



Araştırma Makalesi

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

Emrah TURMUŞ^{1*}, Erdoğan GÜNEŞ²

ÖZ

Bu çalışma, Ankara'da faaliyet gösteren bitkisel gıda sanayi işletmelerinin ihracat faaliyetlerini ve sosyo-ekonomik yapılarını derinlemesine incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, Ankara ilinde toplamda 60 adet bitkisel gıda işletmesinin ihracat faaliyetlerinde bulunduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %71.67'sini oluşturan, toplamda 43 işletme üzerinde gerçekleştirilen anketler aracılığıyla veri toplanmıştır. İşletmelerin çoğunun işletme sahibi tarafından yönetildiği (%86.05), üretimde kullandıkları hammaddeyi genellikle diğer illerden temin ettikleri (%58.92) ve faaliyetlerini çoğunlukla ulusal çapta sürdürdükleri (%54.98) belirlenmiştir. İşletme ihracat faaliyetlerinin toplam ciro içindeki payının genellikle %1 ile %10 arasında sınırlı kaldığı ve bir kısmının (%25.58) reklam ve tanıtım faaliyetlerinden yeterince faydalanmadığı tespit edilmiştir. İşletmelerin karşılaştığı temel sorunlar arasında vergi yükü ve nitelikli işgücü eksikliği ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, ihracat sürecinde finansman yetersizliği, nitelikli personel bulunamaması, işgücü maliyetlerinin yüksekliği, nakliye sorunları, yüksek navlun hizmetleri, yetersiz ihracat teşvikleri ve döviz kuru dalgalanmalarının olumsuz etkisi gibi zorluklar da belirlenmiştir. Bu bulgular ışığında, işletmelerin daha etkili bir şekilde rekabet edebilmeleri için vergi düzenlemelerinde esneklik sağlanması, nitelikli işgücünün yetiştirilmesine yönelik destek programlarının uygulanması, finansman imkânlarının artırılması ve ihracat teşviklerinin iyileştirilmesi gibi çözüm önerileri öne çıkmaktadır.

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

A Research On The Structure and Problems Of Food Industry Firms Processing Plant Products and Exporting in Ankara Province

ABSTRACT

This study aims to thoroughly examine the export activities and socio-economic structures of plant-based food industry establishments operating in Ankara. Within the scope of the research, it was determined that a total of 60 plant-based food establishments are engaged in export activities in Ankara province. Data were collected through surveys conducted on 43 establishments, representing 71.67% of the participants. It was found that the majority of the establishments are managed by the owners themselves (86.05%), they generally source their raw materials from other cities (58.92%), and they mostly operate at the national level (54.98%). The study revealed that the share of export activities in the total turnover of the establishments generally remains between 1% and 10%, and some establishments (25.58%) do not sufficiently benefit from advertising and promotional activities. Among the main challenges faced by the establishments, tax burden and shortage of qualified workforce stand out prominently. Additionally, difficulties encountered during the export process such as high labor costs, inability to find qualified personnel, inadequate financing, transportation issues, high freight services, insufficient export incentives, and fluctuations in exchange rates were identified. In light of these findings, proposed solutions to enable establishments to compete more effectively include providing flexibility in tax regulations, implementing support programs for training qualified workforce, increasing financing opportunities, and improving export incentives.

Keywords: Plant Product, Export, Food, Business, Ankara.

ORCID ID (Yazar sırasına göre)

0000-0003-0822-1417, 0000-0002-4416-3405

Yayın Kuruluna Geliş Tarihi: 27.05.2024

Kabul Tarihi: 25.11.2024

¹ Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara İl Tarım ve Orman Müdürlüğü

² Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

*E-posta: emrah.turmus@tarimorman.gov.tr

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

Giriş

Gıda sektörü günümüzde, tüm ülkelerde büyük bir gelişim göstererek, üretime, tüketime, işletmenin organizasyonlarına, ticaretine ve politikalarına etki etmiştir. Bu sektörün emek yoğun üretime sahip olması, istihdama katkısı, tarımsal ürünlerin değerlendirilmesi, sanayiye hammadde sağlaması ve toplumun sağlıklı beslenmesiyle ilişkilendirilir. Gıda sektörü, sosyo-ekonomik açıdan stratejik bir konuma gelmiştir (Anonim, 2019).

Sanayileşmenin ilk zamanlarında, gıda sanayi işletmeleri önemli bir rol oynamış ve bu önem zamanla artarak devam etmiştir. Türkiye'de gıda sanayisi, kalkınma ve yıllık planlardaki hedefler doğrultusunda sürekli olarak gelişmiş ve zaman içinde kamu himayesinden özel teşebbüs ağırlıklı bir yapıya dönüşmüştür (Uyanık, 2011). Uluslararası pazarlarda faaliyet gösteren işletmeler, gelirlerinin önemli bir kısmını uluslararası satışlardan elde etmekte ve bu genel satışların %30-50'sini oluşturmaktadır. İhracata yönelmek, büyümek isteyen işletmeler için büyük avantajlar sağlamaktadır (Paçaman, 2010).

Yapılan araştırmalarda, gıda üretimi yapan işletmelerin ihracat faaliyetlerindeki performansı, devamlılığı ve sürekliliği vurgulanmaktadır (Ersöz, 2014). Dünya'nın küreselleşmesiyle pazardaki payını artırmak isteyen işletmeler için etkin kaynak kullanımı ve maliyet azaltımının önemi artmaktadır. İhracat, ekonomik büyüme ve kalkınmanın anahtarı olarak görülmektedir (Paçaman, 2010).

İhracat, işletmenin kaynaklarının etkin kullanımında önemlidir. İşletmenin var olan kapasite varlığı, iç piyasadan fazla ise ihracat faaliyetiyle fazla kapasitenin değerlendirilmesi sağlanmaktadır (Kaynak ve Kothari 1984). Bu durumda, işletme verimliliğini artırarak daha fazla ürün veya hizmet üretebilmekte ve rekabetçi bir avantaj elde edebilmektedir. Ayrıca dış pazarlar iç piyasadan daha hızlı büyüyorsa, işletme için büyüme fırsatları da artmaktadır. Dış pazarlardaki büyüme potansiyeli, işletmenin büyüme hızını önemli ölçüde artırabilmektedir (Kırdar, 2005).

