**UR-GE GIDA PROJESİ : İHTİYAÇ ANALİZİ YÖNETİCİ ÖZETİ**

**PROJENİN ADI:**

Trabzon İli Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların İhracata Odaklanması Projesi

**ÇALIŞMANIN ADI VE KAPSAMI:**

Trabzon İli Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların İhracata Odaklanması Projesi İhtiyaç Analizi Araştırması Çalışması

Ele alınan çalışma bir saha araştırması olup, bu saha araştırması Karadeniz Teknik Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi (KTU- SEM) tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışma KTU-SEM koordinasyonunda Yrd. Doç. Dr. Hasan AYYILDIZ ve Yrd. Doç. Dr. Bünyamin ER tarafından yürütülmüş ve tamamlanmıştır.

Bu araştırma, Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB)’nin organizasyonuyla Doğu Karadeniz Bölgesi için ekonomik ölçekte önem arz eden ve Trabzon ilinde dağınık olarak yerleşik bulunan gıda sanayi sektörü temsilcisi firmalar arasında potansiyel olarak uluslararası pazarlara açılma kapasitesine haiz olan ancak somut olarak desteklenme ihtiyacı içinde bulunan ve hâlen belirli bir ihracat deneyimi bulunan/bulunmayan ancak gelişim ihtiyacı içinde olan KOBİ’ler ile bunların yönetici/kilit elemanlarını kapsamaktadır.

Bu bağlamda araştırmaya Trabzon il sınırları içerisinde faaliyet gösteren 14 gıda firması dahil edilmiştir. Bunlar, Muhcuoğlu Gıda Tic. Ve San. Ltd. Şti, Hilal Gıda Mad. San. İnş. Taah. ve Tic. Ltd. Şti, Muhcu Gıda İnş. Tic. Ltd. Şti, Çıt Çıt Kuruyemiş ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti, Fanus Gıda Organik Ürün. San. Tic. Ltd. Şti, Sadıklar Soğuk Hava Tes. ve Su Ürün. San. Tic. Ltd. Şti, Özer Gıda. San.ve Dış Tic. Ltd. Şti, Dervişoğlu Un San. Nak. ve Tic. A.Ş., Can Gıda ve İhty. Mad. Tic. San. Ltd. Şti, Güneş Gıda ve Amb. San. Ve Tic. A.Ş., Şen-Ka DışTic.ve Nak.Ltd. Şti, Bayram Süt Mamülleri Ltd. Şti., Kahvaltı Dünyası Amb. Hayv. Nakl. Ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti., Cirav Gıda San.İnş. Dış Tic. Ltd. Şti. isimli firmalardır.

Bu araştırma ile ihracata başlamayı planlayan veya kısıtlı ihracat tecrübesi olan firmalar açısından potansiyel arzeden hedef pazarları tespit etmek, firmalara ait ürünlerin hangi pazarlara ve ne şekilde pazarlanabileceğine yönelik ihracat planları oluşturmak ve uygulama safhasına erişerek bu pazarlara fiili olarak girişlerini sağlayarak ihracatlarını arttırmak suretiyle bölgedeki eksik rekabet olanaklarının neden olduğu olumsuz etkilerin azaltılması sağlanacaktır.

Ayrıca bu araştırma diğer sektörlerde yer alan firmalara ve bu alanda araştırma yapacak olan üçüncü kişilere işbu araştırma kapsamında yer alan firmaların özel bilgileri ve ticari koşulları ifşa edilmemek kaydıyla katkı sağlayabilecektir

**ÇALIŞMANIN AMACI:**

Bu araştırma, Doğu Karadeniz İhracatçılar Birliği (DKİB)’nin; Doğu Karadeniz Bölgesi merkezi konumunda bulunan Trabzon ili ekonomisinin belkemiği niteliğinde olan gıda sanayi sektörü ihracatçılarının/imalatçılarının, kurumsal alt yapılarının geliştirilmesi ve modern pazarlama tekniklerinin kazandırılmasına destek sağlanması suretiyle mamullerini yüksek katma değer ile ihracata odaklamalarını sağlamayı teminen hammadde tedarikinden başlayarak uluslararası pazarlara sunulmasına kadar olan tüm süreçlerle ilgili olarak bilinçlendirilmeleri suretiyle uluslararası rekabet olanaklarının geliştirilmesi ve ihracat kapasitelerini arttırarak bölgenin sosyo ekonomik gelişimine ve sürdürülebilir ihracat artışına katkı sağlamak amacıyla Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı’na sunulan ve kabul edilen “Trabzon ili gıda sektöründe faaliyet gösteren firmaların ihracata odaklanması projesi” başlıklı projesi kapsamında yürütülen ve proje kapsamındaki firmaların eğitim ve danışmanlık ihtiyaç analizini yapmayı amaçlayan bir alan araştırmasıdır.

**ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ:**

Araştırma, keşfedici nitelikte tanımlayıcı bir araştırma modeli kapsamında ele alınmıştır. Araştırma materyali, formel yapıda düzenlenmiş anket formundan elde edilen verilerden ibarettir.

Söz konusu veriler ile keşfedici ve tanımlayıcı araştırma modeli gereği frekans dağılımı yapılmıştır.

Araştırma veri ve bilgileri, formel bir yapıda hazırlanmış ve Ek 2’de yer alan çoktan seçmeli, 53 sorulu anket formu ve ekinde SWOT analizi formu ile birlikte yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Anketler, bizzat araştırmayı yürüten uzmanlar tarafından, ilave anketör kullanılmaksızın 8 Ekim-26 Ekim 2012 tarihleri arasında uygulanmıştır. Ayrıca paralel bir şekilde hazır paket program yardımıyla sözkonusu firmaların ihracata hazır olup olmadıkları da araştırılmıştır. Bu bağlamda, ek 2’de yer alan ve CORE (A Microcomputer Program For Assessment of Company Readiness To Export) diye adlandırılan paket programın temelini oluşturan anket formu uygulanmıştır. Bu anket formu Ek 3’te ve CORE paket program çıktıları Ek 1’de verilmiştir.

**Araştırmanın bulguları;**

* Anketi cevaplayanlar hakkında bilgiler,
* Firma hakkında bilgiler,
* Firmanın personel, satış ve dış ticaret politikalarına ilişkin bilgiler,
* Firma SWOT analizi.

olmak üzere dört başlık altında incelenmiş ve ayrıca CORE paket programının çıktıları halinde Ek 1’de verilmiştir.

**TESPİT EDİLEN İHTİYAÇLAR:**

* Gerek mevcut ihracat kapasitelerini geliştirmek ve gerekse ihracat pazarına dahil olmak isteyen katılımcılar açısından en önemli eğitim talebi yabancı dil ve ihracat mevzuatı konusudur. Bunun yanında girişimcilik ve ihracat teşvikleri de diğer talep gören eğitim konuları arasında yer almıştır. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde, özellikle hedef ihracat pazarları dikkate alındığında Rusça ve İngilizce dil eğitim ihtiyaçları ön plana çıkmıştır.
* İhracat firmalarının kurumsal yapılanmalarının öneminden hareketle, kurumsallığın bir gereği olarak işletmelerde yapılması gereken bazı işletme faaliyetlerinin yürütülmesinde sıkıntılar olduğu görülmektedir. Müşteri ve çalışan memnuniyetlerinin düzenli ölçümüm bu noktada firmaların bir kısmının düzenli yaptığı faaliyetler içerisinde yer almaktadır. Diğer süreçlerinde düzenli yürütülmesi anlamında firmaların gerekli hassasiyetleri göstermeleri önemlidir.
* Gerek halihazırda ihracat gerçekleştiren gerekse de henüz başlangıç aşamasında olan firmalarda ortak bir sorun olarak İhracat teşvikleri noktasında firmaların yeterli çabayı göstermedikleri değerlendirilmiştir. KOSGEB faizsiz ihracat kredileri, pazar desteği, istihdama yol açma yardımı, yurt dışı fuar desteği ve eğitim yardımları ise mevcut firmaların kullanmaları durumunda en fazla tercih edilen ihracat teşvikleri arasında yer almaktadır.
* Rekabeti öğrenmek ve politik etkinliği artırmak firmaların ihracat yapma nedenleri arasında en önceliğe sahip nedenler olarak ön plana geçmiştir. Buna karşın yabancı dil eksikliği, yüksek hammadde fiyatları, yoğun bürokrasi ve uygun pazar bulamama ihracat yapan firmaların ihracat yaparken karşılaştıkları en önemli problemler olarak katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.
* Yine çalışmaya katılan firmaların önemli bir çoğunluğu en az bir dış ticaret elemanına ihtiyaçları oluğunu ifade etmişlerdir. Firmalar, ihtiyaç duydukları dış ticaret elemanlarının özellikle yabancı dil, ihracat mevzuatı ve ihracat işlemleri ile ilgili yazışmalar konusunda donanımlı olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Bu nedenle ifade edilen konular öncelikli olmak üzere araştırmada ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda bir dış ticaret elemanı eğitim programının başlatılması önem arz etmektedir.
* Firmaların, ihracata hazır olup olmadıklarını belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda dört gruba ayrıldıkları görülmektedir. Bu gruplar, CORE programının çıktısı olan ve Ek 1’de yer alan ürün/organizasyon matrisine göre oluşturulmuşlardır. Bu matrise göre firmaların büyük çoğunluğu ürün ve organizasyon açısından orta ve ortanın üstü düzeyde yer almaktadır. Sadece Cirav Gıda San.İnş. Dış Tic. Ltd. Şti. firması hem ürün hem de organizasyon açısından yüksek düzeyde yer alırken, Dervişoğlu Un San. Nak. ve Tic. A.Ş. firması da organizasyon açısından orta fakat ürün açısından zayıf düzeyde yer almaktadır.

