

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ANKARA İLİNDE BİTKİSEL ÜRÜN İŞLEYEN VE İHRACATINDA BULUNAN
GIDA SANAYİ İŞLETMELERİNİN YAPISI VE SORUNLARI ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

EMRAH TURMUŞ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

**ANKARA
2022**

Her hakkı saklıdır

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

ANKARA İLİNDE BİTKİSEL ÜRÜN İŞLEYEN VE İHRACATINDA BULUNAN GIDA SANAYİ İŞLETMELERİNİN YAPISI VE SORUNLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Emrah TURMUŞ

Ankara Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Erdoğan GÜNEŞ

Bu çalışma, Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan gıda sanayi işletmelerinin mevcut durumlarını ve sosyo-ekonomik yapılarını ortaya koymak, üretim ve ihracat faaliyetlerini incelemek, karşılaşılan sorunları belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan 60 adet gıda sanayi işletmesi olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya gönüllü olarak katılan 43 işletmeye uygulanan anketler yardımıyla veri ve bilgiler toplanmıştır.

İşletmelerden elde edilen sonuçlara göre, Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmelerin %86,05'i işletme sahibi, %13,95'i ise profesyonel yönetici tarafından yönetildiği belirlenmiştir. İşletmelerin %58,92'sinin üretimde kullandığı hammaddeyi diğer illerden temin ettiği, %54,98'inin faaliyetlerini ulusal çapta sürdürdüğü, %46,52'sinin fiili ihracat değerlerinin toplam ciro içindeki payı %1 ile %10 arasında gerçekleştiği ve %25,58'inin reklam ve tanıtım faaliyetlerini kullanmadığı belirlenmiştir. İşletmeler için vergi yüksekliliği ve nitelikli işgücü sorunu üretimde dikkati çekmektedir. Ayrıca işletmelerin ihracatta karşılaştığı sorunların; işgücü maliyetlerinin yüksekliliği, nitelikli personel bulunamaması, finansman yetersizliği, nakliye sorunları, navlun hizmetlerinin yüksekliliği, ihracat teşviklerinin yetersizliği ve döviz kuru değişimlerinin olumsuz etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Mayıs 2022, 92 sayfa

Anahtar Kelimeler: Bitkisel ürün, İhracat, Gıda, İşletme, Ankara

ABSTRACT

Master Thesis

A RESEARCH ON THE STRUCTURE AND PROBLEMS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES PROCESSING PLANT PRODUCTS AND EXPORTING IN ANKARA PROVINCE

Emrah TURMUŞ

Ankara University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Prof. Dr. Erdoğan GÜNEŞ

This study was carried out in order to reveal the current status and socio-economic structures of the food industry enterprises that process and export food products of non-animal origin in Ankara, to examine their production and export activities, to identify the problems encountered and to develop solutions. In the research, it has been determined that there are 60 food industry enterprises that process food products of non-animal origin and engage in export activities in the province of Ankara. However, data and information were collected with the help of questionnaires applied to 43 enterprises that voluntarily participated in the research.

According to the results obtained from the enterprises, it has been determined that 86.05% of the enterprises that process and export food products of non-animal origin in Ankara are managed by their owners, and it was determined that 13.95% are managed by a professional manager. It has been determined that 58.92% of the enterprises procure the raw materials used in production from other provinces, 54.98% continue their activities on a national scale, and it has been determined that the share of actual export values in the total turnover of 46,52% is between 1% and 10%, and 25.58% of them do not use advertising and promotion activities. The high tax rate and the problem of qualified labor for businesses draw attention in production. In addition, the problems faced by enterprises in exporting have been determined to have high labor costs, a lack of qualified personnel, insufficient financing, transportation problems, high freight services, insufficient export incentives, and exchange rate changes.

May 2022, 92 pages

Keywords: Food products of non-animal origin, Export, Food, Business, Ankara

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam sürecinin her aşamasında değerli bilgi, birikim ve tecrübeleri ile desteklerini esirgemeyen araştırmanın her aşamasında fikirleriyle yol gösteren kıymetli danışman hocam Sayın Prof. Dr. Erdoğan GÜNEŞ'e (Ankara Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı) tezin hazırlık ve değerlendirme aşamalarında yardım ve desteklerini sunan Gıda Mühendisi Serkan DEMİRKOL ve Gıda Mühendisi Hüseyin KODAL'a, anket sorunlarını sabırla yanıtlayan Ankara ilinde faaliyet gösteren gıda sanayi işletmelerinin değerli sahipleri ve çalışanlarına teşekkür ve saygılarımı sunarım. Beni bu günlere getiren ve her süreçte yanımda olan sevgili annem Hanim TURMUŞ ve sevgili babam Kamil TURMUŞ'a, aldığım her kararda bana destek veren ağabeyim Hamdi TURMUŞ'a ve sevgisini ve desteğini her zaman hissettiğim sevgili eşim Zehra TURMUŞ'a teşekkür ederim.

Emrah TURMUŞ
Ankara, Mayıs 2022

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI

ETİK.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
KISALTMALAR DİZİNİ.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	x
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Araştırmanın Önemi.....	1
1.2 Araştırmanın Amacı.....	4
2. KAYNAK ÖZETLERİ.....	6
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	14
3.1 Materyal.....	14
3.2 Yöntem.....	15
4. DIŞ TİCARET VE GELİŞMELER.....	16
4.1 Dünya Dış Ticaret Durumu.....	16
4.2 Türkiye'nin Dış Ticaret Durumu.....	21
5. ANKARA İLİNİN DIŞ TİCARET DURUMU ve GELİŞMELER.....	33
5.1 Ankara İlının Dış Ticaret Durumu.....	34
5.2 Ankara İlının Tarımsal İhracatının Gelişimi.....	36
5.3 Ankara İlının Bitkisel Gıda Ürünleri İhracatının Gelişimi.....	39
5.3.1 Ankara ilinin bitkisel gıdalarda ürün gruplarının dağılımı.....	43
6. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA.....	45
6.1 İncelenen İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler.....	45
6.2 İncelenen İşletmelerin Yönetici ve Çalışan Personel Durumu.....	49
6.3 İncelenen İşletmelerin Üretim Durumları.....	54
6.4 İncelenen İşletmelerin Pazarlama Durumları.....	59
6.5 İncelenen İşletmelerin Ekonomik ve Finansal Durumları.....	62
6.6 İncelenen İşletmelerin İhracat Faaliyetleri Hakkında Genel Bilgiler.....	65

6.7 İncelenen İşletmelerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar.....	71
7. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	74
KAYNAKLAR.....	81
EK 1 Anket Formu.....	85
ÖZGEÇMİŞ.....	92



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	Araştırma ve Geliştirme
ASO	Ankara Sanayi Odası
BAE	Birleşik Arap Emirlikleri
BM	Birleşmiş Milletler
BRC	British Retail Consortium
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Point
IFC	International Finance Corporation
ISO 22000	International Organization for Standardization
KKTC	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
ÖİB	Özel İdari Bölgesi
SSPS	Statistical Package For Social Sciences
TOB	Tarım ve Orman Bakanlığı
TTK	Türk Ticaret Kanunu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
Türk Eximbank	Türkiye İhracat Kredi Bankası

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1 Türkiye'nin toplam ihracat-ithalat değerleri değişim oranları.....	24
Şekil 4.2 Türkiye toplam ihracat-ithalat değerlerinin dünya toplam ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi.....	24
Şekil 4.3 Türkiye'nin tarımsal ihracat-ithalat değerleri değişim oranları.....	26
Şekil 4.4 Türkiye’de toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları.....	28
Şekil 4.5 Türkiye tarımsal ihracat-ithalat değerlerinin dünya tarımsal ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi.....	28
Şekil 4.6 Türkiye'nin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri değişim oranları ...	30
Şekil 4.7 Türkiye’de toplam tarımsal dış ticaret içerisinde bitkisel gıda ürünleri dış ticaretinin oransal payları.....	31
Şekil 4.8 Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin dünya bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi.....	32
Şekil 5.1 Ankara ilinin toplam ihracat-ithalat değerleri değişim oranları.....	35
Şekil 5.2 Ankara ilinin toplam ihracat-ithalat değerlerinin Türkiye toplam ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi.....	35
Şekil 5.3 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat değerleri değişim oranları.....	37
Şekil 5.4 Ankara ilinde toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları.....	38
Şekil 5.5 Ankara tarımsal ihracat-ithalat değerlerinin Türkiye tarımsal ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi.....	39
Şekil 5.6 Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin değişimi.....	41
Şekil 5.7 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat içerisinde bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat oransal payları.....	42
Şekil 5.8 Ankara bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi	43
Şekil 6.1 İşletmelerin kuruluş tarihlerine göre dağılımı	45
Şekil 6.2 İşletmelerin hukuki statülerine göre dağılımı	46
Şekil 6.3 İşletmelerin mülkiyet durumu.....	46
Şekil 6.4 İşletmelerin kapalı alan büyüklüğü.....	47
Şekil 6.5 İşletmelerin açık alan büyüklüğü	47

Şekil 6.6 İşletmelerin alt faaliyet konularına göre dağılımı (%).....	48
Şekil 6.7 İşletmelerin yönetim durumu.....	49
Şekil 6.8 İşletme sahiplerinin eğitim düzeylerin dağılımı	50
Şekil 6.9 İşletmelerde çalışan personelin niteliğine göre dağılımı (%)	51
Şekil 6.10 İşletmelerde çalışan personelin öğrenim durumlarının dağılımı (%)	52
Şekil 6.11 İşletmelerin hammadde temini yerlerinin dağılımı (%).....	54
Şekil 6.12 İşletmelerin hammadde temin etme yöntemi (%).....	55
Şekil 6.13 İşletmelerin hammadde temin ederken kullandığı finansal kaynakların dağılımı.....	55
Şekil 6.14 İşletmelerin üretimde kullandıkları teknoloji durumu (%).....	56
Şekil 6.15 İşletmelerin kapasite kullanım oranlarının dağılımı (%)	57
Şekil 6.16 İşletmelerin üretim planlama yönteminin dağılımı (%).....	58
Şekil 6.17 İşletmelerin faaliyet alanlarının dağılımı	60
Şekil 6.18 İşletmelerin yıllık ciro dağılımı (2019-2020) (%)	64
Şekil 6.19 İşletmelerde ihracatın toplam ciro içindeki paylarının dağılımı (%).....	64
Şekil 6.20 İşletme giderleri dağılımı (%).....	65
Şekil 6.21 İşletmelerin ihracat faaliyetine başladığı yılların dağılımı	66
Şekil 6.22 İşletmelerin ihracat departmanının varlığı durumu.....	66
Şekil 6.23 İşletmelerin dış ticarete yönelik mevzuat bilgisinin durumu.....	66
Şekil 6.24 İşletmelerin dış pazarda temsil edilme şeklinin dağılımı (%).....	67
Şekil 6.25 İşletmelerin Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisine göre en çok ihracat yaptığı ürün grupları (%).....	68
Şekil 6.26 İşletmelerin en çok ihracat yaptığı ülkeler (2019–2020 dönemi öncesi) (%).....	68
Şekil 6.27 İşletmelerin en çok ihracat yaptığı ülkeler (2019–2020 dönemi sonrası) (%).....	69
Şekil 6.28 İşletmelerin rakip işletmelerle kendilerini karşılaştırma durumu (%)	70
Şekil 6.29 İşletmelerin ihracatı artırmaya yönelik faaliyetlerin durumu (%)	70

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 4.1 Ülkelere göre toplam ihracat değerleri (Milyar dolar).....	17
Çizelge 4.2 Ülkelere göre toplam ithalat değerleri (Milyar dolar).....	18
Çizelge 4.3 Ülkelere göre toplam tarımsal ihracat değerleri (Milyar dolar).....	19
Çizelge 4.4 Ülkelere göre toplam tarımsal ithalat değerleri (Milyar dolar).....	19
Çizelge 4.5 Ülkelere göre bitkisel gıda ürünleri ihracat değerleri (Milyar dolar)	20
Çizelge 4.6 Ülkelere göre bitkisel gıda ürünleri ithalat değerleri (Milyar dolar)	21
Çizelge 4.7 Türkiye'nin toplam ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar).....	23
Çizelge 4.8 Türkiye'nin tarımsal ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar).....	26
Çizelge 4.9 Türkiye'de toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları.....	27
Çizelge 4.10 Türkiye'nin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar).....	29
Çizelge 4.11 Türkiye'de toplam tarımsal dış ticaret içerisinde bitkisel gıda ürünleri dış ticaretinin oransal payları.....	31
Çizelge 5.1 Türkiye'nin ve Ankara ilinin tarım alanı varlığı ve dağılımı (2021).....	33
Çizelge 5.2 Ankara ilinin toplam ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar)	34
Çizelge 5.3 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat değerleri (Milyon dolar)	36
Çizelge 5.4 Ankara ilinin toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları.....	38
Çizelge 5.5 Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri (Milyon dolar).....	40
Çizelge 5.6 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat içerisinde bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat oransal payları	42
Çizelge 5.7 Ankara ilinde bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin dağılımı (Milyon dolar)	44
Çizelge 6.1 İşletmelerde çalışan personelin cinsiyet dağılımı	52
Çizelge 6.2 İşletmelerde yabancı dil bilen personelin eğitim ve cinsiyetine göre dağılımı.....	53
Çizelge 6.3 İşletmelerin ürünlerde depolama yapma durumları	58
Çizelge 6.4 İşletmelerin üretim sorunlarıyla ilgili tutum, davranış ve algıları	59

Çizelge 6.5 İşletmelerin reklam yapma durumları	61
Çizelge 6.6 İşletmelerin ihraç ürünlerinde ulaşım tercihleri (2019-2020).....	61
Çizelge 6.7 İşletmelerin kredi kullanma durumları.....	63
Çizelge 6.8 İşletmelerin ihracat teşvik durumu ve kaynakları	71
Çizelge 6.9 İşletmelerin ihracat faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunlara yönelik tutum, davranış ve algıları	73



1. GİRİŞ

1.1 Araştırmanın Önemi

Günümüzde en önemli sanayilerden biri olan gıda sektörü son zamanlarda büyük bir gelişim göstermiştir. Bu gelişim üretimden tüketime, işletme içi organizasyona, iç ve dış ticarete ve işletme politikalarına etki ederek sektör ve ülke ekonomisine katkı sunma konusunda oldukça etkili olmuştur. Gıda sektörünün emek yoğun bir üretime sahip olması, sanayiye hammadde vermesi, tarımsal ürünlerin değerlendirilmesi, istihdama olan katkısı, toplumun sağlıklı ve dengeli beslenmesi ile ilişkili olup dünyadaki ülkelerin tamamı için sosyo-ekonomik açıdan stratejik bir konumdadır (Anonim 2019a).

Türkiye’de sanayileşme sürecinin başlarında gıda sanayi işletmeleri önemli olmuştur ve bu önem devam etmektedir. Türkiye’de sanayileşmenin bir adım ileriye gitmesine katkıda bulunan gıda sanayi, kalkınma ve yıllık planlardaki belirtilen hedefler doğrultusunda gelişim göstermiş ve zaman içerisinde kamu himayesinden ayrılarak özel teşebbüs ağırlıklı bir yapıya dönüşmüştür. Ayrıca karlılık ve verimliliğin önemli olduğu bu süreçte ekonominin stratejik bir sektörü haline gelmiştir (Uyanık 2011).

6 Haziran 2006 tarih ve 26190 sayı ile resmi gazetede yayımlanan ihracat yönetmeliğine göre “İhracat: Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye gümrük bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veya müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemleri” olarak tanımlanmaktadır (Anonim 2021b). Başka bir ifade ile ihracat, bir ülkede üretilen mal veya hizmetin ülke dışına satılmasıdır. Yapılan satış işleminin ihracat niteliğinde olabilmesi için mal ve hizmetin gümrük bölgesinden çıkmış olması, satışın yürürlükteki ihracat mevzuatına uygun koşullarda gerçekleşmesi, ihracat sertifikasını elinde bulunduran gerçek ve tüzel kişiler tarafından yurt dışı piyasaya fiilen satılması ve satış ücretinin kambiyo mevzuatına uygun olarak yurtiçine getirilmiş olması gerekmektedir (Hatipoğlu 1994).

Uluslararası pazarlarda faaliyette bulunan işletmeler, ihracata yönelmeleri sonucunda gelirlerinin ve satışlarının büyük bir bölümünü uluslararası pazarlardan sağlamakta ve bu satışların oranı, genel satışlar toplamının yaklaşık olarak %30-50'sini aşmaktadır. Büyümek isteyen işletmelerin ihracata yönelmeleri büyük avantajlar sağlamaktadır (Paçaman 2010).

İhracat makroekonomik düzeyde işletmeler ve ülkeler açısından önemlidir. Ülkelerin gereksinimi olan kalkınmada ve ithalat giderlerini karşılamada kullanacağı dövizini sağlayan en önemli araçlardan biri ihracattır. Aynı zamanda ihracat bir işletmenin sürdürülebilir olmasını ve işletmelerin ekonomide yaşanan olumsuz gelişmeleri en az zararla atlattırmasını sağlamaktadır. İhracatla elde edilen gelirlerin, ithalat giderlerinden fazla olması istenmektedir. Ülkeler her zaman refah seviyesinin artması için dış ticaret fazlası vermek isterler. Böylelikle üretimde artışlar meydana gelmekte ve istihdam yaratılmaktadır (Balantekin 2006).

Araştırmanın konusu ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda, gıda işletmelerinin ihracat performansı ve bunun sürekliliği sıklıkla ifade edilmektedir (Ersöz 2014). Nitekim küreselleşen dünyada pazar payının artırılmasında etkin kaynak kullanımı ve maliyet azaltılması da sanayide ele alınmaktadır. İhracat, kalkınma ve sürdürülebilir bir ekonomik büyümenin meydana gelebilmesinde kilit rol oynayarak ülke ekonomisini dış pazarlara açan temel araçlardan birisidir (Paçaman 2010).

İhracat işletmeye ait kaynakların etkin kullanılmasında bir faktördür. İşletme kapasitesi yurt içi talebinden fazla ise ihracatla işletmenin fazla kapasitesinin kullanılması sağlanacaktır. Yapılan araştırmalarda kapasite fazlalığı, ihracat faaliyetlerine adım atmada en önemli nedenlerden biri olmuştur (Kaynak ve Kothari 1984). Ayrıca kapasite kullanımının artması birim maliyetleri düşürerek birim karının artmasına neden olacaktır. Eğer dış pazarlar iç piyasadan hızlı gelişimini sürdürüyorsa işletmenin büyüme hızı önemli düzeyde artacaktır (Kırdar 2005).

Ülkelerin ve işletmelerin iç ve dış piyasalarda göstermiş oldukları performans rekabet gücünü belirlemektedir. İhracat, rekabet üstünlüğünün sağlanması bakımından ülkelerin dünya ekonomisinde yer alarak ekonomik güçlerini daha da artırmaları için etkili bir faktördür. Küreselleşme ile beraber rekabet koşulları daha da zorlaşmasından dolayı işletmeler dış pazarlara mal ve hizmet göndererek rekabet etmeye çalışmaktadır (Abar ve Tekmanlı 2018). Yoğun rekabet ortamında işletmeler varlıklarını devam ettirebilmek ve rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilmek amacıyla yeni ürün geliştirilmesi ve var olan ürün üzerinde Ar-Ge faaliyetlerine önem vermektedir (Paçaman 2010).

Ankara ilinde Ankara Anadolu OSB, Polatlı OSB, Polatlı Ticaret Odası OSB, Şereflikoçhisar OSB, Başkent OSB, Dökümcüler İhtisas OSB, Elmadağ Mobilyacılar İhtisas OSB, İvedik OSB, Ostim OSB, ASO 2. ve 3. OSB, ASO 1. Sincan OSB, Uzun ve Havacılık İhtisas OSB ve Çubuk Hayvancılık İhtisas OSB olmak üzere faaliyet gösteren 13 adet OSB mevcuttur (Anonim 2021a). Gıda sanayinde faaliyet gösteren üretici ve ihracatçıların çoğunluğu ise Ostim OSB, İvedik OSB, ASO 1. Sincan OSB ile Başkent OSB’de faaliyetlerini sürdürmektedir. Ayrıca Kahramankazan, Akyurt, Çubuk, Yenimahalle, Elmadağ ve Kalecik ilçelerinde de üretim ve ihracat yapan gıda sanayi işletmeleri bulunmaktadır. Buradan Ankara ilinin sanayi bölgeleri bakımından oldukça geniş bir yelpazeye sahip olduğu ve bunun içinde de gıda sanayi işletmelerinin var olduğu görülmektedir. Ankara ili gıda sanayinde faaliyet gösteren ürün işleyen ihracatta bulunan işletmeler, üretim yanında ihracat değerleriyle de ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır.

TÜİK verilerine göre Türkiye’nin tarımsal ihracat değeri yıllar itibariyle artış göstererek 2021 yılında 22,84 milyar dolara ulaşmıştır. Tarımsal ihracat değeri içerisinde önemli bir yere sahip olan bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri 2021 yılında %69,74 oranında pay alarak 15,93 milyar dolar gerçekleşmiştir. Ankara ilinde bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin dalgalanma gösterdiği bunun sonucunda ithalatının arttığı da ifade edilmektedir. 2021 yılında bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri 364,82 milyon dolar iken bitkisel gıda ürünleri ithalat değeri 1 milyar 713 milyon dolar gerçekleşerek dış ticaret

açığı oluşmuştur. Genelde Türkiye'nin, özelde de araştırma alanını oluşturan Ankara ilinde, sosyo-ekonomik açıdan bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin artması önemlidir. Ankara ili bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin, mevcut potansiyele uygun şekilde istenilen düzeyde olmaması, dalgalanmaların yaşanması ve son dönemlerde ithalat değerinden daha düşük seyretmesi sebebiyle ihracatta karşılaşılan sorunların araştırılması ve çözüm önerilerin geliştirilmesi bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu sayede, işletmelerin ihracat miktarlarının artırılarak üretim sürecinde istihdam başta olmak üzere yerel ekonomiye katkılar sağlaması ve dış ticaret açığının kapanmasına etkide bulunması önemlidir.

1.2 Araştırmanın Amacı

Dış ticaret dengesi tüm ülke ekonomileri için önemlidir. Bir ülkede refah seviyesinin ve milli gelirin artması ihracat-ithalat dengesinde ihracatın daha yüksek seyretmesiyle meydana gelmektedir. İhracat değerinin artması ise ülke ekonomisine ciddi katkılar sağlamaktadır (Balantekin 2006).

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından Temmuz 2019 yılında yayınlanan 11. Kalkınma Planı (2019-2023) verimliliği ön planda tutan, sanayi sektörünün diğer sektörlere göre ilk sırada yer aldığı, sürdürülebilir, ihracat odaklı ve istikrarlı bir büyüme modeli çerçevesinde hedef belirlemiştir. Bu kalkınma planında, 2023 yılında toplam ihracatın 226,6 milyar dolara ulaştırılması, üretimin ihracata yönelik olması ve dışa bağımlılığın azaltılması hedefleri bulunmaktadır. Böylece sürdürülebilir bir ekonomik gelişme ile refah düzeyinin artacağı düşünülmektedir (Anonim 2019b). TÜİK verilerine göre Türkiye'nin toplam ihracat miktarı 2019 yılında 171,46 milyar dolar, 2020 yılında 160,65 milyar dolar, 2021 yılında 213,64 milyar dolar gerçekleştiği ifade edilmektedir. Türkiye'de gerçekleşen toplam ihracat değerinin 11. Kalkınma Planında 2023 yılı için belirtilen toplam ihracat değeri hedefine ulaşması noktasında ihracat miktarı ve değerinin artırılmasının önemli olduğu söylenebilmektedir.

Ankara ili bitkisel gıda ürünleri ihracatının il ve ülke ekonomisindeki önemine ve ihracatta karşılaşılan sorunlara dair araştırma önemlidir. Sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi ihracat faaliyetlerine verilen önemi daha da artıracaktır.

Bu çerçevede çalışmanın temel amacı,

- Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmelerin mevcut durumlarını ve sosyo-ekonomik yapılarını ve gelişimlerini ortaya koymak,
- İşletmelerin üretim ve ihracat bölümlerini incelemek ve yapısını ortaya çıkarmak,
- İşletmelerin ihracattaki gelişimini ve şekillerini incelemek, ihracatta etkili organizasyon modellerini ortaya koymak,
- İşletmelerin ihracat faaliyetini sürdürürken karşılaşılan problemleri belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmektir.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Güneş ve Bülbül (2000), “Meyve ve Sebze İşleme Sanayiinde Ekonomik ve Finansal Yapının Analizi (Bursa İli Örneği) ” isimli çalışmalarında Bursa ilinde meyve ve sebze işleyen gıda sanayi işletmelerinin üretim, kapasite, sermaye ve karlılık durumu, finansman yapısı, verimlilik ve pazarlama faaliyetleri yönünden araştırmışlardır. Araştırma Bursa ilinin Karacabey, Mustafakemalpaşa ve Yenişehir ilçelerinde bulunan 13 fabrikadan elde edilen anket verilerinden oluşmuştur. Araştırma sonucunda; işletmelerin 11’inde salça üretimi yapıldığı bunun yanında konserve ve dondurulmuş meyve ve sebze üretiminin de gerçekleştiği belirtilmiştir. Kapasite kullanım oranı salçada %75,2, konserve ürünlerinde %57,3 ve dondurulmuş ürünlerde %58,0 olarak belirlenmiş ve üretilen ürünlerinin en az %60’ını ihraç ettiği belirtilmiştir. Aktif sermayenin içerisinde %74 oranında döner varlıklar, %26 oranında duran varlıklar olduğunu, pasif sermayenin içinde kısa vadeli krediler ve öz sermayenin yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin karlılık seviyelerinin ülke ortalamasının üzerinde gerçekleştiğine ve %50-70 verimlilik oranında çalıştığına vurgu yapılmıştır.

Müslümov (2002), “21. Yüzyılda Türkiye’de KOBİ’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri” isimli çalışmasında KOBİ’lerin karşılaştıkları sorunları literatürde yapılmış olan araştırmalarla birlikte ele alarak sorunlara yönelik çözüm alternatiflerini sunmayı hedeflemiştir. Araştırmada KOBİ’lerin ekonomik güçlerini ve milli ekonomiye olan katkılarını artırmak amacıyla teknoloji, yönetim ve finansman destekleri kullanılarak verimliliklerin üst seviyeye çıkarılmasının gerekli olduğuna vurgu yapılmıştır. Bu sayede KOBİ’lerin rekabet edebilirliği artırılarak gelişmekte olan teknoloji ve pazar koşullarına uyum sağlayan ürün üretiminde kaliteye önem veren ve milli ekonomiye daha fazla katkı sağlayan bir yapıya kavuşacağı ifade edilmektedir. Ayrıca KOBİ’lerin sorunlarının geniş çerçevede ele alınmasını, geliştirilecek bir strateji doğrultusunda teşvik edilmesinin önemli olduğu sonucuna varılmıştır.

Öztürk ve vd. (2004), “Yaş Meyve Sebze İhracatçı Firmalarının Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri” isimli çalışmalarında Bursa, Antalya, Trabzon. Mersin. Adana.

Hatay ve İzmir illerinde yaşı sebze ve meyve ihraç eden 66 firma ile anket yolu ile toplanan verileri değerlendirmişlerdir. Yaşı meyve ve sebze ihracatı faaliyetinde bulunan firmaların karşılaştıkları sorunları üretim, üreticiler ve ihracat yapan firmalardan kaynaklanan sorunlar olarak ele almışlardır. İşletme üretim alanlarının parçalı, küçük ve dağınık olması, üreticilerin ilaç kullanımında aşırıya kaçması, ürünlerin uygun hasat dönemlerinde hasat edilmemesi ve depolama koşullarının yetersiz olması ihracatı olumsuz yönde etkileyen faktörler olarak belirlemişlerdir. İhracat yapan firmalar ile ilgili sorunlar ise finansman yetersizliği, kaliteli ürün tedarik edilememesi, navlun hizmetlerinin yüksekliği, depolama koşullarının elverişsizliği, bürokratik engeller, teknolojiye ve Ar-Ge faaliyetlerine yeterli finansmanın ayrılmamasından kaynaklandığını tespit etmişlerdir. Yaşı meyve ve sebze ihracatının artması ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için üreticiler ile ihracatçı firmaların işbirliği içinde faaliyetlerini sürdürmeleri ifade edilmiştir.

Ulaş (2004), “Van İlindeki Tarıma Dayalı Sanayi İşletmelerinin Çalışma Alanları, Sosyo-Ekonomik Yapıları ve Kapasite Kullanım Durumları” adlı çalışmasında Van ilinde tarıma dayalı sanayi alanında faaliyet gösteren işletmelerin çalışma alanları, yapıları ve kapasite kullanım durumlarını tespit ederek işletmelerin karşılaştıkları sorunları saptamayı ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri geliştirmeyi hedeflemiştir. Araştırma verileri 44 tarıma dayalı sanayi işletmesinden kişisel görüşme yoluyla derlenmiş anket verilerine dayanmaktadır. Araştırma sonucunda işletmelerin ekonomik, teknik, yönetsel sorunları olduğu mali güçlükler ve talep yetersizliğinden kaynaklanan atıl kapasite sorununu yaşadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca pazarlama güçlükleri, enerji pahalılığı, yeterli kalitede ve miktarda hammadde bulunamaması, kalifiye eleman ve finansman eksikliği karşılaşılan başlıca sorunlar olarak belirlenmiştir. Bu sorunlara yönelik bölgede yeterli miktarda ve kalitede hammadde üretimi teşvik edilerek ürünlerden elde edilen verimin artırılması, sözleşmeli tarım uygulamasının hayata geçirilmesi yönünde tarım politikalarının geliştirilmesi ve finansman yetersizliği sorunu için kredi maliyetlerinin düşürülerek işletmelere uygun şartlarda uzun vadeli ve düşük faizli kredinin sağlanmasının gerektiği belirtilmiştir.

Çinpolat (2006), “Tokat İli Gıda Sanayi İşletmelerinin Mevcut Durumu, Faaliyetleri ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmasında Tokat ili gıda sanayii işletmelerinin mevcut durumunu ortaya koymak, gıda sanayii işletmelerinin tarım sektörü ile ilişkilerini belirlemek ve gıda sanayi işletmelerinin karşılaştıkları sorunları tespit etmeyi amaçlamıştır. Beş sektörde 40 gıda sanayi işletmesiyle basit tesadüfi yöntemi ile seçilen işletmelere anket uygulamıştır. Araştırma sonucunda işletmelerin üretimde karşılaştıkları en önemli sorunların kapasite kullanım oranını düşüklüğü, finansman yetersizliği ve Ar-Ge çalışmalarına yeterli önemin verilmemesinden kaynaklandığını belirtmiştir. AB’nin sunmuş olduğu finansman destekleri hakkında işletmeler bilgilendirilerek finansman sorununa fayda sağlanabileceğini ayrıca işletmelerin değişik kredi kuruluşlarından yeterli ve uygun kredi sağlamaya çalışmalarını önermiştir. Pazarlamada karşılaşılan sorunlar talep yetersizliği ve haksız rekabet olarak ortaya çıkmıştır. Bu soruna yönelik reklam ve tanıtım çalışmaları, ürün çeşitlendirme ve markalaşmaya gidilmesinin gerektiğine vurgu yapılmıştır.

Ay ve Talaşlı (2007), “Türkiye’de KOBİ’lerin İhracattaki Yeri ve Karşılaştıkları Sorunlar” adlı çalışmalarında işletmelerin ihracatta karşılaştığı sorunların temelinde yönetimin kurumsallaşamaması, üretim ölçeği ve kur riskinden kaynaklandığını belirtmişlerdir. Ayrıca KOBİ’lerin ulusal seviyedeki ihracat sorunlarının; finansman yetersizliği, bilgi ve tecrübe eksikliği, bürokratik engeller, pazara erişim, teşvik yetersizliği ve kota sorunları olduğunu, KOBİ’lerin işletme seviyesindeki sorunlarının ise; hammadde temini, bilgi ve veriye erişim, iş gücü sorunları ve üretimde yaşanan aksaklıklar olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmada teknolojiye gereken önemin verilmemesi, finansman yetersizliği ve döviz kuru değişikliği nedeniyle KOBİ’lerin çoğunluğunun dış piyasalara girmekte zorlandığı ifade edilmiştir.

Gürbüzer (2008), “Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Üretimi, İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri” isimli çalışmasında Türkiye’nin yaş meyve ve sebze ihracatının toplam ihracat içerisindeki payının artırılması için meydana gelebilecek sorunların tespiti ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesini amaçlamıştır. Tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 32 firmaya anket uygulamıştır. Türkiye’nin yaş meyve ve sebze üretiminin kaliteli ve ihracat standartlarına uygun

yeterli üretim düzeyine ulaşmadığı, tarımsal ilaç kalıntıları bakımından önemli sorunlarının olduğu, taşıma maliyetlerinin fazla olduğunu belirtmiştir. Türkiye'nin yaş meyve ve sebze ihracatının artırılmasında pazarlama sorunları çözümünün önem arz ettiğinin ve başarılı bir pazarlama sistemi ile ülke ihracatını olumlu yönde etkileyebileceğini ifade etmiştir. Bu sebeple yaş meyve ve sebze üretiminde verimliliğinin artırılması amacıyla konu ile ilgili kurum ve kuruluşlara, ihracatçıların kendi aralarında organize olmalarının sağlanması, ihracatçılara finansman kolaylıkları sağlanması, ihtiyaç duyulan yasal düzenlemelerin yapılması, ihracatçıların eğitiminde ve diğer konularda çalışmaların yapılması gibi önemli görevlerin düştüğünü belirtmiştir.

