

AB'YE İHRACAT OLANAKLARI -SEKTÖREL PAZAR ARAŞTIRMALARI - 4 AB KİMYASAL ÜRÜNLER PAZARI



Kimya sanayi ürünleri çok farklı alanlarda kullanılmakta ve farklı sektörler için girdi olarak hizmet vermektedir. Bu sektörler arasında tekstil, deri, kağıt, cam grupları yer almaktadır.

AB ülkeleri kimya sanayinde önemli bir yere sahiptir. İhracatta öne çıkan başlıca ülkeler arasında Almanya, Belçika, Fransa, İngiltere, Hollanda, Japonya ve İrlanda yer almaktadır.

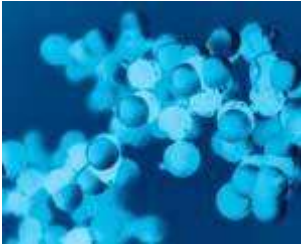
2005 yılı rakamlarına göre dünya kimya sanayi ithalatı 1,383 milyar dolar olarak gerçekleşmiş olup, dünya ithalat rakamlarına bakıldığında ithalatçı ülkelerin aynı zamanda ihracatçı da olduğu görülmektedir. En büyük ithalatçı ülkeler ABD, Almanya, Belçika, Fransa, Çin, İngiltere ve İtalya olarak dikkat çekmektedir.

2005 yılı rakamlarına göre AB ülkelerinin toplam kimyasal cirosu(ihracat ve iç satışlar) 613 milyar Euro'dur. Almanya, Fransa ve İtalya en önemli üretici ülkelerdir. AB ülkelerindeki sanayi firmaları gün geçtikçe satın alma operasyonları dış pazarlara ve gelişmekte olan ülkelere yönlendirmeye başlamışlardır. Hindistan ve Çin de bu anlamda dikkat çekmektedir. Ülkemiz üretici ve ihracatçılarının da bu trendi takip ederek girişimlerde bulunmasında fayda görülmektedir. Ülkemiz kimya sanayi ihracatını ülkeler bazında ele aldığımızda ilk beş ülke sırasıyla, İtalya, Rusya Federasyonu, Almanya, Irak ve ABD yer almaktadır.

İthalat

AB ülkeleri toplam ithalat rakamı 2006 yılı rakamları itibariyle 56,2 milyar dolara ulaşmış, ton bazında da 28,4 milyar dolar olarak bildirilmiştir. Bu rakam içinde gelişmekte olan ülkelere yapılan ithalatın oranının % 7, olduğu tahmin edilmektedir. İnorganik kimyasallar ve boyalar genel olarak artı değeri düşük ürünler olarak değerlendirilmekte olup bu ürünlerin alımı daha çok gelişmekte olan ülkelere yapılmaktadır. Ucuz işgücü imkanları bu ülkeler için bir fırsat yaratabilmektedir.

Pazar Yapısı



Ülkemiz üreticileri içinde sözleşmeli üretim veya fason üretimin iyi işbirliği imkanları sunabileceği düşünülmektedir. Bu tür işbirlikleri için de mutlaka uygun bir ticaret ortağı ile çalışmak gerekmektedir. Fason üretim konusunda işbirliği imkanı bulunamadığı hallerde ithalatçı veya distribütörler kanalı ile satış yolları geçerli olabilmektedir. İthalat veya distribütör kanalı ile satış yapıldığında kar marjından bir ölçüde feragat edilmesi gerekirken birlikte birçok avantaj da elde edilebilmektedir.

Bunlar arasında tahsilat riskinin daha aza indirilmesi, lojistik konularında işbirliği imkanı gelmektedir.

Kimya sektörüne yönelik olarak e-iş imkanları yaratmak üzere bazı platformlar oluşturulmuş ancak bunlar genel olarak ciddi bir başarı sağlayamamıştır. Ürünlerin tam anlamıyla spesifik oluşu ve bu platformlarda yer alan volümlerin düşüklüğü nedeniyle e-ticaret sitelerinde ciddi bir imkan ortaya çıkmadığı ifade edilmektedir.

Dağıtım Kanalları

AB kimyasal pazarını hedefleyen üreticiler için geçerli olabilecek hedef alıcılar şöyle sıralanabilmektedir.

