—	—	17,3	40,9	51,9	73,1	92,2
Cam Pazarlama	27,0	44,9	46,9	66,9	112,3	153,0	166,2
Çotaş	—	—	—	—	70,0	80,2	101,0
Çukurova	—	—	80,3	82,5	86,4	88,0	92,4
Edpa	—	—	51,0	87,0	155,0	160,0	184,2
Ekinciler	—	—	19,4	16,0	51,0	83,3	73,7
Eksel	—	85,2	—	15,0	47,2	24,4	x
Enka	30,0	—	192,9	313,7	341,0	304,0	317,7
Erpeks	—	58,2	—	—	—	31,7	68,0
Exsa	16,5	—	97,2	130,0	178,9	199,8	184,0
Fepaş	—	—	—	—	38,4	46,2	68,2
İmeks	—	—	—	43,4	108,8	54,4	39,0
İzdaş	—	20,0	37,1	60,3	70,4	142,0	145,5
Menteşoğlu	—	—	44,9	118,8	149,8	152,8	170,9
Mepa	—	—	28,9	118,0	205,9	178,0	134,0
Meptaş	—	—	—	23,1	66,9	78,2	120,8
Okan	—	—	—	—	—	44,7	55,0
Penta	—	65,0	—	22,8	61,3	66,5	113,2
Ram	40,0	—	112,5	176,0	220,0	180,0	185,0
Süzer	—	—	18,5	38,0	108,7	87,6	102,0
Tekfen	—	—	19,3	53,8	141,0	185,0	254,0
Temel	—	—	—	18,0	70,0	63,0	114,5
Yaşar	—	—	55,5		101,7	100,0	81,6
TOPLAM	135,8	340,0	970,4	1.730,5	2.772,0	2.847,4	3.147,9
Toplam ülke ihracatı	2.910,0	4.702,9	5.746,0	5.727,8	7.133,6	7.958,0	7.441,9
GTS'lerinin payı	4,6	7,2	16,8	30,2	38,9	35,8	42,3

x — Kesin sonuçlar henüz açıklanmamıştır.

Kaynak : Türkiye Dış Ticaret Derneği, Dış Ticarette Durum, Sayı 3, Mart 1987.

Çizelge 3 : GTŞ'lerinin Gerçekleştirdikleri İhracat Miktarları
(Milyon ABD $)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986
AK-PA	22,3	50,9	94,0	122,7	112,3	135,5	112,3
Anadolu	—	—	18,5	55,0	176,6	104,9	142,4
Batı	—	15,8	36,2	41,5	46,5	31,1	30,2
Borusan	—	—	17,3	40,9	51,9	73,1	92,2
Cam Pazarlama	27,0	44,9	46,9	66,9	112,3	153,0	166,2
Çotaş	—	—	—	—	70,0	80,2	101,0
Çukurova	—	—	80,3	82,5	86,4	88,0	92,4
Edpa	—	—	51,0	87,0	155,0	160,0	184,2
Ekinciler	—	—	19,4	16,0	51,0	83,3	73,7
Eksel	—	85,2	—	15,0	47,2	24,4	x
Enka	30,0	—	192,9	313,7	341,0	304,0	317,7
Erpeks	—	58,2	—	—	—	31,7	68,0
Exsa	16,5	—	97,2	130,0	178,9	199,8	184,0
Fepaş	—	—	—	—	38,4	46,2	68,2
İmeks	—	—	—	43,4	108,8	54,4	39,0
İzdaş	—	20,0	37,1	60,3	70,4	142,0	145,5
Menteşoğlu	—	—	44,9	118,8	149,8	152,8	170,9
Mepa	—	—	28,9	118,0	205,9	178,0	134,0
Meptaş	—	—	—	23,1	66,9	78,2	120,8
Okan	—	—	—	—	—	44,7	55,0
Penta	—	65,0	—	22,8	61,3	66,5	113,2
Ram	40,0	—	112,5	176,0	220,0	180,0	185,0
Süzer	—	—	18,5	38,0	108,7	87,6	102,0
Tekfen	—	—	19,3	53,8	141,0	185,0	254,0
Temel	—	—	—	18,0	70,0	63,0	114,5
Yaşar	—	—	55,5		101,7	100,0	81,6
TOPLAM	135,8	340,0	970,4	1.730,5	2.772,0	2.847,4	3.147,9
Toplam ülke ihracatı	2.910,0	4.702,9	5.746,0	5.727,8	7.133,6	7.958,0	7.441,9
GTS'lerinin payı	4,6	7,2	16,8	30,2	38,9	35,8	42,3

x — Kesin sonuçlar henüz açıklanmamıştır.

Kaynak : Türkiye Dış Ticaret Derneği, Dış Ticarette Durum, Sayı 3, Mart 1987.

İhracatı teşvik tedbirlerinin önemli bir basamağını oluşturan ve ülkemizin dış ticaret politikasına yeni bir çerçeve getiren GTŞ'leri kuruluşlarından bu yana ülke ekonomisindeki etkinliklerini giderek arttırmışlardır. Modelin uygulandığı tüm ülkelerde, kuruluş dönemlerinde bazı aksaklıkların ortaya çıkması doğal bir gelişme olarak gözlenmiştir. Bu durumda ülkeler, gerek ilgili mevzuatta, gerekse sağladıkları teşviklerde zaman zaman değişiklikler yaparak sorunlara çözüm yolları aramışlardır. Ülkemizdeki GTŞ'leri içinde oluşumlarından bu yana çeşitli nedenlere dayanan ve henüz çok yeni oldukları için modelin oturmamasından kaynaklanan benzeri sorunlar söz konusu olmuştur. Bu sorunların en önemlileri; pasif ihracat, hayali ihracat, yurtdışında birbirleri ile rekabet, idari ve teşkilâtlanma sorunları, küçük ihracatçılarla ilişkilerin zayıflaması ve ithalâta yönelmeleridir. Ancak tüm problemlere rağmen, 1986 yılı itibariyle toplam ihracatımızın %42,3'ünü, toplam ithalâtımızın %40,6'sını gerçekleştiren bu şirketlerin ülkemiz dış ticaret politikasındaki etkinlikleri gözardı edilemiyecek bir gerçektir.