Ay (2009), “Süs Bitkileri İhracatı, Sorunları ve Çözüm Önerileri: Yalova Ölçeğinde Bir Araştırma” isimli çalışmada süs bitkileri alanında faaliyet gösteren firmaların ihracatta karşılaştığı sorunları belirleyerek sorunlara yönelik çözüm öneriler getirmeyi amaçlamıştır. Araştırma verileri 52 üretici ile yüz yüze anket yöntemi uygulanarak elde edilmiştir. Araştırma sonucuna göre; ihracatı olumsuz yönde etkileyen en önemli faktörün kalitesi yetersiz süs bitkilerinden kaynaklandığı belirtilmiştir. Ayrıca pazar bilgisinin yetersizliği, reklam ve tanıtım faaliyetlerine gereken önemin verilmemesi ve ihracat faaliyetlerini yürütecek bilgi ve donanımına sahip elemanın eksikliği ihracatı etkileyen diğer önemli faktörler olduğu ifade edilmiştir.

Keskin vd. (2009), “Bölgesel Gelişme Aracı Olarak KOBİ'ler ve İhracat Sorunları (Erzurum'da Bir Araştırma)” adlı çalışmalarında Erzurum İli Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin ihracat sorunlarını araştırmışlar ve anket metodu kullanmışlardır. İhracat yapan firmaların karşılaştığı sorunlarının başında mevzuat ve bürokratik sorunlar, yaşanan ekonomik istikrarsızlıklar, ürünlerin dış piyasalar tarafından talep edilmemesi, finansman yetersizliği, dış pazarlar hakkında yeterli bilginin bulunmaması ve nitelikli eleman eksikliği olduğunu belirtmişlerdir. KOBİ'lerin ihracatta karşılaştığı sorunların çözümünde, profesyonel yönetim anlayışının benimsenmesini, nitelikli personel sayısının artırılmasını ve KOBİ'leri destekleyen kurum ve kuruluşlarla iş birliği içerisinde faaliyetlere devam edilmesini ifade etmişlerdir.

Paçaman (2010), “Türkiye’deki İşletmeler İçin İhracatın Önemi, Sorunları ve Çözüm Önerileri” isimli çalışmasında ihracatı etkileyen faktörler ile ihracatın ülke ekonomisi ve firmalara sağladığı yararları araştırmayı amaçlamıştır. Araştırmada Türkiye’de ihracatın 1923-2010 yılları arasındaki gelişimi ve ihracat performansı verilerinden faydalanılmıştır. Türkiye’nin ihracat lideri olan tekstil sektörü ele alınmış, bu sektörün gelişimi ve ihracat rakamlarının değerlendirilmesi yoluyla sektörel bazda inceleme yapılmıştır. Türkiye tekstil sektöründe yaşanan sorunların politikalar, yasalar ve yaptırımlar olduğu ayrıca sektör içinde işletmeden kaynaklı sorunların gerçekleştiği belirtilmiştir. Çalışmada sonuç olarak sektöre ait birlik çalışmalarının ve firma çabalarının tek başına etkili olmadığı sorunun yasa, teşvik ve tedbirlerle etkili bir şekilde çözülmesinin gerektiği vurgulanmıştır.

Rahmaniyoushanloui vd. (2013), “Identifying and Prioritizing Export Barriers to Small and Medium Enterprises (Smes) Regarding Food Industry Based on National Competition Diamond Cole Porter Model” isimli çalışmalarında İran’da (Doğu Azerbaycan) Cole Porter modeline dayalı olarak KOBİ’lerin gıda sanayine yönelik ihracat sorunlarını belirlemeyi ve önceliklendirmeyi amaçlamışlardır. Araştırma verileri 266 kişi ile yapılan anket verilerine dayanmaktadır. Araştırma sonucunda Doğu Azerbaycan’daki işletmelerin ihracatlarının iyileştirilmesi için kanun ve düzenlemeler ile bankacılık sistemi açısından bazı reformlara ihtiyaç olduğu sonucuna varılmıştır. Bu işletmelerin öngörülebilir sorunları önlemek ve düzeltmek amacıyla çözümlerini ilgili kuruluşlara önerebileceği belirtilmiştir. Ayrıca İran ve Türkiye’nin ihracat sürecinde benzer süreçleri yaşamakta oldukları ifade edilmiştir.

Uysal (2013), “Manisa İlinde Bitkisel Ürünler İhracatında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmasında bitkisel ürünlerin ihracatında karşılaşılan sorunlara çözüm önerileri getirmek amacıyla işletmelerin ve ihracatı gerçekleştiren firmaların yöneticileri ile ihracat işlemlerinde görev personellerden oluşan 51 kişinin görüşlerine başvurarak anket ve görüşme tekniğini kullanmıştır. Araştırma sonucuna göre; ihracat faaliyetleri sırasında en fazla sorun yaşanan kısmın, bitkisel ürünlerin üretiminde gerçekleştiği, ikinci sırada ihracata yönelik resmi denetimler ve belgelerin hazırlığı aşaması olduğu ve üçüncü olarak da bitkisel ürünlerin ihracat standartlarına uygun

işlenmesi ve paketlenmesi aşamasında yaşandığını belirtmiştir. Yaşanan sorunların çözümüne yönelik ürünlerin kimyasal kalıntı düzeyi bakımından ihraç edilecek ülke standartları göz önünde bulundurularak üretilmesi, tüketim amacına uygun ürün yetiştirilmesi, sözleşmeli tarımın yaygınlaştırılması gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıca ürün işleme tesisleri ve ihracat firmalarının, ürün izlenebilirliğini gösteren etiket/barkod sistemini oluşturmasıyla ihracata yönelik resmi denetim ve belge hazırlığı aşamasında, bazı denetimlerin koşulları belirlenerek firma güvencesi şartıyla kaldırılacağını önermiştir.

Ersöz (2014), “Gıda Sanayi Dış Ticareti İhracat Performansı Mersin İli Örneği” isimli çalışmada Mersin ilinin sahip olduğu iklim, coğrafi konum, liman, sanayi yapısı ve tarımsal üretimdeki çeşitliliğin gıda sanayi dış ticaretinin geliştirilmesinde etkili olup olmadığını araştırmıştır. Çalışmada hububat ve hububat ürünleri, et ve et ürünleri, meyve ve sebzeler, çeşitli yenilenebilir ürünler, tütün ve tütün mamulleri olmak üzere alt sektörlerinin ihracat performansları analiz edilerek ihracat performansı değerlendirmesinde Sabit Piyasa Payı yöntemi kullanılmıştır. Yöntem olarak mal etkisi, rekabet etkisi ve pazar etkisi olmak üzere 3 etkiyle test edilmiştir. Çalışma sonucunda Mersin ili gıda sanayi ticaretinin dünya gıda sanayi ticaretinden daha fazla artışın olduğu ve bu artışın gıda mallarının fiyat avantajından kaynaklandığı belirtilmiştir. Mersin ilinin gıda sanayi ihracat performansını daha fazla arttırabilmesi için verimliliği ve karlılığı yüksek modern tarım sistemine geçiş yapılması önerilmiştir.

Bugai vd. (2019), “State And Problems Of Exporting The Products Of The groindustrial Complex İn The Altai Region” adlı çalışmalarında ihracatı artırma araçları olarak tarım ürünlerinin ve gıda maddelerinin nakliye masraflarının bir kısmının karşılanması bunun yanı sıra tahılların demiryolu ile taşınması için ayrıcalıklı bir tarife ile ihracat teşvik araçlarının daha etkin kullanılmasını dikkate almışlardır. Tarım ürünleri ihracatının yapısını analiz etmişler, tahıl piyasasının altyapı ve lojistik sorunlarını da irdelemişlerdir. Araştırma kapsamında monografik, ekonomik-istatistiksel ve kurumsal analiz yöntemlerini kullanmışlardır. Araştırma sonucunda Rus tarım ürünlerinin dış pazarlarda desteklenmesi ve tanıtımına yönelik sektörel sistemin ve gereksinimlerine uyumunun sağlanmasının tarım ürünleri ihracat hacmini arttıracak

ortaya koymuşlardır. 1595 sayılı Kararın uygulanması tahıl vagonlarının yetersizliği, düşük vagon cirosu, tahıl taşımacılığı için yüksek gümrük tarifeleri, tahıl vagonları tedarikine yönelik hizmetlerin maliyeti, alt yapı tesislerinin eksikliği gibi tahıl piyasasının ciddi alt yapı ve lojistik sorunlarını ortaya çıkardığını vurgulamışlardır.

Şahin ve Özudoğru (2019), “KOBİ’lerde Üretim ve Pazarlama Sorunları: Ostim Örneği” adlı çalışmalarında Ankara ili Ostim Bölgesinde faaliyet gösteren Medikal Küme işletmelerinin üretim ve pazarlama fonksiyonlarında yaşanan sorunlara yönelik 43 firma ile anket çalışması yapmışlardır. Araştırmada sonuç olarak işletmelerin dış pazarlar hakkında bilgi yetersizliği, pazarlama yöntemlerinin yetersizliği, kredi faizlerinin yüksekliği ve kendilerini ve markalarını tanıtamama konusunda sorunlar yaşadığını belirtmişlerdir. Sorunlara yönelik çözüm önerilerinde devletin kredi faizlerini düzenlemesi aşamasında bankaların destek vermesi gerektiğini, böylece finasta yaşanan sıkıntının giderilmesiyle kalifiye personel istihdamı sağlanarak yeni alet ve ekipman temin edilebileceğini ifade etmişlerdir. Firmaların dış pazarlara yönelik ürünlerini tanıtabilmeleri amacıyla devlet tarafından standlar kurulmasını ve fuarlar düzenlenmesini önermişlerdir. Ayrıca firmaların değışen ve gelişen teknolojiyi yakından takip etmelerini ve kendilerine uyarlamaları gerektiğine vurgu yapmışlardır.

Demirkol (2020), “Ankara İlinde Bitkisel Gıda İhracatı Yapan Sanayi İşletmelerinin Uluslararası Fuarlara Katılım Düzeylerinin İhracat Gelirlerine Etkisi” adlı araştırmasında, Ankara ilinde bitkisel gıda ihracatı yapan gıda sanayi işletmelerinin uluslararası fuarlara katılım durumlarını, amaçlarını, yaklaşımlarını ortaya koymak ve fuarlara katılımlarını arttırmaya yönelik önerilerde bulunmak amacıyla gönüllü 33 işletmeyle anket uygulamıştır. Araştırma sonuçlarına göre; işletmelerin %70’inin uluslararası fuarlara katılım sağladığını, %30’unun katılım sağlamadığını belirterek fuar öncesi işletmelerin tamamının tanıtılacak ürüne ait hazırlık yaptığını %96,52’sinin gidilmesi planlanan ülkeyle ilgili bilgilere ulaştığı ve broşür, katalog, afiş gibi hazırlıklar yaptığını belirlemiştir. İşletmelerin %93,04’ü uluslararası fuarlara yeni müşteri bulmak amacıyla katılım sağladığına vurgu yapmıştır. İşletmelerin uluslararası fuarlara katılma amaçları arasında sipariş almak, ihracatı geliştirmek, mevcut müşteri ile ilişkileri geliştirmek, yenilikleri takip etmek, yeni bir ürün tanıtmak ve doğrudan satış

yapmak olduğunu belirtmiştir. Ayrıca işletmelerin uluslararası fuarlara katılımları ve ihracat durumları arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmiştir.

Demirel (2020), ‘‘KOBİ’lerin İhracat Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunların İhracat Performansına Etkileri: Konya Tarım Makineleri Sektöründe Bir Araştırma’’ adlı çalışmada, KOBİ’lerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunların ihracat performanslarına etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Konya ilinde Makine İhracatçıları Birliği’ne kayıtlı, 57 firma ile anket uygulamıştır. Çalışma sonucunda, KOBİ’lerin yönetim, pazarlama, finansman, üretim fonksiyonlarıyla anlamlı ve negatif yönlü bir ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışan personel sayısına göre büyük işletmelerin ihracatlarının daha fazla gerçekleştiği ve işletmelerin ihracat gerçekleştirme yıllarının artmasıyla ihracatlarının da artış gösterdiği belirtilmiştir. KOBİ’lerin ihracat performanslarının artırılmasına yönelik piyasa verilerini güncel olarak takip etmeleri, personel eğitimlerine önem vermeleri, uzman desteğinin temin edilmesi ve üniversiteler arasındaki iş birliği çalışmalarının geliştirilmesi önerilmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1 Materyal

Araştırmanın ana materyalini; Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmelerden anketle elde edilen birincil veriler oluşturmuştur. Ankette işletmelerin sosyo-ekonomik durumları, üretim ve ihracat yapıları, ihracatta karşılaşılan sorunları belirlemek amaçlanmıştır. Anket formunun düzenlenmesinde benzer araştırmalar için hazırlanan sorulardan yararlanılmakla beraber, araştırma konusuna ve alanına yönelik olarak sorular hazırlanmıştır. Mevcut sorular ön testten geçirilmiş ve uygulama durumuna göre anketler amaca göre yeniden düzenlenmiştir. Ankette işletmelerin genel ekonomik yapıları, organizasyon düzeni, maliyet, finansman, üretim ve ihracat sürecinde işletme içi organizasyon ve alt birim, ilişkileri gibi tümünü ilgilendiren yönetim fonksiyonu açısından değerlendirmeler ortaya konulmuştur. Çalışmada ikincil veriler olarak konu ile ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası araştırmalar ve tezler kullanılmıştır.

Ayrıca benzer konularda çeşitli kurum, kuruluş ve üniversitelerin yapmış olduğu çalışmalardan da yararlanılmıştır. Birleşmiş Milletler, Türkiye İstatistik Kurumu ve Tarım ve Orman Bakanlığı gibi kurumların istatistik verileri kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan “bitkisel gıda ürünü” ibaresi, bitkisel ürünlerin üretiminden elde edilen ve insan tüketimine uygun hammadde, yarı mamul ve mamul şeklinde Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisinde verilen bitkisel kaynaklı gıdaları belirtmektedir. Yine çalışmada ifade edilen “bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmeler” ibaresi ise Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisinde verilen bitkisel kaynaklı gıdaları işleyip ihracat yapan işletmeleri nitelemektedir.

TÜİK, BM ve diğer istatistik veri tabanlarından alınan veriler Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisinde olup çalışmadaki bitkisel gıda ürünlerine 07, 08, 09, 10, 11, 17, 18, 19, 20 21, 22 fasıl kodlarındaki ürünler dâhil edilmiştir. Aynı şekilde çalışmada bahsedilen “tarımsal ihracat”, “tarımsal ithalat” ifadeleriyle Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisindeki 01’den 24’e kadar olan fasıl kodlarındaki ürünler dâhil edilerek tarımsal ürün grupları verilmiştir. Yine çalışmada değinilen “toplam ihracat”, “toplam ithalat” ifadeleriyle Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisindeki tüm ürünlerin toplam ihracat-ithalat değerleri anlatılmaktadır.

3.2 Yöntem

Anket yapılacak işletmeleri belirlemek için Tarım ve Orman Bakanlığı’nın Gıda Güvenliği ve Bilgi Sistemi verilerinden yararlanılmıştır. Ankara ilinde bitkisel gıda sanayi işletmelerinin son 5 yılda ihracat için almış oldukları sertifika sayısı 29.429 adettir. Gıda Güvenliği ve Bilgi Sisteminden ihracat sertifikası alan bitkisel gıda sanayi işletme sayısı ise 265 adettir. Bu işletmelerin içerisinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletme sayısının 60 adet olduğu kayıtlardan tespit edilmiş ve araştırmaya gönüllü olarak katılan 43 işletme ile çalışma yapılmıştır.

Araştırmada Ankara ilindeki bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmelerin ihracat faaliyetlerini sürdürürken karşılaştığı sorunlar belirlenerek çözüm önerileri geliştirilmiştir. Araştırma alanından elde edilen birincil veriler yanında ikincil veriler ile işletmelerin ihracat sürecindeki gelişimleri ve sorunları oransal değişimlerle ortaya konulmuş ve gelişmelerin daha iyi anlaşılması amacıyla şekillerle yorumlanmıştır. Mevcut ve alınan bilgi ve veriler arasında uygun istatistiki ilişkiler ve ihracatta etkili faktörler belirlenmiştir. Özellikle işletmelerin ihracat ve diğer faaliyetlerini sürdürürken karşılaştığı sorunlara yönelik tutum, davranış ve algıları 5’li Likert ölçekli soru metoduyla değerlendirilmiştir.

4. DIŞ TİCARET VE GELİŞMELER

Dış ticaret ülkelerin kendi aralarında gerçekleştirdiği mal ve hizmet alım satımı olarak tanımlanmaktadır. Ülkelerin aralarında gerçekleştirdiği ticareti tüzel kişilerin yanı sıra gerçek kişiler de yapabilmektedir. Bu bakımdan incelendiğinde; ülke sınırları içerisinde gerçekleşen mal ve hizmet alım satımı işlemine ticaret adı verilirken ülkeler arası gerçekleşen mal ve hizmet alım satımı faaliyetine dış ticaret denilmektedir (Onursal 2013). Ülkeler her türlü mal ve hizmeti kendi sınırları içerisinde ve kendi imkânlarıyla üretemediği durumlarda dış ticarete ihtiyaç duymaktadırlar. Ülkeler ihtiyacı olan mal ve hizmeti, üretimde kullanmak üzere ihtiyaç olan hammaddeyi, üretimi artırmak ve verimli hale getirmek için gerekli olan teknolojiyi dış ticaret yoluyla elde edebilirler (Türlüoğlu 2019).

Mal ve hizmetin ülke dışına satılmasına ihracat adı verilirken mal ve hizmetin başka ülkeden satın alınmasına ithalat denilmektedir. Dış ticarete geniş açıdan bakıldığında sadece ekonomi alanını kapsamadığı, uluslararası ticaret, siyaset, sosyal yaşam ve kültürü de etkilemektedir. Bu sebeple işsizlik, refah düzeyinin artması, gelir dağılımı, büyüme gibi sosyal hayatın önemli dinamikleri dış ticaret aracılığıyla yönlendirilmektedir (Tüyen 2015), (Argın ve Bakkalcı 2011). Ayrıca ülke sınırları dışarısında pazar payına sahip işletmelerin elde ettikleri gelirler ülke ekonomisindeki döviz rezervlerinde artış sağlayarak ticari, siyasi ve politik ilişkilerine katkı sağlamaktadır (Saatçı 2019). Bu bakımdan dış ticaret yalnız iktisadi açıdan ülke refahına ve kalkınması yarar sağlamış olmayacak aynı zamanda uluslararası ilişkilerin geleceği, dünya barışı ve güvenliği gibi konularda da etkili olmuş olacaktır (Aktaş 2017).

4.1 Dünya Dış Ticaret Durumu

İhracat makro düzeyde ülke ekonomisinin büyümesine, mikro düzeyde de işletmelerin gelişmesine önemli faydalar sağlamaktadır. İhracat yoluyla dövizin ülkeye girmesi ile birlikte dış ticaret finansmanın sağlanması, yeni istihdam olanaklarının elde edilmesi,

dış ticaret açığının azaltılması ve dış ticarete rekabet üstünlüğünün sağlanması gibi makro faydaları bulunmaktadır. Ayrıca dış piyasalara açılan işletmeler yönünden üretimin artırılmasıyla kapasite kullanımının oranının yükseltilmesi, yeni teknoloji, bilgi ve tecrübe edinilmesi, iç piyasadaki müşterilere olan bağımlılığın azalması böylece iç piyasada oluşan durgunluklardan ve talep azlığından minimum düzeyde etkilenilmesi gibi faydalar sağlamaktadır (Yilihamu 2020).

Dünya toplam ihracat değerleri ve başlıca ihracatçı ülkeler çizelge 4.1’de verilmiştir. Dünya toplam ihracat değeri son üç yılda %17,38 oranında düşüş göstererek 2020 yılında 15,73 trilyon dolar gerçekleşmiştir. Dünya toplam ihracatında Çin söz sahibi durumundadır. Çin son 3 yılda ihracatını artırarak 2,59 trilyon dolar toplam ihracat değeri ve dünya toplam ihracat değerinden aldığı %16,46’lık payla birinci sırada yer almaktadır. ABD, Almanya, Japonya ve Hollanda ülkeleri sırasıyla %9,09, %8,79, %4,07 ve %3,51 oranları ile takip etmektedir.

Çizelge 4.1 Ülkelere göre toplam ihracat değerleri (Milyar dolar) (Anonymous 2021)

Ülkeler	2018		2019		2020	
	Toplam İhracat Değeri	Pay (%)	Toplam İhracat Değeri	Pay (%)	Toplam İhracat Değeri	Pay (%)
Çin	2.494,23	13,09	2.498,56	13,70	2.590,60	16,46
ABD	1.665,30	8,74	1.644,27	9,02	1.430,25	9,09
Almanya	1.562,41	8,20	1.493,26	8,19	1.383,96	8,79
Japonya	738,20	3,87	705,63	3,87	641,28	4,07
Hollanda	584,89	3,07	576,78	3,16	551,82	3,51
Fransa	568,53	2,98	556,36	3,05	488,56	3,10
Kore Cumhuriyeti	604,80	3,17	542,17	2,97	512,70	3,26
İtalya	549,90	2,89	537,74	2,95	495,97	3,15
Çin, Hong Kong ÖİB	569,10	2,99	535,71	2,94	551,51	3,50
Birleşik Krallık	490,84	2,58	468,32	2,57	395,69	2,51
Diğer Ülkeler	9.223,03	48,41	8.677,85	47,58	6.696,60	42,55
Dünya Toplam	19.051,23	100,00	18.236,65	100,00	15.738,94	100,00

Dünya toplam ithalat değerleri ve başlıca ithalatçı ülkeler çizelge 4.2’de verilmiştir. Dünya toplam ithalat değeri de son 3 yılda düşerek 2020 yılında 17,08 trilyon dolar

gerçekleşmiştir. ABD 2020 yılında 2,40 trilyon dolar toplam ithalat değeri ve dünya toplam ithalat değerinden aldığı %14,08’lik oranla birinci sırada yerini almıştır. Çin, Almanya ve Japonya sırasıyla %12,03, %6,86 ve %3,72 oranlarında paya sahip olmuşlardır. ABD’nin toplam ihracat değeri 1,43 trilyon dolar olmasına karşın toplam ithalat değeri 2,40 trilyon dolar gerçekleşmiş ve 975,13 milyar dolar dış ticaret açığı vermiştir. Ayrıca Fransa, Çin Hong Kong ÖİB ve Birleşik Krallık ülkelerinin dış ticaret açığı verdiği Çin, Almanya, Japonya, Hollanda, Kore Cumhuriyeti ve İtalya ülkelerinin ise dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir.

Çizelge 4.2 Ülkelere göre toplam ithalat değerleri (Milyar dolar) (Anonymous 2021)

Ülkeler	2018		2019		2020	
	Toplam İthalat Değeri	Pay (%)	Toplam İthalat Değeri	Pay (%)	Toplam İthalat Değeri	Pay (%)
ABD	2.611,43	13,56	2.567,49	13,93	2.405,38	14,08
Çin	2.134,98	11,09	2.068,95	11,23	2.055,59	12,03
Almanya	1.292,72	6,71	1.239,89	6,73	1.171,91	6,86
Japonya	748,21	3,89	720,85	3,91	635,40	3,72
Birleşik Krallık	671,69	3,49	682,49	3,70	634,17	3,71
Fransa	657,37	3,41	643,20	3,49	582,77	3,41
Çin, Hong Kong ÖİB	627,32	3,26	578,59	3,14	573,06	3,35
Hollanda	521,03	2,71	514,85	2,79	485,48	2,84
Kore Cumhuriyeti	535,18	2,78	503,26	2,73	467,49	2,74
Hindistan	507,61	2,64	478,88	2,60	367,98	2,15
Diğer Ülkeler	8.945,49	46,46	8.430,14	45,74	7.708,78	45,11
Dünya Toplam	19.253,03	100,00	18.428,59	100,00	17.088,01	100,00

Dünya toplam tarımsal ihracat değeri önceki yıllara göre düşerek 2020 yılında 1,49 trilyon dolar gerçekleşmiştir. ABD 149,35 milyar dolarlık tarımsal ihracat değeri ile dünya tarımsal ihracatı değeri içerisinde %10 oranında paya sahip olmuştur ve birinci sırada yerini almıştır. Dünya tarımsal ihracatının %48,90’nını yani yaklaşık yarısını çizelge 4.3’de verilen 9 ülkenin oluşturduğu görülmektedir (Çizelge 4.3).

Çizelge 4.3 Ülkelere göre toplam tarımsal ihracat değerleri (Milyar dolar)
(Anonymous 2021)

Ülkeler	2018		2019		2020	
	Tarımsal İhracat Değeri	Pay (%)	Tarımsal İhracat Değeri	Pay (%)	Tarımsal İhracat Değeri	Pay (%)
ABD	145,07	9,16	142,68	9,37	149,35	10,00
Hollanda	102,41	6,47	90,32	5,93	104,12	6,97
Almanya	87,74	5,54	85,6	5,62	86,17	5,77
Brezilya	82,58	5,21	78,26	5,14	83,48	5,59
Çin	77,54	4,90	76,98	5,06	74,49	4,99
Fransa	72,89	4,60	71,43	4,69	71,51	4,79
İspanya	56,22	3,55	56,37	3,70	60,71	4,07
Kanada	51,48	3,25	50,90	3,34	80,36	5,38
İtalya	49,71	3,14	50,46	3,31	52,85	3,54
Diğer Ülkeler	858,04	54,18	819,60	53,83	763,04	51,10
Dünya Toplam	1.583,68	100,00	1.522,60	100,00	1.493,24	100,00

Dünya tarımsal ithalat değeri 2020 yılında 1,41 trilyon dolar gerçekleşmiştir. Bu değer içerisinde %12,01'lik oran ile en yüksek pay alan ülke ABD olmuştur. Böylece ABD hem tarımsal ihracat değerinde hem de tarımsal ithalat değerinde ilk sırada yer almasına karşın 20,10 milyar dolar dış ticaret açığı verdiği görülmektedir. Ayrıca Çin ve Almanya tarımsal dış ticaret açığı verirken Hollanda, Brezilya, Fransa, İspanya, Kanada ve İtalya tarımsal dış ticaret fazlası vermiştir (Çizelge 4.4).

Çizelge 4.4 Ülkelere göre toplam tarımsal ithalat değerleri (Milyar dolar)
(Anonymous 2021)

Ülkeler	2018		2019		2020	
	Tarımsal İthalat Değeri	Pay (%)	Tarımsal İthalat Değeri	Pay (%)	Tarımsal İthalat Değeri	Pay (%)
ABD	162,34	10,34	165,61	10,88	169,59	12,01
Çin	126,34	8,04	140,35	9,22	149,85	10,61
Almanya	108,55	6,91	104,70	6,88	108,68	7,70
Hollanda	68,42	4,36	67,39	4,43	71,21	5,04
Fransa	65,02	4,14	62,93	4,13	62,58	4,43
İtalya	50,95	3,24	49,16	3,23	39,82	2,82
İspanya	43,06	2,74	41,46	2,72	40,32	2,86
Kanada	38,04	2,42	38,57	2,53	39,57	2,80
Brezilya	11,05	0,70	10,94	0,72	13,28	0,94
Diğer Ülkeler	896,97	57,10	841,59	55,27	717,34	50,79
Dünya Toplam	1.570,74	100,00	1.522,70	100,00	1.412,24	100,00

Dünya bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri önceki yıllara göre düşüş göstererek 2020 yılında 745,94 milyar dolar gerçekleşmiştir. Toplam bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri içerisinde 69,91 milyar dolar ile ABD, %9,37 oranında en yüksek paya sahip ülkedir. Fransa'nın 2020 yılında toplam ihracat değerinden aldığı pay %3,10, toplam tarımsal ihracat değerinden aldığı pay %4,79 iken toplam bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinden aldığı pay %6,28 olduğu görülmektedir. Fransa'nın ihraç ürünleri içerisinde bitkisel gıda ürünlerinin daha yoğun olduğu söylenebilmektedir. Ayrıca Hollanda, İspanya ve Brezilya bitkisel gıda ürünleri ihracat değerlerinin ithalat değerlerinden fazla gerçekleşmesiyle dış ticaret fazlası veren başlıca ülkelerdendir. Dünya bitkisel gıda ürünlerinin %49,50'sini yani yaklaşık yarısını çizelge 4.5'de belirtilen ülkeler ihraç etmektedir (Çizelge 4.5).

Çizelge 4.5 Ülkelere göre bitkisel gıda ürünleri ihracat değerleri (Milyar dolar) (Anonymous 2021)

Ülkeler	2018		2019		2020	
	Bitkisel Gıda Ürünleri İhracat Değeri	Pay (%)	Bitkisel Gıda Ürünleri İhracat Değeri	Pay (%)	Bitkisel Gıda Ürünleri İhracat Değeri	Pay (%)
ABD	73,10	9,03	69,38	8,92	69,91	9,37
Fransa	48,59	6,00	47,70	6,13	46,87	6,28
Hollanda	47,99	5,93	42,93	5,52	49,13	6,59
Almanya	44,72	5,53	43,47	5,59	44,56	5,97
Çin	39,13	4,83	40,54	5,21	40,61	5,44
İtalya	34,71	4,29	34,93	4,49	36,56	4,90
İspanya	32,74	4,05	32,47	4,18	34,52	4,63
Kanada	24,49	3,03	25,00	3,21	27,81	3,73
Brezilya	22,96	2,84	24,24	3,12	26,74	3,58
Diğer Ülkeler	440,94	54,48	417,05	53,63	369,23	49,50
Dünya Toplam	809,37	100,00	777,71	100,00	745,94	100,00

Dünya bitkisel gıda ürünleri ithalat değeri 2020 yılında 728,62 milyar dolar gerçekleşmiştir. ABD 110,33 milyar dolar olan bitkisel gıda ürünleri ithalat değeriyle, dünya toplam bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin %15,14'ünü oluşturmaktadır. Bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin diğer ülkelere göre en yüksek değere sahip olmasına karşın bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinden daha düşük gerçekleşmesi ABD'nin bu ürün gruplarında dış ticaret açığı verdiğini göstermektedir. Ayrıca

Almanya, Birleşik Krallık, Çin, İtalya, Kanada ve Japonya bitkisel gıda ürünlerinde dış ticaret açığı veren başlıca ülkelerdendir. Toplam bitkisel gıda ürünlerinin yaklaşık yarısını çizelge 4.6’da belirtilen 9 ülkenin ithal ederek gıdaya erişebildiği görülmektedir. Diğer ülkelerin tamamı ise diğer yarısını ithal edebilmektedir. Böylece bitkisel gıda ürünlerine erişimde dengesizlik olduğu söylenebilmektedir (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6 Ülkelere göre bitkisel gıda ürünleri ithalat değerleri (Milyar dolar) (Anonymous 2021)

Ülkeler	2018		2019		2020	
	Bitkisel Gıda Ürünleri İthalat Değeri	Pay (%)	Bitkisel Gıda Ürünleri İthalat Değeri	Pay (%)	Bitkisel Gıda Ürünleri İthalat Değeri	Pay (%)
ABD	103,32	12,88	107,07	13,74	110,33	15,14
Almanya	57,80	7,21	55,99	7,18	59,02	8,10
Birleşik Krallık	39,71	4,95	39,34	5,05	40,30	5,53
Çin	38,28	4,77	41,20	5,29	47,61	6,53
Fransa	35,40	4,41	34,23	4,39	35,82	4,92
Hollanda	35,30	4,40	35,44	4,55	37,02	5,08
Kanada	26,70	3,33	27,16	3,48	27,84	3,82
Japonya	26,04	3,25	26,07	3,34	25,31	3,47
İtalya	20,38	2,54	20,34	2,61	20,27	2,78
Diğer Ülkeler	419,05	52,25	392,57	50,37	325,1	44,62
Dünya Toplam	801,98	100,00	779,41	100,00	728,62	100,00

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, ihracatın artırılması noktasında büyük bir gayret göstermektedir. Gelişmiş ülkeler var olan pazarlara sahip çıkmak ve yeni pazarlar keşfetmek; gelişmekte olan ülkeler ise refah seviyesini artırmak için gereksinim duyulan ithalat ürünlerini, ihracattan elde edilen kazançla karşılamak durumunda kalmaktadırlar (Abar ve Tekmanlı 2018). Böylece ihracat, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hedefleri arasında yer alarak büyük öneme sahip olduğu söylenebilmektedir.

4.2 Türkiye’nin Dış Ticaret Durumu

Dış ticaret işletmelerin mal ve hizmetlerini dış pazarlara ulaştırarak fırsat yaratmaktadır. Ancak yabancı bir markanın ürünleri, yerli markaların sahip olduğu yurtiçi pazarı ele

geçirmesiyle tehlikeye dönüşebilmektedir. Türkiye’de yakın geçmişte yaşanan ekonomik krizlerden çıkış mücadelelerinde ihracat hep öncelik olarak görülmüş, kamu işletmeleri ihracata yönlendirme amaçlı ekonomi politikalarını benimsemiştir. Böylece 1980 yılında ithal ikamesine dayalı büyüme stratejinden ihracata dayalı büyüme modeline geçiş yapılmıştır (Sülün 2006).