**ÖNERİLER:**

* Çalışmaya katılan firmaların önemli bir çoğunluğu en az bir dış ticaret elemanına ihtiyaçları oluğunu ifade etmişlerdir. Firmalar, ihtiyaç duydukları dış ticaret elemanlarının özellikle yabancı dil, ihracat mevzuatı ve ihracat işlemleri ile ilgili yazışmalar konusunda donanımlı olmaları gerektiğini belirtmişlerdir. Bu nedenle ifade edilen konular öncelikli olmak üzere araştırmada ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda bir dış ticaret elemanı eğitim programının başlatılması önem arz etmektedir. Bu program dahilinde sadece teorik açıdan değil özellikle uygulama yönlü eğitimlerin verilmesi yararlı olacaktır. Bu eğitimlere, yine çalışmada ortaya çıkan temel yetenek ve kişilik özellikleri öncelikleri dikkate alınarak seçilecek kişiler dahil edilmelidir.
* Dış ticaret elemanı ihtiyacı eğitimlerinin yanı sıra, firmaların ihracat ile ilgili konularda eğitimleri diğer bir eğitim ihtiyacı olarak ortaya çıkmıştır. Buna göre firma sahiplerinin ya da tepe yöneticilerinin veya görevlendirecekleri üçüncü kişilerin, yabancı dil ve ihracat teşvikleri başta olmak üzere, ihracat ile ilgili yazışmalar, hedef ihracat pazarlarındaki potansiyel müşteriler, dış ticarette kullanılan belgeler ve ihracat ile ilgili sözleşmeler kapsamında eğitimleri için ikinci bir eğitim programı başlatılmalıdır.
* Araştırmada ortaya çıkan bu iki eğitim ihtiyacı birbiri ile koordineli olarak yürütülmeli ve mutlaka ihracat tecrübesi yaşamış kişilerin birer eğitimci olarak programlar dahilinde aktif olarak kullanılması gerekmektedir.
* Proje ile belirlenen hedef grup mensubu işletmelerin proje süreci sonucunda tamamlanacak destek faaliyetleri neticesinde stratejik düzeyde yapacakları planlama ve yönetim faaliyetleri orta ve uzun vadede markalaşmaya ve kurumsallaşmaya yönelik çalışmaları destekleyecektir. Bu nedenle Trabzon işletmelerinin yurtiçi ve uluslararası etkinliklerini artırmak amacıyla stratejik işletme yönetimi ve bunun kurumsallaşmaya etkisi konusundaki bilgi-becerilerinin artırılması gereklidir. Bu nedenle Trabzon ilgili sektör işletmelerinin, stratejik düzeyde planlama ve yönetim yapmaya başlayabilmeleri için bu alandaki eksikliklerini tamamlamaları ve buna yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetleri temin etmeleri de gerekmektedir.
* Öte yandan, gıda sanayi sektörü tarımsal üretim ve yetiştiricilikten, tüketicinin sofrasına kadar olan tüm aşamalarda birçok sektörle ilişki içindedir. Üretimden başlayarak tüketicide sona eren süreçte ise sağlıklı hammadde temininden enerji kullanımına, kaynak kullanımından atık idaresine, ambalajlamadan dağıtım kanallarına kadar birçok unsur yer almaktadır. Gıda zincirini, 'tarladan sofraya' ilkesinden hareketle; çiftçiler, sanayiciler, tedarikçiler, nakliyeciler, perakendeciler ve tüketicileri de içine alan farklı gruplar oluşturmaktadır.
* Sektörde hammadde tarım sektöründen sağlanırken, madencilik sektöründen kömür, petro-kimya sektöründen petrol ürünleri, enerji sektöründen elektrik, ambalaj ve kağıt-basım endüstrisinden kağıt, demir- çelik sanayiinden demir çelik ürünleri, ulaştırma sektöründen nakliye, gübre sanayiinden kimyevi gübre temin edilmektedir. Bu nedenle, bahsekonu sektörler gıda sektörü ile girift ilişki içinde olup, söz konusu sektörlerde meydana gelen ya da gelebilecek olan tüm değişim ve gelişmelerden dolaylı olarak etkilenebilmektedir. Sektörün geliştirilmesi durumunda gıda sektörü kümeleme faaliyetlerine ve güçlü bir tedarik zinciri tesis edilmesine uygun bir sektör olarak değerlendirilebilmektedir.
* Dolayısıyla gıda sektöründe işbirliği, güç birliği ve kümeleme modeli ile sektördeki aktörlerin çabuk pazara girmeleri, bilgiye çabuk ulaşmaları, finans elde etmeleri, Ar-Ge, üretim ve pazarlama ortaklığı yapmaları, riski dağıtmaları, ihracatlarını artırmaları suretiyle bölge ekonomisini yukarıya çekmeleri ve bölge halkını sosyo-ekonomik yönden refaha taşımaları uzun vadede mümkün bulunmaktadır.
* Ayrıca, öncelikle Trabzon iline yakın komşu ülkelerle dış ticaret bağlantılarını geliştirmek için pro-aktif bir faaliyet grubu başlatılmalıdır. Bu kapsamda sonuç almaya dönük karşılıklı ülke ziyaretleri, araştırma ve planlama faaliyetleri, küçük ve orta boy işletmelerin bu konuda bilinçlendirilmeleri ve desteklenmeleri gereklidir.
* Çalışmaya katılan firmaların ihracat açısından öncelikli hedef coğrafyası Orta Asya ve Avrupa ülkeleridir. Bu nedenle söz konusu coğrafya ve muhtemel pazarlar anlamında ihracat firmalarının bilgilendirilmesi faydalı olacaktır.