Ankara ilindeki gıda sanayi işletmeleri, üretim ve ihracatlarıyla ekonomiye katkı sunmaktadır. TÜİK verilerine göre, Türkiye'nin tarımsal

ihracat değeri yıllar içinde artarak 2023'te 27,26 milyar dolara ulaşmıştır. Özellikle bitkisel gıda ürünlerinin ihracatı, bu değerin önemli bir kısmını oluşturarak %70,91'lik bir payla 19,33 milyar doları bulmuştur. Ancak, Ankara ilinde bitkisel gıda ürünleri ihracat değerinde dalgalanmalar gözlemlenmiştir. 2023'te, Ankara'dan yapılan bitkisel gıda ürünleri ihracatı 446,50 milyon dolar olarak gerçekleşirken, aynı dönemde ithalat değeri 1 milyar 904 milyon dolar olarak kaydedilmiş ve bu durum net bir dış ticaret açığına yol açmıştır (Anonim, 2024). Ankara ili bitkisel gıda ürünleri ihracatında yaşanan sorunların araştırılması ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi, ihracatın istenilen düzeye ulaşamaması, dalgalanmaların yaşanması ve ithalat değerlerinin altında seyretmesi gibi nedenlerle oldukça önemlidir. Bu çalışma, işletmelerin ihracat miktarlarının artırılarak, istihdama ve yerel ekonomiye katkıda bulunmasını ve dış ticaret açığının kapanmasına etki edilmeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, Ankara ilinde faaliyet gösteren bitkisel gıda ürünleri işleyen ve ihracat yapan işletmelerin sosyo-ekonomik yapılarını, mevcut durumlarını, gelişimlerini, üretim ve ihracat süreçlerini incelemeyi, karşılaştıkları sorunları belirlemeyi ve problemlere çözüm önerileri geliştirerek sektörün gelişimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın temel verileri, Ankara ilinde faaliyet gösteren ve bitkisel gıda ürünlerini işleyip ihracat yapan işletmelerden alınan anketlerle elde edilmiştir. Bu anketlerle, işletmelerin ekonomik yapıları, organizasyon düzenleri, maliyetler, finansman, üretim ve ihracat süreçleri değerlendirilmiştir. İkincil veriler ise ilgili konuda gerçekleştirilmiş ulusal ve uluslararası araştırmalar ile tezlere dayandırılarak derlenmiştir. Böylece farklı kaynaklardan elde edilen veriler karşılaştırılmış ve analiz edilmiştir.

Çalışmada kullanılan "bitkisel gıda ürünü" terimi, Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisinde yer alan bitkisel kaynaklı gıdaları ifade etmektedir. "Bitkisel gıda ürünü işleyip ihracat faaliyetinde bulunan işletmeler" terimi ise, aynı sınıflandırmada yer alan ürünleri işleyip

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

ihracat faaliyetinde bulunan işletmeleri tanımlamaktadır.

TÜİK, Birleşmiş Milletler ve diğer istatistik veri tabanlarından alınan veriler, Harmonize Sistem 2002 (HS-2) kategorisindeki ürünlerle ilgilidir.

HS-2'de Bitkisel Gıdayı Oluşturan Ürün Grupları

07-Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular
08-Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler
09-Kahve, çay, Paraguay çayı ve baharat
10-Hububat
11-Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni
17-Şeker ve şeker mamülleri
18-Kakao ve kakao müstahzarları
19-Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri
20-Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar
21-Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalari, çay hülusalari, mayalar, soslar, diyet mamaları vb.)
22-Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke
Aynı şekilde, "tarımsal ihracat" ve "tarımsal ithalat" kavramları da aynı sınıflandırmaya dayanmaktadır.
Çalışmada, 07, 08, 09, 10, 11, 17, 18, 19, 20, 21, 22 fasıl kodlarındaki ürünler dikkate alınmıştır.

HS-2'de Tarımsal Ürün Grupları

1-Canlı hayvanlar
2-Etler ve yenilen sakatat
3-Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve suda yaşayan diğer omurgasız hayvanlar
4-Süt ürünleri, yumurtalar, tabii bal, diğer yenilebilir hayvansal menşeli ürünler
5-Diğer hayvansal menşeli ürünler (kıl, kemik, boynuz, fildişi, mercan, bağırsak, vb.)
6-Canlı ağaçlar ve diğer bitkiler, yumrular, kökler ve benzerleri, kesme çiçekler ve süs yaprakları
7-Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular
8-Yenilen meyveler ve sert kabuklu meyveler
9-Kahve, çay, Paraguay çayı ve baharat
10-Hububat
11-Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday gluteni

12-Yağlı tohum ve meyveler, muhtelif tane, tohum ve meyveler, sanayide ve tıpta kullanılan bitkiler, saman ve kaba yem

13-Lak, sakız, reçine ve diğer bitkisel özsu ve hülusalari

14-Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, tarifinin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan bitkisel ürünler

15-Hayvansal ve bitkisel katı ve sıvı yağlar, yemeklik katı yağlar, hayvansal ve bitkisel mumlar

16-Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının müstahzarları

17-Şeker ve şeker mamülleri

18-Kakao ve kakao müstahzarları

19-Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları, pastacılık ürünleri

20-Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarlar

21-Yenilen çeşitli gıda müstahzarları (kahve hülusalari, çay hülusalari, mayalar, soslar, diyet mamaları, vb.)

22-Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke

23-Gıda sanayinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler

24-Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler

01 ile 24 arası fasıl kodlarındaki ürünler bu kapsamda değerlendirilmiştir.

Anket yapılacak işletmeler, Tarım ve Orman Bakanlığı'nın Gıda Güvenliği ve Bilgi Sistemi verilerine göre belirlenmiştir. Ankara ilinde bitkisel gıda ürünlerini işleyip ihracat yapan 60 işletme bulunmaktadır. Tüm işletmelerle görüşme yapılması hedeflenirken, bu çalışmaya gönüllü olarak katılan 43 işletme ile araştırma tamamlanmıştır.

