



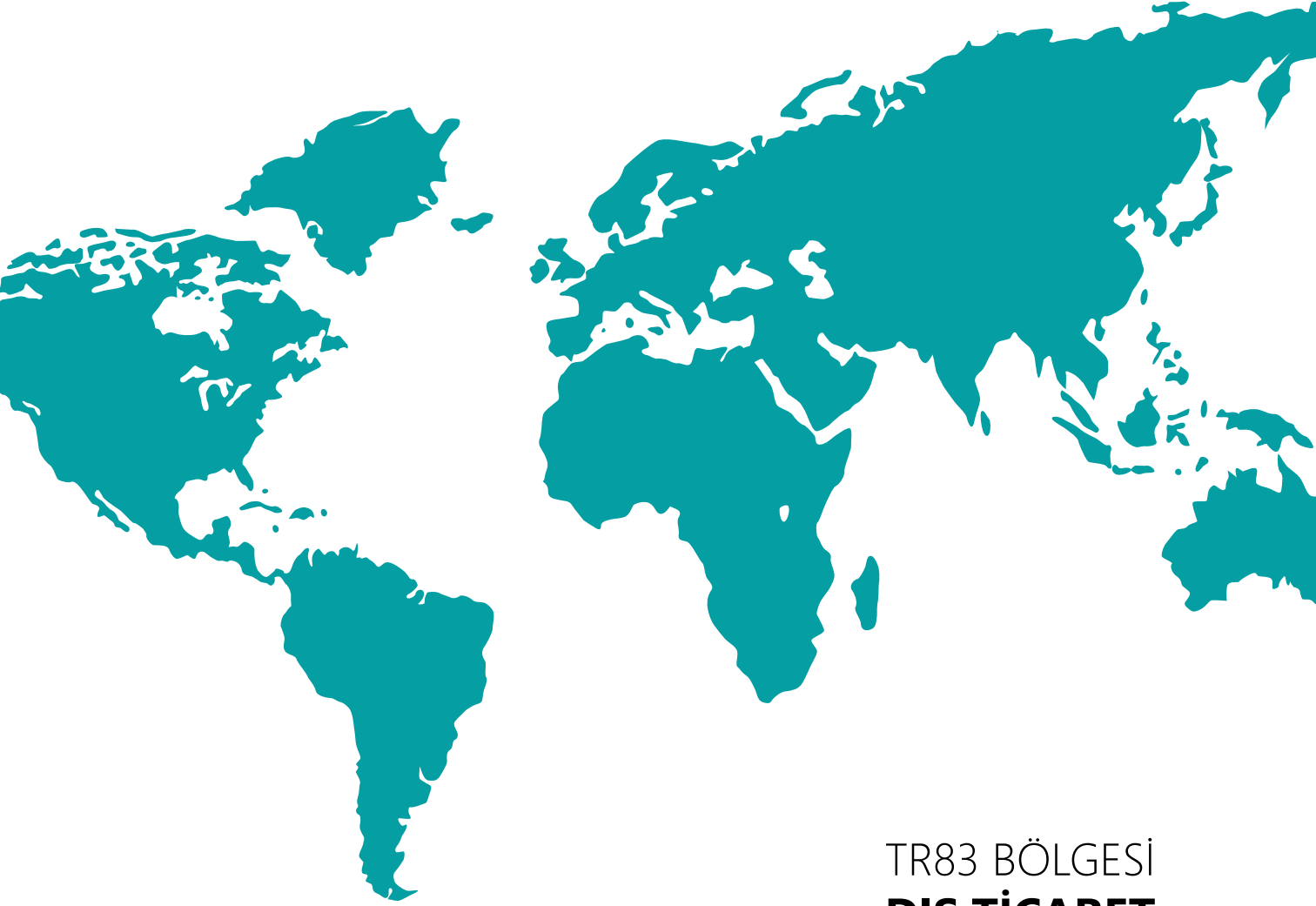
OKA

ORTA KARADENİZ KALKINMA AJANSI
MIDDLE BLACK SEA DEVELOPMENT AGENCY

TR83 BÖLGESİ DIŞ TİCARET ANALİZ RAPORU



AMASYA
ÇORUM
TOKAT
SAMSUN



TR83 BÖLGESİ
DIŞ TİCARET
ANALİZ RAPORU

2014

I. GİRİŞ	3
II. AMAÇ / KAPSAM / YÖNTEM	4
III. TR83 BÖLGESİ İHRACAT BİLGİLERİ	5
IV. İHRACAT ANKETİ SONUÇLARI	7
V. İMALAT FİRMALARIYLA BİREBİR GÖRÜŞMELER	28
VI. KURUMLARIN İHRACAT DESTEKLERİ	29
VII. DEĞERLENDİRME	31
VIII. KAYNAKÇA	32

giriş

Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı (OKA)'nın görevlerinden biri "Bölgenin kaynak ve olanaklarını tespit etmeye, ekonomik ve sosyal gelişmeyi hızlandırmaya ve rekabet gücünü artırmaya yönelik araştırmalar yapmak/yaptırmaktır".

Ajansın Bölge Planı olan Yeşilirmak Havzası Gelişim Projesi'nin bir eksenini "İşletmelerin Rekabet Gücünün Artırılması ve Dışa Açılma"dır.

İhracat konusuna Ajansımız tarafından büyük önem verilmektedir. Ajansın ilk proje teklifi çağrısında KOBİ'lerin "ihracat" kapasitelerini artırmaya yönelik bir tercih yapması, bunun önemli göstergelerinden biridir. Yine 2011 yılında "KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Artırılması ve Dış Ticaretin Geliştirilmesi Mali Destek Programı"na çıkmıştır. Bu iki programda 30 milyon TL'ye yakın hibe sağlanmıştır.

2014 yılında bölgede faaliyet gösteren ve öncelikle katma değer yaratma kapasitesi yüksek olan KOBİ'lerin uluslararası düzeyde rekabet güçlerinin artırılması, AR-GE ve yenilik kapasiteleri ile birlikte ihracata dönük ileri teknoloji, kalite ve katma değere sahip ürün geliştirme ve üretme imkanlarının geliştirilmesini hedefleyen bir programa daha çıkmıştır. Program kapsamında hibe almaya hak kazanan işletmelere 15 milyon TL hibe sağlanacaktır.

Onuncu kalkınma planında büyüme stratejisi olarak öngörülen süreçte "Verimlilik artışı ve sanayileşmenin hızlandırılması yoluyla ihracata dayalı, özel sektör öncülüğünde, rekabetçi üretim yapısının geliştirilmesi" yoluyla istikrarlı büyümenin sağlanması hedeflenmektedir.

II. AMAÇ / KAPSAM / YÖNTEM



Amaç

Bu çalışmanın amacı, OKA tarafından TR83 Bölgesi'ndeki imalat yapan firmaların ihracat konusundaki kapasiteleri, beklentileri, ihracat yapmaları önündeki engellerin ve karşılaşılan zorlukların ölçülmesi ve bunlara ilişkin değerlendirme ve öneri geliştirmektir.

Kapsam

Bu çalışmanın kapsamı, TR83 Bölgesi'nde imalat sektöründeki firmaları içermektedir, yani Nace Rev.2 Kodu C:İmalat olan firmalardır. Yöntem kısmında belirtilen anketi dolduran firmalar değerlendirmeye alınmıştır.

Yöntem

Çalışma birkaç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın başında TR83 Bölgesi'nin ihracatı ile ilgili kısa bilgiler verilmiştir. Böylece, TR83 Bölgesi'nin ihracat konusunda mevcut durumu ortaya konulmaktadır.

Ardından, imalatçı firmaların doldurduğu anketin detaylı bir görünümü ortaya konulmaktadır. Toplam 47 adet soru hazırlanmış olup verilen cevaplar doğrultusunda anket katılımcıları yönlendirmiştir. Anket bir elektronik anket aracıyla hazırlanıp Bölgedeki imalatçı firmalara gönderilmiştir. 60 firmadan gönderilen cevaplar derlenmiştir.

Yine bu kapsamda, hem girilen anket sayısını artırmak, hem de yüz yüze bilgiler alabilmek amacıyla imalat sektöründeki özel sektör firmalarına saha ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Alınan bilgiler, derlenerek alt başlıklar altında sunulmuştur.

Bir sonraki bölümde ihracat desteği veren firmaların destekleri anlatılmakta; son bölümde ise değerlendirme ve öneriler sunulmaktadır.

III. TR83 BÖLGESİ İHRACAT BİLGİLERİ

2013 yılında Bölgede **734,9 milyon dolarlık** ihracat gerçekleştirilmiştir.

İl	İhracat (\$)
Amasya	73,7 milyon
Çorum	191,1 milyon
Samsun	438,9 milyon
Tokat	31,3 milyon
TOPLAM	734,9 milyon

Ülkenin toplam ihracatının **151,8 milyar** dolar olduğu düşünüldüğünde Bölgenin ihracatı, toplam ülke ihracatının yalnızca binde 5'ini oluşturmaktadır.

Toplam **83 fasılda** ihracat yapılırken bunların ilk 20 adedi şunlardır:

Tablo: TR83 Bölgesi İhracat Rakamları (En fazla ihracat yapılan 20 fasıl)

Fasıllar	Dolar
Kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve aletler, nükleer reaktörler, bunların aksam ve parçaları	122.648.566
Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni	73.431.730
Motorlu kara taşıtları, traktörler, bisikletler, motosikletler ve diğer kara taşıtları, bunların aksam, parça, aksesuarı	67.845.906
Elektrikli makina ve cihazlar, ses kaydetme-verme, televizyon görüntü-ses kaydetme-verme cihazları, aksam-parça-aksesuarı	52.110.849
Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarı	50.240.258
Demir veya çelikten eşya	47.446.338
Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar	36.129.974
Yenilen meyvalar ve yenilen sert kabuklu meyvalar	25.280.463
Demir ve çelik	24.065.884
Kıymetli veya yarı kıymetli taşlar, kıymetli metaller, inciler, taklit mücevherci eşyası, metal paralar	23.247.821
Seramik mamulleri	14.819.963
Taş, alçı, çimento, amyant, mika veya benzeri maddelerden eşya	14.735.628
Plastikler ve mamulleri	14.648.588
Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler	13.648.886
Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	13.222.910

Tuz, kükürt, topraklar ve taşlar, alçılar, kireçler ve çimento	12.322.378
Sebzeler, meyvalar, sert kabuklu meyvalar ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	9.269.630
Bakır ve bakırdan eşya	8.968.565
Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	8.773.395
Örme giyim eşyası ve aksesuarı	8.220.932
Toplam	641.078.664

Kaynak: TÜİK, Basılmamış Doküman, 2014

Bu 20 faslin toplamı, Bölgenin toplam ihracatının **%87'sini** oluşturmaktadır.