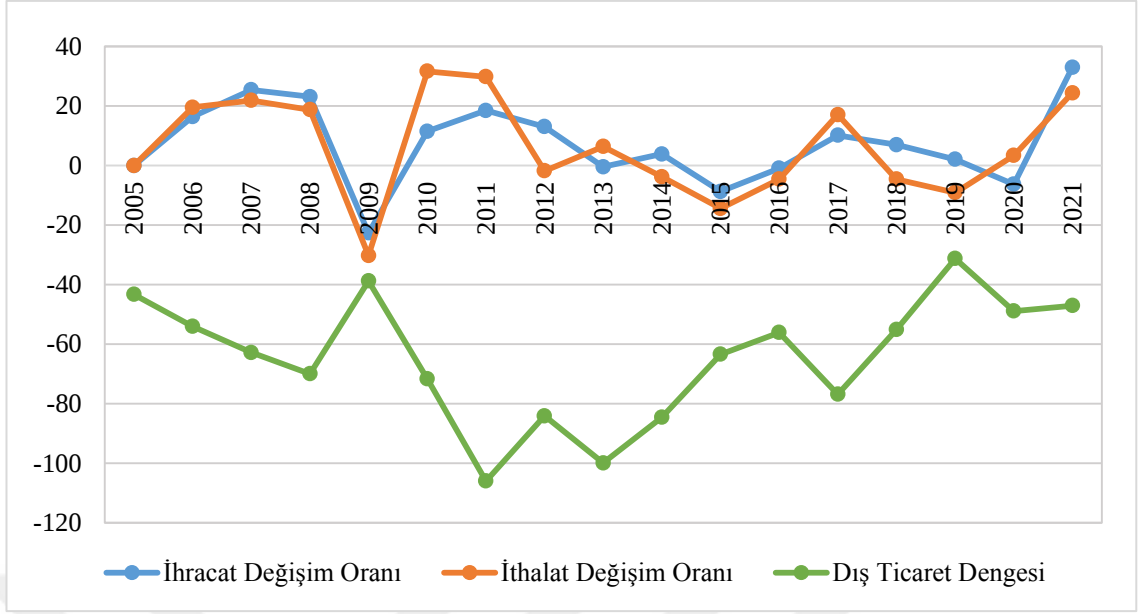
Ülkeler dış ticaret politikalarını oluştururken ihracat değerinin ithalat değerinden fazla olmasını istemektedirler. Dış ticaret politikalarının işlerliği, dış ticaret açığı, ithalatın ihracatı karşılama oranı ve dış ticaret hacmi gibi göstergelerle ortaya konulmaktadır. Dış ticaret açığı, ithalatın ihracattan fazla olması durumudur. İhracatın ithalattan fazla olması dış ticaret fazlası durumunu yaratmaktadır. Bir ülkenin yapmış olduğu ihracat ve ithalat değerlerinin toplamı dış ticaret hacmini vermektedir. İhracat değerinin ithalat değerine bölünmesiyle ihracatın ithalatı karşılama oranı bulunur ve ithalatın ne kadarının ihraç gelirleriyle sağlandığını göstermektedir (Ersöz 2014). Bitkisel gıda ürünleri ihracatında konunun sadece ihracat tarafından değerlendirilmesiyle ortaya çıkan sonucun yeterli olmayacağı düşünülmektedir. Bu sebeple ihracata konu olan ihraç edilen ürün değerlerinin ithal edilen ürün değerleriyle oransal olarak karşılaştırılması, toplam değer içerisindeki oranların bulunması, yıllara ve ülkelere göre ihracat ve ithalat değerlerinin yorumlanması dolayısıyla ihracat ve ithalatın bir bütün olarak ortaya konulmasının daha yararlı olacağı söylenebilmektedir.

Türkiye’nin toplam ihracat ve ithalat değerleri çizelge 4.7’de verilmiştir. Buna göre toplam ithalat değerinin verilen yıllarının tümünde toplam ihracat değerinden daha fazla gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye’de toplam ihracat değeri 2005 yılından günümüze kadar %190 oranında artış göstererek 2021 yılında 213,64 milyar dolara ulaşmıştır. Buna karşın toplam ithalat değeri ise 260,67 milyar dolar gerçekleşmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı yıllar itibariyle artış göstermiş ve en yüksek değere 2019 yılında ulaşarak %84,58 oranında gerçekleşmiştir. (Çizelge 4.7). 2009, 2015 ve 2020 yıllarında yaşanan kuraklık ve küresel finans krizlere bağlı olarak ihracat değerinde sırasıyla %-22,63, %-8,74 ve %-6,30 oranlarında değişimler meydana gelmiştir. Türkiye toplam ithalat değeri yıllar itibariyle dalgalanmalar göstermiş ve aynı sebeplere bağlı olarak aynı dönemlerde ithalat değerlerinde önemli düşüşler görülmüştür. Türkiye’nin kuraklık

ve küresel düzeyde yaşanan finans krizinden etkilendiği bu durumun dış ticaret dengesine yansıdığı görülmektedir. 2005 yılında 43,3 milyar dolar olan Türkiye'nin dış ticaret açığı 2021 yılında 47,03 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Ayrıca dış ticaret açığının 105,94 milyar dolar ile 2011 yılında en yüksek değere ulaştığı görülmektedir (Şekil 4.1).

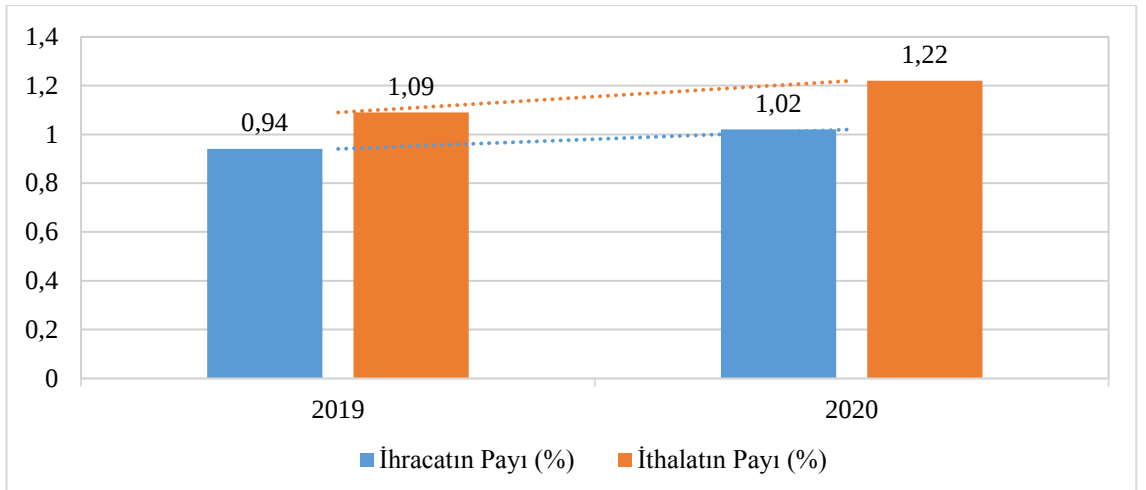
Çizelge 4.7 Türkiye'nin toplam ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar) (Anonim 2022a)

Yıllar	İhracat	İthalat	İhracat Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranı (%)	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2005	73,47	116,77	-	-	62,92	-43,30
2006	85,53	139,57	16,41	19,53	61,28	-54,04
2007	107,27	170,06	25,42	21,85	63,08	-62,79
2008	132,02	201,96	23,07	18,76	65,37	-69,94
2009	102,14	140,92	-22,63	-30,22	72,48	-38,78
2010	113,88	185,54	11,49	31,66	61,38	-71,66
2011	134,90	240,84	18,46	29,80	56,01	-105,94
2012	152,46	236,54	13,02	-1,79	64,45	-84,08
2013	151,80	251,66	-0,43	6,39	60,32	-99,86
2014	157,61	242,17	3,83	-3,77	65,08	-84,56
2015	143,83	207,23	-8,74	-14,43	67,41	-63,40
2016	142,52	198,61	-0,91	-4,61	71,76	-56,09
2017	156,99	233,79	10,15	17,10	67,15	-76,80
2018	167,92	223,04	6,96	-4,59	75,28	-55,12
2019	171,46	202,70	2,10	-9,11	84,58	-31,24
2020	160,65	209,53	-6,30	3,36	76,67	-48,88
2021	213,64	260,67	32,98	24,40	81,95	-47,03



Şekil 4.1 Türkiye'nin toplam ihracat-ithalat değerleri değişim oranları (Anonim 2022a)

2019 yılında dünya toplam ihracat değerinin yaklaşık %0,94'ünü Türkiye toplam ihracat değeri oluşturmakta iken bu oran ithalat değeri için %1,09 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında 160,65 milyar dolar ile Türkiye'nin toplam ihracatı, dünya toplam ihracatının yaklaşık %1,02'sini oluşturmaktadır. Türkiye toplam ithalatı ise dünya toplam ithalatının yaklaşık %1,22'sine tekabül etmektedir (Şekil 4.2).



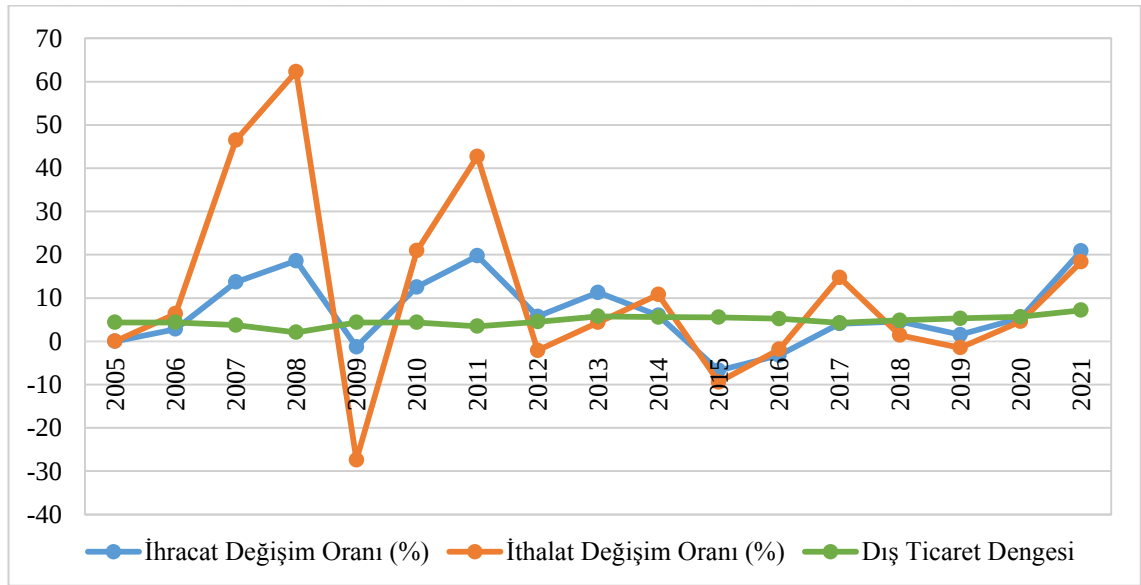
Şekil 4.2 Türkiye toplam ihracat-ithalat değerlerinin dünya toplam ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi

Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatı 1970 2004 yılları arası yaklaşık 10 kat artarak 6 milyar doları aşmıştır. Tarım ürünleri ithalatı ise 6 milyar dolara yükselmiştir. 1980 döneminde liberalleşmeyle birlikte değişen politikalar ve ihracatı artırmaya yönelik teşvikler ile önemli artışlar meydana gelmiştir. Ancak tarımsal ithalatta da ciddi artışlar olmuştur. 1994 krizi ve sonrasında döviz kurunun dalgalanmasıyla yurtiçi piyasalarda daralmalar yaşanmış ve ihracatın artması sağlanmıştır. Bu artış 1997 ve 1998 yıllarında en yüksek seviyelere ulaşmıştır. Kriz döneminde düşen ithalat, 1995 yılında tekrar artışını sürdürmüştür. 90'lı yıllar boyunca DTÖ anlaşmaları ve uluslararası ticaretteki serbestleşme, yeni pazarların ortaya çıkması gibi etkenler olmuştur. 1990 ve 2002 yılları arasında meydana gelen küresel krizler, Türkiye'de oluşan ekonomik sıkıntılar, deprem gibi nedenlerden dolayı ihracatın dalgalanma gösterdiği dönem olmuştur (Taşdan 2005).

Türkiye'nin tarımsal ihracat ve ithalat değerleri çizelge 4.8'de verilmiştir. Buna göre Türkiye'nin tarımsal ihracat değeri 2005 yılından günümüze kadar %192 oranında artarak 2021 yılında 22,84 milyar dolara ulaşmıştır. Buna karşın tarımsal ithalat değeri %352 oranında artmış ve 2021 yılında 15,66 milyar dolar gerçekleşmiştir. Belirtilen tüm yıllarda tarımsal ihracat değerinin tarımsal ithalat değerinden fazla gerçekleştiği ve dış ticaret fazlası verildiği görülmektedir (Çizelge 4.8). Dış ticaret fazlası verilen en yüksek değer 7,18 milyar dolar ile 2021 yılında gerçekleşmiştir. Türkiye tarımsal ihracat değerinin yıllar itibarıyla 2009, 2015, 2016 yıllarında düştüğü aynı dönemlerde tarımsal ithalat değerinin de değişim gösterdiği özellikle de 2009 yılında ciddi oranda düşüş yaşandığı şekil 4.3'de görülmektedir.

Çizelge 4.8 Türkiye'nin tarımsal ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar) (Anonim 2022a)

Yıllar	İhracat	İthalat	İhracat Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2005	7,82	3,46	-	-	4,36
2006	8,04	3,68	2,81	6,35	4,36
2007	9,14	5,39	13,68	46,46	3,75
2008	10,84	8,75	18,59	62,33	2,09
2009	10,70	6,35	-1,29	-27,42	4,35
2010	12,04	7,68	12,52	20,94	4,36
2011	14,42	10,96	19,76	42,70	3,46
2012	15,25	10,73	5,75	-2,09	4,52
2013	16,97	11,20	11,27	4,38	5,77
2014	17,99	12,41	6,01	10,80	5,58
2015	16,78	11,24	-6,72	-9,42	5,54
2016	16,24	11,03	-3,21	-1,86	5,21
2017	16,90	12,66	4,06	14,77	4,24
2018	17,67	12,84	4,55	1,42	4,83
2019	17,94	12,65	1,52	-1,47	5,29
2020	18,90	13,23	5,35	4,58	5,67
2021	22,84	15,66	20,84	18,36	7,18



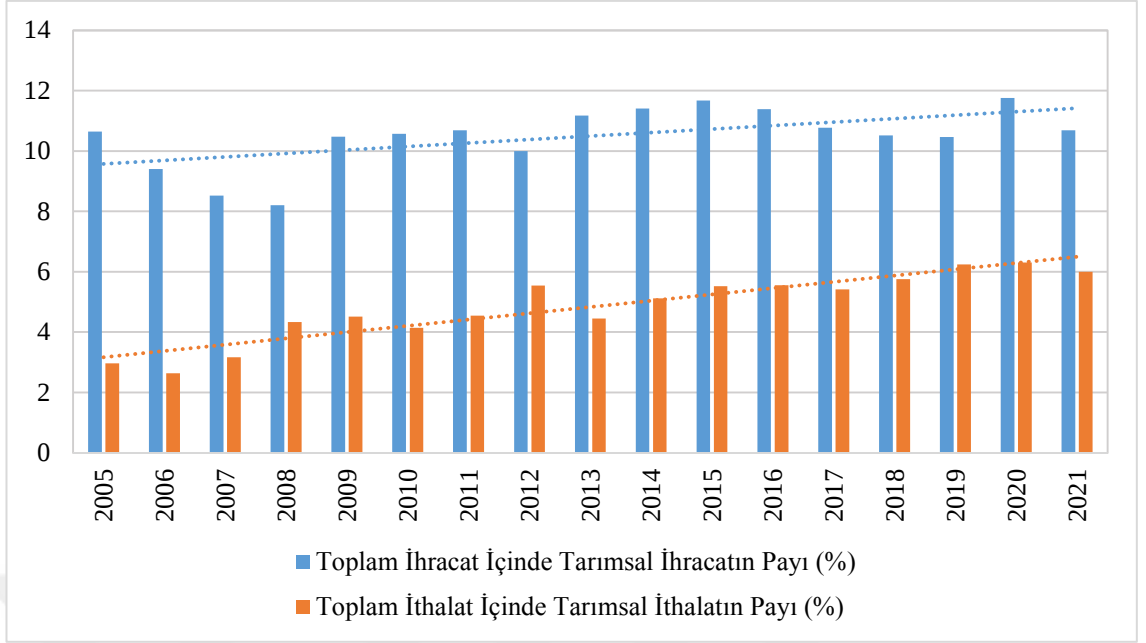
Şekil 4.3 Türkiye'nin tarımsal ihracat-ithalat değerleri değişim oranları (Anonim 2022a)

Dünya’da tarımsal faaliyetlerinin yürütebileceği alanları ve imkânları daha fazla bulunan bazı ülkeler, kendi ihtiyaçlarını karşılamasının yanı sıra işgücü ve tarımsal üretimin yetersizliği, iklim gibi nedenlere bağlı olarak ürünlere gereksinim duyan ülkelere tarımsal gıdalar ihraç ederek ekonomilerini ileriye taşımaktadırlar. Doğal kaynakların azaldığı dünyada tarım önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’de tarımsal ürün ihracatı toplam ihracat içerisinde önemli bir paya sahiptir. Ancak tarımsal ürünlerin ihracatı üretim miktarı, döviz kuru değişikliği, tarım politikalarında yapılan değişiklikler, nüfusun artması, kırsal nüfusun azalması, coğrafi özellikler gibi birçok değişkenden dolayı diğer sektörlerden daha fazla etkilenmektedir (Celep 2020).

Türkiye’nin tarımsal ihracat değerinin toplam ihracat değeri içindeki payı 2005 yılında %10,64 iken yıllar itibariyle dalgalanmalar göstererek 2021 yılında %10,69 seviyesine ulaşmıştır. Öte yandan tarımsal ithalat değerinin toplam ithalat değerindeki payı yıllara göre artarak %2,96’dan %6,00 rekor seviyelere yükselmiştir (Çizelge 4.9). Türkiye’nin toplam ihracat değeri içindeki tarımsal ihracat değerinin payı şekil 4.4’de verilen yılların tamamında toplam ithalat değeri içindeki tarımsal ithalat değerinin payından daha fazla seyrettiği görülmektedir.

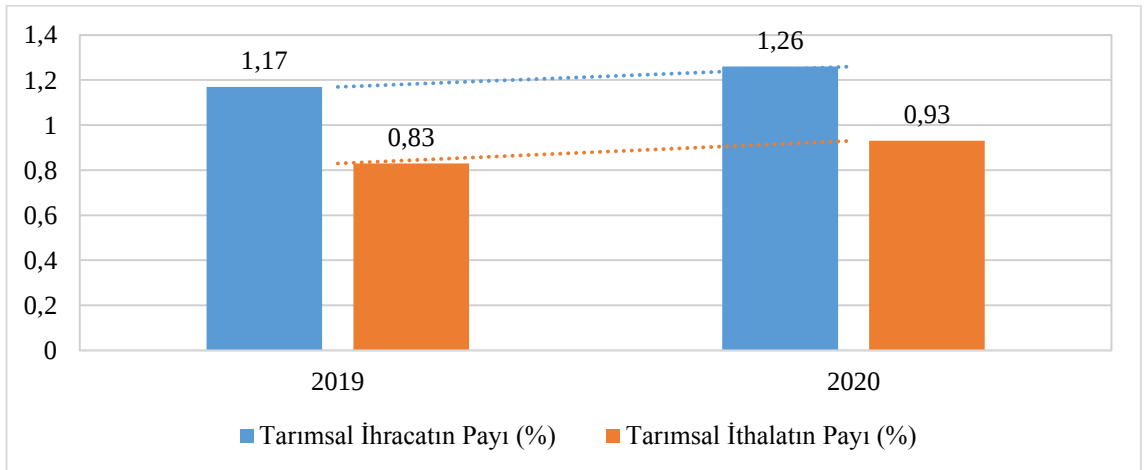
Çizelge 4.9 Türkiye’de toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları (Anonim 2022a)

Yıllar	Toplam İhracat İçinde Tarımsal İhracatın Payı (%)	Toplam İthalat İçinde Tarımsal İthalatın Payı (%)
2005	10,64	2,96
2006	9,40	2,64
2007	8,52	3,17
2008	8,21	4,33
2009	10,48	4,51
2010	10,57	4,14
2011	10,69	4,55
2012	10,00	5,54
2013	11,18	4,45
2014	11,41	5,12
2015	11,67	5,52
2016	11,39	5,55
2017	10,77	5,42
2018	10,52	5,75
2019	10,46	6,24
2020	11,76	6,31
2021	10,69	6,00



Şekil 4.4 Türkiye’de toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları (Anonim 2022a)

2019 yılında dünya tarımsal ihracat değerinin %1,17’sini Türkiye tarımsal ihracat değeri oluştururken bu oran 2020 yılında ise 18,91 milyar dolar ile %1,26 seviyesine yükselmiştir. Türkiye tarımsal ithalat değerinin, dünya tarımsal ithalat değerinden aldığı pay 2019 yılında %0,83, 2020 yılında %0,93 oranındadır (Şekil 4.5)

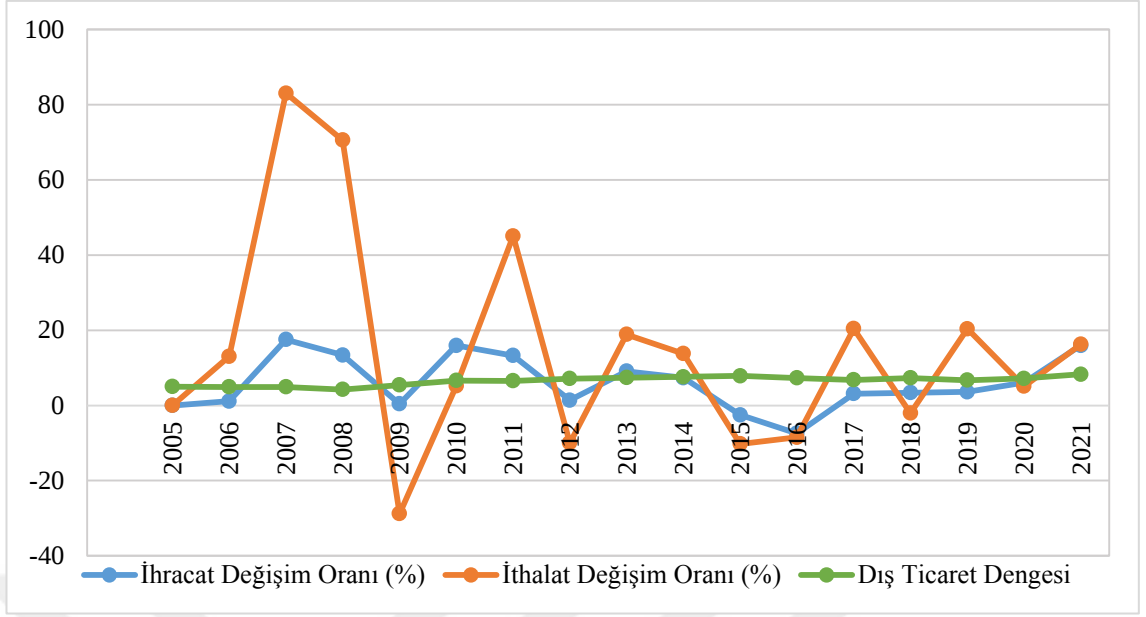


Şekil 4.5 Türkiye tarımsal ihracat-ithalat değerlerinin dünya tarımsal ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi

TÜİK verilerine göre Türkiye'nin bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri yıllar itibariyle artış göstererek 2021 yılında en yüksek seviye olan 15,93 milyar dolara ulaşmıştır. Diğer taraftan 2005 yılında 1,15 milyar dolar olan bitkisel gıda ürünleri ithalat değeri yıllar itibariyle artarak 2021 yılında 7,65 milyar dolar seviyesine yükselmiştir (Çizelge 4.10). 2005 yılından günümüze kadar süreçte Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri 2015 ve 2016 yılları haricinde artmış, bitkisel gıda ürünleri ithalat değeri ise aynı süreçte dalgalanma göstermiştir. Ayrıca bitkisel gıda ürünlerinde dış ticaret fazlası verildiği bu fazlalığın en yüksek seviyeye 2021 yılında 8,28 milyar dolar ile ulaştığı görülmektedir (Şekil 4.6). Ayrıca bitkisel gıda ürünleri dış ticaret dengesi ile tarımsal dış ticaret dengesi beraber değerlendirildiğinde, bitkisel gıda ürünlerinde dış ticaret fazlası daha fazla gerçekleşmiştir. Bu durum ise tarımsal ihracat değeri içerisinde bitkisel gıda ihracat değerinin önemi göstermektedir.

Çizelge 4.10 Türkiye'nin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar) (Anonim 2022a)

Yıllar	İhracat	İthalat	İhracat Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2005	6,15	1,15	-	-	5,00
2006	6,22	1,30	1,13	13,04	4,92
2007	7,31	2,38	17,52	83,07	4,93
2008	8,29	4,06	13,40	70,58	4,23
2009	8,33	2,89	0,40	-28,81	5,44
2010	9,66	3,04	15,96	5,19	6,62
2011	10,94	4,41	13,25	45,06	6,53
2012	11,09	3,97	1,37	-9,97	7,12
2013	12,10	4,72	9,10	18,89	7,38
2014	12,99	5,37	7,35	13,77	7,62
2015	12,66	4,82	-2,54	-10,24	7,84
2016	11,72	4,41	-7,42	-8,50	7,31
2017	12,09	5,31	3,15	20,40	6,78
2018	12,50	5,20	3,39	-2,07	7,30
2019	12,95	6,26	3,60	20,38	6,69
2020	13,74	6,58	6,10	5,11	7,16
2021	15,93	7,65	15,93	16,26	8,28

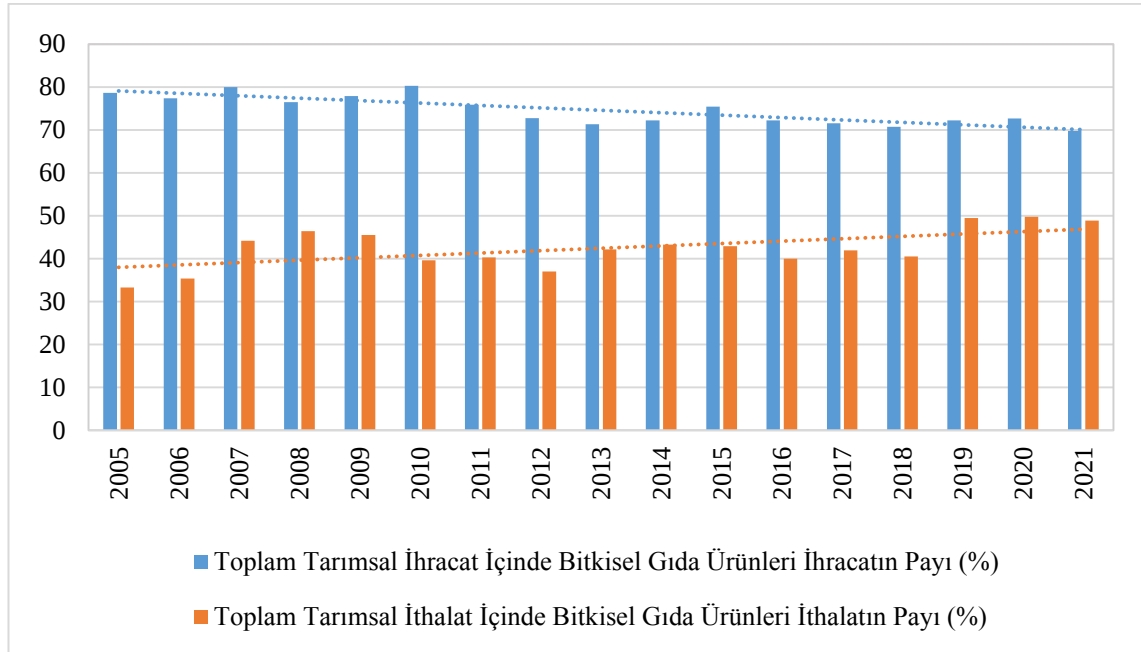


Şekil 4.6 Türkiye'nin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri değişim oranları (Anonim 2022a)

Türkiye’de toplam tarımsal ihracat değeri içerisinde bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin payı ve önemi büyüktür. Bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri payı Çizelge 4.11’de görüldüğü üzere yıllar itibariyle dalgalanmalar göstermiş ve 2021 yılında %69,74 oranında paya sahip olmuştur. 2021 yılı dışında %70 seviyesinin üzerinde gerçekleşmiştir. Öte yandan toplam tarımsal ithalat değeri içinde bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin payı yıllar itibariyle iniş ve çıkışları olmasına karşın son yıllarda artış göstermiş ve 2021 yılında %48,85 yani yaklaşık yarısını oluşturmuştur. Türkiye’nin toplam tarımsal ihracat değeri içindeki bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin payı şekil 4.7’de verilen yılların tamamında toplam tarımsal ithalat değeri içindeki bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin payından daha fazla gerçekleştiği görülmektedir. Ancak 2005 yılında oluşan pay farkı yıllar itibariyle azalmış ve 2021 yılında en az seviyeye gelmiştir.

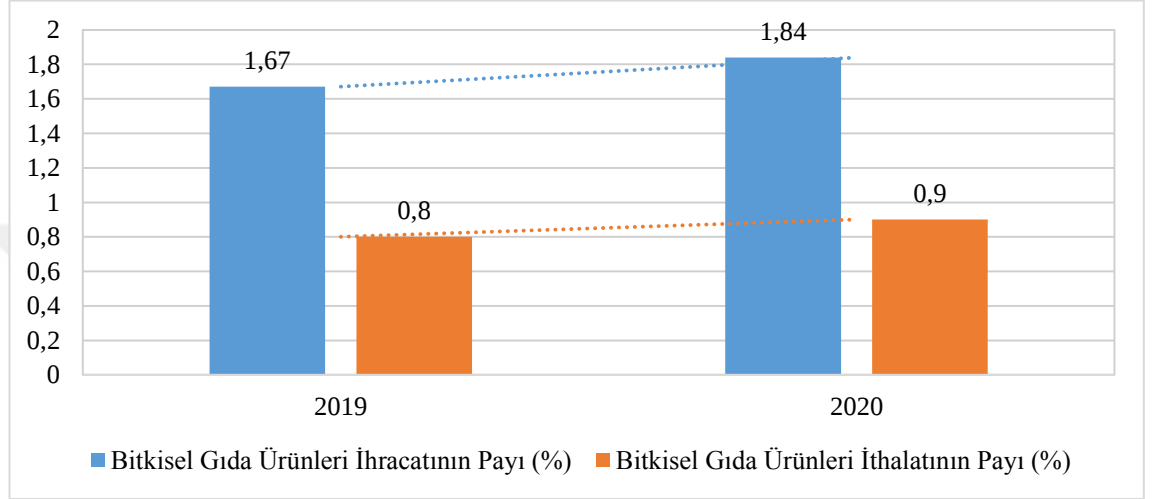
Çizelge 4.11 Türkiye’de toplam tarımsal dış ticaret içerisinde bitkisel gıda ürünleri dış ticaretinin oransal payları (Anonim 2022a)

Yıllar	Toplam Tarımsal İhracat İçinde Bitkisel Gıda Ürünleri İhracatının Payı (%)	Toplam Tarımsal İthalat İçinde Bitkisel Gıda Ürünleri İthalatının Payı (%)
2005	78,64	33,24
2006	77,36	35,33
2007	79,97	44,16
2008	76,47	46,40
2009	77,85	45,51
2010	80,23	39,58
2011	75,86	40,24
2012	72,72	37,00
2013	71,30	42,14
2014	72,21	43,27
2015	75,45	42,88
2016	72,17	39,98
2017	71,54	41,94
2018	70,74	40,49
2019	72,18	49,48
2020	72,69	49,73
2021	69,74	48,85



Şekil 4.7 Türkiye’de toplam tarımsal dış ticaret içerisinde bitkisel gıda ürünleri dış ticaretinin oransal payları (Anonim 2022a)

2019 yılında dünya bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin yaklaşık %1,67'sini Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri oluştururken 2020 yılında 13,74 milyar dolar ile %1,84 seviyesine yükselmiştir. Diğer taraftan Türkiye bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin, dünya bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinden aldığı pay 2019 yılında %0,80 iken, 2020 yılında artış göstererek %0,90 oranına ulaşmıştır (Şekil 4.8).



Şekil 4.8 Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin dünya bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi

5. ANKARA İLİNİN DIŞ TİCARET DURUMU ve GELİŞMELER

Ankara, Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti ve en kalabalık ikinci ilidir. 2022 yılı itibariyle nüfusu beş buçuk milyonu aşmış durumdadır. 25.632 km²'lik toplam yüzölçümüyle Türkiye'nin üçüncü büyük ilidir. Ortalama yükseltisi 938 metredir. Ankara ili doğuda Kırıkkale, kuzeydoğuda Çankırı, kuzeybatıda Bolu, batıda Eskişehir, güneyde Konya, güneydoğuda Kırşehir ve Aksaray ile çevrilidir. Ekonomisi büyük oranda ticaret ve sanayiye dayanmaktadır. Sanayisi özellikle tekstil, gıda ve inşaat sektörlerinde yoğunlaşmaktadır (Anonim 2022b). Ankara ilinde 13 adet organize sanayi bölgesi bulunmakta ve bu sanayi bölgelerinde gerçekleşen üretim ve ihracat faaliyetleri ile ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır (Anonim 2021a).