Araştırma, Ankara ilinde faaliyet gösteren ve bitkisel gıda ürünleri işleyen işletmelerin ihracat süreçlerinde karşılaştıkları sorunları belirlemeyi ve kalıcı çözüm önerileri geliştirmeyi hedeflemiştir. Bu amaç doğrultusunda, araştırma alanından elde edilen birincil verilere ek olarak, ikincil veriler de kullanılmıştır. İkincil veriler, işletmelerin ihracat sürecindeki gelişimleri ve karşılaştıkları sorunları oransal değişimlerle analiz etmek için kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, mevcut ve toplanan bilgi ve veriler doğrultusunda ihracatta etkili faktörler ve

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

ilişkiler belirlenmiştir. Özellikle, işletmelerin ihracat ve diğer faaliyetlerinde karşılaştığı sorunlara yönelik tutumlarını, davranışlarını ve algılarını değerlendirmek amacıyla 5'li Likert ölçekli soru metodu kullanılmıştır.

Araştırma Bulguları ve Tartışma

İşletmelerin Yönetici ve Personel Durumu

İşletmelerin bir kısmı, faaliyetlerini az kişi ile çok iş prensibini tercih etmektedir. Bir kişinin birden fazla görevinin olması genellikle işletmeler için bir sorun olarak değerlendirilmektedir (Şahin ve Özüdoğru, 2019). Araştırma alanında da benzer durumlara rastlanılmıştır. Genellikle yöneticinin işletme sahibi olduğu profesyonel bir yöneticinin

olmadığı görülmektedir. İşletme sahibinin işletme fonksiyonlarını tek başına üstlenmesi işletmenin geleceğini ve başarısını bir kişinin beceri durumuna bağlı kılmaktadır. Bu durum, işletme sahibinin eğitim seviyesinin ne kadar önemli olduğunu belirtmektedir. İncelenen işletmelerin yönetim durumu ve eğitim düzeyi Çizelge 1'de sunulmuştur. Verilere göre, işletmelerin yaklaşık %86'sı işletme sahibi tarafından yönetilirken, %14'ü profesyonel bir yönetici tarafından yönetilmektedir. İşletme sahiplerinin eğitim düzeyine bakıldığında, yaklaşık %58'inin lisans, %22'sinin lise, %11'inin lisansüstü, %5'inin ön lisans ve %2'sinin ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir.

Çizelge 1. İşletmelerin yönetim durumu ve eğitim düzeyi

	N	(%)
İşletmenin Yönetim Şekli		
İşletme Sahibi	37	86.05
Profesyonel Yönetici	6	13.95
Toplam	43	100.00
İşletme Sahiplerinin Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	2	2.06
Lise	22	22.68
Ön Lisans	5	5.15
Lisans	57	58.77
Lisansüstü	11	11.34
Toplam	97	100.00

Toplam personelin yaklaşık %48'i ilköğretim, %34'ü lise, %4'ü ön lisans, %12'si lisans ve %1'i lisansüstü eğitime sahiptir (Çizelge 2). İşletmelerde çalışan personelin neredeyse yarısının ilköğretim mezunu olması, işletmelerde işçi statüsünde çalışan personel sayısı ile doğrudan ilişkilendirilebilir.

Çizelge 2. İşletmelerde çalışan personelin öğrenim durumuna göre dağılımı

Öğrenim Durumu	N	(%)
İlköğretim	1 180	48.03
Lise	837	34.07
Ön lisans	112	4.56
Lisans	294	11.96
Lisansüstü	34	1.38
Toplam	2 457	100.00

Dış piyasalara açılmak isteyen işletmelerin, konuya vakıf ve yabancı dil bilen personele

ihtiyaçları vardır. Araştırma kapsamındaki işletmelerde, toplam çalışanların yalnızca %7.89'unun yabancı dil bildiği belirlenmiştir. Yabancı dil bilenlerin çoğunluğu (%79.90) lisans düzeyinde eğitim almıştır. Bu kişilerin yaklaşık %13'ü lisansüstü, %6'sı lise ve %1'i ön lisans mezunudur. Yabancı dil bilen çalışanların %63'ü erkeklerden, %37'si ise kadınlardan oluşmaktadır. Bu verilere göre, işletmelerde yabancı dil bilen personelin genellikle lisans düzeyinde eğitim aldığı ve çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu görülmektedir.

İşletmelerin Üretim Durumları

Gıda sanayinde kullanılacak hammaddenin büyük bir kısmını tarım sektöründen temin edilmektedir. Ancak tarımsal ürünlerin hızla bozulabilme özelliği, işletmeleri hammaddeyi

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

mümkün olan en kısa sürede temin etme zorunluluğuyla karşı karşıya bırakmaktadır. Ayrıca bu işletmelerin hammaddeye yakın konumlanması, ekonomik avantajlar sağlayabilmektedir. Araştırma alanındaki işletmelerin hammaddelerini temin etme yöntemlerine bakıldığında, işletmelerin yaklaşık %59'unun hammaddeyi diğer illerden, %23'ünün il içinden, %15'inin yurt dışından ve %2'sinin kendi üretimlerinden temin ettiği görülmektedir (Çizelge 3). Ankara'daki bitkisel gıda ürünleri işleyen ve ihraç eden işletmelerin çoğunluğu, hammadde ihtiyaçlarını diğer illerden karşılamaktadır. İl içinden temin edilen

hammadde miktarının yetersiz olduğu göz önüne alındığında, bu durumun işletmeler için maliyet ve zaman açısından dezavantajlar oluşturabileceği düşünülmektedir.

İşletmelerin hammaddeleri temin etme yöntemlerine bakıldığında yaklaşık %63'ünün hammaddeyi peşin, %26'sının ise vadeli olarak aldığı belirlenmiştir. Ayrıca işletmeler düşük oranlarda sözleşmeli alım da yapmaktadır (Çizelge 3).

İşletmelerin hammadde temininde kullandığı finans kaynakları incelendiğinde yaklaşık %76'sı öz sermayeyi, %24'ü ise kredi kullanmayı tercih etmektedirler (Çizelge 3).

