

Küresel düşünmek, dünyayı bir pazar olarak algılamaktır. Dünyanın bir ucundaki kasabada yer alan işletmenin ihracat yaparak dünya markası haline gelmesi üzerine anlatılan başarı öykülerindeki gibi bölgesel ihracat oranlarının artırılarak ekonomik bir odak noktası haline gelmek de kalkınma açısından önem arz etmektedir.

Kalkınma, salt ekonomik bir olgu olan büyümeden farklı olarak toplumun ekonomik, sosyal ve siyasal olarak belli refah seviyesine ulaşılabilmesidir. Ancak kalkınma ivmesinin artırılmasında ekonominin etkisi yadsınamaz. Ekonomik gelişmeden bahsedildiğinde ise uluslararası ticaretin katkıları gündeme gelir:

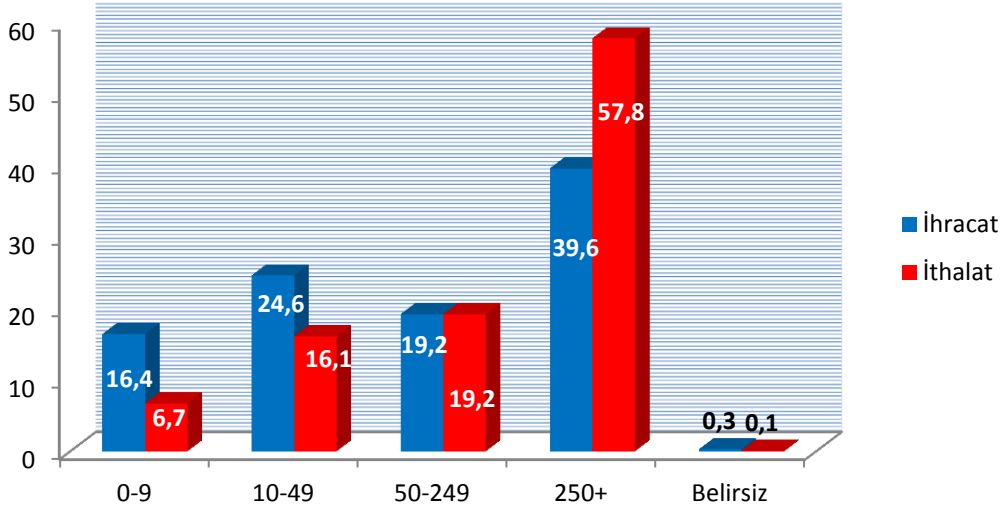
- İhracatın söz konusu olduğu sektörlerde üretim maliyetlerinde azalma olur.
- Döviz sıkıntısı azalır, böylece hammaddenin ithalatı kolaylaşır.
- Yeni teknolojilerin kullanılması ile üretim oranları artar, teknoloji transferi kolaylaşır.
- Ekonomideki diğer sektörleri olumlu etkiler, istihdamı artırır ve sahip olunan pastanın büyümesini sağlar.
- Pazarın genişlemesi, iş hacminin artması, iç piyasaya bağımlılığın azalması söz konusu olurken aynı zamanda işletmeye düzenli para akışı sağlanması, rekabet edebilirliğin güçlenmesi ve karlılığı artırılması sonuçları kendini gösterir.

Rekabetin ulusal düzeyden yerel düzeye kaymasıyla ülkesel rekabetçilik olgusu yerine bölgesel rekabeti gündeme gelmeye başlamıştır. “Sanayi Strateji Belgesi” ile amaçlanan “Avrasya’nın mal ve hizmet üretim üssü” haline gelme vizyonu ihracatın sağladığı önemli getirilerin varlığını kanıtlar niteliktedir.

TR22 Düzey 2 Bölgesi’nin (Balıkesir, Çanakkale) 2008 yılı toplam ihracatı 503 milyon \$ iken bu rakam 2010 yılında 514 milyon \$’a çımıştır. Bölge illeri düzeyine bakıldığında 2009 yılında Balıkesir’in ihracat miktarı yaklaşık 365 milyon \$, 2010 yılında 377 milyon \$ olarak kayıtlara geçmiştir. Çanakkale ise 2009’da yaklaşık 84 milyon \$ ihracat miktarına sahipken 2010 yılında İlde 136 milyon \$’lık ihracat söz konusu olmuştur.

