

DIŞ TİCARETTE GİRİŞİMCİLİK VE İLETİŞİM

Dış Ticarete Girişimcilik

Girişimcilik, günümüzde, risk alarak ve sermaye tedarik ederek yenilikleri yakalamak, fırsatları değerlendirmek olarak anlaşılmaktadır. Bir anlamda, düşüncelerin hayata geçirilmesi ve ekonomik değer yaratılması olarak da düşünülebilir.

Genel olarak dış ticarete, yeni iş alanları ve sektörleri yaratarak hareket etmek yerine, daha çok hâlihazırda kazandırdığı görülen ve sektörde yer edinmiş konularda dış ticaret yapmak tercih edilmektedir.

Bu noktada, dış ticaret yaparken rekabetin çok fazla olması nedeni ile bakış açısını genişletmek, risk almak, yenilikçi ve yaratıcı olmak çok önemlidir. Girişimci, sermaye, emek, müşteriler, rakipler, teknoloji ve pazar gibi ana bileşenleri devreye sokarak fikrin maddi gerçekliğinin temelini oluşturmalıdır.

Dış ticarete önümüzdeki dönemde öne çıkacağı öngörülen girişimcilik alanları;



Bal Üretim Çiftlikleri: Küresel ısınmadan kaynaklandığı düşünülen nedenlerle giderek düşen bal üretimi, kontrollü arıcılık yapıldığı takdirde 7 kat artacak ve girişimciler çok önemli bir fırsat yakalayacaklardır.

Kültür Balıkçılığı: Denizlerde balıkların gittikçe azalması, tüm dünyada kültür balıkçılığına bir eğilim olmasına neden oldu. Çevreye duyarlı ve kontrollü yapılan kültür balıkçılığı önümüzdeki yıllarda girişimciler için gözde alanlardan biri olacaktır.

İnşaat: Konut ihtiyacı nedeniyle tüm dünyada inşaat sektörü hızla gelişiyor. Çatı ve izolasyon sistemleri ve inşaat boya alanlarında önemli teknolojik adımlar atılıyor ve sektör, gelecekte en çok üretim yapılacak alanlar arasında yer alıyor.

Organik Tarım: Konvansiyonel tarım nedeniyle dünya gıda üretimi artmakla beraber toprak, su ve atmosfer hızla kirlenmekte ve sonuçta insan yaşamı olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle tüm dünyada organik tarıma hızlı bir eğilim bulunmaktadır.

İnternet Teknolojileri: Teknoloji çağındaki dünyada, henüz tam olarak keşfedilememiş ve geçmişte çok uzak tarihlere dayanmayan internet teknolojileri alanı, yeni fikirler için oldukça geniş bir potansiyele sahip bir alan olarak, önümüzdeki yıllarda oldukça gelişecek ve bu alanda yatırım yapan girişimciler için önemli bir fayda sağlayacaktır.



Enerji: Tüm dünya yavaş yavaş alternatif enerji kaynaklarına yöneliyor. Rüzgar ve güneş enerjisi bu sektörde öne çıkan alanlar olarak göze çarpıyor.

Lojistik: Dünyada lojistik uygulamalarının doğru bir şekilde planlanması dış ticaret yapan şirketler için her geçen gün daha fazla önem arz etmekte ve potansiyel bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm: Yat turizmi, botanik turizmi, dalış turizmi ve metropol kentlerde otelcilik yıldızı parlayacak sektörler arasında yer alıyor.

Günümüzde, hızlı düşünen, kararlı ve çabuk harekete geçen, ürüne hâkim olan, iyi analiz yapabilen ve farklılık yaratan bireyler, dış ticarete kazananlar olacaklardır.

Dış Ticarete İletişim Teknikleri

Günümüzde en etkin ve hızlı iletişim araçlarından biri olan internet, her alanda olduğu gibi dış ticarete de iletişim araçları arasında ilk sıraya oturdu bile. İnternet dünyasının en önemli avantajları, alıcı ve satıcıların yüz yüze gelmesine gerek kalmadan sanal mağaza, broşür, ilan ve talepleri sunabilmesidir. Minimum sermaye ile internette kendi mağazanızı açabilir, ürünlerinizi sergileyebilir, alıcı ve satıcılarla iletişime geçerek ürünlerinizi satabilir ya da ithalat yapabilirsiniz.



Yine de geleneksel yöntemler oldukça rağbet görmektedir. İnternet ilk aşamada sıklıkla kullanılan bir iletişim tekniği olsa da yüz yüze görüşmenin bıraktığı etkiyi bırakamaması nedeni ile ikinci aşamada yüz yüze görüşme önem taşımaktadır.

Dış ticaret yaparken kullandığımız iletişim yöntemi ne olursa olsun karşımızdaki kişi ile iletişime geçtiğimizde dikkat etmemiz gereken konular olduğu muhakkaktır. Bu konular da farklı ülkelerde yaşayan kişilerin kültür ve geleneklerine göre değişiklik göstermektedir.