Çizelge 3. İşletmelerin hammadde durumu

		(%)
Hammadde temin yerlerinin dağılımı	İl içinden	23.14
	Diğer illerden	58.92
	Kendi üretiminden	2.60
	Yurt dışından	15.34
Hammadde temin etme yöntemi	Peşin alım	63.16
	Vadeli alım	26.32
	Sözleşmeli alım	8.77
	Diğer	1.75
Hammadde temininde kullanılan finansal kaynakların dağılımı	Öz sermaye	75.82
	Kredi	24.18

İncelenen işletmelerin neredeyse yarısı modern teknolojiye geçiş yapmayı tercih ederken (%49), %47'si modern teknolojiyi zaten kullanmakta ve sadece %5'i geleneksel yöntemlerle üretim yapmaktadır (Çizelge 4). Bu verilere göre, işletmelerin çoğunluğunun modern teknolojiyi tercih ettiği ve bu alanda geçiş sürecinde oldukları görülmektedir.

Çizelge 4. İşletmelerin teknoloji durumu

	(%)
Geleneksel	4.65
Modern	46.51
Modern teknolojiye geçiş	48.84

İşletmelerin bazıları hammadde temininde ciddi sorunlar yaşamaktadırlar. Sınırlı sermaye nedeniyle hammadde tedariki düşük miktarlarda gerçekleşmekte ve zamanında ulaştırılamamaktadır. Bu sorun özellikle yurt dışından tedarik edilen hammaddelerde daha belirgin hale gelmektedir. Ek olarak, temin

edilen hammaddelerin istenilen kalite düzeyinde olmadığı ve beklenenden daha uzun sürede ulaştığı gözlemlenmektedir. Bu durum, ürün sevkiyatlarının gecikmesine ve standartlaşmamış, düşük kaliteli ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Üretim maliyetleri de başka bir sorun alanıdır. İşletmeler, hammadde fiyatlarını düşük tutmak isterler ve genellikle düşük fiyatlı ürünleri tercih ederler. Ancak bu durum kaliteli ürünlerin talep görmesini engelleyebilmektedir. İşgücüne dayalı üretim anlayışı da maliyetleri düşürmeyi zorlaştırabilmektedir. Bu nedenle, yeni teknolojik yatırımların önemi artmaktadır (Şahin ve Özüdoğru, 2019). İşletmeler, çözülemeyen sorunlar nedeniyle tam kapasiteyle çalışamamakta ve sipariş hacimleri düşmektedir. Kapasite kullanım oranlarına ilişkin dağılımı gösteren Çizelge 5'e göre işletmelerin çoğunluğu (%67), üretim kapasitesinin %50 ile %75 arasında olduğunu belirtirken, %26'sı ise %75 ile %100 arasında kapasiteyle çalıştıklarını

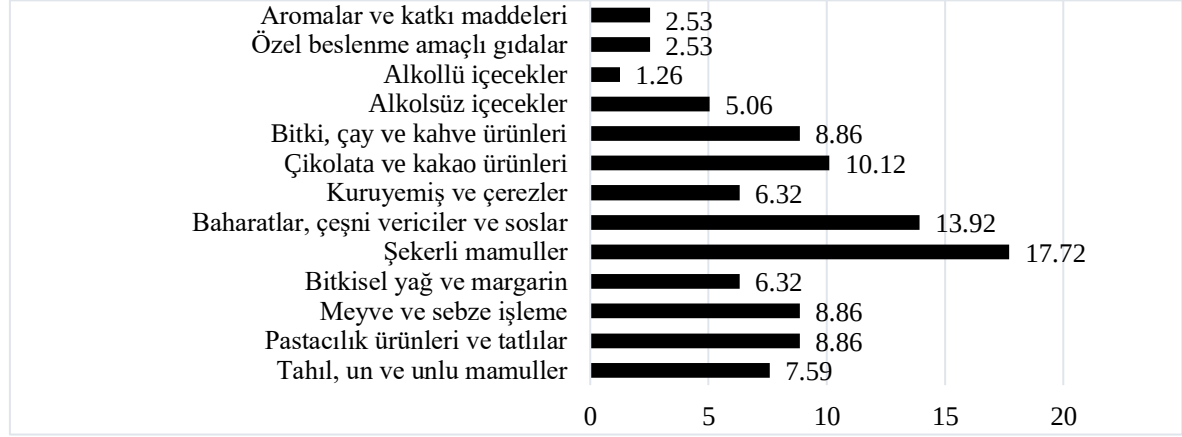
Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

ifade etmektedir. Sadece 3 işletme ise %50'nin altında kapasite kullanmaktadır. İşletmelerin bazı dönemlerde ürün üretimi aşamasında finansman eksikliği yaşadığı üretilen ürünlerde ise pazarlama sorunları ile karşılaştığı belirlenmiştir. Ayrıca işletme binasının durumu ve konumu, kullanılan makinalar gibi yetersiz üretim koşulları kapasite kullanımını etkileyen önemli etmenler arasında yer almaktadır.

Çizelge 5. İşletmelerin kapasite kullanım oranı (%)

	N	(%)
0 - 25	1	2.33
25 - 50	2	4.65
50 - 75	29	67.44
75 - 100	11	25.58
Toplam	43	100.00

Şekil 1. İşletmelerin alt faaliyet konularına göre dağılımı (%)



*Birden fazla yanıt işaretlenmiştir.

İşletmelerin alt faaliyet konularına göre dağılımı Şekil 1'de verilmiştir. İşletmeler, üretim faaliyetlerini sürdürürken birden fazla alt faaliyet konusunda ürünler üretebilmektedirler. İncelenen işletmelerin yaklaşık %18'lik bir oranla en çok tercih ettiği ürün grubu, şekerli mamuller olarak belirlenmiştir. İşletmelerin alt faaliyet konularına göre dağılımı ise şu şekildedir: %14 baharatlar, çeşni vericiler ve soslar, %10 çikolata ve kakao ürünleri, %9 pastacılık ürünleri ve tatlılar, %9 meyve ve sebze işleme, %9 bitki, çay ve kahve ürünleri, %8 tahıl, un ve unlu mamuller, %6 bitkisel yağ ve margarin, %6 kuruyemiş ve çerezler, %5 alkolsüz içecekler, %3 özel beslenme amaçlı gıdalar, %3 aromalar ve katkı maddeleri ve %1 alkollü içeceklerdir.