Kasım 2011 yılı resmi ihracat rakamlarına bakıldığında; Balıkesir toplamda 367 milyon \$, Çanakkale 132 milyon \$’ı göstermekte olup bu rakamlar ışığında bölge toplam ihracatı yaklaşık 500 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Bu değerler firmaların vergi kimlik numaralarının bağlı olduğu illere göre belirlenmekte olduğundan Bölgede yer alan büyük ölçekli firmaların merkezlerinin İstanbul’da olması, bölgenin dış ticaret verilerinin olduğundan daha az görünmesine neden olmaktadır.

2010 yılı verilerine göre 48.009 girişim ihracat şeklinde gerçekleşmiştir. İhracatın %60.2’si, ithalatın ise %42.1’i 0-249 kişi çalışan ve KOBİ olarak değerlendirilen girişimciler tarafından gerçekleştirilmiştir.

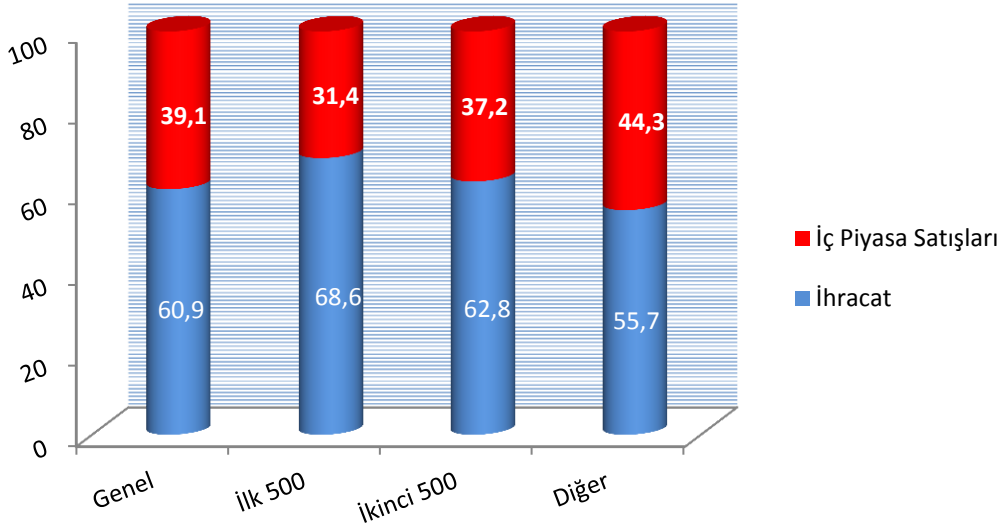


Çalışan Sayısına Göre Dış Ticaret (%)

Kaynak: TÜİK, 2010.

2010 yılı TÜİK verilerine göre ihracatta 0-9 kişiden oluşan mikro işletmelerin payı %16.4 olurken, 10-49 kişiden oluşan küçük ölçekli işletmelerin payı %24.6, 50- 249 kişiden oluşan orta ölçekli işletmelerin payı ise %19.2'dir. Ekonomik yapının önemli aktörlerinden olan işletmeler, rekabetçilikte yerelin ön plana çıkmasıyla daha çok ön plana çıkmaya başlamıştır. Rakamlarla ifade edildiği üzere ihracatın %60,1'inin KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmiş olması bunun göstergelerinden bir tanesidir.

Türkiye İhracatçılar Meclisi tarafından yılın 3. çeyreğine ilişkin yayımlanan aşağıdaki grafikte gösterilen İhracatçı Eğilim Araştırması'na göre araştırma yapılan değişik sektörlerden toplam 509 işletme genelinde Temmuz- Ağustos 2011 döneminde elde edilen cironun %60.9'u ihracat gelirlerinden, %39,1'i iç piyasa satışlarından kaynaklanmaktadır. Yine aynı araştırmada bir önceki yılın aynı dönemine göre işletmelerin %49.5'inin ihracat oranları artış göstermektedir. Bu kapsamda düşünüldüğünde, ihracat oranları yükseldikçe elde edilen gelirler de artan oranda artış göstermektedir.



Temmuz- Ağustos 2011 Döneminde Elde Edilen Ciro Kaynakları (%)

Kaynak: TİM, 2011.

KOBİ'ler ürettikleri mal ve hizmetler ile büyük ölçekli işletmelere karşı rekabet etmelerinin yanı sıra yan sanayii oluşturarak büyük işletmelerin tamamlayıcısı ve destekleyicisi konumuna gelmiştir. Bölgede ihracat yapan KOBİ sayısı istenilen düzeyde bulunmamakta olup KOBİ'lerin ihracattan aldıkları pay ise düşüktür.