Yukarıdaki sonuçlar doğrultusunda firmaların ihtiyaçları için eğitim ve danışmanlık ile hizmet ve personel başlıkları altında geliştirilen öneriler aşağıda sıralanmıştır:

***Eğitim ve Danışmanlık:***

|  |  |
| --- | --- |
| * Kurumsallaşma | * Etkili iletişim |
| * Stratejik yönetim | * Stratejik planlama |
| * Aile işletmeleri yönetimi | * Girişimcilik |
| * Genel pazarlama | * Uluslararası pazarlama |
| * Müşteri ilişkileri yönetimi | * Tedarik zinciri yönetimi |
| * Pazar ve pazarlama araştırmaları | * Ülke ve pazar bilgisi |
| * Lojistik | * Ar-ge |
| * İnovasyon | * Benchmarking |
| * İhracat finansmanı | * Bilgisayar-internet |
| * E-ticaret | * Ulusal ve uluslararası iş mevzuatı |
| * İhracat mevzuatı | * INCOTERMS |
| * Bütün teşvikler | * Yabancı dil (özellikle İngilizce, Rusça) |
| * Başarılı örnek uygulamalar (case study) | * Dış Ticarette Yazışmalar |

* Teknik eğitim / İşbirliği-güçbirliği
* Kümelenme

***Hizmet ve Personel:***

|  |  |
| --- | --- |
| * Danışmanlık firmaları | * Üniversite |
| * Dış ticaret personeli | * Müşteri memnuniyet ölçümü |
| * Başarılı ihracat yapanlar eşliğinde bilgilendirme | * Çalışan memnuniyet ölçümü |