- Doğrudan sanayideki üreticiye satış
- İthalatçı veya distribütör kanalıyla satış
- Acente aracılığı ile satış
- Üreticinin temsilciliği aracılığı ile satış
- Aracılı satış
- Fason üretim
- E-Ticaret



Bu kanallar arasında en öne çıkanlar acente, aracı, temsilci ve distribütörler olmaktadır. Her dağıtım kanalının kendine göre bir takım avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır.

Doğrudan sanayiciye mal gönderilmesi durumunda yüksek kar marjı ile çalışma imkanı olabilmektedir ancak diğer yandan bu kanal için ciddi pazarlama giderlerini göz önüne almak gerekmektedir. İhracatçı firmalar sürekli firma ziyaretleri yapmak durumunda kalacak, alıcılarla ilişkilerini yakın tutmaya çalışacaktır.

Distribütör veya ithalatçı ile çalışılması durumunda ise lojistik avantajı yanında alıcılarla da ilişkilerin distribütör tarafından uygun şekilde yürütülmesi imkanı doğacaktır. Pazarlama giderleri daha düşük olurken, kar marjı da daha düşük kalabilecektir.

Acenteler üretici namına satış yapabilmekte ve komisyon bazlı satışlar gerçekleştirebilmektedir. Ancak acentelerle çalışılırken acentelerin alıcı ve üretici firmaya bağlılığını sağlamada güçlük çekilebilmektedir.

Üretici firmanın temsilcilik bazlı çalışması üreticilere ciddi bir maliyet getirebileceğinden, toplam değer ve cirosu düşük ürünler de fazlaca tercih edilmemektedir.

Aracılarla çalışıldığında ise araçların yalnızca satılan volümün yüksek olmasına çalıştıkları unutulmamalıdır, Araçlar genellikle ürünü bile görmemekte, tekrardan satışlarını yapabilmektedir. Son kullanıcılar açısından baktığımızda çok farklı kategorilerde ürün alımı yapan firmaların tek bir kaynaktan alım yapma eğiliminde olduğu görülmektedir. Boya üreticisini ele aldığımızda üretim için gerekli çeşitli malzemeler olduğu açıktır. Bu malzemelerin tümünü tek bir üreticiden tedarik etmek mümkün olmayacağından distribütör kanalıyla alım yapılması en yaygın hale gelmektedir.

Fason üretim kimya sanayinde gitgide yaygınlaşmaktadır. Bu çerçevede işbirliği yapılması durumunda üretici ürünleri başka bir kimya firması için üretmektedir. Bu işbirliklerinde mutlaka sözleşme imzalanması söz konusu olmaktadır. Bazen üretici firma malzemeleri direk olarak alıcısından almakta bazen de kendisi tedarik etmekte ve kendi teknolojisini kullanmaktadır.

E- ticaret çok yaygın olmamakla birlikte firma veri bankaları açısından değerlendirilebilmektedir. Bu sitelerden en önemlisi www.elemica.com 'dur. Çok çeşitli kimyasal ve plastik ürününün alım satımı için önemli bir platform olarak hizmet vermektedir.

Kimyasallar konusunda bilgi alınabilecek bir diğer önemli site ise Avrupa Kimya Distribütörleri Birliği'nin sitesi www.fecc.org olup bu adresten distribütörler ve ulusal birlikler konusunda bilgi almak mümkün olabilmektedir.

The Chemicals Market in the EU

The chemicals EU turnover amounted to 613 billion Euros in 2005. The leading EU producer countries are Germany, France and Italy. The European chemicals industry is increasingly considering buying from companies from developing countries. This outsourcing trend shows also an opportunity for Turkish chemicals producers and exporters.

Total imports of chemicals by EU member countries amounted to 28.4 million tonnes and the value of 56.2 billion Euros.

Distribution Channels

Custom manufacturing is considered to be an attractive strategy for Turkish exporters. The main distribution channels to be used by the exporters are :

- *Direct sales to the industry*
- *Sales via distributor or importer*
- *Sales via agent*
- *Sales via manufacturer's representative*
- *Sales via trader*
- *Custom manufacturing*
- *E-business*

Each of these channels has its specific advantages and disadvantages and therefore should be examined carefully. Custom manufacturing and selling via importers and distributors are the most common ways for our exporters.