Toplam **164 ülkeye ihracat yapılırken** bunların ilk 20 adedi şunlardır:

Tablo: TR83 Bölgesi İhracat Rakamları (En fazla ihracat yapılan 20 ülke)

ÜLKE	DOLAR
Irak	86.245.696
Almanya	70.917.862
Azerbaycan	58.187.159
Hollanda	41.704.891
İngiltere	29.338.163
Rusya Federasyonu	26.947.297
BAE	23.764.312
Gürcistan	22.031.907
İspanya	20.901.950
Libya	19.484.054
Hindistan	17.638.294
İtalya	16.749.790
ABD	15.698.291
Fransa	15.588.131
Mısır	12.408.532
Filipinler	9.933.277
İsrail	9.862.229
Suudi Arabistan	9.669.534
Belçika	9.636.355
Cezayir	9.286.703
Toplam	525.994.427

Kaynak: TÜİK, Basılmamış Doküman, 2014

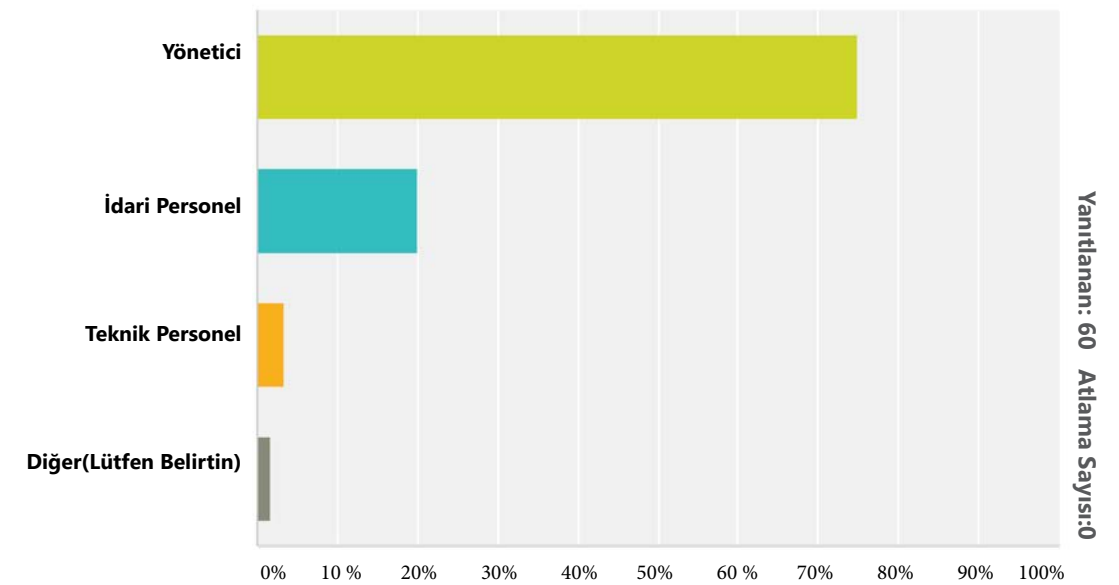
Bu 20 ülkeye ihracat toplamı, Bölgenin toplam ihracatının **%72'sini** oluşturmaktadır.

IV. İHRACAT ANKETİ SONUÇLARI

İşletme Genel Bilgileri

- Anket Bölgede 60 imalatçı firma tarafından cevaplanmıştır (10 Amasya; 16 Çorum; 20 Samsun; 14 Tokat).
- Ankette 47 soru bulunmaktadır. Sorulan sorulara verilen "evet" veya "hayır" cevaplarına göre anket işleyişinde bazı sorular atlanmaktadır veya bazı sorular katılımcılar tarafından doldurulmamıştır.

Q5 Anketi Cevaplayan Kişinin Görevini Seçiniz





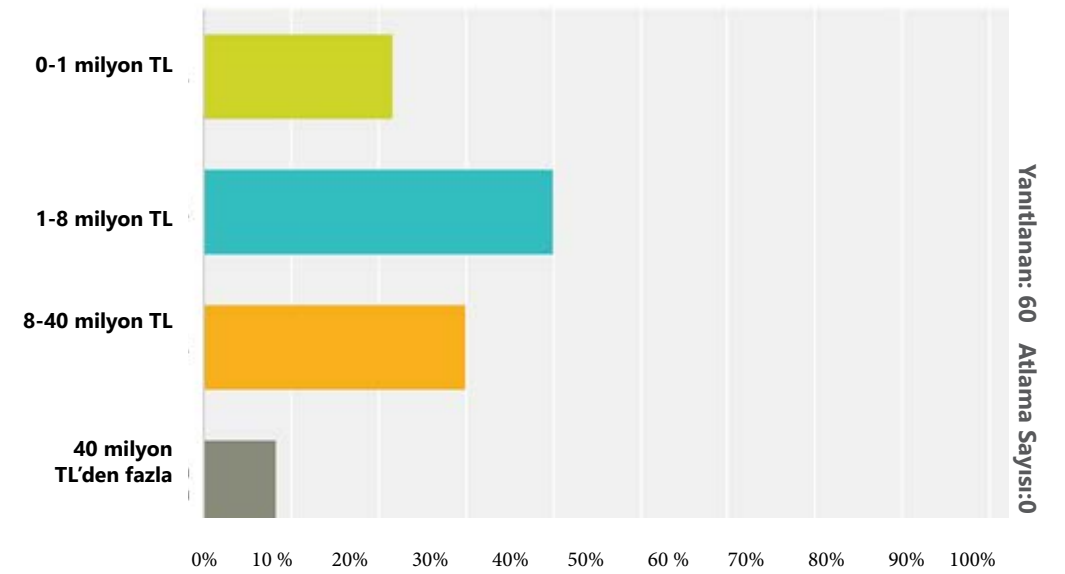
Anketi cevaplayanların %75'i yönetici; %20'si ise idari personeldir.

İşletmenizin ana faaliyet alanı hangisidir? (NACE Rev-2 Kodu) (C:İmalat)		
Cevap Seçenekleri	Cevap Yüzdesi	Cevap Sayısı
10-11-12: Gıda, içecek, tütün ürünleri imalatı	15,0%	9
13-14-15: Tekstil, giyim, deri ile ilgili ürünlerin imalatı	8,3%	5
16-17-18-31: Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri; mobilya; kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı; kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	13,3%	8
19-20-21: Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri; kimyasal ve kimyasal ürünlerin imalatı; temel eczacılık ürünleri ve eczacılığa ilişkin malzemeleri imalatı	5,0%	3
22-23: Kauçuk ve plastik ürünlerin; diğer metalik olmayan mineral ürünlerin (cam, seramik, porselen, çimento, beton, vb) imalatı	13,3%	8
24-25: Ana metal sanayi; makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metal ürünleri (metal tank, çatal-bıçak takımları, vb) imalatı	16,7%	10
26-27-28: Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı; elektrikli teçhizat imalatı; makine ve ekipman imalatı	8,3%	5
29-30: Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı; diğer ulaşım araçları gemi, tekne, lokomotif, vagon, hava ve uzay araçları,vb) imalatı	1,7%	1
32: Diğer imalatlar (mücevherat, müzik ve spor aletleri, oyun ve oyuncak, tıbbi ve dişçiliğe ait gereçlerin imalatı)	11,7%	7
33: Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	6,7%	4

Anketi dolduran firmaların imalat sektöründe farklı alanlardan olduğu görülmektedir. Benzer veya yakın görülen NACE Kodları birleştirip anket sunulmuştur.

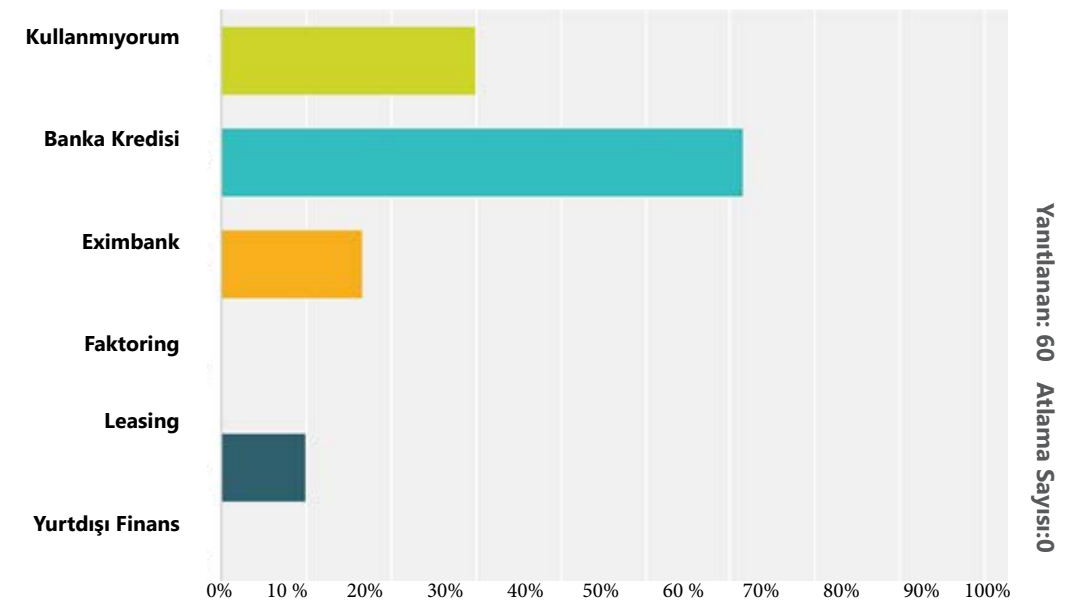
İşletme Mali Bilgileri

Q10 İşletmenizin 2013 yılı toplam brüt satış tutarını yaklaşık olarak belirtiniz



Anketi dolduran firmaların %40'ı 1-8 milyon TL brüt satış; %30'u ise 8-40 milyon TL brüt satış tutarına sahiptir. Bir diğer soruda bu brüt satışın ne kadarının yurt dışı satış olduğu sorulmuş; ancak burada çok farklı cevaplar alındığı için değerlendirilmeye alınmamıştır.

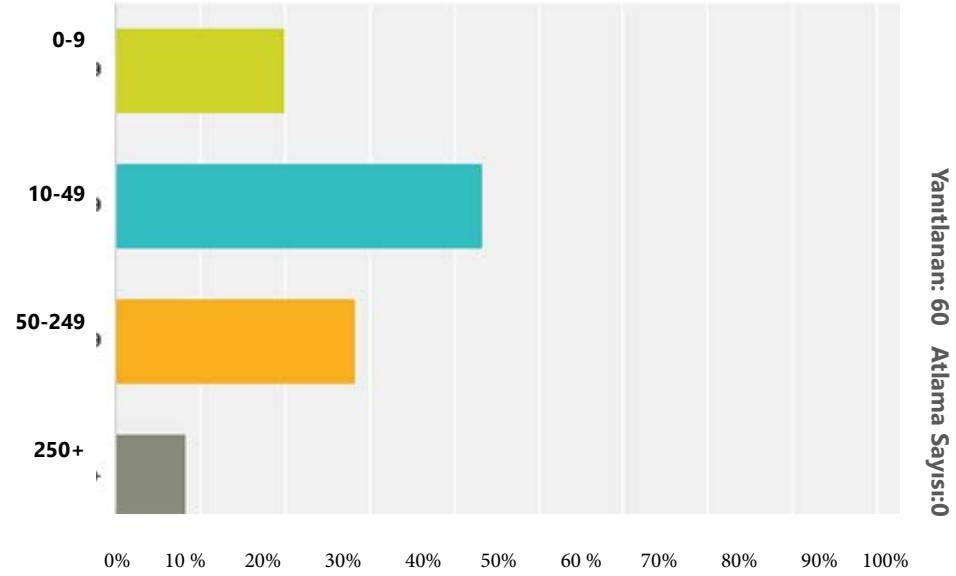
Q12 İşletmenizin faaliyetlerini yürütürken kullandığınız dış finansman kaynakları nelerdir ?