Uluslararası iş kültürlerinden bazı örnekleri şu şekilde sıralayabiliriz.

ALMANYA

- Dakikliğe ve disiplinli çalışmaya çok önem verirler.
- Kartvizit değişimi konusunda hassastırlar. Kartvizitte yazan unvana önem verirler.
- İş toplantılarına çok önem verirler ve iyi hazırlanırlar. İş toplantısının ciddi bir ortamda yapılmasını isterler. Özel konular konuşulmasından hoşlanmazlar.
- İlk isimler ile hitap etmek yaygın bir kullanım değildir.
- İş görüşmesi sırasında çok fazla ikram yapıldığında kandırıldıklarını düşünürler.

AMERİKA

- Sıkı bir tokalaşma ve göz göze gelmek önemlidir. Dakikliğe ve hıza önem verirler.
- İş toplantılarında özel konulardan bahsetmekten ve Amerika'nın gücünden konuşmaktan hoşlanmazlar.
- İş ortamı dışında ilk isim ile hitap etmek isterler.
- Fırsatçılardır ve açık konuşurlar. Kendi dilleri dışında lisan kullanmazlar.
- İş toplantısı dışında konuşmaktan en çok hoşlandıkları konular; spor, aile ve iş olarak sıralanabilir.

ARAP ÜLKELERİ

- İş yavaş ilerler bu nedenle sabır gerektirir.

- Sadece yetecek kadar ikramı ayıp bulurlar, bol ikramdan hoşlanırlar.
- Samimi davranışlardan hoşlanırlar fakat kişisel konular konuşmak istemezler.
- Erkeklerle sosyal iletişim içerisine girmeyi isterler.
- Vücut dilini iyi okur ve iş konusunda iyi koku alırlar.

ÇİN HALK CUMHURİYETİ

- Batıl inançları çok kuvvetlidir. Dış görünüşe dikkat ederler. Yeniliğe açıktırlar.
- Kartvizit değişimine önem verirler ve kartvizitte yazan unvana dikkat ederler. Kartvizit 2 elle verilmeli ve alınmalıdır.
- İş yemeklerine çıkılabilir, yemek çeşidi çok fazla olacaktır fakat yemeğin tamamen bitirilmesi görgüsüzlük olarak değerlendirilir. Bahşış vermek kabalık olarak değerlendirilir.

İNGİLTERE

- Dakiklik önemlidir ve kartvizite önem verirler.
- Çok ciddi olmaktan hoşlanmazlar ama kişisel konuların konuşulmasını da sevmezler.
- Zaman içerisinde güvenebilirler fakat her zaman daha iyi fiyat veren firmaya kayma ihtimalleri vardır.
- Çok disiplinli değillerdir.

İTALYA

- Dış görünüşe önem verirler. İtalyanca konuşmaktan hoşlanırlar.
- Kartvizit değişimine ve kartvizit unvanına dikkat ederler.
- İlk isimle hitap etmekten hoşlanmazlar.
- Kısa sürede karar vermezler ve karar aşamasında kendilerini baskı altında hissetmekten hoşlanmazlar.

FRANSA

- Fransızca konuşulmasından hoşlanırlar, görüşmeler İngilizce yapılırsa da birkaç Fransızca kelime kullanılması hoşlarına gider.
- Görüşmelerde ailevi ve kişisel konuları konuşmaktan hoşlanmazlar.
- Risk almak istemezler ve karar aşaması uzun sürebilir.
- İş ilişkisi içinde buldukları kişiler ile akşam yemeklerine nazaran öğle yemeklerini daha çok tercih ederler.

Sözleşme görüşmelerinde gelebilecek sorulara öncelikle telefonla cevap verilmelidir. İstekli davranmak genel olarak hoş karşılanır fakat acele etmekten kaçınılmalıdır. Herhangi bir önyargı ile karşılaşıldığında profesyonel tavır bırakılmamalı ve resmi davranılmalıdır. Yazılı iletişimde, uzun mektuplar yollamak yerine daha kısa ve öz yazışmalar yapılmalıdır. Şirketin tecrübelerini ön plana çıkarmak ve ürün odaklı yazılar yazmak yararlı olacaktır.

Kaynak: Ege İhracatçı Birlikleri, İzmir Ticaret Odası Dış Ticaret Günleri Seminer sunumları

Entrepreneurship and Communication in Foreign Trade

Prospective sectors in foreign trades are; honey production, pisciculture farms, construction, internet technologies, organic farming, energy, logistics and tourism.

At the present day, the Internet has evolved very quickly and is commonly used all over the world.

Visualizing multi-medial content was never as easy as now. This is a perfect environment to visually "walk" clients and prospects through your website, and so much more.

There are some points to be taken into consideration in foreign trade communications. These points can change in different countries and different cultures.