



ÇERKEZKÖY
TİCARET VE SANAYİ ODASI

İHRACATIN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

SAHA ÇALIŞMASI

Y.Aslım GÜNDÜZ

Uluslararası İlişkiler Uzmanı

EKİM 2016

Araştırmanın Amacı

Araştırmada, Çerkezköy bölgesinde imalat sanayindeki firmaların ihracatta önündeki engellerin, karşılaşılan zorlukların belirlenmesi ve sorunlara yönelik değerlendirme ve gerekli eylemlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırma, Çerkezköy bölgesinde imalatçı olarak faaliyet gösteren firmaların en son 2015 yılına ait durumları dikkate alınarak yapılmıştır.

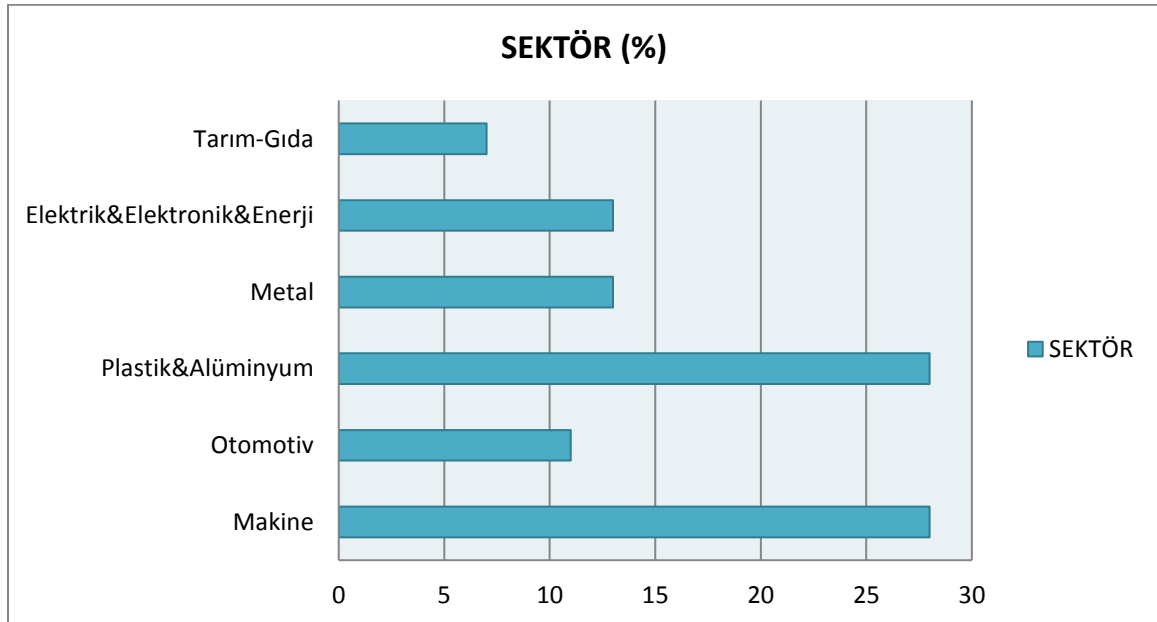
Araştırmanın Sınırlılıkları

İhracatın önündeki engeller isimli bu çalışma Çerkezköy bölgesindeki firmaları kapsayan bir saha çalışmasıdır. Bölgenin ihracat konusunda mevcut durumunu ortaya koymaktadır. Toplam 7 sorudan oluşan anket birebir görüşme şeklinde katılımcılara yönlendirilmiştir. Alınan bilgiler, derlenerek alt başlıklar altında sunulmuştur. Anket toplam 26 firmayı kapsamaktadır.