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin üretim sorunlarıyla ilgili tutum ve davranışları 5'li Likert ölçeğinde değerlendirilmiştir. İşletmeler, vergilerin yüksekliğine (ortalama:

4.21) ve kalifiye eleman bulunamamasına (ortalama: 3.53) en çok katıldıklarını belirtmişlerdir. Ürün bedellerinin geç ödenmesi (ortalama: 3.28), gerekli kalitede hammadde bulunamaması (ortalama: 3.05), gerekli miktarda hammadde yetersizliği (ortalama: 2.88), ürün kalitesi düşüklüğü (ortalama: 2.84) ve ürün pazarlama ağı yetersizliği (ortalama: 2.56) konularına ise kararsız oldukları tespit edilmiştir. İşletmelerin yanlış kuruluş yeri seçimi (ortalama: 2.49) ve kapasite kullanım oranı düşüklüğüne (ortalama: 2.21) katılmadıkları belirlenmiştir (Çizelge 6).

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

Çizelge 6. İşletmelerin üretim sorunlarıyla ilgili tutum, davranış ve algıları

	Likert Ortalama	(%)
Ürün kalitesinin yetersizliği	2.84	56.8
Gerekli miktarda hammadde yetersizliği	2.88	57.6
Kaliteli hammaddenin 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
Pazarlama ağının yetersizliği	2.56	51.2
Yüksek vergiler	4.21	84.2
Kuruluş yerinin seçimindeki yanlışlıklar	2.49	49.8

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

İşletmelerin Pazarlama Durumları

İşletmeler için pazarlama, özellikle doğal ve ekonomik krizlerin dünya pazarını daraltmasıyla, hayati bir öneme sahip hale gelmiştir. Modern teknoloji ve Ar-Ge çalışmalarıyla üretilen kaliteli mal ve hizmetlerin, etkili bir pazarlama ile sunulmaması durumunda elde edilecek kazanç oldukça düşük olabilir (Özgen ve Doğan, 1997).

İncelenen işletmelerin çoğunluğu (%55), ulusal düzeyde faaliyet gösterirken, %32'si uluslararası pazarda ve %13'ü ise bölgesel düzeyde faaliyetlerini sürdürmektedir (Çizelge 7). Dolayısıyla, Ankara'daki bitkisel gıda ürünü işleyen ve ihraç eden işletmelerin yaklaşık %55'i kendilerini ulusal olarak tanımlamaktadır. Ancak ürünlerin markalaşması ve daha fazla

ekonomik getiri sağlanabilmesi için uluslararası pazarın etkin bir şekilde kullanılması önemlidir. Reklam, bu markalaşma sürecinde kritik bir role sahiptir, çünkü dünya çapında erişim sağlayabilir. Ancak bazı işletmeler, bu fırsatı kullanmak yerine reklam harcamalarını gereksiz bulmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin yaklaşık %74'ü reklam yaparken, %26'sının reklam yapmadığı belirlenmiştir. Reklam yapan işletmelerin %36'sı eşantiyon dağıtımını tercih ederken, aynı oranda (%36) çeşitli diğer kanalları kullanmayı tercih etmektedir (pano, katalog, broşür, sosyal medya, borsa). %18'i radyo ve televizyon reklamlarını tercih ederken, %10'u ise dergi ve gazete gibi geleneksel reklam kanallarını tercih etmektedir (Çizelge 7).

Çizelge 7. İşletmelerin faaliyet alanları ve reklam durumları

	(%)
Faaliyet alanı	Bölgesel
	Uluslararası
	Uluslararası
Reklam yapma durumu	Evet
	Hayır
Reklam kanalı	Dergi, gazete vb.
	Radyo, televizyon
	Eşantiyon
	Diğer

İncelenen işletmelerin çoğunluğu (%53), karayolu taşımacılığını tercih ederken, yaklaşık %45'i denizyolu taşımacılığını, %1'i ise havayolu taşımacılığını tercih etmektedir. Demiryolu taşımacılığı tercih edilmemiştir (Çizelge 8). İhracat ürünlerinin taşınmasında işletmelerin en çok tercih ettiği yöntemler

arasında karayolu ve denizyolu taşımacılığı yer almaktadır ve bu iki kullanım oranı birbirine oldukça yakındır. Türkiye'nin denizlerle çevrili olması, denizyolu taşımacılığının tercih edilmesini desteklemektedir. Ayrıca ilerleyen dönemlerde denizyolu taşımacılığının coğrafi konumunun avantajını daha da artırması

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

beklenmektedir. Havayolu taşımacılığının az tercih edilmesindeki ana neden maliyetlerin yüksek olmasıdır. Öte yandan, demiryolu taşımacılığının tercih edilmemesinin sebebi, ürünlerin muhafaza şartlarının sağlanmasındaki zorluklardır.

Çizelge 8. İşletmelerin ihrac ürünlerinde ulaşım tercihleri

Ulaşım tercihi	(%)	Ülkeler
Karayolu	53.49	Gürcistan, Bosno Hersek, Kosova, Moğolistan, Ürdün, Dubai, İsviçre, Avusturya, Afganistan, Çin, Libya, Belçika, Sırbistan, Mısır, Rusya, İran, Bulgaristan, Azerbaycan, İngiltere, Macaristan, Irak, Türkmenistan, Hollanda, Almanya, Fransa
Denizyolu	45.19	Kuveyt, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Katar, Güney Kore, Fas, İsrail, Çin, Libya, Cezayir, Lübnan, Ukrayna, Yemen, Umman, İtalya, Tayvan, Fransa, Avusturya, İspanya, Brezilya, Malezya, Bahreyn, KKTC, ABD, İngiltere, Kanada, Dubai
Havayolu	1.32	Irak, Çin, Japonya, ABD, Rusya
Demiryolu	-	-

Pazarlama kanalları, müşterilere ürünlerin istedikleri yerde ve zamanda, istedikleri şekilde ulaştırılmasını sağlayarak, aynı zamanda ürünler hakkında detaylı bilgiye erişim ve müşteri gereksinimlerinin karşılanmasında rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu durum, alıcıların memnuniyetini artırırken, işletmelerin piyasadaki konumunu güçlendirmektedir (Demirel, 2020). İşletmeler, dağıtım kanalı seçiminde dikkatli olmalı, hedef pazarın dağıtım yapısını iyi bilmeli ve bu yapıyı etkin bir şekilde denetlemelidir. Kara, hava, demiryolu, deniz taşımacılığı, internet ve boru hattı, uluslararası dağıtımda sıkça kullanılan yöntemler arasındadır (Keegan ve Green, 2015).

