

21.YÜZYILA YÖNELİK ULUSAL İHRACAT STRATEJİSİ ÖNERİSİ

Mehmet Atilla Söğüt 1998 ANKARA

HEDEF

Katma değeri yüksek ürünlerin yaygın uluslar arası işbirlikleri ile gerçekleştirilmesi.

ÖNÜMÜZDEKİ BEŞ YIL SONUNDA SAYISAL HEDEFLER

İhracat hacmi 150 milyar dolar ve gayri safi milli hasılanın %25'i.

İthalat 200 milyar dolar.

Turizm ve hizmetlerde 50 milyar dolar ve ödemeler dengesi eşit.

HEDEF FAALİYET ALANLARI

Coğrafi Alanlar:

Yakında doyuma ulaşacak coğrafi alanlardaki etkinliklerimizi sürdürmeye devam ederek bölgesel entegrasyonlar ve dışında kalan yeni coğrafi alanlarda çeşitlenmeye gitmek.

- Avrupa, Rusya, Orta Asya Cumhuriyetleri, Orta Doğu, Afrika, Asya pasifik, Kuzey Amerika ile serbest ticaret anlaşmaları ve re-export benzeri mekanizmalarla, erişilecek yeni ülkeler.

Sektörler:

1. Tekstil sektöründe moda ve markaya geçiş hizmet de dahil olmak üzere diğer sektörlerin paylarını arttırarak çeşitlenmeye gitmek. (Tekstil ihracat hızındaki artış zamanla yavaşlayacaktır.
2. Hizmet sektörü: Telekomünikasyon, Bilişim - Yazılım, Bankacılık
3. Otomotiv ve Otomotiv Yan Sanayi
4. Gıda: İşlenmiş ürünler, nihai ürün, katma değeri yüksek ürünler.
5. Elektronik
6. Savunma sanayi
7. Beyaz ve kahverengi eşya
8. Makine imalatı
9. Toprak ürünleri: Cam, seramik, mermer v.b
10. Kimya

Hedef Pazarlar:

Katma değeri yüksek bilgi yoğun ürünlerle, alım gücü yüksek genç nüfuslu nihai tüketiciye ulaşmak.

21.YÜZYIL'DA ÜLKEMİZİN TİCARİ İLİŞKİLERİNDE ÖNÜNE ÇIKACAK OLAN FIRSATLAR

1. Küreselleşme ve dünya ticaret hacminin artması.
2. Ülkemizin coğrafi konumu ve bu konum çerçevesinde bir çok bölgesel işbirliği oluşturulabilmesi.
3. Avrupa Birliği ile oluşturulan Gümrük Birliği'nin geliştirilebilecek imkanları.

ÖRNEK

- a. ABD ve İsrail ile işbirliği içinde geliştirilebilecek faaliyetler.
 - b. Avrupa Birliği ile oluşturulan Gümrük Birliği sürecinin geliştirilebilme imkanları.
 - c. KEİ bünyesindeki ülkelerle geliştirilen ekonomik ilişkiler.
 - d. Orta Asya ülkeleri ile kurulan işbirlikleri.
 - e. Orta Doğu ülkeleri ile oluşturulabilecek işbirlikleri.
 - f. İslam ülkeleri ile geliştirilme potansiyeli olan işbirlikleri.
1. KOBİ'lerin geliştirilmesi ve desteklenmesinin tüm kesimler tarafından kabul görmesi ve bununla birlikte Anadolu'daki sermaye birikimindeki artış ve buna bağlı olarak sermaye birikimin yatırımlara dönüşmesindeki heyecan.
 2. Ülkemizin genç, nispeten eğitilmiş ve fırsatları değerlendirme heyecanında olan girişimci kesimi ve bu kesime nispeten kurumsal destek vermeye çalışan kamusal yapı.
 3. Kurumsal işbirliği kültürünün gelişmeye başlaması ve bu çerçevede sektörel ve yöresel ortaklıkların hızla ekonomik güç kazanması.

ÖRNEK

- a. Ege Bölgesi Tekstil sanayicilerinin kurduğu ve 19 yan şirketi (Banka, Faktoring, Leasing, Ulaşım v.b. şirketleri) ile ülkemizin en büyük Sektörel Dış Ticaret Şirketi olarak 1 milyar dolar ihracat hacmine ulaşan EGS'nin yaşadığı sorunlardan alınacak derslerle yeni modeller geliştirilmesi
- b. İç Anadolu Bölgesinde iller bazında örgütlenmeye çalışan Anadolu sermayesi.
- c. Doğuya yatırım heyecanı içinde olan yerel insiyatifler,(Doğu Holding,...)

21. YÜZYIL'DA ÜLKEMİZİN TİCARİ İLİŞKİLERİNDE ÖNÜNE ÇIKACAK OLAN TEHDİTLER

1. Ülkemizin 21.yüzyıl'da hedeflediği ticaret hacminin gerçekleştirilmesinin önündeki en önemli engel politik istikrarsızlıktır. Bugün için dünyada %100 enflasyon altında büyük gelir farklılıkları içinde yaşamasına rağmen reel olarak %5 büyüme sağlayabilen, diğer bir deyişle bir mucize yaşayan tek ülke Türkiye'dir.
2. Kurumlar arasındaki derin koordinasyonsuzluk (ortak hedefe varmakta her kurumun aşırı istekli gözükmesi, ancak bu heyecanın koordineli bir şekilde verimli ve etkin hedeflere yönlendirilememesi.)