Bulgular

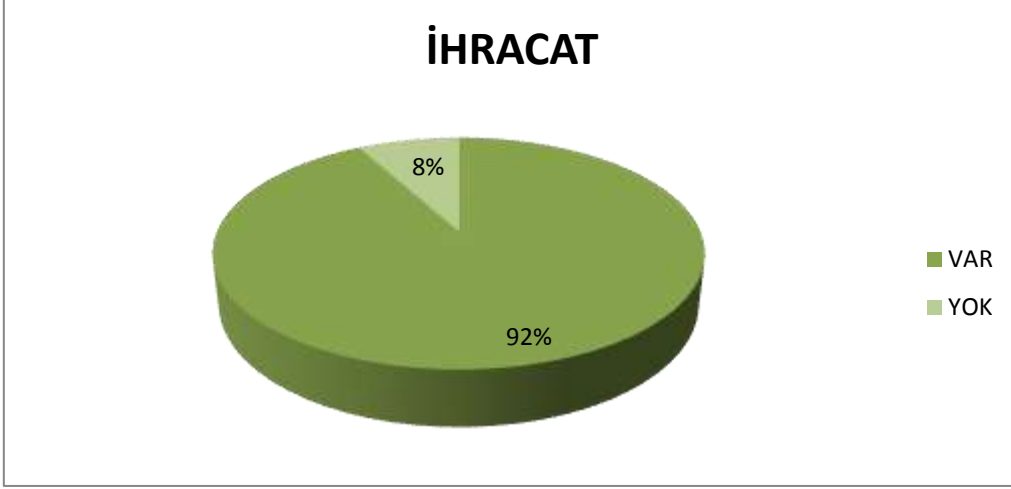
İhracatın önündeki engeller saha çalışmasında 30 adet firma ile görüşülmüş, 26 firmayla ilgili bilgi toplanmıştır. Firmaların %50'den fazlası KOBİ statüsünde işletmelerden oluşmaktadır. Çalışma Çerkezköy Ticaret ve Sanayi Odası üyeleriyle birebir görüşülüp cevap alınması şeklinde hazırlanmıştır. Firmalara yöneltilen soru adedi 7 olup firmaların %80'inden fazlasında üst düzey yöneticilerle görüşülmüştür.

S.1 Ürünleriniz hangi sektöre hitap ediyor?



- 26 firmanın sektör dağılımına bakıldığında %30'a yakın makine sektöründen, yine %30'a yakın oranla plastik-alüminyum sektöründen oluşmaktadır. %15'e yakın kısmı metal sektörü ve yine %15 kadarı da elektrik-enerji sektöründe faaliyet göstermektedir.

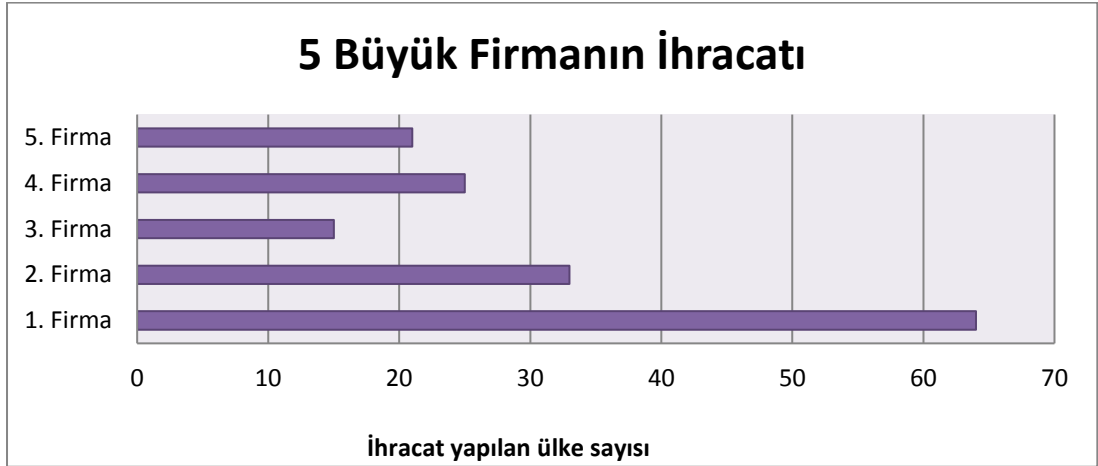
S.2 İhracatınız var mı?