Türkiye'nin 2021 yılı tarım alanı varlığı 234.45 milyon dekadır. Bu tarım alanının %4,96'sı yani 11.63 milyon dekar alanı Ankara ilinde yer almaktadır. Ankara ilinin Türkiye tarım alanı varlığı içerisindeki tarım alanlarının kullanım durumuna göre dağılımında; %71,57'si tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin ekilen alanından, %22,71'i nadas alanından, %3,57'si sebze bahçeleri alanından, %2,14'ü meyveler, içecek ve baharat bitkilerinin alanından %0,01'i süs bitkileri alanından oluştuğu görülmektedir (Çizelge 5.1).

Çizelge 5.1 Türkiye'nin ve Ankara ilinin tarım alanı varlığı ve dağılımı (2021)
(Anonim 2022c)

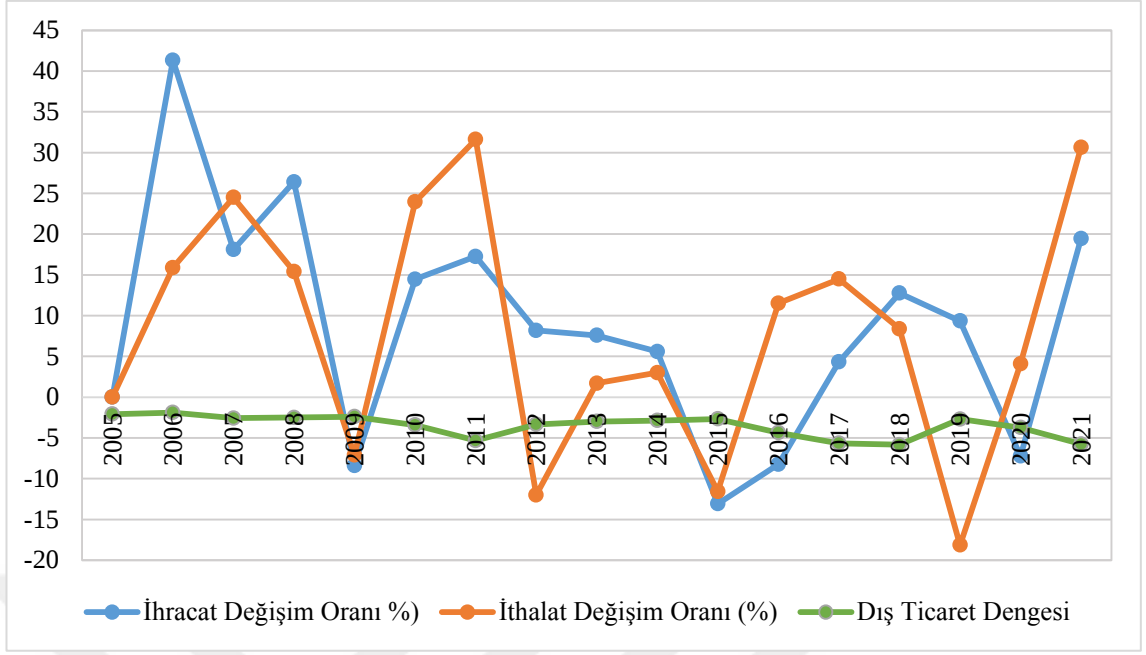
Kullanış Biçimi	Türkiye		Ankara ili	
	da	%	da	%
Tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin ekilen alanı	160.310.275	68,38	8.327.982	71,57
Nadas alanı	30.591.619	13,05	2.642.779	22,71
Sebze bahçeleri alanı	7.553.346	3,22	415.975	3,57
Meyveler, içecek ve baharat bitkilerinin alanı	35.946.916	15,33	249.323	2,14
Süs bitkileri alanı	54.642	0,02	343	0,01
Toplam	234.456.798	100,00	11.636.402	100,00

5.1 Ankara İlinin Dış Ticaret Durumu

Ankara ili toplam ihracat değeri 2005 yılından günümüze kadar yaklaşık 4 kat artarak 2021 yılında 9,21 milyar dolara ulaşmıştır. Aynı yıllar içerisinde ithalat değeri de 4,72 milyar dolardan 14,96 milyar dolara yükselmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranının en yüksek seviyeye 2019 yılında ulaşırken en düşük seviyeye gerilediği yıl ise 2017 olarak görülmektedir (Çizelge 5.2). Toplam ihracat değerleri yıllar içerisinde artış gösterirken yaşanan krizler ve kuraklık nedenlerine bağlı olarak 2009, 2015, 2016 ve 2020 yıllarında bir önceki dönemlere göre azalmalar olmuştur. Toplam ithalat değerlerinde de aynı sebeplere bağlı olarak değişimler yaşanmıştır. Ayrıca verilen yılların tamamında ithalat değerinin ihracat değerinden fazla olması sebebiyle dış ticaret açığı oluşmuştur. Dış ticaret açığı 5,84 milyar dolar ile 2018 yılında en yüksek değere ulaşmıştır (Şekil 5.1).

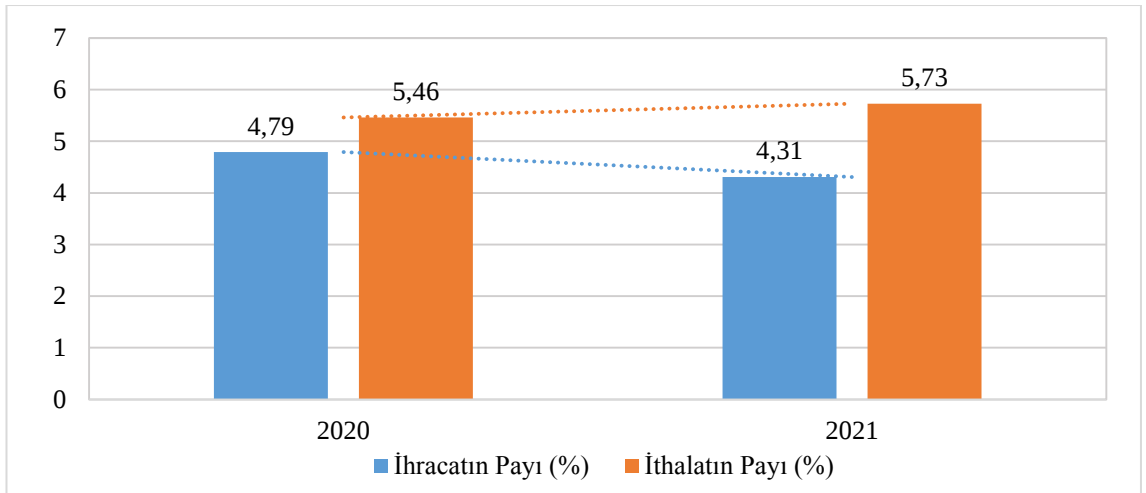
Çizelge 5.2 Ankara ilinin toplam ihracat-ithalat değerleri (Milyar dolar) (Anonim 2022a)

Yıllar	İhracat	İthalat	İhracat Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranı (%)	İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2005	2,64	4,72	-	-	55,93	-2,08
2006	3,59	5,47	41,33	15,88	65,63	-1,88
2007	4,24	6,81	18,10	24,49	62,26	-2,57
2008	5,36	7,86	26,41	15,41	68,19	-2,50
2009	4,91	7,30	-8,39	-7,12	67,26	-2,39
2010	5,62	9,05	14,46	23,97	62,09	-3,43
2011	6,59	11,91	17,25	31,60	55,33	-5,32
2012	7,13	10,48	8,19	-12,00	66,88	-3,35
2013	7,67	10,66	7,57	1,71	71,95	-2,99
2014	8,10	10,98	5,60	3,00	73,77	-2,88
2015	7,04	9,71	-13,08	-11,56	72,50	-2,67
2016	6,46	10,83	-8,23	11,53	59,64	-4,37
2017	6,74	12,40	4,33	14,49	54,35	-5,66
2018	7,60	13,44	12,75	8,38	56,54	-5,84
2019	8,31	11,00	9,34	-18,15	75,54	-2,69
2020	7,71	11,45	-7,22	4,09	67,33	-3,74
2021	9,21	14,96	19,45	30,65	64,56	-5,75



Şekil 5.1 Ankara ilinin toplam ihracat-ithalat değerleri değişim oranları (Anonim 2022a)

2020 yılında Türkiye toplam ihracat değerinin yaklaşık %4,79'unu Ankara ili toplam ihracat değeri oluşturmakta iken bu oran ithalat değeri için %5,46 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında 9,21 milyar dolar ile Ankara ili toplam ihracat değeri, Türkiye toplam ihracat değerinin yaklaşık %4,31'ini oluşturmaktadır. Ankara ili toplam ithalat değeri ise Türkiye toplam ithalat değerinin yaklaşık %5,73'üne tekabül etmektedir (Şekil 5.2).



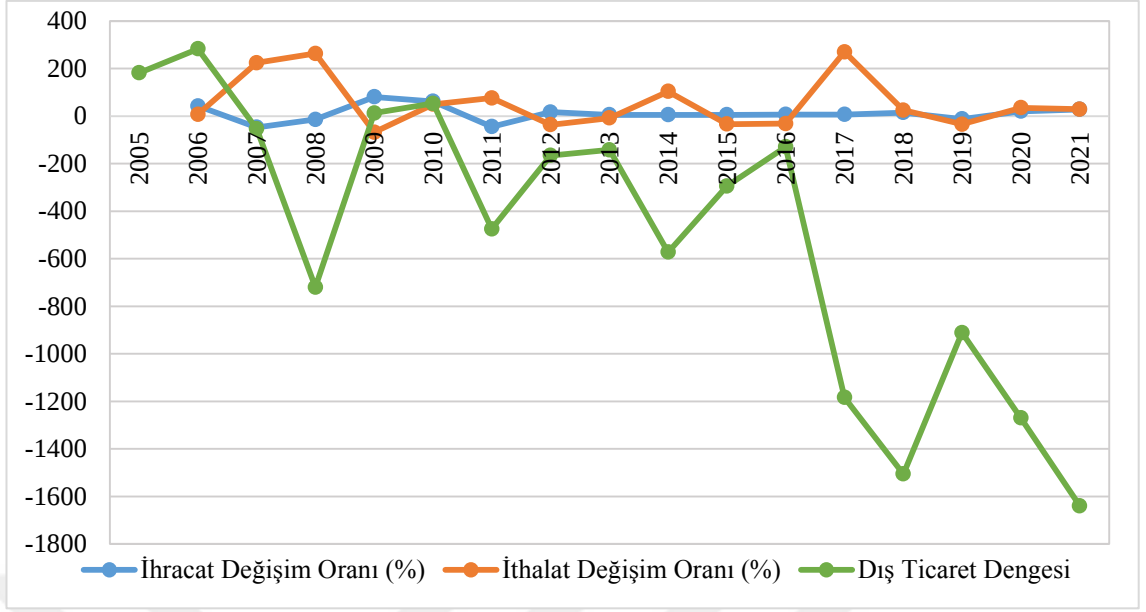
Şekil 5.2 Ankara ilinin toplam ihracat-ithalat değerlerinin Türkiye toplam ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi

5.2 Ankara İlinin Tarımsal İhracatının Gelişimi

TÜİK verilerine göre Ankara ilinin tarımsal ihracat değerleri 2007 ve 2011 yıllarında yaşanan özellikle de Ankara ilinde etkisini gösteren kuraklık sebebiyle ciddi düşüş göstermiş olmasına karşın 2021 yılında 446,53 milyon dolar seviyesine yükselmiştir. Bu dönemde aynı sebeplerden dolayı tarımsal ithalat değerlerinde büyük oranda artış meydana gelmiştir. Ayrıca 2017 yılında tarımsal ithalat değeri bir önceki yıla göre %270,09 oranında ciddi bir artış gerçekleşmiş ve bu artış devan ederek 2021 yılında 2 milyar 86 milyon dolara ulaşmıştır (Çizelge 5.3). Tarımsal ithalat değerinin tarımsal ihracat değerinden fazla gerçekleşmesiyle dış ticaret açığı oluşmuştur. 2021 yılında en yüksek değere ulaşmış ve 1 milyar 639 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ankara ilinin tarımsal dış ticaret açığını canlı hayvanlar, hububat, yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular ve gıda sanayinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemlerden oluşan ürün gruplarının ithalat değerleriyle ilişkilendirmek mümkündür (Şekil 5.3).

Çizelge 5.3 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat değerleri (Milyon dolar) (Anonim 2022a)

Yıllar	İhracat	İthalat	İhracat Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2005	251,02	69,58	-	-	181,44
2006	357,21	74,84	42,30	7,55	282,37
2007	188,46	242,69	-47,24	224,27	-54,23
2008	161,43	881,14	-14,34	263,07	-719,71
2009	291,15	278,76	80,35	-68,36	12,39
2010	470,90	417,65	61,73	49,82	53,25
2011	260,20	734,96	-44,74	75,97	-474,76
2012	303,12	468,60	16,49	-36,24	-165,48
2013	286,68	429,02	5,42	-8,44	-142,34
2014	300,92	873,47	4,96	103,59	-572,55
2015	286,12	580,41	4,91	-33,55	-294,29
2016	267,90	397,30	6,36	-31,54	-129,40
2017	286,40	1.470,37	6,90	270,09	-1.183,97
2018	328,20	1.833,57	14,59	24,70	-1.505,37
2019	288,93	1.199,91	-11,96	-34,55	-910,93
2020	347,74	1.617,86	20,35	34,83	-1.270,12
2021	446,53	2.086,33	28,40	28,95	-1.639,80

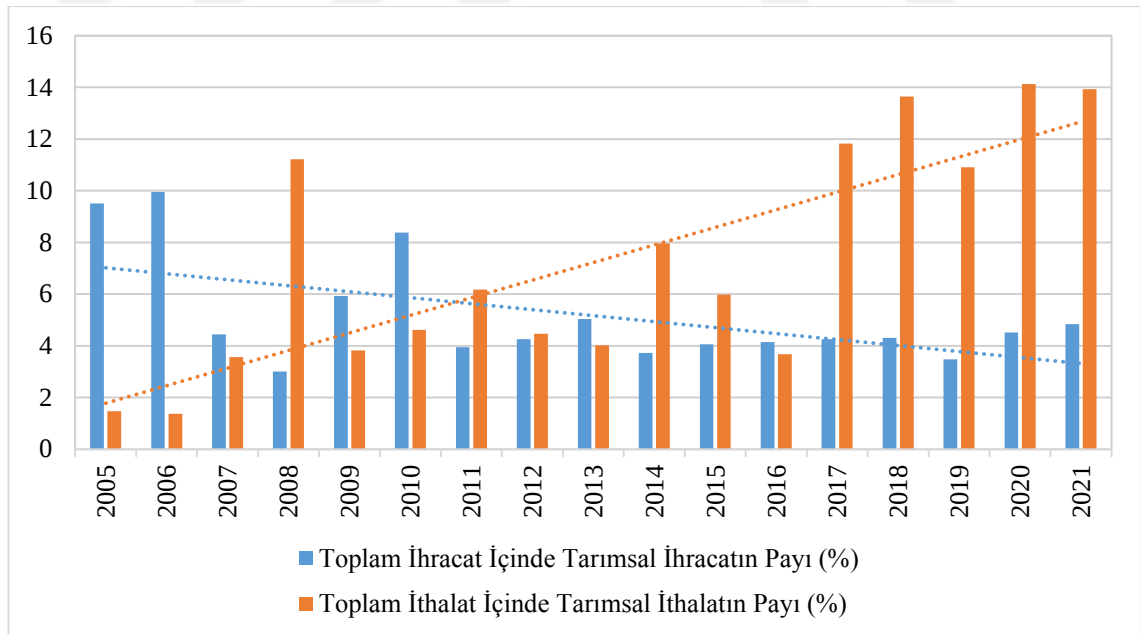


Şekil 5.3 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat değerleri değişim oranları (Anonim 2022a)

Ankara ilinin tarımsal ihracat değerinin toplam ihracat değeri içindeki payı 2005 yılında %9,51 gerçekleşmiş ve yıllara göre dalgalanmalar göstererek 2021 yılında %4,84 seviyesine gerilemiştir. Diğer taraftan tarımsal ithalat değerinin toplam ithalat değerindeki payı 2005 yılında %1,47 iken bu oran 2021 yılında kuraklığında etkisiyle ithalat artmış ve %13,93 oranına yükselmiştir (Çizelge 5.4). Ankara ilinde son 5 yıl içerisinde toplam ithalat değeri içindeki tarımsal ithalat değerinin payı, toplam ihracat içindeki tarımsal ihracatı değerinin payından yaklaşık 3 katı kadar fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca tarımsal ihracat değeri payının düşmesi buna karşılık tarımsal ithalat değeri payının artması Ankara ilinin tarımsal ürünlerde dışa bağımlı hale gelmesine yol açmaktadır (Şekil 5.4).

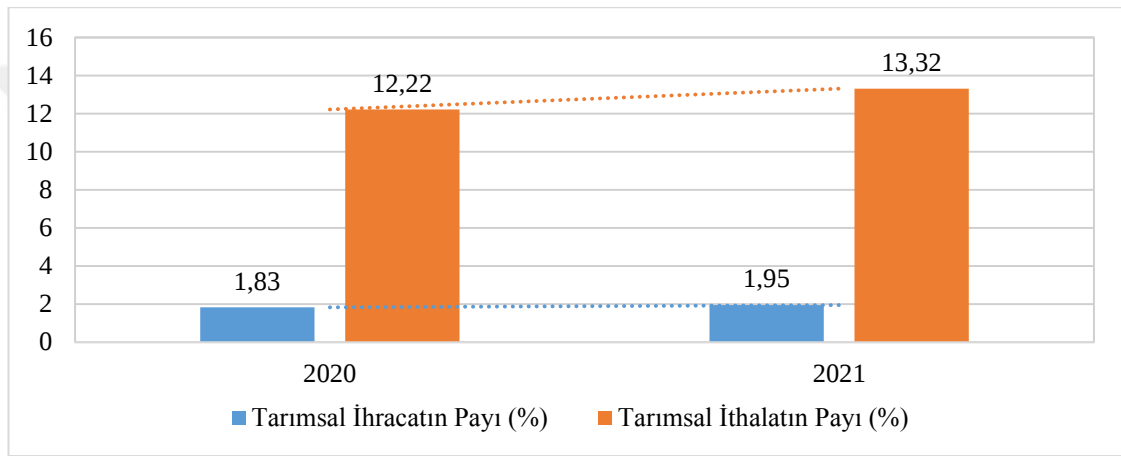
Çizelge 5.4 Ankara ilinin toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları (Anonim 2022a)

Yıllar	Toplam İhracat İçinde Tarımsal İhracatın Payı (%)	Toplam İthalat İçinde Tarımsal İthalatın Payı (%)
2005	9,51	1,47
2006	9,95	1,37
2007	4,44	3,56
2008	3,01	11,21
2009	5,93	3,82
2010	8,38	4,61
2011	3,95	6,17
2012	4,25	4,47
2013	5,04	4,02
2014	3,72	7,96
2015	4,06	5,98
2016	4,15	3,67
2017	4,25	11,82
2018	4,31	13,64
2019	3,47	10,90
2020	4,51	14,12
2021	4,84	13,93



Şekil 5.4 Ankara ilinde toplam dış ticaret içerisinde tarımsal dış ticaretin oransal payları (Anonim 2022a)

2020 yılında Türkiye tarımsal ihracat değerinin yaklaşık %1,83'ünü Ankara ili tarımsal ihracat değeri oluşturmakta iken bu oran ithalat değeri için %12,22 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında 446,53 milyon dolar ile Ankara ili tarımsal ihracat değeri, Türkiye tarımsal ihracat değerinin yaklaşık %1,95'ini oluşturmaktadır. Ankara ili tarımsal ithalat değeri ise Türkiye tarımsal ithalat değerinin yaklaşık %13,32'sine tekabül etmektedir. Ankara ilinin Türkiye tarımsal ithalat değeri içerisinde payının yüksek olması ve artışın devam etmesi ekonomik açıdan olumsuz bir durumdur (Şekil 5.5).



Şekil 5.5 Ankara tarımsal ihracat-ithalat değerlerinin Türkiye tarımsal ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi

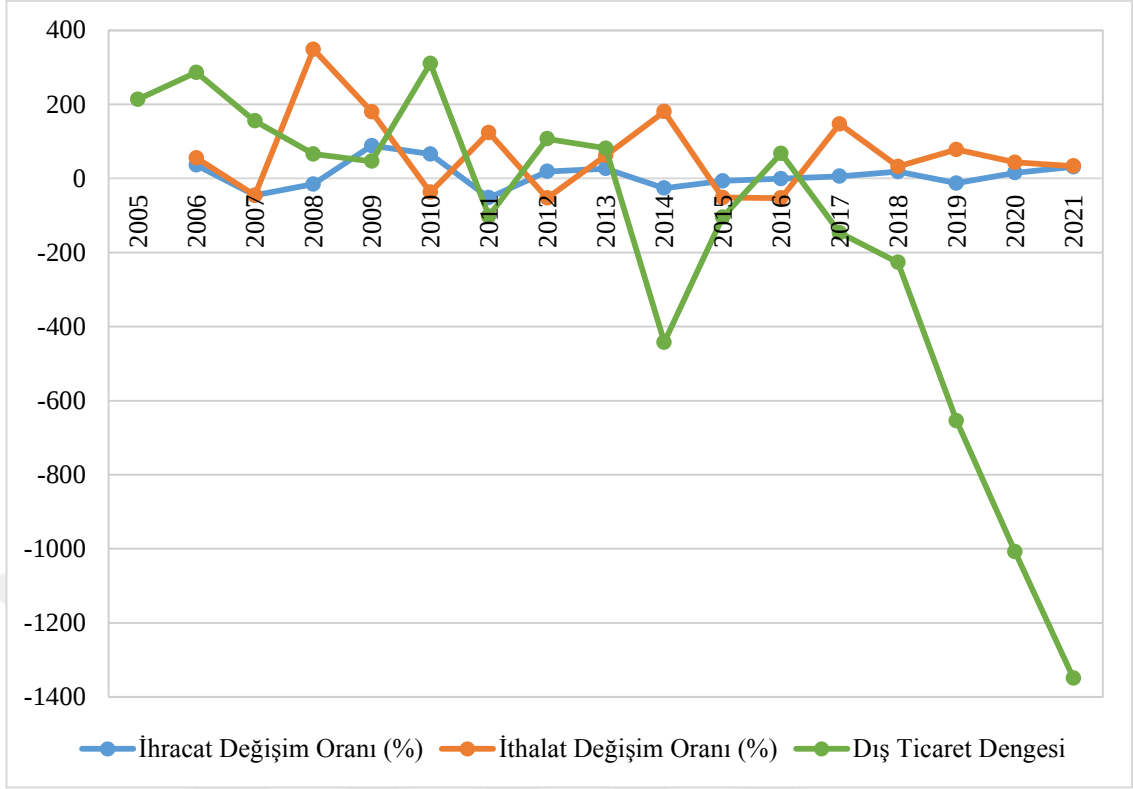
5.3 Ankara İlinin Bitkisel Gıda Ürünleri İhracatının Gelişimi

TÜİK verilerine göre 2007 ve 2008 yıllarında yaşanan ve tarımsal üretimde etkisini gösteren kuraklık bitkisel gıda ürünleri ihracatını olumsuz yönde etkilemiştir. Öte yandan aynı dönemlerde bitkisel gıda ürünleri ithalat değeri ciddi oranda artmıştır. Bu yıllardaki ithalat değerinin %84'ünü sadece hububat ürünü oluşturmuştur. Ayrıca diğer dönemlerde de aynı durumun söz konusu olduğu bitkisel gıda ürünleri ithalatının büyük bir bölümünün hububat ürününden oluştuğu görülmüştür. 2010 yılında bitkisel gıda ürünleri ihracatı 452,55 milyon dolar ile en yüksek seviyeye ulaşmış olmasına rağmen bir sonraki dönem %50.19 oranında ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Bu artış ve azalışın

sebebinin hububat ürününde yaşanan istikrarsızlık ile açıklanabilmektedir. Takip eden yıllarda dalgalanmalar gerçekleşmiş ve 2021 yılında 364,82 milyon dolar gerçekleşmiştir (Çizelge 5.5). Bitkisel gıda ürünleri ithalatı son 5 yılda ciddi oranda artarak 2021 yılında 1 milyar 713 milyon dolara ulaşmıştır. Dış ticaret açığının en yüksek seviyeye ulaştığı aynı zamanda günümüze en yakın olan 2021 yılında gerçekleşmiştir (Şekil 5.6).

Çizelge 5.5 Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri (Milyon dolar)
(Anonim 2022a)

Yıllar	İhracat	İthalat	İhracat Değişim Oranı (%)	İthalat Değişim Oranı (%)	Dış Ticaret Dengesi
2005	235,26	21,42	-	-	213,84
2006	319,53	33,27	35,81	55,32	286,26
2007	173,40	18,05	-45,73	-45,74	155,35
2008	146,70	80,99	-15,39	348,69	65,71
2009	273,11	226,89	88,16	180,14	46,22
2010	452,55	142,28	65,70	-37,29	310,27
2011	216,32	318,35	-52,19	123,74	-102,03
2012	256,72	150,00	18,67	-52,88	106,72
2013	324,79	243,19	26,51	62,12	81,60
2014	239,18	681,39	-26,35	180,18	-442,21
2015	222,98	327,83	-6,77	-51,88	-104,85
2016	221,73	154,20	-0,56	-52,96	67,53
2017	234,10	381,06	5,57	147,12	-146,96
2018	276,79	503,50	18,23	32,13	-226,71
2019	241,87	896,07	-12,61	77,96	-654,20
2020	278,31	1.286,35	15,06	43,55	-1.008,04
2021	364,82	1.713,87	31,08	33,23	-1.349,05

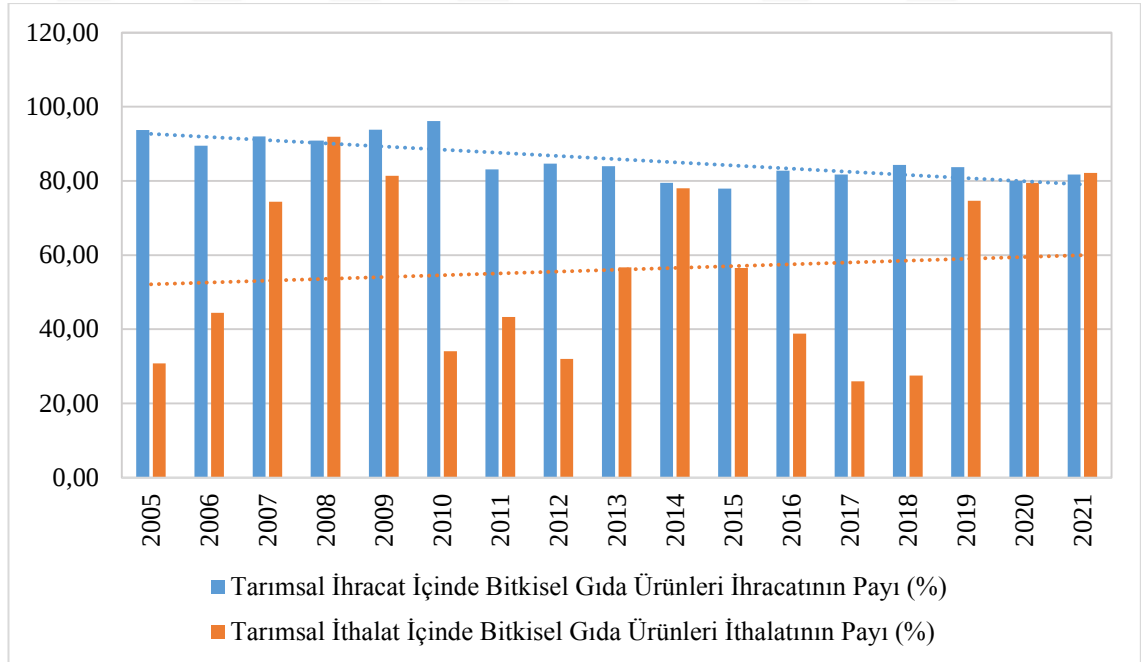


Şekil 5.6 Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin değişimi (Anonim 2022a)

Ankara ilinde tarımsal ihracat değerinin önemli bir bölümünün bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin oluşturduğu Çizelge 5.6'da görülmektedir. 2005 yılında bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin tarımsal ihracat değeri içerisinde aldığı pay %93,72 iken 2021 yılında %81,70 seviyesine gerilemiştir. Diğer taraftan ithalat değerlerinde durum farklı görünse de son dönemlerde tarımsal ithalat değeri içinde bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin arttığı görülmektedir. Ayrıca son dönemlerde ithalat ve ihracat oranlarının eşit seviyelere geldiği görülmektedir (Şekil 5.7).

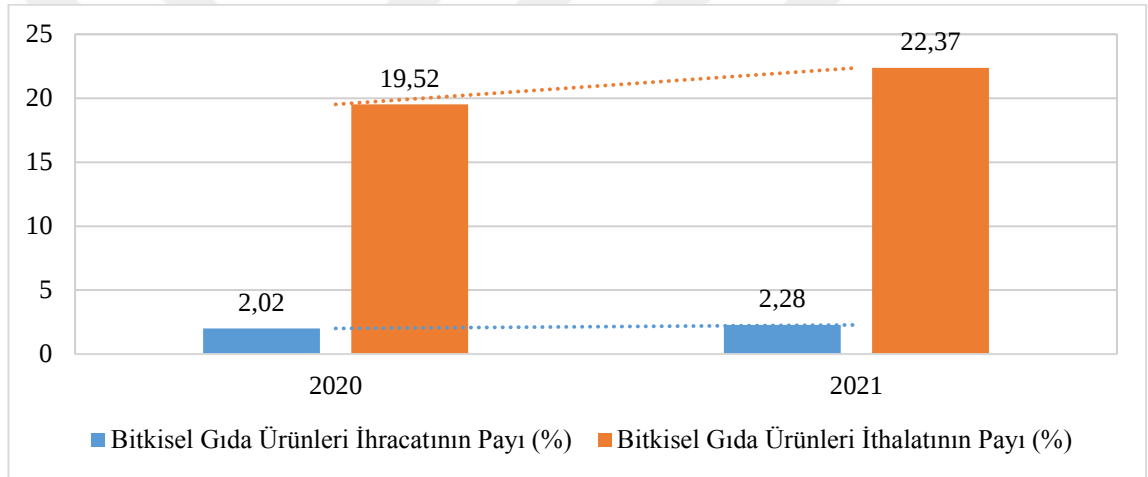
Çizelge 5.6 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat içerisinde bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat oransal payları (Anonim 2022a)

Yıllar	Tarımsal İhracat İçinde Bitkisel Gıda Ürünleri İhracatının Payı (%)	Tarımsal İthalat İçinde Bitkisel Gıda Ürünleri İthalatının Payı (%)
2005	93,72	30,78
2006	89,45	44,45
2007	92,01	74,37
2008	90,86	91,91
2009	93,80	81,39
2010	96,10	34,07
2011	83,14	43,32
2012	84,69	32,01
2013	83,99	56,69
2014	79,48	78,01
2015	77,93	56,48
2016	82,77	38,81
2017	81,74	25,92
2018	84,33	27,46
2019	83,71	74,67
2020	80,03	79,50
2021	81,70	82,14



Şekil 5.7 Ankara ilinin tarımsal ihracat-ithalat içerisinde bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat oransal payları (Anonim 2022a)

2020 yılında Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin yaklaşık %2,02'sini Ankara ili bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri oluştururken 2021 yılında 364,82 milyon dolar ile %2,28 seviyesinde gerçekleşmiştir. Diğer taraftan Ankara ili bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin, Türkiye bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinden aldığı pay 2020 yılında %19,52 iken 2021 yılında artış göstererek %22,37 oranına yükselmiştir (Şekil 5.8). Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat payının düşük seviyede buna karşılık bitkisel gıda ürünleri ithalat payının yüksek seviyede gerçekleştiği görülmektedir. Bitkisel gıda ürünleri ihracatının artması ülke ekonomisine katkı sağlayacağı gibi 11. Kalkınma Planında ifade edilen toplam ihracat değerinin 226,6 milyar dolara ulaşması hedefine de ciddi fayda sağlayacaktır.



Şekil 5.8 Ankara bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin Türkiye bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerleri içindeki payının değişimi

5.3.1 Ankara ilinin bitkisel gıdalarda ürün gruplarının dağılımı

Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat ve ithalat değerlerinin ürün gruplarına göre son 3 yılın ortalamasının dağılımı çizelge 5.7'de verilmiştir. Hububat ürünü 1 milyar 196 milyon dolar ile bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin içerisinde yaklaşık %92 oranında en yüksek paya sahiptir. Buna karşılık hububat ürünün bitkisel gıda ürünleri ihracat değeri içerisindeki payının oldukça düşük seviyede olduğu görülmektedir. Çizelgede verilen ürün gruplarına bakıldığında sebzeler, meyveler, sert kabuklu

meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar ile hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünlerine ait ihracat değerleri diğer ürün gruplarına göre daha yüksek ihracat değerlerine sahiptir. Bitkisel gıda ürünlerinde oluşan dış ticaret açığı 1 milyar 3 milyon dolardır. Buna göre Ankara ilinde bitkisel gıda ürünlerinde kendi kendine yeterliliğin olmadığı dışarıdan alım yapılarak karşılandığı görülmektedir. Bu açığın kapatılması amacıyla sürdürülebilir tarım uygulanarak tarımsal üretim artırılmalı ve çeşitlilik sağlanmalıdır. Böylece Ankara ilinde bitkisel gıda ürünleri ihracat değerlerinin artması sağlanarak ülke ekonomisine güçlü katkılar sunulacağı düşünülmektedir.