Türkiye genelindeki mevcut KOBİ'lerin yarısına yakını ihracat yapmaktayken, bu oran Balıkesir'de %11, Çanakkale'de ise %13'tür. TR22 Düzey 2 Bölgesi 2010 yılı verilerine baktığımızda kişi başına ihracat değeri açısından 26 Bölge arasında 18. sırada yer almaktadır. 2008 yılında ise yine kişi başı ihracat değeri açısından 19. sırada yer almakta idi. İller bazında incelendiğinde de 2010 yılı verilerine göre kişi başı ihracat değerlerinde 81 il arasında Balıkesir 36., Çanakkale 40. sıradadır. Bölgedeki ihracat yapan KOBİ sayısının artmasıyla Bölge gelirlerinin ve kişi başına düşen ihracat değerlerinin artışı söz konusu olacaktır.

KOSGEB tarafından Balıkesir ve Çanakkale illerindeki KOBİ'lerin mevcut durumunun ortaya koyulması amacıyla yapılan çalışmada KOBİ'lerin önemli bir oranının iç pazarlardaki ticari faaliyetler ile tatmin oldukları ve dış ticaret yapma gereği duymadıkları görülmektedir. Nitekim ulusal ve stratejik planlarda da vurgulandığı gibi uluslararası piyasalarda yer alabilmenin en önemli unsurlarından biri dış ticaret bilincinin ve girişimcilik kültürünün yerleşmesidir.

Bölgenin sahip olduğu potansiyel ile uluslararası pazarlarda adını daha çok duyurması, Bölgenin ihracat rakamlarını yükseltecek ve Bölgedeki refah seviyesine olumlu bir şekilde

yansıyacaktır. Nitekim 2011 yılı içinde GMKA tarafından KOBİ'lere yönelik olarak çıkılan İhracat Mali Destek Programı da Bölgedeki bu potansiyelin katma değere dönüştürülmesi amacıyla yönelik olarak planlanmıştır. Bölge ekonomisinin ihracat, Ar-Ge ve yenilikçilik potansiyelinin sürdürülebilir bir şekilde güçlendirilmesinde ve Bölge ekonomisinin daha rekabetçi bir hale gelmesinde katkı sağlamak üzere GMKA tarafından KOBİ'lere 11.000.000TL'lik hibe desteği ayrılmıştır. Çıkılan Mali Destek Programı ile;

- İhracata yönelik olarak ürün çeşitlendirilmesi, hedef pazara girilmesi ve hedef pazar standartlarına uyum sağlanması amacıyla ürünlerin belirli kalite ve standartta üretilmesine
- Dış piyasadaki talebin hızlı ve zamanında karşılanabilmesi amacıyla üretim teknolojisinin veya üretim süreçlerinin geliştirilmesine
- Hedef pazarın araştırılması, hedef pazar standart ve mevzuatının incelenmesi ve uyum sağlanması, ürün sunumunun farklılaştırılması, iletişim ağlarının güçlendirilmesine yönelik projelerin desteklenmesi öngörülmüştür.

Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından Harvard Üniversitesi Profesörü Ricardo Hausmann, MIT öğretim üyesi Cesar Hidalgo ve TEPAV ile birlikte yürütülen “İl İl Dış Ticaret Potansiyeli” isimli çalışmanın genel görünümünü ortaya koymak amacıyla yayımlanan dokümanda TR22 Düzey 2 Bölgesi illerinin ihracat potansiyeline yer verilmektedir. Buna göre iller sıradan olmayan ürünler ihraç eden çeşitliliği yüksek iller, sıradan ürünler ihraç eden çeşitliliği yüksek iller, sıradan olmayan ürünler ihraç eden çeşitliliği düşük iller, sıradan ürünler ihraç eden çeşitliliği düşük iller olmak üzere dört kategoriye ayrılmış olup Balıkesir ve Çanakkale illeri ‘Sıradan Olmayan Ürünler İhraç Eden Çeşitliliği Yüksek İller’ kategorisinde yer almaktadır.

İhracat potansiyelinin değerlendirilmesi açısından performans göstergelerinden biri olan ürün çeşitliliği açısından endeks değeri hesaplanan 76 İl içerisinde ise Balıkesir 13., Çanakkale 23. sıradadır. Bu gösterge ilde ihracata konu olan ürünleri değil, ilde üretilip ihraç edilen ürünleri esas almakta olup çeşitlilik değeri yüksek olan bir ilde, çok sayıda ürünün rekabetçi bir şekilde üretilip ihraç edilebileceğinin de ifadesidir.

