

✿ KURUYEMİŞ DERNEKLEŞTİ ✿ JAPONYA'DA BİR TÜRK ✿ SARIMSAKÇILAR BİRLİK YOLUNDA

infofarm

■ Eylül 2008 ■ Sayı:17

İstanbul İhracatçı Birliklerinin Aylık Tarım Ekonomisi ve İhracatı Dergisi

Rulo gofrette
dünya markası:
Çizmeci Gıda

Exponut
4 yaşında

Arıcılıkta tehlike
çanları çalıyor

Kastamonu
Entegre Avrupa'da
hedeflerini yakalıyor

Fındığa
uydudan takip

Ve Türkiye
kâğıdı keşfetti

ÖZEL EK
Şeker



Japonya'da bir Türk

ABD'DEN SONRA DÜNYANIN İKİNCİ BÜYÜK MİLLİ EKONOMİSİNE SAHİP BULANAN JAPONYA'YA TÜRKİYEDEN YAPILAN İHRACATIN ÇOK DÜŞÜK SEVİYELERDE OLDUĞUNU GÖRÜYÖRÜZ. YAPILAN İHRACATINDA ÇOĞUNLUĞUNU DENİZ ÜRÜNLERİ İHRACATI OLUŞTURUYOR. ANCAK JAPONYADAKİ MARKET RAFLARINDA TÜRK GIDA ÜRÜNLERİNİN KENDİLERİNE GİDEREK DAHA FAZLA YER AÇTIKLARI GÖRÜLÜYOR. BU BAŞARININ YAKALANMASINDA TÜRK ÜRÜNLERİNİ TANITIM VE PAZARLAMASINI YÜRÜTEN TÜRK İŞADAMI SONER ÖNERİN PAYI TARTIŞILMAZ BİR KONUMDA BULUNUYOR.

Soner Oner Japonya'da Türk gıda markalarını önemli market zincirlerinde satmayı başarmış bir isim. Soner Oner Japonya'daki en başarılı Türk işadamlarından biri olmanın yanında Japon-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcısı görevini de başarıyla yürütüyor.

Soner Oner'in Japonya macerası bugün Türkiye'ye milyonlarca dolar döviz kazandıran, Türk insanının daha fazla iş ve aş sağlamasına katkıya dönüşmüş proje haline gelmiş. Şirketi Baharu'nun Genel Müdürlüğü'nü yapan Soner Oner projenin gerçekleşmesindeki en önemli unsur tek bir kelime ile özetliyor: Güven... Bizim Japonya'daki tek ve en büyük ser-

mayemiz güven oldu. Burada güveni sağladık yolumuz açıldı. Güven Japonya'da başanya götüren sihirli kelime...

Perakende satıştan toptancılığa

Soner Oner, 11 Nisan 1976 tarihinde Edirne'de doğumlu. İlk, orta ve lise öğrenimini aynı şehirde tamamlayan Oner, Mayıs 1998'den itibaren de Japonya'nın Tokyo şehrine yerleşmiş. Burada, genel işletme ve uluslararası ticaret alanlarında öğrenim gören Oner, 2002 yılından itibaren kurucularından olduğu Baharu adlı firmanın başkanlığını da yürütüyor. Başta Türkiye olmak üzere, Amerika ve Avustralya gibi değişik ülkelerden çeşitli gıda ürünlerinin ithalatını ve Japon-

ya pazarında satışını yapıyor. Soner Oner, Türkiye Cumhuriyeti Tokyo Büyükelçiliği'ne bağlı Türk Ticaret ve Sanayi Odası Başkan Yardımcılığı görevine 2006 yılında seçilmiş. Japonya'ya yönelik olarak yaptıkları ilk satışı 2000 yılında internetten yaptıklarını söyleyen Oner, Türk ürünlerinin tanıtımı ve satışını böylece başlattıklarını söylüyor. Beklerinden daha fazla talep olunca, ilk market ve showroomu açtıklarını söyleyen Oner, Japon tüketicilerin beğenisine bunları sunduklarını söylüyor. Bu markette peynir çeşitleri, salça, konserve, sıvı yağlar, reçeller, meyve suları, özellikle kuşbümü ve domates suyu, zeytin çeşitleri, baklava gibi ürünler sattıklarını söyleyen

Oner, Türkiye'ye ait gıda çeşitlerini Japonya'da satmaya başladıklarını ifade ediyor. Gelen yoğun talepler üzerine, perakendecilikten toptan gıda satışına daha çok ağırlık vermeye başladıklarını ifade eden Oner, son yıllarda ise sadece toptan satış yaptıklarını ifade ediyor.