İşletmelerin Ekonomik ve Finansal Durumları

İşletmelerin ekonomik ve finansal durumu, işletmenin büyüme ve fırsatları gerçekleştirme yeteneği açısından kritik öneme sahiptir. Özellikle kuruluş aşamasındaki işletmelerin yetersiz öz sermayesi, büyüme ve yeni fırsatları değerlendirme konusunda zorluklar yaşamalarına neden olabilmektedir. Banka kredileri, bu tür işletmeler için yaygın bir finansman kaynağı olmasına rağmen, yüksek faiz oranları ve ağır teminat gereksinimleri gibi zorluklarla karşılaşabilmektedir (Müslümov, 2002). Araştırmaya göre, incelenen işletmelerin yaklaşık %63'ü kredi kullanırken, %37'si kullanmamaktadır. Kredi kullanan işletmelerin çoğu (yaklaşık %93) bu kredileri bankalardan

sağlarken, az bir kısmı (yaklaşık %7) KOSGEB aracılığıyla kaynak bulmaktadır. Kredi kullanmayan işletmelerin çoğu (%45) öz sermayesinin yeterli olduğunu belirtirken, diğerleri yüksek faiz ve ağır teminat şartlarından dolayı kredi kullanmaktan kaçınmaktadır (Çizelge 9).

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

Çizelge 9. İşletmelerin kredi kullanma durumları

	İşletme Sayısı	(%)
Kredi kullanımı		
Evet	27	62.79
Hayır	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
Kredi kullanımındaki artış		
Arttı	15	55.56
Artmadı	12	44.44
Toplam	27	100.00
Kredi kullanılmama sebepleri		
Öz sermayenin yeterliliği	10	45.45
Kredi faizlerinin yüksekliği	7	31.82
Teminat şartlarının ağırlığı	5	22.73
Kredi veren kurumun az olması	-	-
Toplam	22	100.00

*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

İşletmelerin toplam ciroları içinde ihracatın payının dağılımını gösteren Çizelge 10'a göre, incelenen işletmelerin çoğunluğu (%1-%5 aralığında) ihracatın ciro içindeki payının düşük olduğunu göstermektedir. Ayrıca, dokuz işletme (%6-%10 aralığında), sekiz işletme (%11-%25 aralığında), yedi işletme (%26-%50 aralığında) ve sekiz işletme ise (%51 ve üzeri) daha yüksek ihracat payına sahiptir. Bu verilere göre, Ankara ilindeki işletmelerin çoğunluğunun genellikle yurt içi piyasaya odaklandığı söylenebilmektedir.

Çizelge 10. İşletmelerde ihracatın toplam ciro içindeki payları

	N	(%)
%1 - 5	11	25.58
%6 - 10	9	20.94
%11 - 25	8	18.60
%26 - 50	7	16.28
%51 ve üzeri	8	18.60
Toplam	43	100.00

Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin giderlerinin dağılımına bakıldığında, üretim giderleri yaklaşık %65'ini, yönetim giderleri %28'ini ve reklam ve tanıtım giderleri ise %7'sini oluşturduğu görülmüştür (Çizelge 11).

Çizelge 11. İşletme giderleri dağılımı

	(%)
Üretim giderleri	65.07
Yönetim giderleri	28.07
Reklam ve tanıtım giderleri	6.86

İşletmelerin İhracat Faaliyetleri

İncelenen işletmelerin büyük çoğunluğunun (yaklaşık %74) ihracata yönelik bir departmanı olduğu belirlenmiştir, ancak %25'i bu tür bir departmana sahip değildir. Araştırma kapsamında 41 işletmenin ihracat faaliyetlerini sürdürdüğü ve bu işletmelerin dış ticarete yönelik mevzuat bilgisine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak 2 işletmenin bu konuda bilgisi olmadığı gözlemlenmiştir.

İncelenen işletmelerin HS-2 kategorisine göre en çok ihracat yaptığı ürün gruplarının dağılımına bakıldığında, işletmelerin en fazla şeker ve şekerli mamuller ürün grubunu ihraç ettiği, en az ihraç ettiği ürün grubunun ise kakao ve kakao müstahzarları olduğu görülmektedir. Bu durum, işletmelerin alt faaliyet konularıyla birlikte değerlendirildiğinde, incelenen işletmelerin yaklaşık %10'unun çikolata ve kakao ürünleri üretimi yaptığı, ancak bu ürünlerin ihracata yansımadağı görülmektedir. Dolayısıyla,

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

çikolata ve kakao ürünleri üretiminin daha çok yerel pazarlara yönelik olduğu söylenebilir. Türkiye'de ihracat yapılması yönünde işletmelere önemli teşvik fırsatları sunulmasına rağmen, işletmecilerin bu teşviklerden yeterince faydalandığı söylenemez (Ay ve Talaşlı, 2007). İşletmelere ihracat teşviklerinden faydalanıp faydalanmadıkları sorulduğunda, işletmelerin

yaklaşık %56'sının bu tür teşviklerden faydalanmadığı, %44'ünün ise faydalandığı belirtilmiştir. Teşviklerden faydalanan 19 işletmenin çoğunluğu, Ticaret Bakanlığı ve KOSGEB tarafından sağlanan teşviklerden yararlanmaktadır. Ancak bu işletmelerin yaklaşık %74'ü, aldıkları teşviklerin yetersiz olduğunu düşünmektedir (Çizelge 12).

Çizelge 12. İşletmelerin ihracat teşvik durumu ve kaynakları

	İşletme Sayısı	(%)
İhracat Teşviki Alma Durumu		
Evet	19	44.19
Hayır	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
Teşvik yeterlilik durumu		
Yeterli	5	26.32
Yeterli değil	14	73.68
Toplam	19	100.00

*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir.