Kalkınma; yurttaşların, özel sektörün, sivil toplum kuruluşlarının, kamu kurum ve kuruluşlarının işbirliği ve dayanışma içinde birbirine destek olmasıyla mümkün hale gelir ve ancak o zaman gerçek anlamını bulur. Kalkınmanın katalizörlerinden biri olan ihracat açısından Bölge, yukarıda yer verilen göstergelerden de anlaşıldığı gibi ekonomik olarak önemli bir güce sahiptir. Bu gücün girişimcilik kültürü ve işbirliğinin geliştirilmesiyle açığa çıkarılması ise Bölge açısından asıl gerekli olanıdır.

UZMAN GÖRÜŞÜ

Ülkemizin ihracatı son 10 yıla baktığımızda, küresel krizin etkilerinin hissedildiği 2009 yılı hariç olmak üzere mutlak ve nispi olarak artış gösteren bir grafik çizmektedir. Nitekim 2000 yılı sonunda 28 milyar dolar civarında olan ülke ihracatı 2008 yılında yaklaşık 138 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. 2009 yılında yaşanan krizin etkisiyle düşüş gösteren ihracat grafiğimiz ‘Arap Baharı’ ve Avrupa’daki borç stoku artışına bağlı olarak yaşanan krizlere rağmen 2011 yılı Kasım sonunda 122 milyar dolara ulaşmıştır.

Ülke düzeyinde yaşanan gelişmeler şüphesiz bölgesel düzeyde de etkisini göstermektedir. Küresel bir köy haline dönüşen Dünya’da herhangi bir yerinde kanat çırpın kelebek, başka bir yerinde kasırgaya neden olmaktadır. Özellikle ekonomik sonuçları daha hissedilir olduğu küresel kriz ortamları, bölgesel etkileri ile birlikte bölgesel politikaların şekillenmesine de neden olmakta bu durum yerelin önemini her geçen gün artırmaktadır.

Diyalektik olarak düşünenecek olursak, ulusal ve uluslararası düzeydeki gelişmeler yereli doğrudan etkisi altına alırken, yereldeki değişimler de kendini daha geniş çapta ortaya koymaktadır. Bu kapsamda bölgesel ihracatın artışı, bir yandan bölgenin gelirlerinin artmasını sağlarken diğer yandan bölgenin ulusal düzeyde ekonomik bir güç haline gelmesinde katkı sağlayacaktır.

Türkiye’nin son 10 yılda ekonomi anlamında yakaladığı değişim ve büyümedeki faktörlerden bir tanesi de KOBİ’lerin sahip oldukları potansiyelin farkına vararak üretim kapasitelerini artırıp dünya pazarlarına açılmalarıdır. Bugün ülkemizin pek çok bölgesinde daha fazla ihracatın nasıl gerçekleştirileceği tartışılmaktadır. Bölgemizde ise ihracatın konuşulmasından ziyade hayata geçirilmesi için gerekli olan gücün mevcut olmasına rağmen pazar araştırmaları, pazarlama faaliyetleri, satış ve dağıtım ağı stratejisinin belirlenmesi gibi konularda farkındalığın oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bölgemiz ihracatta ürün çeşitliliği ve sıradanlığı bakımından ülke ortalamasına göre oldukça iyi konumdadır. Bu konudaki eksikliklerimizin giderilmesine yönelik yerelden şekillendirilecek ulusal politikalar ve yürütülecek çalışmalar temelinde Bölge illerinin ihracat konusunda gelişmesiyle Bölge durumunun ve ülke düzeyindeki konumunun artan oranda iyileşmesi sağlanacaktır.

İhraç ürünlerinin gelişmiş ülkeler tarafından ihraç edilen kompleks ürünlerden ne kadar uzaklaştığının göstergesi olan ihracat sofistیکasyonu bakımından ülke ortalamasının altında ancak nitelikli sıçrama kabiliyeti yüksek olan Bölge illerine yeni sektörlerde üretim ve ihracat yapılmasına ve mevcut sektörlerdeki rekabet gücünün artırılmasına yönelik teşvikler sağlanması yerinde olacaktır. Bu kapsamda son zamanlarda yeni nesil teşvikler olarak nitelendirilebilecek yeni bir modelin hayata geçirilmesi gündem maddelerinden bir tanesidir. Bölgenin kalkınma ivmesinin artırılmasına yönelik önemli çalışmalar yürüten ve destekler sağlayan bir kamu kuruluşu olarak Güney Marmara Kalkınma Ajansı da dağıttığı desteklerin

BÖLGEDEKİ İHRACAT VE ÖNEMİ

katma değerinin ve çarpan etkisinin daha da artırılması amacıyla çalışmalarını son hızla sürdürmekte olup önümüzdeki yıllarda hibe kaynaklarının çeşitliliğini artırmayı hedeflemektedir.