Anketi yanıtlayan firmaların %60'a yakını banka kredisi kullanırken diğer dış finansman kaynakları Eximbank ve leasing görece daha az tercih edilmektedir. %30'u ise herhangi bir dış finansman kaynağı kullanmamaktadır.

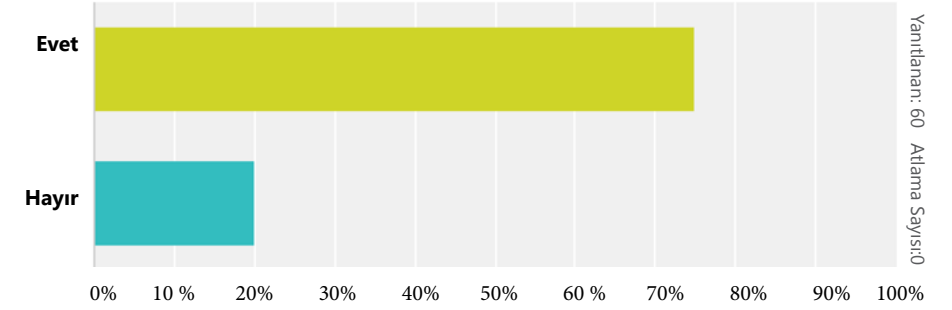
İşletme Personel Bilgileri

Q13 İşletmenizde çalışan kişi sayısı

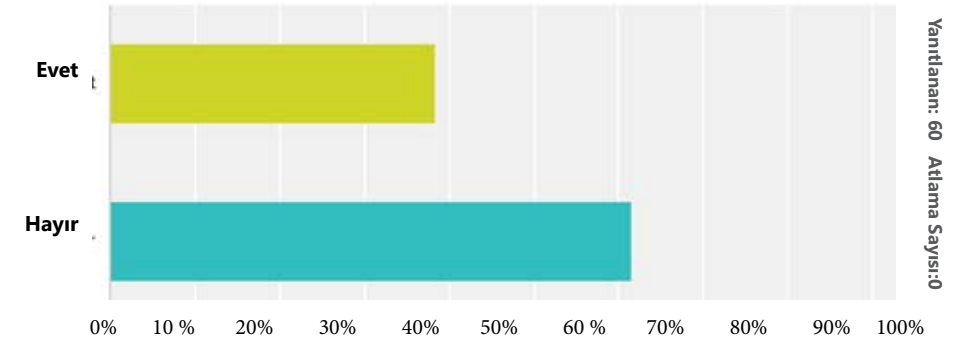


- Anketi yanıtlayan firmaların %43'ünde 10-49 kişi; %28'inde 50-249; %20'sinde 0-9 kişi çalışmaktadır.
- Önceki sorularda brüt satış tutarı da sorulmuştur. Brüt satış tutarı 40 milyon TL üzeri ve 250'den fazla kişi çalıştıran firma sayısı cevapların %8'ini oluşturmaktadır.

Q14 İşletmenizde İngilizce bilen en az bir çalışan var mıdır?

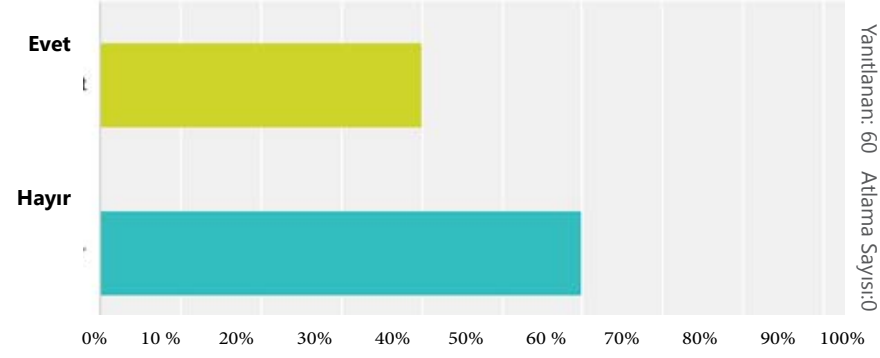


Q15 İşletmenizde İngilizce dışında yabancı dil bilen çalışan var mıdır?

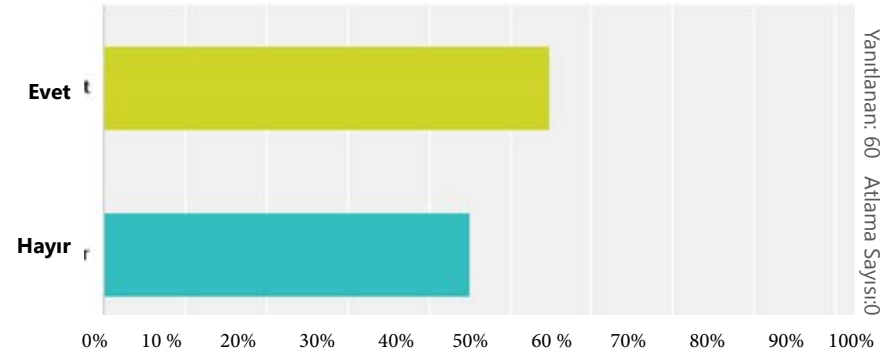


- İhracat işlemleri için yabancı dilin, özellikle de İngilizcenin önemli olduğu düşünülerek bu soru sorulmuştur. Anketi cevaplayan firmaların %80'inden fazlasında İngilizce bilen en az bir çalışan bulunmaktadır.
- Bununla beraber, İngilizce dışında başka bir yabancı dil istihdam eden firma oranı da %38 civarındadır.

Q16 İşletmenizde ihracat departmanı var mı?



Q18 İşletmenizde ihracat eğitimi almış en az bir çalışan var mı?

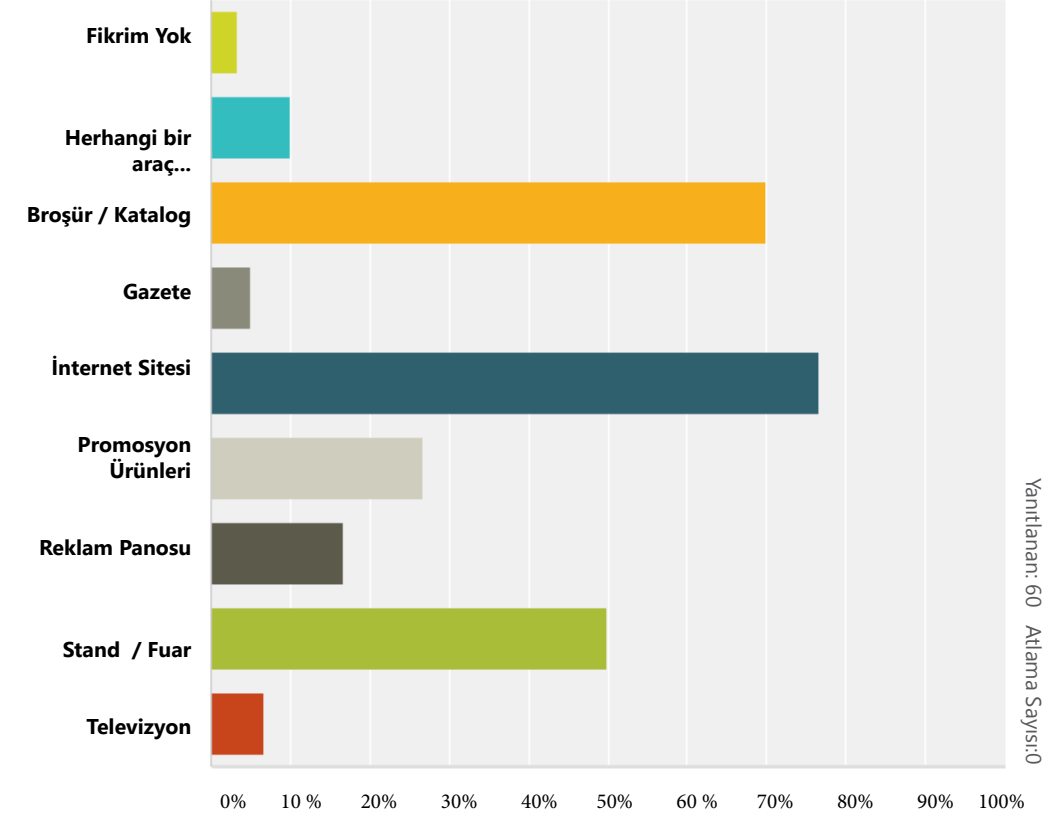


■ Bu firmaların %60'ında ihracat departmanı bulunmamaktadır. Bulunanlarda ise genelde 1-5 arasında çalışan bulunmaktadır.

■ Buna karşın ihracat eğitimi alan personel sayısı olan firma oranı %55'tir.

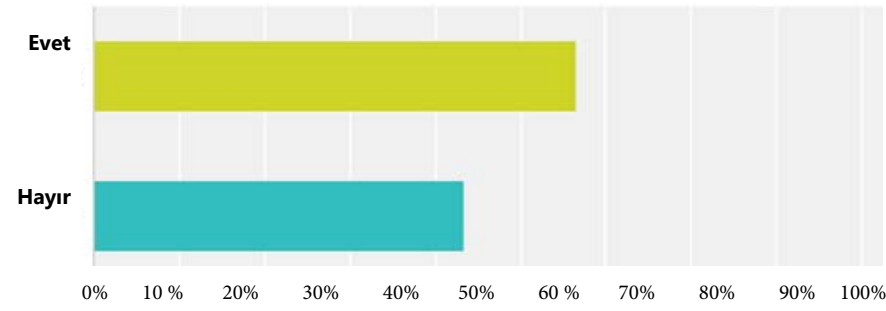
İşletme Pazar Bilgileri

Q19 İşletmenizde tanıtım ve satış geliştirmeye yönelik olarak hangi araçları kullanmaktadır? (Birden çok şık işaretlenebilir)



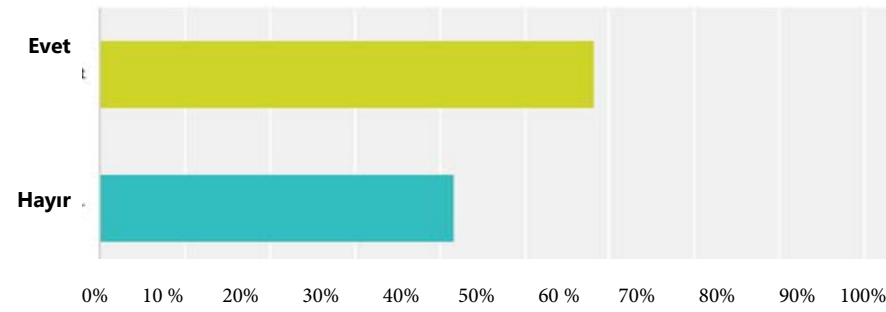
■ Anketi dolduran firmalar, tanıtım ve satış geliştirmeye yönelik olarak çoğunlukla internet sitesi, broşür ve katalogu tercih etmektedir. Ayrıca stant ve fuar yolu da tercih edilen yollardan biridir.