İşletmelerin İhracat Sorunları

Öztürk ve vd. (2004), “Yaş Meyve Sebze İhracatçı Firmalarının Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri” isimli çalışmalarında Bursa, Antalya, Trabzon, Mersin, Adana, 7 Hatay ve İzmir illerinde yaş sebze ve meyve ihraç eden 66 firma ile anket yolu ile toplanan verileri değerlendirmişlerdir. Yaş meyve ve sebze ihracatı faaliyetinde bulunan firmaların karşılaştıkları sorunları üretim, üreticiler ve ihracat yapan firmalardan kaynaklanan sorunlar olarak ele almışlardır. İhracat yapan firmalar ile ilgili sorunlar 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. 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

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

geliştirilmesi ve finansman yetersizliği sorunu için kredi maliyetlerinin düşürülerek işletmelere uygun şartlarda uzun vadeli ve düşük faizli kredinin sağlanmasının gerektiği belirtilmiştir. 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. 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. 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. Yapılan çalışmalarda işletmelerin karşılaştığı sorunlar sıklıkla ifade edilmiştir. Araştırma kapsamında incelenen işletmelerin ise ihracat faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunlar tespit etmeye yönelik tutum ve davranışlarını değerlendirmek üzere 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır (Çizelge 13).

İşletmelerin en önemli sorunlarından biri, işgücü maliyetlerinin yüksekliğidir (3.77). Özellikle tazminat ücretleri, sosyal sigorta işveren payı, vergiler, mesai ücretleri ve sosyal yardımlar gibi faktörler işgücü maliyetlerini artırmaktadır. Aynı şekilde, işletmelerin nitelikli personel bulamamaları (3.51), mesleki ve teknik eğitim yetersizliği, tecrübe eksikliği ve değişimlere uyum sağlayamama gibi sebeplerden kaynaklanmaktadır.

İşletmeler, ürün temini (3.00), üretim kapasitesi (2.74) ve ödeme ile ilgili sorunlar (3.47) konusunda kararsızdır. Modern üretim teknolojisi yetersizliği (2.49) ve depolama sorunlarına (2.28) ise genel olarak katılmamaktadırlar.

Ancak işletmeler, rekabet edebilme sorunu (3.12), dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği (2.56), uluslararası fuar ve sergilere katılım sorunu (3.44), reklam ve satış geliştirme sorununu (3.35) ciddi bulmaktadırlar. Ayrıca öz sermaye yetersizliği, yüksek kredi faizleri ve ağır teminat şartları gibi finansman sorunlarını (3.60) önemli bulmaktadır.

İşletmeler ayrıca, ulusal ve uluslararası ekonomilerdeki fiyat dalgalanmalarından (4.33) ve lojistik maliyetlerin yüksekliğinden (4.02) ve navlun hizmetlerinin maliyetinden (4.28) ciddi şekilde etkilenmektedirler. İhracat sürecinde

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

sağlanan teşviklerin yetersiz olduğunu düşünmektedir (3.60). Son olarak, işletmeler, pandemi (COVID-19) nedeniyle yaşanan sorunlar (3.44), mevzuat sorunları (3.42), Ar-Ge sorunları (3.28),

bürokratik sorunlar (3.23) ve ihracat işlemlerinin uzun sürmesi sorunlarına (3.12) kararsız kalmışlardır. Bu sorunlar, ihracat faaliyetlerini etkileyen önemli faktörler olarak görülmektedir.

Çizelge 13. İşletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlara yönelik tutum, davranış ve algıları

	Likert Ortalama	(%)
İhracat teşviklerinin yetersizliği	3.60	72.0
İşgücü maliyetlerinin yüksek olması	3.77	75.4
Nakliyyede yaşanan problemler	4.02	80.4
Finansman yetersizliği	3.60	72.0
Döviz kuru değişimleri	4.33	86.6
Ödeme sorunları	3.47	69.4
Rekabet 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 kaynaklı sorunlar	3.42	68.4
Ar-Ge sorunları	3.28	65.6
Ürün temininde yaşanan 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 işlemlerin uzun sürmesi	3.12	62.4
Bürokratik sorunlar	3.23	64.6
Pandemi (Covid-19) nedeniyle yaşanan sorunlar	3.44	68.8

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

Sonuç

Günümüzde küresel düzeyde artan rekabet ve üretim, arz ve talepteki değişimler kadar pazarlama konularının da önemini artırmaktadır. İşletmeler, dünyanın her yerine ulaşma fırsatı sunan reklam ve tanıtım faaliyetlerine daha fazla kaynak ayırarak ve etkin kullanarak rekabet avantajı elde etmeye çalışmaktadır. Bu nedenle özellikle büyük ölçekli işletmelerin, pazarlama, reklam, tanıtım, sergi ve fuar gibi faaliyetleri yürütmek için ihracat birimleri bulundurması gerekmektedir. Bu eğilim, gelecekte araştırma yapmayı planlayan işletmeler için de geçerlidir. Ayrıca, dış pazarlara açılan işletmelerin nitelikli personellerden oluşan uzman ekipler oluşturması ve ihracatı artırma hedefleri doğrultusunda çalışmalar yürütmesi önemlidir. Personelin dış pazarlarla ilgili bilgi ve deneyim sahibi olması için seminer, kurs ve eğitimlere

katılması teşvik edilmeli, ilgili kurum ve kuruluşların yayınları takip edilmelidir. İşletme içinde özellikle ihracat biriminde çalışan personellere yabancı dil eğitimi sağlanması gerekmektedir. Küresel rekabet koşullarında işletmelerin profesyonel yönetici anlayışını benimsemesi ve yöneticilerin eğitim olanaklarından faydalanması tavsiye edilmektedir.

İşletmelerin yaklaşık %59'u, üretim aşamasında kullandıkları hammaddeyi farklı illerden tedarik etmektedir. Tarımsal ürünlerin kısa sürede bozulabileceği göz önünde bulundurularak, ürünlerin soğuk zincir sağlanarak frigorifikli araçlarla taşınması gerekmektedir. Hammaddeyle ilgili olası sorunların önüne geçebilmek için üretilen ürünün türüne göre fizibilite çalışmaları yapılmalı, nakliye ve tedarik konuları detaylı bir şekilde araştırılmalıdır.