Çizelge 5.7 Ankara ilinde bitkisel gıda ürünleri ihracat-ithalat değerlerinin dağılımı (Milyon dolar) (Anonim 2022a)

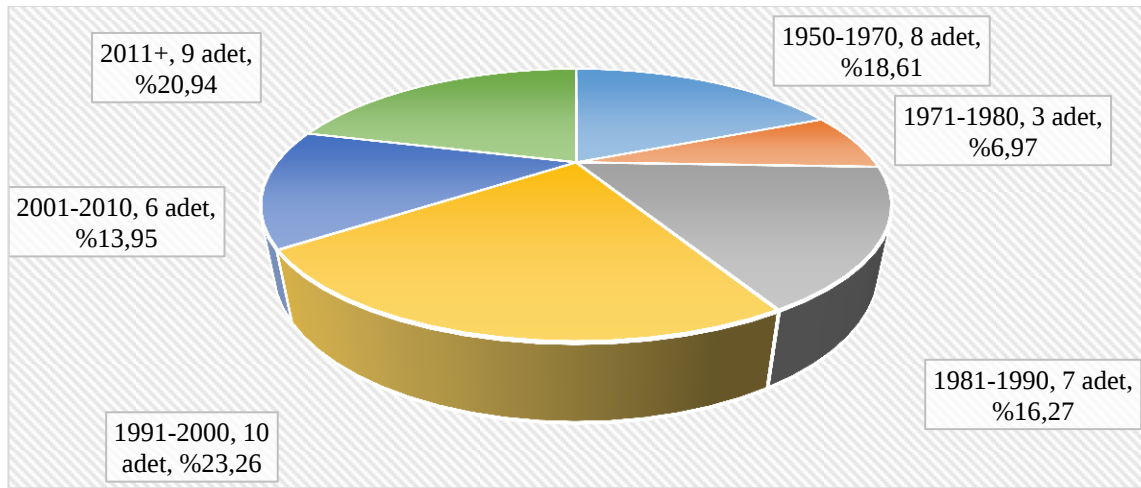
Fasıl	Fasıl Adı	Son 3 yılın ortalaması	
7	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular	İhracat	24,49
		İthalat	61,36
8	Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler	İhracat	15,28
		İthalat	7,98
9	Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat	İhracat	1,95
		İthalat	4,94
10	Hububat	İhracat	13,27
		İthalat	1.196,93
11	Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni	İhracat	15,10
		İthalat	0,57
17	Şeker ve şeker mamulleri	İhracat	24,00
		İthalat	2,27
18	Kakao ve kakao müstahzarları	İhracat	21,64
		İthalat	1,30
19	Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri	İhracat	68,19
		İthalat	3,73
20	Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin Diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar	İhracat	93,91
		İthalat	6,33
21	Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalaları, çay hülusalaları, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)	İhracat	7,46
		İthalat	7,11
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	İhracat	9,64
		İthalat	6,22
İHRACAT TOPLAM		295,00	
İTHALAT TOPLAM		1.298,76	

6. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Bu bölümde, araştırma kapsamında incelenen Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan gıda sanayi işletmelerinin genel yapısı, yönetici ve personel durumu, üretim, pazarlama, ekonomik ve finans yapısı, ihracat faaliyetleri ile ilgili gelişmeler ve araştırmanın ana konusunu oluşturan ihracatta karşılaşılan sorunlar incelenmiştir.

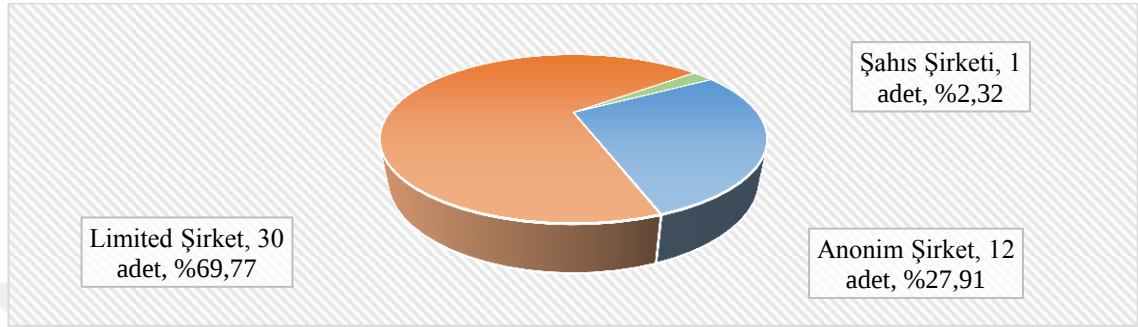
6.1 İncelenen İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

İncelenen işletmelerin kuruluş tarihlerinin dağılımı şekil 6.1’de verilmiştir. Buna göre işletmelerin kuruluş tarihleri farklılık göstermiştir. İşletmelerin en yüksek oranla %23,26’sının 1991-2000 yılları arasında kurulduğu tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin %18,61’i 1950-1970 yılları arası, %6,97’si 1971-1980 yılları arası, %16,27’si 1981-1990 yılları arası, %13,95’i 2001-2010 yılları arası ve %20,94’ü ise 2011 yılından sonra kurulmuştur.



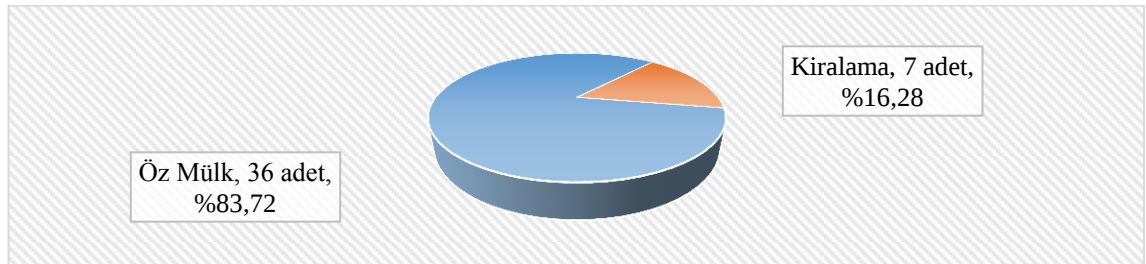
Şekil 6.1 İşletmelerin kuruluş tarihlerine göre dağılımı

İncelenen işletmelerin %69,77'sinin (30 adet) Limited Şirket, %27,91'nin (12 adet) Anonim Şirket ve %2,32'sinin (1 adet) şahıs şirketi işletmesi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca adi ortaklık, kollektif şirket ve ferdi mülkiyet işletmesinin olmadığı belirlenmiştir (Şekil 6.2).



Şekil 6.2 İşletmelerin hukuki statülerine göre dağılımı

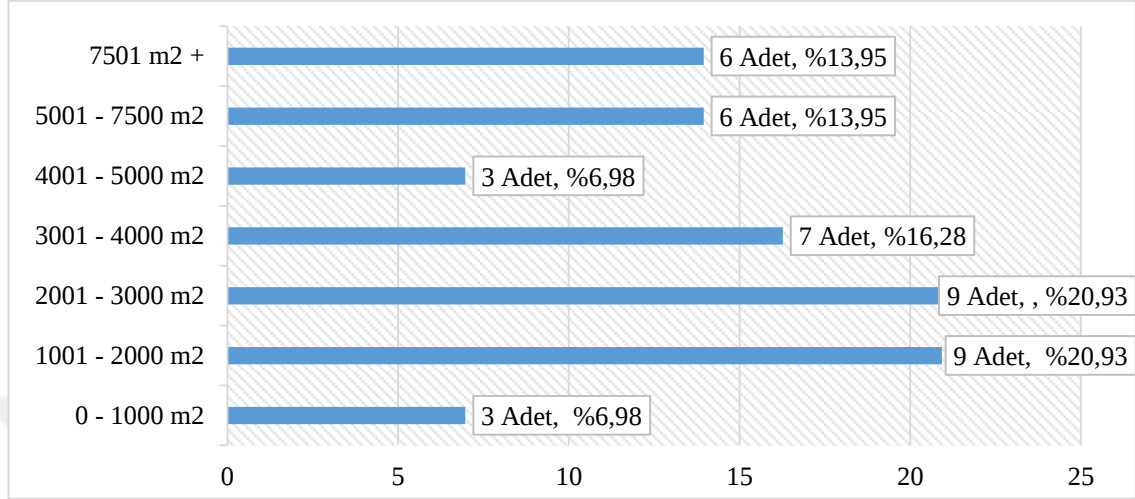
İncelenen işletmelerin %83,72'si (36 adet) sahibi olduğu alanda faaliyetini devam ettirmektedir. Kiracılık çok yaygın olmamakla beraber %16,28 (7 adet) oranında gerçekleştiği tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerde birleşme yöntemiyle oluşan mülkiyet durumunun olmadığı belirlenmiştir (Şekil 6.3).



Şekil 6.3 İşletmelerin mülkiyet durumu

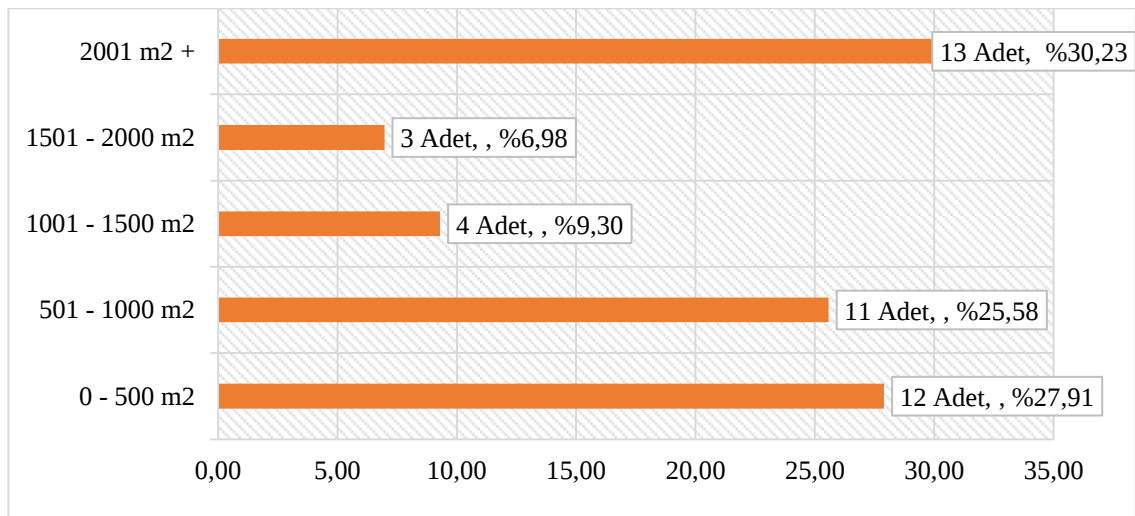
İncelenen işletmelerin kapalı alan büyüklükleri şekil 6.4'de verilmiştir. Buna göre işletme büyüklükleri incelendiğinde benzerlikler söz konusudur. İşletme sayısının en yoğun olduğu kapalı alan büyüklüğü 1001 – 2000 m2 aralığında 9 adet, 2001 – 3000 m2 aralığında da 9 adet olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 3 işletme 0 – 1000 m2 alanları arasında, 7 işletme 3001 – 4000 m2 alanları arasında, 3 işletme 4001 – 5000 m2 alanları

arasında, 6 işletme 5001 - 7500 m2 alanları arasında, 6 işletme 7501 m2'den fazla alana sahip oldukları tespit edilmiştir.



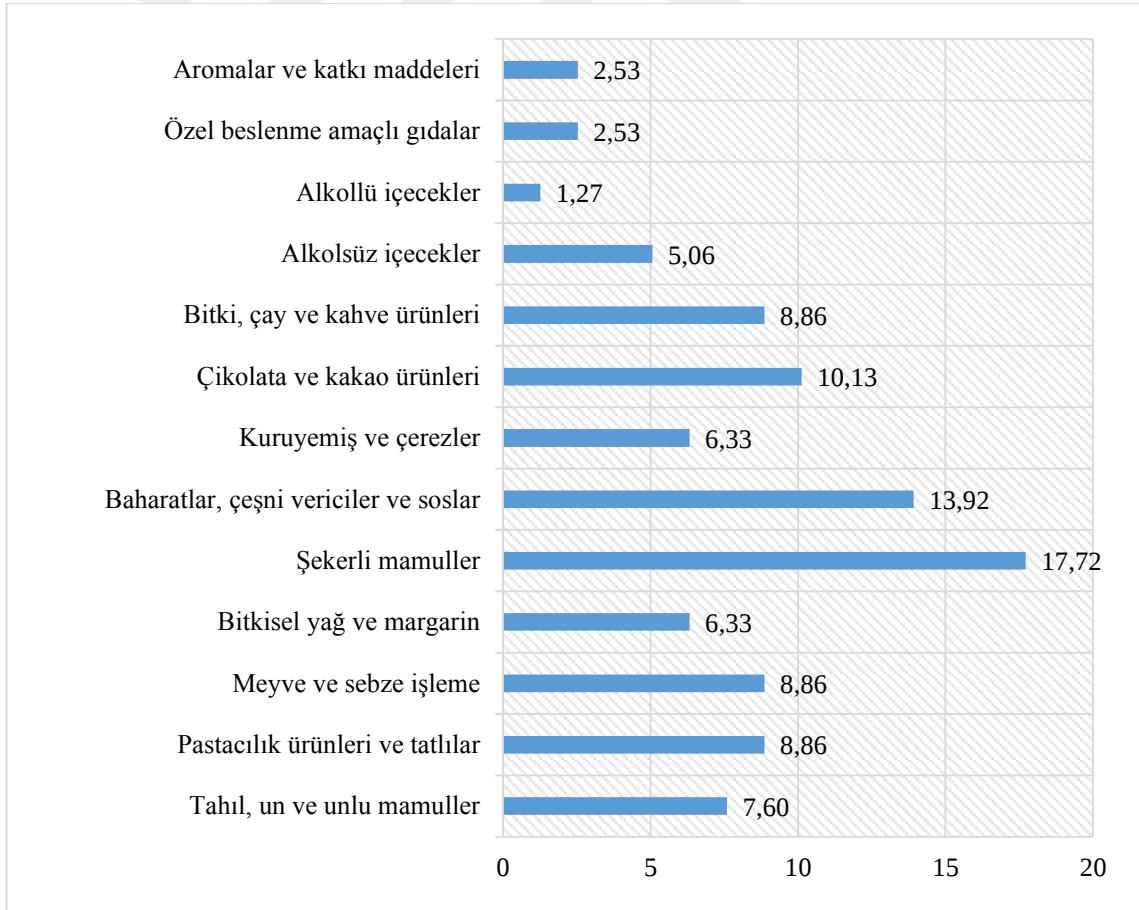
Şekil 6.4 İşletmelerin kapalı alan büyüklüğü

İncelenen işletmelerin açık alan büyüklükleri şekil 6.5’de verilmiştir. Buna göre 13 işletmenin 2001 m2 ve daha fazla alana sahip olduğu belirlenmiştir. 0 – 500 m2 alanları arasında 12 adet, 501 – 1000 m2 alanları arasında 11 adet, 1001 – 1500 m2 alanları arasında 4 adet ve 1501 – 2000 m2 alanları arasında 3 adet işletme olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 6.5 İşletmelerin açık alan büyüklüğü

Bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmelerin alt faaliyet konularına göre dağılımı şekil 6.6'da verilmiştir. İşletmeler birden fazla alt faaliyet konularında üretim faaliyeti gerçekleştirebilmektedir. Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin üretimde en çok tercih ettiği ürün grubu %17,72 oran ile şekerli mamuller olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin %13,92'si baharatlar, çeşni vericiler ve soslar, %10,13'ü çikolata ve kakao ürünleri, %8,86'sı pastacılık ürünleri ve tatlılar, %8,86'sı meyve ve sebze işleme, %8,86'sı bitki, çay ve kahve ürünleri, %7,60'ı tahıl, un ve unlu mamuller, %6,33'ü bitkisel yağ ve margarin, %6,33'ü kuruyemiş ve çerezler, %5,06'sı alkolsüz içecekler, %2,53'ü özel beslenme amaçlı gıdalar, %2,53'ü aromalar ve katkı maddeleri, %1,27'si ise alkollü içecekler alt faaliyet konularında üretim faaliyetlerini sürdürmektedirler. Ayrıca alt faaliyet konuları olan baklagiller ve tasnif dışı gıdalar ürün gruplarında üretim yapılmadığı tespit edilmiştir.



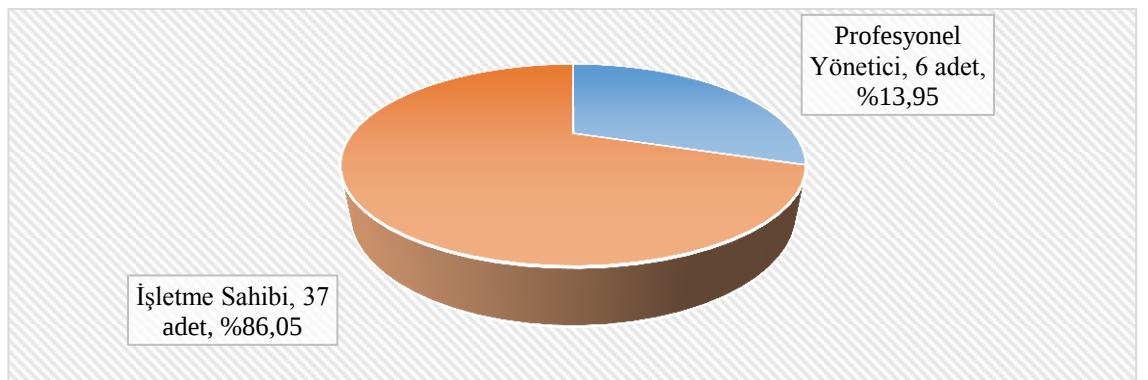
*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.6 İşletmelerin alt faaliyet konularına göre dağılımı (%)

6.2 İncelenen İşletmelerin Yönetici ve Çalışan Personel Durumu

Yönetim fonksiyonunda bulunan planlama, örgütleme, yöneltme ve denetleme gibi faaliyetlerin planlı bir şekilde yürütülmesi işletmeler için önemlidir. Yönetim ile ilgili birçok kavram bulunmasına rağmen en geniş tanımıyla, başka kişiler aracılığıyla amaca ulaşma ve başkalarına iş yaptıрма faaliyetidir. Yönetici belli amaçlar doğrultusunda o amaçları gerçekleştirmek için kişi faaliyetlerinden yararlanan ve onu etkisi altına alarak süreci yöneten kimsedir (Paşaoğlu 2013).

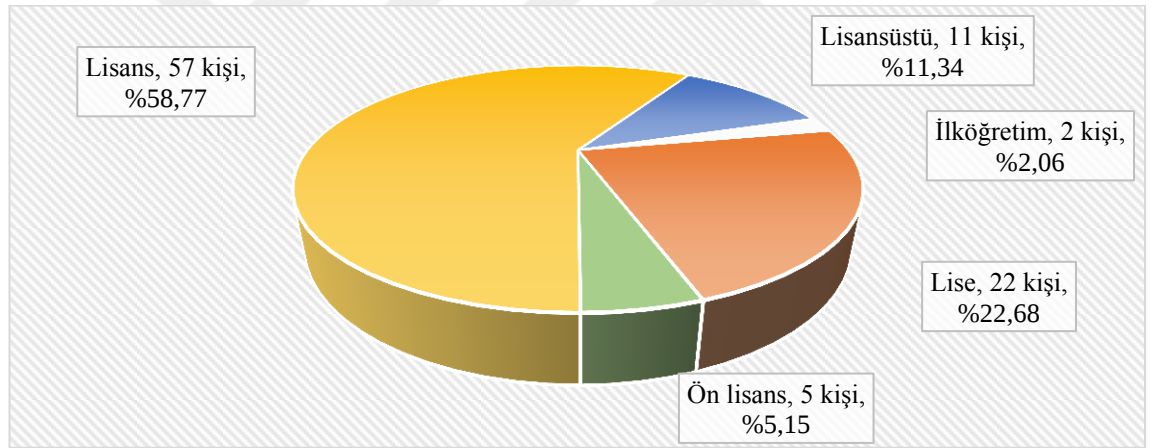
Gıda sanayi işletmelerinde bazı işletmeler az kişi ile çok iş prensibini tercih etmektedir. Aynı kişinin birden fazla görevi yerine getirmesi işletmeler için sorun teşkil etmektedir (Şahin ve Özüdoğru 2019). İşletmelerde genellikle işletme sahibi ile yönetici aynı kişi olmakta ve profesyonel bir yönetici bulunmamaktadır. İşletme sahibinin satın alma, pazarlama, finansman ve üretim fonksiyonlarının yönetimini tek başına idare etmesi, işletmenin geleceği ve başarısını bir kişinin yani işletme sahibinin becerisine bırakmaktadır. Bu durum ise işletme sahibinin eğitim düzeyinin önemini ortaya çıkarmaktadır. İncelenen işletmelerin yönetim durumu şekil 6.7’de verilmiştir. İşletmelerin %86,05’i (37 adet) işletme sahibi, %13,95’i (6 adet) ise profesyonel yönetici tarafından yönetilmektedir.



Şekil 6.7 İşletmelerin yönetim durumu

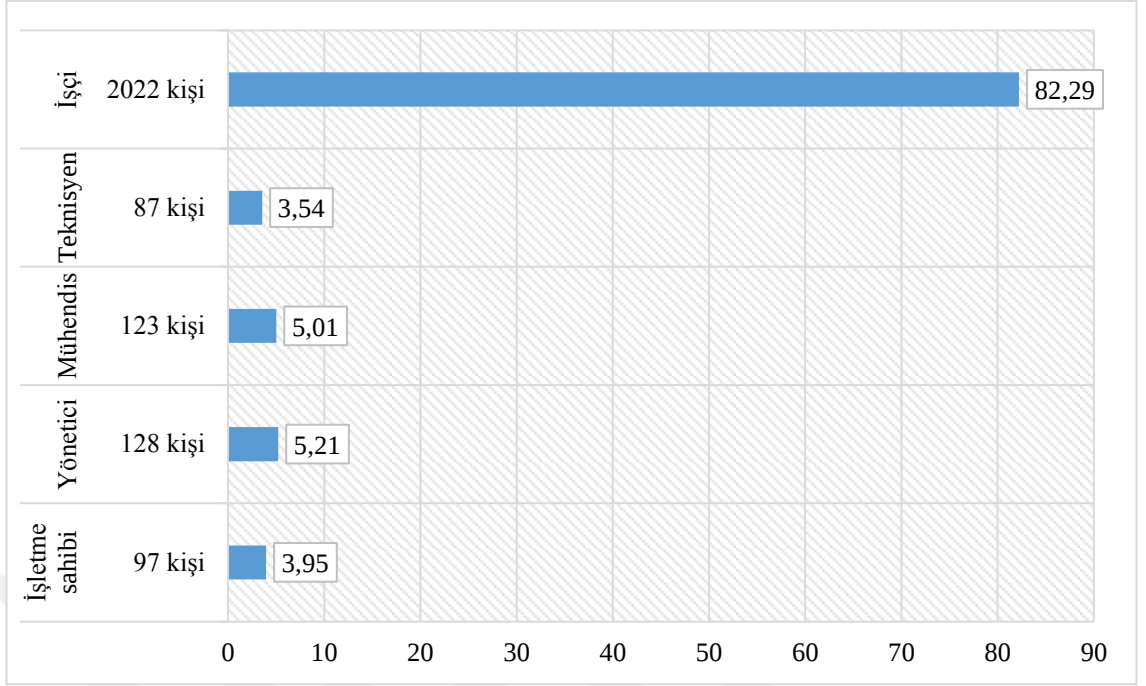
İşletmeler yönetim süreçlerinde koordinasyonun sağlanamaması, bilgi ve donanım eksikliği, mevzuata bağlı sorunlar, bürokratik sorunlar, karar verme, plan ve program oluşturma, personel yönetimi ve işe alınma süreci, kurumsallaşma ve eğitim gibi konularda önemli sorunlarla karşılaşmaktadır (Özgener 2003). Ayrıca işletmecilerin sürekli değişen piyasa koşulları ve teknolojiler karşısında yeterli düzeyde teknik ve mesleki bilgilerinin olmaması durumunda doğru karar vermeleri güçleşmektedir (Yelkialan ve Kalmış 2001).

Araştırma alanındaki 37 işletmenin yönetimi işletme sahibi tarafından yapılmaktadır. Bu işletme sahiplerine ait eğitim düzeyleri şekil 6.8’de verilmiştir. İşletme sahiplerinin %58,77’si lisans, %22,68’ lise, %11,34’ü lisansüstü, %5,15’i ön lisans ve %2,06’sı ilköğretim mezunu oldukları tespit edilmiştir.



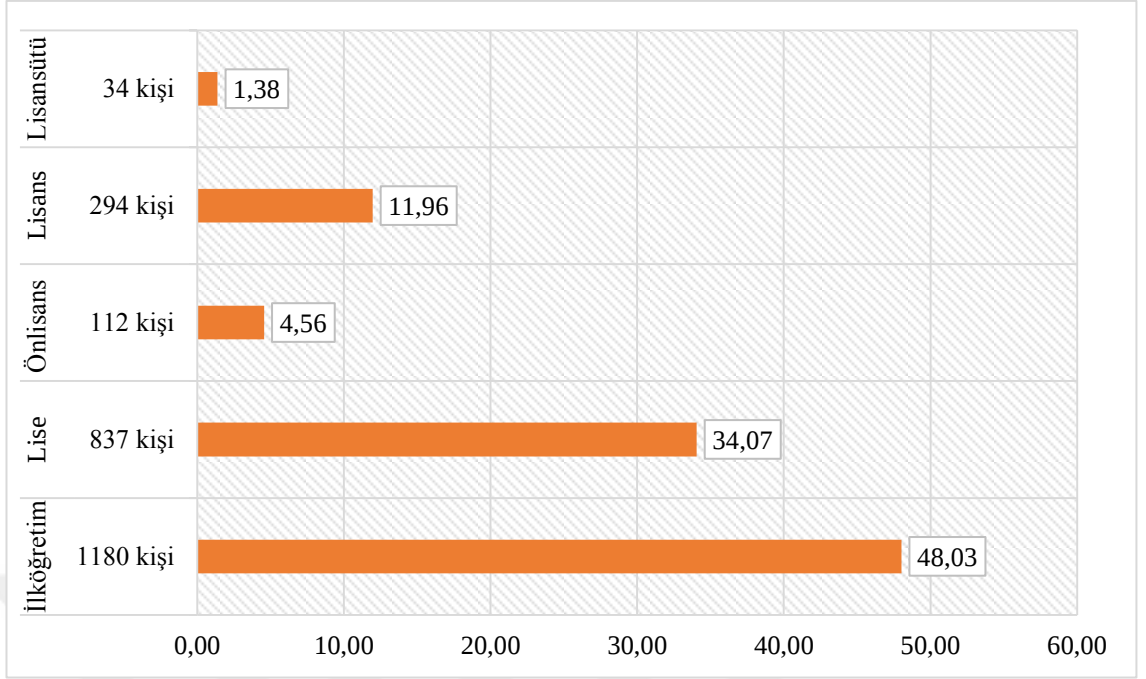
Şekil 6.8 İşletme sahiplerinin eğitim düzeylerin dağılımı

İncelenen işletmelerde çalışan personelin niteliklerine göre dağılımı şekil 6.9’da verilmiştir. Toplamda 2457 olan personelin %3,95’i işletme sahiplerinden, %5,21’i yöneticilerden, %5,01’i mühendislerden, %3,54’ü teknisyenlerden ve %82,29’u işçilerden oluşmaktadır. Gıda sanayi işletmelerinin işgücüne dayalı üretime sahip olması sebebiyle çalışan personelin büyük bir bölümünü işçiler oluşturmaktadır.



Şekil 6.9 İşletmelerde çalışan personelin niteliğine göre dağılımı (%)

İncelenen işletmelerde çalışan personelin öğrenim durumlarının dağılımı şekil 6.10’da verilmiştir. Buna göre toplam personelin %48,03’ü ilköğretim mezunu, %34,07’si lise mezunu, %4,56’sı ön lisans mezunu, %11,96’sı lisans mezunu ve %1,38’i lisansüstü eğitime sahip olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerde çalışan personelin neredeyse yarıya yakını ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Bu durum işletmelerde işçi statüsünde çalışan personel sayısı ile ilişkili olduğu söylenebilmektedir.



Şekil 6.10 İşletmelerde çalışan personelin öğrenim durumlarının dağılımı (%)

İncelenen işletmelerde çalışan personelin cinsiyet dağılımı çizelge 6.1’de verilmiştir. Buna göre toplam personelin %64,35’ini erkekler, %35,65’ini kadınlar oluşturmaktadır. Meslek gruplarının cinsiyet dağılımına bakıldığında ise sadece mühendis grubunda kadın mühendislerin erkek mühendislerden fazla olduğu diğer grupların tamamında erkek personelin daha fazla olduğu görülmektedir.

Çizelge 6.1 İşletmelerde çalışan personelin cinsiyet dağılımı

	Kadın		Erkek		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
İşletme sahibi	21	0,85	76	3,10	97	3,95
Yönetici	38	1,55	90	3,66	128	5,21
Mühendis	66	2,69	57	2,32	123	5,01
Teknisyen	21	0,85	66	2,69	87	3,54
İşçi	730	29,71	1.292	52,58	2.022	82,29
Toplam	876	35,65	1.581	64,35	2.457	100,00

İşletmelerde yaşanan başlıca sorunlardan bazıları nitelikli eleman bulunamaması ve mevcutta çalışan elemanın işletmede uzun süre devam etmemesidir. KOSGEB’in 2003 yılında yapmış olduğu çalışmada KOBİ’lerin %10,7’si çalışanlarına hiç eğitim

vermediğini belirtilmiştir. Eğitim verenlerin ise %67,3'ü eğitim gereksinimlerini işletmede giderdiğini, %50,7'i dışarıdan eğitim hizmeti aldığı belirlenmiştir. Araştırmadaki KOBİ'lerin çoğunluğunun imalat sanayinde olduğu bu KOBİ'lerin hizmet içi eğitim ve hizmet dışı eğitime neredeyse aynı önemi verdiği söylenmektedir. Eğitim vermeyen işletmelerinin çoğunluğunun 10'dan az toplam çalışana sahip olduğu gözlemlenmiş ve işletmenlerin eğitim yatırımlarından kaçınma eğiliminde olduğu belirtilmiştir (KOSGEB 2003). İşletmeler, nitelikli bilgi ve beceriye sahip elemanların yetersizliği nedeniyle üst düzey performans gösteremeyeceği düşünüldüğünde işletme çalışanlarına eğitim verilmek üzere finansal kaynak ayrılmalı ve eğitimler rutin olarak düzenlenmelidir.

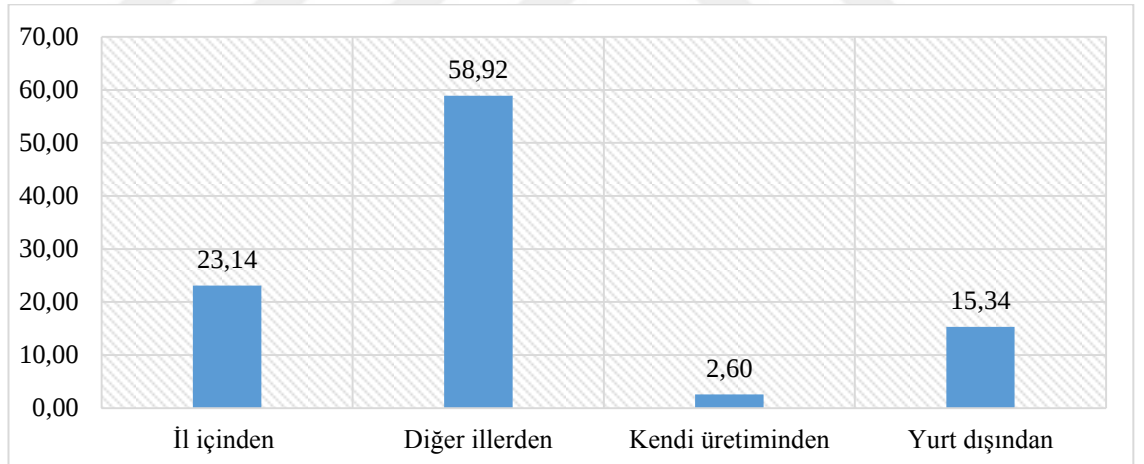
Dış piyasalara açılmak isteyen işletmelerin, konuya vakıf ve yabancı dil bilen personele ihtiyaçları vardır. Araştırma kapsamındaki incelenen işletmelerde toplam personelin sadece %7,89'u yabancı dil bilmektedir. Yabancı dil bilen personelin çoğunluğu %79,90 oran ile lisans mezunudur. Ayrıca %12,89'u lisansüstü, %6,18'i lise, %1,03'ü ön lisans mezunudur. Diğer taraftan işletmelerde yabancı dil bilen çalışan personelin %62,89'u erkeklerden, %37,11'i ise kadınlardan oluşmaktadır (Çizelge 6.2).