Q20 İşletmenizin yabancı dilde hazırlanmış bir web sitesi var mı?



Yanıtlanan: 60 Atlama Sayısı:0

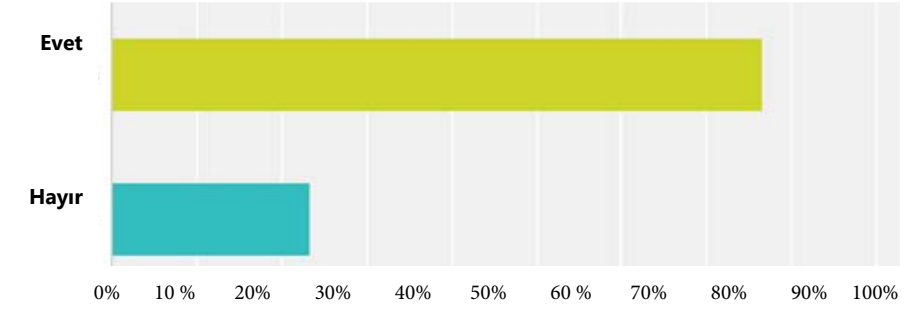
Q21 İşletmenizin yabancı dilde hazırlanmış ürün kataloğu vb. belgeleri var mı?



Yanıtlanan: 60 Atlama Sayısı:0

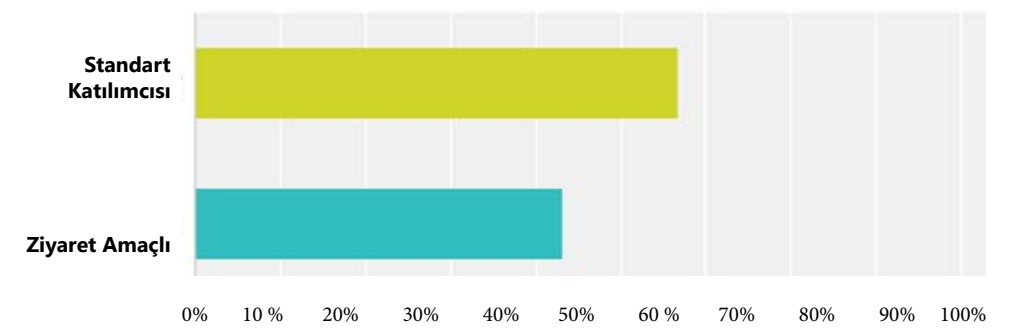
Firmaların yarısından fazlasında yabancı dilde hazırlanmış bir web sitesi ve ürün kataloğu, vb bulunmaktadır.

Q23 İşletmenizin herhangi bir yetkili veya çalışan yurtiçi veya yurtdışı fuarlara, alım heyeti organizasyonlarına katıldı mı?



Yanıtlanan: 60 Atlama Sayısı:0

Q25 Katılım hangi amaçlı sağlanmıştır?



Yanıtlanan: 44 Atlama Sayısı:16

Ankete katılan firmaların ihracat amaçlı olarak yurt içi ve yurtdışı fuarlara önem verdiği görülmüştür. Ayrıca bir diğer soruda, bu katılımın çoğunluğunun yalnızca ziyaret amaçlı değil, standart katılımcısı olarak gerçekleştiği belirtilmiştir.



Hedef pazarlarınıza ulaşmak veya etkinliğinizi artırmak için nasıl bir yol izliyorsunuz? (Birden çok şık işaretlenebilir)

Cevap Seçenekleri	Cevap Yüzdesi	Cevap Sayısı
Bizzat ziyaret gerçekleştiriyorum	62,1%	36
Ekonomi Bak. Ticari Ataşeliğine başvuruyorum	10,3%	6
Fuar vb. katılım sağlıyorum.	58,6%	34
Hedef ülkedeki ticaret odası vb. ile irtibat kuruyorum	15,5%	9
Hedef ülkenin Türkiye'deki Ticari Ataşeliğine başvuruyorum	10,3%	6
İnternet üzerinden iletişim kuruyorum	67,2%	39
Serbest danışmanla çalışıyorum	12,1%	7
Tanıtım kataloglarına reklam veriyorum.	27,6%	16
Hiçbiri	15,5%	9

■ Ankete katılan firmaların, hedef pazarlarına ulaşabilmek için kullandıkları yöntemler arasında; internet üzerinden iletişim, bizzat ziyaret gerçekleştirme ve fuara katılım ön plana çıkmaktadır.

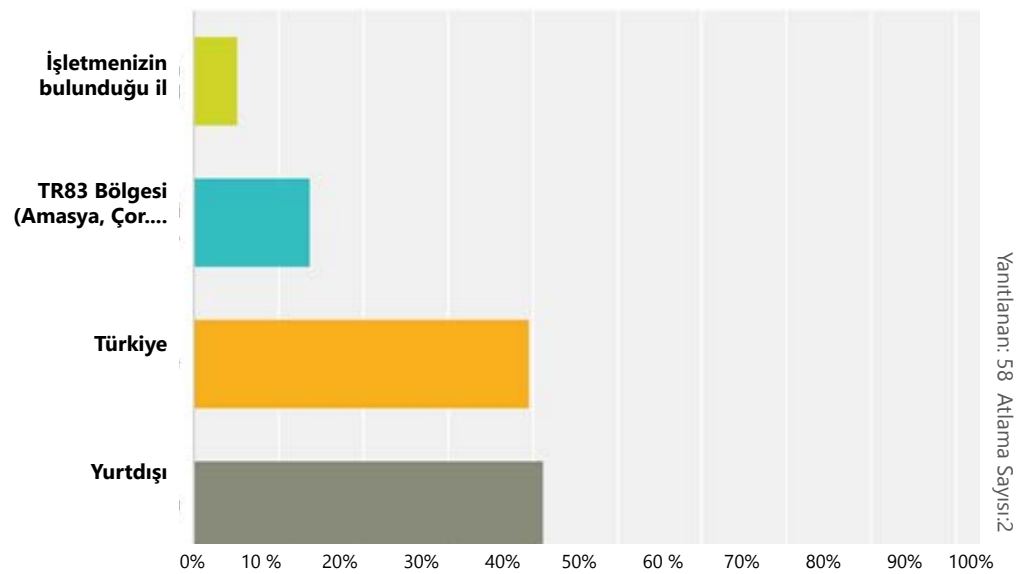
Eğer hedef pazarınız yurtdışı ise hangi ülkeler ön plandadır?

Cevap Seçenekleri	Cevap Yüzdesi	Cevap Sayısı
AB Ülkeleri Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri	62,5%	15
AB Dışında diğer Avrupa ülkeleri	29,2%	7
Orta Doğu dışında diğer Asya Ülkeleri	37,5%	9
Karadeniz Çanağı	20,8%	5
Kuzey Amerika Ülkeleri	37,5%	9
Güney Amerika Ülkeleri	20,8%	5
Kuzey Afrika Ülkeleri	41,7%	10
Diğer Afrika Ülkeleri	29,2%	7
Orta Amerika ve Karayipler	4,2%	1
Avustralya ve Yeni Zelanda	12,5%	3

■ Ankete katılan firmaların hedef pazarları çoğunlukla yurtdışı ve Türkiye olarak görülmektedir.

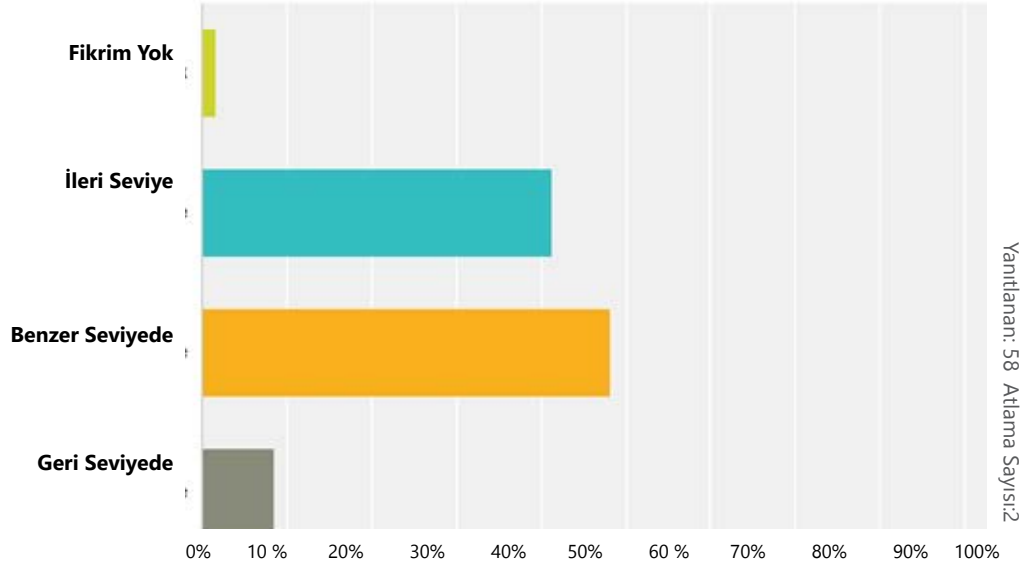
■ Hedef pazarı yurtdışı olan firmalar için hangi ülkelerin ön plana çıktığı sorulduğunda; AB ülkeleri, Yakın ve Orta Doğu ülkeleri ön plana çıkmaktadır.

Q27 Satışlarınızda hedef pazar önceliğiniz neresidir?