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

Yüksek işgücü maliyetleri, kayıt dışı istihdamı artırırken aynı zamanda işletmelerin yatırımlarını kısıtlamaktadır. Bu durum, işletmelerin finansal kaynaklarını ihracat faaliyetlerinde kullanmalarını engellemektedir. Gıda sanayi işletmeleri, emek yoğun üretimlerinden dolayı düşük maliyetli işgücüne ihtiyaç duymakta ve yatırımlarını maliyeti daha düşük olan ülkelerde gerçekleştirmeyi tercih etmektedir. Bu nedenle, işgücü maliyetlerinin azaltılması için vergi yükünün hafifletilmesi ve istihdamı teşvik edici önlemler alınması gerekmektedir. Ayrıca işletmelerin maliyet artışlarından kaçınmaları için kalifiye personel istihdam etmeleri, modern teknolojiye geçiş yapmaları ve Türkiye İş Kurumu'nun sunduğu desteklerden yararlanmaları önemlidir. İşletmelerin finansman kaynaklarını kredi ve öz sermaye oluştururken yaklaşık %63'ü kredilerden, %37'si ise öz sermayelerinden karşılamaktadır. Genellikle kredi kullanan işletmeler, bankalar ve KOSGEB gibi kuruluşlar aracılığıyla kredi ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Kredi kullanmayan işletmelerin yaklaşık %55'inin kredi faizlerinin yüksekliği ve teminat şartlarının ağır olması nedeniyle kredi kullanmadığı tespit edilmiştir. Kredi faizlerinin düşürülmesi ve geri ödeme koşullarının uzun vadede kolaylaştırılması gibi önlemler alınarak, işletmelere ihracat faaliyetlerini destekleyici bir ortam sağlanabilir. Ayrıca, Türk Eximbank gibi kuruluşlardan kredi kaynağı oluşturulması da alternatif bir çözüm olabilir. İşletmeler, ihracat amaçlı ürettikleri ürünlerin lojistiğinde hızlı, güvenilir ve düşük maliyetli taşıma yöntemlerini tercih etmelidirler. Ankara ilinde faaliyet gösteren ihracat yapan işletmeler, genellikle yakın mesafedeki ve deniz limanına sahip olmayan ülkelere karayolu taşımacılığını tercih etmektedir. Limanı bulunan ülkelerde ise karayolu ve denizyolu taşımacılığı tercih edilmektedir. Hava yolu taşımacılığının maliyetlerinin yüksek olması daha az tercih edilmesine neden olmaktadır. Uzun mesafeli taşımacılıkta maliyetleri azaltmak için denizyolu-demiryolu kombine taşıma sisteminin geliştirilmesi faydalı olabilir. Navlun hizmetlerinin yüksek maliyeti, işletmelerin ürünlerini yurt dışındaki pazarlara ulaştırma maliyetlerini artırmaktadır. Bu maliyetleri

azaltmak için gümrük vergilerinin düşürülmesi, lojistik danışmanlığının geliştirilmesi ve kara, deniz, hava ve demiryolu taşımacılığı altyapısının güçlendirilmesi gerekmektedir. İşletmelerin yaklaşık %56'sı ihracat teşviklerinden yararlanmamaktadır. İhracata yönelik teşvikler, işletmelerin rekabet güçlerini artırmak ve ihraç pazarlarını genişletmek açısından önemlidir. Ancak teşviklerden yararlanan işletmelerin yaklaşık %74'ü bu teşvikleri yetersiz bulmaktadır. İhracatın artırılması için teşviklerin çeşitlendirilmesi ve artırılması gerekmektedir. Ayrıca işletmelerin, teşvikler hakkında bilgi almak ve kullanmak için Ankara'daki sivil toplum kuruluşları, sanayi ve ticaret odaları ve resmî kurumlarla iş birliği yapmaları faydalı olabilir. İşletmeler, tüketicilerin alışkanlıklarını anlamak ve yorumlamak için düzenli olarak anket çalışmaları yapmalıdır. Bu veriler ve analizler, Ar-Ge ve inovasyon çalışmalarına odaklanmak, tüketici taleplerine göre ürün çeşitliliğini artırmak ve yeni ürünler geliştirmek için kullanılmalıdır. Bu yaklaşım, mevcut ihracat potansiyelini artırırken, hedeflenen pazarlarda talep edilen ürünleri sunarak pazar ağını genişletmeye ve ihracat değerini artırmaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. İşletmelere mevzuat konusunda bilgi ve eğitim sağlanmalı ve mevzuat değişiklikleri hakkında düzenli olarak bilgilendirilmelidirler. Bu yaklaşım, ihracat sürecinde olası sorunların önlenmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Kaynaklar

- Anonim. (2019). Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, Gıda ve İçecek Sektörü Raporu, <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari-mu0303011411> Erişim Tarihi:08.05.2020.
- Anonim. (2024). Dış Ticaret İstatistikleri. Türkiye İstatistik Kurumu Veri Tabanı, <https://biruni.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul>. Erişim Tarihi: 22.05.2024.
- Anonymous. 2024. Web sitesi: <https://comtrade.un.org/>. Erişim Tarihi: 21.05.2024

Ankara İlinde Bitkisel Ürün İşleyen ve İhracatında Bulunan Gıda Sanayi İşletmelerinin Yapısı ve Sorunları Üzerine Bir Araştırma

- 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.
- 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 Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, 133, 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.
- 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*, 13 (2): 279-290.
- Kırdar, Y. 2005. Dış pazarlara yönelme nedenleri ve stratejileri (Coca-Cola Örneği). *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 233-245.
- KOSGEB. (2003). KOSGEB-Avrupa Eğitim Vakfı Araştırması Projesi Raporu, Türkiye’de KOBİ’ler için eğitim hizmetleri pazarı, kobi-ler-icin-egitim-hizmetleri-pazari.html Erişim Tarihi: 18.10.2021 Ankara.
- Müslümov, A. (2002). 21. Yüzyılda Türkiye’de KOBİ’ler: sorunlar, fırsatlar ve çözüm önerileri, Doğu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 88, İstanbul.
- 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.
- Paçaman, H. E. (2010). Türkiye’deki işletmeler için ihracatın önemi, sorunları ve çözüm önerileri. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme MBA Yüksek Lisans Programı, 110, İstanbul.
- Şahin, B. D. ve Özudoğru, H. (2019). KOBİ’lerde üretim ve pazarlama sorunları: Ostim örneği. *Üçüncü Dergi Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 320-333.
- Ulaş, F. 2004. Van ilindeki tarıma dayalı sanayi işletmelerinin çalışma alanları, sosyoekonomik 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, Tokat.