Çizelge 6.2 İşletmelerde yabancı dil bilen personelin eğitim ve cinsiyetine göre dağılımı

	Sayı	Oran (%)
Eğitim Durumu		
-İlköğretim	-	-
-Lise	12	6,18
-Ön lisans	2	1,03
-Lisans	155	79,90
-Lisansüstü	25	12,89
Toplam	194	100,00
Cinsiyet Durumu		
-Kadın	72	37,11
-Erkek	122	62,89
Toplam	194	100,00

6.3 İncelenen İşletmelerin Üretim Durumları

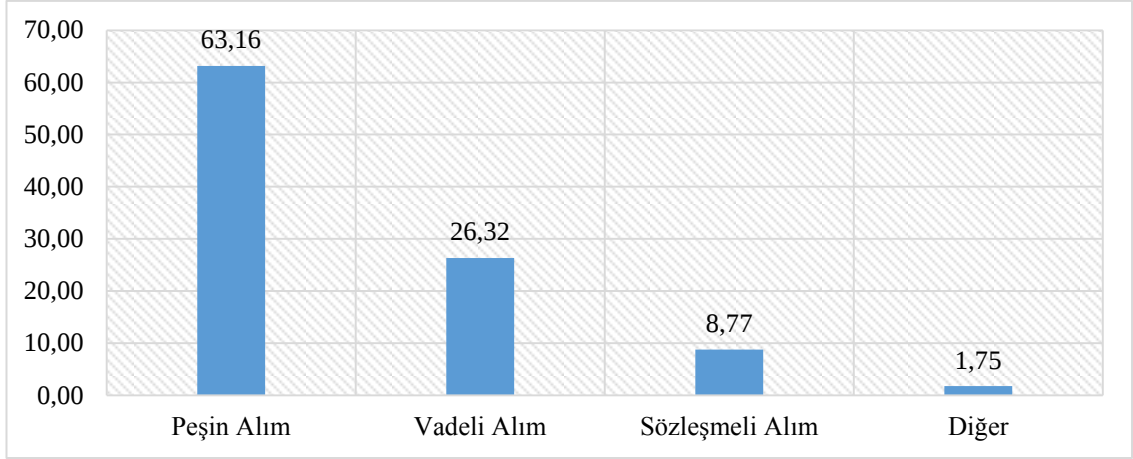
Gıda sanayileri hammaddelerin büyük bölümünü tarım sektöründen tedarik etmektedir. Tarımsal ürünlerin kısa sürede bozulmaya elverişli olması nedeniyle en yakın zamanda işlenmek üzere işletmeye ulaştırılması önemlidir. Ayrıca bu gıda sanayi işletmelerinin hammaddeye yakın olması ekonomik açıdan yarar sağlayacağı söylenebilmektedir. Araştırma alanındaki incelenen işletmelerin ürün üretiminde kullandıkları hammaddenin temin yerlerinin dağılımına bakıldığında, işletmelerin %58,92'si hammaddeyi diğer illerden temin ettiği tespit edilmiştir. Daha sonra sırasıyla %23,14 oranında il içinden, %15,34 oranında yurt dışından ve %2,60 oranında kendi üretimlerinden olduğu saptanmıştır (Şekil 6.11). Buna göre Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihraç eden sanayi işletmelerinin yarısından fazlası hammaddeyi diğer illerden temin etmektedir. İşletmelerin il içinden temin ettikleri hammadde oranının yeterli seviyede olmadığı bu durumun maliyet ve zaman açısından olumsuzluk yaratacağı düşünülmektedir.



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.11 İşletmelerin hammadde temini yerlerinin dağılımı (%)

İncelenen işletmelerin hammaddeleri temin etme yöntemi Şekil 6.12'de verilmiştir. Buna göre işletmelerin %63,16'sı hammaddeyi peşin aldığı, %26,32'sinin ise hammaddeyi vadeli olarak aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca işletmeler tarafından düşük oranlarda sözleşmeli alım yapılmaktadır. İşletmelerin hammadde temininde genellikle peşin ve vadeli alımı tercih ettiği görülmektedir.

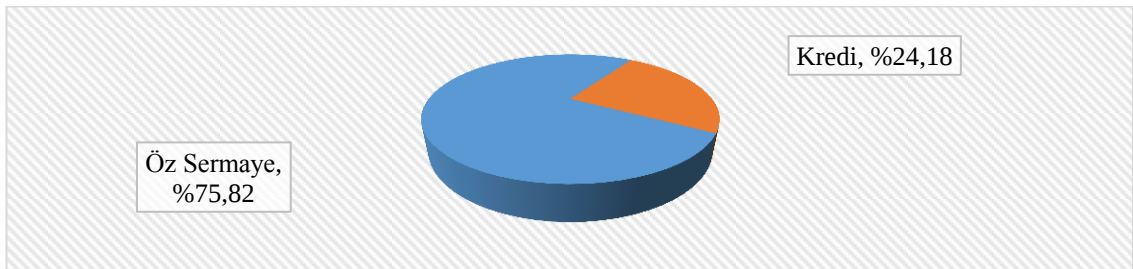


*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.12 İşletmelerin hammadde temin etme yöntemi (%)

Türkiye’de yaşanan döviz kuru değişimleri ve enflasyon; hammadde fiyatlarının artmasına ve işletme sermayelerinin yetersiz kalmasına neden olabilmektedir. Öz sermayenin yetersiz kalması işletmelerin yüksek kredi fiyatları ile hammadde temin etmelerine dolayısıyla maliyetlerin artmasına yol açılmaktadır. İşletmelerin finansal açıdan yaşadığı sorunlar hammaddeye ulaşılmasında zorluklar çıkarmakta dolayısıyla üretilen ürünün verimli ve kaliteli olmasını engellemektedir (Yelkialan ve Kalmış 2001).

İncelenen işletmelerin hammadde temininde kullandığı finans kaynaklarını şekil 6.13’de verilmiştir. Buna göre işletmelerin %75,82’si finansman kaynağı olarak öz sermayeyi, %24,18’i ise finansman kaynağı olarak kredi kullandığı tespit edilmiştir. Buna göre araştırma kapsamındaki işletmelerin çoğunluğu hammadde temininde öz sermayelerini kullandığı ve peşin alım yaptıkları söylenebilmektedir.

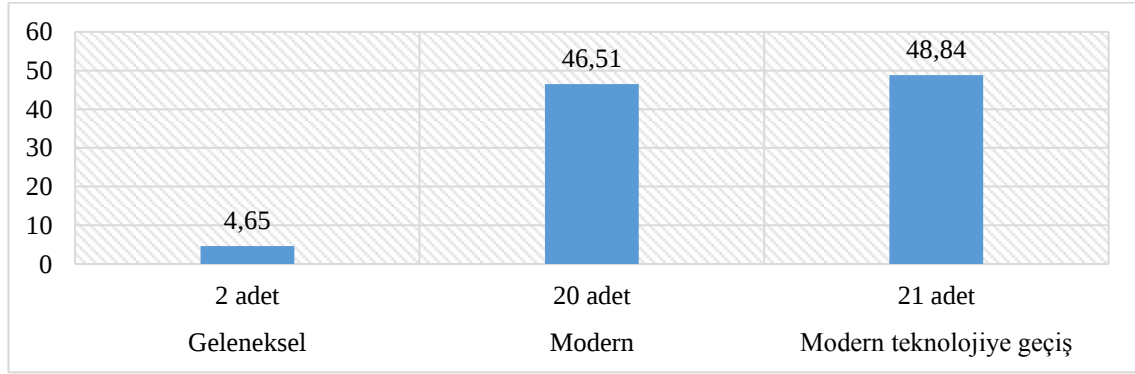


*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.13 İşletmelerin hammadde temin ederken kullandığı finansal kaynakların dağılımı

Üretimde yaşanan sorunlardan diğeri ise teknoloji kullanımından meydana gelmektedir. İşletmelerin bilgi işlem teknolojisinin üretim, yönetim ve dağıtım alanlarındaki etkinliğinin artmasının sağlanması ve değişen tüketici taleplerine uyumlu üretim sistemlerinin geliştirilmesi bakımından önemlidir (Turan ve Gökalp 1993). Dünya imalat sanayinde teknolojinin gelişmesiyle emek üretim yapısı, teknolojinin yoğun olduğu yapıya dönüşmektedir. Bilgi ve beceriyi gerektiren, Ar-Ge dayanan ileri teknoloji sanayi dallarında, rekabet üstünlüğü uluslararası hammaddeye dayalı karşılaştırmalı üstünlükten çok sahip olunan teknoloji seviyesine bağlı duruma gelmiştir (Karluk 1997).

Araştırma kapsamındaki incelenen işletmelerin %48,84'ü modern teknolojiye geçiş, %46,51'i modern ve %4,65'i ise geleneksel yöntemlerle ile üretim faaliyetlerini sürdürdükleri tespit edilmiştir (Şekil 6.14). İncelenen işletmelerin üretimde kullandığı teknoloji bakımından incelendiğinde modern teknoloji kullandıklarını ve modern teknolojiye geçiş aşamasında oldukları görülmektedir. Ayrıca az da olsa bazı işletmelerin ürünleri emek yoğun üretime uygun olduğu için geleneksel üretim yaptıkları belirtilmiştir.

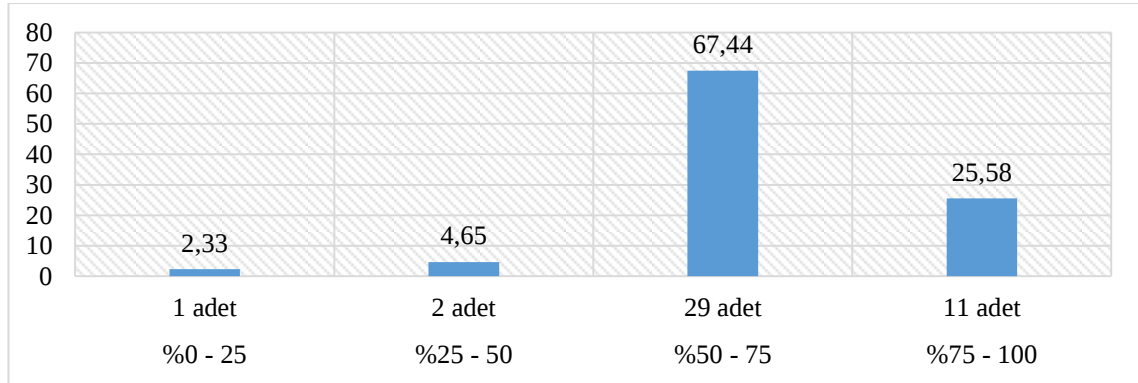


Şekil 6.14 İşletmelerin üretimde kullandıkları teknoloji durumu (%)

İşletmeler üretim faaliyetlerini sürdürürken hammadde temininde sorun yaşamaktadırlar. Sermayenin kısıtlı olması nedeniyle düşük miktarlarda hammadde tedarik edilmekte ve gecikmeler olabilmektedir. Yaşanan bu problem özellikle yurt dışından temin edilen hammaddelerde yaşanmaktadır. Diğer taraftan hammadde temin

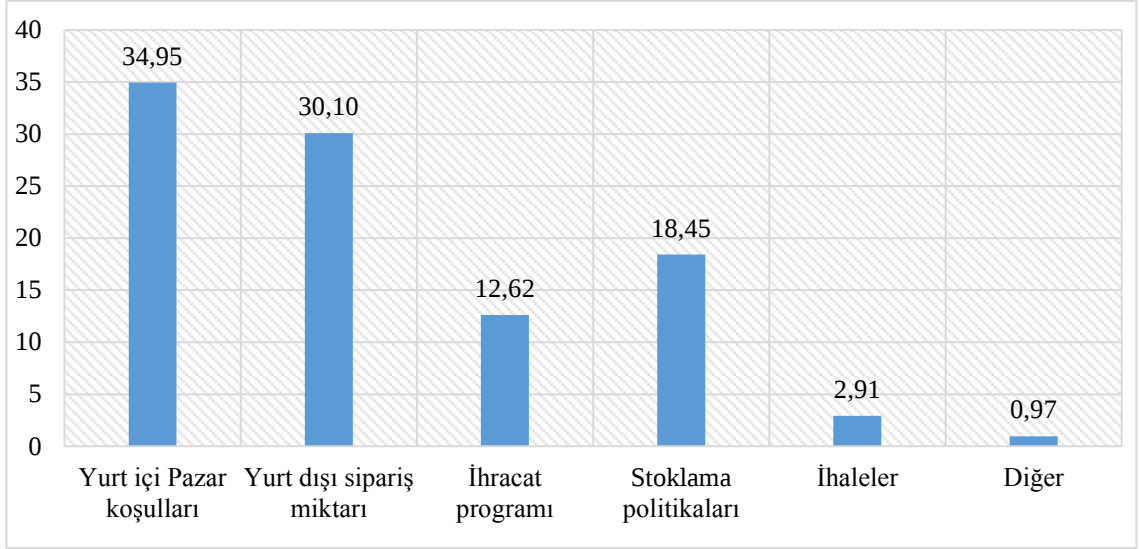
edilebilenlerin istenilen kaliteye sahip olmadığı ve istenilen zamandan daha geç ulaştığı söylenebilmektedir. Dolayısıyla teminde yaşanan problem beraberinde ürün sevkiyatların gecikmesine neden olmakta ve standartlaşmamış ve kalitesi düşük ürünü ortaya çıkarmaktadır. Diğer sorun yaşanan bir konu üretim maliyetleridir. İşletmeler temin edilen hammadde fiyatlarının düşük fiyatla almak isterler. Kalitesi yüksek ürün yerine fiyatı düşük ürün daha çok talep edilmektedir. İşgücüne dayalı üretim anlayışının tercih edilmesi maliyetlerin düşürülmesinin önüne geçmektedir. Yeni teknolojik yatırımların gerekliliği söz konusu olmaktadır (Şahin ve Özudoğru 2019). Yaşanan ve çözilemeyen bu sorunlardan dolayı işletmeler tam kapasite çalışamamakta ve sipariş hacimleri düşmektedir.

İncelenen işletmelerin kapasite kullanım oranlarının dağılımı şekil 6.15’de verilmiştir. Buna göre işletmelerin %67,44’ü %50 ile %75 arasında, %25,58’i %75 ile %100 arasında kapasite ile üretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Yani %50 kapasite altında çalışan sadece 3 işletme vardır. Kapasite kullanımını etkileyen unsurların finansman yetersizliği, pazarlama sorunları ve üretim koşullarının yetersizliğinden kaynaklandığı belirtilmiştir.



Şekil 6.15 İşletmelerin kapasite kullanım oranlarının dağılımı (%)

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin üretimlerinde, üretim planlaması yapıp yapmadıklarına ilişkin soruya karşılık 43 işletmenin tamamının üretim planlaması yaptığı belirtilmiştir. Bu işletmelerin %34,95’i yurt içi pazar koşullarına, %30,10’u yurt dışı sipariş miktarına, %18,45’i stoklama politikalarına, %12,62’si ihracat programına ve %2,91’ü ihalelere göre üretim planlaması yaptıkları belirlenmiştir (Şekil 6.16).



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.16 İşletmelerin üretim planlama yönteminin dağılımı (%)

Araştırma kapsamında incelenen işletmeler için hammadde ve üretilen ürünün soğuk zincir sağlanarak muhafaza edilmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle işletmelere hammadde ve ürünlere ait depolama imkânları araştırılmıştır. İşletmelerin %95,35'inin (41 adet) depolama yaptığı, %4,65'inin (2 adet) ise depolama yapmadığı tespit edilmiştir. Depolama yapan 41 işletmenin %52,12'si adi depo, %46,48'i soğuk hava deposu kullanmaktadır (Çizelge 6.3). Depolama yapmayan işletmeler üretilen ürünlerinin belirli bir raf ömrünün olmaması ve siparişe göre üretim yapmasından dolayı depo hizmetini kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 6.3 İşletmelerin ürünlerde depolama yapma durumları

	İşletme Sayısı	Oran (%)
Depolama yapma durumu		
-Depolama yapıyor	41	95,35
-Depolama yapmıyor	2	4,65
Toplam	43	100,00
Depolamanın nerede yapıldığı		
-Soğuk hava deposu	33	46,48
-Adi depo	37	52,12
-Diğer	1	1,40
Toplam	71	100,00

* Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Araştırma kapsamında incelenen işletmelere 5’li likert ölçeğinde üretim sorunlarıyla ilgili tutum ve davranışlarına ilişkin ortalama ve oranlar çizelge 6.4’de verilmiştir. Çizelgeye göre işletmeler üretim faaliyetlerinde vergilerin yüksek olmasına (4,21) ve kalifiye eleman bulunamamasına (3,53) katıldıklarını belirtmişlerdir. İşletmeler ürün bedellerinin geç ödenmesi (3,28), gerekli kalitede hammadde bulunamaması (3,05), gerekli miktarda hammadde yetersizliği (2,88), ürün kalitesi düşüklüğü (2,84) ve ürün pazarlama ağı yetersizliği (2,56) maddelerine kararsız oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin yanlış kuruluş yeri seçimi (2,49) ve kapasite kullanım oranı düşüklüğüne (2,21) katılmadıkları belirlenmiştir.

Çizelge 6.4 İşletmelerin üretim sorunlarıyla ilgili tutum, davranış ve algıları

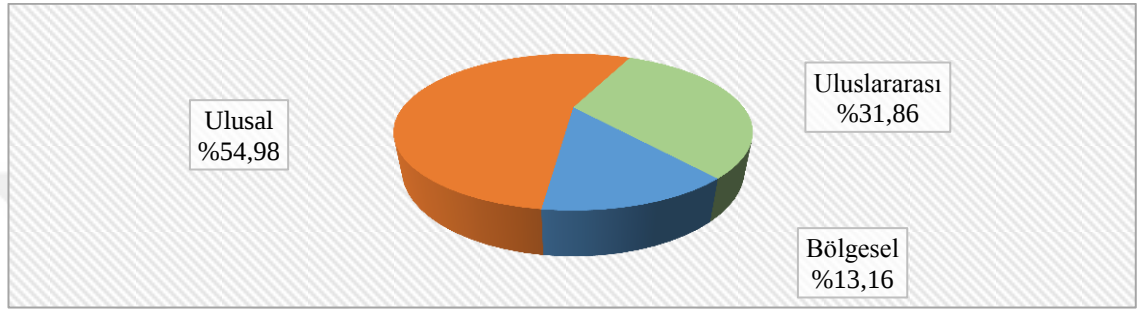
	Likert Ortalama	Oran (%)
Ürün Kalitesi Düşüklüğü	2,84	56,8
Gerekli Miktarda Hammadde Yetersizliği	2,88	57,6
Gerekli Kalitede Hammadde Bulanamaması	3,05	61,0
Kapasite Kullanım Oranı Düşüklüğü	2,21	44,2
Kalifiye Eleman Bulanamaması	3,53	70,6
Ürün Bedellerinin Geç Ödenmesi	3,28	65,6
Ürün Pazarlama Ağı Yetersizliği	2,56	51,2
Vergilerin Yüksekliği	4,21	84,2
Yanlış Kuruluş Yeri Seçimi	2,49	49,8

*Kesinlikle Katılıyorum:5, Katılıyorum:4, Kararsızım:3, Katılmıyorum:2, Kesinlikle Katılmıyorum:1

6.4 İncelenen İşletmelerin Pazarlama Durumları

İşletmeler için pazarlama konusu özellikle de yaşanan krizler ve kuraklıkların etkisiyle dünya pazarının daralması sonucu önemli bir hale gelmiştir. İşletmeler modern teknolojiden faydalanarak ve gerekli Ar-Ge çalışmalarını yaparak kaliteli mal ve hizmet üretmektedir. Ancak üretilen mal ve hizmet istenilen şekilde pazarlanamazsa elde edilecek kazanç oldukça düşük düzeyde olacaktır. Ayrıca doğru bir yöntemle ürün pazarlanması için pazarlama fonksiyonu ve üretim fonksiyonu bir bütün olarak ele alınmalı ve bir arada değerlendirilmelidir (Özgen ve Doğan 1997).

İncelenen işletmelerin %54,98'i ulusal, %31,86'sı uluslararası ve %13,16'sı ise bölgesel olarak işletme faaliyetlerini sürdürdüğü tespit edilmiştir (Şekil 6.17). Buna göre Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihraç eden işletmelerin yaklaşık %55'lik çoğunluğu kendisini ve faaliyetlerini ulusal olarak nitelemektedir. Üretilen ürünlerin markalaşması ve daha fazla ekonomik getiri sağlanabilmesi için pazarlama ağının geniş tutularak uluslararası piyasanın daha etkin kullanılması önemlidir.



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.17 İşletmelerin faaliyet alanlarının dağılımı

Ürünlerin markalaşmasının sağlanmasında kullanılan aynı zamanda pazarlama araçlarından biri olan reklam dünyanın diğer bir ucuna dahi erişim olanağı sunmaktadır. Ancak bu olanağa rağmen bazı işletmeler reklam harcamalarını gereksiz görmektedir (Şahin ve Özüdoğru 2019). Araştırma kapsamında incelenen işletmelerinin %74,42'si (32 adet) reklam yapıyorken %25,58'i (11 adet) reklam yapmadığı tespit edilmiştir. Reklam yapan 32 adet işletmenin %35,82'si eşantimon dağıtımı, %35,82'si diğer (pano, katalog, broşür, sosyal medya, borsa), %17,91'i televizyon, radyo ve %10,45'i ise gazete, dergi vb. reklam kanallarını kullandıkları tespit edilmiştir (Çizelge 6.5).

Çizelge 6.5 İşletmelerin reklam yapma durumları

	İşletme Sayısı	Oran (%)
Reklam yapma durumu		
-Reklam yapıyor	32	74,42
-Reklam yapmıyor	11	25,58
Toplam	43	100,00
Reklam kanalı		
-Gazete, dergi vb.	7	10,45
-Televizyon, radyo	12	17,91
-Eşantiyon dağıtımı	24	35,82
-Diğer (Pano, katalog, broşür)	24	35,82
Toplam	67	100,00

*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

İncelenen işletmelerin %53,49'u karayolu taşımacılığını, %45,19'u denizyolu taşımacılığını, %1,32'i ise havayolu taşımacılığını kullanmaktadır. Demiryolu taşımacılığı tercih edilmemiştir (Çizelge 6.6). İhracat ürünlerinin taşınmasında işletmeler tarafından en çok karayolu ve denizyolunun tercih edildiği kullanım oranlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olması denizyolu taşımacılığına katkı sağlamaktadır. Denizyolu taşımacılığının ilerleyen dönemlerde coğrafi konumunun özelliği bakımından daha da artacağı düşünülmektedir. Havayolu taşımacılığında maliyetlerin yüksek olması sebebiyle az tercih edilmiştir. Diğer taraftan demiryolu taşımacılığında ürünlerin muhafaza şartlarının sağlanmasındaki zorluklardan dolayı tercih edilmediği belirtilmiştir.

Çizelge 6.6 İşletmelerin ihraç ürünlerinde ulaşım tercihleri (2019-2020)

Ulaşım tercihi	Oran (%)	Ülkeler
Karayolu	53,49	Fransa, Almanya, Hollanda, Türkmenistan, Irak, Macaristan, İngiltere, Azerbaycan, Bulgaristan, İran, Rusya, Mısır, Sırbistan, Belçika, Libya, Çin, Afganistan, Avusturya, İsviçre, Dubai, Ürdün, Moğolistan, Kosova, Bosna Hersek, Gürcistan,
Denizyolu	45,19	Dubai, Kanada, İngiltere, ABD, KKTC, Bahreyn, Malezya, Brezilya, İspanya, Avustralya, Fransa, Tayvan, İtalya, Umman, Yemen, Ukrayna, Lübnan, Cezayir, Libya, Çin, İsrail, Fas, Güney Kore, Suudi Arabistan, Katar, BAE, Kuveyt,
Havayolu	1,32	Rusya, ABD, Japonya, Çin, Irak
Demiryolu	-	-
Toplam	100,00	

Pazarlama kanalları, alıcılara ürünlerin istenilen yerde ve zamanda, istenilen şekilde ulaştırılması ve teslim edilmesini sağlar. Ayrıca müşterilerin ürünler hakkında detaylı bilgiye ulaşmasına ve gereksinimlerini karşılamasıyla rekabet avantajı oluşturulmasına fayda sağlar (Demirel 2020). İşletmeler dağıtım kanalı seçiminde oldukça dikkatli olmalıdır. Hedef pazardaki dağıtım yapısını bilmeli ve denetimini yapmalıdır. Uluslararası dağıtımda çok kullanılan dağıtım türleri kara, hava, demir yolu, su taşımacılığı, internet ve boru hattıdır. (Keegan ve Green 2015).

6.5 İncelenen İşletmelerin Ekonomik ve Finansal Durumları

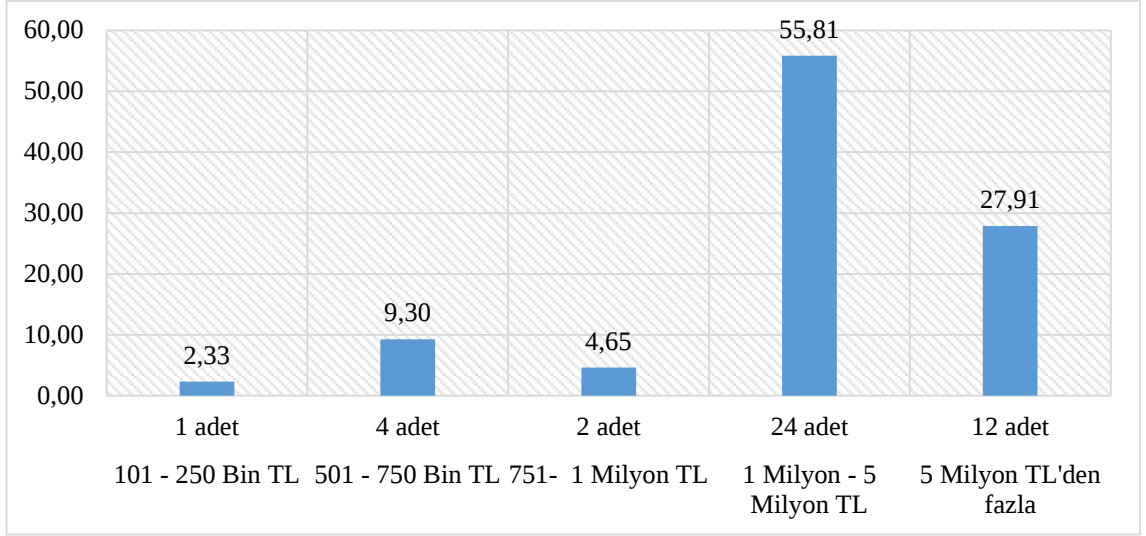
İşletmeler ilk kurulma aşamasında ağırlıklı olarak öz sermaye kullanmaktadır. Ancak yeterli düzeyde öz sermayesi olmayan işletmeler yeni fırsatları gerçekleştirmede ve işletmelerini büyütmek istediklerinde kaynak bulma sorunuyla karşılaşmaktadır. Özellikle kuruluşun ilk yıllarında yeterli öz sermayenin bulunmaması müteşebbislerin önünde engel oluşturmaktadır. İşletmelerde öz sermayenin yeterli olmadığı durumlarda kullanılan banka kredisi ise yüksek faiz oranları ile maliyetler artmaktadır (Müslümov 2002). İşletmelerin kredi temin etmesiyle birlikte bankaların sunduğu ağır teminatlara uyum sağlamak zorunda kalırlar. Ayrıca bankalar kredi talep edilen işletmelerden gayrimenkul ipoteği istemektedir (Yörük 2001). Kredi temininde en büyük problem ağır teminatlara kabul etme zorunluluğudur. Teminat olarak ipotek göstermek istemeyen işletmeler ise kredi kullanamamaktadır.

Araştırma alanındaki 27 işletmenin (%62,79) kredi kullandığı, 16 işletmenin (%37,21) ise kredi kullanmadığı tespit edilmiştir. Kredi kullanan 27 işletmenin %93,10'u bankalar, %6,90'nı KOSGEB aracılığıyla kaynak oluşturmaktadır. Ayrıca kredi kullanan 27 işletme %55,56 oranında kredi kullanımının arttığını, %44,44 oranında ise artış olmadığını belirtmiştir. Kredi kaynağını kullanmayan 16 işletmenin %45,45'i öz sermayesinin yeterli seviyede olduğunu, %31,82'si kredi faizlerini yüksek bulduğunu, %22,73'ü ise teminat şartlarının ağır olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 6.7).

Çizelge 6.7 İşletmelerin kredi kullanma durumları

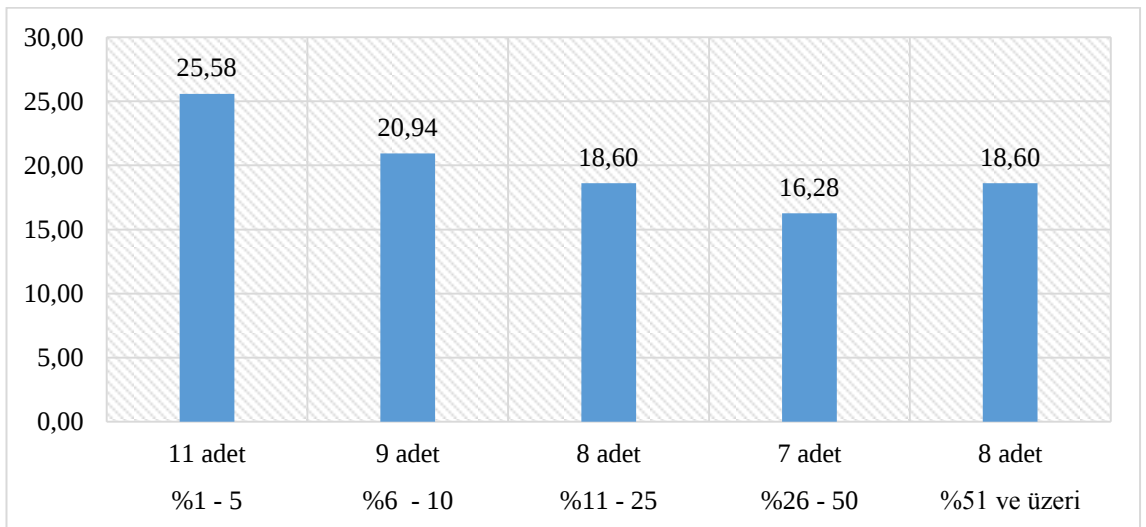
	İşletme Sayısı	Oran (%)
Kredi kullanımı		
-Kredi kullanıyor	27	62,79
-Kredi kullanmıyor	16	37,21
Toplam	43	100,00
Kredi kullanım kaynakları		
-Bankalar	27	93,10
-KOSGEB	2	6,90
-Esnaf ve sanatkârlar	-	-
-Diğer	-	-
Toplam	29	100,00
*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.		
Kredi kullanımındaki artış		
-Artış oldu	15	55,56
-Artış olmadı	12	44,44
Toplam	27	100,00
Kredi kullanmama nedenleri		
-Öz sermaye yeterli	10	45,45
-Kredi faizleri yüksek	7	31,82
-Teminat şartları ağır	5	22,73
-Kredi veren az	-	-
-Diğer	-	-
Toplam	22	100,00
*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.		

Araştırma alanındaki işletmelerin 2019-2020 yılları arasında gerçekleşen yıllık ciroları şekil 6.18’de verilmiştir. İşletmelerin %55,81’lik (24 adet) büyük bir bölümü 1 milyon TL ile 5 milyon TL arasında yıllık ciroya sahip oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin %27,91’i (12 adet) 5 milyon TL’den fazla, %9,30’u (4 adet) 501 bin TL ile 750 bin TL arası, %4,65’i (2 adet) 751 bin TL ile 1 milyon TL arası, %2,33’ü (1 adet) 101 bin TL ile 250 bin TL arasında yıllık cirosu mevcuttur. Yıllık cirosu 251 bin TL ile 500 bin TL arasında ve 100 bin TL’den az işletme bulunmamaktadır.



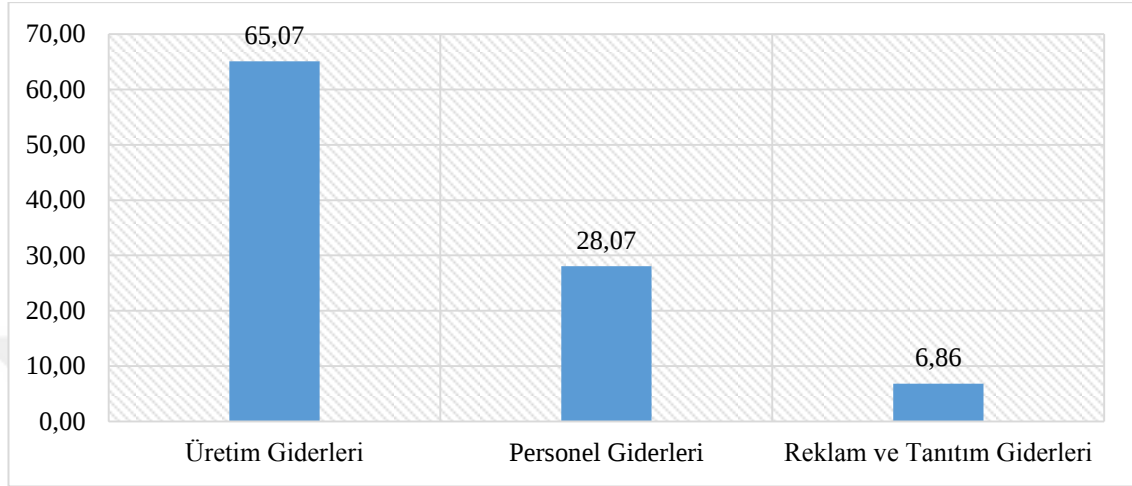
Şekil 6.18 İşletmelerin yıllık ciro dağılımı (2019-2020) (%)

İncelenen işletmelerin ihracatlarının toplam ciro içindeki payının dağılımı şekil 6.19’da görülmektedir. Buna göre işletmelerin ihracatlarının toplam ciro içindeki payı yoğun olarak %1 – %5 aralığında yer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca 9 işletmenin %6 – %10 arasında olduğu, 8 işletmenin %11 – %25 arasında olduğu, 7 işletmenin %26 – %50 arasında olduğu ve 8 işletmenin %51 ve üzeri olduğu belirtilmiştir. Buna göre Ankara ilinde incelenen işletmelerin ağırlıklı olarak yurt içi piyasasına yönelik üretim yaptığı söylenebilmektedir.