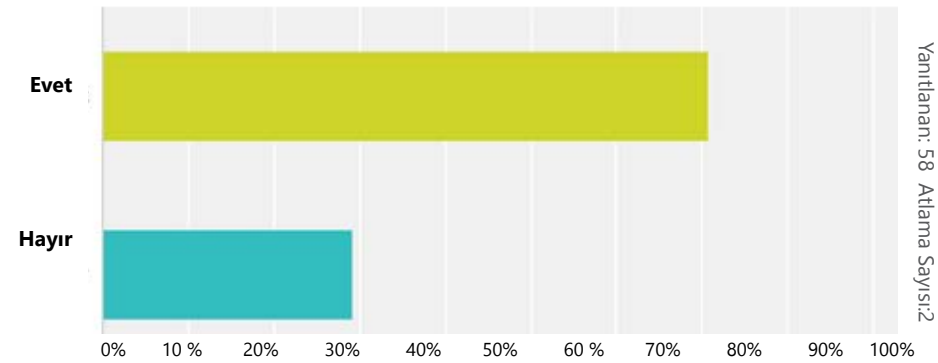


İşletme Üretim Bilgileri

Q29 Sektördeki yurtiçi işletmelere göre işletmenizin üretim teknolojisi nasıldır ?



Q30 Üretim teknolojinizin ihracat talebini karşılamaya uygun olduğuna düşünüyor musunuz ?



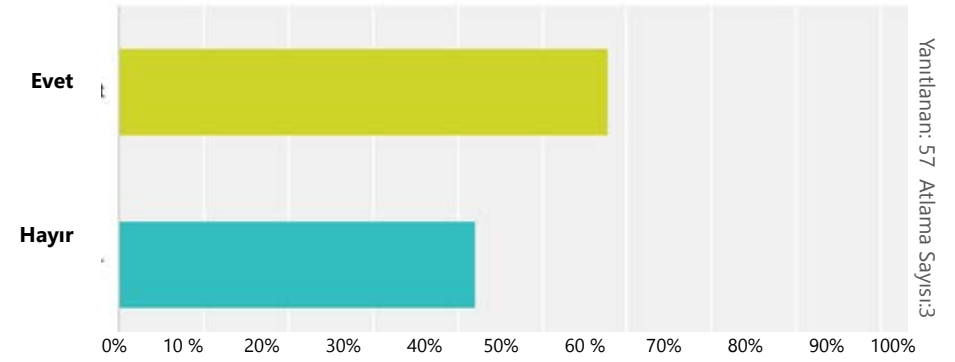
- Ankete katılan firmalar, üretim teknolojilerini sektördeki diğer yurt içi işletmelere göre benzer veya ileri seviyede görmektedirler.
- Yine bu firmaların %70'ine yakını, üretim teknolojilerini ihracat talebini karşılamak için yeterli görmektedir.

İşletmenizin üretim teknolojisinin geri olmasının nedenleri nelerdir?

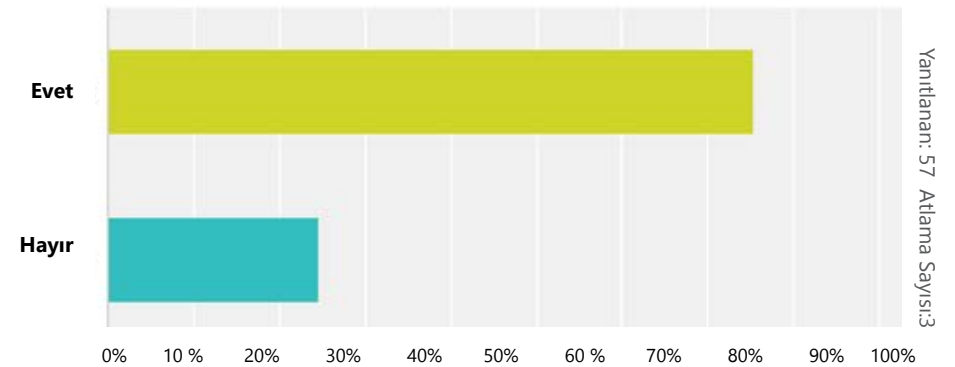
Cevap Seçenekleri	Cevap Yüzdesi	Cevap Sayısı
Düşük makine kapasitesi	29,4%	5
Düşük teknoloji makinalar	52,9%	9
Yüksek hata / fire oranı	23,5%	4

- Ankete katılan firmalardan üretim teknolojilerini düşük kabul edenler, bunun nedeni olarak çoğunlukla ellerindeki makinelerin teknolojisinin düşük olmasını göstermiştir.

Q32 Araştırma - Geliştirme faaliyetlerine bütçe ayırıyor musunuz?

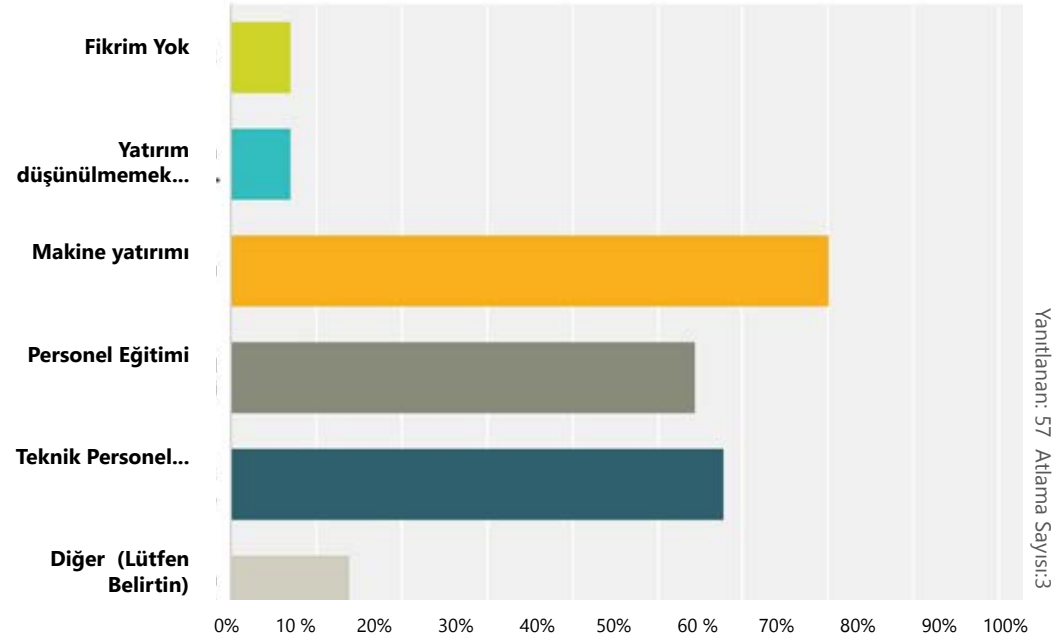


Q33 İşletmenizde yeni ürün geliştirmeye yönelik faaliyetler yürütüyor musunuz?



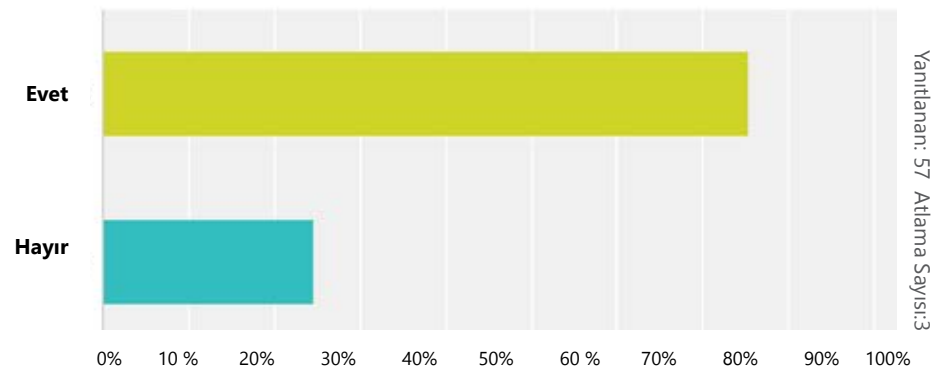
- Ankete katılan firmaların %50'sinden fazlası ar-ge faaliyetlerine bütçe ayırdığını; %75'ine yakını ise yeni ürün geliştirmeye yönelik faaliyetlerin yürütüldüğünü belirtmiştir.

Q34 Ürettiğiniz ürünlerin ihrac edilebilirliğini artırmak üzere ne tür yatırımlar düşünülmektedir? (Birden çok şık işaretlenebilir)



■ Ankete katılan firmaların yarısından fazlası, önümüzdeki süreçte, ihracatlarını artırabilme adına makine yatırımı, personel eğitimi ve teknik personel istihdamı öngörmektedir. (Diğer: Fabrika, yardımcı tesis (kazan dairesi, depo, vb), Pazar araştırması yatırımları)

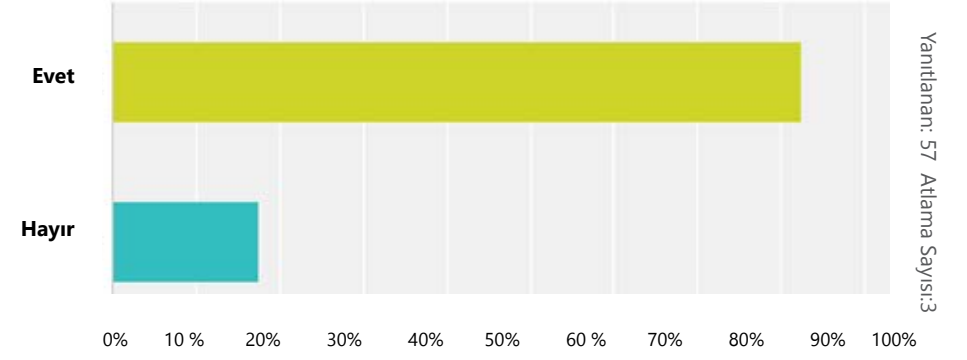
Q35 İşletmenizin herhangi bir kalite belgesi var mıdır?



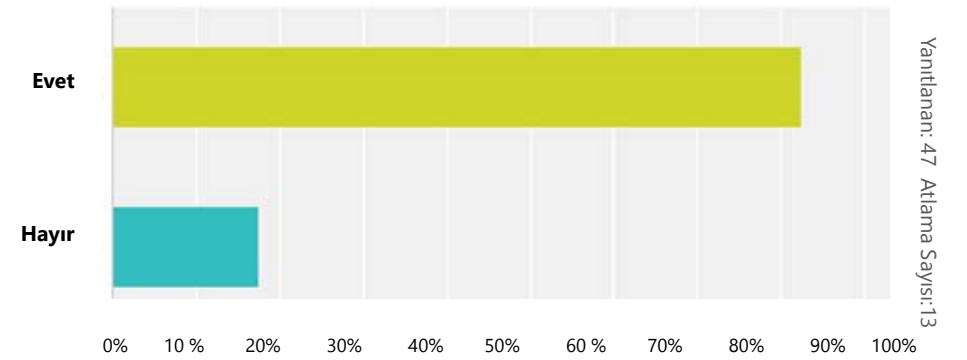
■ Ankete katılan firmaların %70'inden fazlasında kalite belgesi bulunmaktadır.

İhracat ile ilgili Sorular

Q36 İşletmeniz şu ana kadar hiç ihracat yaptı mı?