3. Altyapı yetersizliği. Öncelikle enerji ve ulaşım entegrasyonunun eksikliği (Demiryolu-denizyolu-karayolu- havayolu entegrasyonlarının eksikliği)
4. Uluslararası rekabetin artması, ihracattaki teknik engellerin ortaya çıkması ve ürünler üzerindeki ülkemiz imajının eksikliği. (Made in Turkey ibaresinin kaliteyi temsil edememesi)
5. Dış Ticaret, Kalite, Çevre Mevzuatlarına uyum sıkıntısı, bu konularda kural koyamama veya kurallara uyamama.
6. İşletmelerimizin teknolojik yetersizliği ve iş gücündeki eğitimsizlik.

21. YÜZYIL'DA ÜLKEMİZİN TİCARİ İLİŞKİLERİNDE KUVVETLİ YANLAR

1. Ülkemiz insanının girişimcilik ruhu ve yetişmiş insan gücündeki belirgin iyileşme.
2. İhracat stratejisinin kalkınmadaki öneminin anlaşılması. (Ya ihracat-Ya ölüm sloganının sanayiciler tarafından dile getirilmesi.) Bu stratejinin belirlenmesi durumunda sanayinin uyum gösterme yeteneğindeki yükseklik.
3. İhracatın gelişiminde hizmet sektörünün ve özellikle destek hizmetlerinin yüksek seviyede gelişmişliği. İletişim, bankacılık, turizm sektörlerinde ileri ülkeleri yakalama, komşularımıza göre en başarılı ve üst seviyede yer alma.
4. GAP Projesinin tamamlanma aşamasına gelmesi ve projenin bölgesel gelişmedeki öneminin görülmesi.

21. YÜZYIL'DA ÜLKEMİZİN TİCARİ İLİŞKİLERİNDE ZAYIF YANLAR

1. İşletmelerin içinde bulunduğu finansman darboğazı. (Mevcut finansman kaynaklarının atıl ve verimsiz bir şekilde kamu tarafından kullanılması, yatırım ve ihracat yapmak isteyen işletmelerimize kaynak tedarik edilememesi veya çok pahalı tedarik edilmesi.)
2. İşletmelerimizin teknoloji üretmedeki yetersizliği ve bu yetersizliği karşılamak için gerekli olan bilgi birikimi sürecinin uzun olması.
3. Ülkemiz işletmelerinin ürünlerinde imaj ve marka eksikliđi.
4. Altyapı eksiklikleri . (Enerji ve ulaştırma sorunları ve girdi maliyetlerinin yüksekliği.)
5. İşletmeler tarafından dünyadaki gelişmelerin yeterince izlenememesi, bilgi ve enformasyon eksikliği.
6. Yukarıda belirtilenlerden çok daha önemli olan yanlış ve istikrarsız ekonomik politikalar veya politikasızlık.

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Finansman Zaafıları:

- Finansmanın kullanımının öncelikle kamudan özel sektöre kaydırılması.
- Mevcut finansman kaynaklarının ranttan, yatırım, üretim ve ihracata yönlendirilmesi.
- Ülke alıcı kredilerinin geliştirilmesi.
- İhracat sigorta sistemlerinin, ihracat kredilerinin geliştirilmesi.
- Girdi maliyetlerinin uluslararası değerlere indirilmesi.

Uluslararası Siyasi İlişkilerin Geliştirilmesi:

- Öncelikle sınır komşularımızla karşılıklı taahhütlerimizin yerine getirilmesi suretiyle her boyutta (Siyasi, Ekonomik, v.b.) ilişkilerin düzeltilmesi.
- Öncelikle bölgesel bazda olmak üzere ekonomik ve politik entegrasyonu hedefleyen işbirliklerinin geliştirilmesi.
- a. Avrupa Birliği ile ilişkilerin düzeltilmesi.Aday ülke statüsünün dinamikler yaratması sağlanabilmesi.
- b. Rusya ve Orta Asya cumhuriyetleri ile politik istikrarın sağlanması.
- c. ABD ve Kuzey Amerika pazarının öneminin öne çıkarılması, bu pazarlarda ticari işbirliklerinin geliştirilmesi amacıyla üçüncü ülkelerle (öncelikle İsrail ile) işbirliklerinin geliştirilmesi.
- d. Orta Doğu ülkeleri ve Pasifik ülkelerine yönelik politik işbirlikleri ile desteklenecek ekonomik işbirlikleri oluşturmak.

Teknoloji ve Marka Üretme Yetersizliğinin Giderilmesi:

- Özgün ürün geliştirmek ve özgün marka oluşturmak için teknoloji üretir hale gelmek
- Ulusal innovasyon (yenilik geliştirme) sisteminin kurulması

Girişimcilik:

- Girişimciliğin özendirilmesi ve desteklenmesi için gerekli olan eğitim, finansman ve örgütlenmeden oluşacak üç temel boyutun geliştirilmesi ve bu konularla ilgili yasal düzenlemelerin acilen gerçekleştirilmesi.
- Vasıflı insan gücünün tüm yaşam boyu eğitim felsefesi ile oluşturulması, girişimcilik eğitimi ile ilgili kurumsal yapılanmaların (öncelikle Girişimcilik Enstitüleri'nin) kurulması.
- Girişimciliğin geliştirilmesini sağlayacak finansal yapıların acilen oluşturulması (Risk Sermaye Şirketleri, Kredi Garanti Fonları, ilk iş kurmaya yönelik destek sistemleri).

Tanıtım ve İmaj:

- Made in Turkey ibaresinin kaliteyi temsil etmesi.
- Ülke imajının oluşturulabilmesi için gerekli her boyuttaki (kültürel, bilimsel, medyatik ve ekonomik-politik) faaliyetlerin yürütülmesi.