- 26 adet firmada sadece %8'lik dilimde bulunanların herhangi bir ihracatı bulunmamaktadır. %90'dan fazlasının ise çeşitli ülkelere ihracatları vardır.

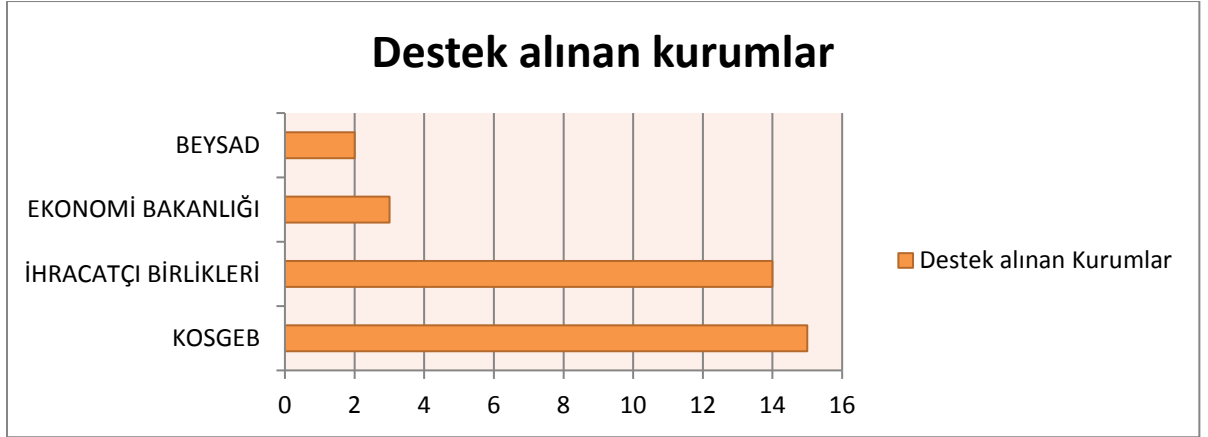
S.3 Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

- Firmaların ihracatları KOBİ statüsünde ve KOBİ statüsünde olmamalarına göre değişmektedir. KOBİ statüsünün dışında olan büyük firmalar dünya üzerinde çeşitli ülkelere ihracat yapmaktadır.



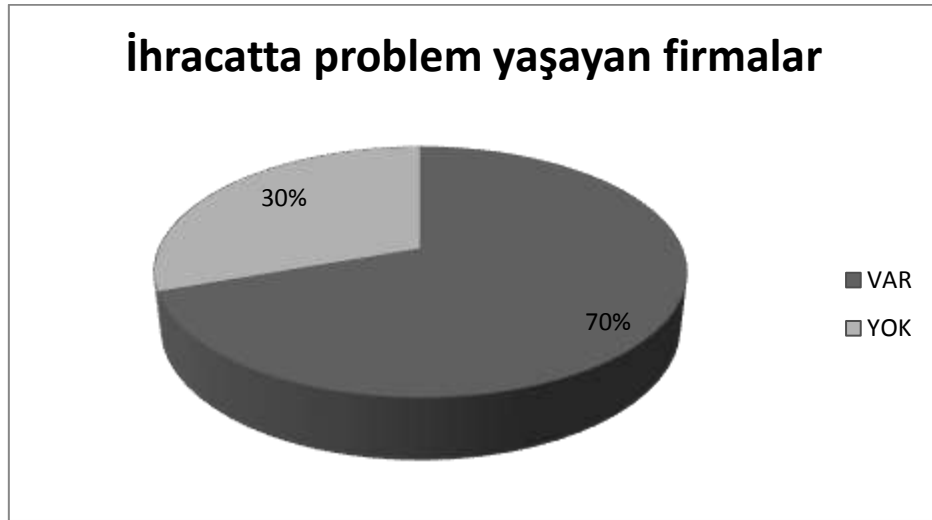
- İhracat yapan 5 büyük firmaya baktığımızda 1. Firmanın 65'e yakın ülkeye ihracatı olduğu görülmektedir. En az ülkeye ihracat yapan firmanın 15 ülkeye ihracatı vardır.
- Geri kalan firmaların en çok ihracat yaptığı ülkeler sırasıyla Almanya, Yunanistan, Bulgaristan, Romanya, Cezayir, Hollanda, Kıbrıs, İran, İngiltere, Mısır, Tunus, İtalya gibi çeşitli ülkelerdir. İhracat yapılan ülkeler arasında Avrupa bölgesinde çoğunluk olduğu görülmektedir.