Q37 İşletmeniz düzenli olarak ihracat yapıyor mu ?





İhracat yapmanızı engelleyen / zorlaştıran faktörleri değerlendiriniz.

Cevap Seçenekleri	Katılıyo- rum	Emin Değilim	Katılmıyo- rum	Cevap Sayısı
Hedeflerimin arasında olmaması	3	5	47	55
Daha önceki ihracat faaliyetinde yaşanan başarısızlık	4	5	46	55
Devlet destekleri / teşvik bilgisine ulaşamama	24	10	21	55
Dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği	36	5	14	55
Dış talep yetersizliği	16	10	29	55
Farklı ülkelerin farklı standardizasyon istekleri	16	13	26	55
Gümrükleme sorunları	13	8	34	55
İç talebin yeterli olmasından dolayı gereksinim duymama	10	8	37	55
Kalite belgesi vb. belgeleme/akreditasyon sorunları	13	4	38	55
Kayıtdışı ticaret	7	8	40	55
Kur riski	19	7	29	55
Mevzuatı bilmeme / mevzuatı yeterli derecede bilememe	19	7	29	55
Modern üretim teknolojisi eksikliği	22	10	23	55
Nitelikli eleman eksikliği	29	11	15	55
Tanıtım eksikliği / firma bilinirliğinin az olması	31	12	12	55
Yurtdışı patent/marka sorunları	16	12	27	55
Yüksek depolama ve ulaştırma maliyetleri	21	12	22	55
Yüksek enerji maliyetleri	32	11	12	55
Yüksek finansman maliyetleri	30	10	15	55
Yüksek hammadde ve ara malı fiyatları	34	7	14	55
Yüksek vergi maliyetleri	30	8	17	55

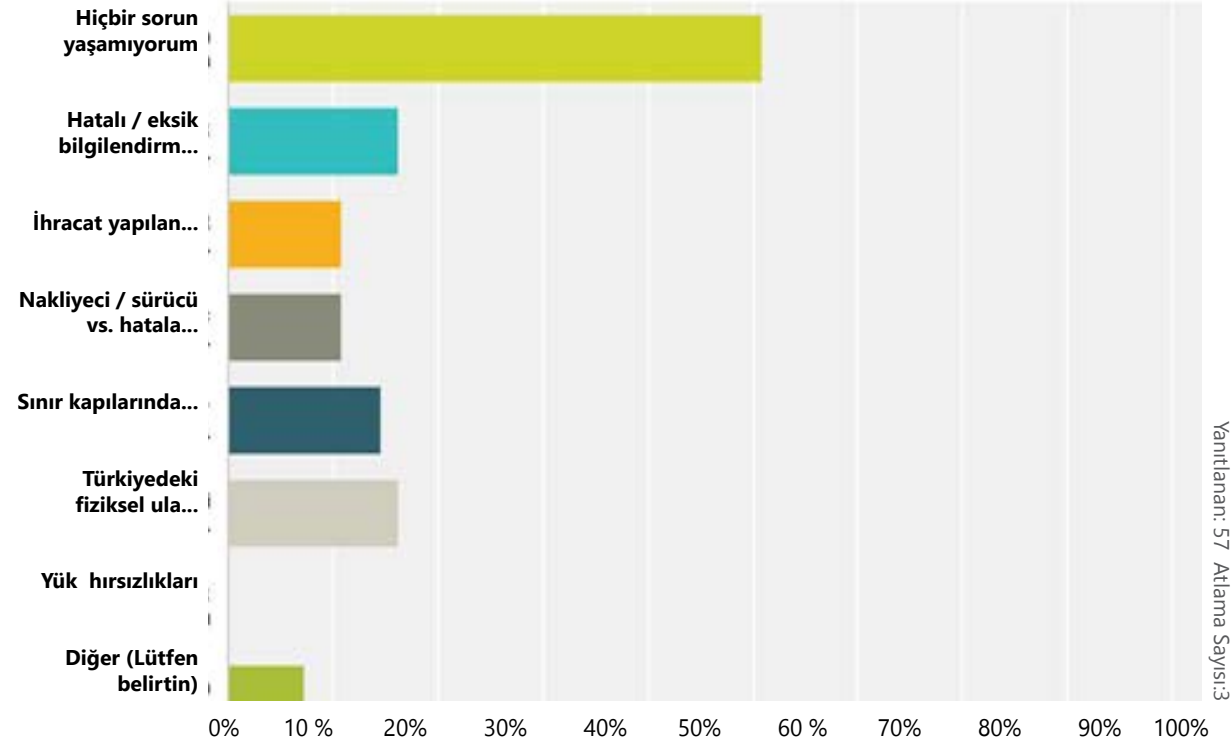
- İhracat yapılmasını engelleyen faktörler arasında “**dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği**”; “**yüksek hammadde ve aramalı fiyatları**”; “**tanıtım eksikliği / firma bilinirliğinin az olması**”; “**yüksek enerji maliyetleri**”, “**yüksek finansman maliyetleri**”, “**yüksek vergi maliyetleri**” ve “**nitelikli eleman eksikliği**” ön planda yer almaktadır.

İhracat için pazarlamada karşılaştığınız sorunlar nelerdir? (Birden çok şık işaretlenebilir)

Cevap Seçenekleri	Cevap Yüzdesi	Cevap Sayısı
İhracat yapmıyorum	16,4%	9
Hiçbir sorun yaşamıyorum	12,7%	7
Finansman	34,5%	19
Hedef ülkedeki bürokratik engeller	21,8%	12
Hedef ülkedeki ekonomik koşullar	23,6%	13
Hedef ülkedeki siyasi engeller	14,5%	8
Hedef ülkenin dili	9,1%	5
Nitelikli personel yetersizliği	32,7%	18
Rekabetçi fiyat sunamama	38,2%	21
Ürün kalitesi	3,6%	2

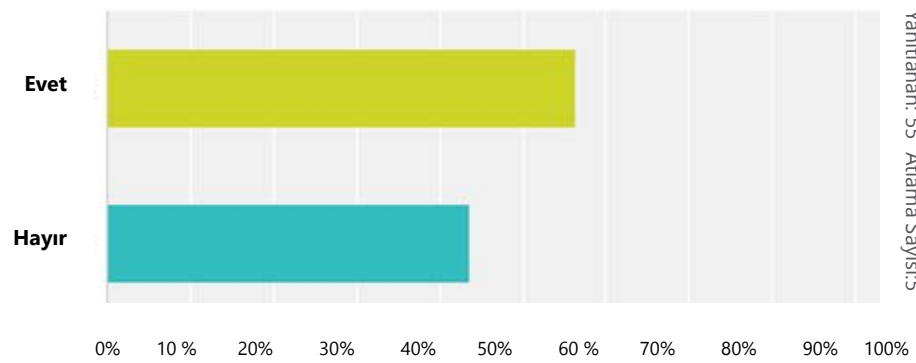
- İhracat için pazarlamada karşılaşılan sorunlar arasında “**rekabetçi fiyat sunamama**”, “**finansman**” ve “**nitelikli personel yetersizliği**” ön planda yer almaktadır.

Q40 İhracat esnasında karşılaştığımız nakliye sorunları nelerdir ?

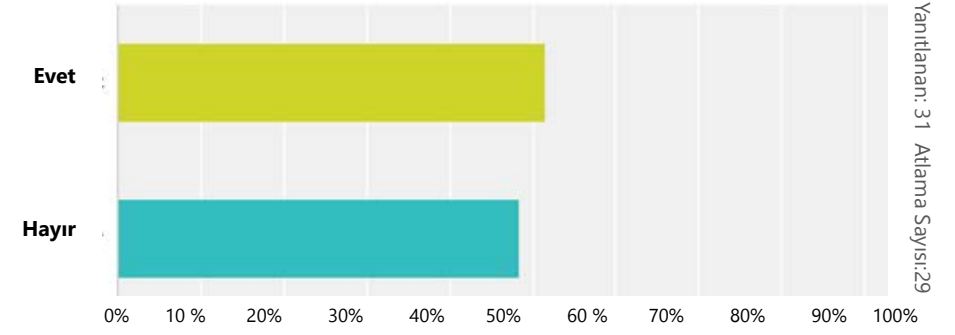


İhracat esnasında nakliye konusunda önemli bir problem görülmemektedir.

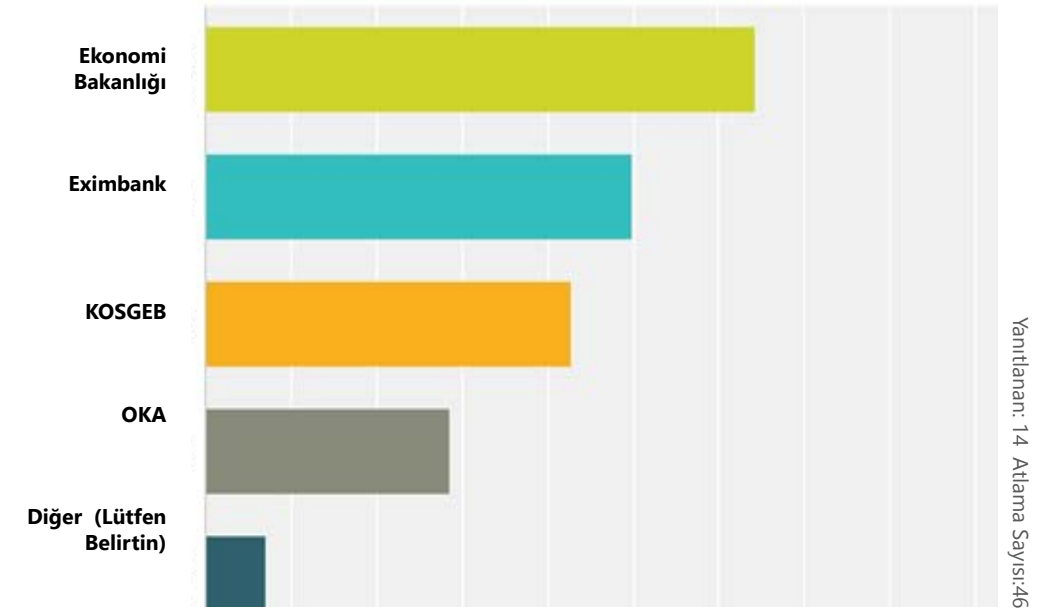
Q41 Devlet destekleri ve teşvikleri hakkında bilginiz var mı?



Q42 İşletmeniz ihracata yönelik devlet destekleri / teşviklerinden yararlandı mı ?



Q43 Hangi Kurumdan bu desteği aldınız ?



Ankete katılan firmaların yarısından çoğunun devlet destek / teşvikleri hakkında bilgisi vardır. Bu grubun da yarıya yakını ihracata yönelik devlet destek / teşviklerinden yararlanmaktadır.