Şekil 6.19 İşletmelerde ihracatın toplam ciro içindeki paylarının dağılımı (%)

Araştırma kapsamındaki incelenen işletme giderlerinin dağılımına bakıldığında, %65,07'sini üretim giderleri, %28,07'sini personel giderleri ve %6,86'sını reklam ve tanıtım giderlerinin oluşturduğu tespit edilmiştir (Şekil 6.20).

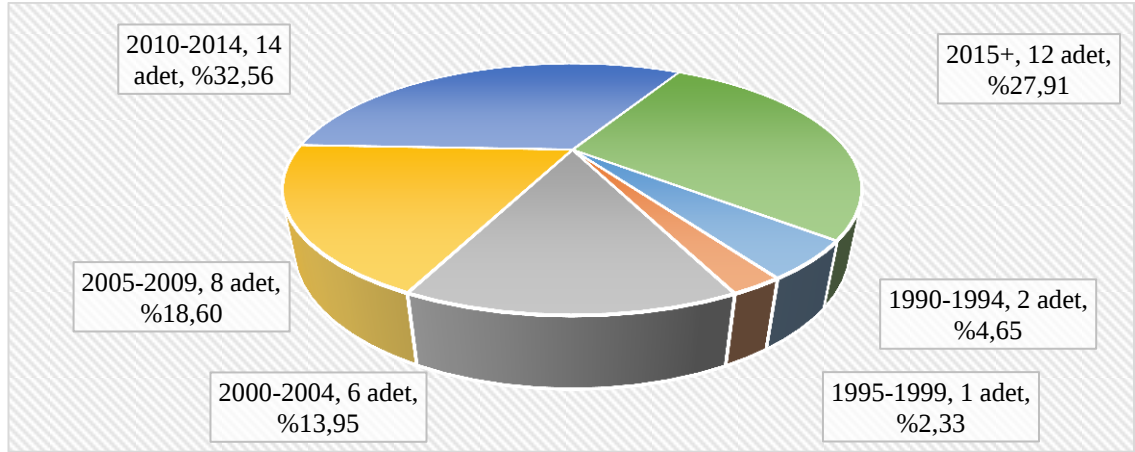


*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.20 İşletme giderleri dağılımı (%)

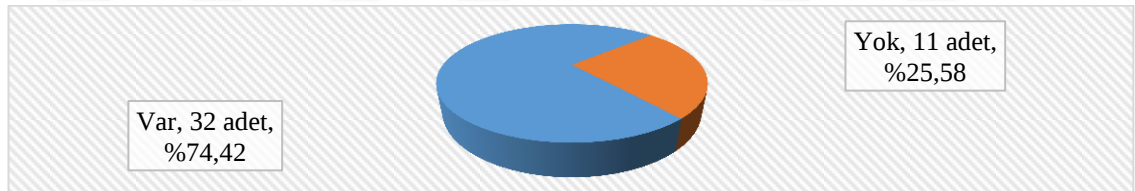
6.6 İncelenen İşletmelerin İhracat Faaliyetleri Hakkında Genel Bilgiler

İncelenen işletmelerin ihracat faaliyetine başladığı dönemler şekil 6.21'de verilmiştir. İşletmelerin %4,65'i 1990–1994 yılları arasında, %2,33'ü 1995–1999 yılları arasında, %13,95'i 2000–2004 yılları arasında, %18,60'ı 2005–2009 yılları arasında, %32,56'sı 2010–2014 yılları arasında ve %27,91'i 2015 yılından sonra ihracat faaliyetine başladığı tespit edilmiştir. İşletmelerin yaklaşık %80'i 1950–2010 yılları arasında kurulmuş olmasına karşın yaklaşık %40'ı 1990–2009 tarihleri arasında ihracat faaliyetine başlamıştır. İşletmelerin yaklaşık %60'sinden fazlası son 12 yıl içerisinde ihracat yapmaya başladığı görülmektedir. Böylece Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihraç eden gıda sanayi işletmelerinin ihracat faaliyetlerinde yeni olduğu, uzun yıllara dayalı ihracat geçmişinin olmadığı söylenebilmektedir.



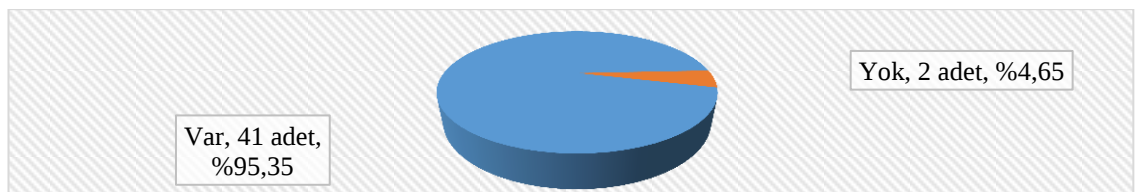
Şekil 6.21 İşletmelerin ihracat faaliyetine başladığı yılların dağılımı

İncelenen işletmelerin %74,42'sinin ihracata ait departmanın olduğu, %25,58'inin ise ihracat departmanının olmadığı belirlenmiştir (Şekil 6.22). Dış ticaret faaliyeti sürdüren işletmelerin ihracat departmanlarının olmaması işletmelerin ihracat açısından gelişimlerini olumsuz yönde etkileyeceği bu nedenle ihracat değerlerinin beklenenden daha düşük seviyede gerçekleşeceği düşünülmektedir.



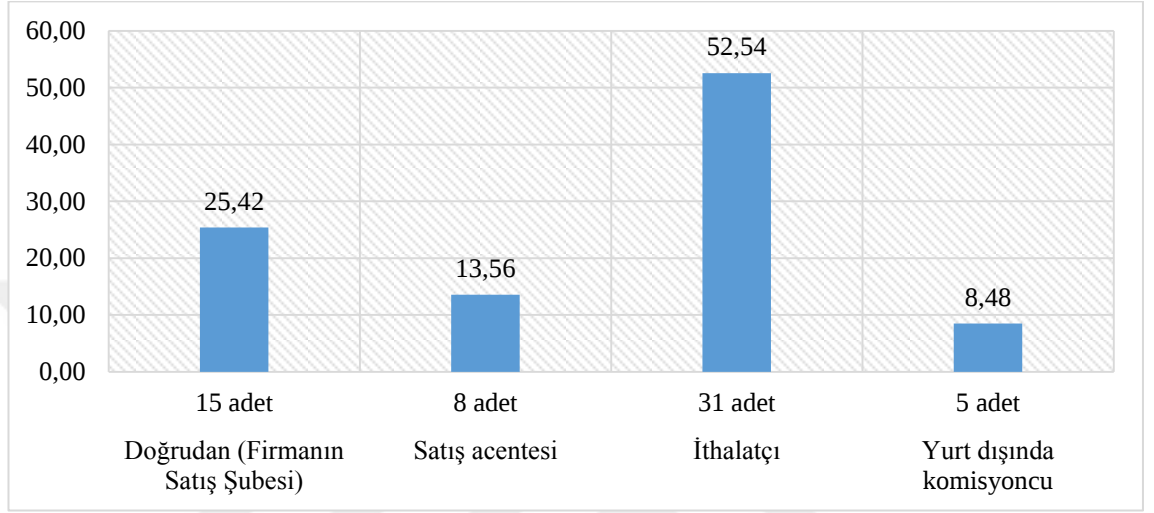
Şekil 6.22 İşletmelerin ihracat departmanının varlığı durumu

Araştırma kapsamında 41 işletmenin ihracat faaliyetlerini sürdürürken dış ticarete yönelik mevzuat bilgisinin olduğu 2 işletmenin ise bilgisinin olmadığı belirlenmiştir (Şekil 6.23).



Şekil 6.23 İşletmelerin dış ticarete yönelik mevzuat bilgisinin durumu

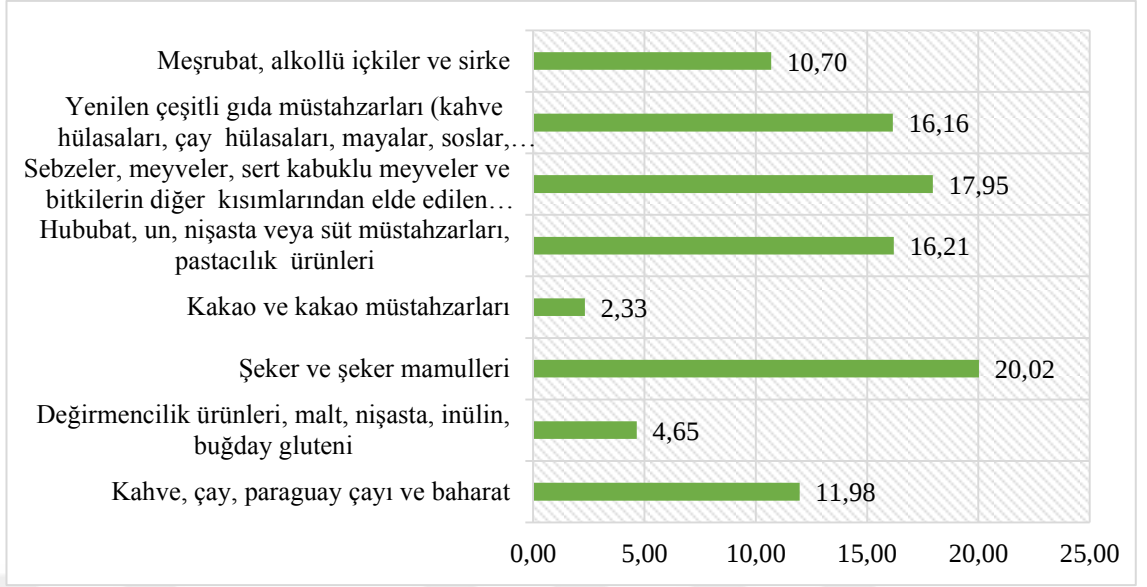
İncelenen işletmelerin dış pazarda temsil edilme şeklinin dağılımı şekil 6.24’de verilmiştir. İşlemelerin %52,54’ü ithalatçı, %25,42’si doğrudan, %13,56’sı satış acentesi ve %8,48’i yurt dışında komisyoncu şeklinde dış pazarda varlıklarını göstererek ihracat yapmaktadır.



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.24 İşletmelerin dış pazarda temsil edilme şeklinin dağılımı (%)

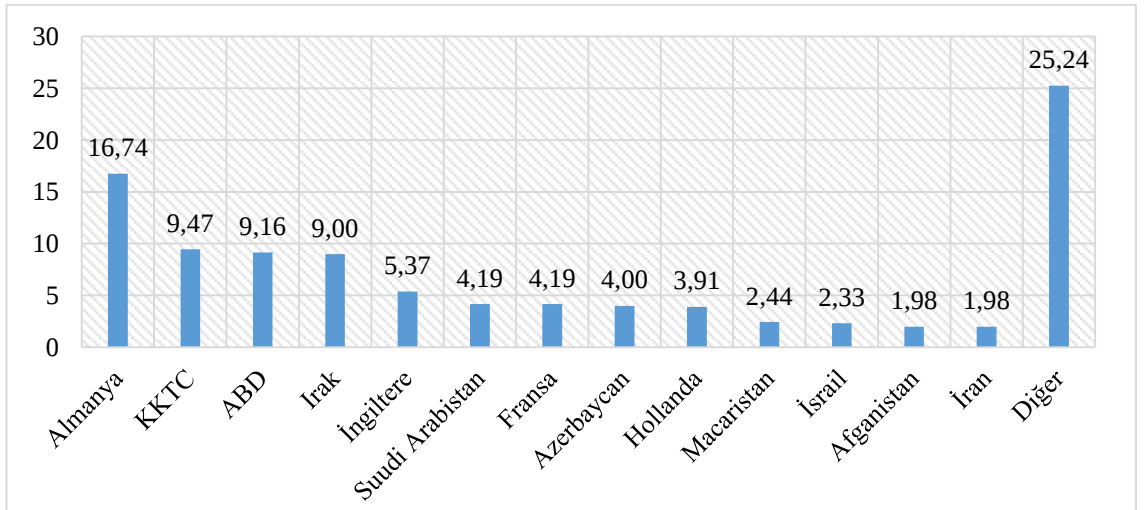
İncelenen işletmeler HS-2 kategorisine göre en çok ihracat yaptığı ürün grupları şekil 6.25’de verilmiştir. Buna göre işletmemeler en çok şeker ve şekerli mamulleri ürün grubunu ihraç ederken en az ihraç ettiği ürün grubu kakao ve kakao müstahzarlarıdır. Bu durum alt faaliyet konuları ile beraber değerlendirildiğinde; incelenen işletmelerin yaklaşık %10’u çikolata ve kakao ürünleri üretimi yapmakta iken bu oranın ihracata yansımadağı görülmektedir. Çikolata ve kakao ürünleri üretiminin daha çok yurt içi piyasaya yönelik gerçekleştiği söylenebilmektedir.



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.25 İşletmelerin Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisine göre en çok ihracat yaptığı ürün grupları (%)

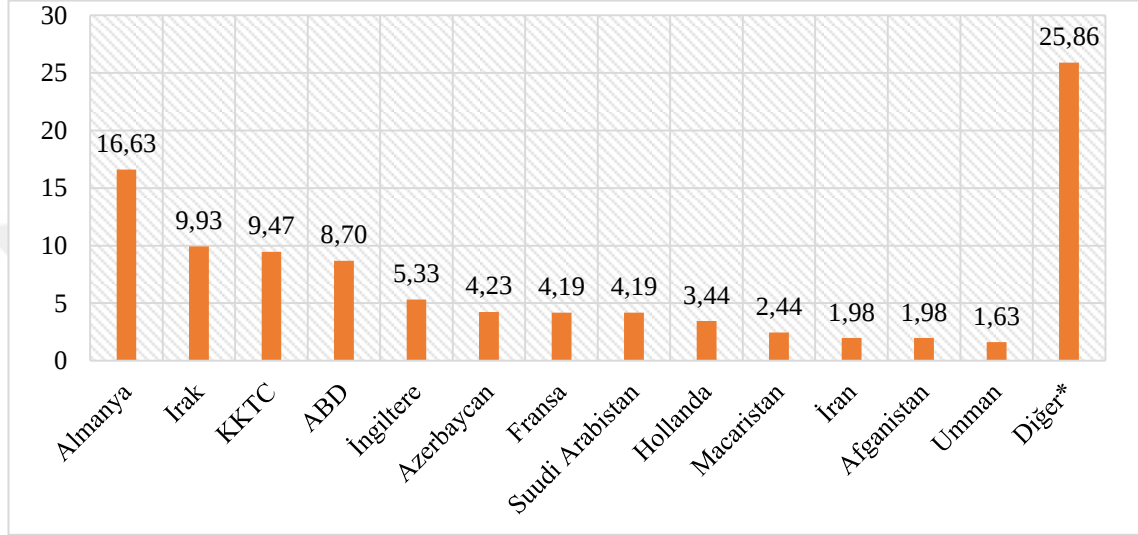
İncelenen işletmelerin 2019 – 2020 dönemi öncesi en çok ihracat yaptığı ülke %16,74 oranı ile Almanya olduğu tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla KKTC, ABD, Irak, İngiltere, Suudi Arabistan, Fransa, Azerbaycan, Hollanda, Macaristan, İsrail, Afganistan, İran ve diğer ülkeler takip etmektedir (Şekil 6.26)



*(İsviçre, İtalya, Umman, Rusya, Dubai, Kanada, Türkmenistan, Malezya, Bahreyn, Bulgaristan, Brezilya, Mısır, İspanya, Sırbistan, Belçika, Avustralya, Tayvan, Libya, Çin, Avusturya, Ukrayna, Yemen, Ürdün, Moğolistan, Romanya, Kuveyt, Gürcistan, Katar, BAE, Lübnan, Cezayir, Kosova, Japonya, Bosna Hersek, Fas, İsveç, Güney Kore).

Şekil 6.26 İşletmelerin en çok ihracat yaptığı ülkeler (2019–2020 dönemi öncesi) (%)

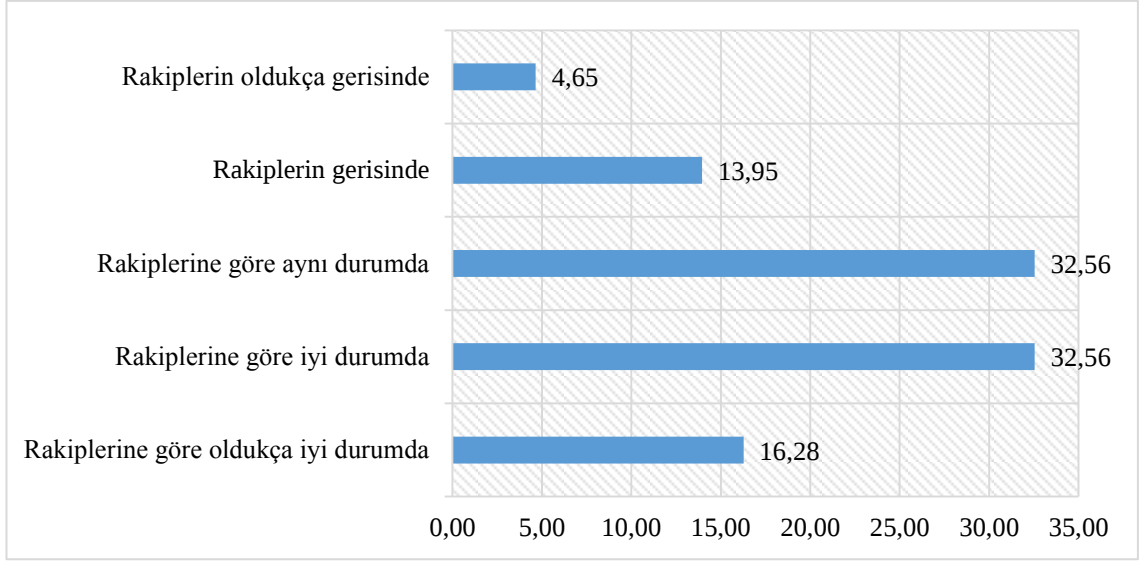
İncelenen işletmelerin 2019 – 2020 dönemi sonrası en çok ihracat yaptığı ülke %16,63 oranı ile Almanya olmuştur. Bunu sırasıyla Irak, KKTC, ABD, İngiltere, Azerbaycan, Fransa, Suudi Arabistan, Hollanda, Macaristan, İran, Afganistan, Umman ve diğer ülkeler takip etmektedir. 2019 – 2020 dönemi sonrasında sınır komşumuz Irak’a olan ihracatın artmış olduğu görülmektedir (Şekil 6.27).



* (İsviçre, İtalya, Avustralya, İsveç, Romanya, Yunanistan, Dubai, Katar, Kuveyt, Gürcistan, BAE, Bosna Hersek, Cezayir, İspanya, Rusya, Güney Kore, İsrail, Fas, Belçika, Ukrayna, İsviçre, Japonya, Çin, Kosova, Moğolistan, Libya, Lübnan, Ürdün, Yemen, Bulgaristan, Mısır, Avusturya, Tayvan, Brezilya, Sırbistan, Malezya, Bahreyn, Türkmenistan, Kanada).

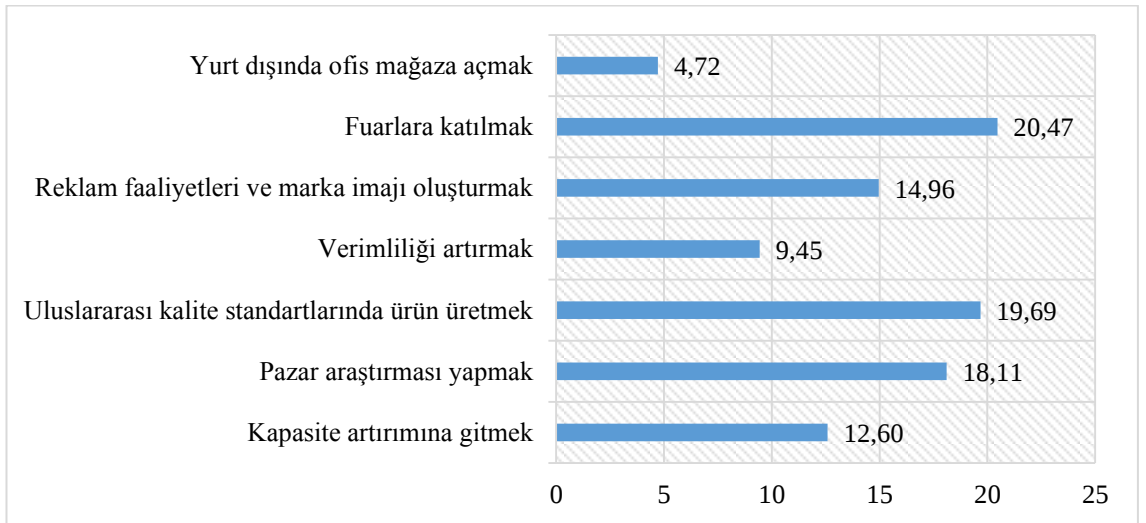
Şekil 6.27 İşletmelerin en çok ihracat yaptığı ülkeler (2019–2020 dönemi sonrası) (%)

İşletmeler için bir ürünü üretmek kadar ürettikleri ürünü pazarlayabilmeleri son derece önemli olduğu bilinmektedir. Günümüz artan rekabet ortamında müşteri beklentilerini karşılayabilecek kalite ve fiyatta ürün üretmek elzem bir durumdur. İletişim imkânlarının artması, pazarlama kanallarının özellikle sosyal ağlarla atağa geçmesi işletmeleri çok iyi planlama yapmaya ve faaliyet gösterdikleri sektörü iyi analiz etmeye itmektedir. Çalıştıkları sektörde rakip firmaları yakından takip etmeleri onlar karşısında geri plana düşmemeleri açısından çok önemlidir (Demirkol 2020). Bu nedenle işletmelerin rakip işletmelerle kendilerini kıyaslama durumu şekil 6.28’de verilmiştir. İşletmelerin %16,28’i rakiplerine göre oldukça iyi durumda olduğunu, %32,56’sı rakiplerine göre iyi durumda olduğunu, %32,56’sı rakipleriyle aynı olduğunu, %13,95’i rakiplerinin gerisinde olduğunu ve %4,65’i ise rakiplerinin oldukça gerisinde kaldığını belirtmiştir.



Şekil 6.28 İşletmelerin rakip işletmelerle kendilerini karşılaştırma durumu (%)

İşletmeler ihracatlarını artırmak için bazı yöntemler uygulamaktadır. İşletmelerin ihracatı artırmaya yönelik faaliyetleri kapsamında %20,47'sinin fuarlara katıldığı, %19,69'unun uluslararası kalite standartlarına uygun ürün ürettiği, %18,11'inin pazar araştırması yaptığı, %14,96'nın reklam faaliyetleri ve marka imajı oluşturduğu, %12,60'ının kapasite artırımına gittiği, %9,45'inin verimliliği artırmak için çaba gösterdiği ve %4,72'sinin yurt dışında ofis, mağaza açtığı tespit edilmiştir (Şekil 6.29).



*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

Şekil 6.29 İşletmelerin ihracatı artırmaya yönelik faaliyetlerin durumu (%)

Türkiye’de ihracat alanında işletmelere ciddi teşvik imkânları sunulduğu halde işletmecilerin yeterli ölçüde faydalandıkları söylenemez (Ay ve Talaşlı 2007). Bu kapsamda işletmelere ihracat teşviklerinden faydalanıp faydalanmadıkları sorulmuştur. İşletmelerin %55,81’i ihracat teşviki almadığını, %44,19’u ise aldığını belirtmiştir. Teşviklerden yararlanan 19 işletmenin çoğunluğunun Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB kaynaklı teşviklerden faydalandığı tespit edilmiştir. Yine teşvikten yararlanan işletmelerin %73,68 ‘i alınan bu teşviklerin yeterli olmadığını belirtmişlerdir (Çizelge 6.8).

Çizelge 6.8 İşletmelerin ihracat teşvik durumu ve kaynakları

İhracat Teşviki	İşletme Sayısı	Oran (%)
-Teşvik alıyor	19	44,19
-Teşvik almıyor	24	55,81
Toplam	43	100,00
Teşvik kaynakları		
-TÜBİTAK	1	3,12
-Kalkınma Ajansları	2	6,25
-Uluslararası Kuruluşlar	1	3,12
-Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	1	3,12
-Tarım ve Orman Bakanlığı	2	6,25
-KOSGEB	11	34,38
-Ticaret Bakanlığı	14	43,75
Toplam	32	100,00
*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.		
Teşvik yeterlilik durumu		
-Yeterli	5	26,32
-Yeterli değil	14	73,68
Toplam	19	100,00

6.7 İncelenen İşletmelerin İhracatta Karşılaştığı Sorunlar

Araştırma kapsamında incelenen işletmelere 5’li likert ölçeğinde ihracat faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunlara yönelik tutum ve davranışlara ilişkin sonuçlar çizelge 6.9’da verilmiştir. Buna göre işletmelerin işgücü maliyetlerini yüksek (3,77) buldukları tespit edilmiştir. İşletmelerin sosyal sigorta işveren payı, tazminat ücretleri, mesai ücretleri, vergiler, sosyal yardımlar (yol-yemek vb.) nedenlerinden dolayı işgücü

maliyetlerini yüksek buldukları söylenebilmektedir. İşletmelerin nitelikli personel bulamadıkları (3,51) belirlenmiş olup bu sorunun mesleki ve teknik eğitim yetersizliğinin yanı sıra tecrübe ve beceri eksikliği, değişim ve yeniliğe uyum sağlanamamasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. İşletmelerin ürün temini (3,00), üretim kapasitesi (2,74) ve ödeme ile ilgili sorunlara (3,47) kararsız kaldıkları belirlenmiştir. İşletmelerin geliştirilen üretim teknolojilerini azami ölçüde kullanmaları sebebiyle modern üretim teknoloji yetersizliğine (2,49) katılmadıkları söylenebilmekte ve işletmelerin ürün tipi ve üretim kapasitesine göre yeterli depolama imkânlarına sahip olmalarından dolayı depolama sorunlarına (2,28) katılmadıkları düşünülmektedir. İşletmelerin rekabet edebilme sorununa (3,12), dış pazarlar hakkında bilgi yetersizliği sorununa (2,56), uluslararası fuar ve sergilere katılım sorununa (3,44), reklam ve satış geliştirme sorununa (3,35) kararsız kaldıkları belirlenmiştir.

İşletmeler öz sermaye yetersizliği, kredi faizlerinin yüksekliği ve teminat şartlarının ağır olması gibi sebeplerden finansmanlarını yetersiz görmekte (3,60), ulusal ve uluslararası ekonomilerde meydana gelen fiyat dalgalanmalarından dolayı yaşanan döviz kuru değişimlerinden (4,33) etkilenmektedir. İşletmeler ürünlerin lojistiğinde oluşan maliyetlerin ve gümrük vergilerinin yüksek olması sebebiyle nakliyede sorun yaşamakta (4,02) ve navlun hizmetlerini yüksek (4,28) bulmaktadır. Ayrıca işletmeler ihracat sürecinde kurum ve kuruluşlar tarafından sağlanan ihracat teşviklerini yetersiz (3,60) bulmaktadır. İşletmeler pandemi (covid-19) nedeniyle yaşanan sorunlara (3,44), mevzuat sorunlarına (3,42), Ar-Ge sorunlarına (3,28), bürokratik sorunlara (3,23) ve ihracat işlemlerinin uzun sürmesi sorunlarına (3,12) kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 6.9).

Çizelge 6.9 İşletmelerin ihracat faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunlara yönelik tutum, davranış ve algıları

	Likert Ortalama	Oran (%)
İhracat Teşviklerinin Yetersizliği	3,60	72,0
İşgücü Maliyetlerinin Yüksek Olması	3,77	75,4
Nakliye Sorunları	4,02	80,4
Finansman Yetersizliği	3,60	72,0
Döviz Kuru Değişimleri	4,33	86,6
Ödeme ile İlgili Sorunlar	3,47	69,4
Rekabet Edebilme Sorunu	3,12	62,4
Dış Pazarlar Hakkında Bilgi Yetersizliği	2,56	51,2
Navlun Hizmetlerin Yüksekliği	4,28	85,6
Reklam Satış ve Geliştirme Sorunları	3,35	67,0
Uluslararası Fuar ve Sergilere Katılım Sorunları	3,44	68,8
Nitelikli Personel Eksikliği	3,51	70,2
Mevzuat Sorunları	3,42	68,4
Ar-Ge Sorunları	3,28	65,6
Ürün Temini Sorunları	3,00	60,0
Üretim Kapasitesi Sorunları	2,74	54,8
Depolama Sorunları	2,28	45,6
Modern Üretim Teknoloji Yetersizliği	2,49	49,8
İhracat İşlemlerin Uzun Sürmesi	3,12	62,4
Bürokratik Sorunlar	3,23	64,6
Pandemi (Covid-19) Nedeniyle Yaşanan Sorunları	3,44	68,8

*Kesinlikle Katılıyorum:5, Katılıyorum:4, Kararsızım:3, Katılmıyorum:2, Kesinlikle Katılmıyorum:1

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçlarına göre, Ankara ilinin bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinin düşük seviyede gerçekleşmesi buna karşılık bitkisel gıda ürünleri ithalat değerinin giderek artış göstermesi dış ticaret açığının oluşmasına neden olmuştur. Bu durum 11. Kalkınma Planında ifade edilen toplam ihracat değerinin 226,6 milyar dolara ulaşması hedefine olumsuz yönde etki etmektedir. Hedefin gerçekleşmesine katkı sağlanabilmesi için öncelikle sürdürülebilir tarım uygulanarak tarımsal üretim artırılmalı ve çeşitlilik sağlanmalıdır. Ankara ilinin tarımsal ihracat değerinin tarımsal ithalat değerinden fazla olmasına yönelik politikalar gerçekleştirilmelidir.

Araştırma alanında incelenen işletmelerden %54,98'i faaliyetlerini ulusal çapta sürdürmektedir. Ayrıca işletmelerin yaklaşık %45'inin fiili ihracat değerlerinin toplam ciro içindeki payı %1 ile %10 arasında gerçekleşmektedir. İhracat yapan işletmelerin yarısından fazlasının faaliyetlerini ulusal olarak nitelemesi ve ağırlıklı olarak yurt içi piyasaya yönelik faaliyet göstermesi sebebiyle işletmelerin dış piyasalara yeterli seviyede yönelmediği anlaşılmaktadır. Üretilen ürünlerin marka değeri kazanabilmesi ve ekonomik katkısının artması için pazarlama ağı geniş tutularak uluslararası piyasanın daha etkin kullanılması gereklidir. Ürünlerin markalaşmasında reklam yapmanın önemli olduğu bilinmektedir. Bu sebeple işletmelerin reklam yapma durumu incelendiğinde; işletmelerin %25,58'inin reklam ve tanıtım faaliyetlerini kullanmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca işletme giderlerinin sadece %6,86'sını reklam ve tanıtım giderleri oluşturduğu belirlenmiştir. Dünyanın diğer bir ucuna erişim olanağını sunan reklam ve tanıtım faaliyetlerinin etkin kullanılmasına ve yeterli düzeyde kaynak ayrılmasına işletmeler tarafından daha fazla önem verilmelidir.

İncelenen işletmelerin çoğunluğu işletme sahipleri (%86,05) tarafından yönetilmektedir. İşletme yöneticilerinin büyük çoğunluğunu erkek yöneticilerinden (%78,35) oluşturmaktadır. İşletme yöneticilerinin %58,77'si lisans mezunu iken %22,68'i lise mezunudur. Eğitim düzeylerine göre işletme yöneticilerinin çoğunluğunu lisans mezunları oluştururken lisansüstü eğitime sahip işletme yöneticilerinin yeterli seviyede

olmadığı görülmüştür. İşletme yöneticilerinin genellikle deneyimleriyle hareket ettikleri ve yönetime yönelik profesyonel düzeyde eğitim almadıkları bilinmektedir. Bu nedenle işletmelerin ihracat kapasitelerini artırma, yeni dış pazarlara açılma, işletmeyi büyütme veya başka şube açma özetle işletmeyi bir adım ileri taşıyacak, yeniliklere uyum sağlayacak ve kazançlarını artıracak fırsatlar kaçırılmaktadır. Bu durumun önüne geçilmesi amacıyla küreselleşen rekabet koşullarında işletmelerin profesyonel yönetim anlayışını benimsemesi, yöneticilerin eğitim ve seminerlere katılımlarının sağlanması önerilmektedir.