S.4 İhracat ile ilgili hangi desteklerden yararlanıyorsunuz?



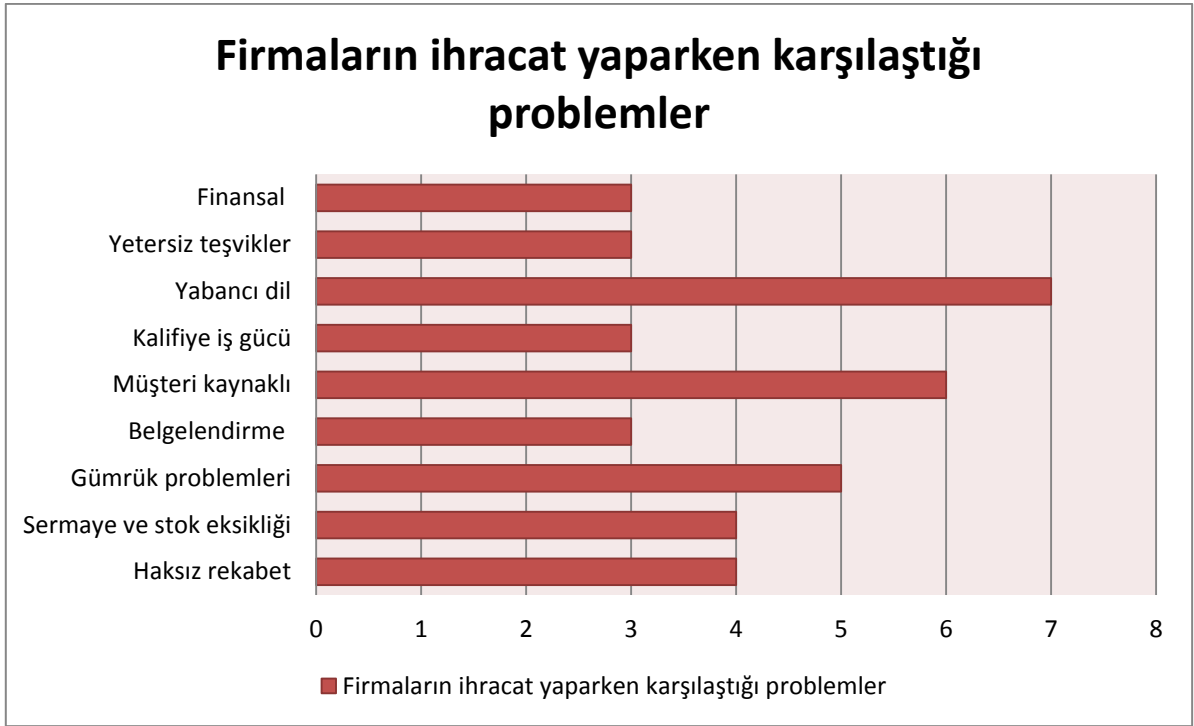
- Firmaların 15 tanesi KOSGEB desteklerinden ve 14 tanesi ihracatçı birliklerinden yararlanmaktadır. KOSGEB ve Ekonomi Bakanlığı destekleri yurt dışı iş gezisi ve fuar katılımı sebebiyle tercih edildiği görülmektedir. Buna rağmen Ekonomi Bakanlığının desteklerinden faydalanan firma sayısı sadece 3'tür. Desteklere bakıldığında yine yurt dışı iş gezisi-fuar desteği buna ek olarak ise Ekonomi Bakanlığının ihracat ile alakalı araştırma raporlarından faydalanılmaktadır. Son olarak 4 adet işletme ise herhangi bir destek almamaktadır. Bunun sebepleri arasında firmaların ihracatının bulunmaması veya KOBİ statüsünde olmadıkları için destek alma haklarının olmaması söylenebilir. Geri kalan İhracatçı Birlikleri, BEYSAD gibi kurumlardan devlet teşvikleri gibi destekler olmamasından dolayı bilgilendirme, pazar araştırmaları gibi desteklerden faydalanılmaktadır.