Türkiye'nin en ünlü markaları ile çalışıyor

Japonya'da, Türkiye'nin tanınmış belli başlı Türk markalarının Japonya temsil-

Japonya pazarna gireceklere altın öğütler

- > Japonlar ABD'li şirketlere çok güveniyor. ABD'de ofisi olmak veya bu ülkeden bir partner ile çalışmak işinizi kolaylaştırır.
- > Japonya'da iş yaparken Güney Kore ve diğer çevre ülkelerle de ilişkileri geliştirmeniz mümkün. Japonya'da sınıfı geçtiniz mi bu ülkelerde de sınıfı geçmiş sayılıyorsunuz.
- > Japonya'da iş yapanların Japonca ve Japonya'yı bilen çalışanlardan faydalanması işi kolaylaştırır. Japonlar İngilizce biliyor ama iş yapanların kendileri ile Japonca konuşmasını çok önemsiyor.
- > Japon piyasası için kısa vadeli beklentilere girmemek gerekir. Japonların konuyu enine boyuna düşünen, ama karar verince de hızlı hareket eden bir millet olduğu unutulmamalı.
- > Japonya'ya ihracatta Fransa'nın uyguladığı gibi gemi taşıma süresini kısaltmak için doğrudan gemi seferleri başlatılabilir. Bu konuda başarılı Fransa örneğinden sonra İspanya da aynı stratejiyi uyguladı.
- > Japonya dünyada en çok deniz ürünü tüketen, ihracat ve ithal eden ülke. Dolayısıyla deniz ürünleri ile ilgili firmaların Japonya pazarnı mutlaka dikkate alması gerekiyor.
- > Japonya'da organik ürünler de ilgi görüyor. Akdeniz bölgesine has ürünler de öyle. İtalya ve Fransa bu ürünler için tanıtım faaliyetleri yaparak, Japon piyasasını hazır hale getirdi bile.

ciliklerini yürüttüklerini söyleyen Soner Oner bu markaları şöyle sıralıyor: Temek'ten Domates salçası, konserve çeşitleri, domates suyu, Orkide Yağlarından ayçiçeği yağı, zeytinyağı ve soya yağı, Bahçivan ve Yörsan'dan peynir çeşitleri, Faruk Güllüoğlu'dan baklava çeşitleri ve reçelleri, Gülsan'dan meyve suyu çeşitleri, Osman Akçadan kuru incir, kayısı ve üzüm çeşitleri. Türkiye'den getirdiğimiz bütün mamuller, buradaki müşterilerimiz tarafından çok ciddi talep görüyor. Biz bu mallarımızı süpermarketlere, otellere, restoranlara ve fabrikalara toptan satıyoruz.

Japonların güvenini kazanmak kolay olmadı

Japonların meşhur bir atasözlerine değinen Oner, " Bir taşın üzerinde üç yıl beklerseniz, taş bile yeşerir. Atasözünden de anlaşılacağı gibi, Japonlar güvenmediği birşinden, hele hele yabancılardan hiç bir şey almazlar. Bizim bu güveni sağlamamız tabi ki kolay olmadı ve ciddi bir maliyeti oldu. Örnek vermek gerekirse, söz verdiğimiz bir firmaya zamanında mal teslim etmek için, konteynırlar gecikince, hava yolu kargosu ile malları Türkiye'den Japonya'ya getirdik. Hava yolu kargosunun maliyeti, ana malın maliyetinin iki kati olmasına rağmen, güvenimizi yitirmemek için bu masrafa katlandık. Kısa vadede zarar etmiş olsak bile uzun vadede ciddi karımız oldu."

Çalışma tarzı olarak kendilerine fedakârlık, iş bitirme ve dostane bir ortamda çalışmayı seçtiklerini ifade eden Oner, bu çerçevede mesai kavramı olmadan çalıştıklarını ifade ediyor. Mesai saati bitmiş olsa bile eğer iş bitmediyse kimsenin çıkmadığını ifade eden Oner, iş bitene kadar devam çalışanların faaliyetlerine devam ettiklerini söylüyor. Soner Oner, firmalarının Japon çalışanları Türkçe, Türk çalışanları ise iyi derecede Japonca konuşabildiklerini söylüyor.

Türkiye ile Japonya arasında işbirliği köprüsü

Japonya'da sattıkları ürünlerin tamamını Türk firmalardan tedarik ettiklerini söyleyen Oner, bazı ürünleri hava yolu kargosu ile ama çoğunlukla deniz yolu ile nakil taşınmalarını gerçekleştirdiklerini ifade ediyor. Japonya'da soğutmalı de-



Soner Oner

Baharu Firması Genel Müdürü
Japonya'da sattığımız ürünlerin tamamını Türk firmalardan tedarik ediyoruz.

polarnın bulunduğunu söyleyen Oner, gelen olarak ürünlerinin bu depolarda muhafaza ettiklerini belirtiyor. Bu depolardan da soğutmalı arabalarla taze bir şekilde müşterilere ulaştırdıklarını söylüyor.

Esas hedeflerinin Türkiye ile Japonya arasında dostluk ve işbirliği köprüsü kurmak olduğunu söyleyen Oner, Türk damak tadını bütün Japonlara tattırmayı amaç edindiklerini belirtiyor. Soner Oner, bir diğer hedeflerinin ise Türk mamullerini kendi marka adları altında Japonlara sunmak olduğunu söylüyor.

Ambalaj ve lojistik konusunda daha fazla çalışılmalı

Japonya'da pazarnı yaşadıkları sıkıntılara da değinen Soner Oner, ambalaj ve paketleme sisteminin Türkiye'den tamamen farklı olmasının da zorluklar yaratabildiğini söylüyor. Japonya'da paketleme sektörünün bireye hitap ettiğini belirten Oner, Türkiye'de ise ambalajlamanın aileye hitap ettiğini belirtiyor. Türkiye'deki ürün fiyatlarının sürekli değişkenlik arz etmesinin de kendileri için bir handikap olduğunu söyleyen Oner, Türkiye'den Japonya'ya gelen gemilerin transit gelmemeleri, gelirken bir çok limana uğramalarının da ciddi gecikmelere sebep olabildiğini ifade ediyor.