Desteklerin hangi kurumdan alındığı sorulduğunda ise; Ekonomi Bakanlığı, Eximbank, KOSGEB ve OKA kaynaklarının kullanıldığı belirtilmiştir (Diğer cevabı: Maliye Bakanlığı)

Kurumların verdiği destekleri değerlendiriniz.

Cevap Seçenekleri	Katılıyorum	Emin Değilim	Katılmıyorum	Cevap Sayısı
Eğitim desteği	35	12	2	49
Fuar katılım desteği	42	6	1	49
İstihdam yardımı	39	8	3	50
Kredi	36	9	4	49
Kur desteği	29	17	3	49
Makine alımı desteği	41	6	3	50
Teşvik tanıtımı	37	8	5	50
Ülke tanıtım günleri	34	12	4	50
Yabancı heyet alımı desteği	29	16	4	49

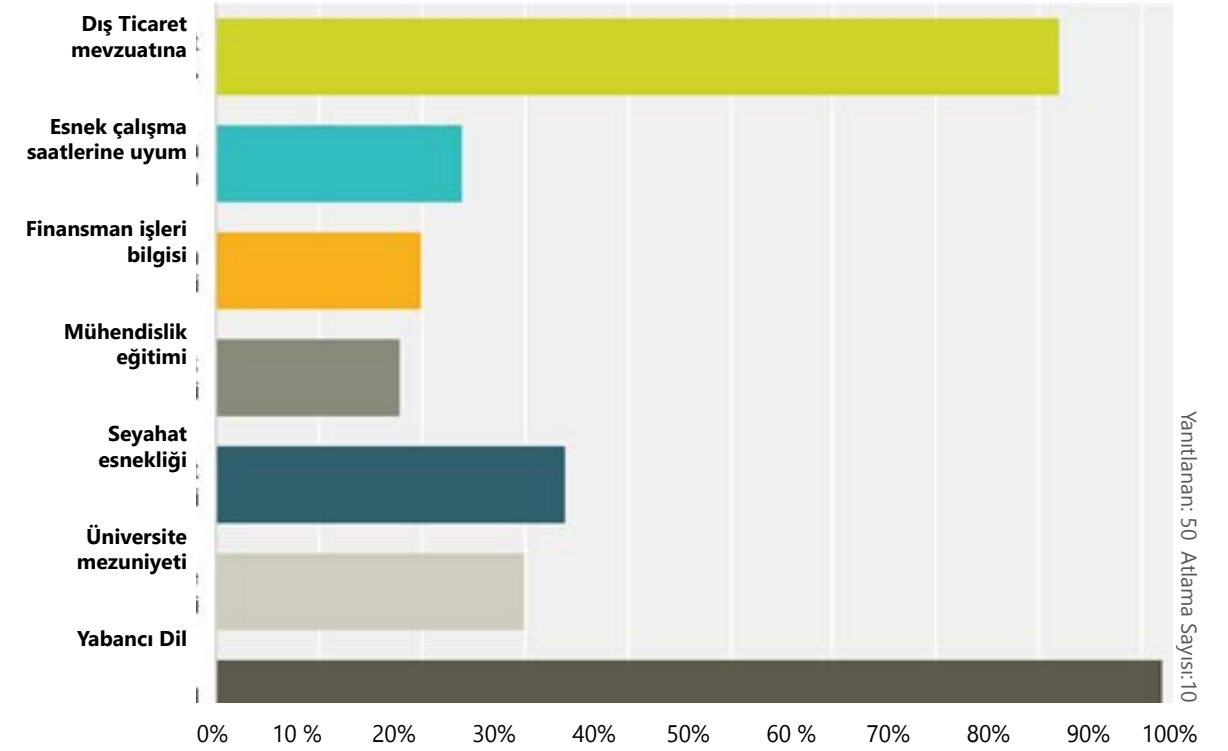
- Ankete katılan firmalar, verilen desteklerin tamamını olumlu bulurken; bunla arasında “**fuar katılım desteği**” ve “**makine alımı desteği**” ön plana çıkmaktadır. “Kur desteği” ve “yabancı heyet alım desteği” ise en az tercih edilen yardımlar olmuştur.

İhracatın artırılması için bölgedeki yardımcı kurumlar hangi faaliyetlere ağırlık vermeli?

Cevap Seçenekleri	Cevap Yüzdesi	Cevap Sayısı
Bina altyapı, inşaat desteği sağlanması	34,0%	17
Bölgesel etkinliklerde farklı tarafların bir araya getirilmesi	38,0%	19
Dış ticaret eğitimi verilmesi	68,0%	34
Fuar katılımlarının desteklenmesi	86,0%	43
İhracat mevzuatını bilen personelin yetiştirilmesi	62,0%	31
İşbaşı danışmanlık desteği sağlanması	26,0%	13
Makine yatırım desteği sağlanması	76,0%	38
Personelin teknik bilgi düzeyini artırıcı eğitimler düzenlenmesi	56,0%	28
Tanıtım dokümanlarına destek olunması	58,0%	29
Ülke/Pazar tanıtım toplantıları düzenlenmesi	62,0%	31
Yurtdışı alıcı heyetleri düzenlenmesi	66,0%	33

- Ankete katılan firmaların büyük çoğunluğu, ihracat personeli istihdamı halinde hangi özellikleri tercih edeceklerini belirlemiştir. Üniversite mezunu, tecrübeli ve iyi dil bilen personeli tercih etmektedirler. Ayrıca, yeterli niteliğe sahip olduğunda asgari ücret yerine daha yüksek ücret verilebileceği ortaya çıkmaktadır.

Q47 İhracat bölümünde çalışan bir personelde olması gereken en önemli 3 niteliği işaretleyiniz.



- Ankete katılan firmaların büyük çoğunluğu, ihracat personelinde olması gereken özellikler arasında “**yabancı dil**” ve “**dış ticaret mevzuatına hakimiyet**” ilk sırada yer almaktadır.

V. İMALAT FİRMALARIYLA BİREBİR GÖRÜŞMELER

Tanıtım

Özellikle uluslararası fuarlara katılım önemlidir, ancak bu katılımların bireysel çabalarla firma bazında yapılması etkinliği düşürmektedir. Bölge olarak geniş alanlar kiralanıp firmaların bu oluşum içinde yer almaları daha etkin bulunmaktadır. İhracat için pazarlamanın en az üretim kadar önemli olduğunun firmalar tarafından tam anlamıyla anlaşılmadığı vurgulanmaktadır. Fuar katılımlarında toplu katılımlardan ziyade sektör odaklı katılımların daha etkili olduğu belirtilmiştir.

İhracat yapan veya hedefi olan firmaların büyük bir kısmının farklı dillerde (ihracat hedefindeki ülkelere göre) broşür hazırladıkları ve en azından İngilizce web sitelerini oluşturdukları görülmektedir.

Tanıtımda sosyal medyanın da daha etkili kullanılması gerektiği vurgulanmıştır.

Personel

Firmalar, özellikle ihracat konusunda uzman personel bulmakta zorlanmaktadır. Yetişen personelin de büyük illere daha yüksek ücretlerle transfer olmasından yakınılmaktadır. Bu konuda uzman bir kişiye verilecek ücret sorulduğunda; zaman içinde yükselebileceği ve daha iyi ücretler alabileceği ancak işe girerken, kendisini kanıtlayana kadar verilecek ücretin çok yüksek olmayacağı belirtilmiştir.

İhracat sistemi oturduktan sonra, en azından İngilizce dil bilen bir personelin bulunmasında sorun yaşanmadığı belirtilmektedir.

Esnek çalışma saatleri ve seyahat problemi olmaması halinde iyi yetişmiş bir ihracat personeli için cinsiyet ayrımı yapılmadığı belirtilmiştir.

İleri teknoloji

Türkiye'nin ihracat politikasında önümüzdeki yıllarda daha yüksek teknoloji ürünlerin ihraç edilmesi hatırlatıldığına olumlu görüşler alınmamıştır. Bölgenin genel olarak hedef pazarları olan Karadeniz Çanağı ve Ortadoğu ülkelerinde (belli bir kalitenin altına düşmeden) fiyat odaklı bir rekabet olduğu belirtilmiştir; bu yüzden önümüzdeki dönemlerde daha ileri teknoloji ürün ihraç etme hedefi zayıf görülmektedir. Bu açıdan, bu konuda bir atılım yapılması hedefleniyorsa farkındalığın ve aynı ölçüde firmaların kazancını artırıcı çözümlerin önerilmesi gerekmektedir.

Gümrük

Çorum'da havaalanı olmaması, Merzifon'daki ve Tokat'taki havaalanının gümrüksüz olması ve ayrıca Tokat'taki Gümrük Müdürlüğü'nün kapatılması en büyük problemler olarak görülmektedir. Yine de Samsun'dan konteynır taşımacılığının başlaması, denizyoluyla yapılan ihracatlar için olumlu bir gelişme olarak görülmektedir.

Kur Riski

Kur riski sonrası yaşanabilecek zararlar da ihracatçılar için önemli bir engel olarak görülmektedir. Bazı firmalar "forward" gibi finansal enstrümanları kullanarak bu riski azaltsa da yine de kurun fazla değişmesi bir risk olarak görülmektedir. TL'nin değerlendirilmesi ve asgari ücretin arttığı yıllarda ihracat mallarının iki kez pahalandığı belirtilmektedir.

Bilgi ve iletişim eksikliği

Ülkelerin değişen ihracat koşulları veya ihracat yapılması düşünülen ülkelerin Pazar bilgilerine erişimde zorlanıldığı belirtilmektedir. Ekonomi Bakanlığı Ülke Masaları ve ihracat yapılacak ülkenin Türk Ticari Müşavirlik (ülke başkentleri) veya Ataşeliği arasında görev bölümü ve sorumlulukları konusunda eksikliklerin olduğu belirtilmektedir. Ayrıca 1 firmanın 1 senede yalnızca 3 kez Ülke Masaları'na başvurabiliyor olması yetersiz bulunmaktadır; bu sayının artırılması talep edilmektedir. Yapılan görüşmelerin genelinde firmaların daha fazla ihracat yapma potansiyeli/isteği olmasına rağmen bu konudaki bilgisizliklerinden dolayı hedefledikleri/yapabilecekleri ihracat değerlerine ulaşamamaktadırlar. İhracat hedefi yüksek firmalar, pazara ulaşım yollarının belirlenmesi, firma ve ürünlerinin tanıtımını yapabilecekleri ortamlara erişim gibi konuların hibe desteğinden daha önemli olduğunu vurgulamıştır.

VI. KURUMLARIN İHRACAT DESTEKLERİ

KURUMLARIN İHRACAT DESTEKLERİ (Bu bilgiler, 2014 Yılı Haziran ayı itibarıyla elde edilmiştir)

KOSGEB KREDİ FAİZ DESTEĞİ

Kredi Faiz Desteği programları ile KOSGEB tarafından; küçük ve orta ölçekli işletmelere uygun koşullarda finansal destek temin edilerek,

- üretim, kalite ve standartlarını artırmaları,
- finansman sorunlarının çözümü,
- istihdam yaratmaları,
- uluslararası düzeyde rekabet etmelerinin sağlanmasıdır.