S.5 ihracat yaparken karşılaştığınız problemler var mı?



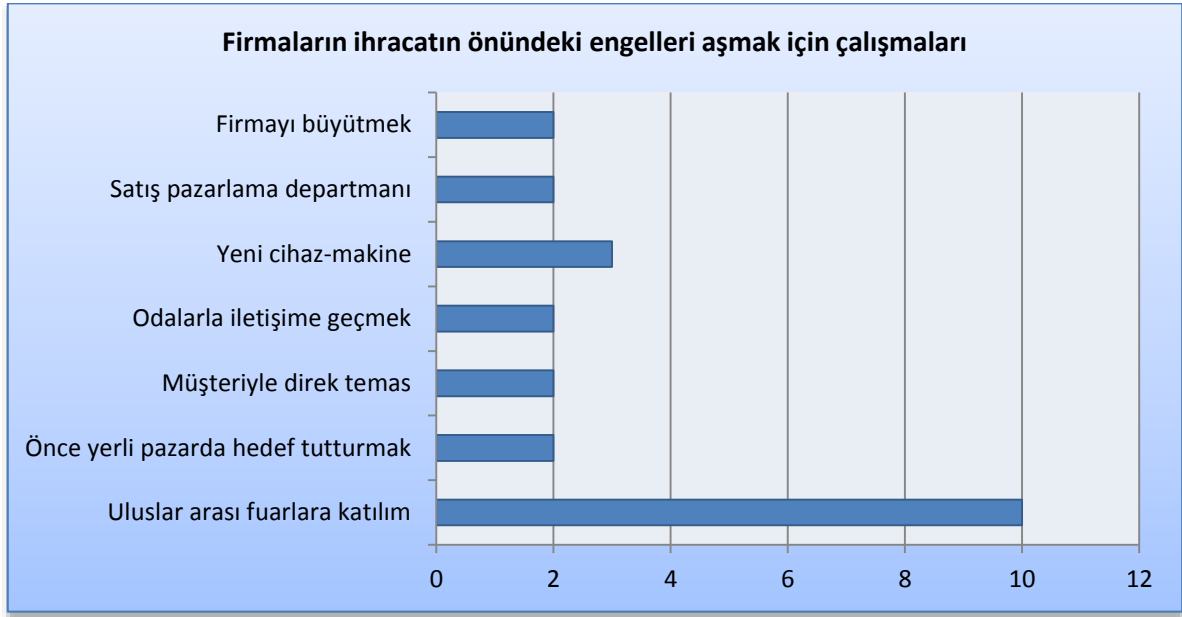
- İhracat yapan firmaların %70'i çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalırken %30'luk kısmı ihracat ile ilgili herhangi bir sorun yaşamadıklarını dile getirmiştir.

S.6 İhracata karşılaşılan engeller nelerdir?