Üretim ile ilgili sorunların tutum ve davranışlarında işletmeler vergilerin yüksek olmasına ve kalifiye eleman bulunamamasına katılmaktadır. İşletmelerde toplam 2457 kişi istihdam edilmekte, bunların %82,29'unu işçi oluşturmaktadır. Toplam personelin %64,35'i erkeklerden oluşmaktadır. Ayrıca istihdam edilen personelin nerdeyse yarısının (%48,03) ilköğretim mezunu olduğu tespit edilmiştir. Çalışan personelin büyük bir bölümünün işçi olması gıda sanayi işletmelerin işgücüne dayalı üretime sahip olmasından kaynaklanmaktadır. İşletmelerin işgücü temininde karşılaştığı kalifiye eleman bulunamaması sorunu zaman içerisinde üretimin yavaşlaması, tam kapasite çalışmaması gibi olumsuz şekilde yansımaktadır.

İşletmelerin %67'44'ü %50-%75 arasında kapasite ile %25,58'i ise %75-%100 arasında kapasite ile üretim yapmaktadırlar. İşletmelerin kapasiteyi artıramamasının ana sebeplerinden finansman yetersizliği sorunu; öz sermaye yetersizliğine bağlı işletmelerin ekonomik durumları, teminatların ağırlığı ve faizlerin yüksekliği sebebiyle kredi kullanımının kısıtlı olması ve yaşanan döviz kuru değişikliğinin işletmeyi olumsuz yönde etkilemesinden kaynaklanmaktadır. İşletmelerin faaliyetlerini ulusal düzeyde yürütmesi, reklam, tanıtım, sergi ve fuar faaliyetlerine gereken önemin verilmemesi, dış pazarlar hakkında yeterli bilgi, birikim ve tecrübeye sahip olunmaması pazarlama sorunlarını oluşturmaktadır. Ayrıca işletmelerin kapasiteyi artıramamasının sebepleri arasında personel kaynaklı sorunlar, üretim koşullarının yetersizliği ve kuruluş yeri seçimi gibi işletme içi sorunlar yer almaktadır.

İşletmelerin %58,92'si üretimde kullandığı hammaddeyi diğer illerden temin etmektedirler. Tarımsal ürünlerin kısa sürede bozulmaya elverişli olması sebebiyle ürünlerin frigorifikli araçlarda soğuk zincir sağlanarak taşınması gereklidir. Bu durum ise işletmelerin maliyetlerini arttırmakta ve zaman zaman ürün kalitesinde bozulmalara neden olmaktadır. Ayrıca hammaddenin diğer illerden temin edilmesinin sonucunda işletmeye olması gereken zamandan daha geç ulaşmasına yol açarak üretimi olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sorunun önlenmesi amacıyla üretilen ürünün nev'ine göre fizibilite, nakliye, tedarik konularının detaylı araştırılarak uygun lojistik planlamaları yapılmalıdır. Bunun yanında söz konusu soruna yönelik Ankara ilinde faaliyet gösteren gıda sanayi işletmelerinin ihtiyacı olan hammadde ürünlerine yönelik teşviklerinin artırılması önerilmektedir.

Ankara ilinde bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmelerin ihracatta karşılaştığı sorunlar ve bu sorunların giderilmesine yönelik başlıca çözüm önerileri şu şekildedir:

- Nitelikli personel bulunamaması

İşletmelerde ihracat işlemleri, tanıtım ve pazarlama konuları mevcut personel ve imkânlarla yapılmaktadır. Bu durum ihracat faaliyetlerinin etkin şekilde yürütülmesini olumsuz etkilemektedir. Pazarlama, reklam, tanıtım, sergi ve fuar çalışmalarını yürütmek üzere kesinlikle her işletmeye ait bir ihracat departmanı bulunmalıdır. Ancak incelenen işletmelerin %25,58'inin ihracat departmanının olmadığı belirlenmiştir. Departmanın bulunmaması ihracat değerlerinin istenilen seviyeden daha düşük olmasına ve ilerleyen zamanlarda işletmelerin rakiplerinin gerisinde kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle dış piyasaya açılan işletmelerde nitelikli personellerden oluşan uzman ekipler oluşturulmalı ve ihracatın artırılması hedefleri doğrultusunda çalışmalar yürütülmelidir. Personelin dış pazara yönelik bilgi ve donanımına sahip olması için kurs, seminer ve eğitimlere katılımı sağlanmalı, ilgili kurum ve kuruluşlara ait yayınların takibi yapılmalıdır. Ayrıca eğitim maliyetlerin minimum seviyeye indirilmesi amacıyla

aynı faaliyet alanında üretim ve ihracat yapan işletmeler arası işbirliği sağlanması önerilmektedir.

İşletmelerde çalışan personelin yalnızca %7,89'u yabancı dil bildiği belirlenmiştir. Dış piyasalara giren işletmelerde yabancı dil bilen personelin bulunması işletmelerin üst düzey performans göstermesi açısından önemlidir. Bundan dolayı işletme bünyesinde özellikle ihracat departmanında çalışan personele yabancı dil eğitimi verilmelidir.

- İşgücü maliyetlerinin yüksekliği

İşgücü maliyetlerin yüksek olması kayıt dışı istihdamı ve işsizliği artırırken diğer taraftan işletmelerin yatırımlarını azaltmasına neden olmaktadır. Bu durum işletmelerin finansal kaynaklarını yeterli düzeyde ihracat faaliyetlerinde kullanamamasına yol açmaktadır. Gıda sanayi işletmeleri daha çok emek yoğun üretime sahip olmasından dolayı ucuz işgücüne ihtiyaç duymakta ve yatırımlarını işgücü maliyeti düşük olan ülkelerde yapmayı tercih etmektedir. Bu nedenle işgücü maliyetlerinin düşürülmesi için vergi yükü azaltılmalı, istihdamı düzenleyici teşvikler uygulanmalıdır. Ayrıca işletmeler maliyet artışından sakınmaya yönelik kalifiye personel istihdamının edilmesi, üretimde modern teknolojiye geçiş yapılması ve Türkiye İş Kurumu'nun vermiş olduğu desteklerden yararlanılması gibi genel önlemler alınmalıdır.

- Finansman yetersizliği

İşletmelerin %62,79'u finansman kaynağını kredilerden %37,21'i öz sermayelerinden karşılamaktadır. Kredi kullanan işletmeler genelde bankalar ve KOSGEB aracılığıyla kredi ihtiyaçlarını sağlamaktadır. İncelenen 2019-2020 döneminde kredi kullanımı %55,56 oranında artmıştır. Ayrıca kredi kullanmayan işletmelerin yaklaşık %55'inin kredi faizlerinin yüksekliği ve teminat şartlarının ağır olmasından dolayı kredi kullanmadıkları belirlenmiştir. Böylece araştırma alanındaki işletmelerin finansman yetersizliği sorunu yaşadığı anlaşılmaktadır. Bu sorunun çözümüne yönelik ilişkin işletmelere kredi faizlerinin düşürülerek yeterli ve uzun vadede geri ödeme koşulunu

kolaylaştırıcı imkânlar sağlanmalıdır. Bu sayede yüksek finansman gerektiren ihracat faaliyetlerini yapma olanağı sağlanmış olur. Ayrıca işletmelerin, ülke ihracatını artırmak amacıyla kurulan Türk Eximbank'tan kredi kaynağı oluşturması diğer bir alternatif olarak önerilebilir.

- Döviz kuru değişimleri

Döviz kuru değişimleri işletmenin ihtiyacı olan girdi fiyatlarını artırmakta ve finansal durumlarını olumsuz etkilemektedir. Döviz kurlarındaki değişimlerin önemli nedenlerinden biri enflasyondur. İhracatçı işletmelerin döviz kuru değişikliğinden etkilenmesinin önüne geçilmesi için Merkez Bankası fiyat istikrar politikalarını uygulamalı ve enflasyon probleminin çözülmesi gerekmektedir. İşletmelerin dışarıdan gelen etkilere karşı alması gereken önlemleri, risk yönetimleri ve aksiyon planları bulunmalıdır. İşletmelerin döviz kuru değişiminden korunmak amacıyla izlenebileceği yollar; sözleşmeye dayalı yöntemler (vadeli döviz kontratı ile korunma, para piyasası yoluyla korunma, opsiyon piyasası güvencesi ile korunma, swap anlaşmaları ile korunma) ve işletme stratejileri ile korunma (ödemelerin öne alınması veya geciktirilmesi, ulusal para ile faturalandırma) yöntemleridir (Seyidoğlu 2016).

- Nakliye sorunları

Karayolu taşımacılığın tercih edilmesinin en önemli sebebi, ürünlerin kapıdan kapıya aktarmasız olarak teslim edilmesini sağlamasıdır. Ancak karayolunda mesafeler uzadıkça ekonomik açıdan maliyetler artmaktadır. Havayolu taşımacılığı maliyetlerin yüksekliğinden dolayı kısa zamanda teslim edilmesi gereken pahalı ve küçük hacimli malların lojistiğinde kullanılmaktadır. Denizyolu taşımacılığı ise güvenilir olması, mal kaybının minimum düzeyde olması sebebiyle daha çok tercih edilmektedir. Demiryolu taşımacılığı uzun mesafelerde ekonomik ve güvenli olmasına rağmen büyük alt yapı yatırımları gerektiğinden tercih edilememektedir. İşletmelerin %53,49'u karayolu taşımacılığını, %45,19'u denizyolu taşımacılığını, %1,32'i ise havayolu taşımacılığını kullanmıştır. Demiryolu taşımacılığı hiç kullanılmamıştır. İşletmeler ihracat amaçlı

ürettikleri ürün lojistiğinde birden fazla taşıma seçeneğinin olması durumunda düşük maliyetli, hızlı ve güvenilir olan yöntemi tercih etmelidir. Ankara ilinde ihracat yapan işletmelerin büyük bir bölümü ürünlerini ihraç ederken yakın mesafedeki ve deniz limanı bulunmayan ülkelere genellikle karayolu taşımacılığını kullanmakta, limanı bulunan ülkelerde ise karayolu ve denizyolu taşımacılığını tercih etmektedir. Maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle Ankara ilinde ihracat yapan işletmelerin hava yolu taşımacılığını daha az tercih ettiği söylenebilmektedir. Uzun mesafeli taşımacılıkta maliyetlerin azaltılması amacıyla denizyolu-demiryolu kombine taşıma sistemi geliştirilmesinin fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

- Navlun hizmetlerinin yüksekliği

Navlun hizmetlerinin yüksekliği işletmelerin ürünlerini yurt dışındaki pazarlara ulaştırmasında maliyetlerini artırmaktadır. Gümrük vergilerinin düşürülmesi, lojistik danışmanlığı geliştirilmesi ve hava, deniz, kara ve demiryolu taşımacılığının alt yapısı güçlendirilmesi işletmelerin bu maliyetlerini önemli seviyede azaltacağı düşünülmektedir.

- İhracat teşviklerinin yetersizliği

İşletmelerin %55,81'inin ihracat teşviklerinden yararlanmadığı tespit edilmiştir. İhracata yönelik verilen teşvikler, ihraç pazarlarının genişlemesi, geliştirilmesi ve işletmelerin rekabet güçlerinin artırılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle işletmeler mevcut teşvikleri takip etmeli ve bu teşviklerden yararlanmalıdır. Diğer taraftan teşvikten yararlanan işletmelerin %73,68'i alınan teşvikleri yetersiz bulmaktadırlar. İhracatın istenilen seviyeye ulaşması amacıyla teşvikler artırılmalı ve çeşitlendirilmelidir. Ayrıca teşvikler hakkında bilgiler alınması, teşviklerden faydalanılması ve ihracatın artırılması amacıyla işletmelerin Ankara'da sanayi ve ticaret odaları, bağlı bulundukları sivil toplum kuruluşları, resmi kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

İşletmeler kişilerin tüketim davranışlarını ölçmek, değerlendirmek ve yorumlamak amacıyla düzenli anket çalışmaları yapmalıdır. Elde edilen veriler ve tespitler doğrultusunda Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına ağırlık verilmeli, tüketici taleplerine göre ürün çeşitliliği arttırılmalı ve yeni ürünler geliştirilmelidir. Bu sayede mevcut ihracat değer ve potansiyelinin artmasına katkı sağlanmasının yanı sıra ulaşılması hedeflenen pazarlarda talep edilen ürün ihracatının gerçekleştirilmesiyle pazar ağının genişletilmesi ve ihracat değerinin artması sağlanır. Ayrıca işletmeler ülke taleplerini karşılamak amacıyla gıda güvenliği kalite standartları ISO 22000, BRC, IFS, HACCP vb. yönelik çalışmaları titizlikle yürütmelidir. Bu sayede uluslararası birçok pazara ürün ihraç etmenin yolu açılacaktır.

Bürokratik ve mevzuat engellerinin azaltılması ülke ekonomisi için önem arz eden ihracat değerinin artmasını sağlayacaktır. Ayrıca işletmelere mevzuat hakkında bilgi ve eğitim verilmeli ve gerçekleşen değişiklikler hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanmalıdır. Bu sayede ihracat sürecinde yaşanması muhtemel problemlerin önüne geçilecektir.

Bütün bu sayılan önerilerin gerçekleşmesi Ankara ilinde ihracat yapan bitkisel gıda sanayi işletmelerinin sorunlarını minimum seviyeye düşürecektir. Böylece işletmelerin ihracat faaliyetlerini daha etkin ve verimli şekilde yürüteceği yerel ekonomiye katkısının yanı sıra dış ticaret açığının kapanmasına fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abar, H. ve Tekmanlı, H. H. 2018. Türkiye’de İllerin İhracatını Etkileyen Faktörlerin Mekansal Analizi, Uluslararası Kafkasya- Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi, 7-8 Eylül, 565-574, Aydın.
- Aktaş, N. 2017. Türk dış ticaret sistemi ve yapısının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, Uluslararası Ticaret Yüksek Lisans Programı, 168, İstanbul.
- Anonim. 2019a. Gıda ve İçecek Sektörü Raporu, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, 2019. Ankara.
- Anonim. 2019b. On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji Ve Bütçe Başkanlığı, Temmuz 2019.
- Anonim. 2021a. Organize Sanayi Bölgeleri Bilgi Portalı. Web sitesi: <https://www.osbuk.org/>. Erişim Tarihi: 15.09.2021
- Anonim. 2021b. Web Sitesi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/06/20060606-10.htm>. Erişim Tarihi: 10.11.2021
- Anonim. 2022a. Dış Ticaret İstatistikleri. Türkiye İstatistik Kurumu Veri Tabanı. Web sitesi: <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul>. Erişim Tarihi: 11.03.2022
- Anonim. 2022b. Web Sitesi: <https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Ankara>. Erişim Tarihi: 14.03.2022
- Anonim. 2022c. Bitkisel Üretim İstatistikleri. Türkiye İstatistik Kurumu Veri Tabanı. Web sitesi: <https://data.tuik.gov.tr/>. Erişim Tarihi 25.04.2022
- Anonymous. 2021. Web sitesi: <https://comtrade.un.org/>. Erişim Tarihi: 18.11.2021
- Argın, N. ve Bakkalcı, A. C. 2011. Türkiye'nin Dış Ticaret Tarihi: Teori Uygulama Politika Mevzuat. Ekin basım yayın, 462, Bursa.
- Ay, H. M. ve Talaşlı E. 2007. Türkiye’de KOBİ’lerin ihracattaki yeri ve karşılaştıkları sorunlar, Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı, 173-184, Konya.
- Ay, S. 2009. Süs bitkileri ihracatı, sorunları ve çözüm önerileri: Yalova ölçeğinde bir araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2009, C.14, S.3 s.423-443, Yalova.

- Balantekin, B. E. 2006. İhracatta KOBİ'lere sağlanan devlet destekler ve KOBİ'lerin ihracatta karşılaştıkları sorunlar ve Kayseri'de bir anket uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 140, Kayseri.
- Bugai, Y., Minenko, A., Khorunzhin, M. 2019. State and problems of exporting the products of the agroindustrial complex in the Altai region, International Conference on Sustainable Development of Cross-Border Regions, Earth Environ. Sci. 395 012105.
- Celep, E. 2020. Türkiye'nin tarımsal ihracatına yönelik bir çalışma: Rusya örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 78, Kocaeli.
- Çinpolat, F. 2006. Tokat ili gıda sanayi işletmelerinin mevcut durumu, faaliyetleri ve sorunları üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 74, Tokat.
- Demirel, F. 2020. KOBİ'lerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunların ihracat performansına etkileri: Konya tarım makineleri sektöründe bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, 133, Konya.
- Demirkol, S. 2020. Ankara ilinde bitkisel gıda ihracatı yapan sanayi işletmelerin uluslararası fuarlara katılım düzeylerinin ihracat gelirlerine etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 104, Konya.
- Ersöz, S. 2014. Gıda sanayi dış ticareti ihracat performansı Mersin ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, 102, Mersin.
- Güneş, E. ve Bülbül, M. 2000. Meyve ve sebze işleme sanayiinde ekonomik ve finansal yapının analizi (Bursa ili örneği), Tarım Bilimleri Dergisi, 6(3), 54-61, Ankara.
- Gürbüzer, A. 2008. Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretimi, ihracatı, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı, 149, Konya.
- Hatipoğlu, A. 1994. İthalat ve ihracat kılavuzu. KOSGEB yayınları, 88, Ankara.
- Karluk, S. R. 1997. Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişim ve Sosyal Değişim. Beta yayınları, 624, İstanbul.
- Kaynak, E. ve Kothari, V. 1984. Export behavior o small and medium-sized manufacturers: some policy guidelines for international marketers. management international review, 24(2), 61-9.

- Keegan, W. J. Green, M. C. 2015. Küresel Pazarlama. Nobel akademik yayıncılık, 572, Ankara.
- Keskin, G., Koşan, A. K., Ayık, Y. Z., 2009. Bölgesel gelişme aracı olarak KOBİ'ler ve ihracat sorunları (Erzurum'da bir araştırma), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 2009 13 (2): 279-290, Erzurum.
- Kırdar, Y. 2005. Dış pazarlara yönelme nedenleri ve stratejileri (Coca-Cola Örneği). Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(13), 233-245.
- KOSGEB. 2003. Türkiye'de KOBİ'ler için eğitim hizmetleri pazarı, KOSGEB-Avrupa Eğitim Vakfı Araştırması Projesi Raporu, 325, Ankara.
- Müslümov, A. 2002. 21. Yüzyılda Türkiye'de KOBİ'ler: sorunlar, fırsatlar ve çözüm önerileri, Doğuş Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 88, İstanbul.
- Onursal, E. 2013. Mevzuat ve Teknik Yönleri İle Dış Ticaret, Seçkin yayıncılık, 776, Ankara.
- Özgener, Ş. 2003. Büyüme sürecindeki KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon sorunlar: Nevşehir un sanayii örneği. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 0(30), 137-161.
- Özgen, H. ve Doğan, S. 1997. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararası pazarlara açılmada karşılaştıkları yönetim sorunları ve çözüm önerileri, KOSGEB Yayınları, 43-54, Ankara.
- Öztürk, M., Ergun, E., Erkalı, S., Pezikoğlu, F., Uçar, M. 2004. Yaş meyve sebze ihracatçı firmalarının yapısı, sorunları ve çözüm önerileri. Türkiye VI Tarım Ekonomisi Dergisi, 333-340. Tokat.
- Paçaman, H. E. 2010. Türkiye'deki işletmeler için ihracatın önemi, sorunları ve çözüm önerileri. Yüksel Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme MBA Yüksek Lisans Programı, 110, İstanbul.
- Rahmaniyoushanlou, H., Haghighi, E., Albayrak, M. 2013. Identifying and prioritizing export barriers to small and medium enterprises (SMEs) regarding food Industry based on national competition diamond Cole Porter model. International Journal of Business and Social Research (IJBSR), 34-42, Mayıs, 2013.
- Saatçı, A. 2019. Arap baharından sonra Türkiye'nin dış ticaretinde yaşanan finansal problemler. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 128, Gaziantep.
- Seyidoğlu, H. 2016. Uluslararası Finans. Güzem can yayınları, 528, İstanbul.

- Sülün, U. 2006. İhracatın geliştirilmesinde fuar, sergi ve panayırlara yönelik mali teşviklerine etkinliği (1990-2005 dönemi analizi). Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, 142, İzmir.
- Şahin, B. D. ve Özudoğru, H. 2019. KOBİ'lerde üretim ve pazarlama sorunlar: Ostim örneği. Üçüncü Dergi Sosyal Ekonomi Dergisi, 54(1), 320-333.
- Taşdan, K. 2005. Türkiye tarım ürünleri dış ticaret ve gelişim. Alatarım Dergisi, 4(1), 52-59.
- Turan, G. ve Gökalp, M. F. (1993). Türkiye'de Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde Teknoloji Sorunu ve Çözüm Önerileri. Dünya gazetesi, 1993.
- Türlüoğlu, E. 2019. Türkiye'de ekonomik büyüme dinamikleri: ekonomik büyüme ve dış ticaret ilişkisi nedensellik analizi. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, 121, Edirne.
- Tüyen, Z. 2015. Türkiye'de dış ticaret politika ve uygulamaları. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonomi ve Finans Anabilim Dalı, 357, İstanbul.
- Ulaş, F. 2004. Van ilindeki tarıma dayalı sanayi işletmelerinin çalışma alanları, sosyo-ekonomik yapıları ve kapasite kullanım durumları. Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 65, Van.
- Uyanık, M. 2011. Küresel ekonomik krizin tokat ili merkez ilçedeki gıda sanayii işletmeleri üzerindeki etkileri. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 71, Tokat.
- Uysal, Ş. 2013. Manisa ilinde bitkisel ürünler ihracatında karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 03:498-517, Manisa.
- Yelkialan, N. ve Kalmış, H. 2001. KOBİ'lerde Verimlilik Yönelimli Yeniden Yapılanma Stratejileri. 1. Orta Anadolu Kongresi, 18-21 Ekim T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı, 386-394, Ankara.
- Yilihamu, M. 2020. KOBİ'lerin Çin'e olan ihracatlarında karşılaştıkları sorunlar: İstanbul maden ihracatçıları birliği örneği. Yüksek Lisans Tezi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, 105, Ankara.
- Yörük, N. 2001. KOBİ'lerin Kredi Yolu İle Finansmanda Karşılaştıkları Sorunlar ve Tokat İlinde Bir Uygulama. I. Orta Anadolu Kongresi: KOBİ'lerin Finansman ve Pazarlama Sorunları, 18-21 Ekim, Erciyes Üniversitesi, Bildiriler Kitabı, 59-72, Nevşehir.

EK 1 Anket Formu

Sayın Yönetici/Yetkili;

Bu anket “Ankara Tarım ve Orman İl Müdürlüğü personeli Ziraat Mühendisi Emrah Turmuş’ un “**Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma**” konulu Yüksek Lisans Araştırması için düzenlenmiştir. Ankette vereceğiniz bilgiler bu amaç dışında kullanılmayacağı gibi başka kişilerle de paylaşılmayacaktır. Yapacağınız katkılar bilimsel bir araştırma için kullanılacak olup, ülkemiz için hayati önem arz eden ihracat konusuna katkı sağlamak adına değerlendirilecektir.

Göstermiş olduğunuz ilgi ve katkılardan dolayı şimdiden teşekkür ederiz.

A-) İŞLETME FAALİYETLERİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER		
1. İşletmenin adı		
İşletmenin Yönetim Şekli		
2. İşletmenin kuruluş tarihi	a	1950-1970
	b	1971-1980
	c	1981-1990
	d	1991-2000
	e	2001-2010
	f	2010+
3. İşletmenin büyüklüğü	a. Kapalı alan m2 b. Açık alan m2	
4. İşletmenin Mülkiyeti	a. Öz mülk b. Kiralama c. Birleşme	
5. Hukuki statüsü	a	Adi Ortaklık
	b	Anonim Şirket
	c	Kollektif Şirket
	d	Ferdi Mülkiyet
	e	Limited Şirket
	f	Diğer (Lütfen belirtiniz)

6. Faaliyet alanı	a	Bölgesel: %.....
	b	Ulusal: %.....
	c	Uluslararası %.....
7. Ana faaliyet konusu	Bitkisel ürün üretimi	
8. Alt faaliyet konusu (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)	a	Tahıl, un ve unlu mamuller
	b	Pastacılık ürünleri ve tatlılar
	c	Meyve ve sebze işleme
	d	Bitkisel yağ ve margarin
	e	Şekerli mamuller
	f	Baklagiller
	g	Baharatlar, çeşni vericiler ve
	h	Kuruyemiş ve çerezler
	i	Çikolata ve kakao ürünleri
	j	Bitki, çay ve kahve ürünleri
	k	Alkolsüz içecekler
	l	Alkollü içecekler
	m	Özel beslenme amaçlı gıdalar
	n	Aromalar ve katkı maddeleri
	o	Tasnif dışı gıdalar
9. İşletmeyi yöneten kimdir?	a. İşletme sahibi b. Profesyonel yönetici	
İşletmenin Ekonomik Yapısı		
10. Yıllık cirosu (2019-2020 yılları arası)	a	100 bin TL'den az
	b	101 - 250 bin TL
	c	251 - 500 bin TL
	d	501 - 750 bin TL
	e	751 bin - 1 milyon TL
	f	1 milyon TL - 5 milyon TL
	g	5 milyon TL'den fazla
11. İşletmenizin giderleri	a	Üretim giderleri cironun %.....
	b	Personel giderleri cironun %.....
	c	Reklam ve tanıtım giderleri cironun %.....
12. İhracatınızın toplam ciro içindeki payı nedir?	a	%1 - %5
	b	%6 - %10
	c	%11 - %25
	d	%26 - %50
	e	%51 ve üzeri
İşletmenin Üretim Yapısı		
13. Üretime başladığınız tarih (Yıl)		
14. Üretimde hammaddeyi nerden temin ediyorsunuz?	a	İl içinden %.....
	b	Diğer illerden %.....
	c	Kendi üretiminizden %.....
	d	Yurt dışından %

15. Hammaddeyi temin etme yöntemi nedir?	a	Peşin alım
	b	Vadeli alım
	c	Sözleşmeli alım
	d	Diğer
16. Hammaddeyi temin etmede finansal kaynak oranları nelerdir?	a. Öz sermaye %..... b. Kredi %.....	
17. Kredi kullanıyor musunuz? (Cevabınız hayır ise 20. soruya geçiniz.)	a. Evet b. Hayır	
18. Kredi kullanım kaynaklarınız nelerdir?	a	Bankalar
	b	KOSGEB
	c	Esnaf ve Sanatkârlar
	d	Diğer
19. Kredi kullanımınız arttı mı?	a. Evet b. Hayır	
20. Kredi kullanmama nedenleriniz nelerdir?	a	Öz sermaye yeterli
	b	Kredi faizleri yüksek
	c	Teminat şartları ağır
	d	Kredi veren az
	e	Diğer
21. Kapasite kullanım oranı?	a	%0-25
	b	%25-50
	c	%50-75
	d	%75-100
22. Üretimde kullanılan teknoloji nedir?	a	Geleneksel
	b	Modern
	c	Modern teknolojiye geçiş aşaması
	d	Diğer (Lütfen belirtiniz)
23. Üretim planlaması yapıyor musunuz?	a. Evet b. Hayır	
24. Cevabınız evet ise; üretimi nasıl planlıyorsunuz?	a	Yurt içi pazar koşulları
	b	Yurt dışı sipariş miktarı
	c	İhracat programı
	d	Stoklama politikaları
	e	İhaleler
	f	Diğer..
25. Ürünlerde depolama yapıyor musunuz?	a. Evet b. Hayır	
26. Cevabınız hayır ise nedeni nedir?(Lütfen belirtiniz)...		
27. Cevabınız evet ise nerede muhafaza ediyorsunuz? a. Soğuk hava deposu b. Adi depo c. Diğer		

28. Üretim ile ilgili sorunlarınız nelerdir?								
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum			
Ürün kalitesi düşüklüğü								
Gerekli miktarda hammadde yetersizliği								
Gerekli kalitede hammadde bulanamaması								
Kapasite kullanım oranı düşüklüğü								
Kalifiye eleman bulanamaması								
Ürün bedellerinin geç ödenmesi								
Ürün pazarlama ağı yetersizliği								
Vergilerin yüksekliği								
Yanlış kuruluş yeri seçimi								
Diğer (Lütfen belirtiniz)...								
B-) İŞLETME ÇALIŞANLARI HAKKINDA GENEL BİLGİLER								
	29. Sayı	Cinsiyet		30. Eğitim				
		Kadın	Erkek	İlköğretim	Lise	Ön Lisans	Lisans	Lisans üstü
İşletme sahibi								
Yönetici								
Mühendis								
Teknisyen								
İşçi								
Diğer...								
Yabancı dil bilen personel sayısı								
C-) İHRACAT FAALİYETLERİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER								
31. İhracat faaliyetine başladığınız tarih (Yıl)								
32. İşletmenizde ayrı bir ihracat departmanı mevcut mudur?				a. Evet b. Hayır				

33. Dış ticarete yönelik mevzuat hakkında bilginiz var mı?	a. Evet b. Hayır		
34. İşletmeniz dış pazarda nasıl temsil edilmektedir?	a	Doğrudan (Firmanın satış şubesi)	
	b	Satış acentesi	
	c	İthalatçı	
	d	Yurt dışında komisyoncu	
	e	Diğer(Lütfen belirtiniz).....	
35. En çok ihracat yaptığınız ülkeler ve yüzdeleri	Pandemi öncesi (2019-2020)		Pandemi sonrası (2020+)
	a	%....	%....
	b	%....	%....
	c	%....	%....
	d	%....	%....
	e	%....	%....
	f	%....	%....
36. En çok ihracat yaptığınız ürünler ve yüzdeleri	Pandemi öncesi (2019-2020)		Pandemi sonrası (2020+)
	a	%....	%....
	b	%....	%....
	c	%....	%....
	d	%....	%....
	e	%....	%....
	f	%....	%....
37. İhraç ettiğiniz ürünleri hangi yoldan gönderiyorsunuz? Toplam ihracat miktarı içindeki payı ve hangi ülkelere olduğunu belirtir misiniz?		Toplam içindeki payı (%)	Hangi ülkelere
	Karayolu		
	Denizyolu		
	Demiryolu		
	Havayolu		
Seçtiğiniz taşıma yolunun riskleri nelerdir? • • •			
38. İhracat yapan firmalarla kendinizi kıyasladığınızda firmanızı nasıl değerlendiriyorsunuz?	a	Rakiplerimize göre oldukça iyi durumdayız	
	b	Rakiplerimize göre iyi durumdayız	
	c	Rakiplerimizle göre aynı sayılırız	
	d	Rakiplerimizin gerisindeyiz	
	e	Rakiplerimizin oldukça gerisindeyiz	
39. İhracatı artırmaya yönelik faaliyetler nelerdir?	a	Kapasite artırımına gitmek	
	b	Pazar araştırması yapmak	
	c	Uluslararası kalite standartlarında ürün üretmek	
	d	Verimliliği artırmak	
	e	Reklam faaliyetleri ve marka imajı oluşturmak	
	f	Fuarlara katılmak	
	g	Yurt dışında ofis mağaza açmak	
40. Reklam yapıyor musunuz?	a. Evet b. Hayır		

41. Cevabınız evet ise, hangi reklam kanalını kullanıyorsunuz?	a	Gazete, dergi vb.			
	b	Televizyon, Radyo			
	c	Eşantıyon dağıtımı			
	d	Diğer (Pano, katalog, broşür ...)			
42. İhracat faaliyetleri için herhangi bir destek ya da teşvik alıyor musunuz? (Cevabınız hayır ise 45. soruya geçiniz).	a. Evet b. Hayır				
43. İhracat faaliyetlerinde yararlandığınız teşvik ya da destek kaynakları nelerdir?	a	TÜBİTAK			
	b	Kalkınma Ajansları			
	c	Uluslararası kuruluşlar			
	d	Üniversiteler			
	e	Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı			
	f	Tarım ve Orman Bakanlığı			
	g	KOSGEB			
	h	Ticaret Bakanlığı			
	ı	Diğer (Lütfen belirtiniz)			
44. Aldığınız destek ya da teşvik size göre yeterli midir?	a. Evet b. Hayır				
45. İhracat faaliyetleri sürdürülürken karşılaşılan sorunlar nelerdir?					
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
İhracat Teşviklerinin yetersizliği					
İşgücü maliyetlerinin yüksek olması					
Nakliye sorunları					
Finansman yetersizliği					
Döviz kuru değişimleri					
Ödeme ile ilgili sorunlar					
Rekabet edebilme sorunu					
Dış pazarlar hakkında bilgi yetersizliği					
Navlun hizmetlerin yüksekliği					
Reklam satış ve geliştirme sorunları					

Uluslararası fuar ve sergilere katılım sorunları					
Nitelikli personel eksikliği					
Mevzuat sorunları					
Ar-Ge sorunları					
Ürün temini sorunları					
Üretim kapasitesi sorunları					
Depolama sorunları					
Modern üretim teknoloji yetersizliği					
İhracat işlemlerin uzun sürmesi					
Bürokratik sorunlar					
Pandemi (Covid-19) nedeniyle yaşanan sorunları					
Diğer (Lütfen belirtiniz)...					
46. İhracatla ilgili karşılaştığınız 3 temel sorunu yazınız ve bu sorunlara ilişkin önerilerinizi belirtiniz. • • •					