GTŞ'leri kuruluşlarından bu yana belirli mesafeler katettikleri halde, gerek yapılanmaları, gerekse faaliyetleri açısından kendilerinden beklenen niteliğe kavuşabilmeleri için alınabilecek önlemlere de gereksinim duymaktadırlar. Bu şirketlere; ihracatta teşviklerin arttırılmasıyla ihracatın genişlemesi arasındaki paralellik gözönüne alınarak, 1987 yılı için geniş teşvikler verilmiştir. Ancak, GTŞ'lerinin, bu teşviklerin zaman içinde kaldırılabileceği varsayımıyla, kısa sürede büyüme politikasını bırakıp, ileriye dönük stratejiler doğrultusunda, organizasyon ve kaynak yapılarını düzenlemeleri ve varoluş nedenlerini oluşturan ilkelerin bilincinde ve bu ilkeler doğrultusunda faaliyet göstermeleri gerekmektedir.

V. SONUÇ

Dışa açılmanın Türkiye için bir zorunluluk haline gelmesi sonucunda, ekonomiyi dış pazarlara yöneltmeyi amaçlayan bir ekonomik istikrar ve dışa açılma proğramı 1980 yılı başında uygulamaya konmuştur. Bu çalışmanın konusunu teşkil eden GTŞ'leri dışa açılma stratejisinin önemli bir parçası olarak kabul edilen özgün kuruluşlardır. Bu tür kuruluşların ilk ve en etkin örneği geçen yüzyılda ortaya çıkan Japon GTŞ'leridir.

Bugün Türk GTŞ'lerinin Türk dış ticaretindeki konumlarına bakıldığında bu kuruluşların kendilerinden beklenen düzeye henüz yeterince gelemedikleri, bir başka deyişle ihracata ilişkin mevcut sorunlara tam anlamıyla çözüm olamadıkları dikkati çekmektedir. 1980'li yıllardan itibaren ihracatta kaydedilen büyümede bu kuruluşların önemli bir katkısının bulunmaması, dış pazarlarda yoğun rekabet sonucu aşırı fiyat indi-

rimlerine gidilmesi, pasif ihracat, bazılarının organizasyon yapılarını yeterince geliştirememeleri, araştırma ve geliştirme faaliyetlerine yeterince eğilinmemesi önde gelen aksaklıklar arasında sayılabilir. Mevcut bütün GTŞ'leri için söz konusu olmayan bu aksaklıklar sonuçta yine de modele maledilmektedir. Çözüm olarak; kısa vadede büyümeyi, teşvikler dayanarak ayakta durmayı ve bu yolla kâr elde etmeyi hedefleyen faaliyetler yerine, şirket çıkarlarıyla ekonominin çıkarlarını en iyi bağdaştıran uzun vadeli stratejilere yönelinmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR :

Geveci, Ruhat ve Nursun Beşeli. (1986); **Dış Ticaret Sermaye Şirketleri,** Ankara: İgeme Yayınları.

International Trade Centre Unctad/Gatt. (1984); **The Export Performance of Republic of Korea 1961-1982,** Genova.

Kunio, Yoshihara. (1984); **Sogo Shosha: The Vanguard of the Japanese Economy,** Tokyo: Oxford University Press.

Jetro Marketing Series 2 (1983); **The Role of Trading Companies in International Commerce,** Tokyo.

Sogo Shosha Committee JFTC Inc. (1985); **The Sogo Shosha: What They are and How They Work for You?,** Tokyo.

MAKALELER :

Daido, Eisuke. (1976); **Why are They 'General Trading Firms'?»,** **Japanese Economic Studies,** Vol IV, Summer, 44-62.

Yoshihara, Hideki (1981); «Research on Japan's General Trading Firms: An Overview», **Japanese Economic Studies,** Spring: 61-86.

BİLDİRİLER :

Cho, Dong-Sung. (1985); «General Trading Company Concept: Korean Experience and Strategy», **Seminar Notes,** January, Seail National University.

TEZLER :

Shin, Chang-Kyun. (1984); **Korean General Trading Companies: A Study of Their Development and Strategies,** Doctoral Thesis, The George Washington University.

GENERAL TRADING COMPANIES MODEL IN JAPAN, SOUTH KOREA AND TURKEY

In the last ten years, there has been increasing interest in many nations in establishing general trading companies (GTCs) to promote exports. Because of the Japan's trade performance, which was due to their GTCs (Sogo Shosha), other countries, including S. Korea, USA, Brazil, Thailand, Philippines, Malaysia and Turkey, have attempted to achieve simalar steecess by developing their own GTCs.

The purpose of this paper are three-fold: (1) to examine GTCs from a historical perspective by focusing on the Japanese model, (2) to provide a brief overview of the Korean General Trading Companies were patterned after the JGTCs, (3) to describe the background and development of Turkey GTCs and to evaluate the role and performance of TGTCs to the export sector of Turkey.