- İhracat yapan firmaların çoğunluğu ihracat sırasında problemlerle karşılaşmaktadır. Karşılaştıkları problemler yukarıdaki grafikte verilmiştir. Grafiğe bakıldığında en büyük problemin yabancı dil olduğu görülmektedir. 7 adet firma yabancı dil ile alakalı problem yaşadığını dile getirmiştir.
- İkinci önemli problemlerden biri ise müşteri kaynaklı oluşmaktadır. Müşteriye karşı güven duygusunun zedelenmiş olması gibi sebeplerden 6 adet firma sorun yaşamaktadır.
- Sonrasında gümrük ile ilgili problemler gelmektedir. 5 adet firma gümrük işlemlerinin düzenli yürümediğinden ve kontrollerin yapılmasıyla alakalı olarak sıkıntılar yaşadıklarını dile getirmişlerdir.
- Haksız rekabet ve stok eksikliği konuları da ihracatın önünde engeller olarak firmaların karşısına çıkmaktadır. Asya ülkelerinin daha ucuz olması sebebiyle tedarikçilerin orada bulunan firmalara yönelmesine neden olmaktadır. Aynı zamanda stok eksikliği ve talebi karşılayamamakta müşterinin ucuz pazarlara yönelmesine sebep olmaktadır.

S.7 Bu engelleri aşmak için neler yapıyorsunuz?



- İhracat yapan firmalardan 10 tanesi engelleri aşmak için uluslar arası fuarlara katılım göstermeye çalıştıklarını veya katılım göstermenin gerekliliğini vurgulamışlardır.
- Bunun dışında yeni cihaz ve makine alımı yaparak kaliteyi yükseltmek veya bir takım kampanyalar oluşturmak firmaların ihracatını geliştirmeye yönelik çözümlerinden bir tanesidir.
- Firmalar engelleri aşmak için çeşitli cevaplar vermişlerdir. Bunların arasında “önce yerli pazarlarda hedeflerini tutturmak ve daha sonrasında uluslar arası pazarlara açılmak, müşteri ile direk temasa geçerek heyet ziyaretlerinde bulunmak veya ürünleri yerinde ziyaret için davette bulunmak, yurtdışındaki odalarla iletişime geçerek yurtdışındaki pazarlar hakkında bilgi toplamak veya toplantılarda müşteri ile direk iletişime geçme olanakları bulmak ve daha kapsamlı yurtdışı pazarlarına ulaşabilmek için genişlemeye gitmek” bulunmaktadır.

- Firmaların ihracat yaparken karşılaştıkları engellere bakıldığında en büyük oranın yabancı dil eksikliği olduğu görülmektedir. Buna göre işletmelerin ihracat departmanının da bulunması gereken en önemli özelliklerinden bir tanesi personellerin yabancı dil bilmesidir. Bu konuyla ilgili imkanlar dahilinde çalışmalar yapılabilir veya geliştirmek için destek mekanizması geliştirilebilir.
- Firmaların devlet teşviklerinden haberdar olması ve teşviklerden yararlanabilmesi için bilgilendirmeler yapılabilir. Bu bilgilendirmeler için Ticaret ve Sanayi Odaları ve Organize Sanayi Bölgeleri çalışmalar hazırlayabilir, toplantı düzenleyebilir. Bu konuyla alakalı olarak farkındalık yaratılması firmaların ihracat kapasitelerini geliştirebilmeleri için önem taşımaktadır.
- Müşteriye karşı güven duygusunun oluşması açısından bölgede heyet ziyaretlerinin düzenlenmesi, organizasyonlar yapılması firmaların birebir görüşme imkanlarının sağlanması yine ihracat kapasitelerinin geliştirilebilmesi için bir ortam oluşturulabilir.
- İhracat hedefi olan ve yeni pazarlara açılmak isteyen firmalar o ülkeler hakkında pazar araştırmasında bulunabilir ve orada bulunan ticaret müşavirlikleriyle iletişime geçerek yardım talep edebilir.
- Firmaların ihracatlarını artırabilmesi için fuar katılımları büyük önem taşımaktadır. Fuar katılım desteği veren kurumların bu konuyla alakalı firmalara bilgilendirme yapması veya destekleriyle alakalı seminerler düzenlemesi de önem göstermektedir.