Programdan kimler yararlanabilir

KOSGEB Veri Tabanında kayıtları onaylı ve KOSGEB desteklerinden yasaklı olmayan gerçek/tüzel kişiliği haiz işletmeler yararlanabilir. Yatırım, işletme ve ihracat amaçlı Kredi Destek Programı çerçevesinde kullanacakları banka kredileri için başvuru koşulları ve diğer şartlar KOSGEB tarafından belirlenir.

Bu destek, anapara riski bankaya ait olmak kaydıyla, yatırım, işletme sermayesi ve ihracata yönelik Türk Lirası veya döviz cinsinden nakdi ya da gayri nakdi kredilerin, faiz/kar payı, komisyon vb. tutarlarının kısmen veya tamamının KOSGEB tarafından diğer masrafların (vergi yükümlülükleri, dosya masrafları vb.) işletme tarafından karşılanması suretiyle yürütülür.

KOSGEB KOBİ kredi faiz desteğinin **vadesi azami 48 (kırksekiz) ayı, üst limiti işletme başına 300.000 (üçyüzbin) TL'yi** geçemez.

Kredi programı çerçevesinde verilecek yatırım ve işletme kredileri Türk Lirası cinsinden, **ihracat kredileri ise döviz ve/veya döviz karşılığı Türk Lirası cinsinden** kullanılır.

Diğer KOSGEB Desteklerinde olduğu gibi, Kredi Faiz Destek Programlarından yararlanabilecek işletmelerin, gecikmiş vergi ve SGK Prim borcu bulunmamalıdır.

Daha detaylı bilgi için <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=32> web sitesi ziyaret edilebilir.

TÜRK EXIMBANK İHRACAT KREDİLERİ

Türk Eximbank'ın ihracatla ilgili enstrümanları arasında kısa vadeli ihracat kredileri; orta-uzun vadeli ihracat kredileri; döviz kazandırıcı hizmetler kapsamındaki krediler bulunmaktadır. Altta her bir kredinin alt hizmetleri verilmektedir.

Kısa Vadeli İhracat Kredileri

Reeskont Kredisi; Sevk Öncesi İhracat Kredileri; İhracata Hazırlık Kredileri; Dış Ticaret Şirketleri İhracat Kredisi; KOBİ İhracata Hazırlık Kredileri; Sevk Sonrası Reeskont Kredisi; İhracata Dönük Üretim Finansman Kredisi.

Orta-Uzun Vadeli İhracat Kredileri

İhracata Yönelik İşletme Sermayesi Kredisi; İhracata Yönelik Yatırım Kredisi; Marka Kredisi; Avrupa Yatırım Bankası Kredisi; Yurt Dışı Mağazalar Yatırım Kredisi; Özellikle İhracat Kredisi; Gemi İnşa ve İhracatı Finansman Programı.



Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kapsamındaki Krediler

Turizm Kredisi; Uluslararası Nakliyat Pazarlama Kredisi; Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Teminat Mektubu Programı; Yurtdışı Müteahhitlik Hizmetleri Köprü Kredisi; Döviz Kazandırıcı Hizmetler Kredisi; Yurtdışı Fuar Katılım Kredisi.

Daha detaylı bilgi için <http://www.eximbank.gov.tr/TR,138/krediler.html> web sitesi ziyaret edilebilir.

T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI DESTEKLERİ

95/7 Sayılı Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ

97/5 Sayılı Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ

2000/1 İstihdam Yardımı Hakkında Tebliğ

2009/5 Sayılı Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesine İlişkin Tebliğ

2010/6 Sayılı Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ

2006/4 Sayılı Türk Ürünlerinin Yurtdışında Markalaşması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ve TURQUALITY®'nin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ

2011/1 Sayılı Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Hakkında Tebliğ

2010/8 Sayılı Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ

2008/2 Sayılı Tasarım Desteği Hakkında Tebliğ

2012/3 Sayılı Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanacak Devlet Yardımları Hakkında Tebliğ

2013-4 Sayılı Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Tebliğ

Özel Statülü Şirketler

2012/4 Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ

Daha detaylı bilgi için <http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=78D45D5F-19DB-2C7D-3DEB92A25DC-CD64F> web sitesi ziyaret edilebilir.

ORTA KARADENİZ KALKINMA AJANSI DESTEĞİ

2009 yılında ilan edilen "İşletmelerin Rekabet Gücünün Artırılması ve Dışa Açılmalarına Mali Destek Programı", 2011 yılında ilan edilen "KOBİ'lerin Rekabet Gücünün Artırılması ve Dış Ticaretin Geliştirilmesi Mali Destek Programı ve 2014 yılı Proje Teklif Çağrısı kapsamında yer alan "KOBİ'lere Yönelik Yenilikçi Yaklaşımlar Mali Destek Programı ile KOBİ'lerin uluslararası düzeyde rekabet güçlerinin, AR-GE ve yenilikçilik kapasiteleri ile birlikte ihracata dönük ileri teknoloji, kalite ve katma değere sahip ürün geliştirme ve üretme imkânlarının artırılması ve bölgede yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına yönelik projeler desteklenmiştir. Bu kapsamda uygulanan mali destek programlarına toplam 48,5 milyon TL kaynak tahsis edilmiştir.

Daha detaylı bilgi için www.oka.org.tr web sitesi ziyaret edilebilir.

VII. DEĞERLENDİRME

- Ülkemizin 2023 yılı ihracat hedefine ulaşabilmesi adına daha yüksek teknoloji ürünlerin üretimine yönelmek gerekmektedir. Ancak, ihracat yapan Bölgedeki mevcut firmaların büyük çoğunluğu, teknolojilerini yeterli bulmaktadır. Bu kapsamda bu konuyla ilgili farkındalık faaliyetlerinin yanı sıra imalat firmalarının yüksek teknoloji ürünleri hangi ülkeye, hangi şartlarda ihracat edebileceği ile ilgili uzman ve pazar bilgisinin aktarılması önem taşımaktadır. İmkanlar dahilinde, daha yüksek teknoloji ürünlerin ihraç edilebilmesi adına makine alımı desteği verilebilir.
- İhracatın geliştirilmesi ve düşük teknoloji ürünlerden katma değeri yüksek ürünlere dönüşüm şeklindeki yapısal değişikliklerin gerçekleştirilebilmesi için üniversitelerin, ticaret ve sanayi odalarının, iş ve meslek oda/dernek/vakıflarının firmaları yönlendirmesi büyük önem arz etmektedir. Bu çerçevede bu sayılan kurumlar tarafından işletmelere birebir yönlendirme destekleri verilmesi için kurumlararası altyapının ve destek mekanizmalarının kurgulanması gerekmektedir.
- İhracat personeline bulunması gereken özelliklerden en önemli ikisi ihracat mevzuatının ve yabancı dilin iyi bilinmesidir. Bu konuda özellikle dış ticareti iyi bilen personelin yetişmesi ile ilgili üniversite ve özel sektör arasında çalıştaylar düzenlenebilir ve imkanlar dahilinde bu konuda yapılabilecek iyileştirmeler tartışılabilir. Bu konuda bir destek mekanizması geliştirilebilir.
- Çalışmamıza katılan firmaların büyük çoğunluğu kurumların verdiği ihracat desteklerinden faydalanmış gözükmektedir. OSB veya TSO'larda bu firmaların yaşadığı tecrübeleri, diğer firmalara aktarabilmesi; bu konuda farkındalığın artırılması ve ihracat desteklerinden yararlanmak isteyen firmaların kapasitelerinin geliştirilebilmesi açısından önem taşımaktadır.
- Yine ihracat desteği veren kurumların güncel desteklerini ve şartlarını aktaracağı seminerler düzenlenebilir.
- Fuar katılım desteği; çalışmamıza katılan firmalar tarafından ihracatın artırılması açısından çok önemli görülmektedir. Fuar katılım desteği veren kurumlarla özel sektör arasında işbirliği ve uyumun geliştirilmesi gerekmektedir.
- Bölgenin yüksek ihracat gerçekleştirdiği veya potansiyeli olan ülkelerin Ticari Ateşe ve Müşavirlikleriyle temas halinde olunarak ülkelerin güncel bilgileri ve iyi örneklerin içinde olduğu toplantıların gerçekleştirilebilmesi; özel sektör ve Ekonomi Bakanlığı yetkilileri arasındaki iletişimin güçlenmesi ve ihracatın artabilmesi açısından önem taşımaktadır.



VIII. KAYNAKÇA

1. TÜİK, 2013 Yılı TR83 Bölgesi İhracat Verileri, Basılmamış Doküman, 2014.
2. Samsun TSO, Samsun İhracat Stratejisi ve Eylem Planı, OKA Doğrudan Faaliyet Desteği, Ek-2: İşletmeler İçin İnternet Anketi, 2012.
3. DOLSAR, Yeşilirmak Havzası Gelişim Projesi, 2006.
4. TC Kalkınma Bakanlığı, Onuncu Kalkınma Planı, 2014.
5. TC Ekonomi Bakanlığı, 2023 Türkiye İhracat Stratejisi, 2012.
6. KOSGEB, Kredi Faiz Destekleri, <http://www.kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=32>, Erişim: Haziran 2014.
7. Türk Eximbank, Krediler, <http://www.eximbank.gov.tr/TR,138/krediler.html>, Erişim: Haziran 2014.
8. TC Ekonomi Bakanlığı, Destek Programları, <http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=78D45D5F-19DB-2C7D-3DEB92A25DCCD64F>, Erişim: Haziran 2014.



OKA

ORTA KARADENİZ KALKINMA AJANSI
MIDDLE BLACK SEA DEVELOPMENT AGENCY

Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı
Telefon:+90 (362) 431 24 00
Faks:+90 (362) 431 24 09
E-posta:info@oka.org.tr
Adres:Kale Mahallesi Cumhuriyet Caddesi No:8
İlkadım / SAMSUN

Amasya Yatırım Destek Ofisi

Dere Kocacık Mahallesi İğneci Baba
Sokak No:30 AMASYA
Tel : 0 (358) 212 69 66
Faks : 0 (358) 212 69 65

Çorum Yatırım Destek Ofisi

Gazi Cad. No:68 İl Özel İdaresi Mec.
Binası Valilik Karşısı Kat:4 ÇORUM
Tel : 0 (364) 225 74 70
Faks : 0 (364) 225 74 71

Samsun Yatırım Destek Ofisi

Kale Mahallesi Cumhuriyet Caddesi
No:8 İlkadım SAMSUN
Tel : 0 (362) 431 24 00
Faks : 0 (362) 431 24 09

Tokat Yatırım Destek Ofisi

26 Haziran Atatürk Kültür
Sarayı C Blok Kat:2 TOKAT
Tel : 0 (356) 228 93 60
Faks : 0 (356) 228 97 60

 /OrtaKaradenizKalkinmaAjansi

 /okaorgtr

 www.oka.org.tr